

## DAFTAR ISI

<b>TESIS .....</b>	<b>i</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN.....</b>	<b>ii</b>
<b>PERNYATAAN KEASLIAN .....</b>	<b>iii</b>
<b>HALAMAN PERSEMBAHAN.....</b>	<b>iv</b>
<b>MOTTO.....</b>	<b>v</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>vi</b>
<b>DAFTAR ISI .....</b>	<b>vii</b>
<b>DAFTAR TABEL.....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>x</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xi</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>xii</b>
<b>ABSTRAK.....</b>	<b>xiii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
A. Latar belakang masalah .....	1
B. Rumusan masalah .....	12
D. Manfaat penelitian .....	14
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....</b>	<b>16</b>
A. Landasan teori .....	16
1. <i>Consumer behavior theory</i> .....	16
2. <i>Online purchase intention</i> .....	20
3. <i>Customer reviews</i> .....	22
4. <i>Website quality</i> .....	24
5. <i>Product assortment</i> .....	27
7. <i>Trust</i> .....	29
B. Penelitian terdahulu .....	31
C. Pengaruh antar variabel.....	37
D. Kerangka pemikiran .....	43
E. Hipotesis.....	44

<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>45</b>
A. Rancangan penelitian .....	45
B. Objek dan waktu penelitian .....	45
C. Populasi .....	45
D. Metode Pengambilan Sampling .....	46
E. Sampel yang diteliti .....	46
F. Jenis data .....	47
G. Prosedur pengambilan data .....	47
H. Klasifikasi variabel penelitian .....	47
I. Operasional variabel .....	48
J. Teknik analisis data .....	49
K. Uji instrumen .....	49
L. Teknik analisis data .....	50
1. Analisis deskriptif .....	50
2. Analisis kuantitatif (SEM-PLS 4.1.) .....	51
3. Uji hipotesis .....	57
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>59</b>
A. Analisis deskriptif .....	59
1. Analisis deskriptif – karakteristik responden .....	59
2. Analisis deskriptif – karakteristik variabel yang diteliti .....	62
B. Analisis kuantitatif (SEM-PLS 4.1) .....	68
1. Outer model (measurement model) .....	68
2. <i>Inner model</i> (struktural model) .....	73
C. Pembahasan .....	81
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>101</b>
A. Kesimpulan .....	101
B. Saran .....	103
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>104</b>
<b>LAMPIRAN .....</b>	<b>104</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1. <i>Groceries online</i> yang diminati oleh konsumen (2024) .....	2
Tabel 1.2. Faktor yang mempengaruhi <i>Purchase Intention</i> pada aplikasi (2024) ..	3
Tabel 1.3. <i>Customer review</i> Klik Indomaret di playstore (Oktober 2025).....	5
Tabel 1.4. <i>Website quality</i> Klik Indomaret di playstore (Oktober 2025) .....	6
Tabel 1.5. Fenomena <i>product assortment</i> di playstore (Oktober 2025) .....	8
Tabel 2.1. Penelitian terdahulu .....	29
Tabel 3.1. Definisi operasional variabel.....	45
Tabel 4.1. karakteristik responden – usia responden .....	55
Tabel 4.2. karakteristik responden – jenis kelamin responden.....	56
Tabel 4.3. karakteristik responden – pekerjaan responden.....	56
Tabel 4.4. karakteristik responden – domisili responden.....	57
Tabel 4.5. Kategori Variabel.....	58
Tabel 4.6. Variabel <i>online purchase intention</i> .....	58
Tabel 4.7. Variabel <i>customer reviews</i> .....	59
Tabel 4.8. Variabel <i>website quality</i> .....	60
Tabel 4.9. Variabel <i>product assortment</i> .....	61
Tabel 4.10. Variabel <i>trust</i> .....	62
Tabel 4.11. Nilai validitas – Konvergen.....	65
Tabel 4.12. <i>Average Variance Extracted (AVE)</i> .....	66
Tabel 4.13. <i>Uji Validitas Diskriminan (Fornell–Larcker)</i> .....	66
Tabel 4.14. Hasil Uji reliabilitas .....	67
Tabel 4.15. Nilai <i>R Square</i> .....	70
Tabel 4.16. Nilai <i>Q Square</i> .....	71
Tabel 4.17. Uji <i>Goodness of fit</i> .....	72
Tabel 4.18. Uji <i>p-value</i> .....	73

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1. Offline Vs Online Groceries (2017 dan 2024) .....	1
Gambar 2.1. Kerangka penelitian .....	40
Gambar 4.1. Path model – Outer model.....	64
Gambar 4.2. Path model – inner model .....	69
Gambar 4.3. Rating 3.2 di playstore .....	77
Gambar 4.4. Kececewaan pada aplikasi.....	77
Gambar 4.5 Kececewaan pada aplikasi 2.....	77
Gambar 4.6 Antarmuka Klik Indomaret .....	80
Gambar 4.7 Antarmuka Klik Indomaret 2.....	80
Gambar 4.8. Keluhan mengenai product assortment.....	84
Gambar 4.9. Keluhan mengenai product assortment 2 .....	84

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1: Kuisisioner .....	105
Lampiran 2: Data Responden .....	108
Lampiran 3a: Hasil Kuesioner – Online purchase intention (Y) dan Trust (Z)...	113
Lampiran 3b: Hasil Kuesioner – CR(X1), WQ (X2) dan PA(X3).....	119
Lampiran 4: karakteristik responden – usia responden.....	128
Lampiran 5: karakteristik responden – jenis kelamin responden .....	128
Lampiran 6: karakteristik responden – pekerjaan responden.....	128
Lampiran 7: karakteristik responden – domisili responden .....	128
Lampiran 8: Kategori Variabel .....	129
Lampiran 9: Variabel <i>online purchase intention</i> .....	129
Lampiran 10: Variabel <i>customer reviews</i> .....	129
Lampiran 11: Variabel <i>website quality</i> .....	130
Lampiran 12: Variabel <i>product assortment</i> .....	130
Lampiran 13: Variabel <i>trust</i> .....	130
Lampiran 14: <i>Path model – Outer model</i> .....	131
Lampiran 15: Nilai validitas – <i>Konvergen</i> .....	131
Lampiran 16: Nilai validitas – AVE.....	132
Lampiran 17: Uji Validitas Diskriminan ( <i>Fornell–Larcker</i> ) .....	132
Lampiran 18: Hasil Uji reliabilitas .....	132
Lampiran 18: Path model – inner model.....	133
Lampiran 19: <i>R Square</i> .....	133
Lampiran 20: <i>Q Square</i> .....	133
Lampiran 21: <i>Goodness of fit</i> .....	133
Lampiran 22: Uji <i>p-value</i> .....	134