

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
PERNYATAAN .....	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR TABEL.....	viii
DAFTAR GAMBAR.....	x
DAFTAR LAMPIRAN .....	xi
INTISARI .....	xii
<i>ABSTRACT</i> .....	xiii
I. PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Perumusan Masalah .....	4
1.3. Tujuan Penelitian .....	5
1.4. Manfaat Penelitian .....	5
II. TINJAUAN PUSTAKA DAN LANDASAN TEORI .....	6
2.1. Tinjauan Pustaka .....	6
2.2. Landasan Teori.....	10
2.3. Kerangka Pemikiran.....	19
2.4. Hipotesis Penelitian .....	20
III. METODE PENELITIAN.....	21
3.1. Metode Dasar .....	21
3.2. Populasi dan Sampel Penelitian .....	21
3.3. Metode Pengumpulan Data .....	21
3.4. Jenis Data.....	22
3.5. Asumsi dan Pembatasan Masalah.....	22
3.6. Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel .....	22
3.7. Keterbatasan Penelitian.....	23
3.8. Metode Penskalaan .....	24
3.9. Teknik Analisis Data .....	24
IV. KARAKTERISTIK KONSUMEN .....	34
4.1. Karakteristik Konsumen Berdasarkan Jenis Kelamin .....	34
4.2. Karakteristik Konsumen Berdasarkan Usia .....	33
4.3. Karakteristik Konsumen Berdasarkan Status Pernikahan .....	35
4.4. Karakteristik Konsumen Berdasarkan Jumlah Anggota Keluarga .....	36
4.5. Karakteristik Konsumen Berdasarkan Domisili.....	36
4.6. Karakteristik Konsumen Berdasarkan Tingkat Pendidikan .....	37
4.7. Karakteristik Konsumen Berdasarkan Jenis Pekerjaan .....	38
4.8. Karakteristik Konsumen Berdasarkan Pendapatan Per Bulan.....	39



V. HASIL DAN PEMBAHASAN .....	40
5.1. Tingkat Minat dan Tingkat Keputusan Pembelian Konsumen .....	40
5.2. Persepsi, Niat, dan Keputusan Pembelian .....	49
5.3. Analisis Faktor-Faktor yang Memengaruhi Niat dan Keputusan Konsumen Membeli Sayuran dan Buah Secara <i>Online</i> .....	66
VI. KESIMPULAN DAN SARAN .....	80
6.1. Kesimpulan.....	80
6.2. Saran.....	80
DAFTAR PUSTAKA.....	81
LAMPIRAN .....	86

## DAFTAR TABEL

Tabel 3.1. Skala Pengukuran Likert .....	24
Tabel 3.2. Kriteria Tingkat Minat dan Keputusan Pembelian Konsumen .....	25
Tabel 3.3. Variabel Laten dan Indikator Penelitian .....	27
Tabel 4.1. Karakteristik Konsumen Berdasarkan Jenis Kelamin .....	34
Tabel 4.2. Karakteristik Konsumen Berdasarkan Usia .....	35
Tabel 4.3. Karakteristik Konsumen Berdasarkan Status Pernikahan.....	36
Tabel 4.4. Karakteristik Konsumen Berdasarkan Jumlah Anggota Keluarga.....	36
Tabel 4.5. Karakteristik Konsumen Berdasarkan Domisili .....	37
Tabel 4.6. Karakteristik Konsumen Berdasarkan Tingkat Pendidikan .....	37
Tabel 4.7. Karakteristik Konsumen Berdasarkan Jenis Pekerjaan .....	38
Tabel 4.8. Karakteristik Konsumen Berdasarkan Pendapatan Per Bulan.....	39
Tabel 5.1. Tingkat Minat Konsumen Membeli Sayuran dan Buah Secara <i>Online</i>	40
Tabel 5.2. Tingkat Keputusan Konsumen Membeli Sayuran dan Buah Secara <i>Online</i> .....	41
Tabel 5.3. Waktu Kebiasaan Membeli Sayuran Secara <i>Online</i> .....	42
Tabel 5.4. Waktu Kebiasaan Membeli Buah Secara <i>Online</i> .....	42
Tabel 5.5. Frekuensi Pembelian Sayuran dalam Enam Bulan Terakhir.....	43
Tabel 5.6. Frekuensi Pembelian Buah dalam Enam Bulan Terakhir.....	43
Tabel 5.7. Pengeluaran dalam Satu Kali Pembelian Sayuran Secara <i>Online</i> .....	44
Tabel 5.8. Pengeluaran dalam Satu Kali Pembelian Buah Secara <i>Online</i> .....	44
Tabel 5.9. Media Membeli Sayuran dan Buah Secara <i>Online</i> .....	45
Tabel 5.10. Penjual Online Tempat Membeli .....	46
Tabel 5.11. Jenis Sayuran yang Sering Dibeli Secara <i>Online</i> .....	48
Tabel 5.12. Jenis Buah yang Sering Dibeli Secara <i>Online</i> .....	49
Tabel 5.13. Analisis Persepsi Kemanfaatan.....	50
Tabel 5.14. Analisis Persepsi Kemudahan.....	53



Tabel 5.15. Analisis Persepsi Kepercayaan .....	55
Tabel 5.16. Analisis Persepsi Pencegahan Risiko .....	56
Tabel 5.17. Analisis Persepsi Harga .....	59
Tabel 5.18. Analisis Persepsi Pendapatan.....	60
Tabel 5.19. Analisis Persepsi <i>Getok Tular</i> Elektronik.....	62
Tabel 5.20. Analisis Niat Pembelian.....	63
Tabel 5.21. Analisis Keputusan Pembelian.....	65
Tabel 5.22. Hasil Uji Signifikansi <i>Outer Loading</i> Indikator .....	68
Tabel 5.23. Nilai <i>Average Varian Extracted</i> (AVE) .....	69
Tabel 5.24. Nilai Korelasi Antar Variabel Laten dan Akar AVE.....	70
Tabel 5.25. Reliabilitas Komposit.....	71
Tabel 5.26. Nilai <i>R-Square</i> .....	71
Tabel 5.27. Data Uji Nilai <i>Goodness of Fit</i> .....	72
Tabel 5.28. Hasil Uji <i>F-Square</i> .....	73
Tabel 5.29. Hasil Uji Hipotesis .....	74

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1. Niat Perilaku Memengaruhi Perilakunya.....	16
Gambar 2.2. Model Lima Tahap Proses Pembelian Konsumen .....	17
Gambar 2.3. Kerangka Pemikiran Penelitian .....	19
Gambar 3.1. Diagram Jalur Penelitian .....	28

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Definisi Operasional Dimensi Indikator dan Pernyataan Indikator ..	86
Lampiran 2. <i>Outer Loading</i> Indikator.....	93
Lampiran 3. <i>Composite Reliability</i> dan <i>Average Variance Extracted (AVE)</i> .....	94
Lampiran 4. <i>Discriminant Validity</i> .....	95
Lampiran 5. <i>R-Square</i> .....	95
Lampiran 6. <i>F-Square</i> .....	96
Lampiran 7. <i>Path Coefficient</i> .....	96
Lampiran 8. Gambar Evaluasi Diagram Jalur Tahap Pertama .....	97
Lampiran 9. Gambar Evaluasi Diagram Jalur Tahap Kedua .....	98
Lampiran 10. Gambar Evaluasi Diagram Jalur Tahap Ketiga.....	99
Lampiran 11. Gambar Penyebaran Kuesioner Melalui <i>Direct Message</i> Instagram .....	100
Lampiran 12. Gambar Penyebaran Kuesioner Melalui <i>Group WhatsApp</i> .....	100