

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	ii
HALAMAN PERNYATAAN	iii
KATA PENGANTAR	iv
ABSTRAK	vi
ABSTRACT	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR TABEL	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	1
1.2 Latar Belakang Penelitian.....	3
1.3 Rumusan Masalah.....	11
1.4 Tujuan Penelitian.....	13
1.5 Manfaat Penelitian.....	14
1.5.1 Aspek Teoritis.....	14
1.5.2 Aspek Praktis.....	14
1.6 Sistematika Penulisan Akhir.....	14
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	17
2.1 Landasan Teori.....	17
2.1.1 Manajemen Pemasaran.....	17
2.1.2 Pemasaran.....	18
2.1.3 E-Commerce.....	19
2.1.4 Perilaku Konsumen.....	20
2.1.5 Faktor-faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen.....	20
2.1.6 Niat Beli (Buying Intention).....	21
2.1.7 Keputusan Pembelian.....	22
2.2 Penelitian Terdahulu.....	24

2.3 Kerangka Pemikiran	31
2.4 Hipotesis Penelitian	32
BAB III METODE PENELITIAN	35
3.1 Jenis Penelitian	35
3.2 Operasional Variabel	36
3.2.1 Skala Pengukuran	39
3.3 Tahapan Penelitian.....	40
3.4 Populasi dan Sampel.....	43
3.4.1 Populasi	43
3.4.2 Sampel.....	43
3.5 Sumber Data	45
3.6 Uji Validitas dan Reliabilitas.....	46
3.6.1 Uji Validitas.....	46
3.6.2 Uji Reliabilitas.....	48
3.7 Teknik Analisis Data	48
3.7.1 Analisis Deskriptif.....	48
3.7.2 Partial Least Square Structural Equation Modeling (PLS-SEM).....	50
3.7.3 Pengujian Hipotesis	52
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	57
4.1 Karakteristik Responden	57
4.1.1 Karakteristik Berdasarkan Domisili Responden.....	57
4.1.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	58
4.1.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	58
4.1.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pengguna Layanan E-commerce Shopee Dalam Satu Bulan.....	59
4.1.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Anggaran yang Digunakan Pada Layanan E-commerce Shopee	60
4.2 Analisis Deskriptif Data Penelitian.....	61
4.2.1 Tanggapan Responden Mengenai Variabel Faktor Budaya (X1).....	61
4.2.2 Tanggapan Responden Mengenai Variabel Faktor Sosial (X2)	62

4.2.3 Tanggapan Responden Mengenai Variabel Pribadi (X3).....	64
4.2.4 Tanggapan Responden Mengenai Variabel Psikologis (X4).....	65
4.2.5 Tanggapan Responden Mengenai Variabel Buying Intention (Z).....	67
4.2.6 Tanggapan Responden Mengenai Variabel Keputusan Pembelian (Y)	68
4.3 Hasil Penelitian	70
4.3.1 Model Pengukuran (Outer Model)	70
4.3.2 Model Struktural (Inner Model)	75
4.4 Pembahasan Hasil Penelitian	81
4.4.1 Pengaruh Faktor Budaya terhadap Buying Intention	82
4.4.2 Pengaruh Faktor Sosial terhadap Buying Intention.....	82
4.4.3 Pengaruh Faktor Pribadi terhadap Buying Intention	83
4.4.4 Pengaruh Faktor Psikologis terhadap Buying Intention	84
4.4.5 Pengaruh Buying Intention terhadap Keputusan Pembelian	84
4.4.6 Pengaruh Faktor Budaya terhadap Keputusan Pembelian melalui Buying Intention.....	85
4.4.7 Pengaruh Faktor Sosial terhadap Keputusan Pembelian melalui Buying Intention.....	86
4.4.8 Pengaruh Faktor Pribadi terhadap Keputusan Pembelian melalui Buying Intention.....	87
4.4.9 Pengaruh Faktor Psikologis terhadap Keputusan Pembelian melalui Buying Intention.....	88
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	89
5.1 Kesimpulan	89
5.2 Saran.....	90
5.2.1 Saran Bagi Perusahaan.....	90
5.2.2 Saran Bagi Peneliti Selanjutnya	91
DAFTAR PUSTAKA.....	92
LAMPIRAN.....	97