

## DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN .....	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI .....	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN .....	v
<i>ABSTRACT</i> .....	vi
ABSTRAK .....	vii
KATA PENGANTAR .....	viii
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR .....	xv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvi
BAB I PENDAHULUAN .....	1
1.1 Latar Belakang Masalah .....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	16
1.3 Tujuan Penelitian .....	18
1.4 Manfaat Penelitian .....	18
1.5 Sistematika Penulisan .....	20
BAB II TELAAH PUSTAKA .....	22
2.1 Landasan Teori .....	22
2.1.1 Teori Preferensi .....	22
2.1.2 <i>Technology Acceptance Model (TAM)</i> .....	24
2.1.3 Zakat .....	26
2.1.4 <i>E-Commerce</i> .....	34
2.1.5 Tokopedia Salam .....	36
2.1.6 Penggunaan <i>E-Commerce</i> Tokopedia Salam Sebagai Pembayaran Zakat Menurut Pandangan Islam .....	38
2.1.7 Persepsi Kegunaan .....	39
2.1.8 Persepsi Kemudahan .....	40
2.1.9 Persepsi Kepercayaan.....	42
2.1.10 Religiusitas .....	44
2.1.11 Sikap Penggunaan .....	45
2.1.12 Minat Penggunaan .....	47
2.1.13 Keputusan Penggunaan .....	48
2.2 Penelitian Terdahulu .....	49
2.3 Hubungan Antar Variabel.....	55
2.3.1 Pengaruh Persepsi Kegunaan Terhadap Minat Penggunaan <i>E-Commerce</i> Tokopedia Salam .....	55

2.3.2 Pengaruh Persepsi Kemudahan Terhadap Minat Penggunaan <i>E-Commerce</i> Tokopedia Salam.....	56
2.3.3 Pengaruh Persepsi Kepercayaan Terhadap Minat Penggunaan <i>E-Commerce</i> Tokopedia Salam.....	57
2.3.4 Pengaruh Religiusitas Terhadap Minat Penggunaan <i>E-Commerce</i> Tokopedia Salam .....	57
2.3.5 Pengaruh Sikap Penggunaan Terhadap Minat Penggunaan <i>E-Commerce</i> Tokopedia Salam .....	58
2.3.6 Pengaruh Minat Penggunaan Terhadap Keputusan Penggunaan <i>E-Commerce</i> Tokopedia Salam.....	59
2.4 Kerangka Pemikiran .....	60
2.5 Hipotesis Penelitian .....	61
<b>BAB III METODE PENELITIAN.....</b>	<b>62</b>
3.1 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel.....	62
3.1.1 Variabel Penelitian .....	62
3.1.2 Definisi Operasional Variabel Penelitian .....	63
3.2 Populasi dan Sampel.....	67
3.2.1 Populasi .....	67
3.2.2 Sampel .....	68
3.3 Jenis dan Sumber Data.....	69
3.4 Metode Pengumpulan Data.....	70
3.4.1 Kuesioner.....	70
3.4.2 Studi Literatur.....	71
3.5 Metode Analisis Data .....	71
3.5.1 Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen Penelitian .....	71
3.5.2 Analisis <i>Partial Least Square-Structural Equation Modelling</i> (PLS-SEM) .....	73
3.6 Pengujian Hipotesis .....	82
<b>BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>83</b>
4.1 Deskripsi Objek Penelitian .....	83
4.1.1 Gambaran Objek Penelitian.....	83
4.1.2 Gambaran Umum Responden .....	84
4.2 Analisis Data.....	91
4.2.1 Pengujian Instrumen Penelitian.....	91
4.2.2 Analisis SEM-PLS .....	93
4.2.3 Pengujian Hipotesis .....	107
4.3 Pembahasan .....	114
4.3.1 Pengaruh Persepsi Kegunaan Terhadap Minat Penggunaan <i>E-Commerce</i> Tokopedia Salam .....	114

4.3.2 Pengaruh Persepsi Kemudahan Terhadap Minat Penggunaan <i>E-Commerce</i> Tokopedia Salam.....	116
4.3.3 Pengaruh Persepsi Kepercayaan Terhadap Minat Penggunaan <i>E-Commerce</i> Tokopedia Salam.....	117
4.3.4 Pengaruh Religiusitas Terhadap Minat Penggunaan <i>E-Commerce</i> Tokopedia Salam .....	119
4.3.5 Pengaruh Sikap Penggunaan Terhadap Minat Penggunaan <i>E-Commerce</i> Tokopedia Salam .....	121
4.3.6 Pengaruh Minat Penggunaan Terhadap Keputusan Penggunaan <i>E-Commerce</i> Tokopedia Salam.....	123
BAB V PENUTUP.....	125
5.1 Kesimpulan .....	125
5.2 Keterbatasan .....	127
5.3 Saran .....	128
DAFTAR PUSTAKA .....	130
LAMPIRAN-LAMPIRAN.....	139