

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
BAB I – PENDAHULUAN.....	1
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
BAB II – TELAAH PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN MODEL.....	21
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
BAB III – METODOLOGI PENELITIAN	38
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
BAB IV – ANALISIS DATA.....		51
4.1	Gambaran Umum Obyek Penelitian dan Data Deskriptif.....	51
4.2	Proses dan Hasil Analisis/Komputasi Data	53
BAB V - PENUTUP		61
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>bootstraping</i> pada <i>specific direct effect</i>	58
Tabel 4.6 Hasil <i>bootstraping</i> pada <i>specific indirect effect</i>	59