

## DAFTAR ISI

Lembar Judul.....	i
Lembar Pengesahan .....	ii
Lembar Pernyataan.....	iii
Kata Pengantar .....	iv
Daftar Isi .....	v
Daftar Tabel .....	viii
Daftar Gambar.....	ix
Daftar Lampiran .....	x
Intisari .....	xi
Abstract .....	xii
<b>BAB I.....</b>	<b>1</b>
<b>PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1. Latar Belakang Masalah .....	1
1.2. Rumusan Masalah.....	4
1.3. Pertanyaan Penelitian.....	5
1.4. Tujuan Penelitian .....	5
1.5. Manfaat Penelitian.....	6
1.6. Lingkup Penelitian.....	7
1.7. Sistematika Penelitian.....	7
<b>BAB II LANDASAN TEORI .....</b>	<b>9</b>
2.1. Terapi Retail Daring .....	9
2.2. S-O-R Model.....	10
2.2.1 <i>Stimulus</i> .....	12
2.2.2 <i>Organism</i> .....	15
2.2.3 <i>Response</i> .....	17
2.3. Kajian Penelitian Terdahulu.....	18
2.4. Pengembangan Hipotesis .....	20
2.4.1. Estetika – Sikap Pada Toko Belanja Daring.....	20
2.4.2. Estetika – Penguatan Suasana Hati Positif & .....	21
Pengurangan Suasana Hati negatif	

2.4.3. Daya Tatik Model – Sikap Pada Toko Belanja Daring .....	21
2.4.4. Daya Tarik Model – Penguatan Suasana Hati Positif & .....	22
Pengurangan Suasana Hati Negatif	
2.4.5. Penguatan Suasana Hati Positif & Pengurangan Suasana Hati Negatif-	23
Sikap Pada Toko Belanja Daring	
2.6. Kerangka Penelitian.....	24
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN .....</b>	<b>25</b>
3.1. Desain Penelitian .....	25
3.2. Operasionalisasi Variabel .....	25
3.3. Metode Pengumpulan Data.....	27
3.4. Instrumen Penelitian .....	29
3.5. Metoda Analisis Data .....	31
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>34</b>
4.1. Pengumpulan Data .....	34
4.2 Analisis Data Responden .....	34
4.2.1 Profil Responden .....	34
4.2.1.1 Profil Responden Menurut Jenis Kelamin....	34
4.2.1.2 Profil Responden Menurut Usia.....	35
4.2.1.3 Profil Responden Menurut Pendidikan Terakhir...	35
4.2.1.4 Profil Responden Menurut Pekerjaan....	36
4.2.1.5 Profil Responden Menurut Pendapatan Perbulan..	37
4.2.2 Perilaku Responden.....	37
4.2.2.1 Frekuensi Pembelian Produk Fesyen Secara Daring.....	37
4.2.2.2 Media Belanja Produk Fesyen Secara Daring .....	38
4.3 Hasil Uji Instrumen.....	39
4.3.1 Hasil Uji Validitas .....	39
4.3.2 Hasil Uji Realibitas.....	41
4.4 Analisis Statistik Deskriptif.....	41
4.5 Hasil Analisis Data.....	47
4.5.1 Hasil Pengujian Model Struktural ( <i>inner model</i> ) .....	47
4.5.2 Hasil Pengujian Hipotesis.....	49
4.6 Diskusi dan Pembahasan.....	53

<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>56</b>
5.1. Kesimpulan .....	56
5.2. Implikasi Manajerial Penelitian.....	57
5.3. Keterbatasan Penelitian... ..	58
5.4. Saran.....	58
<b>Daftar Pustaka.....</b>	<b>59</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1. Kajian Penelitian Terdahulu.....	18
Tabel 3.1. Definisi Operasional.....	26
Tabel 3.2. Ukuran Sampel Minimal untuk Analisis SEM.....	29
Tabel 4.1. Jumlah Tanggapan Responden .....	34
Tabel 4.2. Hasil Analisis Profil Responden Menurut Jenis Kelamin .....	34
Tabel 4.3. Hasil Analisis Profil Responden Menurut Usia .....	35
Tabel 4.4. Hasil Analisis Profil Responden Menurut Pendidikan Terakhir .....	35
Tabel 4.5. Hasil Analisis Profil Responden Menurut Pekerjaan .....	36
Tabel 4.6. Hasil Analisis Profil Responden Menurut Pendapatan Perbulan .....	37
Tabel 4.7. Frekuensi Pembelian Produk Fesyen Secara Daring.....	37
Tabel 4.8. Media Belanja Produk Fesyen Secara Daring.....	38
Tabel 4.9. Hasil Uji Validitas Konvergen Nilai <i>Loading Factors</i> .....	39
Tabel 4.10. Hasil Uji Validitas Konvergen Nilai AVE .....	40
Tabel 4.11. Hasil Uji Validitas Diskriminan .....	40
Tabel 4.12 Hasil Uji Reliabilitas .....	41
Tabel 4.13. Deskripsi Tanggapan Responden Terhadap Estetika.....	42
Tabel 4.14 Deskripsi Tanggapan Responden Terhadap Daya Tarik Model .....	43
Tabel 4.15 Deskripsi Tanggapan Responden Terhadap Penguatan Suasana Hati Postif .....	44
Tabel 4.16 Deskripsi Tanggapan Responden Terhadap Pengurangan Suasana Hati Negatif .....	45
Tabel 4.17 Deskripsi Tanggapan Responden Terhadap Sikap Pada Toko Belanja Daring .....	46
Tabel 4.18 <i>R-Square</i> .....	48
Tabel 4.19 <i>Outer Model T-Statistic</i> .....	50
Tabel 4.20 <i>Total Effects (Mean, STDEV, T-Values, P-Values)</i> .....	50
Tabel 4.21 Pengujian Hipotesis .....	51

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1. Model Penelitian .....	24
Gambar 4.1. Tampilan Output Model Pengukuran.....	47
Gambar 4.2. <i>Output Bootstrap</i> .....	49

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner .....	68
Lampiran 2. Analisis Model Pengukuran dan Model Struktural .....	72