

## DAFTAR ISI

Sertifikasi.....	ii
PENGESAHAN TESIS.....	iii
ABSTRACT.....	iv
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xv
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Perumusan Masalah.....	19
1.3 Tujuan Penelitian.....	21
1.4 Kegunaan Penelitian.....	22
1.4.1. Teoritis.....	22
1.4.2. Praktis.....	22
BAB II.....	24
TELAAH PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN MODEL.....	24
2.1. Konsep-Konsep Rujukan.....	24
2.1.1 Technology Acceptance Model (TAM).....	24
2.1.2. Keputusan Pembelian.....	25
2.1.3. <i>Word of Mouth</i> (WOM).....	31
2.1.4. Kemudahan dalam Penggunaan ( <i>Ease of Use</i> ).....	35
2.1.5. Persepsi Risiko ( <i>Perceive of Risk</i> ).....	36
2.1.6. Kualitas Produk ( <i>Product Quality</i> ).....	38
2.1.7. Sikap Belanja Online ( <i>Attitude Online Shopping</i> ).....	44
2.2. Pengaruh Antara Variabel.....	46
2.2.1. <i>Word of Mouth</i> (komunikasi dari mulut ke mulut) dan Sikap Belanja Online.....	46
2.2.2. Kemudahan penggunaan dan Sikap Pembelian Online.....	49

2.2.3.	Persepsi Risiko Belanja Online Terhadap Sikap Pembelian Online .....	52
2.2.4.	Persepsi Kualitas Produk dan Sikap Pembelian Online .....	54
2.2.5	<i>Word of Mouth</i> dan Keputusan Pembelian Online.....	57
2. 2.6	Sikap Pembelian Online Dan Keputusan Pembelian Online. ....	60
2.3	Penelitian Rujukan.....	62
2.3.1.	Penelitian TAM ( <i>Technology Acceptance Model</i> ).....	62
2.3.2.	Penelitian Pengaruh <i>Word of Mouth</i> .....	63
2.3.3.	Penelitian Terdahulu Mengenai Persepsi Kemudahan dalam Penggunaan ( <i>Perceived Ease of Use</i> ).....	65
2.3.4.	Pengaruh Persepsi Risiko ( <i>Perceived Risk</i> ) .....	66
2.3.5.	Pengaruh Persepsi Kualitas ( <i>Perceived of Quality</i> ) .....	69
2.3.6.	Pengaruh Sikap Belanja Online ( <i>Attitude Online Shopping</i> ).....	70
2.4	Model Pengembangan Penelitian.....	74
2.5	Dimensi Variabel .....	75
2.5.1.	Word of Mouth dan Indikator Variabel.....	76
2.5.2	Indikator Variabel Kemudahan dalam Penggunaan .....	77
2.5.3	Indikator Variabel Persepsi Risiko.....	78
2.5.4	Indikator Variabel Persepsi Kualitas Produk .....	79
2.5.5	Indikator Variabel Sikap Belanja Online.....	80
2.5.6	Indikator Variabel Keputusan Belanja Online .....	81
2.6	Hipotesis Penelitian .....	83
BAB III.....		84
METODOLOGI PENELITIAN.....		84
3.1	Desain dan Objek Penelitian .....	85
3.1.1	Desain Penelitian .....	85
3.1.2	Objek Penelitian.....	86
3.2	Jenis Data dan Sumber Data.....	86
1.	Data Primer .....	86
2.	Data Sekunder .....	87
3.3	Populasi dan Sampel .....	88
3.3.1	Populasi Penelitian.....	88

3.3.2	Sampel Penelitian.....	90
3.4	Variabel dan Definisi Operasional Indikator.....	92
3.5	Metode Pengumpulan Data .....	103
3.6	Uji Validitas dan Uji Realibilitas Data.....	105
3.6.1	Uji Validitas.....	105
3.6.2	Uji Reliabilitas .....	106
3.7	Teknik Analisis Pengolahan Data.....	107
3.8	Uji Kesesuaian dan Uji Statistik.....	116
BAB IV	.....	119
ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN	.....	119
4.1	Gambaran Umum Responden.....	120
4.1.1.	Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	121
4.1.2	Responden berdasarkan Usia .....	122
4.1.3	Responden berdasarkan pendidikan akhir .....	123
4.2	Analisis Data Penelitian.....	124
4.2.1	Analisis Data Indeks .....	124
4.3	UJI VALIDITAS DAN UJI RELIABILITAS .....	135
4.3.1.	Uji Reliabilitas.....	135
4.3.2.	Uji Validitas .....	137
4.4	Analisis Faktor Konfirmatori .....	138
4.4.1.	Analisis Faktor Konfirmatori Variabel Eksogen .....	139
4.4.2.	Analisis Faktor Konfirmatori Konstruksi Eksogen .....	147
4.4.3	Analisis Konfirmatori Faktor Variabel Endogen.....	151
4.5	Analisis <i>Structural Equation Model</i> .....	159
4.6	Evaluasi Kriteria <i>Goodness of Fit</i> .....	164
4.6.1.	Uji Normalitas Data .....	164
4.6.2.	Evaluasi Multivariate Outliers.....	167
4.6.3.	Evaluasi <i>Multicollinearity</i> dan <i>singularity</i> .....	171
4.6.4.	Interpretasi dan Modifikasi Model .....	172
4.6.5.	Analisis Pengaruh langsung dan Pengaruh Tidak Langsung.....	174
4.7	Pengujian Hipotesis .....	176

4.7.1. Interpretasi Hasil Pengujian Hipotesis 1 ( $H_1$ ).....	176
4.7.2. Interpretasi Hasil pengujian pada Hipotesis 2 ( $H_2$ ).....	178
4.7.3. Interpretasi Hasil Pengujian Hipotesis 3 ( $H_3$ ).....	179
4.7.4. Interpretasi Hasil Pengujian Hipotesis 4 ( $H_4$ ).....	181
4.7.5. Interpretasi Hasil Pengujian Hipotesis 5 ( $H_5$ ).....	182
4.7.6. Interpretasi Hasil Pengujian Hipotesis 6 ( $H_6$ ).....	184
BAB V.....	190
SIMPULAN DAN IMPLIKASI .....	190
5.1 Kesimpulan Penelitian .....	190
5.2.1. Kesimpulan Hipotesis Penelitian 1 .....	193
5.2.2. Kesimpulan Hipotesis 2 .....	193
5.2.3. Kesimpulan Hipotesis 3 .....	194
5.2.4. Kesimpulan Hipotesis 4 .....	194
5.2.5. Kesimpulan Hipotesis 5 .....	195
5.2.6. Kesimpulan Hipotesis 6 .....	195
5.3. Kesimpulan Atas Masalah Penelitian .....	195
5.4. Implikasi .....	199
5.4.1. Implikasi Teoritis.....	199
5.4.2. Implikasi Manajerial .....	201
5.4 Keterbatasan Penelitian .....	208
5.5 Agenda Penelitian yang Mendatang .....	209
DAFTAR PUSTAKA .....	210
LAMPIRAN .....	220

**FEB UNDIP**