

DAFTAR ISI

Halaman Judul	1
LEMBAR PERSETUJUAN TESIS	ii
SURAT PERNYATAAN	iii
LEMBAR PENGESAHAN TESIS	iv
KATA PENGANTAR	v
<i>ABSTRACT</i>	vi
ABSTRAK	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	4
1.3 Tujuan Penelitian, Ruang Lingkup dan Manfaat Penelitian	5
1.3.1 Tujuan Penelitian	5
1.3.2 Ruang Lingkup	5
1.3.3 Manfaat Penelitian	6
1.4 Kerangka Penulisan	7
BAB 2 TELAAH KEPUSTAKAAN	8
2.1 Tinjauan Pustaka	8
2.1.1 Gambaran Teori	8
2.1.2 Teori S-O-R Model	9
2.1.3 <i>Website quality</i>	10
	viii

2.1.3.1	Usefulness	11
2.1.3.2	Penampilan	12
2.1.3.3	<i>Ease of use</i>	14
2.1.4	<i>Virtual reality</i>	15
2.1.4.1	Konsep Persepsi Penggunaan VR	15
2.1.4.2	Konsep Interaktif Penggunaan VR	16
2.1.4.3	Kualitas Informasi	16
2.1.5	<i>Customer satisfaction</i>	17
2.1.5.1	<i>Cognitive</i>	17
2.1.5.2	<i>Affective</i>	18
2.1.6	<i>Purchase intention</i>	21
2.1.7	Kaitan Teori	22
2.1.7.1	Kaitan <i>Website quality</i> dengan <i>Purchase intention</i>	22
2.1.7.2	Kaitan <i>Virtual reality</i> dengan <i>Purchase intention</i>	23
2.2	Penelitian Terdahulu	25
2.3	Kerangka Pemikiran	31
2.4	Hipotesis Penelitian	31
2.4.1	Hubungan <i>Website</i> dengan <i>Purchase intention</i>	31
2.4.2	Hubungan <i>Virtual reality</i> (VR) dengan <i>Purchase intention</i>	32
2.4.3	Hubungan <i>Virtual reality</i> (VR) dan <i>Website quality</i> dengan <i>Satisfaction</i> dan <i>Purchase intention</i>	32
BAB 3 METODE PENELITIAN		35
3.1	Jenis dan Periode Penelitian	35
3.2	Sumber dan Pengumpulan Data	35
3.2.1	Sumber Data	35
3.2.2	Metode Pengumpulan Data	36

3.2.3	Sampel dan Populasi	36
3.3	Variabel Penelitian dan Operasional Variabel	37
3.3.1	Variabel Penelitian	37
3.3.2	Operasional Variabel	38
3.3.2.1	Variabel Dependensi	38
3.3.2.2	Variabel Independen	38
3.3.2.3	Variabel Intervening	40
3.4	Metode Analisis	41
3.4.1	Analisis Validitas dan Realibilitas	42
3.4.2	Analisis Data	43
3.5	Hipotesa Statistik dan Perhitungannya	44
BAB 4 ANALISIS DAN PEMBAHASAN		46
4.1	Deskripsi Subjek Penelitian	46
4.1.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	46
4.1.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	47
4.1.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Pengeluaran	47
4.1.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili	48
4.1.5	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	48
4.1.6	Karakteristik Responden Berdasarkan Status	49
4.2	Deskripsi Objek Penelitian	50
4.2.1	<i>Purchase intention</i>	50
4.2.2	<i>Website quality</i>	50
4.2.3	<i>Virtual reality</i>	52
4.2.4	Kepuasan	53
4.3	Hasil Analisis Validitas dan Reliabilitas	53
4.3.1	Validitas	54

4.3.2	Reliabilitas	55
4.3.3	Hasil Analisis Data	56
4.3.3.1	Hasil Analisis Multikolinieritas	56
4.3.3.2	Hasil Analisis Koefisien Determinasi (R^2)	57
4.3.3.3	Hasil Analisis Predictive Relevance (Q^2)	58
4.4	Hasil Uji Hipotesis	58
4.4.1	Hasil Uji Analisis Pertama	59
4.4.2	Hasil Uji Analisis Kedua	59
4.4.3	Hasil Uji Analisis Ketiga	60
4.4.4	Hasil Uji Analisis Pertama	60
4.4.5	Hasil Uji Analisis Kelima	60
4.5	Pembahasan	61
BAB 5 KESIMPULAN		66
5.1	Kesimpulan	66
5.2	Saran	66
5.2.1	Keterbatasan	66
5.2.2	Saran	67
DAFTAR PUSTAKA		69
LAMPIRAN		75

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Diagram Kaitan <i>Website quality</i> dan <i>Purchase intention</i>	23
Gambar 2.2 Diagram Kaitan <i>Virtual reality</i> dan <i>Purchase intention</i>	24
Gambar 2.3 Kerangka Pemikiran Penelitian	31

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Perbandingan Penelitian Terdahulu dan Penelitian Sekarang	29
Tabel 3.1 Operasional variabel <i>purchase intention</i>	38
Tabel 3.2 Operasional variabel <i>website quality</i>	39
Tabel 3.3 Operasional variabel <i>Virtual reality</i>	40
Tabel 3.4 Operasional variabel <i>customer satisfaction</i>	41
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	46
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	47
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pengeluaran	48
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili	48
Tabel 4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	49
Tabel 4.6 Karakteristik Responden Berdasarkan Status	49
Tabel 4.7 Tanggapan Responden atas <i>Purchase intention</i>	50
Tabel 4.8 Tanggapan Responden atas <i>Website quality</i>	51
Tabel 4.9 Tanggapan Responden atas <i>Virtual reality</i>	52
Tabel 4.10 Tanggapan Responden atas <i>Customer satisfaction</i>	53
Tabel 4.11 Hasil Analisis Validitas Konvergen	54
Tabel 4.12 Hasil Analisis Validitas Diskriminan	55
Tabel 4.13 Hasil Analisis Realibitas Indikator	56
Tabel 4.14 Hasil Analisis Realibitas Konsistensi Internal	56
Tabel 4.15 Hasil Analisis Multikolinieritas	57
Tabel 4.16 Hasil Analisis Koefisien Determinasi	58
Tabel 4.17 Hasil Analisis Predictive Relevance (Q^2)	58
Tabel 4.18 Hasil Uji Hipotesis	58
Tabel 4.19 Kesimpulan Hasil Hipotesis	61

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 : Kuisisioner	75
Lampiran 2: Tanggapan Responden	82
Lampiran 3: Karakteristik Demografis Responden	100
Lampiran 4 : Hasil Analisis <i>Composite Reliability</i> dan <i>Average Variance Extracted</i>	104
Lampiran 5 : Hasil Analisis <i>Heterotrait-Monotrait Ratio</i>	104
Lampiran 6 : Hasil <i>Loading Factor</i>	104
Lampiran 7 :Hasil Analisis Multikolinearitas	106
Lampiran 8 : Hasil Analisis <i>Predictive Relevance</i>	106
Lampiran 9: Hasil Analisis Hipotesis	106