

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
HALAMAN PERNYATAAN.....	iii
ABSTRACT.....	v
ABSTRAK.....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xii
I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Rumusan Masalah.....	6
1.3. Pertanyaan Penelitian.....	6
1.4. Tujuan Penelitian.....	7
II TINJAUAN PUSTAKA.....	8
2.1. Pengertian Permintaan.....	8
2.1.1. Teori Permintaan.....	8
2.2.2. Faktor Yang Mempengaruhi Permintaan.....	11
2.2. Virtual Goods.....	17
2.2.1. <i>Shopping Intention</i>	18
2.2.2. Microtransaction.....	20
2.3. Penelitian Terdahulu.....	22
2.4. Kerangka Pemikiran Teoritis.....	24
2.5. Hipotesis.....	24
III METODE PENELITIAN.....	25
3.1. Definisi Operasional Variabel.....	25
3.2. Jenis Dan Sumber Data.....	29
3.4. Metode Pengumpulan Data.....	30
3.5. Metode Analisis Data.....	31
3.5.1. Uji Statistik Deskriptif.....	31
3.5.2. Uji Validitas dan Reliabilitas.....	32
VI GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN.....	37
4.1. Gambaran Umum Lokasi Penelitian.....	37
4.2. Karakteristik Responden.....	38
4.3. Virtual Goods.....	41
V HASIL DAN PEMBAHASAN.....	42

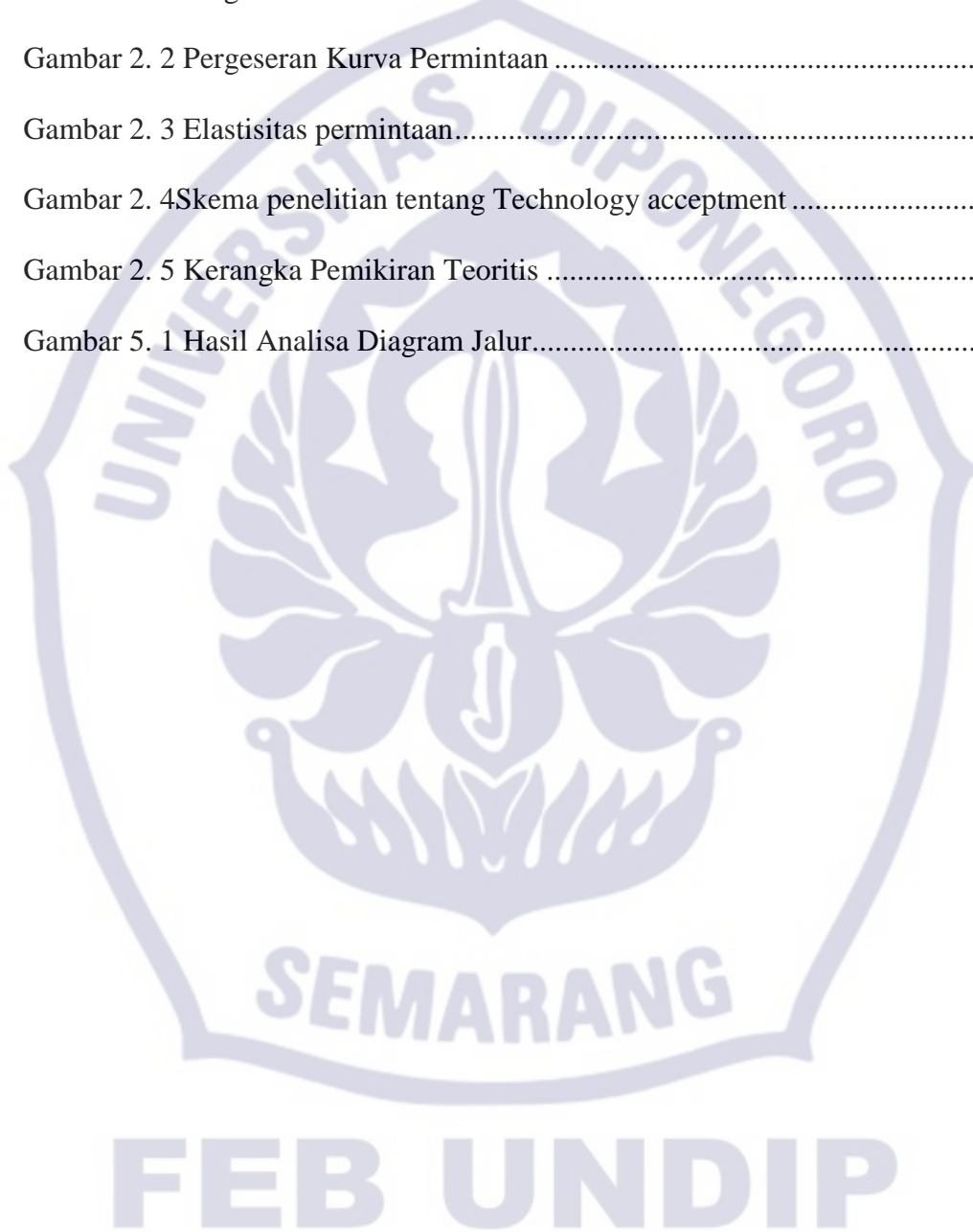
5.1. Hasil Analisa Data.....	42
5.1.1. Uji Kriteria Model Fit	42
5.1.2. Uji <i>Direct and Indirect Effect</i>	43
5.1.3 <i>Standar Errors and Effect Size for Path Coeficient</i>	43
5.1.4 Uji Validitas	44
5.1.5 Uji Reliabilitas.....	47
5.1.6. Uji Correlations Among Latent Variables.....	48
5.1.7. Evaluasi Model Struktural.....	49
5.1.8. Koefisien Q-squared (Q2)	52
5.2. Uji Hipotesis.....	53
5.2.1. Pengujian Hipotesis 1 : Pengaruh Harga Terhadap <i>Virtual Goods</i>	54
5.2.2. Pengujian Hipotesis 2 : Pengaruh Pendapatan (<i>Income</i>) Terhadap <i>Virtual Goods</i>	54
5.2.3. Pengujian hoptesis 3 : Pengaruh Harga Barang Lain Terhadap <i>Virtual Goods</i>	54
5.2.4. Pengujian hipotesis 4 : Pengaruh Selera Terhadap <i>Virtual Goods</i>	55
5.2.5. Pengujian Hipotesis 5 : Pengaruh Harapan Terhadap <i>Virtual Goods</i> ..	55
5.3. Pembahasan Penelitian	55
5.3.1 Pengaruh Harga Terhadap <i>Virtual Goods</i>	55
5.3.2. Pengaruh Pendapatan (<i>Income</i>) Terhadap <i>Virtual Goods</i>	56
5.3.3. Pengaruh Harga Barang Lain Terhadap <i>Virtual Goods</i>	57
5.3.4. Pengaruh Selera Terhadap <i>Virtual Goods</i>	57
5.3.5. Pengaruh Harapan Terhadap <i>Virtual Goods</i>	57
VI PENUTUP	59
6.1 KESIMPULAN	59
6.2. SARAN	59
Daftar pustaka	61
LAMPIRAN.....	65

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	22
Tabel 3. 1 Indikator Intention Variabel Indikator	25
Tabel 3. 2 Indikator Harga Barang Variabel Indikator	26
Tabel 3. 3 Indikator Pendapatan Variabel Indikator	26
Tabel 3. 4 Indikator Harga Barang Pengganti Variabel Indikator	27
Tabel 3. 5 Indikator Selera Variabel Indikator.....	27
Tabel 3. 6 Indikator Harapan Konsumen Variabel Indikator.....	28
Tabel 3. 7 Indikator Shopping Intention Variabel Mediasi.....	28
Tabel 5. 1 General Result Category Coef p-values.....	42
Tabel 5. 2 Path Coefficients and P values.....	43
Tabel 5. 3 Standar Errors and Effect Size for Path Coefficient Standar Errors and Effect Size for Path Coefficient	44
Tabel 5. 4 Combined loadings and cross-loadings	45
Tabel 5. 5 Cronbach's Alpha Coefficients and VIF Variabel Cronbach's alpha .	47
Tabel 5. 6 Correlations Among Latent Variables dan P Value.....	48
Tabel 5. 7 Koefisien Jalur (β).....	50
Tabel 5. 8 Hasil dari nilai β menggunakan aplikasi WarpPLS	51
Tabel 5. 9 Hasil Dari R^2 menggunakan WarpPLS	52
Tabel 5. 10 Hasil Nilai Q2 menggunakan Aplikasi WarpPLS.....	53
Tabel 5. 11 Hasil Uji Hipotesis Hasil Penelitian	53

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Pergerakan Kurva Permintaan.....	9
Gambar 2. 2 Pergeseran Kurva Permintaan.....	10
Gambar 2. 3 Elastisitas permintaan.....	15
Gambar 2. 4Skema penelitian tentang Technology acceptance.....	19
Gambar 2. 5 Kerangka Pemikiran Teoritis.....	24
Gambar 5. 1 Hasil Analisa Diagram Jalur.....	50



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. 1 Kuesioner.....	65
Lampiran 1. 2 Tabulasi Penelitian	69
Lampiran 1. 3 Hasil Olah Data Penelitian	73

