PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TUGAS AKHIR ..... **ii**
PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING TUGAS AKHIR ..... **iii**
PERSETUJUAN TIM PENGUJI TUGAS AKHIR ..... **iv**
PERNYATAAN DAN PERSETUJUAN UNGGAH TUGAS AKHIR ..... **v**
KATA PENGANTAR ..... **vii**
ABSTRAK ..... **ix**
ABSTRACT ..... **x**
DAFTAR TABEL ..... **xiv**
DAFTAR GAMBAR ..... **xv**
DAFTAR LAMPIRAN ..... **xvi**
BAB 1 PENDAHULUAN **1**
1.1 Latar Belakang 1
1.2 Rumusan Masalah 6
1.3 Pertanyaan Penelitian 7
1.4 Tujuan Penelitian 8
1.5 Manfaat Penelitian 8
1.6 Batasan Penelitian 9
1.7 Sistematika Penulisan 9
BAB 2 LANDASAN TEORI **11**
2.1 Theory of Planned Behaviour 11
2.2 *Online purchase propensity* 12
2.3 *Online research propensity* 14
2.4 *Brand experience* 16
2.5 Customer *Need for touch* 17
2.6 *Perceived product quality* 18
2.7 *Social influence* 20
2.8 Pengembangan Hipotesis 21
2.8.1 Pengaruh *Customer need for touch* terhadap *Brand experience* 21
2.8.2 Pengaruh *Social influence* terhadap *Brand experience* 22
2.8.3 Pengaruh *Social influence* terhadap *Online purchase propensity* 22
2.8.4 Pengaruh *Brand experience* terhadap *Perceived product quality* 23
2.8.5 Pengaruh *Brand experience* terhadap *Online research propensity* ... 24
2.8.6 Pengaruh *Brand experience* terhadap *Online purchase propensity* .. 24

2.8.7 Pengaruh *Perceived product quality* terhadap *Online research propensity* 25
2.8.8 Pengaruh *Online research propensity* terhadap *Online purchase propensity* 26
2.9 Model Penelitian 26
BAB 3 METODE PENELITIAN 28
3.1 Paradigma Penelitian 28
3.2 Objek penelitian 28
3.3 Unit Analisis 29
3.4 Tipe Penelitian 29
3.5 Operasionalisasi Variabel 29
3.6 Populasi dan Sampel 34
3.6.1 Jumlah Populasi dan Sampel 34
3.6.2 Teknik Sampling 35
3.7 Metode Pengumpulan Data 36
3.8 Metode Analisis Data 36
3.8.1 Statistik Deskriptif 36
3.8.2 Partial Least Square 37
BAB 4 HASIL DAN PEMBAHASAN 41
4.1 Data Responden Penelitian 41
4.1.1 Profil Responden 41
4.1.2 Perilaku Responden 43
4.2 Statistik Deskriptif 44
4.2.1 *Online purchase propensity* 44
4.2.2 *Online research propensity* 45
4.2.3 *Brand experience* 46
4.2.4 Customer Need for Touch 48
4.2.5 *Perceived product quality* 49
4.2.6 *Social influence* 50
4.3 Hasil Uji *Outer model* 51
4.3.1 Hasil Uji Indikator Reliabilitas 52
4.3.2 Hasil Uji Konstruk Reliabilitas 54
4.3.3 Hasil Uji Validitas Konvergen 55
4.3.4 Hasil Uji Validitas Diskriminan 55

4.4 Hasil Uji *Inner model* 57
4.4.1 Hasil Uji Multikolinearitas 58
4.4.2 Hasil Uji R Square 59
4.4.3 Hasil Uji f Square 60
4.4.4 Hasil Uji Q Square 60
4.4.5 Hasil Uji Hipotesis 61
4.4.6 Hasil Uji Mediasi 64
4.5 Analisa IPMA 67
4.6 Pembahasan 71
BAB 5 KESIMPULAN DAN SARAN 79
5.1 Kesimpulan 79
5.2 Implikasi Teoritis 80
5.3 Implikasi Manajerial 80
5.4 Keterbatasan Dan Saran Penelitian Selanjutnya 83
DAFTAR PUSTAKA 85
LAMPIRAN A-1

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Top *Brand* Helm Di Indonesia Periode 2024 2
Tabel 1.2 Target Penjualan Helm 3
Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel 30
Tabel 3.2 Perhitungan Ukuran Sampel 35
Tabel 4.1 Profil Responden 41
Tabel 4.2 Perilaku Responden 43
Tabel 4.3 Kriteria Kategori Jawaban Responden 44
Tabel 4.4 Statistik Deskriptif *Online purchase propensity* 45
Tabel 4.5 Statistik Deskriptif *Online research propensity* 46
Tabel 4.6 Statistik Deskriptif *Brand experience* 47
Tabel 4.7 Statistik Deskriptif Customer Need for Touch 48
Tabel 4.8 Statistik Deskriptif *Perceived product quality* 50
Tabel 4.9 Statistik Deskriptif *Social influence* 51
Tabel 4.10 Hasil Uji Indikator Reliabilitas 52
Tabel 4.11 Hasil Uji Reliabilitas 54
Tabel 4.12 Hasil Uji Validitas Konvergen 55
Tabel 4.13 Hasil Uji Validitas Diskriminan HTMT 56
Tabel 4.14 Hasil Uji Validitas Diskriminan Fornell 56
Tabel 4.15 Hasil Uji Multikolinearitas 58
Tabel 4.16 Hasil Uji R Square 59
Tabel 4.17 Hasil Uji f Square 60
Tabel 4.18 Hasil Uji Q Square 61
Tabel 4.19 Hasil Uji Hipotesis 62
Tabel 4.20 Hasil Uji Mediasi 64
Tabel 4.21 Hasil Analisa IPMA 67

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Tahap Pembelian Konsumen 13
Gambar 2.2 Model Penelitian Pengajuan 27
Gambar 4.1 Hasil Uji *Outer model* 52
Gambar 4.2 Hasil Uji *Inner model* 58
Gambar 4.3 Hasil Analisa IPMA 69

UNIVERSITAS PELITA HARAPAN

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran A : Kuesioner A-1
Lampiran B : Hasil Uji SmartPLS B-1
Lampiran C : Turnitin C-1