

## DAFTAR ISI

Halaman Judul.....	i
Sertifikasi .....	ii
Halaman Pengesahan Tesis .....	iii
Motto Dan Persembahan .....	iv
<i>Abstract</i> .....	v
Abstrak .....	vi
Kata Pengantar .....	vii
Daftar Isi.....	ix

### **BAB I PENDAHULUAN**

1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	15
1.3 Tujuan Penelitian .....	16
1.4 Manfaat Penelitian .....	17
1.4.1 Manfaat Praktis .....	17
1.4.2 Manfaat Teoritis .....	18

### **BAB II LANDASAN TEORI**

2.1 Landasan Teori.....	19
2.1.1 Perilaku Konsumen .....	19
2.1.2 <i>E-Commerce</i> .....	20
2.1.3 TAM ( <i>Technology Acceptance Model</i> ).....	22
2.1.4 Persepsi Manfaat ( <i>Perceived Usefulness/ PU</i> ).....	23
2.1.5 Persepsi Kemudahan Penggunaan ( <i>Perceived Ease Of Use/PEOU</i> ) ..25	
2.1.6 Persepsi Risiko .....	26
2.1.7 Kepercayaan .....	28
2.1.8 Keputusan Pembelian.....	29
2.2 Pengembangan Hipotesis .....	33
2.2.1 Pengaruh Persepsi Manfaat terhadap Kepercayaan .....	33

2.2.2	Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan terhadap Kepercayaan ..	34
2.2.3	Pengaruh Persepsi Risiko terhadap Kepercayaan .....	35
2.2.4	Pengaruh Kepercayaan terhadap Keputusan Pembelian .....	36
2.2.5	Pengaruh Persepsi Manfaat terhadap Keputusan Pembelian .....	37
2.2.6	Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan terhadap Keputusan Pembelian .....	38
2.2.7	Pengaruh Persepsi Risiko terhadap Keputusan Pembelian .....	38
2.3	Kerangka Pemikiran Teoritis .....	40
2.4	Indikator Variabel Persepsi Manfaat .....	40
2.5	Indikator Variabel Persepsi Kemudahan Penggunaan .....	41
2.6	Indikator Variabel Persepsi Risiko .....	41
2.7	Indikator Variabel Kepercayaan .....	42
2.8	Indikator Variabel Keputusan Pembelian .....	42

### **BAB III METODE PENELITIAN**

3.1	Obyek Penelitian .....	43
3.2	Populasi dan sampel .....	43
3.3	Jenis dan Sumber Data .....	44
3.4	Definisi Operasional .....	45
3.5	Teknik Pengumpulan Data .....	46
3.6	Teknik Analisis Data .....	46
3.6.1.	Validitas Dan Reliabilitas .....	46
3.6.2.	SEM AMOS .....	47
3.6.3.	Pengaruh Langsung dan Tidak Langsung .....	53

### **BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN**

4.1	Gambaran Umum Obyek Penelitian .....	55
4.2	Data dan Deskriptif Responden .....	55
4.2.1.	Data Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	56
4.2.2.	Data Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	56
4.2.3.	Data Responden Berdasarkan Pendapatan .....	57

4.2.4. Data Responden Berdasarkan Frekuensi Membeli .....	58
4.3 Hasil Analisis .....	58
4.3.1. Deskripsi Variabel Penelitian.....	58
4.4 Analisis SEM .....	67
4.4.1. Analisis <i>Standardized Regression Weight</i> .....	67
4.4.2. Asumsi SEM .....	70
4.4.3. Evaluasi atas Kriteria <i>Goodness of Fit Model</i> .....	77
4.5 Pengujian Hipotesis .....	79
4.6 Pembahasan Hipotesis .....	83
<b>BAB V PENUTUP</b>	
5.1 Kesimpulan Hipotesis .....	90
5.2 Kesimpulan Permasalahan Penelitian .....	91
5.3 Implikasi Teoritis .....	94
5.4 Implikasi Manajerial .....	95
5.5 Keterbatasan Penelitian.....	97
5.6 Agenda Penelitian Mendatang .....	97
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>98</b>