

KATA PENGANTAR

Puji dan Syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa, Yesus Kristus atas berkat, hikmat, dan rahmat-Nya yang telah diberikan untuk menyelesaikan tugas akhir ini.

Tugas akhir berjudul “PENGARUH *EMOTIONAL CONTENT* DAN *PERCEIVED PRODUCT QUALITY* TERHADAP *PURCHASE DECISION* YANG DIMODERASI *PERCEIVED EMPATHY* DAN *PERCEIVED COGNITIVE EFFORT* PADA PELANGGAN TOKOPEDIA” bertujuan untuk memenuhi persyaratan akhir untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen Strata Satu Universitas Pelita Harapan, Tangerang.

Peneliti menyadari bahwa tanpa dukungan dari doa, semangat serta arahan selama ini, tugas akhir ini tidak dapat diselesaikan. Maka dari itu, peneliti ingin mengucapkan banyak terima kasih kepada orang – orang yang telah membantu dan membimbing proses penyelesaian tugas akhir ini, yaitu:

1. Ibu Dra. Gracia Shinta S. Ugut, MBA., Ph.D selaku Dekan Fakultas Ekonomi.
2. Ibu Ir. Isana S. Ch. Meranga, S.P., M.M., selaku Ketua Program Studi Manajemen dan selaku Dosen Pembimbing yang telah menuntun dan memberikan banyak masukan pada peneliti.
3. Bapak Dr. Innocentius Bernarto, S.T., M.M., M.Si., selaku Dosen Pembimbing Akademik.
4. Semua Dosen yang telah mengajar dan memberikan banyak ilmu selama saya berkuliah di Universitas Pelita Harapan.

5. Semua Staff dan Karyawan administrasi Universitas Pelita Harapan yang telah membantu saya memenuhi data dan kebutuhan yang diperlukan.
6. Kedua orang tua, Ibu & Ayah yang sangat saya cintai. Dengan dukungan baik secara spiritual dan materi, saya dapat menyelesaikan Tugas Akhir ini.
7. Semua sahabat saya, Evanny, Grace, Sania, Fulyana, Chacha, Eunjoo, Clarissa, Sharon, Reyner, Gerry, Bryan, dan masih banyak lagi, yang telah membantu saya dalam penyelesaian Tugas Akhir dan dalam perkuliahan.
8. Handika Wijaya Saputro, yang selalu mendukung saya 24/7 saat suka dan duka, membantu segala kebutuhan dan memberi motivasi untuk penyelesaian Tugas Akhir ini.
9. Kim Nam Joon, Kim Seok Jin, Min Yoongi, Jung Ho Seok, Park Jimin, Kim Taehyung, Jeon Jungkook, yang selalu memberi saya semangat dan kesehatan mental selama ini.

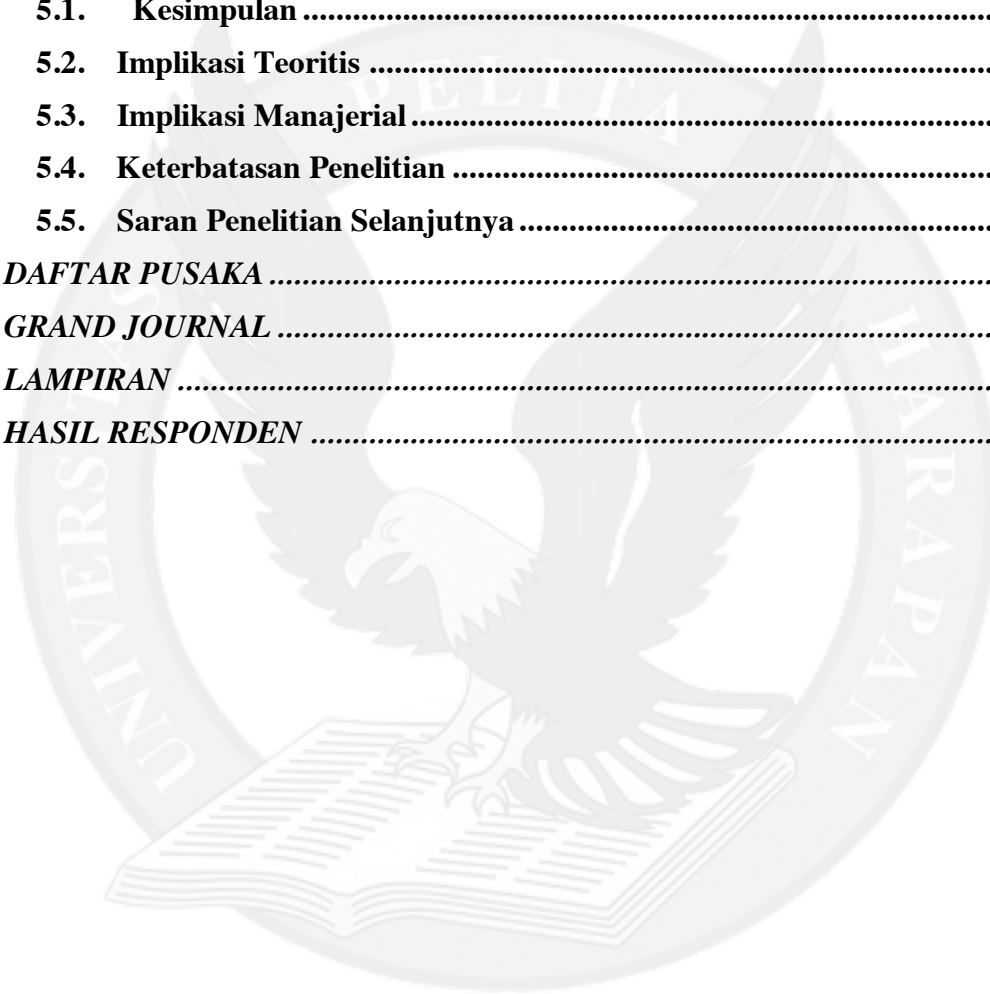
Akhir kata, peneliti menyadari penelitian ini memiliki keterbatasan. Untuk itu, saran dan kritik yang membantu meningkatkan kualitas dari penelitian ini akan diterima dengan hati yang terbuka. Peneliti berharap bahwa penelitian ini dapat berguna untuk tujuan yang bermanfaat bagi pembaca.

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	<i>vi</i>
DAFTAR GAMBAR	<i>xi</i>
DAFTAR TABEL	<i>xii</i>
BAB I	<i>1</i>
PENDAHULUAN	<i>1</i>
1.1. Latar Belakang	<i>1</i>
1.2. Perumusan Masalah	<i>7</i>
1.3. Tujuan Penelitian	<i>7</i>
1.4. Manfaat Penelitian	<i>8</i>
1.4.1. Manfaat Penelitian Secara Teoritis	<i>8</i>
1.4.2. Manfaat Penelitian Secara Praktis	<i>8</i>
1.5. Sistematika Penulisan	<i>9</i>
BAB I PENDAHULUAN	<i>9</i>
BAB II LANDASAN TEORI	<i>9</i>
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	<i>9</i>
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	<i>9</i>
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	<i>9</i>
BAB II	<i>10</i>
LANDASAN TEORI	<i>10</i>
2.1. Signaling Theory	<i>10</i>
2.2. Emotional Content	<i>11</i>
2.3. Perceived Empathy	<i>13</i>
2.4. Perceived Cognitive Effort	<i>14</i>
2.4. Perceived Product Quality	<i>15</i>
2.5. Purchase Decision	<i>16</i>
2.6. Hubungan Antar Variabel	<i>17</i>
2.6.1. Hubungan antara Emotional Content dengan Perceived Product Quality	<i>17</i>
2.6.2. Efek moderasi dari Perceived Empathy dan Perceived Cognitive Effort terhadap Perceived Product Quality	<i>18</i>
2.6.3. Hubungan antara Perceived Product Quality dengan Puchase Decision	<i>20</i>

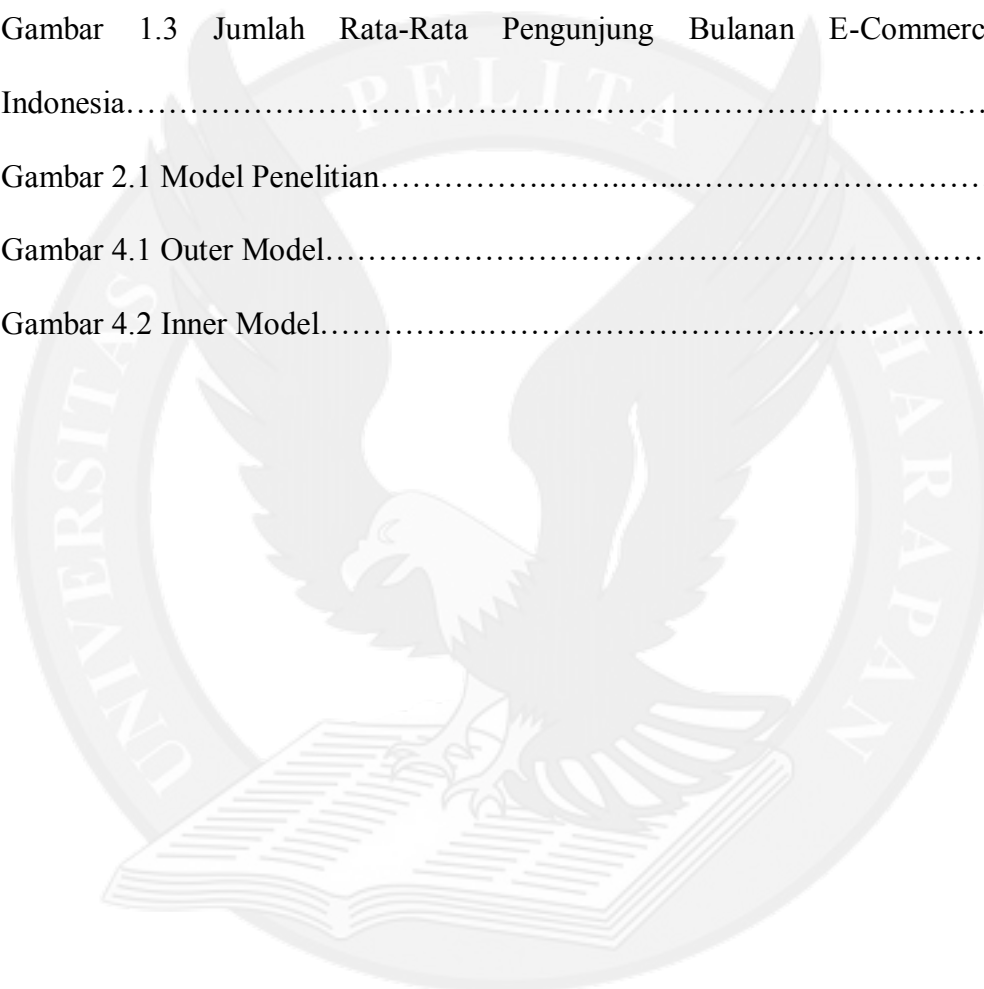
2.7. Model Penelitian	21
BAB III.	22
METODE PENELITIAN.....	22
3.1. Paradigma Penelitian	22
3.2. Metode Dan Jenis Penelitian	23
3.3. Unit Analisis.....	25
3.4. Pengukuran Variabel	25
3.5. Definisi Konseptual dan Operasional Variabel	26
3.6. Skala Pengukuran	30
3.7. Metode Pengumpulan Data.....	31
3.8. Populasi dan Sampel	32
3.9. Teknik pengambilan sampel	33
3.10. Penentuan Jumlah sampel	35
3.11. Teknik analisis data.....	35
3.11.2. Statistik Deskriptif.....	36
3.11.3. Statistik Inferensial	36
3.12. Reabilitas	37
3.13. Validitas	38
3.14. Metode Analisis Data.....	38
3.15. Hasil Uji Studi Pendahuluan.....	39
3.16. Uji Reabilitas Studi Pendahuluan	40
3.16. Uji Validitas Konvergen Studi Pendahuluan	42
3.17. Uji Validitas Diskriminan Studi Pendahuluan	46
BAB IV.....	50
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	50
4.1. Profil Responden	50
4.1.1. Jenis Kelamin	51
4.1.2. Usia.....	51
4.1.3. Profesi	52
4.1.4. Pendapatan Bulanan	52
4.2. Statistik Deskriptif	53
4.3. Hasil Penelitian Uji Aktual Dengan Statistik Inferensial	59
4.3.1.3. Uji Validitas Diskriminan Aktual	63
4.3.2. Hasil Pengujian Inner Model	65

4.3.2.1. Collinearity Statistics (VIF)	65
4.3.2.2. R Square (R ²)	67
4.3.2.3. Hasil Uji Hipotesis	68
4.4. Pembahasan	71
<i>BAB V</i>	74
<i>KESIMPULAN DAN SARAN</i>	74
5.1. Kesimpulan	74
5.2. Implikasi Teoritis	75
5.3. Implikasi Manajerial	76
5.4. Keterbatasan Penelitian	76
5.5. Saran Penelitian Selanjutnya	77
<i>DAFTAR PUSAKA</i>	78
<i>GRAND JOURNAL</i>	85
<i>LAMPIRAN</i>	87
<i>HASIL RESPONDEN</i>	92



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Nilai Transaksi Tokopedia, Bukalapak, dan Shopee 2014 – 2023...	3
Gambar 1.2 Pengunjung Terbanyak e-Commerce Indonesia.....	4
Gambar 1.3 Jumlah Rata-Rata Pengunjung Bulanan E-Commerce di Indonesia.....	4
Gambar 2.1 Model Penelitian.....	20
Gambar 4.1 Outer Model.....	64
Gambar 4.2 Inner Model.....	70



DAFTAR TABEL

Tabel 3.1. Definisi Konseptual dan Operasional Variabel.....	25
Tabel 3.2. Skala Likert.....	30
Tabel 3.3. Hasil Uji Pendahuluan Cronbach’s Reability	39
Tabel 3.4. Hasil Uji Pendahuluan Composite Reability.....	40
Tabel 3.5. Hasil Uji Pendahuluan Convergent Validity (Perceived Cognitive Effort).....	41
Tabel 3.6. Hasil Uji Pendahuluan Convergent Validity (Purchase Decision).....	42
Tabel 3.7. Hasil Uji Pendahuluan Convergent Validity (Perceived Empathy).....	42
Tabel 3.8. Hasil Uji Pendahuluan Convergent Validity (Perceived Cognitive Effort).....	43
Tabel 3.9. Hasil Uji Pendahuluan Convergent Validity (Perceived Product Quality).....	43
Tabel 3.10. Hasil Uji Pendahuluan Convergent Validity (Perceived Reviewers’ Emotion).....	44
Tabel 3.11. Hasil Uji Pendahuluan Convergent Validity (Moderating Variable)....	44
Tabel 3.12. Hasil Uji Pendahuluan Convergent Validity with Average Variance Extracted.....	45
Tabel 3.13. Hasil Uji Pendahuluan Discriminant Validity – Fornell & Larcker Critation.....	46
Tabel 3.14. Hasil Uji Pendahuluan Discriminant Validity – HTMT.....	47

Tabel 4.1. Persentase Jenis	
Kelamin.....	50
Tabel 4.2. Persentase	
Usia.....	50
Tabel 4.3. Persentase	
Profesi.....	51
Tabel 4.4. Persentase Pendapatan	
Bulanan.....	52
Tabel 4.5. Statistik	
Deskriptif.....	52
Tabel 4.16. Hasil Uji Reabilitas – Cornbach’s Alpha & Composite Reability	
Aktual.....	59
Tabel 4.7. Validitas Konvergen – Factor Loading > 0.7 Untuk Uji	
Aktual.....	60
Tabel 4.8. Hasil Uji Validitas Konvergen dengan	
AVE.....	61
Tabel 4.9. Hasil Uji Validitas Diskriminan – Fornell & Larcker	
Aktual.....	62
Tabel 4.10. Hasil Uji Validitas Diskriminan – HTMT	
Aktual.....	63
Tabel 4.11. Hasil Uji VIF.....	65
Tabel 4.12. Hasil Uji R Square.....	66
Tabel 4.13. Hasil Pengujian Hipotesis	67