

DAFTAR ISI

COVER	i
HALAMAN PENGANTAR	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xii
INTISARI	xiii
ABSTRACT.....	xiv
 I. PENDAHULUAN	 1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	5
1.3. Tujuan Penelitian.....	7
1.4. Manfaat Penelitian.....	7
 II. TINJAUAN PUSTAKA DAN LANDASAN TEORI	 9
2.1. Tinjauan Pustaka	9
2.1.1. Penggunaan Teknologi Digital dalam Kegiatan Belanja <i>Online</i>	9
2.1.2. Dampak Covid-19 Terhadap Konsumsi dan Pembelian Buah Segar	12
2.1.3. Pengaruh Sikap Konsumen Terhadap Pembelian Produk	13
2.1.4. Pengaruh Norma Subjektif Terhadap Pembelian Produk.....	15
2.1.5. Pengaruh Persepsi Pengendalian Perilaku Terhadap Pembelian Produk ..	17
2.1.6. Pengaruh Intensi Pembelian Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk	18
2.2. Landasan Teori	20
2.2.1. Atribut Produk	20
2.2.2. Model <i>Theory of Planned Behavior</i> (TPB)	21
2.2.3. Sikap (<i>Attitude</i>).....	22
2.2.4. Norma Subjektif (<i>Subjective Norms</i>).....	24
2.2.5. Persepsi Pengendalian Perilaku (<i>Perceived Behavioral Control</i>)	25
2.2.6. Intensi Pembelian	26
2.2.7. Keputusan Pembelian	27
2.2.8. Pemasaran Digital.....	28
2.3. Kerangka Pemikiran	34
2.4. Hipotesis	37
 III. METODE PENELITIAN	 38
3.1. Metode Dasar	38
3.2. Metode Pengambilan Sampel.....	38
3.2.1. Lokasi Penelitian	38
3.2.2. Penentuan Sampel.....	39

3.3.	Jenis dan Sumber Data	39
3.3.1.	Data Primer.....	39
3.3.2.	Data Sekunder.....	39
3.4.	Teknik Pengumpulan Data	40
3.4.1.	Kuesioner (<i>Online</i> melalui Google Form).....	40
3.4.2.	Studi Pustaka	40
3.5.	Asumsi dan Batasan Penelitian	40
3.6.	Konseptualisasi dan Pengukuran Variabel	41
3.7.	Metode Analisis Data	50
3.7.1.	Uji Kelayakan Instrumen.....	50
3.7.2.	Uji Hipotesis	52
IV.	KEADAAN UMUM DAERAH PENELITIAN	57
4.1.	Kondisi Fisik Wilayah.....	57
4.2.	Struktur Penduduk.....	58
4.2.1.	Struktur Penduduk Berdasarkan Jenis Kelamin	58
4.2.2.	Struktur Penduduk Berdasarkan Usia.....	59
4.2.3.	Struktur Penduduk Berdasarkan Tingkat Pendidikan.....	59
4.2.4.	Struktur Penduduk Berdasarkan Status dan Jenis Pekerjaan.....	60
V.	KARAKTERISTIK RESPONDEN	62
5.1.	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	62
5.2.	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	62
5.3.	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir.....	64
5.4.	Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili	65
5.5.	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	65
5.6.	Karakteristik Responden Berdasarkan Status Pernikahan.....	66
5.7.	Karakteristik Responden Berdasarkan Jumlah Anggota Keluarga	66
5.8.	Karakteristik Responden Berdasarkan Jumlah Orang yang Tinggal Bersama.....	67
5.9.	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan Per-bulan	68
5.10.	Karakteristik Responden Berdasarkan Pengeluaran Dalam Satu Kali Pembelian Buah Segar Secara <i>Online</i>	68
5.11.	Karakteristik Responden Berdasarkan <i>Platform Online</i> Penjual Buah Segar.....	69
5.12.	Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi Pembelian.....	70
VI.	HASIL DAN PEMBAHASAN	71
6.1.	Uji Validitas	71
6.2.	Uji Reliabilitas.....	76
6.3.	Analisis Sikap, Norma Subjektif, dan Persepsi Pengendalian Perilaku Terhadap Keputusan Pembelian Buah Segar Secara <i>Online</i>	76
6.4.	Analisis Intensi Pembelian Terhadap Keputusan Pembelian Buah Segar Secara <i>Online</i>	79
6.5.	Analisis Keputusan Pembelian.....	81
6.6.	Uji Hipotesis.....	82
6.6.1.	Analisis Jalur Model I ($Z = \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \epsilon_1$).....	82
6.6.2.	Analisis Jalur Model II ($Y = \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \beta_4 Z + \epsilon_2$).....	84
6.6.3.	Uji Sobel	86
6.6.4.	Diagram Analisis Jalur	87



6.7. Analisis Pengaruh.....	88
VII. PENUTUP.....	96
7.1. Kesimpulan.....	96
7.2. Saran.....	96
DAFTAR PUSTAKA	98
LAMPIRAN.....	108