UNIVERSITAS
GADJAH MADA
Analisis Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Perilaku Pembelian E-Commerce (Studi Pada Gen Z di Yogyakarta)
Muhammad Fardan Arrizieq, Hardo Basuki, Dr., M.Soc.Sc., CSA., CA.
Universitas Gadjah Mada, 2026 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN ii
HALAMAN PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI iii
KATA PENGANTAR iv
DAFTAR ISI v
DAFTAR TABEL viii
DAFTAR GAMBAR ix
DAFTAR LAMPIRAN x
ABSTRAK xi
BAB I PENDAHULUAN 14
1.1 Latar Belakang 14
1.2 Rumusan Masalah 18
1.3 Pertanyaan Penelitian 19
1.4 Tujuan Penelitian 20
1.5 Manfaat Penelitian 21
1.6 Lingkup Penelitian 22
1.6.1 Model Penelitian 22
1.6.2 Objek Penelitian 23
1.6.3 Subjek Penelitian 23
1.6.4 Lokasi Penelitian 23
BAB II LANDASAN TEORI 25
2.1 Landasan Teori 25
2.1.1 *Theory of Planned Behavior* 25
2.1.2 *Protection Motivation Theory* 27
2.1.3 Perilaku Pembelian *E-Commerce* 28
2.1.4 Vulnerabilitas (*Vulnerability*) 28
2.1.5 Ketidakpastian (*Uncertainty*) 29
2.2 Tinjauan Pustaka 31
2.3 Perumusan Hipotesis 34

UNIVERSITAS
GADJAH MADA
Analisis Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Perilaku Pembelian E-Commerce (Studi Pada Gen Z di Yogyakarta)
Muhammad Fardan Arrizieq, Hardo Basuki, Dr., M.Soc.Sc., CSA., CA.
Universitas Gadjah Mada, 2026 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

2.3.1 Pengaruh Kurangnya Pengetahuan Terhadap Perilaku Pembelian *E Commerce*..... 34
2.3.2 Pengaruh Kurangnya Keterampilan Terhadap Perilaku Pembelian *E-Commerce*..... 35
2.3.3 Pengaruh Ketidakpastian Terhadap Perilaku Pembelian *E-Commerce* 35
2.3.4 Pengaruh Persepsi Kontrol Perilaku Terhadap Perilaku Pembelian *E-Commerce*..... 36
2.4 Kerangka Penelitian 38
BAB III METODE PENELITIAN..... 41
3.1 Strategi Penelitian 41
3.2 Definisi Operasional dan Pengukuran..... 41
3.2.1 Kurangnya Pengetahuan..... 41
3.2.2 Kurangnya Keterampilan 42
3.2.3 Ketidakpastian..... 44
3.2.4 Persepsi Kontrol Perilaku..... 45
3.2.5 Perilaku Pembelian *E-Commerce*..... 46
3.3 Desain Pengambilan Sampel..... 47
3.3.1 Metode Pengambilan Sampel..... 47
3.3.2 Populasi 48
3.3.3 Unit Sampel..... 48
3.3.4 Ukuran Sampel..... 49
3.3.5 Daerah Sebaran Ukuran Kuesioner..... 49
3.4 Skema Penyebaran Kuesioner..... 49
3.5 Profil Responden..... 50
3.6 Metode Pengumpulan Data..... 52
3.7 Instrumen Penelitian..... 52
3.8 Metode Analisis Data 53
3.8.1 Evaluasi Model Pengukuran..... 53
3.8.2 Evaluasi Model Struktural..... 55
3.8.3 *Goodness of Fit* 56
3.8.4 Pengujian Hipotesis..... 56

UNIVERSITAS
GADJAH MADA
Analisis Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Perilaku Pembelian E-Commerce (Studi Pada Gen Z di Yogyakarta)
Muhammad Fardan Arrizieq, Hardo Basuki, Dr., M.Soc.Sc., CSA., CA.
Universitas Gadjah Mada, 2026 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN 58
4.1 Kualitas Data Penelitian 58
4.1.1 Statistik Deskriptif 58
4.1.2 Korelasi Antar Variabel 62
4.2 Evaluasi Model Pengukuran 63
4.2.1 Uji Validitas 63
4.2.2 Uji Reliabilitas 66
4.3 Evaluasi Model Struktural 68
4.3.1 *R-Square* 68
4.3.2 *F-Square* 69
4.4 *Goodness of fit* 71
4.5 Pengujian Hipotesis dan Diskusi 71
4.5.1 Hipotesis Satu 72
4.5.2 Hipotesis Dua 73
4.5.3 Hipotesis Tiga 75
4.5.4 Hipotesis Empat 76
4.6 Ringkasan Pengujian Hipotesis 77
BAB V KESIMPULAN 80
5.1 Kesimpulan 80
5.2 Implikasi Manajerial 81
5.3 Keterbatasan Penelitian 83
5.4 Rekomendasi Penelitian Selanjutnya 84
DAFTAR PUSTAKA 86
LAMPIRAN 92

UNIVERSITAS
GADJAH MADA
Analisis Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Perilaku Pembelian E-Commerce (Studi Pada Gen Z di Yogyakarta)
Muhammad Fardan Arrizieq, Hardo Basuki, Dr., M.Soc.Sc., CSA., CA.
Universitas Gadjah Mada, 2026 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Tinjauan Pustaka 31
Tabel 3. 1 Pengukuran Variabel Kurangnya Pengetahuan 42
Tabel 3. 2 Pengukuran Variabel Kurangnya Keterampilan 43
Tabel 3. 3 Pengukuran Variabel Ketidakpastian 45
Tabel 3. 4 Pengukuran Variabel Persepsi Kontrol Perilaku 46
Tabel 3. 5 Pengukuran Variabel Perilaku Pembelian *E-Commerce* 47
Tabel 3. 6 Profil Responden 50
Tabel 3. 7 Profil Responden Lanjutan 51
Tabel 4. 1 Statistik Deskriptif Berdasarkan Variabel 59
Tabel 4. 2 Statistik Deskriptif Berdasarkan Butir Pengukur Variabel 60
Tabel 4. 3 Statistik Deskriptif Berdasarkan Butir Pengukur Variabel (Lanjutan) 61
Tabel 4. 4 Korelasi Antar Variabel 62
Tabel 4. 5 Hasil Uji *Outer Loadings* 64
Tabel 4. 6 Hasil Uji AVE 65
Tabel 4. 7 Hasil Uji *Cross Loadings* 66
Tabel 4. 8 Hasil Uji *Cronbach's Alpha* 67
Tabel 4. 9 Hasil Uji *Composite Reliability* 68
Tabel 4. 10 Hasil Uji *R-Square* 69
Tabel 4. 11 Hasil Uji *F-Square* 70
Tabel 4. 12 Hasil Uji *Goodness of Fit* 71
Tabel 4. 13 Hasil Uji *Path Coefficient* 72
Tabel 4. 14 Ringkasan Pengujian Hipotesis 78

UNIVERSITAS
GADJAH MADA
Analisis Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Perilaku Pembelian E-Commerce (Studi Pada Gen Z di Yogyakarta)
Muhammad Fardan Arrizieq, Hardo Basuki, Dr., M.Soc.Sc., CSA., CA.
Universitas Gadjah Mada, 2026 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Nilai Transaksi *E-Commerce* di Indonesia..... 16
Gambar 2. 1 *Theory of Planned Behavior Model* 26
Gambar 2. 2 Kerangka Penelitian 38
Gambar 3. 1 Diagram Jalur 57
Gambar 4. 1 Model Penelitian Akhir 79

UNIVERSITAS
GADJAH MADA
Analisis Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Perilaku Pembelian E-Commerce (Studi Pada Gen Z di Yogyakarta)
Muhammad Fardan Arrizieq, Hardo Basuki, Dr., M.Soc.Sc., CSA., CA.
Universitas Gadjah Mada, 2026 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Riset 92
Lampiran 2 Data Primer 98
Lampiran 3 *Path Coefficient* 101