



DAFTAR ISI

| | |
|---|------|
| Halaman Pengesahan..... | i |
| Pernyataan Keaslian..... | ii |
| Kata Pengantar..... | iii |
| Daftar Isi..... | iv |
| Daftar Gambar..... | viii |
| Daftar Tabel..... | ix |
| Intisari..... | x |
| Abstract..... | xi |
| BAB I Pendahuluan..... | 1 |
| 1.1 Latar Belakang..... | 1 |
| 1.2 Rumusan Masalah..... | 10 |
| 1.3 Pertanyaan Penelitian..... | 12 |
| 1.4 Tujuan Penelitian..... | 13 |
| 1.5 Manfaat Penelitian..... | 13 |
| 1.6 Lingkup Penelitian..... | 14 |
| 1.7 Sistematika Penulisan..... | 14 |
| BAB II Landasan Teori..... | 16 |
| 2.1 Niat Beli..... | 16 |
| 2.2 Sikap Terhadap Belanja Daring..... | 19 |
| 2.3 Norma Subyektif..... | 19 |
| 2.4 Persepsi Kontrol Perilaku..... | 20 |
| 2.5 Kesadaran Harga..... | 20 |
| 2.6 Kepercayaan Terhadap <i>Marketplace</i> | 21 |



| | |
|--|----|
| 2.7 Pengembangan Hipotesis..... | 22 |
| 2.7.1 Pengaruh Kepercayaan Pada Sikap Terhadap Belanja Daring..... | 22 |
| 2.7.2. Pengaruh Kesadaran Harga Pada Sikap Terhadap Belanja Daring..... | 23 |
| 2.7.3. Pengaruh Sikap Terhadap Belanja Daring Pada Niat Beli Produk Gawai di <i>Marketplace</i> | 24 |
| 2.7.4. Pengaruh Norma Subyektif Pada Niat Beli Produk Gawai di <i>Marketplace</i> | 25 |
| 2.7.5. Pengaruh Persepsi Kontrol Perilaku Pada Niat Beli Produk Gawai di <i>Marketplace</i> | 26 |
| BAB III Metode Penelitian..... | 28 |
| 3.1 Jenis dan Desain Penelitian..... | 28 |
| 3.2 Metode Pengumpulan Data..... | 28 |
| 3.3 Instrumen Penelitian..... | 29 |
| 3.3.1 Definisi Operasional..... | 29 |
| 3.3.1.1 Kepercayaan Terhadap <i>Marketplace</i> | 29 |
| 3.3.1.2 Kesadaran Harga..... | 30 |
| 3.3.1.3 Sikap Terhadap Belanja Daring..... | 31 |
| 3.3.1.4 Norma Subyektif..... | 32 |
| 3.3.1.5 Persepsi Kontrol Perilaku..... | 33 |
| 3.3.1.6 Niat Beli Produk Gawai di <i>Marketplace</i> | 34 |
| 3.3.2 Metode Pengambilan Data..... | 34 |
| 3.3.3 Populasi dan Sampel..... | 35 |
| 3.3.4 Pengujian Instrumen Penelitian..... | 36 |
| 3.3.4.1 Uji Validitas..... | 36 |
| 3.3.4.2 Uji Reliabilitas..... | 39 |



| | |
|--|----|
| 3.4 Metode Analisis Data..... | 39 |
| 3.4.1 Uji Multikolinearitas..... | 40 |
| 3.4.2 Uji Inner Model..... | 41 |
| BAB IV Analisis Data dan Pembahasan..... | 43 |
| 4.1 Karakteristik Responden..... | 43 |
| 4.2 Uji Validitas..... | 47 |
| 4.2.1 Uji Validitas Konvergen Tahap I..... | 48 |
| 4.2.2 Uji Validitas Diskriminan Tahap I..... | 50 |
| 4.2.3 Uji Validitas Konvergen Tahap II..... | 52 |
| 4.2.4 Uji Validitas Diskriminan Tahap II..... | 53 |
| 4.3 Uji Reliabilitas..... | 56 |
| 4.4 Uji Multikolinearitas..... | 58 |
| 4.5 Analisis Statistik Deskriptif..... | 58 |
| 4.6 Analisis Inner Model..... | 62 |
| 4.6.1 <i>Goodness of Fit</i> (Q^2)..... | 64 |
| 4.6.2 <i>Adjusted R Square</i> | 64 |
| 4.7 Pengujian Hipotesis..... | 65 |
| 4.7.1 Uji Koefisien Jalur, <i>T-statistics</i> , dan <i>P-values</i> | 65 |
| 4.7.2 Pembahasan Hasil Pengujian Hipotesis..... | 66 |
| 4.7.2.1 Pengaruh Kepercayaan Terhadap <i>Marketplace</i> Pada Sikap Terhadap Belanja Daring..... | 67 |
| 4.7.2.2 Pengaruh Kesadaran Harga Pada Sikap Terhadap Belanja Daring..... | 69 |
| 4.7.2.3 Pengaruh Sikap Terhadap Belanja Daring Pada Niat Beli Produk Gawai di <i>Marketplace</i> | 70 |



| | |
|---|----|
| 4.7.2.4 Pengaruh Norma Subyektif Pada Niat Beli Produk Gawai di <i>Marketplace</i> | 71 |
| 4.7.2.5 Pengaruh Persepsi Kontrol Perilaku Pada Niat Beli Produk Gawai di <i>Marketplace</i> | 72 |
| BAB V Kesimpulan dan Rekomendasi..... | 74 |
| 5.1 Kesimpulan..... | 74 |
| 5.2 Implikasi Manajerial..... | 75 |
| 5.3 Keterbatasan Penelitian..... | 79 |
| 5.4 Saran Bagi Penelitian Selanjutnya..... | 80 |
| Daftar Pustaka..... | 81 |
| Lampiran..... | 84 |