

DAFTAR ISI

Halaman Judul.....	i
Sertifikasi	ii
Halaman Pengesahan Tesis	iii
Halaman Motto.....	iv
<i>Abstract</i>	v
Abstrak	vi
Kata Pengantar	vii
Daftar Isi.....	ix

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Perumusan Masalah	6
1.3 Tujuan Penelitian	7
1.4 Kegunaan Penelitian.....	8
1.4.1 Kegunaan Praktis	8
1.4.2 Kegunaan Teoritis	9

BAB II LANDASAN TEORI

2.1 Perilaku Konsumen	10
2.2 Resiko.....	11
2.3 Harga.....	13
2.4 Gaya Hidup	16
2.5 Kepercayaan.....	19
2.6 Kepuasan Konsumen.....	21
2.7 Keputusan Pembelian.....	22
2.8 Pengembangan Hipotesis	25
2.8.1 Pengaruh resiko terhadap keputusan pembelian <i>online</i>	25
2.8.2 Pengaruh persepsi harga terhadap keputusan pembelian <i>online</i>	25
2.8.3 Pengaruh gaya hidup terhadap keputusan pembelian <i>online</i>	26

2.8.4 Kepercayaan berpengaruh terhadap keputusan pembelian <i>online</i> ...	27
2.8.5 Kepuasan memoderasi resiko, harga, gaya hidup, kepercayaan, dan keputusan pembelian secara <i>online</i>	28
2.9 Kerangka	29

BAB III METODE PENELITIAN

3.1 Obyek Penelitian	35
3.2 Populasi dan Sampel	35
3.3 Jenis dan Sumber Data.....	36
3.4 Definisi Operasional	36
3.5 Teknik Pengumpulan Data.....	38
3.6 Teknik Analisis Data.....	38
3.6.1 Uji Validitas dan Reliabilitas	39
3.6.2 Analisis PLS SEM	40

BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN

4.1 Pengujian Instrumen	42
4.1.1 Validitas Instrumen	42
4.1.2 <i>Construct Reliability and Validity</i>	44
4.2 Karakteristik Demografi Responden.....	44
4.3 Pengukuran Bagian Dalam	45
4.4 Pengaruh Antar Variabel.....	47
4.4.1 Nilai t	47
4.4.2 Nilai f	48
4.4.3 Variabel Pemoderasi	49
4.5 Pengujian Hipotesis	49
4.5.1 Persamaan Penelitian	50
4.6 Pembahasan.....	51

BAB V PENUTUP

5.1 Kesimpulan atas Hipotesis Penelitian.....	55
---	----

5.2 Implikasi Manajerial	56
5.3 Kesimpulan atas Masalah Penelitian.....	58
5.4 Keterbatasan Penelitian.....	59
5.5 Rekomendasi Untuk Penelitian Selanjutnya	59
DAFTAR PUSTAKA	61