



DAFTAR ISI

PERNYATAAN	ii
PRAKATA	iv
ABSTRACT	vi
INTISARI	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR TABEL	xi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	5
1.3 Batasan Penelitian	5
1.4 Keaslian Penelitian	5
1.5 Tujuan Penelitian	7
1.6 Manfaat Penelitian	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN LANDASAN TEORI	8
2.1 Tinjauan Pustaka	8
2.2 Landasan Teori	10
2.2.1 Definisi dan Keuntungan Belanja <i>Online</i>	10
2.2.2 Risiko Belanja <i>online</i>	11
2.2.3 Keputusan Pembelian Konsumen	12
2.2.4 <i>Process Virtualization Theory (PVT)</i>	18
2.3 Pengembangan Hipotesis	20
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	23
3.1 Populasi dan Sampel	23
3.1.1 Populasi	28
3.1.2 Sampel	28
3.2 Alat dan Bahan	23



3.3	Jalannya Penelitian	30
3.4	Variabel Penelitian	32
3.4.1	Variabel Bebas	23
3.4.2	Variabel Moderasi.....	25
3.4.3	Variabel Terikat	26
3.5	Pengolahan dan Analisis Data.....	30
3.5.1	Statistik Deskriptif	31
3.5.2	Pengujian Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>)	30
3.5.3	Pengujian Model Struktural (<i>Inner Model</i>)	31
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN		32
4.1	Hasil Pengumpulan Data.....	34
4.1.1	Karakteristik Responden	34
4.1.2	Sebaran Jawaban Responden.....	38
4.1.3	Jawaban Responden (Pertanyaan Terbuka).....	45
4.2	Evaluasi Model Penelitian	50
4.2.1	Pengujian Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>)	50
4.2.2	Pengujian Model Struktural (<i>Inner Model</i>)	56
4.2.3	Uji Efek Moderasi.....	60
4.3	Hasil Pengujian Hipotesis dan Pembahasan	61
4.4	Faktor-faktor yang Mempengaruhi Keputusan Berbelanja <i>Online</i>	65
4.5	Keterbatasan Penelitian.....	66
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN		67
5.1	Kesimpulan	67
5.2	Saran	68
DAFTAR PUSTAKA		70
LAMPIRAN		L-1
Lampiran 1. KUESIONER.....		L-1