

DAFTAR ISI

SKRIPSI	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
PERNYATAAN	iii
LEMBAR PERSEMBAHAN	iv
KATA PENGANTAR	vi
UCAPAN TERIMA KASIH	vii
DAFTAR NOTASI DAN SINGKATAN	ix
DAFTAR ISI	x
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
INTISARI	xvi
ABSTRACT	xvii
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	4
1.3. Asumsi dan Batasan Masalah	4
1.4. Tujuan Penelitian	4
1.5. Manfaat Penelitian	4
BAB II TINJAU PUSTAKA	5
BAB III LANDASAN TEORI	9
3.1. <i>Offline Shopping</i>	9
3.2. <i>Online Shopping</i>	10
3.3. <i>Perilaku Konsumen (Consumer Behaviour)</i>	11
3.4. <i>Last Mile Delivery</i>	14
3.5. Preferensi Konsumen	16
3.6. <i>Structural Equation Model (SEM)</i>	17
3.7. <i>Model Multivariat Fishbein</i>	24

BAB IV METODE PENELITIAN	26
4.1. Subjek Penelitian	26
4.2. Alat Penelitian	26
4.3. Data yang Dibutuhkan	27
4.4. Tahapan Penelitian	28
BAB V HASIL DAN PEMBAHASAN	31
5.1. Profil Responden Penelitian	31
5.2. Perilaku Konsumen Memilih Cara Belanja	32
5.3. Latar Belakang Konsumen Memilih Layanan <i>Last Mile Delivery</i>	55
5.4. Preferensi Konsumen Memilih Layanan <i>Last Mile Delivery</i>	56
BAB VI PENUTUP	64
6.1. Kesimpulan	64
6.1. Saran	65
DAFTAR PUSTAKA	66
LAMPIRAN	71