

PENGARUH *INTERPERSONAL INFLUENCE*, *VISUAL APPEAL*, DAN *PORTABILITY* TERHADAP *PURCHASE INTENTION* PRODUK BARENBLISS DI PLATFORM *M-COMMERCE SHOPEE* MELALUI *HEDONIC* DAN *UTILITARIAN WEB BROWSING*

AMELIA SASMITA DEWI

1707621031



Intelligentia - Dignitas

Skripsi ini Disusun Sebagai Salah Satu Persyaratan untuk Memperoleh Gelar Sarjana Pendidikan pada Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta

PROGRAM STUDI S1 PENDIDIKAN BISNIS

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA

2025

***THE EFFECT OF INTERPERSONAL INFLUENCE, VISUAL
APPEAL, AND PORTABILITY ON PURCHASE INTENTION OF
BARENBLISS PRODUCTS ON THE SHOPEE M-COMMERCE
PLATFORM THROUGH HEDONIC AND UTILITARIAN WEB
BROWSING***

AMELIA SASMITA DEWI

1707621031



Intelligentia - Dignitas

***This thesis is prepared as one of the requirements to achieve a Bachelor of
Education degree at the Faculty of Economics and Business, State University of
Jakarta***

S1 BUSINESS EDUCATION STUDY PROGRAM

FACULTY OF ECONOMICS AND BUSINESS

STATE UNIVERSITY OF JAKARTA

2025

ABSTRAK

Amelia Sasmita Dewi, 1707621031. Pengaruh *Interpersonal Influence*, *Visual Appeal*, dan *portability* Terhadap *purchase intention* Produk Barenbliss Di Platform *M-commerce* Shopee Melalui *Hedonic* Dan *Utilitarian Web Browsing*.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dan menjelaskan pengaruh *interpersonal influence*, *visual appeal*, dan *portability* terhadap *purchase intention* konsumen terhadap produk Barenbliss melalui *m-commerce* Shopee, dengan mempertimbangkan peran mediasi dari *hedonic web browsing* dan *utilitarian web browsing*. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif dengan menyebarkan angket atau kuesioner kepada responden yang dikumpulkan secara online dengan menggunakan *Google Form*. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling* yang merupakan salah satu metode pengambilan sampel *non probability non probability sampling* dengan jumlah sampel yang terkumpul sebanyak 343 responden yang menggunakan aplikasi Shopee di DKI Jakarta. Teknik Analisis data yang digunakan adalah PLS-SEM dengan bantuan SmartPLS Versi 4.0. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *interpersonal influence* terhadap *hedonic web browsing*, *interpersonal influence* terhadap *utilitarian web browsing*, *visual appeal* terhadap *hedonic web browsing*, *visual appeal* terhadap *utilitarian web browsing*, *portability* terhadap *hedonic web browsing*, *portability* terhadap *utilitarian web browsing*, *hedonic web browsing* terhadap *purchase intention*, *utilitarian web browsing* terhadap *purchase intention*, *interpersonal influence* terhadap *purchase intention*, *visual appeal* terhadap *purchase intention*, *portability* terhadap *purchase intention*, *interpersonal influence* terhadap *purchase intention* melalui *hedonic web browsing*, *interpersonal influence* terhadap *purchase intention* melalui *utilitarian web browsing*, *visual appeal* terhadap *purchase intention* melalui *hedonic web browsing*, *visual appeal* terhadap *purchase intention* melalui *utilitarian web browsing*, *portability* terhadap *purchase intention* melalui *hedonic web browsing*, *portability* terhadap *purchase intention* melalui *utilitarian web browsing* berpengaruh positif dan signifikan.

Kata Kunci: *interpersonal influence*, *visual appeal*, *portability*, *hedonic web browsing*, *utilitarian web browsing*, *purchase intention*.

Intelligentia - Dignitas

ABSTRACT

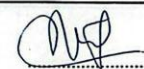
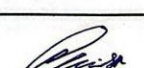
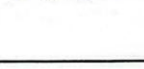
Amelia Sasmita Dewi, 1707621031. The Influence of Interpersonal Influence, Visual Appeal, and portability on the purchase intention of Barenbliss Products on the Shopee M-commerce Platform Through Hedonic and Utilitarian Web Browsing.

This study aims to analyze and explain the effect of interpersonal influence, visual appeal, and portability on consumer purchase intention for Barenbliss products through Shopee m-commerce, by considering the mediating role of hedonic web browsing and utilitarian web browsing. This study uses quantitative research methods by distributing questionnaires to respondents who are collected online using Google Form. The data collection technique in this study uses purposive sampling technique which is one of the non-probability non-probability sampling methods with a total sample size of 343 respondents who use the Shopee application in DKI Jakarta. The data analysis technique used is PLS-SEM with the help of SmartPLS Version 4.0. The results of this study indicate that interpersonal influence on hedonic web browsing, interpersonal influence on utilitarian web browsing, visual appeal on hedonic web browsing, visual appeal on utilitarian web browsing, portability on hedonic web browsing, portability on utilitarian web browsing, hedonic web browsing on purchase intention, utilitarian web browsing on purchase intention, interpersonal influence on purchase intention, visual appeal on purchase intention, portability on purchase intention, interpersonal influence on purchase intention through hedonic web browsing, interpersonal influence on purchase intention through utilitarian web browsing, visual appeal on purchase intention through hedonic web browsing, visual appeal on purchase intention through utilitarian web browsing, portability on purchase intention through hedonic web browsing, portability on purchase intention through utilitarian web browsing have a positive and significant effect.

Keywords: interpersonal influence, visual appeal, portability, hedonic web browsing, utilitarian web browsing, purchase intention.

Intelligentia - Dignitas

LEMBAR PENGESAHAN

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI Penanggung Jawab Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis  Prof. Dr. Mohamad Rizan, S.E., M.M. NIP. 197206272006041001			
No	Nama	Tanda Tangan	Tanggal
1	Prof. Dr. Corry Yohana, M.M. NIP. 195909181985032011 (Ketua Sidang)		21 Juli 2025
2	Nadya Fadillah Fidhyallah, S.Pd., M.Pd. NIP. 199302202019032022 (Penguji 1)		22 Juli 2025
3	Annisa Lutfia, S.Pd., M.Pd. NIP. 198802142022032001 (Penguji 2)		22 Juli 2025
4	Dr. Terrylina Arvinta Monoarfa, S.E., M.M. NIP. 198103222023212013 (Pembimbing 1)		21 Juli 2025
5	Daru Putri Kusumaningtyas, S.E., M.Han NIP. 199504122023212041 (Pembimbing 2)		23 Juli 2025
Nama : Amelia Sasmita Dewi No. Registrasi : 1707621031 Program Studi : S1 Pendidikan Bisnis Tanggal Lulus : 14 Juli 2025			

Catatan : - diketik dengan huruf times new roman ukuran 12
 - dibuat rangkap lima tanda tangan asli dengan bolpoint warna biru

F072020

LEMBAR PERSETUJUAN



KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN, RISET DAN
TEKNOLOGI UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA
FAKULTAS EKONOMI
Kampus Universitas Negeri Jakarta, Gedung M, Jalan Rawamangun Muka, Jakarta 13220
Telepon (021) 4721227, Surat Elektronik fe@unj.ac.id
[Laman fe.unj.ac.id](http://Laman.fe.unj.ac.id)

PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING

Yang bertanda tangan di bawah ini:

1. Nama : Amelia Sasmita Dewi
2. No. Registrasi : 1707621031
3. Program Studi : S1 Pendidikan Bisnis

Menerangkan menulis Skripsi dengan judul:

“Pengaruh Interpersonal Influence, Visual Appeal, Dan Portability Terhadap Purchase Intention Produk Barenbliss Di Platform M-Commerce Shopee”

Dosen Pembimbing Skripsi yang diajukan:

Pembimbing Pertama

Nama : Dr. Terrylina Arvinta
Monoarfa, S.E. M.M

NIP : 198103222023212013

Golongan : III/b/X

Tanda Tangan :

Pembimbing Kedua

Nama : Daru Putri
Kusumaningtyas, S.E.
M.Han

NIP : 199504122023212041

Golongan : III/b

Tanda Tangan :

Menyetujui,
Koordinator Prodi S1 Pendidikan Bisnis

Dita Puruwita, S.Pd., M.Si., Ph.D.
NIP. 198209082010122004

Jakarta, Maret 2025
Mahasiswa Ybs,

Amelia Sasmita Dewi
No.Reg. 1707621031

Catatan:

- Diketik rangkap dua (Program Studi, dan Ybs)

LEMBAR PERSETUJUAN



KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA
FAKULTAS EKONOMI
Kampus Universitas Negeri Jakarta, Gedung M, Jalan Rawamangun Muka, Jakarta 13220
Telepon (021) 4721227, Surel fe@unj.ac.id - www.fe.unj.ac.id

SURAT PERSETUJUAN

SEMINAR PROPOSAL PENELITIAN

Kami, yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Dr. Terrylina Arvinta Monoarfa, S.E. M.M
NIP/NIDK : 198103222023212013
Bertindak sebagai : Dosen Pembimbing I

Nama : Daru Putri Kusumaningtyas, S.E. M.Han
NIP/NIDK : 199504122023212041
Bertindak sebagai : Dosen Pembimbing II

Memberikan persetujuan kepada mahasiswa di bawah ini:

Nama : Amelia Sasmita Dewi
No. Registrasi : 1707621031
Program Studi : S1 Pendidikan Bisnis
Judul Proposal Penelitian : Pengaruh *Interpersonal Influence*, *Visual Appeal*, Dan *Portability* Terhadap *Purchase Intention* Produk Barenbliss Di Platform M-Commerce Shopee

untuk mengikuti Seminar Proposal Penelitian.

Dosen Pembimbing I

Jakarta, Maret 2025
Dosen Pembimbing II

Dr. Terrylina Arvinta Monoarfa, S.E. M.M
NIP. 198103222023212013

Daru Putri Kusumaningtyas, S.E. M.Han
NIP. 199504122023212041

Mengetahui,
Koord. Program Studi S1 Pendidikan Bisnis

Dita Puruwita, S.Pd., M.Si., Ph.D.
NIP. 198209082010122004

Keterangan:

1. Formulir harus diketik
2. Tanda tangan harus asli

LEMBAR PERSETUJUAN



KEMENTERIAN PENDIDIKAN TINGGI, SAINS,
DAN TEKNOLOGI

UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

Kampus Universitas Negeri Jakarta, Gedung SFD Tower B, Jalan Rawamangun Muka, Jakarta 13220
Telepon (021) 4721227, Fax: (021) 4706285, Surat Elektronik: fe@unj.ac.id
Laman: fe.unj.ac.id

SURAT PERSETUJUAN SIDANG SKRIPSI

Kami, yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Dr. Terrylina Arvinta Monoarfa, S.E. M.M
NIP/NIDK : 198103222023212013
Bertindak sebagai : Dosen Pembimbing I

Nama : Daru Putri Kusumaningtyas, S.E. M.Han
NIP/NIDK : 199504122023212041
Bertindak sebagai : Dosen Pembimbing II

Memberikan persetujuan kepada mahasiswa di bawah ini:

Nama : Amelia Sasmita Dewi
No. Registrasi : 1707621031
Program Studi : S1 Pendidikan Bisnis
Judul Skripsi : Pengaruh *Interpersonal Influence*, *Visual Appeal*, Dan *Portability* Terhadap *Purchase Intention* Produk Barenbliss Di Platform *M-Commerce* Shopee Melalui *Hedonic* Dan *Utilitarian Web Browsing*

untuk mengikuti Sidang Skripsi.

Jakarta, 25 Juni 2025

Dosen Pembimbing I

Dr. Terrylina Arvinta Monoarfa, S.E. M.M
NIP. 198103222023212013

Dosen Pembimbing II

Daru Putri Kusumaningtyas, S.E. M.Han
NIP. 199504122023212041

Mengetahui,
Koord. Program Studi

Dita Puruwita, S.Pd., M.Si., Ph.D
NIP. 198209082010122004

Keterangan:

1. Formulir harus diketik
2. Tanda tangan harus asli

PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertanda tangan di bawah ini menyatakan bahwa:

1. Skripsi yang berjudul **"Pengaruh *Interpersonal Influence*, *Visual Appeal*, dan *Portability* Terhadap *Purchase Intention* Produk Barenbliss di Platform *M-Commerce* Shopee Melalui *Hedonic* dan *Utilitarian Web Browsing*"** yang telah saya susun merupakan **hasil karya sendiri**, bukan hasil penjiplakan atau plagiarism dari karya orang lain.
2. Dalam menyusun skripsi ini, saya telah **menggunakan kutipan dan referensi** sesuai dengan kaidah penulisan skripsi yang berlaku.
3. Apabila di kemudian hari terbukti skripsi ini mengandung unsur **plagiarism, baik sebagian maupun seluruhnya**, maka saya **bersedia untuk menerima sanksi akademik**.
4. Pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya dan penuh tanggung jawab.

Jakarta, 23 Juni 2025

Hormat saya,



Amelia Sasmita Dewi

NIM. 1707621031

Intelligentia - Dignitas

LEMBAR PERSETUJUAN PUBLIKASI



KEMENTERIAN PENDIDIKAN TINGGI, SAINS DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA
UPT PERPUSTAKAAN

Jalan Rawamangun Muka Jakarta 13220
Telepon/Faksimili: 021-489422
Laman: lib.unj.ac.id

LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademika Universitas Negeri Jakarta, yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Amelia Sasmita Dewi
NIM : 1707621031
Fakultas/Prodi : Ekonomi dan Bisnis / S1 Pendidikan Bisnis
Alamat email : ameliasasmita.unj@gmail.com

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada UPT Perpustakaan Universitas Negeri Jakarta, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif atas karya ilmiah:

☒ Skripsi ☐ Tesis ☐ Disertasi ☐ Lain-lain (.....)

yang berjudul :

Pengaruh Interpersonal Influence, Visual Appeal, dan Portability terhadap Purchase Intention Produk Barenbliss di Platform M-Commerce Shopee Melalui Hedonic dan Utilitarian Web Browsing

Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini UPT Perpustakaan Universitas Negeri Jakarta berhak menyimpan, mengalihmediakan, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (*database*), mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya di internet atau media lain secara *fulltext* untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan atau penerbit yang bersangkutan.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Perpustakaan Universitas Negeri Jakarta, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta, 04 Agustus 2025

Penulis

(Amelia Sasmita Dewi)

LEMBAR PERSEMBAHAN

Pertama saya ucapkan puji syukur kehadirat Allah SWT atas segala nikmat berupa kesehatan, kekuatan, dan inspirasi yang sangat banyak dalam menyelesaikan skripsi ini. Sholawat serta salam selalu terlimpahkan pada Nabi Muhammad SAW. Skripsi ini saya persembahkan sebagai bukti semangat usahaku dan cinta kasihku kepada orang-orang berharga dalam hidupku.

Untuk itu skripsi ini, peneliti persembahkan untuk:

1. Bapak Purnadi dan Ibu Yatmi selaku kedua orang tua peneliti. Terima kasih kepada ayah tercinta sebagai cinta pertama peneliti dan panutan bagi peneliti atas segala keringat dan kerja kerasnya selama ini, sehingga peneliti dapat berada pada tahap ini tanpa perlu mengkhawatirkan biaya apapun. Terima kasih kepada mama tercinta setengah jiwa raga peneliti yang tanpa henti mendoakan, mendengarkan keluh kesah peneliti dan terus meyakinkan peneliti bahwa peneliti mampu menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Semoga dengan adanya skripsi ini dapat membuat ayah dan mama bangga karena telah berhasil mencapai titik ini yaitu menyaksikan anak pertamanya menyandang gelar S.Pd. Besar harapan peneliti untuk melihat ayah dan mama selalu sehat, panjang umur, dan selalu dilimpahkan kebahagiaan.
2. Kedua adik kandung peneliti, Annisa Dwi Astuti dan Adrian Alfa Purnadi yang senantiasa menghibur dan memberikan semangat kepada peneliti selama proses menyelesaikan skripsi ini. Keduanya menjadi penyemangat peneliti untuk terus berusaha dan belajar agar menjadi kakak yang selalu memberikan pengaruh positif baik dalam hal akademik maupun non akademik.
3. Ibu Sanem selaku nenek dari peneliti, Terima kasih karena selalu mendoakan kelancaran peneliti selama proses mengerjakan skripsi ini.
4. Muhamad Rizky selaku partner peneliti sejak tahun 2022. Terima kasih atas semua waktu yang telah dihabiskan selama 3 tahun ini dan seluruh usaha yang telah diberikan selama ini baik dalam mendoakan, senantiasa menemani, menyemangati, dan meyakinkan bahwa peneliti mampu untuk menyelesaikan

skripsi ini tepat waktu. Semoga apa yang telah direncanakan dengan baik akan terjadi di kemudian hari.

5. Tsabitah Febriani dan Susi Septiani selaku sahabat peneliti sejak peneliti duduk dibangku SMA dan dibangku SD. Terima kasih atas waktu yang telah dihabiskan bersama peneliti, terima kasih karena telah menjadi pendengar yang amat sangat baik, setia menemani setiap langkah peneliti, memotivasi dan mendukung peneliti dengan tulus. Semoga kebaikanmu akan membawamu pada setiap kebahagiaan dan kebaikan dimasa yang akan datang.
6. Para rekan seperjuangan di angkatan 2021 PB UNJ. Khususnya para sahabat terbaik saya “Bismillah OTW S.Pd” yaitu Alaida Bagus Tresna, Desnita Arga Pramesty, Kalila Erianita Kusuma W., Rachela Putri Hanasti dan Nilnal Muna, yang selalu memberikan motivasi, dukungan serta membantu peneliti sejak awal perkuliahan hingga akhirnya kami semua bisa lulus bersama ditahun yang sama. Semoga apa yang menjadi harapan kita akan terwujud dikemudian hari.
7. Ibu Dr. Terrylina Arvinta Monoarfa S.E., M.M. dan Ibu Daru Putri Kusumaningtyas S.E., M.Han selaku dosen pembimbing peneliti. Terima kasih karena pada proses ini telah memberikan pengarahan, saran yang jelas kepada peneliti hingga dukungan yang positif selama peneliti menyelesaikan skripsi ini hingga akhir.
8. Yang terakhir kepada diri saya sendiri. Terima kasih kepada “Amelia” sudah memilih untuk bertahan, berjuang, dan terus melangkah walau berkali-kali ingin menyerah hingga pada akhirnya berhasil dalam menyelesaikan skripsi ini dengan baik dan tepat waktu. Terima kasih karena telah menyemangati dan memeluk jiwa raga ini sendiri. Skripsi ini menandakan bahwa kamu telah berhasil untuk mendapatkan gelar S.Pd secara tepat waktu dan menjadi tekad untuk terus berusaha melakukan yang terbaik serta membanggakan di masa yang akan datang. Bagaimanapun kehidupan yang akan datang, tetap hargai dirimu dan yakinkan selalu bahwa kamu bisa untuk terus menjalani kehidupan ini dengan baik. Berbahagialah untuk masa depan cerah yang akan datang.

DAFTAR ISI

ABSTRAK	iii
ABSTRACT.....	iv
LEMBAR PENGESAHAN	v
LEMBAR PERSETUJUAN	vi
LEMBAR PERSETUJUAN	vii
LEMBAR PERSETUJUAN	viii
PERNYATAAN ORISINALITAS.....	ix
LEMBAR PERSETUJUAN PUBLIKASI.....	x
LEMBAR PERSEMBAHAN	xi
DAFTAR ISI.....	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xx
DAFTAR TABEL.....	xxi
BAB I.....	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Pertanyaan Penelitian.....	13
1.3 Tujuan	15
1.4 Manfaat.....	16
BAB II.....	18
KAJIAN PUSTAKA	18

2.1	Teori Pendukung.....	18
2.1.2	<i>Interpersonal Influence</i>	23
2.1.3	<i>Visual Appeal</i>	25
2.1.4	<i>Portability</i>	27
2.1.5	<i>Hedonic Web Browsing</i> (HWB).....	29
2.1.6	<i>Utilitarian Web Browsing</i> (UWB)	31
2.1.7	<i>Purchase Intention</i>	33
2.2	Kerangka Teori dan Pengembangan Hipotesis	35
2.2.1.	Hasil Penelitian Terdahulu.....	35
2.2.2.	Pengaruh <i>Interpersonal Influence</i> terhadap <i>Hedonic Web Browsing</i>	37
2.2.3.	Pengaruh <i>Interpersonal Influence</i> terhadap <i>Utilitarian Web Browsing</i>	38
2.2.4.	Pengaruh <i>Visual Appeal</i> terhadap <i>Hedonic Web Browsing</i>	39
2.2.5.	Pengaruh <i>Visual Appeal</i> terhadap <i>Utilitarian Web Browsing</i>	40
2.2.6.	Pengaruh <i>Portability</i> terhadap <i>Hedonic Web Browsing</i>	40
2.2.7.	Pengaruh <i>Portability</i> terhadap <i>Utilitarian Web Browsing</i>	41
2.2.8.	Pengaruh <i>Hedonic Web Browsing</i> terhadap <i>Purchase Intention</i>	42
2.2.9.	Pengaruh <i>Utilitarian Web Browsing</i> terhadap <i>Purchase Intention</i>	43
2.2.10.	Pengaruh <i>Interpersonal Influence</i> terhadap <i>Purchase Intention</i>	43
2.2.11.	Pengaruh <i>Visual Appeal</i> terhadap <i>Purchase Intention</i>	44
2.2.12.	Pengaruh <i>Portability</i> terhadap <i>Purchase Intention</i>	45
2.2.13.	Pengaruh <i>Interpersonal Influence</i> terhadap <i>Purchase Intention</i> melalui <i>Hedonic Web Browsing</i>	46

2.2.14. Pengaruh <i>Interpersonal Influence</i> terhadap <i>Purchase Intention</i> melalui <i>Utilitarian Web Browsing</i>	47
2.2.15. Pengaruh <i>Visual Appeal</i> terhadap <i>Purchase Intention</i> melalui <i>Hedonic Web Browsing</i>	48
2.2.16. Pengaruh <i>Visual Appeal</i> terhadap <i>Purchase Intention</i> melalui <i>Utilitarian Web Browsing</i>	48
2.2.17. Pengaruh <i>Portability</i> terhadap <i>Purchase Intention</i> melalui <i>Hedonic Web Browsing</i>	49
2.2.18. Pengaruh <i>Portability</i> terhadap <i>Purchase Intention</i> melalui <i>Utilitarian Web Browsing</i>	50
2.2.19. Kerangka Teori	51
BAB III.	54
METODE PENELITIAN	54
3.1 Waktu dan Tempat Penelitian	54
3.2 Desain Penelitian	55
3.3 Populasi dan Sampel	55
3.4 Pengembangan Instrumen	58
3.4.1. <i>Interpersonal Influence</i>	59
3.4.2. <i>Visual Appeal</i>	60
3.4.3. <i>Portability</i>	61
3.4.4. <i>Hedonic Web Browsing</i>	62
3.4.5. <i>Utilitarian Web Browsing</i>	63
3.4.6. <i>Purchase Intention</i>	64
3.5 Teknik Pengumpulan Data	65

3.6	Teknik Analisis Data.....	66
3.6.1.	Analisis Data Deskriptif.....	67
3.6.2.	Analisis Data Statistik	67
BAB IV		73
HASIL DAN PEMBAHASAN		73
4.1	Analisis Deskripsi.....	73
4.1.1	Profil Responden	73
4.1.2	Segmentasi Pasar Produk Barenbliss.....	78
4.1.3	Profil Data	82
4.2	Analisis Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>).....	93
4.3.1	Uji Validitas	94
4.3.2	Uji Reliabilitas.....	98
4.4	Analisis Model Struktural (<i>Inner Model</i>)	99
4.4.1	R-Square (R^2)	99
4.4.2	F-Square (F^2).....	100
4.4.3	Q-Square (Q^2).....	102
4.4.4	Goodness of FIT	102
4.5	Pengujian Hipotesis	103
4.5.1	Analisis <i>Direct Effect</i>	103
4.5.2	Analisis <i>Indirect Effect</i>	106
4.6	Pembahasan	109
4.6.1	<i>Interpersonal Influence</i> terhadap <i>Hedonic Web Browsing</i> pada Produk Barenbliss di Platform Shopee	109

4.6.2 <i>Interpersonal Influence</i> terhadap <i>Utilitarian Web Browsing</i> pada Produk Barenbliss di Platform Shopee	110
4.6.3 <i>Visual Appeal</i> terhadap <i>Hedonic Web Browsing</i> pada Produk Barenbliss di Platform Shopee	112
4.6.4 <i>Visual Appeal</i> terhadap <i>Utilitarian Web Browsing</i> pada Produk Barenbliss di Platform Shopee	113
4.6.5 <i>Portability</i> terhadap <i>Hedonic Web Browsing</i> pada Produk Barenbliss di Platform Shopee	114
4.6.6 <i>Portability</i> terhadap <i>Utilitarian Web Browsing</i> pada Produk Barenbliss di Platform Shopee	115
4.6.7 <i>Hedonic Web Browsing</i> terhadap <i>Purchase Intention</i> pada Produk Barenbliss di Platform Shopee	116
4.6.8 <i>Utilitarian Web Browsing</i> terhadap <i>Purchase Intention</i> pada Produk Barenbliss di Platform Shopee	117
4.6.9 <i>Interpersonal Influence</i> terhadap <i>Purchase Intention</i> pada Produk Barenbliss di Platform Shopee	119
4.6.10 <i>Visual Appeal</i> terhadap <i>Purchase Intention</i> pada Produk Barenbliss di Platform Shopee	120
4.6.11 <i>Portability</i> terhadap <i>Purchase Intention</i> pada Produk Barenbliss di Platform Shopee	121
4.6.12 <i>Interpersonal Influence</i> terhadap <i>Purchase Intention</i> melalui <i>Hedonic Web Browsing</i> pada Produk Barenbliss di Platform Shopee	122

4.6.13 <i>Interpersonal Influence</i> terhadap <i>Purchase Intention</i> melalui <i>Utilitarian Web Browsing</i> pada Produk Barenbliss di Platform Shopee	123
4.6.14 <i>Visual Appeal</i> terhadap <i>Purchase Intention</i> melalui <i>Hedonic Web Browsing</i> pada Produk Barenbliss di Platform Shopee	124
4.6.15 <i>Visual Appeal</i> terhadap <i>Purchase Intention</i> melalui <i>Utilitarian Web Browsing</i> pada Produk Barenbliss di Platform Shopee	126
4.6.16 <i>Portability</i> terhadap <i>Purchase Intention</i> melalui <i>Hedonic Web Browsing</i> pada Produk Barenbliss di Platform Shopee	127
4.6.17 <i>Portability</i> terhadap <i>Purchase Intention</i> melalui <i>Utilitarian Web Browsing</i> pada Produk Barenbliss di Platform Shopee	128
BAB V	131
PENUTUP.....	131
5.1 Kesimpulan	131
5.2 Implikasi	137
5.2.1 Implikasi Teoritis.....	137
5.2.2 Implikasi Praktis.....	140
5.3 Keterbatasan Penelitian	142
5.4 Rekomendasi	143
DAFTAR PUSTAKA	145
LAMPIRAN-LAMPIRAN	159
Lampiran 1 Lembar Persetujuan Judul Skripsi	160
Lampiran 2 Kartu Konsultasi Seminar Proposal Skripsi	161
Lampiran 3 Kartu Konsultasi Skripsi	163
Lampiran 4 Format Saran dan Perbaikan Proposal Skripsi.....	165

Lampiran 5 Format Saran dan Perbaikan Skripsi.....	167
Lampiran 6 Lembar Persetujuan Seminar Proposal Skripsi	169
Lampiran 7 Lembar Persetujuan Sidang Skripsi.....	170
Lampiran 8 Lembar Pengesahan Skripsi.....	171
Lampiran 9 Kuesioner Penelitian.....	172
Lampiran 10 <i>Outer Model</i> Uji Instrumen.....	178
Lampiran 11 Tabulasi Uji Instrumen.....	182
Lampiran 12 Tabulasi Uji Responden.....	184
Lampiran 13 Lembar Turnitin	202
Lampiran 14 Riwayat Hidup Peneliti	203



Intelligentia - Dignitas