

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR.....	i
DAFTAR ISI	ii
DAFTAR GAMBAR	1
DAFTAR TABEL	2
BAB I PENDAHULUAN	2
1.1 Latar Belakang	5
1.2 Identifikasi Masalah	7
1.3 Rumusan Masalah.....	8
1.4 Maksud dan Tujuan Penelitian.....	8
1.5 Batasan Masalah.....	9
1.6 Keaslian Penelitian	10
BAB II GAMBARAN UMUM	17
2.1 Letak Geografis Dan Administratif	17
2.2 Topografi Kota Semarang	19
2.3 klimatologi	21
2.4 Perekonomian	22
2.5 Pendidikan	25
2.6 Industri.....	26
2.7 Kondisi Transportasi.....	29
2.8 Karakteristik Perjalanan Kota Semarang.....	30
2.8.1 Pergerakan Berdasarkan Maksud Perjalanan	30
2.8.2 Waktu Perjalanan	31
2.8.3 Pemilihan Moda	32
2.9 Belanja online di Kota Semarang	33

BAB III KAJIAN PUSTAKA.....	35
3.1 Aspek Legalitas dan Teoritis.....	35
3.1.1 Klasifikasi pergerakan.....	35
3.1.2 Pengertian E-Commerce	36
3.1.3 Pengertian Belanja Online.....	36
3.1.4 Aktivitas Belanja Online	37
3.1.5 Potensi keuntungan E-shopping	38
3.1.6 Potensi keuntungan Belanja di Toko	39
3.1.7 Hubungan Belanja Online Dengan Perjalanan Belanja	40
3.1.8 Pengertian Structural Equation Modeling (SEM)	42
3.1.9 Keunggulan Structural Equation Modeling (SEM)	42
3.1.10 Variabel Dalam Structural Equation Modeling (SEM).....	43
3.1.11 Tahapan Pemodelan Structural Equation Modeling (SEM)	43
3.2 Hipotesis Penelitian.....	44
BAB IV METODE PENELITIAN	46
4.1 Kerangka Pikir	46
4.2 Model Awal Penelitian	47
4.3 Desain Penelitian	48
4.4 Sumber Data	49
4.5 Populasi	49
4.6 Sampel dan Teknik <i>Sampling</i>	49
4.7 Teknik Pengumpulan Data	50
4.8 Teknik Analisis Data	52
4.9 Lokasi dan Jadwal Penelitian.....	53
BAB V ANALISIS DAN PEMECAHAN MASALAH.....	55
5.1 Uji instrumen.....	55

5.1.1 Hasil Uji Validitas	56
5.1.2 Hasil Uji Reabilitas	58
5.2 Analisis Deskriptif Responden Sosio Demografi	59
5.2.1 Jenis Kelamin	60
5.2.2 Usia	61
5.2.3 Domisili	61
5.2.4 Pekerjaan	62
5.2.5 Penghasilan Responden	63
5.2.6 Kepemilikan Mobil	63
5.2.7 Kepemilikan Motor	64
5.3 Analisis Deskriptif Responden Perilaku Belanja	65
5.4 Analisis Deskriptif Responden Perilaku Berinternet	78
5.5 Analisis Deskriptif Responden Perilaku Berbelanja selama Pandemi	81
5.6 Deskripsi Data Perilaku Perjalanan Belanja	84
5.7 Crosstabulation	84
5.7.1 Crosstab Usia Terhadap Frekuensi Belanja Sebelum Pandemi	85
5.7.2 Crosstab Usia Terhadap Frekuensi Belanja Selama Pandemi	88
5.7.3 Crosstab Pekerjaan Terhadap Frekuensi Belanja Sebelum Pandemi ...	90
5.7.4 Crosstab Pekerjaan Terhadap Frekuensi Belanja Selama Pandemi	93
5.7.5 Crosstab Penghasilan Terhadap Frekuensi Belanja Sebelum Pandemi	96
5.7.6 Crosstab Penghasilan Terhadap Frekuensi Belanja Selama Pandemi ..	99
5.7.7 Crosstab Jarak Tempuh Terhadap Frekuensi Belanja Sebelum Pandemi	103
5.7.8 Crosstab Jarak Tempuh Terhadap Frekuensi Belanja Selama Pandemi	105

5.7.9 Crosstab Waktu Tempuh Terhadap Frekuensi Belanja Sebelum Pandemi	108
5.7.10 Crosstab Waktu Tempuh Terhadap Frekuensi Belanja Selama Pandemi	111
5.7.11 Crosstab Produk Fashion Terhadap Frekuensi Belanja Sebelum Pandemi	114
5.7.12 Crosstab Produk Fashion Terhadap Frekuensi Belanja Selama Pandemi	116
5.7.13 Crosstab Peralatan Rumah Tangga Terhadap Frekuensi Belanja Sebelum Pandemi	118
5.7.14 Crosstab Peralatan Rumah Tangga Terhadap Frekuensi Belanja Selama Pandemi	121
5.7.15 Crosstab produk makanan dan minuman terhadap frekuensi belanja sebelum adanya pandemi	123
5.8 Analisis Structural Equation Model	133
5.8.1 Evaluasi Estimasi Parameter atau Bobot Faktor.....	135
5.8.2 Menilai <i>Goodness of Fit</i> Per Variabel	136
5.8.3 Hasil Pengujian Hipotesis.....	136
5.8.4 Hasil Pengujian Hipotesis Pertama.....	138
5.8.5 Hasil Pengujian Hipotesis Kedua.....	138
5.8.6 Hasil Pengujian Hipotesis Ketiga.....	138
5.8.7 Hasil Pengujian Hipotesis Keempat	138
5.9 Pembahasan Hasil Penelitian.....	139
5.9.1 Karakteristik Perilaku Belanja Online Di Kota Semarang.....	139
5.9.2 Basis Perjalanan Masyarakat Perjalanan Belanja	145
5.9.3 Pengaruh Sosiodemografi terhadap Perilaku Perjalanan Belanja	146
5.9.4 Pengaruh Perilaku Belanja terhadap Perilaku Perjalanan Belanja	146

5.9.5 Pengaruh Perilaku Berinternet terhadap Perilaku Perjalanan Belanja	147
5.9.6 Pengaruh Perilaku Belanja Selama Pandemi Terhadap Perilaku Perjalanan Belanja	148
5.9.7 Frekuensi Perjalanan Belanja Sebelum Pandemi Dan Selama Pandemi Covid-19.....	149
BAB VI PENUTUP	151
6.1 Kesimpulan	151
6.2 Saran	152
DAFTAR PUSTAKA	153
LAMPIRAN	158