

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	i
DAFTAR ISI.....	iii
DAFTAR TABEL.....	v
DAFTAR GAMBAR	vi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Penelitian	1
B. Rumusan Masalah	9
C. Tujuan Penelitian	9
D. Manfaat Penelitian	9
BAB II KAJIAN TEORITIK.....	11
A. Deskripsi Konseptual	11
1. Niat Beli	11
2. Kualitas Desain <i>Website</i>	14
3. Kesadaran Merek.....	16
B. Hasil Penelitian yang Relevan	18
C. Kerangka Pemikiran	25
D. Perumusan Hipotesis Penelitian	26
BAB III METODELOGI PENELITIAN	27
A. Waktu dan Tempat Penelitian.....	27
B. Metode Penelitian	27
C. Operasional Variabel Penelitian	27
D. Metode Pengumpulan Data	30
E. Teknik Penentuan Populasi dan Sampel	31
F. Teknik Analisis Data	33

1. Analisa Deskriptif.....	33
2. Uji Validitas.....	34
3. Uji Reabilitas.....	35
4. Uji Hipotesis.....	36
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	41
A. Deskripsi Data	41
B. Hasil Analisis.....	43
1. Analisis Deskriptif.....	43
C. Teknik Analisis Data	48
1. Hasil Uji Validitas	48
2. Uji Reliabilitas.....	52
D. Confirmatory Factor Analysis	53
a. Variabel Kualitas Desain Website	54
b. Variabel Kesadaran Merek.....	55
c. Variabel Niat Beli	57
E. Full Model SEM	58
F. Hasil Uji Hipotesis.....	62
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	64
A. Kesimpulan	64
B. Implikasi Praktis	65
C. Saran	66
DAFTAR PUSTAKA	68
LAMPIRAN.....	72

DAFTAR TABEL

Tabel I.1 Peta E-Commerce Indonesia.....	6
Tabel I.2 Matriks Hasil Penelitian Terdahulu	23
Tabel III.1 Operasional Variabel Penelitian	29
Tabel III.2 Tabel Skala Pengukuran.....	32
Tabel III.3 <i>Goodnes of Fit Indices</i>	39
Tabel IV.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	41
Tabel IV.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	42
Tabel IV.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	42
Tabel IV.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan.....	43
Tabel IV.5 Nilai Analisis Deskriptif Variabel Kualitas Desain Website.....	44
Tabel IV.6 Nilai Analisis Deskriptif Variabel Kesadaran Merek.....	46
Tabel IV.7 Nilai Analisis Deskriptif Variabel Niat Beli.....	47
Tabel IV.8 <i>KMO</i> dan <i>Barlett's Test</i> Kualitas Desain Website.....	48
Tabel IV.9 Tabel <i>Component Matrix</i> Variabel Kualitas Desain Website.....	48
Tabel IV.10 <i>KMO</i> dan <i>Barlett's Test</i> Kesadaran Merek.....	49
Tabel IV.11 Tabel <i>Component Matrix</i> Variabel Kesadaran Merek.....	50
Tabel IV.12 <i>KMO</i> dan <i>Barlett's Test</i> Niat Beli.....	51
Tabel IV.13 Tabel <i>Component Matrix</i> Variabel Niat Beli.....	51
Tabel IV.14 Hasil Uji Reabilitas Variabel Kualitas Desain Website.....	52
Tabel IV.15 Hasil Uji Reabilitas Variabel Kesadaran Merek.....	52
Tabel IV.16 Hasil Uji Reabilitas Variabel Niat Beli.....	53
Tabel IV.17 First Order Kualitas Desain Website	54
Tabel IV.18 First Order Kesadaran Merek	55

Tabel IV.19 First Order Niat Beli	57
Tabel IV.20 Full Model <i>Goodness of Fit Indices</i>	60
Tabel IV.21 Indikator <i>Fit Model</i>	60
Tabel IV.22 Estimasi Parameter <i>Regression Weight Model</i>	62
Tabel IV.23 Hasil Fit Model.....	62

DAFTAR GAMBAR

Gambar I.1 Jumlah Pengguna Internet 2019.....	2
Gambar I.2 Peringkat Perusahaan <i>Start Up</i> Terbaik di Indonesia	4
Gambar I.3 Alasan Utama Tidak Puas dengan <i>E-Commerce</i> di Indonesia.....	7
Gambar II.1 Kerangka Berfikir.....	25
Gambar IV.1 <i>First Construct</i> Variabel Kualitas Desain Website.....	54
Gambar IV.2 <i>First Construct</i> Variabel Kesadaran Merek.....	56
Gambar IV.3 <i>First Construct</i> Variabel Niat Beli.....	57
Gambar IV.4 Full Model SEM	59