

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS	iii
HALAMAN MOTTO	iv
KATA PENGANTAR	v
ABSTRAK.....	vii
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xv
DAFTAR GAMBAR	xvi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	1
1.2 Latar Belakang Penelitian	1
1.3 Perumusan Masalah	9
1.4 Pernyataan Penelitian	9
1.5 Tujuan Penelitian	10
1.6 Manfaat Penelitian	10
1.7 Ruang Lingkup Penelitian	11
1.8 Sistematika Penulisan Tugas Akhir	11
BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN LINGKUP PENELITIAN	13
2.1 Tinjauan Pustaka Penelitian	13
2.1.1 Marketing	13
2.1.2 <i>Electronic commerce</i>	13
2.1.2.1 Fitur <i>E-commerce</i>	14
2.1.2.2 Jenis <i>E-commerce</i>	14
2.1.2.2 Jenis <i>E-commerce</i>	14
2.1.2.3 Keuntungan dan Kerugian Menggunakan E-commerce	16
2.1.3 Perilaku Konsumen.....	18
2.1.3.1 <i>Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen</i>	19

2.1.4 <i>Technology Acceptance Model (TAM)</i>	19
2.1.4.1 <i>Perceived Usefulness</i>	20
2.1.4.2 <i>Perceived Ease Of Use</i>	21
2.1.4.3 <i>Intention To Transact</i>	22
2.1.4.4 <i>Trust</i>	21
2.1.4.5 <i>Perceived Risk</i>	22
2.1.4.6 Hubungan <i>Trust</i> dan <i>Perceived Usefulness, Perceived Ease Of Use</i>	23
2.1.4.7 Hubungan <i>Trust</i> dan <i>Perceived Risk</i>	23
2.1.4.8 Hubungan <i>Trust, Perceived Usefulness, Perceived Ease Of Use</i> dan <i>Intention to transact</i>	24
2.1.4.9 Hubungan <i>Perceived Usefulness</i> dan, <i>Perceived Ease Of Use</i>	25
2.1.4.10 Hubungan <i>Intention to transact</i> dan, <i>Actual transaction</i>	25
2.1.5 Penelitian Terdahulu	26
2.2 Kerangka Pemikiran	33
2.3 Hipotesis Penelitian	34
BAB III METODE PENELITIAN	36
3.1 Karakteristik Penelitian	36
3.2 Alat Pengumpulan Data	38
3.2.1 Variabel Operasional.....	38
3.2.2 Skala Pengukuran.....	48
3.2.3 Skala Pengukuran Instrumen Penelitian	48
3.3 Tahapan Penelitian	49
3.4 Populasi dan Sampel	50
3.4.1 Populasi.....	50
3.4.2 Sampel.....	50
3.4.3 Teknik Sampling.....	51
3.5 Pengumpulan Data dan Sumber Data	52
3.5.1 Sumber Data.....	52
3.5.2 Pengumpulan Data	53
3.6 Validitas dan Reliabilitas	54
3.6.1 Validitas	54

3.6.2 Reliabilitas	54
3.7 Teknik Analisis Data dan Pengujian Hipotesis	54
3.7.1 Analisis Deskriptif	55
3.7.2 <i>Partial Least Square</i>	56
3.7.2.1 Merancang Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>).....	57
3.7.2.1 Merancang Model Struktural (<i>Inner Model</i>).....	58
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	60
4.1. Karakteristik Responden	60
4.1.1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	60
4.1.2. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	61
4.1.3. Karakteristik Responden Berdasarkan Tempat Tinggal	62
4.1.4. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	63
4.1.5. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	64
4.1.6. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan.....	65
4.1.7. Karakteristik Responden Berdasarkan Pengeluaran Untuk Belanja Online 3 Bulan Terakhir	66
4.1.8. Karakteristik Responden Berdasarkan Produk Dibeli Secara Online.....	67
4.1.9. Karakteristik Responden Berdasarkan Perangkat yang Digunakan Untuk Mengakses E-commerce	68
4.1.10. Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi Menggunakan E-Commerce	69
4.2. Hasil Penelitian	70
4.2.1. Analisis Deskriptif	70
4.2.1.1. Tanggapan Responden Terhadap Variabel <i>Perceived Usefulness</i>	70
4.2.1.2. Tanggapan Responden Terhadap Variabel <i>Perceived Ease Of Use</i>	72
4.2.1.3. Tanggapan Responden Terhadap Variabel <i>Web Retailer Reputation</i>	74
4.2.1.4. Tanggapan Responden Terhadap Variabel <i>Satisfaction With Past Online Transactions</i>	76
4.2.1.5. Tanggapan Responden Terhadap Variabel <i>Trust</i>	78
4.2.1.6. Tanggapan Responden Terhadap Variabel <i>Perceived Risk</i>	80
4.2.1.7. Tanggapan Responden Terhadap Variabel <i>Intention To Transact</i>	82

4.2.1.8. Tanggapan Responden Terhadap Variabel <i>Actual Transaction</i>	84
4.2.2. Analisis <i>Partial Least Square</i>	85
4.3. Pembahasan Hasil Penelitian	96
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	99
5.1. Kesimpulan	99
5.2. Saran	100
5.2.1. Saran bagi penyedia layanan e-commerce	100
5.2.2. Saran bagi penelitian selanjutnya.....	101
DAFTAR PUSTAKA	102
LAMPIRAN	