

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL i

PERSETUJUAN PEMBIMBING SKRIPSI ii

PENGESAHAN MUNAQOSAH..... iii

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI iv

ABSTRAK v

ABSTRACT vi

MOTTO vii

PERSEMBAHAN viii

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN ix

KATA PENGANTAR x

DAFTAR ISI..... xii

DAFTAR GAMBAR..... xv

DAFTAR TABEL xvi

BAB I PENDAHULUAN

 A. Latar Belakang..... 1

 B. Rumusan Masalah..... 8

 C. Tujuan Penelitian 8

 D. Manfaat Penelitian..... 8

 1. Manfaat Teoritis..... 8

 2. Manfaat Praktis..... 9

 E. Sistematika Penulisan Skripsi..... 9

BAB II LANDASAN TEORI

 A. Deskripsi Teori..... 11

 1. Niat Beli 12

 a. Pengertian Niat Beli 12

 b. Faktor Pembentuk Niat Beli 13

 2. Persepsi Risiko 14

 a. Pengertian Persepsi Risiko 14

 b. Dimensi Persepsi Risiko..... 16

 3. Ketakutan Akan Kerugian Finansial..... 18

 4. Kesadaran Merek..... 19

 a. Pengertian Kesadaran Merek..... 19

 b. Tingkatan Kesadaran Merek..... 20

 5. Merek Website 20

 B. Penelitian Terdahulu 21

 C. Kerangka Berfikir 24

 D. Hipotesis 24

1. Peran Persepsi Risiko dalam Memediasi Pengaruh Ketakutan Akan Kerugian Finansial pada Niat Beli Online Konsumen.....	24
2. Peran Persepsi Risiko dalam Memediasi Pengaruh Kesadaran Merek pada Niat Beli Online Konsumen.....	25
3. Peran Persepsi Risiko dalam Memediasi Pengaruh Merek Website pada Niat Beli Online Konsumen.....	26
BAB III METODE PENELITIAN	
A. Jenis dan Pendekatan Penelitian	28
B. <i>Setting</i> Penelitian	28
1. Waktu Penelitian.....	28
2. Tempat Penelitian	28
C. Populasi dan Sampel.....	28
1. Populasi	28
2. Sampel.....	29
D. Desain dan Definisi Operasional Variabel.....	30
E. Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen	34
1. Uji Validitas	34
2. Uji Reliabilitas.....	35
3. Uji Hipotesis.....	35
F. Teknik Pengumpulan Data.....	36
G. Teknik Analisis Data.....	37
BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN	
A. Analisis Deskriptif.....	39
1. Gambaran Objek Penelitian.....	39
2. Karakteristik Responden	39
B. Uji Instrumen Penelitian	48
1. Uji Validitas	49
2. Uji Reliabilitas.....	50
C. Uji Hipotesis.....	52
1. Analisis <i>Goodness of Fit</i>	52
2. Normalitas Data.....	54
3. Analisis Efek Langsung, Efek Tidak Langsung, dan Efek Total	57
D. Pembahasan Hasil Analisis.....	58
1. Persepsi Risiko Memediasi Pengaruh Ketakutan Akan Kerugian Finansial Terhadap Niat Beli Online Konsumen.....	58

2. Persepsi Risiko Memediasi Pengaruh Kesadaran Merek Terhadap Niat Beli Konsumen	59
3. Persepsi Risiko Memediasi Pengaruh Merek Website Terhadap Niat Beli Konsumen	61
BAB V PENUTUP	
A. Simpulan.....	64
B. Saran	64
C. Keterbatasan	65
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN-LAMPIRAN	



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Jumlah kunjungan e-commerce 2023 3

Gambar 2. 1 Teori Perilaku Direncanakan (Theory of Planned Behavior)..... 11

Gambar 2. 2 Kerangka Berfikir 24

Gambar 4. 1 Hasil Pengujian *Structural Equation Modeling* (SEM)..... 52

Gambar 4. 2 Hasil Pengujian *Structural Equation Modeling* (SEM) Modifikasi..... 53



DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu 21

Tabel 3. 1 Definisi Operasional Variabel..... 31

Tabel 4. 1 Distribusi Frekuensi Responden Berdasarkan Alamat..... 39

Tabel 4. 2 Distribusi Frekuensi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin 40

Tabel 4. 3 Distribusi Frekuensi Responden Berdasarkan Usia 41

Tabel 4. 4 Distribusi Frekuensi Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir..... 41

Tabel 4. 5 Distribusi Frekuensi Responden Berdasarkan Pekerjaan 41

Tabel 4. 6 Distribusi Frekuensi Responden Berdasarkan Pendapatan Perbulan 42

Tabel 4. 7 Distribusi Frekuensi Responden Berdasarkan Pembelian di Shopee 42

Tabel 4. 8 Deskripsi Tanggapan Responden Terhadap Pengaruh Ketakutan Kerugian Finansial (X1)..... 43

Tabel 4. 9 Deskripsi Tanggapan Responden Terhadap Pengaruh Kesadaran Merek (X2) 45

Tabel 4. 10 Deskripsi Tanggapan Responden Terhadap Pengaruh Merek Website (X3) 46

Tabel 4. 11 Deskripsi Tanggapan Responden Terhadap Pengaruh Persepsi Risiko (Z1) 47

Tabel 4. 12 Deskripsi Tanggapan Responden Terhadap Pengaruh Niat Beli (Y1)..... 48

Tabel 4. 13 Hasil Faktor Analisis Uji Validitas Instrumen 49

Tabel 4. 14 Uji Reliabilitas Instrumen..... 50

Tabel 4. 15 Hasil Uji Reliabilitas Instrumen 51

Tabel 4. 16 Hasil Uji Kelayakan *Structural Equation Modeling* (SEM) Modifikasi..... 53

Tabel 4. 17 Normalitas Data 54

Tabel 4. 18 Hasil Pengujian Hipotesis..... 56

Tabel 4. 19 Pengaruh Efek Langsung, Efek Tidak Langsung, dan Efek Total..... 57