

DAFTAR ISI

LEMBAR JUDUL.....	i
LEMBAR PENGESAHAN.....	ii
LEMBAR PERNYATAAN.....	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
ABSTRAK.....	vii
ABSTRACT	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I.....	1
PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	15
1.3. Pertanyaan Penelitian.....	16
1.4. Tujuan Penelitian.....	17
1.5. Manfaat Penelitian	18
1.5.1. Manfaat Manajerial.....	18
1.5.2. Manfaat Akademik	18
1.6. Lingkup Penelitian.....	18
BAB II TINJAUAN HIPOTESIS DAN LITERATURE	20
2.1. Perilaku Konsumen.....	20
2.1.1. Definisi Perilaku Konsumen.....	20
2.1.2. Faktor-faktor Yang Memengaruhi Perilaku Konsumen.....	21
2.2. Niat untuk menggunakan kembali	26
2.3. Technology Acceptance Model (TAM).....	27
2.5. Kecemasan Atas Teknologi Baru (New Technological Anxiety).....	31
2.7. Kekhawatiran Privasi (Privacy Concern).....	33
2.8. Persepsi Kegunaan (Perceived usefulness).....	35
2.9. Sikap Penggunaan (Attitude Toward Using).....	36
2.10. Penelitian Terdahulu	37
2.11. Pengembangan Hipotesis.....	39

2.11.1. Pengaruh kecemasan atas teknologi baru pada persepsi kegunaan	39
2.11.2. Pengaruh kecemasan atas teknologi pada persepsi kemudahan penggunaan.....	40
2.11.3. Pengaruh keyakinan diri pada persepsi kegunaan.	40
2.11.4. Pengaruh keyakinan diri pada persepsi kemudahan penggunaan.....	41
2.11.5. Pengaruh persepsi kemudahan penggunaan pada persepsi kegunaan	41
2.11.6. Pengaruh persepsi kemudahan penggunaan pada sikap penggunaan	42
2.11.7. Pengaruh persepsi kegunaan pada sikap penggunaan.....	42
2.11.8. Pengaruh kekhawatiran privasi pada sikap penggunaan.....	43
2.11.9. Pengaruh kekhawatiran privasi pada niat menggunakan kembali.....	43
2.11.10. Pengaruh sikap penggunaan pada niat menggunakan kembali	44
2.12. <i>Model Penelitian</i>	44
BAB III.....	45
METODE PENELITIAN	45
3.5. <i>Pengujian Instrumen Penelitian</i>	52
3.5.1. Uji Validitas	53
3.5.2. Uji Reliabilitas.....	57
BAB IV	61
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	61
4.1. <i>Karakteristik Responden</i>	61
4.2. <i>Analisis Deskriptif</i>	64
4.2.1. Variabel Kecemasan atas Teknologi Baru (KTB).....	65
4.2.2. Variabel Keyakinan Diri (YKD)	66
4.2.3. Variabel Kekhawatiran Privasi (PRV).....	67
4.2.4. Variabel Persepsi Kemudahan Penggunaan (MUD)	68
4.2.5. Variabel Persepsi Kegunaan (GUNA)	69
4.2.6. Variabel Sikap Penggunaan (SKP).....	70
4.2.7. Variabel Niat Untuk Menggunakan Kembali (NT)	71
4.3. <i>Model Pengukuran (Outer Model)</i>	72
4.3.1. Uji Validitas	72
4.3.2. Uji Reliabilitas.....	75

4.4.	<i>Model Struktural (Inner Model)</i>	76
4.4.1.	Uji Koefisien Determinasi (R^2)	76
4.4.2.	Uji F-Square/Effect Size (f^2)	78
4.4.3.	Perhitungan Kontribusi Pengaruh Langsung (<i>Direct Effect</i>)	80
4.5.	<i>Uji Kesesuaian Model (Model Fit)</i>	84
4.6.	<i>Analisis Data dan Pengujian Hipotesis</i>	85
4.7.	<i>Pembahasan Hasil Hipotesis</i>	92
4.7.1.	Kecemasan Atas Teknologi Berpengaruh Pada Persepsi Kegunaan	92
4.7.2.	Kecemasan Atas Teknologi Berpengaruh Pada Persepsi Kemudahan Penggunaan	93
4.7.3.	Keyakinan Diri Berpengaruh Pada Persepsi Kegunaan	95
4.7.4.	Keyakinan Diri Berpengaruh Pada Persepsi Kemudahan	96
4.7.5.	Persepsi Kemudahan Pengguna Berpengaruh Pada Persepsi Kegunaan	97
4.7.6.	Persepsi Kemudahan Penggunaan Berpengaruh Pada Sikap Kegunaan	99
4.7.7.	Persepsi Kegunaan Berpengaruh Pada Sikap Kegunaan	100
4.7.8.	Kekhawatiran Privasi Berpengaruh Pada Sikap Kegaunaan	101
4.7.9.	Kekhawatiran privasi Berpengaruh Pada Niat Menggunakan Kembali	103
4.7.10.	Sikap Kegunaan Berpengaruh Pada Niat Menggunakan Kembali	104
BAB V.	107
SIMPULAN DAN SARAN	107
5.1.	<i>Simpulan</i>	107
5.2.1.	Implikasi Teoretis	109
5.2.2.	Implikasi Manajerial	110
5.3.	<i>Keterbatasan Penelitian</i>	113
5.4.	<i>Saran Penelitian Mendatang</i>	113
DAFTAR USTAKA	115

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Hasil Pra-Survei dengan UMUM.....	11
Tabel 2.1	Penelitian Terdahulu	38
Tabel 3.1	Skala Likert.....	49
Tabel 3.2	Operasional Variabel.....	50
Tabel 3.3	Hasil Uji Validitas Konvergen Sampel Kecil (<i>Loading Factor</i>)	53
Tabel 3.4	Hasil Uji Validitas Konvergen Sampel Kecil (AVE).....	55
Tabel 3.5	Hasil Uji Validitas Diskriminan Sampel Kecil (<i>Fornell – Larcker</i>)	55
Tabel 3.6	Hasil Uji Validitas Diskriminan Sampel Kecil (<i>Fornell – Larcker</i>)	56
Tabel 3.7	Hasil Uji Reliabilitas Konstruk Sampel Kecil	58
Tabel 4.1	Penyaringan Data	61
Tabel 4.2	Karakteristik Responden Sampel Besar	62
Tabel 4.3	Kategori Deskriptif Variabel	65
Tabel 4. 4	Statistik Deskriptif Kecemasan atas Teknologi Baru (KTB) ...	65
Tabel 4. 5	Statistik Deskriptif Keyakinan Diri (YKD).....	66
Tabel 4.6	Statistik Deskriptif Kekhawatiran Privasi (PRV)	67
Tabel 4.7	Statistik Deskriptif Persepsi Kemudahan Penggunaan (MUD)	68
Tabel 4.8	Statistik Deskriptif Persepsi Kegunaan (GUNA)	69
Tabel 4.9	Statistik Deskriptif Sikap Kegunaan (SKP).....	70
Tabel 4.10	Statistik Deskriptif Niat Menggunakan Kemabli (NT)	71
Tabel 4.11	Hasil Uji Validitas Konvergen Sampel Besar (AVE)	72
Tabel 4.12	Hasil Uji Validitas Konvergen Sampel Besar (<i>Loading Factor</i>)	73

Tabel 4.13	Hasil Uji Validitas Diskriminan Sampel Besar (<i>Fornell – Larcker</i>)	74
Tabel 4.14	Hasil Uji Validitas Diskriminan Sampel Besar (<i>Heterotrait-Monotrait</i>)	75
Tabel 4.15	Hasil Uji Reliabilitas Konstruk Sampel Besar.....	76
Tabel 4.16	Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	77
Tabel 4.17	menunjukkan nilai f^2 pada penelitian sebagai berikut:.....	78
Tabel 4.18	Rekapitulasi Besar Kontribusi Pengaruh Langsung.....	84
Tabel 4.19	Pengukuran Model Fit Sampel Besar.....	84
Tabel 4.20	Rekapitulasi Hasil Pengujian Hipotesis	85

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	Prediksi Angka Pengguna <i>E-commerce</i> di Indonesia 2024.....	2
Gambar 1.3	Sepuluh Negara dengan Pengguna Ponsel pintar Terbanyak (2020)	3
Gambar 1.4	Pertumbuhan Nilai Transaksi B2B <i>E-commerce</i> Indonesia	4
Gambar 2.1	Model Perilaku Konsumen Organisasi.....	21
Gambar 2.2	Model Penelitian Ainsworth Anthony Bailey, (2017)	44
Gambar 4.1	Visualisasi Hasil Penelitian	106

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN 1 KUESIONER PENELITIAN	115
LAMPIRAN 2 HASIL UJI STATISTIK SAMPEL KECIL	129
LAMPIRAN 3 HASIL UJI STATISTIK SAMPEL BESAR.....	132
LAMPIRAN 4 PENGUJIAN HIPOTESIS	136