

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	i
LEMBAR PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI.....	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR TABEL	xii
LAMPIRAN.....	xiii
ABSTRAK	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Perumusan Masalah	10
1.2.1 Kesenjangan Empiris	12
1.2.2 Kesenjangan Teoritis	18
1.3 Pertanyaan Penelitian.....	24
1.4 Tujuan Penelitian	25
1.5 Lingkup Penelitian.....	25
BAB II LANDASAN TEORI DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS	26
2.1 Profil Setiap Variabel dan Teori Dasar	26
2.1.1 Teori Sinyal	26
2.1.2 Teori Informasi Merambah	28
2.1.3 Fitur Tayangan langsung	29
2.1.4 Ketidakpastian Produk	32

2.1.5 Kebetulan	34
2.1.6 Niat Pembelian	36
2.2 Pengaruh Fitur Tayangan Langsung Terhadap Ketidakpastian	
Produk.....	37
2.2.1 Pengaruh Interaksi Langsung Terhadap Ketidakpastian Kualitas Produk.....	37
2.2.2 Pengaruh Interaksi Langsung Terhadap Ketidakpastian Kecocokan Produk.....	40
2.2.3 Pengaruh Interaktivitas Produk Terhadap Ketidakpastian Kualitas Produk.....	43
2.2.4 Pengaruh Interaktivitas Produk Terhadap Ketidakpastian Kecocokan Produk.....	46
2.2.5 Pengaruh Keaslian yang Dipersepsikan Terhadap Ketidakpastian Kualitas Produk	49
2.2.6 Pengaruh Keaslian yang Dipersepsikan Terhadap Ketidakpastian Kecocokan Produk.....	52
2.3 Pengaruh Ketidakpastian Produk Terhadap Niat Pembelian	54
2.3.1 Pengaruh Ketidakpastian Kualitas Produk Terhadap Niat Pembelian	54
2.3.2 Pengaruh Ketidakpastian Kecocokan Produk Terhadap Niat Pembelian	57
2.4 Pengaruh Fitur Tayangan Langsung Terhadap Kebetulan	60

2.4.1 Pengaruh Interaksi Langsung Terhadap Kebetulan.....	60
2.4.2 Pengaruh Interaktivitas Produk Terhadap Kebetulan.....	63
2.5 Pengaruh Kebetulan Terhadap Niat Pembelian	66
2.6 Model Penelitian.....	68
BAB III METODE RISET	77
3.1 Pendekatan Riset.....	77
3.2 Definisi Operasional & Pengukuran	78
3.2.1 Interaksi Langsung	78
3.2.2 Interaktivitas Produk	79
3.2.3 Keaslian yang Dipersepsikan	80
3.2.4 Ketidakpastian Kualitas Produk	81
3.2.5 Ketidakpastian Kecocokan Produk	82
3.2.6 Kebetulan	83
3.2.7 Niat Pembelian	84
3.2.8 Skala Pengukuran.....	84
3.3 Desain Pengambilan Sampel	85
3.3.1 Teknik Pengambilan Sampel.....	85
3.3.2 Populasi dan Sampel	85
3.3.3 Ukuran Sampel.....	86
3.3.4 Daerah Sebaran Sampel	86
3.4 Skema Penyebaran Kuesioner	87

3.5	Profil Responden	87
3.6	Objek Riset	90
3.7	Metode Pengumpulan Data	97
3.8	Instrumen Riset	98
3.9	Metode Analisis Data	98
3.9.1	Metode SEM PLS	99
3.9.2	Pengujian Instrumen.....	100
3.9.3	Langkah Pengujian SEM PLS.....	102
3.9.4	Alat Analisis Data.....	107
BAB IV	ANALISIS DATA.....	108
4.1	Kualitas Data Riset	108
4.1.1	Analisis Deskriptif.....	108
4.1.2	Matriks Korelasi.....	109
4.2	Evaluasi Model Pengukuran	111
4.2.1	Uji Reliabilitas	111
4.2.2	Uji Validitas Konvergen	111
4.2.3	Uji Validitas Diskriminan.....	113
4.3	Evaluasi Model Struktural	115
4.3.1	Uji R-Square	115
4.3.2	Uji F-Square	116
4.4	Uji Kecocokan Model.....	117
4.5	Pengujian Hipotesis.....	118

4.5.1 Pembahasan Hasil Pengujian Hipotesis Satu	119
4.5.2 Pembahasan Hasil Pengujian Hipotesis Dua.....	122
4.5.3 Pembahasan Hasil Pengujian Hipotesis Tiga	125
4.5.4 Pembahasan Hasil Pengujian Hipotesis Empat.....	127
4.5.5 Pembahasan Hasil Pengujian Hipotesis Lima.....	129
4.5.6 Pembahasan Hasil Pengujian Hipotesis Enam.....	131
4.5.7 Pembahasan Hasil Pengujian Hipotesis Tujuh.....	133
4.5.8 Pembahasan Hasil Pengujian Hipotesis Delapan.....	135
4.5.9 Pembahasan Hasil Pengujian Hipotesis Sembilan	138
4.5.10 Pembahasan Hasil Pengujian Hipotesis Sepuluh	140
4.5.11 Pembahasan Hasil Pengujian Hipotesis Sebelas	143
4.6 Ringkasan Pengujian Semua Hipotesis.....	147
BAB V KESIMPULAN.....	151
5.1 Kesimpulan	151
5.2 Kontribusi Teoritis	154
5.3 Implikasi Manajerial	156
5.4 Keterbatasan riset dan Arah Riset Mendatang.....	157
DAFTAR PUSTAKA.....	159
LAMPIRAN.....	173