

DAFTAR ISI

| | |
|-----------------------------------|------|
| HALAMAN JUDUL | i |
| SERTIFIKASI | ii |
| HALAMAN PENGESAHAN TESIS..... | iii |
| <i>ABSTRACT</i> | iv |
| ABSTRAK | v |
| KATA PENGANTAR | vi |
| DAFTAR ISI | viii |
| DAFTAR TABEL | xi |
| DAFTAR GAMBAR | xiii |
| BAB I PENDAHULUAN | 1 |
| 1.1 Latar Belakang | 1 |
| 1.2 Fenomena Bisnis | 9 |
| 1.3 Rumusan Masalah Masalah | 12 |
| 1.4 Tujuan Penelitian..... | 12 |
| 1.5 Manfaat Penelitian..... | 13 |
| BAB II TELAAH PUSTAKA..... | 14 |
| 2.1 <i>E-commerce</i> | 14 |
| 2.2 Keamanan | 16 |
| 2.3 Kemudahan | 17 |
| 2.4 Citra Merek | 18 |
| 2.5 Keputusan Pembelian | 22 |

| | | |
|--|---|----|
| 2.6 | Penelitian Terdahulu..... | 27 |
| 2.7 | Kerangka Berpikir | 29 |
| 2.8 | Indikator Variabel Keamanan | 30 |
| 2.9 | Indikator Variabel Kemudahan | 31 |
| 2.10 | Indikator Variabel Citra Merek..... | 32 |
| 2.11 | Indikator Variabel Keputusan Pembelian..... | 32 |
| 2.12 | Definisi Operasional Variabel..... | 33 |
| 2.13 | <i>Logical Connection</i> | 36 |
| BAB III METODE PENELITIAN | | 41 |
| 3.1 | Jenis dan Sumber Data | 41 |
| 3.1.1 | Jenis Data | 41 |
| 3.1.2 | Sumber Data | 41 |
| 3.2 | Populasi dan Sampel..... | 42 |
| 3.3 | Metode Pengumpulan Data..... | 43 |
| 3.4 | Metode Analisis Data | 44 |
| 3.4.1 | Analisis Konfirmatori..... | 44 |
| 3.4.2 | Analisis Inferensial | 45 |
| BAB IV ANALISA DATA DAN PEMBAHASAN | | 55 |
| 4.1 | Pendahuluan..... | 55 |
| 4.2 | Profil Responden..... | 56 |
| 4.2.1. | Berdasarkan Jenis Kelamin | 56 |
| 4.2.2. | Berdasarkan Usia | 57 |
| 4.2.3. | Berdasarkan Pendidikan Terakhir..... | 57 |

| | | |
|--------|---|----|
| 4.2.4. | Berdasarkan Pekerjaan | 58 |
| 4.2.4. | Frekuensi Pembelian Produk Shopee | 60 |
| 4.3 | Analisis Data | 60 |
| 4.3.1 | Evaluasi Atas Asumsi SEM..... | 60 |
| 4.3.2 | Ukuran Sampel | 60 |
| 4.3.3. | Normalitas Data | 60 |
| 4.3.4 | Multivariate Outliers | 61 |
| 4.3.5. | Multikolinearitas dan Singularitas | 62 |
| 4.4 | Analisis Faktor Konfirmatori | 60 |
| 4.4.1 | Analisis Faktor Konfirmatori Konstruk Eksogen | 64 |
| 4.4.2 | Analisis Faktor Konfirmatori Konstruk Ensogen | 66 |
| 4.4.3. | <i>Structural Equation Model</i> (SEM) | 67 |
| 4.5 | Uji Validitas Konstruk..... | 74 |
| 4.5.1 | Convergent Validity | 74 |
| 4.5.2 | Variance Extracted..... | 75 |
| 4.5.3. | <i>Construct Reliability</i> | 76 |
| 4.5.4. | Uji Discriminant Validity | 77 |
| 4.6 | Pengujian Hipotesis | 79 |
| 4.6.1. | Pengujian Hipotesis 1 | 79 |
| 4.6.2. | Pengujian Hipotesis 2..... | 80 |
| 4.6.3. | Pengujian Hipotesis 3..... | 80 |
| 4.6.4. | Pengujian Hipotesis 4..... | 81 |
| 4.6.5. | Pengujian Hipotesis 5..... | 81 |

| | | |
|----------------------|---|----|
| 4.7 | Pengaruh Langsung dan Tidak Langsung..... | 82 |
| 4.7.1. | Pengaruh Langsung..... | 82 |
| 4.7.2. | Pengaruh Tidak Langsung..... | 83 |
| BAB V PENUTUP | | 85 |
| 5.1 | Ringkasan Penelitian..... | 84 |
| 5.2 | Kesimpulan dari Hipotesis Penelitian..... | 85 |
| 5.2.1. | Pengaruh Keamanan terhadap Keputusan Pembelian Online..... | 85 |
| 5.2.2. | Pengaruh Kemudahan terhadap Keputusan Pembelian Online .. | 86 |
| 5.2.3. | Pengaruh Keamanan terhadap Citra Merek..... | 86 |
| 5.2.4. | Pengaruh Kemudahan terhadap Citra Merek..... | 87 |
| 5.2.5. | Pengaruh Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Online .. | 87 |
| 5.3 | Kontribusi Teori | 88 |
| 5.4 | Implikasi Manajerial | 89 |
| 5.5 | Keterbatasan Penelitian | 93 |
| 5.6 | Agenda Penelitian Mendatang..... | 93 |
| DAFTAR PUSTAKA | | 94 |