

DAFTAR ISI

| | Halaman |
|---|----------------|
| HALAMAN JUDUL | i |
| SURAT PERNYATAN | ii |
| HALAMAN PERSETUJUAN | iii |
| HALAMAN PENGESAHAN | iv |
| HALAMAN MOTO | v |
| HALAMAN PERSEMBAHAN | vi |
| UCAPAN TERIMAKASIH | vii |
| DAFTAR ISI | x |
| DAFTAR TABEL | xiii |
| DAFTAR GAMBAR | xiv |
| DAFTAR RUMUS | xv |
| DAFTAR LAMPIRAN | xvi |
| ABSTRAK | xvii |
| ABSTRACT | xviii |
| BAB I PENDAHULUAN | |
| 1.1 Latar Belakang | 1 |
| 1.2 Identifikasi Masalah | 15 |
| 1.3 Batasan Masalah | 17 |
| 1.4 Rumusan Masalah | 18 |
| 1.5 Tujuan Penelitian | 18 |
| 1.6 Manfaat Penelitian | 18 |
| BAB II TINJAUAN PUSTAKA | |
| 2.1 Intensi Pembelian | |
| 2.1.1 Definisi Intensi Membeli | 20 |
| 2.1.2 Teori Intensi Membeli (<i>Theory of Planned Behavior</i>) | 27 |
| 2.1.3 Faktor yang Mempengaruhi Intensi Membeli | 35 |

| | | |
|-------|---|----|
| 2.2 | <i>Consumer Innovativeness</i> | |
| 2.2.1 | Pengertian <i>Consumer Innovativeness</i> | 40 |
| 2.2.2 | Elemen <i>Consumer Innovativeness</i> | 45 |
| 2.3 | <i>Online Store</i> | |
| 2.3.1 | Pengertian Toko <i>Online</i> | 47 |
| 2.3.2 | Karakteristik Toko <i>Online</i> | 48 |
| 2.3.3 | Pengertian Belanja <i>Online</i> | 49 |
| 2.4 | Hubungan Antara <i>Consumer Innovativeness</i> dengan Intensi Membeli melalui Internet | 50 |
| 2.5 | Kerangka Konseptual | 56 |
| 2.6 | Hipotesis Penelitian | 57 |

BAB III METODE PENELITIAN

| | | |
|-------|--|----|
| 3.1 | Tipe Penelitian | 58 |
| 3.2 | Identifikasi Variabel Penelitian | 59 |
| 3.3 | Definisi Operasional Variabel Penelitian | |
| 3.3.1 | Variabel <i>Consumer Innovativeness</i> | 60 |
| 3.3.2 | Variabel Intensi Membeli | 62 |
| 3.4 | Subyek Penelitian | |
| 3.4.1 | Populasi | 64 |
| 3.4.2 | Sampling | 65 |
| 3.5 | Teknik Pengumpulan Data | 67 |
| 3.6 | Validitas dan Reliabilitas Alat Ukur | |
| 3.6.1 | Validitas | 71 |
| 3.6.2 | Reliabilitas | 77 |
| 3.7 | Analisa Data | 81 |

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

| | | |
|-------|---------------------------------|----|
| 4.1 | Gambaran Umum Lokasi Penelitian | 84 |
| 4.2 | Gambaran Subyek Penelitian | 85 |
| 4.3 | Pelaksanaan Penelitian | |
| 4.3.1 | Pelaksanaan Penelitian | 90 |

| | |
|---|------------|
| 4.4 Hasil Penelitian | |
| 4.4.1 Analisis Deskriptif | 91 |
| 4.4.2 Hasil Uji Asumsi | 96 |
| 4.4.3 Uji Hubungan (Uji Hipotesa) | 98 |
| 4.5 Pembahasan | |
| BAB V KESIMPULAN DAN SARAN | |
| 5.1 Kesimpulan | 109 |
| 5.2 Saran | 109 |
| DAFTAR PUSTAKA | 112 |
| LAMPIRAN | 117 |

DAFTAR TABEL

| Nomor | Judul Tabel | Halaman |
|---|---|---------|
| <hr style="border-top: 1px dashed black;"/> | | |
| 2.1 | Ringkasan Definisi Intensi Membeli | 25 |
| 2.2 | Ringkasan Definisi <i>Consumer Innovativeness</i> | 44 |
| 3.1 | Skala Respon untuk Pernyataan Favorable dan Unfavorable | 69 |
| 3.2 | <i>Blue Print</i> Kuesioner <i>Consumer Innovativeness</i> | 70 |
| 3.3 | <i>Blue Print</i> Kuesioner Intensi Membeli Melalui Internet | 71 |
| 3.4 | Pernyataan Judges | 73 |
| 3.5 | <i>Blue Print</i> Kuesioner Intensi Membeli melalui Internet Setelah Uji Kesahihan | 75 |
| 3.6 | Pedoman Interpretasi Terhadap Koefisien Korelasi | 83 |
| 4.1 | Statistik Deskriptif | 91 |
| 4.2 | Penormaan dan Distribusi Data untuk Skala Intensi Membeli melalui Internet | 94 |
| 4.3 | Penormaan dan Distribusi Data untuk Skala <i>Consumer Innovativeness</i> | 95 |
| 4.4 | Hasil Uji Normalitas Dua Variabel | 96 |
| 4.5 | Hasil Uji Linearitas Dua Variabel | 97 |
| 4.6 | Pengujian Korelasi <i>Pearson</i> Variabel <i>Consumer Innovativeness</i> dengan Intensi Membeli melalui Internet | 98 |
| 4.7 | Interpretasi Koefisien Korelasi | 99 |

DAFTAR GAMBAR

| Nomor | Judul Gambar | Halaman |
|-------|--|---------|
| 2.1 | Diagram <i>Theory of Planned Behavior</i> | 28 |
| 2.2 | Diagram Kerangka Konseptual | 56 |
| 3.1 | Skema Hubungan Antar Variabel | 60 |
| 4.1 | Subyek Berdasarkan Usia | 85 |
| 4.2 | Subyek Berdasarkan Jenis Kelamin | 86 |
| 4.3 | Subyek Berdasarkan Tempat Belajar | 87 |
| 4.4 | Subyek Berdasarkan Aktivitas Paling Sering Dilakukan di Internet | 88 |
| 4.5 | Subyek Berdasarkan <i>Online Shop</i> yang Paling Sering Dikunjungi | 89 |

DAFTAR RUMUS

| Nomor | Nama Rumus | Halaman |
|--------------|---|----------------|
| 3.1 | Rumus Koefisien Reliabilitas Alpha Cronbach | 78 |
| 3.2 | Rumus Koefisien Reliabilitas Formula Mosier | 79 |
| 4.1 | Norma Kategorisasi | 93 |

DAFTAR LAMPIRAN

| Nomor | Nama Lampiran | Halaman |
|---|--|---------|
| <hr style="border-top: 1px dashed black;"/> | | |
| 1 | Blue Print Item Kuesioner Sebelum Uji Validitas dan Reliabilitas | 117 |
| 2 | Hasil dari Rater | 120 |
| 3 | Hasil Uji Reliabilitas, Normalitas, Linearitas dan Uji Korelasi | 121 |
| 4 | Blue Print dan Kuesioner Penelitian | 144 |
| 5 | <i>Row Skor</i> Subyek | 156 |
| 6 | Hasil <i>Translate</i> Kuesioner <i>Consumer Innovativeness</i> | 173 |