



DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
HALAMAN PERNYATAAN DOSEN PEMBIMBING	iii
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TULIS	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
ABSTRAK	xiii
ABSTRACT	xiv
BAB I	1
PENDAHULAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Perumusan Masalah	8
1.3 Pertanyaan Riset	9
1.4 Tujuan Riset	9
1.5 Lingkup Riset	10
1.5.1 Model Riset	10
1.5.2 Obyek Riset	10
1.5.3 Lokasi Riset	10
1.5.4 Waktu Riset	10
1.6 Sistematika Pembahasan	11
BAB II	12
TINJAUAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS	12
2.1 Tinjauan Pustaka	12
2.1.1 Perilaku Pembelian Impulsif	12
2.1.2 Kualitas <i>E-commerce</i>	14



2.2 Pengembangan Hipotesis	19
2.2.1 Hubungan Antara Kegunaan dengan Perilaku Pembelian Impulsif.....	19
2.2.2 Hubungan Antara Kemudahan Penggunaan dengan Perilaku Pembelian Impulsif.....	20
2.2.3 Hubungan Antara <i>Entertainment</i> dengan Perilaku Pembelian Impulsif	21
2.2.4 Hubungan Antara Hubungan Komplementer dengan Perilaku Pembelian Impulsif	22
2.3 Model Penelitian	24
BAB III.....	25
METODE PENELITIAN	25
3.1 Strategi Penelitian	25
3.2 Definsi Operasional Dan Pengukuran.....	25
3.2.1 Perilaku Pembelian Impulsif.....	26
3.2.2 Kualitas <i>E-commerce</i>	26
3.3 Desain Pengambilan Sampel.....	29
3.3.1 Metode Penyampelan.....	29
3.3.2 Unit Sampel	30
3.3.3 Ukuran Sampel.....	30
3.4 Obyek Riset.....	31
3.5 Metode Pengumpulan Data.....	31
3.6 Instrumen Riset	32
3.7 Pengujian Instrumen	33
3.7.1 Pengujian Validitas	33
3.7.2 Pengujian Reliabilitas	37
3.8 Analisis Data.....	37
3.8.1 Metode Analisis Data.....	37
3.8.2 Uji Asumsi Klasik.....	38
3.8.3 Koefisien Determinasi (R^2).....	40
3.8.4 Pengujian Hipotesis.....	41
BAB 4	43

ANALISIS DATA	43
4.1 Kualitas Data Penelitian.....	43
4.1.1 Uji Asumsi Klasik.....	43
4.1.2 Statistik Deskriptif	46
4.1.3 Korelasi Antarvariabel	47
4.2 Goodness Fit Model.....	47
4.2.1 Hasil Uji Regresi.....	48
4.2.2 Uji Statistik F	49
4.2.3 Nilai Koefisien Determinasi (R^2).....	50
4.3 Hasil Pengujian Hipotesis	51
4.3.1 Hipotesis Pertama	51
4.3.2 Hipotesis Kedua	51
4.3.3 Hipotesis Ketiga.....	52
4.3.4 Hipotesis Keempat	52
4.3.5 Ringkasan Hasil Pengujian Hipotesis	53
BAB 5	55
KESIMPULAN.....	55
5.1 Kesimpulan	55
5.2 Implikasi Manajerial	55
5.3 Keterbatasan Penelitian.....	56
5.4 Arahkan Penelitian Mendatang.....	56
DAFTAR PUSTAKA	58
LAMPIRAN.....	64
Lampiran 1	64
Lampiran 2	65
Lampiran 3	72
Lampiran 4.....	78
Lampiran 5	80
Lampiran 6.....	81



UNIVERSITAS
GADJAH MADA

Pengaruh Faktor dari Kualitas E-commerce pada Perilaku Pembelian Impulsif
RAMADITYA NUGRAHANTO, Rokhima Rostiani, S.e., M.Mgt.
Universitas Gadjah Mada, 2020 | Diunduh dari <http://etd.repository.ugm.ac.id/>

Lampiran 7	82
------------------	----