

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMBUTAN.....	i
HALAMAN JUDUL	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS	iv
KATA PENGANTAR	v
ABSTRAK.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	1
1.1.1 Profil Perusahaan	1
1.1.2 Visi dan Misi Profil Perusahaan	3
1.2 Latar Belakang Penelitian	4
1.3 Perumusan Masalah	11
1.4 Pertanyaan Penelitian.....	12
1.5 Tujuan Penelitian	12
1.6 Manfaat Penelitian	13
1.6.1 Aspek Teoritis.....	13
1.6.2 Aspek Praktis	13
1.7 Ruang Lingkup Penelitian.....	13
1.7.1 Lokasi dan Objek Penelitian	13
1.7.2 Waktu dan Periode Penelitian.....	13
1.8 Sistematika Penulisan Tugas Akhir	13
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	15
2.1 Teori-Teori Terkait Penelitian Terdahulu dan Penelitian Terdahulu.....	15
2.1.1 Internet	15
2.1.2 <i>E-commerce</i>	15

2.1.3 Perilaku Konsumen dan Proses Keputusan Pembelian.....	16
2.1.4 <i>Technology Acceptance Model</i> (TAM).....	18
2.1.5 <i>Perceived Usefulness</i>	22
2.1.6 <i>Perceived Ease of Use</i>	23
2.1.7 <i>Behavioral Intention to Use</i>	23
2.1.8 Hubungan <i>Perceived Usefulness</i> dan <i>Perceived Ease of Use</i> terhadap <i>Behavioral Intention to Use</i>	24
2.1.9 Penelitian Terdahulu.....	26
2.2 Kerangka Pemikiran	34
2.3 Hipotesis Penelitian	35
BAB III METODE PENELITIAN	36
3.1 Karakteristik Penelitian.....	36
3.2 Alat Pengumpulan Data	37
3.3 Tahapan Penelitian.....	45
3.4 Populasi dan Sampel.....	46
3.4.1 Populasi.....	46
3.4.2 Sampel	46
3.4.2 Teknik Pengambilan Sampel	47
3.5 Pengumpulan Data dan Sumber Data	47
3.5.1 Jenis Data.....	47
3.5.2 Teknik Pengumpulan Data.....	48
3.6 Validitas dan Reliabilitas	49
3.6.1 Uji Validitas.....	49
3.6.2 Uji Reliabilitas	50
3.7 Teknik Analisis Data dan Pengujian Hipotesis.....	52
3.7.1 Analisis Deskriptif.....	52
3.8 Analisis Jalur (<i>Path Analysis</i>).....	54
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	57
4.1 Pengumpulan Data	57
4.1.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	58
4.1.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	59

4.1.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili.....	60
4.1.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	61
4.1.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan/Penghasilan.....	62
4.1.6 Karakteristik Responden Berdasarkan Intensitas Penggunaan.....	63
4.2 Hasil Penelitian.....	64
4.2.1 Tanggapan Responden Terhadap Variabel <i>Perceived Usefulness</i>	64
4.2.2 Tanggapan Responden Terhadap Variabel <i>Perceived Ease of Use</i> ...	67
4.2.3 Tanggapan Responden Terhadap Variabel <i>Behavioral Intention</i>	70
4.3 Analisis Jalur (<i>Path Analysis</i>).....	72
4.3.1 Uji Normalitas.....	73
4.3.2 Uji Linieritas.....	74
4.3.3 Pengujian Model.....	75
4.3.3.1 Perhitungan Sub Struktur 1.....	75
4.3.3.2 Perhitungan Sub Struktur 2.....	80
4.4 Pembahasan dan Hasil.....	87
4.4.1 Variabel <i>Perceived Usefulness</i> (PU).....	87
4.4.2 Variabel <i>Perceived Ease of Use</i> (PEU).....	87
4.4.3 Variabel <i>Behavioral Intention</i> (BI).....	87
4.4.4 Pengaruh <i>Perceived Ease of Use</i> (PEU) Secara Langsung terhadap <i>Perceived Usefulness</i> (PU).....	87
4.4.5 Pengaruh <i>Perceived Usefulness</i> (PU) Secara Langsung terhadap <i>Behavioral Intention</i> (BI).....	88
4.4.6 Pengaruh <i>Perceived Ease of Use</i> (PEU) Secara Langsung dan Tidak Langsung terhadap <i>Behavioral Intention</i> (BI).....	88
4.4.5 Pengaruh <i>Perceived Usefulness</i> (PU) dan <i>Perceived Ease of Use</i> (PEU) terhadap <i>Behavioral Intention</i> (BI).....	88
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	89
5.1 Kesimpulan.....	89
5.2 Saran.....	90
5.2.1 Aspek Praktis.....	90
5.2.2 Aspek Teoritis.....	90

DAFTAR PUSTAKA	91
-----------------------------	-----------

LAMPIRAN