

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
KATA PENGANTAR	iv
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR TABEL.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	x
DAFTAR LAMPIRAN.....	xi
INTISARI.....	xii
ABSTRAK	xiii
<i>ABSTRACT</i>	xiv
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah	17
1.3 Pertanyaan Penelitian	19
1.4 Tujuan Penelitian.....	20
1.5 Manfaat Penelitian.....	21
1.6 Lingkup Penelitian.....	23
BAB II LANDASAN TEORI	25
2.1 Tinjauan Literatur.....	26
2.1.1 Teori <i>Stimulus-Organism-Response</i> (S-O-R)	26
2.1.2 Pengalaman Belanja Online	28
2.1.3 Loyalitas Kesikapan terhadap <i>Platform E-commerce</i>	31
2.1.4 Perbedaan Loyalitas Kesikapan (<i>Attitudinal Loyalty</i>) dan Loyalitas Perilaku (<i>Behavioral Loyalty</i>).....	33

2.1.5	Kontrol Diri (<i>Self-control</i>)	35
2.1.6	Pembelian Impulsif Online (<i>Online Impulsive Buying</i>)	38
2.2.	Pengembangan Hipotesis.....	40
2.3.	Kajian Penelitian Terdahulu	49
2.4.	Model Penelitian.....	53
BAB III METODA PENELITIAN		54
3.1	Desain Penelitian	54
3.2	Metode Pengumpulan Data	56
3.3	Definisi Operasional dan Indikator Instrumen Penelitian	59
3.4	Metode Analisis Data	64
BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN.....		72
4.1	Hasil Pengumpulan Data	72
4.2	Deskripsi Responden Penelitian	73
4.3	Karakteristik Responden	73
4.4	Statistik Deskriptif.....	78
4.5	Uji Statistik dan Hasil.....	82
2.5.1	Outer Model	82
2.5.2	Inner Model	88
4.6	Pengujian Hipotesis	90
4.7	Diskusi dan Pembahasan Uji Hipotesis.....	95
4.8	Analisis Berdasarkan Kelompok Usia (<i>Gen Z dan Milenial</i>).....	121
BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....		124
5.1	Simpulan.....	124
5.2	Implikasi Manajerial.....	128
5.3	Keterbatasan Penelitian	132

5.4	Saran Penelitian Mendatang	133
	DAFTAR PUSTAKA	135
	DAFTAR LAMPIRAN	142