

DAFTAR ISI

I. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	3
1.3 Tujuan Penelitian	3
1.4 Manfaat Penelitian	3
1.5 Ruang Lingkup Penelitian	3
1.6 Kontribusi Penelitian	4
1.7 Sistematika Penulisan	5

II. KAJIAN PUSTAKA

2.1 <i>E-commerce, M-commerce dan Mobile Shopping</i>	6
2.2 Teori Penggunaan Teknologi	6
2.2.1 <i>Expectation Confirmation Theory</i>	6
2.2.2 <i>Expectation Confirmation Model</i>	8
2.3 <i>Technology Acceptance Model</i>	10
2.3. Integrasi TAM dan ECM	13
2.4 <i>Confirmation</i>	14
2.5 <i>Perceived Usefulness</i>	16
2.6 <i>Social Influence</i>	16
2.7 <i>Perceived Enjoyment</i>	18
2.8 <i>Satisfaction</i>	19
2.9 Kerangka Konseptual	20

III METODE PENELITIAN	
3.1 Jenis Penelitian.....	21
3.2 Jenis dan Sumber Data	21
3.3 Metode Sampling.....	21
3.4 Pengujian Instrumen.....	25
3.3 Metode Analisis	28
IV ANALISIS DATA	
4.1 Statistik Deskriptif	31
4.2 Analisis Realibilitas dan Validitas <i>Pre-test</i>	31
4.3 Pengujian Stuktural Model.....	42
4.3.1 Nilai (<i>t</i> -value) Persamaan Struktural	42
4.3.2 <i>Standardized solution</i>	43
4.4 Pengujian Hipotesis	45
V PEMBAHASAN	
5.1 Kesimpulan	47
5.2 Kontribusi Manajerial	48
5.3 Keterbatasan Penelitian.....	48
5.4 Penelitian Selanjutnya	48

DAFTAR GAMBAR

2.1 <i>Expectation Confirmation Theory</i>	7
2.2. <i>Expectation Confirmation Model</i>	9
2.3 Kemajuan dari penelitian <i>Technology Acceptance Model</i>	11
2.3.1 <i>Technology Acceptance Model</i>	13
2.9.1 Ong & Day Model	20
2.9.2 Konseptual <i>Framework</i>	20
3.5.1 Ilustrasi <i>Structural Equation Modeling</i>	28
4.2.1 Diagram Confirmation Analisis	34
4.3.1 <i>Path-Model Struktural (t-value)</i>	42
4.3.2 <i>Standardized solution model structural</i>	43

DAFTAR TABEL

2.3. Definisi dari faktor-faktor.....	12
3.3.1 Deskripsi Kuesinoer.....	23
3.4 Definisi Operasional	26
3.5.1 Kriteria <i>Good of Fit</i>	30
4.1.1 Demografi Sampel.....	31
4.2 Kriteria <i>reability Crochbach's Alpha</i>	32
4.2.1 Hasil Uji Reliabilitas Pre-test (lanjutan)	32
4.2.2 Hasil Uji Validitas Pre-test	33
4.2.3 Ringkasan perhitungan CFA (tahap1).....	35
4.2.3 Ringkasan perhitungan CFA (tahap1)	36
4.2.4 Ringkasan perhitungan CFA (tahap2).....	37
4.2.4 Ringkasan perhitungan CFA (tahap2).....	38
4.2.5 Perhitungan CR dan AVE	39
4.2.6 Inter-item corelation	40
4.2.7 Hasil Uji Kecocokan Keseluruhan Model	40
4.3.1.1 Nilai –t Signifikan pada Model Struktural	42
4.3.1.2 Nilai –t Tidak Signifikan pada Model Struktural	43
4.3.1.3 Hasil Uji Kecocokan Model Struktural	44
4.4.1. Hipotesis	45