

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN .....</b>	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PERNYATAAN.....</b>	<b>iii</b>
<b>HALAMAN PERSEMBAHAN.....</b>	<b>iv</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>v</b>
<b>UCAPAN TERIMA KASIH.....</b>	<b>vi</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>vii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR TABEL.....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>x</b>
<b>DAFTAR NOTASI DAN SINGKATAN .....</b>	<b>xi</b>
<b>INTISARI.....</b>	<b>xii</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>xiii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1. Latar Belakang .....	1
1.2. Rumusan Masalah.....	4
1.3. Batasan Masalah .....	5
1.4. Tujuan Penelitian .....	6
1.5. Manfaat Penelitian.....	6
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....</b>	<b>7</b>
2.1. Perilaku Belanja Konsumen: Produk.....	7
2.2. Perilaku Belanja Konsumen: Pasar Elektronik.....	11
2.3. Posisi Penelitian ini .....	12
<b>BAB III LANDASAN TEORI.....</b>	<b>15</b>
3.1. Perilaku Belanja Daring ( <i>Consumer Online Shopping Behaviour</i> ).....	15
3.2. Pasar Elektronik.....	17
3.3. <i>Mann-Whitney U Test</i> .....	18
3.4. <i>Partial Least Square (PLS)</i> .....	19

<b>BAB IV METODE PENELITIAN .....</b>	<b>21</b>
4.1. Subjek Penelitian .....	21
4.2. Alat Penelitian .....	23
4.3. Tahapan Penelitian .....	24
<b>BAB V HASIL dan PEMBAHASAN .....</b>	<b>39</b>
5.1. Hasil.....	39
5.1.1. Demografi Responden.....	39
5.1.2. Pengujian <i>Mann-Whitney U Test</i> .....	46
5.1.3. Hasil <i>Survey</i> 1 dan 3(Apparel, Sebelum dan selama pandemi Covid-19, <i>Gender</i> ) .....	53
5.1.4. Hasil <i>Survey</i> 2 dan 4(Masker, Sebelum dan selama pandemi Covid-19, <i>Gender</i> ) .....	56
5.1.5. Pengujian Multivariate-Partial Least Square (PLS).....	59
5.2. Pembahasan .....	63
5.2.1. Interpretasi Hasil .....	63
5.2.2. Implikasi Manajerial .....	82
<b>BAB VI PENUTUP .....</b>	<b>85</b>
6.1. Kesimpulan.....	85
6.2. Saran .....	86
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>87</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>94</b>

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 3.1. Piramida Perilaku Konsumen.....	16
Gambar 4.1. Diagram Alir Penelitian .....	24
Gambar 4.2. Kerangka Desain Penelitian .....	30
Gambar 4.3. Kerangka Model Penelitian.....	31
Gambar 5.1. Sebaran Usia Responden.....	40
Gambar 5.2. Frekuensi Belanja <i>Online</i> per Bulan (%) .....	41
Gambar 5.3. Frekuensi Menggunakan <i>Smartphone</i> per Hari (%).....	42
Gambar 5.4. Pengalaman Menggunakan Aplikasi <i>E-commerce</i> dalam Tahun.....	43
Gambar 5.5. <i>E-Commerce</i> Indonesia Favorit (%).....	44
Gambar 5.6. Rentang Harga Produk yang dikeluarkan.....	45
Gambar 5.7. Kategori Produk Pilihan Pada <i>E-Commerce</i> (%) .....	45
Gambar 5.8. Distribusi Spesifikasi Produk.....	47
Gambar 5.9. Distribusi Belanja <i>Online</i> di <i>E-Commerce</i> .....	48
Gambar 5.10. Box Plot <i>Mean Ranks U Test</i> .....	51
Gambar 5.11. Model Perilaku Konsumen (awal).....	59
Gambar 5.12. Model Perilaku Konsumen.....	60

## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1. Matriks Penelitian Perilaku Belanja Konsumen .....	14
Tabel 3.1. Pembagian Tipe Model .....	20
Tabel 4.1. Demografi Responden.....	22
Tabel 4.2. Dimensi Variabel .....	25
Tabel 4.3. Rangkuman Pendukung Hipotesis .....	32
Tabel 4.4. Desain <i>Survey</i> Tiap Kelompok .....	35
Tabel 4.5. Hasil Reliabilitas per <i>Survey</i> .....	35
Tabel 4.6. Jumlah respon masuk per <i>survey</i> .....	36
Tabel 4.7. Hasil respon survey per <i>gender</i> .....	37
Tabel 5.1. Hasil <i>Mann-Whitney U Test</i> per Variabel X .....	49
Tabel 5.2. Hasil Pengujian <i>Mann-Whitney U Test</i> per <i>Survey</i> .....	52
Tabel 5.3. Hasil Pengujian <i>U Test</i> Spesifikasi Produk <i>Apparel</i> Sebelum dan Selama Pandemi Covid-19 .....	53
Tabel 5.4. Hasil Pengujian <i>U Test</i> Belanja <i>Online</i> di <i>e-commerce</i> Produk <i>Apparel</i> Sebelum dan Selama Pandemi Covid-19.....	55
Tabel 5.5. Hasil Pengujian <i>U Test</i> Spesifikasi Produk Masker Kesehatan Sebelum dan Selama Pandemi Covid-19.....	56
Tabel 5.6. Hasil Pengujian <i>U Test</i> Belanja <i>Online</i> di <i>e-commerce</i> Produk Masker Kesehatan Sebelum dan Selama Pandemi Covid-19 .....	58
Tabel 5.7. Koefisien Arah Hubungan Model (bootstrapping) .....	61
Tabel 5.8. Perbandingan Model dengan Prediksi Model .....	62

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Pengujian Validitas dan Reliabilitas.....	94
Lampiran 2. Pengujian Statistika .....	99
Lampiran 3. Pengujian <i>G*Power</i> .....	101
Lampiran 4. Pengujian <i>U Test</i> per kolom (Produk, Waktu, <i>Gender</i> ) .....	102
Lampiran 5. Pengujian <i>U Test</i> per butir per <i>survey</i> .....	106
Lampiran 6. Pengujian Multivariate-Partial Least Square (PLS) .....	114

## DAFTAR NOTASI DAN SINGKATAN

$n$	= Kebutuhan sampel
$N$	= Total sampel keseluruhan
$X$	= Variabel bebas
$Y$	= Variabel terikat
$U$	= Nilai <i>Mann-Whitney</i>
$Z$	= Nilai urutan <i>mean</i>
$\alpha$	= Cronbach Alpha
$\rho$	= Tingkat Signifikansi
$Q^2$	= Stone-Geisser
$R^2$	= R square