

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN KELULUSAN.....	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	v
ABSTRACT	vi
ABSTRAK	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	9
1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian.....	10
1.3.1 Tujuan Penelitian	10
1.3.2 Kegunaan Penelitian	11
1.4 Sistematika Penulisan.....	12
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	14
2.1 Landasan Teori	14
2.1.1 Technology Acceptance Model (TAM).....	14
2.1.2 Persepsi Nilai Pelanggan	16
2.1.3 Kemenarikan Desain Website.....	22
2.1.4 Persepsi Kemudahan Transaksi Dalam Belanja <i>Online</i>	24
2.1.5 Reputasi Vendor	26
2.1.6 Keputusan Pembelian	27

2.2 Hipotesis	35
2.3 Kerangka Pemikiran	36
2.4 Indikator Variabel.....	37
2.4.1 Variabel Dependen	37
2.4.2 Variabel Intervening	38
2.4.3 Variabel Independen.....	39
BAB III METODE PENELITIAN.....	42
3.1 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional	42
3.2 Populasi dan Sampel	44
3.3 Jenis dan Sumber Data	45
3.3.1 Jenis Data.....	45
3.3.2 Sumber Data	46
3.4 Metode Pengumpulan Data	46
3.4.1 Kuesioner	46
3.4.2 Studi Pustaka	47
3.5 Metode Analisis Data	47
3.5.1 Tahapan Pemodelan dan Analisis Persamaan Struktural.....	47
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	53
4.1 Gambaran Umum Responden Penelitian	53
4.1.1 Gambaran Umum Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	54
4.1.2 Gambaran Umum Responden Berdasarkan Usia	54
4.1.3 Gambaran Umum Responden Berdasarkan Tempat Tinggal	55
4.1.4 Gambaran Umum Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	56
4.1.5 Gambaran Umum Responden Berdasarkan Pekerjaan	56
4.1.6 Gambaran Umum Responden Berdasarkan Pendapatan	57
4.2 Hasil Analisis	58
4.2.1 Deskripsi Variabel Penelitian	58
4.2.1.1 Analisis Indeks Jawaban Kemenarikan Desain Website	59
4.2.1.2 Analisis Indeks Jawaban Reputasi Vendor	61

4.2.1.3 Analisis Indeks Jawaban Kemudahan Transaksi	62
4.2.1.4 Analisis Indeks Persepsi Nilai Pelanggan	63
4.2.1.5 Analisis Indeks Persepsi Keputusan Pembelian	65
4.3 Proses dan Analisis Data	66
4.3.1 Pengembangan Model Berdasar Teori.....	66
4.3.2 Menyusun Diagram Alur dan Persamaan Struktural	67
4.3.3 Memilih Jenis Input Matrik dan Estimasi Model	67
4.3.3.1 Analisis Faktor Konfirmatori Konstruk Eksogen	68
4.3.3.2 Analisis Faktor Konfirmatori Konstruk Endogen.....	71
4.3.3.3 Analisis <i>Structural Equation Model</i>	77
4.3.4 Menilai Problem Identifikasi	78
4.3.5 Menilai Kriteria <i>Goodness-of-Fit</i>	78
4.3.5.1 Uji Asumsi SEM.....	78
4.3.5.1.1 Uji Normalitas Data.....	78
4.3.5.1.2 Evaluasi Outlier	80
4.3.5.1.3 Evaluasi atas <i>Multicollinearity</i> dan <i>Singularity</i>	83
4.3.5.2 Uji Reliabilitas	84
4.3.5.3 Uji Hipotesis Penelitian.....	86
4.3.6 Interpretasi dan Modifikasi Model	90
4.4 Analisis Jalur	91
BAB V PENUTUP.....	96
5.1 Kesimpulan.....	96
5.2 Implikasi Manajerial.....	99
5.3 Keterbatasan Penelitian	100
5.4 Agenda Penelitian yang Akan Datang.....	100
DAFTAR PUSTAKA	102
LAMPIRAN - LAMPIRAN.....	105