

## DAFTAR ISI

<b>PERSETUJUAN SKRIPSI.....</b>	ii
<b>PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN.....</b>	iii
<b>PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI.....</b>	iv
<b>MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....</b>	v
<b>ABSTRACT .....</b>	vi
<b>ABSTRAK .....</b>	vii
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	viii
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	xiii
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	xiv
<b>BAB I.....</b>	1
<b>PENDAHULUAN.....</b>	1
1.1 Latar Belakang Masalah .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	11
1.3 Tujuan Penelitian.....	18
1.4 Kegunaan Penelitian.....	18
1.5 Sistematika Penulisan.....	19
<b>BAB II .....</b>	20
<b>TELAAH PUSTAKA.....</b>	20
2.1 Landasan Teori .....	20
2.1.1 Perilaku Konsumen .....	20
2.1.2 <i>Technogly Acceptance Model (TAM)</i> .....	21
2.2 Interaksi Parasosial.....	22
2.2.1 Indikator Interaksi Parasosial.....	23
2.2.2 Hubungan Antar Variabel .....	24
2.3 Persepsi Kegunaan .....	25
2.3.1 Indikator Persepsi Kegunaan .....	26
2.3.2 Hubungan Antar Variabel .....	27
2.4 Persepsi Kenyamanan.....	29
2.4.1 Indikator Persepsi Kenyamanan .....	29
2.4.2 Hubungan Antar Variabel .....	30

2.5 Pembelian Impulsif.....	32
2.5.1 Indikator Pembelian Impulsif .....	33
2.5.2 Hubungan Antar Variabel .....	34
2.6 Penelitian Terdahulu.....	39
2.7 Kerangka Pemikiran .....	42
2.8 Hipotesis .....	42
<b>BAB III.....</b>	<b>43</b>
<b>METODE PENELITIAN .....</b>	<b>43</b>
3.1 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel.....	43
3.1.1 Variabel Penelitian .....	43
3.1.2 Definisi Operasional Variabel.....	44
3.2 Populasi dan Sampel .....	47
3.2.1 Populasi.....	47
3.2.2 Sampel.....	49
3.3 Jenis dan Sumber Data .....	50
3.3.1 Data Primer .....	50
3.3.2 Data Sekunder .....	50
3.4 Teknik Pengumpulan Data .....	51
3.4.1 Kuesioner .....	51
3.4.2 Studi Kepustakaan .....	52
3.5 Teknik Analisis.....	52
3.5.1 Uji Kuesioner .....	52
3.5.2 Analisis Kuantitatif .....	55
3.5.3 Analisis Deskriptif .....	59
<b>BAB IV .....</b>	<b>61</b>
<b>HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>61</b>
4.1 Deskripsi Objek Penelitian .....	61
4.1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian .....	61
4.1.2 Gambaran Umum Responden .....	62
4.2 Analisis Data .....	67
4.2.1 <i>Uji Confirmatory Factor Analysis (CFA)</i> .....	67
4.2.2 Analisis <i>Full Structural Equation Model (SEM)</i> .....	72

4.2.3 Asumsi SEM .....	76
4.2.4 Uji Pengaruh Langsung, Tidak Langsung, dan Total .....	83
4.2.5 Uji Hipotesis .....	85
4.2.6 Analisis Deskriptif Jawaban Responden.....	87
4.3 Interpretasi Hasil .....	92
4.3.1 Pengaruh Interaksi Parasosial terhadap Persepsi Kenyamanan .....	92
4.3.2 Pengaruh Persepsi Kegunaan terhadap Persepsi Kenyamanan.....	93
4.3.3 Pengaruh Persepsi Kenyamanan terhadap Pembelian Impulsif .....	94
4.3.4 Pengaruh Interaksi Parasosial terhadap Pembelian Impulsif .....	94
4.3.5 Pengaruh Persepsi Kegunaan terhadap Pembelian Impulsif.....	95
<b>BAB V.....</b>	<b>96</b>
<b>PENUTUP .....</b>	<b>96</b>
5.1 Kesimpulan.....	96
5.1.1 Kesimpulan Terhadap Masalah Penelitian.....	99
5.1.2 Implikasi Teoritis .....	100
5.1.3 Implikasi Manajerial .....	101
5.2 Keterbatasan .....	103
5.3 Saran .....	104
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>105</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>108</b>