DAFTAR ISI

Halaman Judul i
Sertifikasi ii
Halaman Pengesahan Tesis iii
Halaman Motto iv
Abstract v
Abstrak vi
Kata Pengantar vii
Daftar Isi ix

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian 1
1.2 Perumusan Masalah 6
1.3 Tujuan Penelitian 7
1.4 KegunaanPenelitian 8
1.4.1 Kegunaan Praktis 8
1.4.2 Kegunaan Teoritis 9

BAB II LANDASAN TEORI

2.1 Perilaku Konsumen 10
2.2 Resiko 11
2.3 Harga 13
2.4 Gaya Hidup 16
2.5 Kepercayaan 19
2.6 Kepuasan Konsumen 21
2.7 Keputusan Pembelian 22
2.8 Pengembangan Hipotesis 25
2.8.1 Pengaruh resiko terhadap keputusan pembelian *online* 25
2.8.2 Pengaruh persepsi harga terhadap keputusan pembelian *online* 25
2.8.3 Pengaruh gaya hidup terhadap keputusan pembelian *online* 26

2.8.4 Kepercayaan berpengaruh terhadap keputusan pembelian *online* ... 27
2.8.5 Kepuasan memoderasi resiko, harga, gaya hidup, kepercayaan, dan keputusan pembelian secara *online* 28
2.9 Kerangka 29

BAB III METODE PENELITIAN

3.1 Obyek Penelitian 35
3.2 Populasi dan Sampel 35
3.3 Jenis dan Sumber Data 36
3.4 Definisi Operasional 36
3.5 Teknik Pengumpulan Data 38
3.6 Teknik Analisis Data 38
3.6.1 Uji Validitas dan Reliabilitas 39
3.6.2 Analisis PLS SEM 40

BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN

4.1 Pengujian Instrumen 42
4.1.1 Validitas Instrumen 42
4.1.2 *Construct Reliability and Validity* 44
4.2 Karakteristik Demografi Responden 44
4.3 Pengukuran Bagian Dalam 45
4.4 Pengaruh Antar Variabel 47
4.4.1 Nilai t 47
4.4.2 Nilai f 48
4.4.3 Variabel Pemoderasi 49
4.5 Pengujian Hipotesis 49
4.5.1 Persamaan Penelitian 50
4.6 Pembahasan 51

BAB V PENUTUP

5.1 Kesimpulan atas Hipotesis Penelitian 55

5.2 Implikasi Manajerial 56
5.3 Kesimpulan atas Masalah Penelitian..... 58
5.4 Keterbatasan Penelitian..... 59
5.5 Rekomendasi Untuk Penelitian Selanjutnya 59

DAFTAR PUSTAKA 61

UNIVERSITAS DIPONEGORO
SEMARANG
FEB UNDIP