

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN SAMPUL	ii
PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME	iii
LEMBAR PENGESAHAN	iv
ABSTRAK	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	ix
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah Penelitian	7
1.3 Tujuan Penelitian	8
1.4 <i>Benefit</i> Penelitian	9
1.4.1 <i>Benefit</i> Teoritis	9
1.4.2 <i>Benefit</i> Praktis.....	9
1.4.2.1 Bagi Pihak Lain.....	9
1.4.2.2 Bagi perusahaan <i>e-commerce</i>	9
BAB II KAJIAN TEORI.....	10
2.1 TAM (Technology Acceptance Model)	10
2.2 Faktor-faktor yang mempengaruhi <i>purchase intention</i>	11

2.2.1 <i>Benefit</i>	11
2.2.3 <i>Perceived of usefulness</i>	14
2.2.4 <i>Trust</i>	15
2.2.5 <i>Risk</i>	18
2.3 <i>Purchase intention</i>	22
2.4 Penelitian Terdahulu	25
2.5. Perumusan Hipotesis	31
2.5.1 Pengaruh <i>Reputation</i> Pada <i>Trust</i> Berbelanja <i>Online</i>	31
2.5.2. Pengaruh <i>Familiarity</i> Pada <i>Trust</i> Berbelanja <i>Online</i>	32
2.5.3. Pengaruh <i>Perceived of usefulness</i> Pada <i>Trust</i> Berbelanja <i>Online</i>	33
2.5.4. Pengaruh <i>Trust</i> Pada <i>Risk</i> Berbelanja <i>Online</i>	34
2.5.5. Pengaruh <i>Perceived of usefulness</i> Pada <i>Perceived of use</i> Berbelanja <i>Online</i>	35
2.5.6. Pengaruh <i>Perceived of usefulness</i> Pada <i>Purchase intention</i>	36
2.5.7. Pengaruh <i>Trust</i> Pada <i>Purchase intention</i> <i>Trust</i>	37
2.5.8. Pengaruh <i>Risk</i> Pada <i>Purchase intention</i>	38
2.5.9. Pengaruh <i>Perceived of use</i> Pada <i>Benefit</i> Berbelanja <i>Online</i>	39
2.5.10. Pengaruh <i>Perceived of use</i> Pada Terhadap <i>Purchase intention</i>	39
2.6. Kerangka Penelitian	42

BAB III METODE PENELITIAN.....	43
3.1. Lokasi Penelitian.....	43
3.2. Populasi dan Sampel	43
3.2.1 Populasi.....	43
3.2.2. Sampel	43
3.3 Variabel Penelitian dan Operasional Variabel	41
3.3.1. Variabel Bebas (Independent Variable).....	41
3.3.2. Variabel Terikat (<i>Dependent Variable</i>)	42
3.3.3 Definisi Operasional Variabel dan Alat Pengukuran.....	42
3.4 Jenis Data dan Sumber Data	48
3.5 Teknik Pengumpulan Data.....	48
3.6 Teknik Pengambilan Sampel.....	51
3.7 Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen-Instrumen Penelitian	51
3.7.1. Uji Validitas	51
3.7.2. Uji Reliabilitas	55
3.8. Metode Analisis Data.....	57
3.8.1. Analisis Statistik Deskriptif	57
3.8.2. Analisis Kuantitatif (Uji Hipotesis)	57
BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN.....	62

4.1. Karakteristik Responden	63
4.1.1 Jenis Kelamin	63
4.1.2 Usia	64
4.1.3 Pekerjaan	65
4.1.4 Pengeluaran	66
4.1.5 Penggunaan <i>e-commerce</i>	67
4.2. Analisis Deskripsi Penelitian	68
4.2.1 Variabel <i>Reputation</i>	68
4.2.2 Variabel <i>Familiarity</i>	69
4.2.3 Variabel <i>Perceived ease of use</i>	70
4.2.4 Variabel <i>Trust</i>	71
4.2.5 Variabel <i>Risk</i>	72
4.2.6 Variabel <i>Perceived of usefulness</i>	73
4.2.7 Variabel <i>Benefit</i>	74
4.2.8 Variabel <i>Purchase intention</i>	75
4.3. Analisis Partial Least Square (PLS)	76
4.3.1. Uji Validitas dan Reliabilitas Asumsi <i>Partial Least Square (PLS)</i> ...	76
4.3.2. Pengujian <i>Inner Model</i> atau <i>Struktural Model</i>	78
4.3.3. <i>Outer Model</i>	79

4.3.4. Hasil Partial Least Square (PLS)	82
4.4. Pengujian Hipotesis.....	85
4.4.1. Pengujian Pengaruh <i>Reputation</i> terhadap <i>Trust</i>	85
4.4.2. Pengujian Pengaruh <i>Familiarity</i> terhadap <i>Trust</i>	85
4.4.3. Pengujian Pengaruh <i>Perceived ease of use</i> terhadap	85
4.4.4. Pengujian Pengaruh <i>Trust</i> terhadap <i>Risk</i>	86
4.4.5. Pengujian Pengaruh <i>Perceived ease of use</i> erhadap <i>Perceived of usefulness</i>	86
4.4.6. Pengujian Pengaruh <i>Perceived ease of use</i> terhadap <i>Purchase intention</i>	86
4.4.7. Pengujian Pengaruh <i>Trust</i> terhadap <i>Purchase intention</i>	86
4.4.8. Pengujian Pengaruh <i>Risk</i> terhadap Minat Berbelanja <i>Online</i>	87
4.4.9. Pengujian Pengaruh <i>Perceived of usefulness</i> terhadap <i>Benefit</i>	87
4.4.10. Pengujian Pengaruh <i>Perceived of usefulness</i> terhadap Minat Berbelanja <i>Online</i>	87
4.4.11. Pengujian Pengaruh <i>Benefit</i> terhadap <i>Purchase intention</i>	87
4.5 Rangkuman Hasil Hipotesis.....	88
4.6. Pembahasan.....	89
BAB V PENUTUP.....	100
5.1. Kesimpulan	100

5.2. Saran.....	100
DAFTAR PUSTAKA	101
LAMPIRAN	101

