

## KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa atas berkat, rahmat, kemurahan dan pertolongan-Nya tesis ini dapat diselesaikan dan berjalan dengan baik pada program Pasca Sarjana Magister Management, Universitas Pelita Harapan dengan judul “FAKTOR YANG MEMENGARUHI MINAT BELI KONSUMEN DALAM PEMBELIAN OBAT BEBAS DENGAN *ONLINE*” Saya menyadari tanpa bimbingan dan doa dari berbagai pihak tesis ini tidak akan selesai tepat pada waktunya. Oleh sebab itu, saya ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah membantu pengerjaan tesis ini yaitu:

1. Dra. Gracia Shinta Setyadi Ugut, MBA., Ph.D., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis .
2. Dr. Innocentius Bernarto, ST., MM., M.Si., selaku Ketua Program Magister Manajemen
3. Dr. Pauline H. Pattyranie Tan, S.E., M.Si., selaku Dosen Pembimbing Utama
4. Dr. Tanggor Sihombing, B.A., M.B.A dan Dr. dr. Ferdi Antonio, M.M., M.M.R.S. selaku Dosen Penguji Tesis.
4. Segenap dosen, staf dan karyawan Universitas Pelita Harapan
5. Kepada keluarga dan teman yang telah memberikan dukungan serta doa
6. Terimakasih atas bantuan yang sudah diberikan semua pihak yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu.

Akhir kata, saya menyadari bahwa masih terdapat banyak kekurangan dalam penulisan tesis ini. Oleh sebab itu, kritik dan saran dari pembaca akan sangat bermanfaat bagi saya.

Jakarta, 14 Juli 2020

Chiquita Purnomo

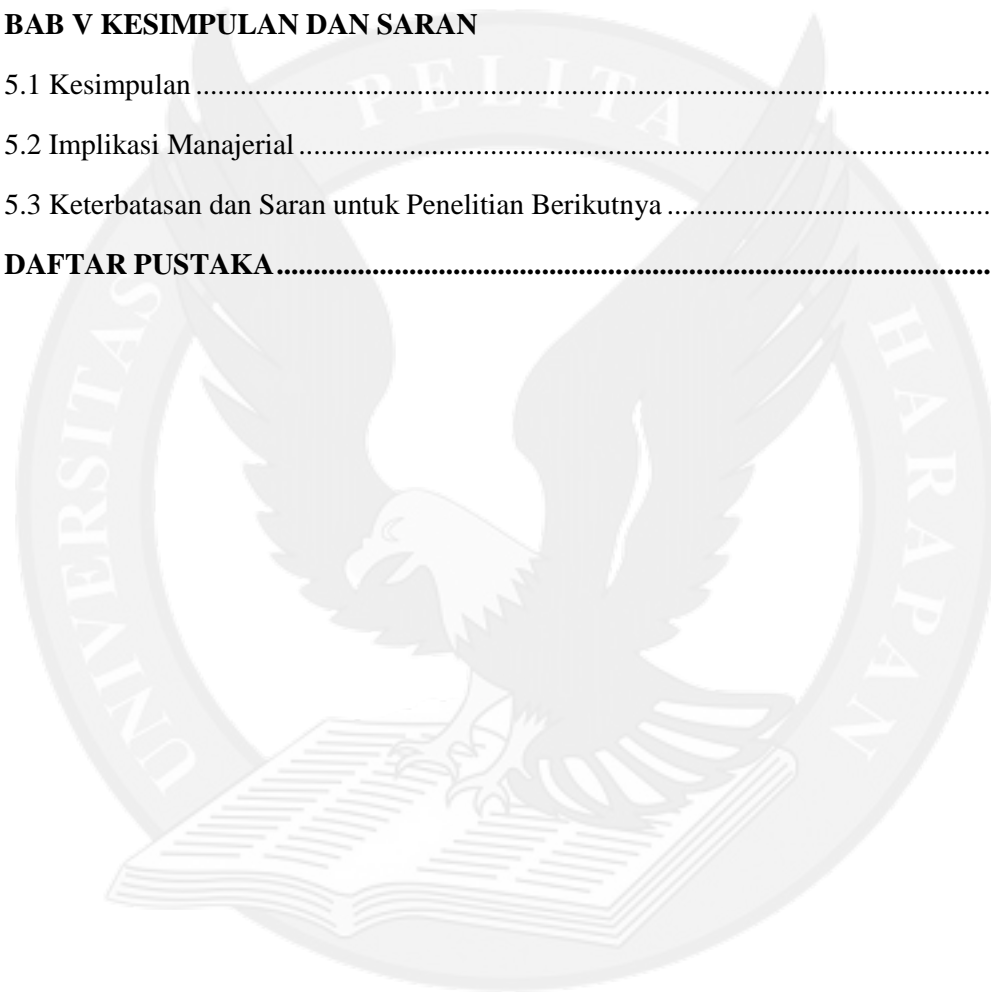
## DAFTAR ISI

<b>PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TUGAS AKHIR.....</b>	<b>ii</b>
<b>PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING TUGAS AKHIR.....</b>	<b>iii</b>
<b>PERSETUJUAN TIM PENGUJI TUGAS AKHIR.....</b>	<b>iv</b>
<b>PERNYATAAN DAN PERSETUJUAN UNGGAH TUGAS AKHIR.....</b>	<b>v</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>vi</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xv</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>xvi</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
1.1 Latar Belakang Penelitian .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	5
1.3 Tujuan Penelitian .....	6
1.4 Manfaat Penelitian .....	6
1.4.1 Manfaat Teoritis.....	6
1.4.2 Manfaat Praktis .....	7
1.5 Sistematika Penulisan .....	7
<b>BAB II LANDASAN TEORI</b>	
2.1 Dasar Teori.....	8
2.1.1 Minat Beli (Purchase Intention).....	8
2.1.2 Technology Acceptance Model (TAM).....	9
2.1.2.1 Persepsi Kemudahan (Perceived Ease of Use).....	11
2.1.2.2 Persepsi Kemanfaatan (Perceived Usefulness) .....	12
2.1.3 Virtual Experiential Marketing (VEM).....	13
2.1.3.1 Panca Indra (Sense).....	14
2.1.3.2 Interaksi (Interaction).....	15
2.1.3.3 Kesenangan (Pleasure).....	15

2.1.3.4 Alur (Flow) .....	16
2.1.3.5 Relasi Komunitas (Community Relationship) .....	16
2.1.4 Kepercayaan (Trust).....	16
2.2 Penelitian Sebelumnya.....	18
2.2.1 Pengaruh TAM terhadap Kepercayaan .....	19
2.2.2 Pengaruh VEM dengan Kepercayaan .....	20
2.2.3 Pengaruh Kepercayaan terhadap Minat Membeli Online .....	21
2.2.4 Pengaruh TAM terhadap Minat Membeli Online .....	22
2.2.5 Pengaruh VEM terhadap Minat Membeli Online .....	23
2.3 Model Penelitian .....	24
<b>BAB III METODE PENELITIAN</b>	
3.1 Desain Penelitian .....	25
3.2 Unit Analisis .....	25
3.3 Tipe Penelitian .....	26
3.4 Definisi Konseptual dan Operasional .....	27
3.4.1 Variabel Bebas (Independen).....	31
3.4.2 Variabel Mediasi atau Intervensi .....	31
3.4.3 Variabel Terikat (Dependen) .....	32
3.5 Populasi dan Sampel .....	32
3.5.1 Populasi.....	32
3.5.2 Sampling .....	32
3.6 Teknik Pengumpulan Data.....	36
3.6.1 Skala Pengukuran.....	38
3.7 Metode Analisa Data.....	39
3.7.1 Statistik Deskriptif .....	39
3.7.2 Statistik Inferensial .....	40
3.7.2.1 Partial Least Square (PLS) - Structural Equation Modeling (SEM) .....	40
3.7.2.2 Model Evaluasi .....	42
3.7.2.3 Evaluasi Outer Model .....	43
3.7.2.4 Evaluasi Inner Model .....	46

3.7.2.5 Evaluasi Uji Pendahuluan Inner Model .....	48
3.7.2.6 Evaluasi Final Uji Pendahuluan Inner Model .....	48
3.7.2.7 Pengujian Hipotesis .....	49
3.7.2.7.1 Pengujian Hipotesis Pengaruh Langsung (Direct Effect) .....	50
3.8 Pengujian Instrumen Penelitian .....	50
3.8.1 Pengujian Validitas .....	50
3.8.2 Pengujian Reliabilitas .....	51
3.9 Hasil Uji Instrumen Pendahuluan .....	52
3.9.1 Model Pengukuran (Outer Model) .....	52
3.9.2 Hasil Final Uji Pendahuluan Validitas Konvergen .....	54
3.9.2.1 Hasil Final Uji Pendahuluan Validitas Diskriminan .....	55
3.9.2.2 Hasil Uji Reliabilitas Awal .....	57
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN</b>	
4.1 Profil Responden .....	58
4.2 Analisis Statistik Deskriptif .....	61
4.2.1 Analisis Statistik Deskriptif dari Variabel TAM .....	62
4.2.2 Analisis Statistik Deskriptif dari Variabel VEM .....	62
4.2.3 Analisis Statistik Deskriptif dari Variabel Kepercayaan .....	63
4.2.4 Analisis Statistik dari Varibel Minat Beli .....	64
4.3 Analisis Inferensial .....	65
4.3.1 Evaluasi Model Pengukuran (Outer Model) .....	65
4.3.1.1 Indicator Reliability .....	66
4.3.1.2 Construct Reliability .....	67
4.3.1.3 Convergent Validity .....	68
4.3.1.4 Discriminant Validity .....	68
4.3.2 Evaluasi Model Struktural (Inner model) .....	70
4.3.2.1 Multikolinearitas .....	71
4.3.2.2 Koefisien Determinasi (R-Square) .....	72
4.3.2.3 Nilai Effect Size (f-Squared) .....	73
4.3.2.4 Nilai Predictive Relevance (Q2 dan Q2_predict) .....	75

4.3.2.5 Pengujian Hipotesis .....	77
4.3.2.5.1 Pengaruh TAM terhadap Kepercayaan .....	78
4.3.2.5.2 Pengaruh VEM terhadap Kepercayaan .....	79
4.3.2.5.3 Pengaruh Kepercayaan terhadap Minat Membeli Online .....	79
4.3.2.5.4 Pengaruh TAM terhadap Minat Membeli Online .....	80
4.3.2.5.5 Pengaruh VEM terhadap Minat Membeli Online .....	81
4.3.2.6 Hasil Uji Specific Indirect Effect .....	81
 <b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN</b>	
5.1 Kesimpulan .....	83
5.2 Implikasi Manajerial .....	83
5.3 Keterbatasan dan Saran untuk Penelitian Berikutnya .....	88
<b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....	89



## DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Definisi Konseptual dan Operasional .....	27
Tabel 3.2 Rekomendasi Ukuran Sample .....	36
Tabel 3.3 Hasil Uji Pendahuluan Outer Loadings Test.....	52
Tabel 3.4 Hasil Uji Pendahuluan Validitas Diskriminan (Cross Loading) .....	53
Tabel 3.5 Hasil Final Uji Pendahuluan Outer Loadings Test .....	54
Tabel 3.6 Hasil Final Uji Pendahuluan Validitas Konvergen .....	55
Tabel 3.7 Hasil Final Uji Pendahuluan Validitas Diskriminan (Cross Loading).....	55
Tabel 3.8 Hasil Final Uji Pendahuluan Validitas Diskriminan (Fornell-Lacker) .....	56
Tabel 3.9 Hasil Final Uji Pendahuluan Validitas Diskriminan (HTMT).....	56
Tabel 3.10 Hasil Final Uji Pendahuluan Reabilitas .....	57
Tabel 4.1 Filtering Question untuk Responden.....	58
Tabel 4.2 Profil Responden.....	59
Tabel 4.3 Klasifikasi Sikap .....	61
Tabel 4.4 Uji Statistik Deskriptif Variabel TAM.....	62
Tabel 4.5 Uji Statistik Deskriptif Variabel VEM.....	63
Tabel 4.6 Uji Statistik Deskriptif Variabel Kepercayaan.....	63
Tabel 4.7 Uji Statistik Deskriptif Variabel Minat Beli .....	64
Tabel 4.8 Nilai Outer Loading .....	66
Tabel 4.9 Nilai Construct Reliability .....	67
Tabel 4.10 Nilai Average Variance Extracted .....	68
Tabel 4.11 Pengukuran Validitas Diskriminan Menggunakan Metode Cross Loadings.....	69
Tabel 4.12 Pengukuran Validitas Diskriminan Menggunakan Metode Fornell-Lacker.....	69
Tabel 4.13 Pengukuran Validitas Diskriminan Menggunakan Metode HTMT .....	70

Tabel 4.14 Pengukuran Multikolinearitas .....	72
Tabel 4.15 Koefisien Determinasi (R-Square).....	73
Tabel 4.16 Nilai f-Squared.....	74
Tabel 4.17 Nilai Q-squared .....	76
Tabel 4.18 Hasil Pengujian Hipotesis .....	77
Tabel 4.19 Indirect Effect .....	81



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Penetrasi dan Pengguna Internet 2019-2020 .....	1
Gambar 1.2 Pertumbuhan Pembelian Kategori Barang secara Online .....	4
Gambar 1.3 Proyeksi Pasar Farmasi OTC di Indonesia.....	5
Gambar 2.1 Theory of Reason Actioned.....	10
Gambar 2.2 Technology Acceptance Model.....	10
Gambar 2.3 Virtual Experiential Marketing .....	14
Gambar 2.4 Model Penelitian .....	24
Gambar 3.1 Evaluasi Uji Pendahuluan Inner Model .....	48
Gambar 3.2 Evaluasi Final Uji Pendahuluan Inner Model .....	49
Gambar 4.1 Model Pengukuran Penelitian Aktual (Outer Model) .....	66
Gambar 4.2 Model Pengukuran Penelitian Aktual (Inner Model).....	71
Gambar 4.3 Hasil Penelitian Q-Squared .....	75



## LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner Penelitian.....	84
Lampiran 2. Data Original Uji Pendahuluan.....	87
Lampiran 3. Uji Statistik Deskripsi dari Penelitian Pendahuluan.....	87
Lampiran 4. Uji Validitas dan Reabilitas Penelitian Pendahuluan .....	88
Lampiran 5. Hasil Smart PLS Uji Pendahuluan .....	90
Lampiran 6. Data Original Penelitian Aktual .....	91
Lampiran 7. Uji Statistik Deskripsi dari Penelitian Aktual.....	93
Lampiran 8. Uji Validitas dan Reabilitas Penelitian Aktual .....	93
Lampiran 9. Hasil Pengujian Inner Model Penelitian Aktual .....	95
Lampiran 10. Hasil Uji Smart PLS Penelitian Aktual .....	96

