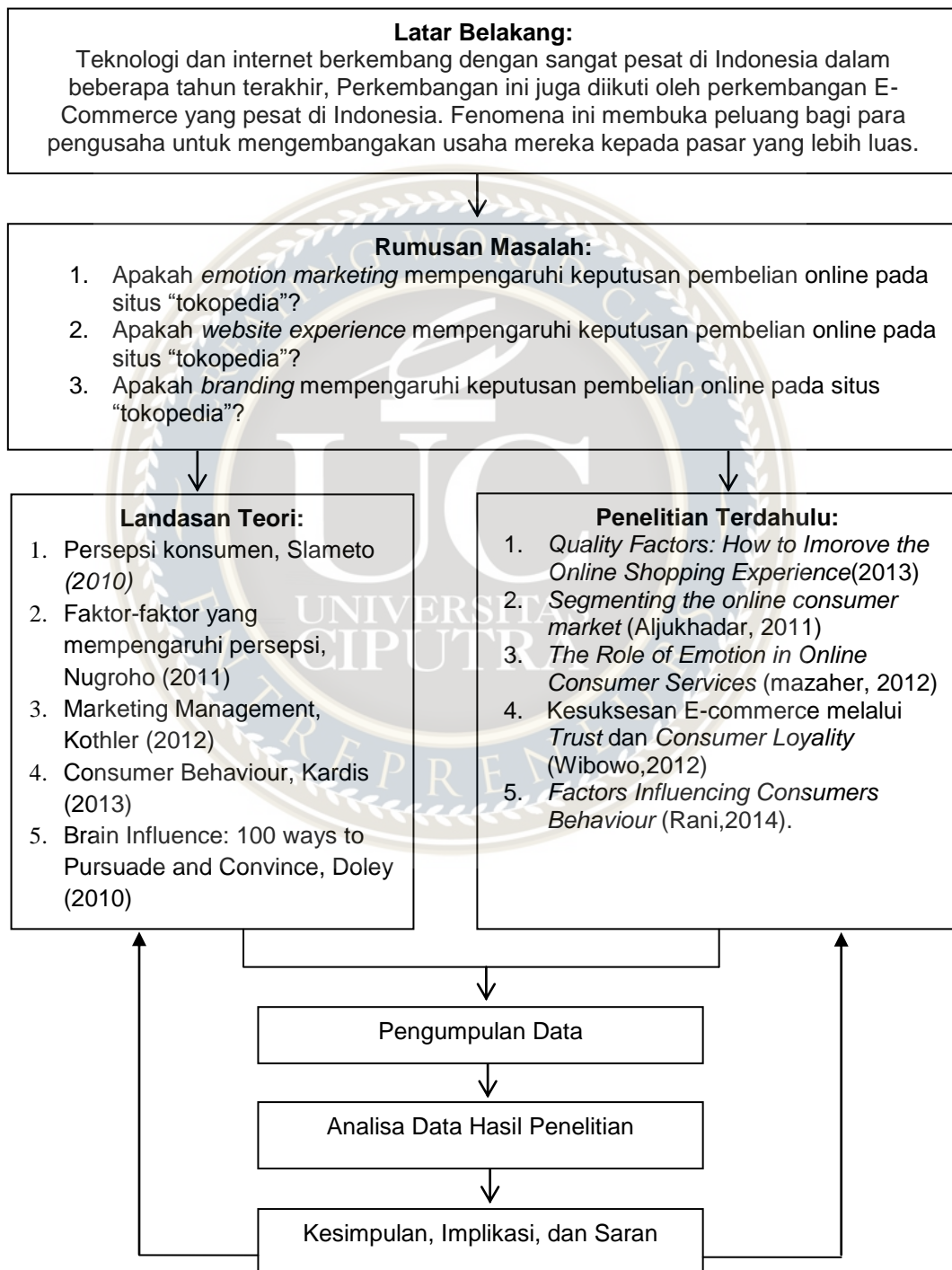


## BAB III

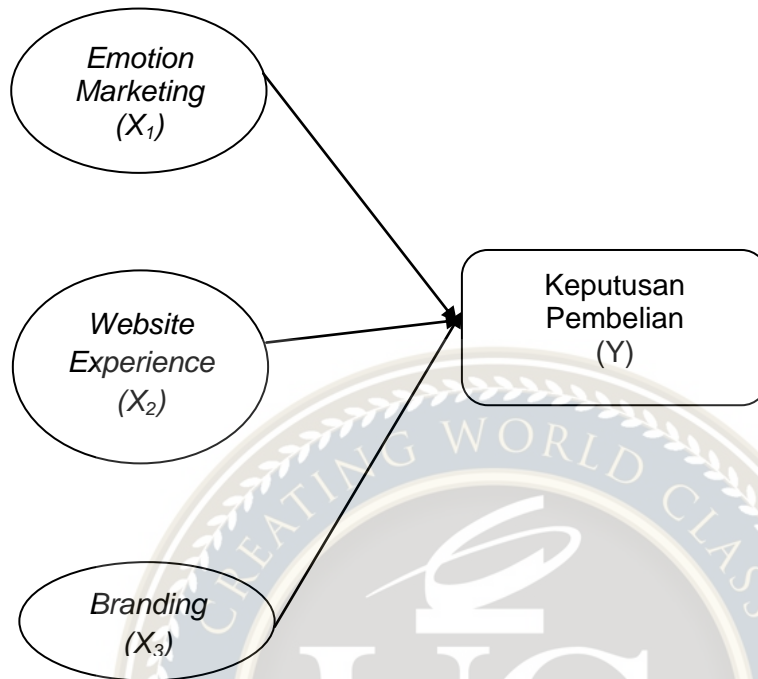
### ALUR PENELITIAN

#### 3.1. Alur Berfikir



Gambar 3.1 Alur Berfikir

### 3.2. Model Analisis



Gambar 3.2 Model Analisis

### 1.3. Hipotesis Penelitian

Hipotesis dalam penelitian ini:

1. H<sub>1</sub> : Emotion marketing (X<sub>1</sub>) mempengaruhi keputusan pembelian online pada situs tokopedia (Y)
2. H<sub>2</sub> : Website experience (X<sub>2</sub>) mempengaruhi keputusan pembelian online pada situs tokopedia (Y)
3. H<sub>3</sub> : Branding (X<sub>3</sub>) mempengaruhi keputusan pembelian online pada situs tokopedia (Y)