

DAFTAR ISI

	Halaman
PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT.....	i
PERTANGGUNGJAWABAN SKRIPSI.....	ii
LEMBAR YURIDIS.....	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
ABSTRAK.....	vi
<i>ABSTRACT</i>	vii
RINGKASAN SKRIPSI.....	viii
DAFTAR ISI.....	xiii
DAFTAR TABEL.....	xv
DAFTAR GAMBAR.....	xvi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	7
1.2.1. Pernyataan Masalah.....	7
1.2.2. Pertanyaan Penelitian.....	7
1.3 Tujuan Penelitian.....	8
1.4 Kontribusi Penelitian.....	8
1.4.1. Kontribusi Teoritis.....	8
1.4.2. Kontribusi Praktis.....	8
1.5 Gambaran Konstektual Penelitian.....	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	11
2.1 Landasan Teori.....	11
2.1.1 <i>Website Quality</i>	11
2.1.2 <i>Paylater Payment</i>	13
2.1.3 <i>Shoping Enjoyment</i>	16
2.1.4 <i>Online Impulse Buying</i>	18
2.2 Kajian Empris.....	20
2.3 Hubungan Antar Variabel.....	26
2.3.1 Hubungan <i>Website Quality</i> Terhadap <i>Shoping Enjoyment</i>	26
2.3.2 Hubungan <i>Paylater Payment</i> Terhadap <i>Shoping Enjoyment</i>	26
2.3.3 Hubungan <i>Shoping Enjoyment</i> Terhadap <i>Online Impulse Buying</i>	26
2.3.4 Hubungan <i>Website Quality</i> Terhadap <i>Online Impulse Buying</i>	27
2.3.5 Hubungan <i>Paylater Payment</i> Terhadap <i>Online Impulse Buying</i>	27
2.3.6 Hubungan <i>Website Quality</i> Terhadap <i>Online Impulse Buying</i> Dengan Mediasi <i>Shoping Enjoyment</i>	28
2.3.7 Hubungan <i>Paylater Payment</i> Terhadap <i>Online Impulse Buying</i> Dengan Mediasi <i>Shoping Enjoyment</i>	28
2.4 Kerangka Konseptual.....	29
BAB III METODE PENELITIAN.....	30
3.1 Bentuk Penelitian.....	30

3.2	Tempat dan Waktu Penetilian	31
3.3	Data Penetilian	31
3.4	Populasi dan Sampel	31
3.5	Variabel Penelitian	33
3.6	Teknik Analisis Data	37
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN		45
4.1	Hasil Penelitian	45
4.1.1	Karakteristik Responden	45
4.1.2	Tanggapan Responden	50
4.1.3	Uji Kecocokan Model (<i>Model Fit Test</i>)	58
4.1.4	Validitas dan Reliabilitas	59
4.1.5	Uji Hipotesis	62
4.2	Pembahasan	66
4.2.1	<i>Website Quality Terhadap Shopping Enjoyment</i>	66
4.2.2	<i>Paylater Payment Terhadap Shopping Enjoyment Quality</i>	66
4.2.3	<i>Shopping Enjoyment Terhadap Online Impulse Buying</i>	67
4.2.4	<i>Website Quality Terhadap Online Impulse Buying</i>	67
4.2.5	<i>Paylater Payment Terhadap Online Impulse Buying</i>	68
4.2.6	<i>Website Quality Terhadap Online Impulse Buying Dengan Mediasi Shopping Enjoyment</i>	68
4.2.7	<i>Paylater Payment Terhadap Online Impulse Buying Dengan Mediasi Shopping Enjoyment</i>	69
BAB V PENUTUP		70
5.1	Kesimpulan	70
5.2	Saran	72
DAFTAR PUSTAKA		74
LAMPIRAN		77