

DAFTAR ISI

PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI.....	iii
ABSTRAK.....	iv
ABSTRACT.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	9
1.3 Tujuan Penelitian.....	10
1.4 Manfaat Penelitian.....	11
1.4.1 Teoritis.....	11
1.4.2 Praktis.....	11
1.5 Lokasi dan Jadwal Penelitian.....	12
1.5.1 Lokasi Penelitian.....	12
1.5.2 Jadwal Penelitian.....	12
BAB II TINJAUAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN, DAN HIPOTESIS.....	13
2.1 Tinjauan Pustaka.....	13
2.1.1 <i>Price Sensitivity</i>	13
2.1.2 <i>Flash Sale</i>	15
2.1.3 <i>Perceived risk</i>	17
2.1.4 Keputusan Pembelian.....	19
2.1.5 Penelitian Terdahulu.....	21
2.2 Kerangka Pemikiran.....	23
2.3 Hipotesis.....	28
BAB III OBJEK DAN METODE PENELITIAN.....	29
3.1 Objek Penelitian.....	29

3.2 Metode Penelitian.....	29
3.2.1 Operasionalisasi Variabel	30
3.2.2 Teknik Pengumpulan Data.....	33
3.2.3 Metode Pengumpulan Data.....	34
3.3 Model Penelitian	36
3.4 Teknik Analisis Data	36
3.4.1 Analisis Deskriptif (NJI).....	36
3.4.2 <i>Sructural Equation Modeling</i> (SEM).....	37
3.4.3 Pengembangan Model Berbasis Teori.....	37
3.4.4 Pengembangan <i>Path Diagram</i>	38
3.4.5 Konversi Path ke Dalam Persamaan.....	39
3.4.6 Memilih Matriks Input dan Persamaan Model	40
3.4.7 Kemungkinan Munculnya Identifikasi Masalah	41
3.4.8 Uji Validitas dan Reabilitas	41
3.4.9 Asumsi SEM	42
3.4.10 Evaluasi Kriteria <i>Goodness-of Fit</i>	44
3.4.11 Evaluasi atas <i>Regression Weight</i> sebagai Pengujian Hipotesis.....	46
3.4.12 Pengujian Hipotesis Mediasi.....	46
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	47
4.1 Hasil Penelitian	47
4.1.1 Analisis Karakteristik Responden	47
4.1.2 Analisis Deskriptif (NJI).....	51
4.1.3 Analisis <i>Structural Equation Modelling</i> (SEM)	70
4.2 Pembahasan	85
4.2.1 <i>Price sensitivity, flash sale, perceived risk</i> dan <i>purchase decision</i> pada pengguna Shopee di kota Tasikmalaya	85
4.2.2 Pengaruh <i>price sensitivity</i> terhadap <i>perceived risk</i> pada pengguna Shopee di Kota Tasikmalaya	87
4.2.3 Pengaruh <i>flash sale</i> terhadap <i>perceived risk</i> pada pengguna Shopee di Kota Tasikmalaya	90

4.2.4 Pengaruh <i>perceived risk</i> terhadap <i>purchase decision</i> pada pengguna Shopee di Kota Tasikmalaya	95
4.2.5 Pengaruh <i>perceived risk</i> dalam memediasi hubungan <i>price sensitivity</i> terhadap <i>purchase decision</i> pada pengguna Shopee di Kota Tasikmalaya	99
4.2.6 Pengaruh <i>perceived risk</i> dalam memediasi hubungan <i>flash sale</i> terhadap <i>purchase decision</i> pada pengguna Shopee di Kota Tasikmalaya	102
BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....	105
5.1 Simpulan.....	105
5.2 Saran.....	106
DAFTAR PUSTAKA.....	110
LAMPIRAN	117
BIODATA PENULIS.....	134

DAFTAR TABEL

2. 1 Penelitian Terdahulu	21
3. 1 Operasionalisasi Variabel.....	30
3. 2 Variabel dan Konstruk Penelitian	37
3. 3 Model Persamaan Struktural.....	40
3. 4 Model Persamaan Struktural.....	40
3. 5 Indeks pengujian kelayakan model (<i>Goodness-of-fit-Indeks</i>)	45
4. 1 Klasifikasi Penilaian Untuk Setiap Indikator <i>Price Sensitivity</i>	52
4. 2 Rekapitulasi Skor <i>Price Sensitivity</i> Pada Pengguna Shopee di Kota Tasikmalaya.....	52
4. 3 Kalsifikasi Penilaian Untuk Variabel <i>Price Sensitivity</i>	54
4. 4 Klasifikasi Penilaian Untuk Setiap Indikator <i>Flash Sale</i>	56
4. 5 Rekapitulasi Skor <i>Flash Sale</i> Pada Pengguna Shopee di Kota Tasikmalaya .	56
4. 6 Kalsifikasi Penilaian Untuk Variabel <i>Flash Sale</i>	59
4. 7 Klasifikasi Penilaian Untuk Setiap Indikator <i>Perceived Risk</i>	61
4. 8 Rekapitulasi Skor <i>Perceived Risk</i> Pada Pengguna Shopee di Kota Tasikmalaya.....	61
4. 9 Kalsifikasi Penilaian Untuk Variabel <i>Perceived Risk</i>	64
4. 10 Klasifikasi Penilaian Untuk Setiap Indikator <i>Purchase Decision</i>	66
4. 11 Rekapitulasi Skor <i>Purchase Decision</i> Pada Pengguna Shopee di Kota Tasikmalaya.....	67
4. 12 Kalsifikasi Penilaian Untuk Variabel <i>Purchase Decision</i>	69
4. 13 <i>Confirmatory Factor Analysis</i> Variabel Eksogen.....	72
4. 14 <i>Confirmatory Factor Analysis</i> Variabel Endogen	74
4. 15 Hasil Uji Normalitas.....	75
4. 16 <i>Descriptive Statistics</i>	76
4. 17 Hasil Uji <i>Outlier</i>	77
4. 18 <i>Computation of degrees of freedom (Default model)</i>	79
4. 19 Indeks Pengujian Kelayakan Model (<i>Goodness-of-fit</i>)	80
4. 20 Uji Validitas	81

4. 21 Uji Reliabilitas	81
4. 22 <i>Regression Weights: (Group number 1 - Default model)</i>	82
4. 23 <i>User-defined estimands: (Group number 1 - Default model)</i>	84

DAFTAR GAMBAR

3. 1 Model Penelitian	36
3. 2 <i>Path Diagram</i>	39
4. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	47
4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	48
4. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan.....	49
4. 4 Hasil <i>Confirmatory Factor Analysis</i> Variabel Eksogen.....	71
4. 5 Hasil <i>Confirmatory Factor Analysis</i> Variabel Endogen	73
4. 6 Hasil Full Model SEM	79

DAFTAR LAMPIRAN

1 Jadwal Penelitian	120
2 Tabulasi Data Responden	121
3 Uji Normalitas Data	127
4 <i>Outlier Univariate</i>	127
5 <i>Outlier Multivariate</i>	128
6 Uji Multikolinieritas dan Singulaliritas	130
7 Identifikasi Struktural	131
8 <i>Goodness Of Fit</i>	131
9 Uji Validitas	131
10 Uji Reliabilitas	132
11 Hipotesis Pengaruh Langsung	132
12 Hipotesis Mediasi	133