

DAFTAR ISI

Halaman

LEMBAR PENGESAHAN	i
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	ii
ABSTRACT	iv
ABSTRAK	v
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	6
1.3 Tujuan Penelitian	7
1.4 Kegunaan Hasil Penelitian.....	8
1.5 Lokasi dan Jadwal Penelitian.....	10
BAB II	11
TINJAUAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN, DAN HIPOTESIS....	11
2.1 Tinjauan Pustaka.....	11
2.1.1 <i>IT Affordance</i>	16
2.1.2 <i>Immersion</i>	19
2.1.3 <i>Presence</i>	21
2.1.4 <i>Actual Purchase</i>	23
2.1.5 <i>Customer Advocacy</i>	25
2.1.6 <i>Self Congruence</i>	28
2.2 Kerangka Pemikiran	37
2.3 Hipotesis	43

BAB III.....	44
OBJEK DAN METODE PENELITIAN.....	44
3.1 Objek Penelitian.....	44
3.2 Metode Penelitian	44
3.2.1 Operasionalisasi Variabel	45
3.3 Model Penelitian.....	52
3.4 Teknik Analisis Data.....	52
3.4.1 Analisa Data <i>Structural Equation Modelling</i> (SEM)	52
3.4.1.1 Pengembangan Model Berbasis Teori.....	53
3.4.1.2 Pengembangan <i>Path Diagram</i>	55
3.4.1.3 Konversi <i>Path Diagram</i> ke Dalam Persamaan	56
3.4.1.4 Memilih Matriks Input dan Persamaan Model.....	57
3.4.1.5 Kemungkinan Munculnya Masalah Identifikasi	57
3.4.1.6 Evaluasi Asumsi SEM.....	58
3.4.1.7 Uji Validitas dan Reliabilitas	61
3.4.1.8 Evaluasi atas <i>Regression Weight</i> Sebagai Pengujian Hipotesis.....	62
3.4.1.9 Pengujian Hipotesis Mediasi.....	62
3.4.1.10 Pengujian Moderasi.....	63
3.4.1.11 Interpretasi dan modifikasi model.....	67
BAB IV	68
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	68
4.1 Hasil Penelitian.....	68
4.2 Pembahasan	93
BAB V.....	118
SIMPULAN DAN SARAN	118
5.1 Simpulan.....	118
5.2 Saran.....	120
DAFTAR PUSTAKA.....	123
LAMPIRAN.....	132

DAFTAR TABEL

Nomor	Judul	Halaman
1.1	Jadwal Penelitian.....	10
2.1	Penelitian Terdahulu.....	31
3.1	Operasionalisasi Variabel	45
3.2	Variabel dan Konstruk Penelitian.....	53
3.3	Model Persamaan Struktural	56
3.4	Model Pengukuran	57
3.5	Indeks Pengujian Kelayakan Model.....	61
4.1	<i>Confirmatory Factor Analysis</i> Variabel Eksogen.....	78
4.2	<i>Confirmatory Factor Analysis</i> Variabel Endogen	80
4.3	Hasil Uji <i>Outlier</i>	82
4.4	<i>Computation of degrees of freedom (Default model)</i>	84
4.5	Indeks Pengujian Kelayakan Model (<i>Goodness-of-fit</i>).....	85
4.6	Uji Validitas.....	86
4.7	Uji Realibilitas	87
4.8	<i>Regression Weights: (Group number 1 - Default model)</i>	87
4.9	<i>Standardized Regression Weights: (Group number 1 - Default model)</i>	88
4.10	<i>User-defined estimands: (Group number 1 - Default model)</i>	91

DAFTAR GAMBAR

Nomor	Judul	Halaman
2.1	Landasan Teori	11
2.2	Kerangka Model SOR	38
3.1	Data Jumlah Proporsi Sampel	50
3.2	Model Penelitian	52
3.3	<i>Path Diagram</i>	56
4.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	69
4.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	70
4.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	71
4.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Wilayah	73
4.5	Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi Pembelian	75
4.6	Hasil <i>Confirmatory Factor Analysis</i> Variabel Eksogen	76
4.7	Hasil <i>Confirmatory Factor Analysis</i> Variabel Endogen	79
4.8	Hasil Full Model SEM	84

DAFTAR LAMPIRAN

Nomor	Judul	Halaman
Lampiran 1. Jadwal Penelitian		132
Lampiran 2. Kuesioner Penelitian.....		133
Lampiran 3. Data Penelitian.....		140
Lampiran 4. Biodata Penulis		159