

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	i
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	ii
DAFTAR ISI	iv
DAFTAR TABEL.....	vii
DAFTAR GAMBAR.....	ix
DAFTAR LAMPIRAN.....	x
ABSTRAK.....	xi
ABSTRACT	xii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.1.1 Latarbelakang Praktis	1
1.1.2 Latar Belakang Teoritis.....	6
1.2 Rumusan Masalah	16
1.3 Pertanyaan Riset.....	18
1.4 Tujuan Riset	19
1.5 Lingkup Riset.....	19
1.5.1 Model Riset.....	19
1.5.2 Objek Riset	19
1.5.3 Lokasi Riset	20
1.5.4 Waktu Riset	20
BAB II LANDASAN TEORI DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS.....	21
2.1 Teori dan Profil Variabel Riset.....	21
2.1.1 Teori Keterlibatan (<i>The Involvement Theory</i>)	21
2.1.2 Teori Keterlibatan Komitmen (<i>The Commitment Involvement Theory</i>).....	22
2.1.3 Deskripsi Produk	24
2.1.4 Keterlibatan Kognitif Product (<i>Product Cognitive Involvement</i>).....	25
2.1.5 Keterlibatan Afektif Product (<i>Product Affective Involvement</i>).....	25
2.1.6 Keterlibatan Tetap Platform (<i>Platform Enduring Involvement</i>)	27
2.1.7 Keterlibatan Situasional Platform (<i>Platform Situational Involvement</i>)	28

2.1.8 Niat Beli (<i>Purchase Intention</i>)	28
2.2 Pengaruh Deskripsi Produk Terhadap Keterlibatan Kognitif Produk	30
2.3 Pengaruh Deskripsi Produk Terhadap Keterlibatan Afektif Produk	31
2.4 Pengaruh Deskripsi Produk Terhadap Keterlibatan Tetap Platform	32
2.5 Pengaruh Deskripsi Produk Terhadap Keterlibatan Situasional Platform	34
2.6 Pengaruh Keterlibatan Kognitif Produk Terhadap Niat Beli	36
2.7 Pengaruh Keterlibatan Afektif Produk Terhadap Niat Beli	38
2.8 Pengaruh Deskripsi Produk Terhadap Niat Beli	39
2.9 Pengaruh Keterlibatan Tetap Platform Terhadap Niat Beli	41
2.10 Pengaruh Keterlibatan Situasional Platform Terhadap Niat Beli	42
2.11 Model Riset	43
BAB III METODE RISET	45
3.1 Strategi Riset	45
3.2 Definisi Operasional & Pengukuran	46
3.2.1 Deskripsi Produk	46
3.2.2 Keterlibatan Kognitif Produk	46
3.2.3 Keterlibatan Afektif Produk	47
3.2.4 Keterlibatan Tetap Platform	48
3.2.5 Keterlibatan Situasional Platform	49
3.2.6 Niat Beli	50
3.2.7 Skala Pengukuran	51
3.3 Desain Pengambilan Sampel	52
3.3.1 Metode Pengambilan Sampel	52
3.3.2 Populasi	52
3.3.3 Unit Sampel	52
3.3.4 Ukuran Sampel	53
3.3.5 Daerah Sebaran Kuisioner	54
3.4 Skema Penyebaran Kuisioner	55
3.5 Profil Responden	55
3.6 Objek Riset	58
3.6.1 Shopee	58

3.6.2 Lazada	60
3.6.3 JD.ID.....	62
3.6.4 AliExpress	63
3.7 Metode Pengumpulan Data	65
3.8 Instrumen Riset	65
3.9 Pengujian Instrumen	66
3.9.1 Uji Validitas	66
3.9.2 Uji Reliabilitas	70
3.10 Metode Analisis Data	72
3.10.1 Metode Regresi	72
3.10.2 Uji Asumsi Klasik	73
3.10.3 Pengembangan Formulasi Dasar	75
3.10.4 Goodness of Fit	77
3.10.5 Tingkat Signifikansi.....	77
3.10.6 Prosedur Pengujian Hipotesis.....	78
BAB IV	79
ANALISIS DATA	79
4.1 Kualitas Data Riset.....	79
4.2 Uji Ketepatan Model (Goodness of Fit Model).....	84
4.3 Pengujian Hipotesis.....	93
4.4 Ringkasan Pengujian	113
BAB V.....	116
KESIMPULAN.....	116
5.1 Kesimpulan	116
DAFTAR PUSTAKA	126
LAMPIRAN	134