

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
SERTIFIKASI.....	ii
PENGESAHAN TESIS.....	iii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	iv
ABSTRACT	v
ABSTRAK	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Masalah Penelitian	10
1.3 Tujuan Penelitian	11
1.4 Manfaat Penelitian	12
1.5 Sistematika Penelitian.....	12
BAB II TELAAH PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN MODEL	
PENELITIAN	14
2.1 Landasan Teori.....	14
2.1.1 Perilaku Konsumen	14
2.1.2 E-Commerce	14
2.1.3 Model SOR (Stimulus, Organisme dan Respon)	15
2.1.4 Ikatan Relasional	18
2.1.5 Komitmen Afektif	21
2.1.6 Keterlibatan Konsumen	22
2.2 Pengaruh Antar Variabel	23

2.2.1	Pengaruh Ikatan Finansial Terhadap Keterlibatan Konsumen ..	23
2.2.2	Pengaruh Ikatan Sosial Terhadap Keterlibatan Konsumen	24
2.2.3	Pengaruh Ikatan Struktural Terhadap Keterlibatan Konsumen.....	24
2.2.4	Pengaruh Ikatan Finansial Terhadap Komitmen Afektif	25
2.2.5	Pengaruh Ikatan Sosial Terhadap Komitmen Afektif	26
2.2.6	Pengaruh Ikatan Struktural Terhadap Komitmen Afektif.....	26
2.2.7	Pengaruh Komitmen Afektif Terhadap Keterlibatan Konsumen.....	27
2.2.8	Komitmen Afektif Memediasi Ikatan Relasional dan Kerlibatan Konsumen	28
2.3	Penelitian Terdahulu.....	29
2.4	Kerangka Pemikiran Teoritis.....	31
BAB III METODE PENELITIAN		32
3.1	Jenis Penelitian	32
3.2	Jenis dan Sumber Data	32
3.2.1	Data Primer	32
3.2.2	Data Sekunder.....	34
3.3	Populasi dan Sampel	34
3.3.1	Populasi.....	34
3.3.2	Sampel.....	34
3.4	Definisi Operasional	35
3.4.1	Variabel Dependen, Independen dan Intervening.....	35
3.5	Teknik Pengumpulan Data.....	43
3.6	Teknik Analisis Data	44
3.6.1	Evaluasi Asumsi SEM	44
3.6.2	Analisis Persamaan Struktural	45
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....		50
4.1	Identitas Responden	50

4.1.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	50
4.1.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	51
4.1.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	51
4.1.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan.....	52
4.2	Deskriptif Hasil Penelitian.....	52
4.2.1	Analisis Jawaban Variabel Ikatan Finansial	53
4.2.2	Analisis Jawaban Variabel Ikatan Sosial	54
4.2.3	Analisis Jawaban Variabel Ikatan Struktural.....	55
4.2.4	Analisis Jawaban Variabel Komitmen Afektif	56
4.2.5	Analisis Jawaban Terhadap Keterlibatan Konsumen	57
4.2.6	Hasil Jawaban Terbuka Ikatan Finansial.....	58
4.2.7	Hasil Jawaban Terbuka Ikatan Sosial.....	62
4.2.8	Hasil Jawaban Terbuka Ikatan Struktural.....	65
4.2.9	Hasil Jawaban Terbuka Komitmen Afektif.....	68
4.2.10	Hasil Jawaban Terbuka Keterlibatan Konsumen.....	71
4.3	Analisis Structural Equation Model (SEM).....	74
4.3.1	Analisis Faktor Konfirmatori (Confirmatory Factor Analysis)74	
4.3.2	Analisis Persamaan <i>Structural Equation Modeling</i> (SEM)	85
4.3.3	Uji Normalitas Data.....	87
4.3.4	<i>Multivariate Outliers</i>	88
4.3.5	Evaluasi atas nilai residual	89
4.3.6	Uji Validitas.....	90
4.3.7	Reliabilitas dan <i>Variance Extract</i>	92
4.3.8	Analisis Pagaruh Langsung, Pagaruh Tidak Langsung dan Pagaruh Total.....	94
4.3.9	Pengujian Hipotesis Penelitian	95
4.4	Pembahasan	99
4.4.1	Pengaruh Ikatan Finansial Terhadap Ketelibatan Konsumen.....	99
4.4.2	Pengaruh Ikatan Sosial Terhadap Ketelibatan Konsumen...	100

4.4.3	Pengaruh Ikatan Struktural Terhadap Keterlibatan Konsumen.....	101
4.4.4	Pengaruh Ikatan Finansial Terhadap Komitmen Afektif	102
4.4.5	Pengaruh Ikatan Sosial Terhadap Komitmen Afektif	102
4.4.6	Pengaruh Ikatan Struktural Terhadap Komitmen Afektif...	103
4.4.7	Pengaruh Komitmen Afektif Terhadap Keterlibatan Konsumen.....	104
4.4.8	Komitme Afektif Memediasi Ikatan Relasional dan Ketelibatan Konsumen.....	105
BAB V PENUTUP.....		106
5.1	Kesimpulan	106
5.2	Implikasi Manajerial.....	111
5.3	Implikasi Teoritis	113
5.4	Keterbatasan Penelitian.....	114
5.5	Agenda Penelitian Mendatang	115
DAFTAR PUSTAKA		117
LAMPIRAN.....		123