

Daftar Isi

| | |
|--|-----|
| LEMBAR PERSETUJUAN TESIS | i |
| SURAT PERNYATAAN..... | ii |
| LEMBAR PENGESAHAN TESIS | iii |
| Kata Pengantar | iv |
| ABSTRACT | vi |
| Daftar Gambar..... | vi |
| Daftar Tabel..... | x |
| Daftar Lampiran | xi |
| BAB I | 1 |
| PENDAHULUAN..... | 1 |
| 1. Latar Belakang Masalah | 1 |
| 2. Pokok Masalah | 4 |
| 3. Tujuan, Ruang Lingkup dan Manfaat Penelitian..... | 5 |
| 4. Kerangka Penulisan | 7 |
| BAB II..... | 9 |
| TELAAH KEPUSTAKAAN | 9 |
| 1. Tinjauan Pustaka..... | 9 |
| 2. Kaitan antar Variabel..... | 16 |
| 3. Penelitian Terdahulu..... | 20 |
| 4. Kerangka Pemikiran | 23 |

| | |
|---|----|
| 5. Hipotesis Penelitian | 24 |
| BAB III..... | 26 |
| METODE PENELITIAN | 26 |
| 1. Jenis dan Periode Penelitian | 26 |
| 2. Sumber dan Pengumpulan Data | 26 |
| 3. Populasi, Teknik Pemilihan Sampel, dan Ukuran Sampel | 28 |
| 4. Operasionalisasi Variabel dan instrument | 30 |
| 5. Metode Analisis | 35 |
| 6. Analisis Mediasi | 39 |
| 7. Hipotesis Statistik dan Pengujiannya | 40 |
| BAB IV | 42 |
| ANALISIS DAN BAHASAN TEMUAN..... | 42 |
| 1. Penyebaran Kuesioner Awal (Pretest) | 42 |
| 2. Deskripsi Subjek Penelitian..... | 44 |
| 3. Deskripsi Objek Penelitian | 47 |
| 4. Hasil Analisis Data | 52 |
| 5. Pembahasan | 67 |
| BAB V..... | 71 |
| KESIMPULAN DAN SARAN | 71 |
| 1. Kesimpulan..... | 71 |
| 2. Saran | 72 |

| | |
|----------------------|----|
| Daftar Pustaka | 74 |
| LAMPIRAN | 84 |

Daftar Gambar

| | |
|--|----|
| Gambar 1. 1 Kategori Produk Yang Paling Banyak Dibeli Konsumen | 2 |
| Gambar 1. 2 10 Negara Dengan Penggunaan <i>E-Commerce</i> Terbanyak Di Dunia | 3 |
| Gambar 2. 1 Model Penelitian | 24 |
| Gambar 4. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia | 43 |
| Gambar 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin | 44 |
| Gambar 4. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pembelian | 45 |
| Gambar 4. 4 Hasil Uji Path Coefficient | 59 |

Daftar Tabel

| | |
|--|----|
| Tabel 3. 1 Operasionalisasi Variabel Motivasi Belanja Hedonik | 30 |
| Tabel 3. 2 Operasionalisasi Variabel Keterkaitan Mode | 31 |
| Tabel 3. 3 Operasionalisasi Variabel Emosi Positif | 32 |
| Tabel 3. 4 Operasionalisasi Variabel Pembelian Implusif | 32 |
| Tabel 3. 5 <i>Skala Likert</i> | 33 |
| Tabel 4. 1 Hasil Uji Validitas Variabel Pretest | 40 |
| Tabel 4. 2 Hasil Uji Reliabilitas Pretest | 41 |
| Tabel 4. 3 Tanggapan Responden Atas Variabel Motivasi Belanja Hedonik | 46 |
| Tabel 4. 4 Tanggapan Responden Atas Variabel Keterkaitan Mode | 47 |
| Tabel 4. 5 Tanggapan Responden Atas Variabel Emosi Positif | 48 |
| Tabel 4. 6 Tanggapan Responden Atas Pembelian Implusif | 49 |
| Tabel 4. 7 Hasil Analisis <i>Loading Factor</i> | 51 |
| Tabel 4. 8 Hasil Analisis <i>Average Variance Extracted (AVE)</i> | 52 |
| Tabel 4. 9 Hasil Analisis <i>Fornell - Larcker</i> | 53 |
| Tabel 4. 10 Hasil Analisis <i>Cross Loadings</i> | 54 |
| Tabel 4. 11 Hasil Uji <i>Composite Reliability</i> | 55 |
| Tabel 4. 12 Hasil Uji <i>Cronbach's Alpha</i> | 56 |
| Tabel 4. 13 Hasil Uji Koefisien Determinasi (<i>R-square</i>) | 57 |
| Tabel 4. 14 Hasil Uji Predictive Relevance (<i>Q-Square</i>) | 58 |
| Tabel 4. 15 Hasil <i>Boostrapping</i> | 60 |
| Tabel 4. 16 Hasil Uji <i>Effect Size (F-square)</i> | 61 |
| Tabel 4. 17 Hasil Analisis Mediasi (<i>Specific Indirect Effect</i>) | 61 |
| Tabel 4. 18 Rekapitulasi Hasil Pengujian Hipotesis | 65 |

Daftar Lampiran

| | |
|--|-----------|
| Lampiran 1 : Kuesioner | 79 |
| Lampiran 2 : Hasil Jawaban Responden | 79 |
| Lampiran 3 : Hasil Uji Validitas dan Uji Reliabilitas | 83 |