

DAFTAR ISI

| | |
|---|-------------|
| SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI | i |
| LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI | ii |
| ABSTRACT | iii |
| ABSTRACT | iv |
| KATA PENGANTAR | v |
| DAFTAR ISI | viii |
| DAFTAR TABEL | xiv |
| DAFTAR GAMBAR | xvi |
| DAFTAR LAMPIRAN | xvii |
| BAB I PENDAHULUAN | |
| A. Latar Belakang Penelitian | 1 |
| B. Rumusan Masalah Penelitian | 11 |
| C. Tujuan dan Kontribusi Penelitian..... | 12 |
| 1. Tujuan Penelitian | 12 |
| 2. Kontribusi Penelitian..... | 13 |

**BAB II KAJIAN PUSTAKA, RERANGKA KONSEPTUAL
DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS**

| | |
|--|----|
| A. Kajian Pustaka..... | 14 |
| 1. Pengertian Pemasaran | 14 |
| a. Pengertian Pemasaran | 14 |
| b. Pengertian Managemen Pemasaran..... | 15 |
| 2. Bauran Pemasaran..... | 17 |
| a. Pengertian Bauran Pemasaran | 17 |
| 3. Perilaku Konsumen | 21 |
| a. Pengertian Perilaku Konsumen | 21 |
| b. Model Perilaku Konsumen..... | 22 |
| c. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen | 24 |
| 4. Purchase Intention..... | 27 |
| a. Pengertian Purchase Intention | 27 |
| 4.1 Purchase Intention Online..... | 30 |
| a. Pengertian <i>Purchase Intention Online</i> | 30 |
| 5. <i>Information Processing Strategy</i> | 34 |
| a. Pengertian <i>Information Processing Strategy</i> | 34 |
| b. Tahap Pengolahan Informasi..... | 38 |
| 6. <i>Experience Attribute Product</i> | 45 |
| a. Pengertian <i>Experience Attribute Product</i> | 45 |
| 7. <i>Need for Touch</i> | 47 |
| a. Pengertian <i>Need for Touch</i> | 47 |
| b. Dimensi <i>Need for Touch</i> | 49 |

| | |
|--|----|
| 8. Keputusan Pembelian (<i>Purchase Decision</i>)..... | 50 |
| a. Pengertian Keputusan Pembelian..... | 50 |
| B. Penelitian Terdahulu | 53 |
| C. Hubungan Antar Variabel | 58 |
| D. Rerangka Pemikiran | 64 |
| E. Hipotesis..... | 64 |

BAB III METODE PENELITIAN

| | |
|---|----|
| A. Waktu dan Tempat Penelitian | 66 |
| B. Desain Penelitian..... | 67 |
| C. Definisi dan Operasional Variabel | 67 |
| 1. Variabel Penelitian..... | 67 |
| 2. Definisi Operasional Variabel..... | 69 |
| D. Pengukuran Variabel..... | 72 |
| E. Populasi dan Sample Penelitian | 73 |
| 1. Populasi Penelitian | 73 |
| 2. Sample Penelitian..... | 73 |
| F. Teknik Pengumpulan Data..... | 74 |
| G. Jenis Data Penelitian | 75 |
| H. Metode Analisa Data..... | 76 |
| 1. SEM (<i>Structural Equation Modelling</i>) | 76 |
| 2. Tahap-tahap dalam SEM..... | 77 |
| 3. Uji Validitas | 82 |
| 4. Uji Reliabilitas | 82 |

| | |
|------------------------|----|
| 5. Uji Hipotesis | 84 |
|------------------------|----|

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

| | |
|--|-----|
| A. Gambaran Umum | 86 |
| B. Karakteristik Responden | 86 |
| 1. Deskripsi Responden Berdasarkan Usia | 86 |
| 2. Deskripsi Responden Berdasarkan Pendapatan | 87 |
| 3. Deskripsi Responden Berdasarkan Pengeluaran | 88 |
| C. Analisis Deskriptif Variabel | 89 |
| 1. Analisis Deskriptif <i>Purchase Intention Online</i> | 89 |
| 2. Analisis Deskriptif <i>Information Processing Strategy</i> | 91 |
| 3. Analisis Deskriptif <i>Experience Attribute Product</i> | 92 |
| 4. Analisis Deskriptif <i>Need for Touch</i> | 93 |
| 5. Analisis Deskriptif Keputusan Pembelian | 94 |
| D. Uji Asumsi dan Kualitas Instrumen Penelitian | 96 |
| 1. Uji Validitas dan Reliabilitas <i>Purchase Intention Online</i> | 97 |
| a. Uji Validitas | 97 |
| b. Uji Reliabilitas | 98 |
| 2. Uji Validitas dan Reliabilitas <i>Information Processing Strategy</i> | 99 |
| a. Uji Validitas | 99 |
| b. Uji Reliabilitas | 102 |
| 3. Uji Validitas dan Reliabilitas <i>Experience Attribute Product</i> | 102 |

| | | |
|----|--|-----|
| a. | Uji Validitas | 102 |
| b. | Uji Reliabilitas | 104 |
| 4. | Uji Validitas dan Reliabilitas <i>Need for Touch</i> | 105 |
| a. | Uji Validitas | 105 |
| b. | Uji Reliabilitas | 107 |
| 5. | Uji Validitas dan Reliabilitas Keputusan Pembelian | 108 |
| a. | Uji Validitas | 108 |
| b. | Uji Reliabilitas | 110 |
| E. | Uji Kecocokan Keseluruhan Model Pengukuran..... | 111 |
| F. | Uji Kecocokan Model Struktural | 115 |
| G. | Pengujian Hipotesis Penelitian..... | 117 |
| H. | Analisis Hasil Penelitian | 121 |
| a. | Analisis <i>Variable Purchase Intention Online</i> terhadap <i>Need for Touch</i> | 121 |
| b. | Analisis <i>Variable Information Processing Strategy</i> terhadap <i>Need for Touch</i> | 121 |
| c. | Analisis <i>Variable Experience Attribute Product</i> terhadap <i>Need for Touch</i> | 122 |
| d. | Analisis <i>Variable Purchase Intention Online</i> terhadap Keputusan Pembelian..... | 123 |
| e. | Analisis <i>Variable Information Processing Strategy</i> terhadap Keputusan Pembelian..... | 123 |

| | |
|---|-----|
| f. Analisis Variable Experience Attribute Product terhadap Keputusan Pembelian..... | 125 |
| g. Analisis Variable Need for Touch terhadap Keputusan Pembelian..... | 126 |

BAB V SIMPULAN DAN SARAN

| | |
|------------------|-----|
| A. Simpulan..... | 128 |
| B. Saran..... | 130 |

| | |
|---------------------|-----|
| DAFTAR PUSTAKA..... | 132 |
|---------------------|-----|

LAMPIRAN



UNIVERSITAS
MERCU BUANA