

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>I</b>
<b>SERTIFIKASI .....</b>	<b>II</b>
<b>PENGESAHAN TESIS.....</b>	<b>III</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>IV</b>
<b>ABSTRAK.....</b>	<b>V</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>VI</b>
<b>DAFTAR ISI .....</b>	<b>VIII</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>X</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>XI</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>XII</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	8
1.3 Tujuan Penelitian .....	9
1.4 Manfaat Penelitian .....	10
<b>BAB II TELAAH PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN MODEL .....</b>	<b>11</b>
2.1 Landasan Teori.....	11
2.1.1 <i>Marketplace Online</i> .....	11
2.1.2 <i>E-Commerce</i> .....	12
2.1.3 Perilaku Konsumen .....	14
2.1.4 Keputusan Pembelian .....	16
2.1.5 Kepercayaan .....	17
2.1.6 Kenyamanan .....	18
2.1.7 Persepsi Risiko.....	19

2.1.8	Pembelian Impulsif .....	20
2.2	Penelitian Terdahulu .....	22
2.3	Pengaruh Hubungan Variabel .....	28
2.4	Kerangka Penelitian .....	35
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>		<b>36</b>
3.1	Jenis Sumber Data .....	36
3.2	Populasi dan Sampel .....	36
3.3	Definisi Operasional Variabel .....	37
3.4	Teknik Pengumpulan Data .....	41
3.5	Teknik Analisis Data .....	42
<b>BAB IV ANALISIS DATA .....</b>		<b>47</b>
4.1	Gambaran Umum Shopee .....	47
4.2	Deskripsi Responden .....	48
4.3	Pengujian Outer Model .....	49
4.4	Pengujian Inner Model .....	53
4.5	Analisis Pembahasan Variabel .....	57
<b>BAB V SIMPULAN DAN SARAN .....</b>		<b>63</b>
5.1	Kesimpulan .....	63
5.2	Saran .....	64
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>		<b>65</b>
<b>LAMPIRAN .....</b>		<b>69</b>
<b>CURRICULUM VITAE .....</b>		<b>81</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Data Pengunjung Marketplace .....	2
Tabel 1.2	Masalah Penggunaan shopee .....	3
Tabel 2.2	Penelitian Terdahulu .....	22
Tabel 3.1	Indikator Kenyamanan.....	37
Tabel 3.2	Indikator Persepsi Risiko .....	38
Tabel 3.3	Indikator Impulsive Buying .....	39
Tabel 3.4	Indikator Kepercayaan.....	40
Tabel 3.5	Indikator Purchase Decision.....	41
Tabel 3.6	Skala Likert .....	41
Tabel 4.1	Deskripsi Responden .....	48
Tabel 4.2	Matrix – OuterLoadings .....	50
Tabel 4.3	Construct Reliability and Validity .....	51
Tabel 4.4	Cross Loadings.....	52
Tabel 4.5	Construct Reliability and Validity .....	53
Tabel 4.6	R-Square .....	54
Tabel 4.7	Path Coefficients .....	55
Tabel 4.8	Indirect Effects .....	56

**FEB UNDIP**

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	Perkembangan E-commerce 2014-2021 .....	1
Gambar 2.1	Kerangka Penelitian .....	35



## DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN 1 JAWABAN RESPONDEN.....	69
LAMPIRAN 2 PERTANYAAN KUISIONER.....	77
LAMPIRAN 3 VALIDITAS KONVERGEN.....	78
LAMPIRAN 4 VALIDITAS DISKRIMINAN.....	79
LAMPIRAN 5 UJI INNER MODEL.....	79
LAMPIRAN 6 INDIRECT EFFECTS.....	79
LAMPIRAN 7 MODEL PENELITIAN.....	80

