

**Anteseden Kebingungan Konsumen
dan Pengaruhnya Terhadap Niat Beli Konsumen
di *E-Commerce***



Rafael Latu Bawono
215026541/PS/MM


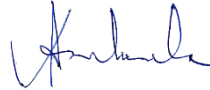

**PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN
FAKULTAS BISNIS DAN EKONOMI
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA
2022**



UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA
FAKULTAS BISNIS DAN EKONOMIKA
PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN

PENGESAHAN TESIS

Nama : RAFAEL LATU BAWONO
Nomor Mahasiswa : 215026541/PS/MM
Konsentrasi : E-BISNIS
Judul Tesis : ANTESEDEN KEBINGUNGAN KONSUMEN DAN
PENGARUHNYA TERHADAP NIAT BELI KONSUMEN DI
E-COMMERCE

Nama Penguji	Tanggal	Tanda Tangan
Dr. J. Ellyawat, MM	27 Januari 2023	
Parnawa Putranta, MBA., Ph.D.	30 Januari 2023	
Drs. Budi Suprpto, MBA., Ph.D.	30 Januari 2023	

DAFTAR ISI

DAFTAR ISI.....	i
DAFTAR GAMBAR.....	iii
DAFTAR TABEL.....	iv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang Masalah.....	1
1.2. Perumusan Masalah.....	4
1.3. Tujuan Penelitian.....	6
1.4. Manfaat Penelitian.....	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	8
2.1. <i>Price Consciousness</i>	8
2.2. <i>Learning Orientation</i>	8
2.3. <i>Need for Cognition</i>	9
2.4. <i>Consumer Confusion</i>	9
2.5. <i>Purchase Intention</i>	10
2.6. Pengembangan Hipotesis.....	10
2.6.1. Hubungan antara <i>Need for Cognition</i> dan <i>Consumer Confusion</i>	10
2.6.2. Hubungan antara <i>Learning Orientation</i> dan <i>Consumer Confusion</i>	11
2.6.3. Hubungan antara <i>Price Consciousness</i> dengan <i>Consumer Confusion</i>	12
2.6.4. Hubungan antara <i>Consumer Confusion</i> dengan <i>Purchase Intention</i>	13
2.7. Model Penelitian.....	13
2.8. Penelitian Terdahulu.....	15
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	28
3.1. Desain Penelitian.....	28
3.2. Populasi dan Sampel.....	28
3.2.1. Metode Penentuan Jumlah Sampel.....	29
3.2.2. Metode Penentuan Sampel.....	29
3.3. Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel.....	29
3.4. Pengumpulan Data.....	32
3.5. Penyebaran Kuesioner.....	32
3.6. Pilot Study.....	32
3.6.1. Uji Validitas.....	33
3.6.2. Uji Reliabilitas.....	33
3.7. Alat Analisis.....	34
3.7.1. Regresi Sederhana.....	35
3.7.2. Regresi Berganda.....	35
3.8. Uji Hipotesis.....	36
BAB IV HASIL PENELITIAN, ANALISIS, DAN PEMBAHASAN.....	37
4.1 Karakteristik Responden.....	37
4.1.1. Karakteristik Jenis Kelamin.....	37
4.1.2. Karakteristik Rata - Rata Uang Saku per Bulan.....	38
4.1.3. Karakteristik Tingkat Frekuensi Belanja melalui <i>E-Commerce</i> per Bulan.....	38
4.1.4. Karakteristik Alasan Belanja melalui <i>E-Commerce</i>	39
4.2 Deskripsi Jawaban Responden.....	39
4.3 Analisis Data.....	42
4.3.1 Uji Validitas dan Uji Reliabilitas.....	42
4.3.1.1 Uji Validitas.....	42
4.3.1.2 Uji Reliabilitas.....	44

4.3.2	Analisis Regresi	44
4.3.2.1	Analisis Regresi Linear Berganda	44
4.3.2.2	Analisis Regresi Linear Sederhana	46
4.3.3	Pengujian Hipotesis	47
4.3.3.1	Pengujian Hipotesis pada Anteseden <i>Consumer Confusion</i>	47
4.3.3.1.1	Pengujian Signifikansi (uji t)	47
4.3.3.1.2	Koefisien Determinasi (R^2)	48
4.3.3.2	Pengujian Hipotesis pada <i>Purchase Intention</i>	49
4.3.3.2.1	Pengujian Signifikan (uji t)	49
4.3.3.2.2	Koefisien Determinasi (R^2)	49
4.4	Pembahasan.....	50
4.4.1	Pengaruh <i>learning orientation</i> terhadap <i>consumer confusion</i>	50
4.4.2	Pengaruh <i>need for cognition</i> terhadap <i>consumer confusion</i>	51
4.4.3	Pengaruh <i>price consciousness</i> terhadap <i>consumer confusion</i>	52
4.4.4	Pengaruh <i>consumer confusion</i> terhadap <i>purchase intention</i>	53
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN		55
5.1	Kesimpulan	55
5.2	Implikasi Manajerial	57
5.3	Saran	58
5.3.1	Saran untuk pelaku bisnis	58
5.3.2	Saran untuk penelitian yang akan datang.....	59
DAFTAR PUSTAKA		60
LAMPIRAN 1 KUESIONER PENELITIAN.....		64
LAMPIRAN 2 KUESIONER ASLI		71
LAMPIRAN 3 JAWABAN RESPONDEN.....		75
LAMPIRAN 4 REKAP DATA JAWABAN RESPONDEN		92
LAMPIRAN 5 HASIL PENELITIAN MENGGUNAKAN SPSS.....		118

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1. Model Penelitian 1	14
Gambar 2.2. Model Penelitian 2	14
Gambar 2.4 Model Penelitian	15



DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian terdahulu	16
Tabel 3.1 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel.....	30
Tabel 4.1 Karakteristik jenis kelamin	37
Tabel 4.2 Karakteristik uang saku	38
Tabel 4.3 Karakteristik Frekuensi Belanja.....	38
Tabel 4.4 Karakteristik alasan belanja melalui <i>e-commerce</i>	39
Tabel 4.5 Deskripsi jawaban responden	39
Tabel 4.6 Hasil pengujian validitas.....	43
Tabel 4.7 Hasil pengujian reliabilitas	44
Tabel 4.8 Hasil analisis regresi berganda	45
Tabel 4.9 Hasil analisis regresi sederhana	46
Tabel 4.10 Uji hipotesis Anteseden <i>Consumer Confusion</i>	47
Tabel 4.11 Pengujian Hipotesis <i>Purchase Intention</i>	49

