

DAFTAR ISI

SKRIPSI	1
PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI	3
KATA PENGANTAR	4
HALAMAN PERSEMBAHAN	6
DAFTAR ISI	7
DAFTAR GAMBAR	11
DAFTAR TABEL	12
ABSTRAK	13
ABSTRACT	14
BAB I	15
PENDAHULUAN	15
1.1 Latar Belakang	15
1.2 Rumusan Masalah	20
1.3 Pertanyaan Penelitian	23
1.4 Tujuan Penelitian	23
1.5 Manfaat Penelitian	24
1.6 Ruang Lingkup Penelitian	25
1.6.1 Model Penelitian	25
1.6.2 Objek Penelitian	25
1.6.3 Lokasi Penelitian	26
1.7 Kesimpulan	26
BAB II	27
LANDASAN TEORI DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS	27
2.1 Pendahuluan	27
2.2 Landasan Teori	27
2.2.1 Cognition-Affect-Behavior	27
2.2.2 Konflik Kognitif (Cognitive Conflicts)	28
2.2.2.1 Konflik Intrapersonal (Intrapersonal Conflicts)	30
2.2.2.1.1 Atribut Positif dan Negatif	30
2.2.2.2 Konflik Interpersonal (Interpersonal Conflicts)	31
2.2.3 Ambivalensi Emosional (Emotional Ambivalence)	33
2.2.4 Mobile Shopping Cart Abandonment	34
2.3 Pengembangan Hipotesis	36

2.3.1 Hubungan Konflik Kognitif dan Ambivalensi Emosional	36
2.3.1.1 Hubungan Atribut Positif dan Ambivalensi Emosional	36
2.3.1.2 Hubungan Atribut Negatif dan Ambivalensi Emosional	37
2.3.1.3 Hubungan Konflik Interpersonal dan Ambivalensi Emosional	37
2.3.2 Hubungan Ambivalensi Emosional dan Mobile Shopping Cart Abandonment	38
2.4 Kerangka penelitian	39
2.5 Kesimpulan	40
BAB III	41
METODE PENELITIAN	41
3.1 Pendahuluan	41
3.2 Desain Penelitian	41
3.3 Populasi dan Sampel	42
3.3.1 Populasi	42
3.3.2 Metode Pengambilan Sampel dan Jumlah Sampel	43
3.3.3 Ukuran Sampel	43
3.4 Definisi Operasional dan Pengukuran	44
3.4.1 Atribut Positif dan Negatif Mobile Shopping	44
3.4.2 Konflik Interpersonal	45
3.4.3 Ambivalensi Emosional	47
3.4.4 Mobile Shopping Cart Abandonment	48
3.5 Metode Pengumpulan Data	49
3.6 Instrumen Penelitian	49
3.7 Pengujian Model Penelitian	52
3.7.1 Uji Validitas	52
3.7.2 Uji Reliabilitas	53
3.8 Evaluasi Model Struktural (Inner Model)	54
3.8.1 R-Square	54
3.8.2 F-Square	55
3.9 Model Fit	55
3.10 Pengujian Hipotesis	55
3.11 Uji Instrumen Sampel Kecil	56
3.11.1 Data Kualitatif	56
3.11.2 Uji Validitas	58

3.11.3 Uji Reliabilitas	61
3.12 Kesimpulan	62
BAB IV	63
4.1 Pendahuluan	63
4.2 Hasil Pengumpulan Data	63
4.3 Profil Responden	64
4.4 Evaluasi Model Pengukuran (Outer Model)	68
4.4.1 Uji Validitas	68
4.4.2 Uji Reliabilitas	74
4.5 Statistik Deskriptif	75
4.6 Analisis Model Struktural (Inner Model)	77
4.6.1 Koefisien Determinasi (R-Square)	77
4.6.2 Uji Kecocokan Model / Model Fit	79
4.6.3 Pengujian Hipotesis (Path Coefficients)	80
4.6.3.1 Hipotesis Satu (H1): Atribut positif secara negatif memengaruhi ambivalensi emosional.	81
4.6.3.2 Hipotesis Dua (H2): Atribut negatif secara positif memengaruhi ambivalensi emosional.	81
4.6.3.3 Hipotesis Tiga (H3): Konflik interpersonal secara positif memengaruhi ambivalensi emosional.	82
4.6.3.4 Hipotesis Empat (H4): Ambivalensi emosional secara positif memengaruhi kemungkinan mobile shopping cart abandonment.	82
4.6.4 Effect Size (f^2)	84
4.7 Pembahasan	85
4.7.1 Hipotesis Satu (H1): Atribut positif secara negatif memengaruhi ambivalensi emosional.	85
4.7.2 Hipotesis Dua (H2): Atribut negatif secara positif memengaruhi ambivalensi emosional.	88
4.7.3 Hipotesis Tiga (H3): Konflik interpersonal secara positif memengaruhi ambivalensi emosional.	89
4.7.4 Hipotesis Empat (H4): Ambivalensi emosional secara positif memengaruhi kemungkinan mobile shopping cart abandonment.	90
4.9 Kesimpulan	91
BAB V	93
5.1 Kesimpulan	93
5.2 Implikasi Manajerial	94

5.3 Keterbatasan dan Saran Penelitian Selanjutnya	96
REFERENSI	98
LAMPIRAN 104	