

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	i
Abstrak	ii
Abstract	iii
KATA PENGANTAR	iv
DAFTAR ISI	v
DAFTAR TABEL	viii
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR LAMPIRAN	xi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Penelitian	1
1.2. Identifikasi dan Rumusan Masalah	16
1.2.1. Identifikasi Masalah	16
1.2.2. Rumusan Masalah	17
1.3. Tujuan Penelitian	18
1.4. Kegunaan Penelitian	19
1.4.1. Kegunaan Akademis	19
1.4.2. Kegunaan Praktis	20
1.5. Lokasi dan Waktu Penelitian	20
1.5.1. Lokasi Penelitian	20
1.5.2. Waktu Penelitian	21
BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS..	22
2.1. Kajian Pustaka	22
2.1.1. Kepribadian Situs Web	22
2.1.2. Kualitas Situs Web	26
2.1.3. Motivasi Belanja Hedonis	29
2.1.4. Pembelian Impulsif <i>Online</i>	33
2.2. Penelitian Terdahulu	37
2.3. Kerangka Pemikiran	41
2.3.1. Pengaruh <i>Kepribadian Situs Web</i> terhadap Motivasi Belanja Hedonis	43

2.3.2. Pengaruh <i>Kualitas Situs Web</i> terhadap Motivasi Belanja Hedonis.....	44
2.3.3. Pengaruh <i>Kepribadian Situs Web</i> terhadap Pembelian Impulsif Online	44
2.3.4. Pengaruh <i>Kualitas Situs Web</i> terhadap Pembelian Impulsif <i>Online</i>	45
2.3.5. Pengaruh Motivasi Belanja Hedonis terhadap Pembelian Impulsif <i>Online</i>	45
2.3.6. Pengaruh <i>Kepribadian Situs Web</i> terhadap Pembelian Impulsif Online Melalui Motivasi Belanja Hedonis.....	46
2.3.7. Pengaruh <i>Kualitas Situs Web</i> terhadap Pembelian Impulsif Online Melalui Motivasi Belanja Hedonis	47
2.4. Paradigma Penelitian.....	48
2.5. Hipotesis Penelitian.....	48
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	50
3.1. Objek Penelitian	50
3.2. Metode Penelitian	51
3.2.1. Desain Penelitian.....	52
3.2.2. Operasionalisasi Variabel.....	53
3.3. Sumber dan Teknik Pengumpulan Data.....	59
3.3.1. Sumber Data.....	59
3.3.2. Populasi dan Sampel	60
3.4. Teknik Pengolahan dan Analisis Data	63
3.4.1. Analisis Deskriptif	63
3.4.2. Analisis Kuantitatif	65
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	73
4.1. Gambaran Umum Perusahaan.....	73
4.1.1. Sejarah Singkat Perusahaan	73
4.2. Karakteristik Responden	74
4.2.1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	74
4.2.2. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	75
4.3. Analisis Deskriptif	76
4.3.1. Analisis Deskriptif Kepribadian Situs Web (X1).....	77
4.3.2. Analisis Deskriptif Kualitas Situs Web (X2)	86
4.3.3. Analisis Deskriptif Motivasi Belanja Hedonis (Z).....	93
4.3.4. Analisis Deskriptif Pembelian Impulsif Online (Y).....	103
4.4. Analisis Verifikatif.....	111

4.4.1. Analisa Outer Model (Model Pengukuran).....	111
4.4.2. Analisa Inner Model (Model Struktural)	116
4.4.3. Pengujian Hipotesis.....	121
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	138
5.1. Kesimpulan	138
5.2. Saran.....	141
DAFTAR PUSTAKA	143