

DAFTAR ISI

ABSTRAK	iii
ABSTRACT	iv
LEMBAR PENGESAHAN	v
SURAT ORISINALITAS	vi
LEMBAR PERSETUJUAN PUBLIKASI	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
I.1. Latar Belakang.....	1
I.2. Rumusan Masalah.....	11
I.3. Tujuan Penelitian.....	11
BAB II KAJIAN TEORITIK	13
II.1. Deskripsi Konseptual.....	13
II.2. Kerangka Teori.....	21
II.3. Hipotesis.....	28
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	30
III.1. Tempat dan Waktu Penelitian.....	30
III.2. Pendekatan Penelitian.....	30
III.3. Variabel Penelitian.....	31
III.4. Populasi dan Sampel.....	31
III.5. Penyusunan Indikator.....	33
III.6. Skala Pengukuran.....	35
III.7. Teknik Pengumpulan Data.....	35
III.8. Teknik Analisis Data.....	35
III.9. Uji Instrumen.....	36
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	40
IV.1. Deskripsi Responden.....	40

IV.2. Analisis Deskriptif Data	43
IV.3. Hasil Uji Validitas	47
IV.4. Hasil Uji Reliabilitas	48
IV.5. Hasil Uji <i>Confirmatory Factor Analysis</i> (CFA)	48
IV.6. Hasil Uji <i>Structural Equation Model</i> (SEM)	51
IV.7. Hasil Uji Hipotesis	53
IV.8. Pembahasan Hipotesis	55
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	58
V.1. Kesimpulan.....	58
V.2. Implikasi.....	59
V.3. Saran	60
DAFTAR PUSTAKA	
DAFTAR LAMPIRAN	
RIWAYAT HIDUP	



DAFTAR TABEL

Tabel	Judul	Hal.
II.1.	Tabel Hipotesis	29
III.1.	Indikator Variabel <i>Social Media</i>	33
III.2.	Indikator Variabel <i>Product Variety</i>	33
III.3.	Indikator Variabel <i>Trust</i>	34
III.4.	Indikator Variabel <i>Purchase Intention</i>	34
III.5.	Skala Pengukuran Penelitian	35
III.6.	<i>Goodness of Fit Indices</i>	39
IV.1.	Jumlah Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	40
IV.2.	Jumlah Responden Berdasarkan Rentang Usia	40
IV.3.	Jumlah Responden Berdasarkan Domisili/Tempat Bekerja.....	41
IV.4.	Jumlah Responden Berdasarkan Pendidikan	41
IV.5.	Jumlah Responden Berdasarkan Pendapatan	42
IV.6.	Jumlah Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	42
IV.7.	Analisis Deskriptif Variabel <i>Social Media</i>	43
IV.8.	Analisis Deskriptif Variabel <i>Product Variety</i>	44
IV.9.	Analisis Deskriptif Variabel <i>Trust</i>	45
IV.10.	Analisis Deskriptif Variabel <i>Purchase Intention</i>	46
IV.11.	Hasil Uji Validitas	47
IV.12.	Hasil Uji Reliabilitas.....	48
IV.13.	Hasil Uji CFA (<i>Social Media</i>).....	49
IV.14.	Hasil Uji CFA (<i>Trust</i>)	49
IV.15.	Hasil Uji CFA (<i>Product Variety</i>)	50
IV.16.	Hasil Uji CFA (<i>Purchase Intention</i>).....	51
IV.17.	Hasil Uji SEM (<i>Full Model</i>)	52
IV.18.	Hasil Uji SEM (<i>Fit Model</i>)	52
IV.19.	Hasil Estimasi Model.....	53

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Judul	Hal.
I.1.	Grafik Media Sosial yang Paling Sering Digunakan.....	4
I.2.	Contoh <i>Website</i> Marketing Tokopedia.	6
I.3.	Contoh <i>Website</i> Marketing Shopee.	7
I.4.	Contoh <i>Website</i> Marketing Lazada.....	7
I.5.	10 <i>E-Commerce</i> Paling Banyak Dikunjungi tahun 2021.....	8
II.1.	Model Penelitian.....	28
IV.1.	Hasil Uji CFA (<i>Social Media</i>).....	49
IV.2.	Hasil Uji CFA (<i>Product Variety</i>)	49
IV.3.	Hasil Uji CFA (<i>Trust</i>).....	50
IV.4.	Hasil Uji CFA (<i>Purchase Intention</i>).....	51
IV.5.	Hasil Uji SEM (<i>Full Model</i>)	52
IV.6.	Hasil Uji SEM (<i>Fit Model</i>)	53
IV.7.	Hasil Uji SEM (<i>T-Values</i>).....	53