

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL DEPAN SKRIPSI.....	i
HALAMAN JUDUL SKRIPSI	ii
PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI	iv
BERITA ACARA UJIAN TUGAS AKHIR/SKRIPSI	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
HALAMAN MOTTO.....	vii
ABSTRAK.....	viii
ABSTRACT.....	viii
KATA PENGANTAR	x
DAFTAR ISI.....	xiii
DAFTAR TABEL.....	xvi
DAFTAR GAMBAR.....	xvii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xviii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah	5
1.3 Tujuan Penelitian.....	6
1.4 Manfaat Penelitian.....	6
BAB II KAJIAN PUSTAKA.....	8

2.1	Landasan Teori	8
2.1.1	<i>E-commerce</i>	8
2.1.2	Niat Menggunakan Kembali <i>E-commerce</i>	10
2.1.3	Model Kesuksesan Sistem Informasi DeLone and McLean.....	11
2.1.4	Faktor-Faktor yang mempengaruhi Niat Menggunakan Kembali .	16
2.2	Pengembangan Hipotesis	19
2.2.1	Kualitas Sistem, Kualitas Informasi dan Kualitas Layanan Terhadap Persepsi Nilai	19
2.2.2	Hubungan Antara Kualitas Informasi, Kualitas Sistem dan Kualitas Pelayanan dengan Kepuasan Pengguna.....	21
2.2.3	Hubungan Antara Persepsi Nilai terhadap Kepuasan	22
2.2.4	Hubungan Antara Persepsi Nilai dan Kepuasan Pengguna dengan Niat Menggunakan Kembali.....	23
2.3	Model Penelitian.....	24
BAB III METODE PENELITIAN		25
3.1	Lokasi Penelitian	25
3.2	Definisi Oprasional Variable.....	25
3.3	Jenis dan Teknik Pengumpulan Data	27
3.3.1	Jenis Data	27
3.3.2	Teknik Pengumpulan Data.....	27
3.4	Uji Validitas dan Uji Reliabilitas Instrumen	28
3.4.1	Uji Validitas	28
3.4.2	Uji Reliabilitas	30
3.5	Populasi dan Sample	31

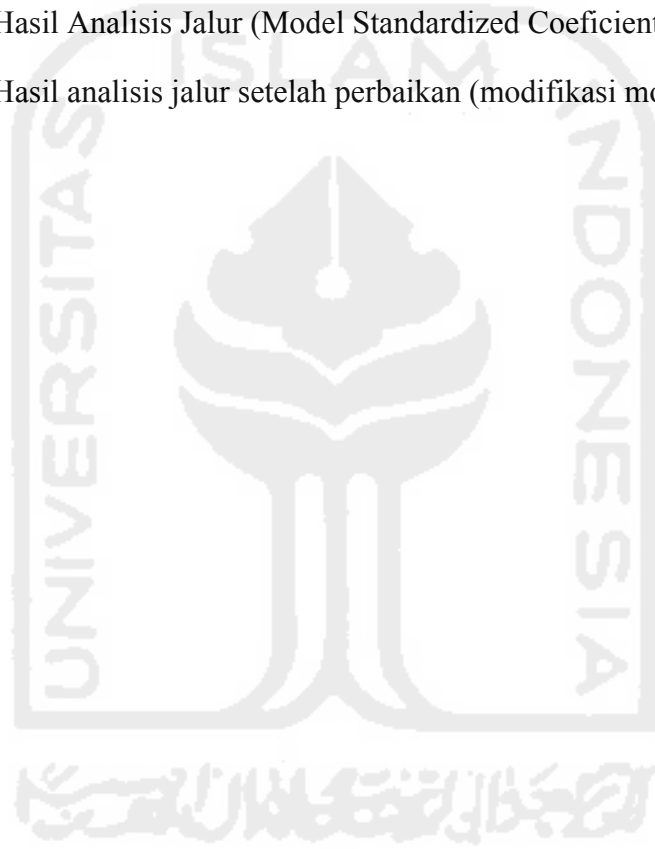
3.5.1	Populasi.....	31
3.5.2	Sample.....	31
3.6	Metode Analisis Data	32
3.6.1	Analisis Deskriptif	32
3.6.2	Analisis Kuantitatif.....	32
BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN.....		40
4.1	Uji Validitas dan Reliabilitas data.....	40
4.2	Analisis Deskriptif.....	43
4.2.1	Karakteristik Responden.....	43
4.2.2	Penilaian Responden terhadap variabel Penelitian	46
4.3	Analisis <i>Structural Equation Model</i>	52
4.3.1	Uji Goodness of Fit (Uji Ketepatan Model)	53
4.3.2	Pengujian Hipotesis dan Pembahasan Hasil Analisis	55
4.4	Pembahasan	62
4.5	Implikasi.....	68
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN		73
5.1	Kesimpulan.....	73
5.2	Saran.....	74
DAFTAR PUSTAKA		76
LAMPIRAN.....		78

DAFTAR TABEL

Tabel III.1 Definisi Variable Oprasional	26
Tabel III.2 Alternatif Jawaban Skala <i>Likert</i>	28
Tabel III.3 Hasil Uji Validitas Instrumen	29
Tabel III.4 Hasil Uji Reliabilitas Instrumen	30
Tabel .III.5 <i>Goodness of Fit Cut-off Value</i>	39
Tabel IV.1 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Data	42
Tabel IV.2 Jenis Kelamin Responden	43
Tabel IV.2 Umur Responden	44
Tabel IV.3 Tingkat Pendidikan Terakhir	44
Tabel IV.4 Jenis Pekerjaan Responden	45
Tabel IV.5 Pernah menggunakan <i>e-commerce</i>	46
Tabel IV.6 Deskriptif Variabel Penelitian Kualitas Informasi	47
Tabel IV.7 Deskriptif Variabel Penelitian Kualitas Sistem	48
Tabel IV.8 Deskriptif Variabel Kualitas Pelayanan	49
Tabel IV.9 Deskriptif Variabel Persepsi Nilai	50
Tabel IV.10 Deskriptif Variabel Kepuasan Pengguna	51
Tabel IV.11 Deskriptif Variabel Penelitian Niat Menggunakan Kembali	52
Tabel IV.12 <i>Measurement Model – Goodness of fit</i>	53
Tabel IV.13 Estimasi Hasil Analisis SEM	56
Tabel IV.15 Estimasi Hasil Analisis SEM Setelah perbaiki (modifikasi)	61
Tabel IV.16 Pengaruh langsung, Tidak Langsung dan Pengaruh Total	61

DAFTAR GAMBAR

Gambar I.1 Penyedia e-commerce di Indonesia	4
Gambar II.1 Model Kesuksesan SI DeLone & McLean (1992)	12
Gambar II.2 Model Kesuksesan SI Seddon (1997)	14
Gambar II.3 Model Kesuksesan SI DeLone & McLean yang diperbarui (2003).....	15
Gambar II.4 Model Kerangka Penelitian	24
Gambar IV.1 Hasil Analisis Jalur (Model Standardized Coeficient)	55
Gambar IV.2 Hasil analisis jalur setelah perbaikan (modifikasi model).....	60



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian.....	79
Lampiran 2 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen.....	84
Lampiran 3 Data Penelitian	92
Lampiran 4 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Data	113
Lampiran 5 Hasil Uji Deskriptif	115
Lampiran 5 Hasil uji data dengan SEM.....	116
Lampiran 7 Hasil uji data dengan SEM setelah Modifikasi	119
Lampiran 8 Pengaruh Langsung Tidak langsung dan Pengaruh Total.....	120

