

DAFTAS ISI

LEMBAR PENGESAHAN	iii
PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI.....	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
KATA PENGANTAR	vi
ABSTRAK.....	vii
ABSTRACT.....	viii
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR TABEL.....	xiii
BAB I. PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang Masalah.....	1
1.2. Rumusan Masalah	7
1.3. Tujuan Penelitian.....	8
1.4. Manfaat Penelitian.....	9
1.5. Batasan Penelitian	9
1.6. Sistematika Penulisan.....	10
BAB II. KAJIAN TEORI	12
2.1. <i>Electronic Commerce (E-Commerce)</i>	12
2.2. Teori untuk memprediksi niat dan perilaku dalam penerimaan teknologi.....	12
2.3. Hipotesis Penelitian.....	16
BAB III. METODE PENELITIAN	19
3.1. Karakteristik Penelitian	19
3.2. Sumber Data.....	19
3.2.1. Data Primer	19
3.2.2. Data Sekunder.....	19
3.3. Skala Pengukuran.....	19
3.4. Target Responden.....	20
3.5. Operasionalisasi Variabel.....	21
3.6. Tahapan Penelitian	26
3.7. Validitas dan Reliabilitas	27
3.7.1. Uji Validitas	27

3.7.2.	Uji Reliabilitas	28
3.8.	Teknik Analisis Data dan Pengujian Hipotesis	28
3.8.1.	SEM (<i>Structural Equation Modelling</i>)	28
3.8.2.	Asumsi Dalam SEM	29
3.8.3.	Tahapan Analisis SEM-AMOS.....	30
3.8.4.	Uji Measurement dan Structural Model.....	30
BAB IV.	HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	32
4.1.	Karakteristik Responden	32
4.1.1.	Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin	32
4.1.2.	Karakteristik responden berdasarkan usia	32
4.1.3.	Karakteristik responden berdasarkan domisili.....	33
4.1.4.	Karakteristik responden berdasarkan pendidikan	33
4.1.5.	Karakteristik responden berdasarkan penghasilan.....	34
4.1.6.	Karakteristik responden berdasarkan pekerjaan	34
4.1.7.	Karakteristik responden berdasarkan pemilihan <i>marketplace</i>	35
4.1.8.	Karakteristik responden berdasarkan rata-rata belanja online per bulan	35
4.1.9.	Karakteristik responden berdasarkan rata-rata dana belanja per bulan	36
4.1.10.	Karakteristik responden berdasarkan metode pembayaran belanja online	36
4.2.	Uji Validitas dan Reliabilitas	37
4.2.1.	Uji Validitas	37
4.2.2.	Uji Reliabilitas	38
4.3.	Uji <i>Measurement Model</i>	39
4.4.	Uji <i>Structural Model</i>	44
4.5.	Pengujian Hipotesis.....	49
4.6.	Pembahasan	53
BAB V.	KESIMPULAN DAN SARAN	58
5.1.	Kesimpulan.....	58

5.2. Saran.....	59
5.2.1. Saran untuk implementasi bisnis	59
5.2.2. Saran untuk penelitian selanjutnya	60
DAFTAR PUSTAKA	61
Lampiran 1 – Penelitian Terdahulu	65
Lampiran 2 - Kuesioner Penelitian.....	71
Lampiran 3 – <i>Model Fit Summary</i>	80
Lampiran 4 – Hasil Kuesioner	82

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Pertumbuhan Pengguna Internet Indonesia.....	1
Gambar 2 Top 3 e-commerce C2C berdasarkan jumlah pengunjung website.....	3
Gambar 3 Proyeksi pertumbuhan nilai transaksi aktivitas e-commerce	4
Gambar 4 Pertumbuhan kunjungan akses e-commerce melalui mobile	4
Gambar 5 Daftar kota teraktif belanja daring	10
Gambar 6 The Unified Theory of Acceptance Use of Technology	13
Gambar 7 Kerangka Konseptual Penelitian	14
Gambar 8 Tahapan Penelitian.....	26
Gambar 9 Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin.....	32
Gambar 10 Karakteristik responden berdasarkan usia.....	32
Gambar 11 Karakteristik responden berdasarkan domisili	33
Gambar 12 Karakteristik responden berdasarkan pendidikan	33
Gambar 13 Karakteristik responden berdasarkan penghasilan	34
Gambar 14 Karakteristik responden berdasarkan pekerjaan	34
Gambar 15 Karakteristik responden berdasarkan marketplace	35
Gambar 16 Karakteristik responden berdasarkan marketplace	35
Gambar 17 Karakteristik responden berdasarkan alokasi dana belanja online per bulan.....	36
Gambar 18 Karakteristik responden berdasarkan metode pembayaran belanja online	36
Gambar 19 Pengujian Measurement Model I	39
Gambar 20 Pengujian Measurement Model II.....	41
Gambar 21 Pengujian Measurement Model III	42
Gambar 22 Uji Structural Model I	44
Gambar 23 Uji Structural Model II.....	48

DAFTAR TABEL

Tabel 1 Karakteristik Penelitian.....	19
Tabel 2 Skala Likert.....	20
Tabel 3 Populasi dan Sampel.....	20
Tabel 4 Operasionalisasi Variabel	22
Tabel 5 Hasil Uji Validitas	37
Tabel 6 Hasil Uji Reliabilitas.....	39
Tabel 7 Standardized Regression Weights I.....	40
Tabel 8 Standardized Regression Weights II.....	41
Tabel 9 Standardized Regression Weights III	43
Tabel 10 Rangkuman Hasil Pengujian Goodness of Fit I.....	44
Tabel 11 Modification Indices – Covariances	45
Tabel 12 Rangkuman Hasil Pengujian Goodness of Fit II	49
Tabel 13 Regression Weights	49
Tabel 14 Rangkuman Karakteristik Responden	54