

## DAFTAR ISI

Sertifikasi .....	ii
PENGESAHAN TESIS .....	iii
ABSTRACT (Bahasa Inggris) .....	iv
ABSTRAK (Bahasa Indonesia) .....	v
KATA PENGANTAR .....	vi
DAFTAR ISI .....	vii
DAFTAR GAMBAR .....	ix
DAFTAR TABEL .....	x
<b>BAB I – PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	17
1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian .....	19
1.3.1 Tujuan Penelitian .....	19
1.3.2 Manfaat Penelitian .....	20
<b>BAB II – TELAHAH PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN MODEL .....</b>	<b>21</b>
2.1 Telaah Pustaka .....	21
2.1.1 <i>Online Shopping</i> .....	21
2.1.2 <i>Theory Of Reasoned Action (TRA)</i> .....	23
2.1.3 <i>Consumer Review (Experience)</i> .....	27
2.1.4 <i>Product Originality</i> .....	28
2.1.5 <i>User Interface</i> .....	29
2.1.6 <i>Delivery</i> .....	30
2.1.7 <i>Purchase Intention</i> .....	32
2.1.8 <i>Brand Equity</i> .....	34
2.2 Kerangka Penelitian dan Hipotesis .....	36
<b>BAB III – METODOLOGI PENELITIAN .....</b>	<b>38</b>
3.1 Jenis dan Sumber Data .....	38
3.2 Populasi dan Sampel .....	38

3.3	Definisi Operasional Variabel dan Pengukurannya .....	40
3.4	Metode Pengumpulan Data .....	42
3.5	Teknik Analisis.....	45
<b>BAB IV – ANALISIS DATA.....</b>		<b>51</b>
4.1	Gambaran Umum Obyek Penelitian dan Data Deskriptif.....	51
4.2	Proses dan Hasil Analisis/Komputasi Data .....	53
<b>BAB V - PENUTUP .....</b>		<b>61</b>
5.1	Simpulan.....	61
5.2	Implikasi Kebijakan dan Teoritis .....	62
5.3	Limitasi Penelitian.....	63
5.4	Penelitian Mendatang.....	65
DAFTAR PUSTAKA .....		66
LAMPIRAN.....		72
CURRICULUM VITAE.....		80



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	Diagram konsep <i>Theory of Reasoned Action</i> .....	25
Gambar 2.2	Kerangka teoritis penelitian .....	37
Gambar 3.1	Info grafis pertumbuhan ekonomi Indonesia, 2022 .....	39
Gambar 4.1	Diagram demografi responden .....	52
Gambar 4.2	Diagram hasil PLS <i>Algorithm</i> .....	54
Gambar 4.3	Diagram hasil <i>bootstrapping</i> uji hipotesis .....	58



## DAFTAR TABEL

Tabel 1.2 <i>New consumer behavior on purchasing produk brand X (global)</i> .....	5
Tabel 1.3 Statistik pengguna <i>e-commerce</i> di Indonesia.....	8
Tabel 1.4 Penelitian terdahulu.....	14
Tabel 3.1 Variabel dan indikator.....	40
Tabel 3.2 Pernyataan pada kuesioner.....	43
Tabel 3.3 Skala Likert.....	45
Tabel 4.1 <i>Rotated component matrix</i> .....	55
Tabel 4.2 Nilai Cronbach's Alpha, <i>composite reliability</i> , dan AVE.....	56
Tabel 4.3 Fornel-Larcker matrix.....	57
Tabel 4.4 Nilai SRMR.....	57
Tabel 4.5 Hasil <i>bootstrapping</i> pada <i>specific direct effect</i> .....	58
Tabel 4.6 Hasil <i>bootstrapping</i> pada <i>specific indirect effect</i> .....	59



SEMARANG  
FEB UNDIP