

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	
HALAMAN PENGESAHAN	
HALAMAN PERNYATAAN	
KATA PENGANTAR	
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS	
ABSTRAK.....	ii
DAFTAR ISI.....	iv
DAFTAR TABEL.....	vii
DAFTAR GAMBAR	viii
DAFTAR LAMPIRAN.....	ix
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	1
1.2 Latar Belakang	3
1.3 Rumusan Masalah.....	7
1.4 Pertanyaan Penelitian.....	9
1.5 Tujuan Penelitian	10
1.6 Manfaat Penelitian	11
1.7 Ruang Lingkup Penelitian.....	11
1.8 Sistematika Penulisan Tugas Akhir	11
BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN RUANG LINGKUP PENELITIAN.....	13
2.1 Tinjauan Pustaka Penelitian	13
2.1.1 Pemasaran	13
2.1.2 Segmentasi Pasar	13
2.1.3 Demografi	13
2.1.4 <i>Consumer's Shopping Orientation</i>	14
2.1.5 <i>Consumer's Shopping Behavior</i>	15
2.2 Penelitian Terdahulu	17
2.3 Tabel Sintesa.....	31
2.4 Kerangka Pemikiran	32
2.4.1 Hubungan <i>Consumer's Shopping Orientation</i> Dengan <i>Consumer's Online Shopping Behavior</i> dengan demografi sebagai moderator	33
2.5 Hipotesa Penelitian	33
BAB III METODE PENELITIAN	35
3.1 Karakteristik Penelitian.....	36
3.2 Alat Pengumpulan Data	36
3.2.1 Jenis Variabel.....	36
3.2.2 Operasional Variabel	37

3.2.3 Skala Pengukuran.....	43
3.3 Tahapan Penelitian.....	43
3.4 Populasi dan Sampel.....	45
3.4.1 Populasi.....	45
3.4.2 Sampel.....	45
3.5 Pengumpulan Data dan Sumber Data.....	45
3.6 Uji Validitas dan Reliabilitas.....	46
3.6.1 Uji Validitas.....	46
3.6.1 Uji Reliabilitas.....	46
3.7 Teknik Analisis Data dan Pengujian Hipotesis.....	47
3.7.1 Teknik Analisis Data.....	47
3.7.2 Karakteristik Responden.....	48
3.7.3 PLS-SEM.....	48
3.7.4 Uji Hipotesis.....	48
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	52
4.1 Karakteristik Responden.....	52
4.1.1 Deskripsi Identitas Responden.....	52
4.2 Hasil Penelitian.....	57
4.2.1 Evaluasi Model Pengukuran.....	57
4.2.1.1 Uji Validitas.....	57
4.2.1.2 Uji Reliabilitas.....	61
4.2.2 Evaluasi Model Struktural (<i>Inner Model</i>).....	63
4.2.3 Pengujian Hipotesis.....	65
4.2 Pembahasan Hasil Penelitian.....	69
BAB V SARAN DAN KESIMPULAN.....	74
5.1 Kesimpulan.....	74
5.2 Saran.....	75
5.2.1 Saran Untuk Perusahaan (Aspek Praktis).....	75
5.2.2 Saran Untuk Penelitian Selanjutnya (Aspek Teoritis).....	76
LAMPIRAN.....	78
DAFTAR PUSTAKA.....	84