

## DAFTAR ISI

PERSETUJUAN USULAN PENELITIAN.....	ii
PERSETUJUAN SKRIPSI .....	iii
PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN.....	iv
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI .....	v
ABSTRACT .....	vi
ABSTRAK .....	vii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN .....	vii
KATA PENGANTAR .....	ix
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR TABEL .....	xvii
DAFTAR GAMBAR .....	xviii
DAFTAR LAMPIRAN .....	xix

### BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	4
1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian .....	5
1.3.1 Tujuan Penelitian .....	5
1.3.2 Kegunaan Penelitian .....	6
1.4 Sistematika Penulisan .....	7

### BAB II TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Landasan Teori .....	9
2.1.1 Teori <i>Planned Behaviour</i> (TPB).....	9
2.1.2 Teori <i>Technology Acceptance Model</i> (TAM) .....	10
2.1.2.1 Nilai Utilitarian .....	11
2.1.2.2 Persepsi Kemudahan Penggunaan.....	12
2.1.2.3 Kualitas Web.....	14
2.1.3 Teori Kepercayaan .....	15

2.1.3.1 Kepercayaan.....	17
2.1.4 Teori Minat Beli Ulang.....	18
2.1.4.1 Citra Lembaga.....	19
2.2 Penelitian Terdahulu.....	21
2.3 Hubungan Antar Variabel.....	31
2.3.1 Pengaruh Nilai Utilitarian terhadap Kepuasan.....	31
2.3.2 Pengaruh Nilai Utilitarian terhadap Minat Beli Ulang.....	32
2.3.3 Pengaruh Persepsi Kemudahan Pengguna terhadap Kepuasan.....	33
2.3.4 Pengaruh Persepsi Kemudahan Pengguna terhadap Minat Beli Ulang.....	33
2.3.5 Pengaruh Kualitas <i>Web</i> terhadap Kepuasan.....	34
2.3.6 Pengaruh Kualitas <i>Web</i> terhadap Minat Beli Ulang.....	35
2.3.7 Pengaruh Kepercayaan terhadap Kepuasan.....	36
2.3.8 Pengaruh Kepercayaan terhadap Minat Beli Ulang.....	37
2.3.9 Pengaruh Citra Lembaga terhadap Kepuasan.....	38
2.3.10 Pengaruh Citra Lembaga terhadap Minat Beli Ulang.....	38
2.4 Kerangka Pemikiran.....	39
2.5 Hipotesis.....	43

### BAB III METODE PENELITIAN

3.1 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel.....	44
3.1.1 Variabel Penelitian.....	44
3.1.2 Definisi Operasional Variabel.....	45
3.2 Populasi dan Sampel.....	47
3.2.1 Populasi.....	47
3.2.2 Sampel.....	48
3.3 Jenis dan Sumber Data.....	48
3.4 Metode Pengumpulan Data.....	49
3.5 Metode Analisis.....	50
3.5.1 Uji Instrumen Data.....	54
3.5.1.1 Uji Validitas.....	54

3.5.1.2 Uji Reliabilitas .....	55
3.5.2 Uji Asumsi Klasik.....	55
3.5.2.1 Uji Normalitas.....	55
3.5.2.2 Uji Multikolinieritas.....	56
3.5.2.3 Uji Heteroskedastisitas.....	57
3.5.3 Analisis Regresi Linier Berganda .....	57
3.5.4 Uji Hipotesis .....	58
3.5.4.1 Uji Signifikansi Pengaruh Parsial (Uji t) .....	58
3.5.4.2 Uji Signifikansi Pengaruh Simultan (Uji F).....	61
3.5.4.3 Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ).....	62

#### BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	63
4.2 Gambaran Umum Responden .....	64
4.2.1 Gambaran Umum berdasarkan Jenis Kelamin.....	65
4.2.2 Gambaran Umum berdasarkan Usia Responden .....	66
4.2.3 Gambaran Umum berdasarkan Pendidikan Terakhir Responden.....	66
4.2.4 Gambaran Umum berdasarkan Pekerjaan Responden .....	66
4.2.5 Gambaran Umum berdasarkan Pendapatan per Bulan .....	67
4.2.6 Gambaran Umum berdasarkan Sumber Informasi .....	67
4.3 Hasil Analisis Data.....	67
4.3.1 Analisis Deskriptif .....	67
4.3.1.1 Deskripsi Variabel Nilai Utilitarian .....	69
4.3.1.2 Deskripsi Variabel Persepsi Kemudahan Pengguna	70
4.3.1.3 Deskripsi Variabel Kualitas Web.....	71
4.3.1.4 Deskripsi Variabel Kepercayaan.....	72
4.3.1.5 Deskripsi Variabel Citra Lembaga.....	73
4.3.1.6 Deskripsi Variabel Kepuasan .....	74
4.3.1.7 Deskripsi Variabel Minat Beli Ulang.....	75
4.3.2 Analisis Kuantitatif.....	76
4.3.2.1 Uji Validitas .....	76

4.3.2.2 Uji Reliabilitas .....	83
4.3.3 Deteksi Asumsi Klasik.....	84
4.3.3.1 Deteksi Normalitas.....	84
4.3.3.2 Deteksi Multikolinearitas .....	89
4.3.3.3 Deteksi Heteroskedastisitas.....	90
4.3.4 Uji Hipotesis .....	94
4.3.4.1 Analisis Linear Berganda.....	94
4.3.4.2 Uji t (Uji Signifikansi Parsial).....	99
4.3.4.3 Uji F .....	104
4.3.4.4 Uji Koefisien Determinasi (Uji R <sup>2</sup> ).....	107
4.4 Pembahasan.....	108
4.4.1 Penentu Tingkat Kepuasan E-Zakat .....	109
4.4.1.1 Pengaruh Nilai Utilitarian terhadap Kepuasan .....	109
4.4.1.2 Pengaruh Persepsi Kemudahan Pengguna terhadap Kepuasan.....	111
4.4.1.3 Pengaruh Kualitas <i>Web</i> terhadap Kepuasan.....	112
4.4.1.4 Pengaruh Kepercayaan terhadap Kepuasan .....	114
4.4.1.5 Pengaruh Citra Lembaga terhadap Kepuasan .....	115
4.4.2 Penentu Minat Beli Ulang Pengguna E-Zakat .....	117
4.4.2.1 Pengaruh Nilai Utilitarian terhadap Minat Beli Ulang.	117
4.4.2.2 Pengaruh Persepsi Kemudahan Pengguna terhadap Minat Beli Ulang .....	118
4.4.2.3 Pengaruh Kualitas <i>Web</i> terhadap Minat Beli Ulang.....	119
4.4.2.4 Pengaruh Kepercayaan terhadap Minat Beli Ulang .....	121
4.4.2.5 Pengaruh Citra Lembaga terhadap Minat Beli Ulang .....	123

## BAB V PENUTUP

5.1 Simpulan.....	125
5.1.1 Penentu Tingkat Kepuasan Pengguna E-Zakat .....	125
5.1.2 Penentu Minat Beli Ulang Pengguna E-Zakat .....	127
5.2 Keterbatasan Penelitian .....	129
5.3 Saran.....	129

DAFTAR PUSTAKA .....	132
LAMPIRAN-LAMPIRAN.....	136

## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1	Penelitian Terdahulu.....	25
Tabel 3.1	Definisi Operasional dan Indikator .....	45
Tabel 3.2	Skala Interval.....	50
Tabel 4.1	Karakteristik Responden .....	64
Tabel 4.2	Interpretasi Nilai Indeks .....	68
Tabel 4.3	Tanggapan Responden terhadap Nilai Utilitarian .....	69
Tabel 4.4	Tanggapan Responden terhadap Persepsi Kemudahan Pengguna .....	70
Tabel 4.5	Tanggapan Responden terhadap Kualitas Web.....	71
Tabel 4.6	Tanggapan Responden terhadap Kepercayaan.....	72
Tabel 4.7	Tanggapan Responden terhadap Citra Lembaga.....	73
Tabel 4.8	Tanggapan Responden terhadap Kepuasan .....	74
Tabel 4.9	Tanggapan Responden terhadap Minat Beli Ulang.....	75
Tabel 4.10	Hasil Uji <i>Convergent Validity</i> Variabel Eksogen.....	78
Tabel 4.11	Hasil Uji Validitas Variabel Endogen .....	81
Tabel 4.12	Uji Reliabilitas.....	83
Tabel 4.13	Deteksi Statistik <i>Kolmogorov-Smirnov</i> Persamaan I .....	88
Tabel 4.14	Deteksi Statistik <i>Kolmogorov-Smirnov</i> Persamaan II .....	88
Tabel 4.15	Hasil Pengujian Multikolinearitas Persamaan I .....	89
Tabel 4.16	Hasil Pengujian Multikolinearitas Persamaan II .....	89
Tabel 4.17	Hasil Pengujian Heteroskedastisitas Menggunakan Uji Glejser Persamaan I .....	92
Tabel 4.18	Hasil Pengujian Heteroskedastisitas Menggunakan Uji Glejser Persamaan II .....	93
Tabel 4.19	Pengolahan Data Regresi Persamaan I .....	95
Tabel 4.20	Pengolahan Data Regresi Persamaan II.....	95
Tabel 4.21	Hasil Uji t Persamaan I.....	100
Tabel 4.22	Hasil Uji t Persamaan II .....	100
Tabel 4.23	Hasil Uji F Persamaan I.....	105
Tabel 4.24	Hasil Uji F Persamaan II .....	106
Tabel 4.25	Hasil Koefisien Determinasi Persamaan I.....	107
Tabel 4.26	Hasil Koefisien Determinasi Persamaan II.....	107

## DAFTAR GAMBAR

Gambar	2.1	Kerangka Pemikiran Penelitian.....	42
Gambar	4.1	Uji Validitas Variabel Eksogen.....	77
Gambar	4.2	Uji Normalitas Variabel Endogen.....	80
Gambar	4.3	<i>Full Measurement</i> .....	82
Gambar	4.4	Deteksi Normalitas Berdasarkan Histogram Persamaan I.....	85
Gambar	4.5	Deteksi Normalitas Berdasarkan Histogram Persamaan II....	85
Gambar	4.6	Deteksi Normalitas Berdasarkan Normal <i>Probability Plot</i> Persamaan I.....	86
Gambar	4.7	Deteksi Normalitas Berdasarkan Normal <i>Probability Plot</i> Persamaan II.....	87
Gambar	4.8	Pengujian Heteroskedastisitas Menggunakan <i>Grafik</i> <i>Scatterplot</i> Persamaan I.....	91
Gambar	4.9	Pengujian Heteroskedastisitas Menggunakan <i>Grafik</i> <i>Scatterplot</i> Persamaan II .....	91

## DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN A	KUESIONER PENELITIAN .....	137
LAMPIRAN B	DATA RESPONDEN.....	148
LAMPIRAN C	TABULASI DATA PENELITIAN .....	154
LAMPIRAN D	HASIL OLAH DATA .....	171