

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN TESIS	ii
SERTIFIKAT	iii
ABSTRAK	iv
ABSTRACT	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB I : PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Perumusan Masalah	11
1.3 Tujuan Penelitian	12
1.4 Manfaat Penelitian	13
BAB II : TELAAH PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN MODEL	14
2.1 Penelitian Rujukan	14
2.1.1 Penelitian <i>Technology Acceptance Model</i> (TAM).....	14
2.1.2 Penelitian Pengaruh Tingkat Persepsi Resiko Transaksi (<i>Perceived Risk</i>)	15
2.1.3 Penelitian Pengaruh Tingkat Kepercayaan (<i>Trust</i>)	17
2.1.4 Penelitian Pengaruh Persepsi Kemudahan (<i>Perceived Ease of Use</i>)	19

2.1.5 Penelitian Pengaruh Persepsi Manfaat (<i>Perceived Usefulness</i>)	20
2.2 Telaah Pustaka	21
2.2.1 <i>Theory Acceptance Model</i> (TAM)	21
2.2.2 Persepsi Resiko (<i>Perceived risk</i>)	22
2.2.3 Tingkat Kepercayaan (<i>Trust</i>)	25
2.2.4 Persepsi Manfaat (<i>Perceived Usefulness</i>)	28
2.2.5 Persepsi Kemudahan Penggunaan (<i>Perceived Ease of Use</i>)	31
2.2.6 Minat Beli <i>Online Shopping</i>	32
2.3 Pengembangan Model Penelitian.....	36
2.4 Dimensionalisasi Variabel	37
BAB III : METODE PENELITIAN.....	42
3.1 Proses Penelitian	42
3.2 Metode Pengumpulan Data.....	43
3.2.1 Jenis Data	43
3.2.2 Sumber Data	44
3.2.3 Populasi	45
3.2.4 Sampel	45
3.2.5 Teknik Penarikan Sampel	46
3.2.6 Teknik Pengumpulan Data	47
3.2.7 Uji Validitas	48
3.2.8 Uji Reliabilitas	48
3.2.9 Uji Normalitas	49
3.3 Metode Analisis	49

BAB IV : ANALISIS DATA	60
4.1 Data dan Deskriptif Responden	60
4.1.1 Responden berdasarkan Jenis Kelamin	61
4.1.2 Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	61
4.1.3 Responden Berdasarkan Usia	62
4.1.4 Angka Indeks	63
4.1.4.1 Kepercayaan (<i>Trust</i>)	64
4.1.4.2 Persepsi Resiko	65
4.1.4.3 Persepsi Manfaat	68
4.1.4.4 Persepsi Kemudahan Penggunaan	69
4.1.4.5 Minat Beli	71
4.2 Proses dan Hasil Analisis Data	74
4.2.1 Proses Analisis Data	74
4.2.2 Analisis Faktor Konfirmatori (<i>Confirmatory</i> <i>Factor Analysis</i>)	76
4.2.3 <i>Structural Equation Modeling</i> (SEM)	81
4.2.4 Evaluasi Normalitas Data	87
4.2.5 Evaluasi Outliers	88
4.2.5.1 <i>Univariate Outliers</i>	88
4.2.5.2 <i>Multivariate Outliers</i>	89
4.2.6 Evaluasi atas <i>Multicollinearity</i> dan <i>Singularity</i>	90
4.2.7 Pengujian terhadap Nilai Residual	91
4.2.8 Uji <i>Reliability</i> dan <i>Variance Extract</i>	92

4.2.8.1 Uji <i>Reliability</i>	92
4.2.8.2 <i>Variance Extract</i>	93
4.3 Pengujian Hipotesis	94
4.3.1 Pengujian Hipotesis I	94
4.3.2 Pengujian Hipotesis II	94
4.3.3 Pengujian Hipotesis III	95
4.3.4 Pengujian Hipotesis IV	95
4.3.5 Pengujian Hipotesis V	96
BAB V: KESIMPULAN DAN IMPLIKASI KEBIJAKAN	98
5.1 Ringkasan Penelitian	98
5.2 Kesimpulan dari Hipotesis Penelitian	100
5.2.1 Pengaruh Atribut Kepercayaan terhadap Persepsi Resiko	100
5.2.2 Pengaruh Persepsi Resiko terhadap Persepsi Manfaat	102
5.2.3 Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan terhadap Persepsi Manfaat	103
5.2.4 Pengaruh Persepsi manfaat yang dirasakan terhadap Minat Beli	105
5.2.5 Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan terhadap Minat Beli	106
5.3 Kesimpulan mengenai Masalah Penelitian	108
5.4 Implikasi Teoritis	114
5.5 Implikasi Manajerial	116
5.6 Keterbatasan Penelitian	120

5.7 Agenda Penelitian Mendatang	121
DAFTAR PUSTAKA	122
LAMPIRAN	127
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	

