

Daftar Isi

Halaman Judul.....	i
Halaman Pengesahan	ii
Kata Pengantar	iii
Pernyataan Keaslian Karya Tulis Skripsi.....	iii
Daftar Isi	vii
Daftar Gambar.....	xi
Daftar Tabel	xii
Daftar Lampiran	xiii
Daftar Singkatan	xiv
Abstrak	1
<i>Abstract</i>	2
BAB I PENDAHULUAN	3
1.1 Latar Belakang	3
1.2 Rumusan Masalah	15
1.3 Pertanyaan Penelitian	16
1.4 Tujuan Penelitian	17
1.5 Motivasi Penelitian	18
1.6 Manfaat Penelitian	18
1.6.1 Manfaat Teoretis	18

1.6.2 Manfaat Praktis	19
1.7 Kontribusi Penelitian.....	20
1.7.1 Kontribusi Empiris.....	20
1.7.2 Kontribusi Konseptual	21
1.8 Ruang Lingkup Penelitian.....	22
1.9 Batasan Penelitian	23
BAB II LANDASAN TEORI DAN TINJAUAN PUSTAKA	26
2.1 Landasan Teori.....	26
2.1.1 <i>Privacy Calculus Theory</i> (Teori Kalkulus Privasi).....	26
2.2 Tinjauan Pustaka	28
2.2.1 Informasi Pribadi	28
2.2.2 Manfaat Mengungkapkan Informasi Pribadi	29
2.2.3 Risiko Mengungkapkan Informasi Pribadi	30
2.2.4 Niat Mengungkapkan Informasi Pribadi	31
2.2.5 Niat Pembelian.....	31
2.3 Pengembangan Hipotesis	32
2.3.1 Hubungan antara Manfaat Mengungkapkan Informasi Pribadi dan Niat Mengungkapkan Informasi Pribadi	33
2.3.2 Hubungan antara Risiko Mengungkapkan Informasi Pribadi dan Niat Mengungkapkan Informasi Pribadi	34
2.3.3 Hubungan antara Niat Mengungkapkan Informasi Pribadi dan Niat Pembelian	35
2.3.4 Peran Mediasi Niat Mengungkapkan Informasi Pribadi dalam Hubungan antara Manfaat dan Niat Pembelian.....	37
2.3.5 Peran Mediasi Niat Mengungkapkan Informasi Pribadi dalam Hubungan antara Risiko dan Niat Pembelian.....	38
2.4 Model Penelitian	39
BAB III METODE PENELITIAN	42
3.1 Desain Penelitian.....	42
3.2 Definisi Operasional Variabel.....	43

3.2.1 Variabel Independen	44
3.2.2 Variabel Dependen	45
3.2.3 Variabel Mediasi	46
3.2.4 Definisi Operasional	47
3.3 Populasi dan Sampel	51
3.3.1 Populasi	51
3.3.2 Sampel	52
3.3.3 Ukuran Sampel	56
3.3.4 Lokasi Penelitian	57
3.4 Instrumen Penelitian	57
3.4.1 Bagian Pertama (Pendahuluan)	58
3.4.2 Bagian Kedua (Identitas Responden)	59
3.4.3 Bagian Ketiga (Indikator Penelitian)	59
3.4.4 Bagian Keempat (Penutup)	59
3.5 Teknik Pengumpulan Data	60
3.6 Teknik Analisis Data	61
3.6.1 Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>)	62
3.6.2 Evaluasi Model Struktural (<i>Inner Model</i>)	63
3.7 Hasil <i>Pilot Test</i>	65
3.7.1 Sampel dan Skala	65
3.7.2 Validitas dan Reliabilitas	66
3.7.3 Kesimpulan Hasil Pilot Test	69
BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN	70
4.1 Hasil Pengumpulan Data	70
4.2 Profil Responden	70
4.3 Hasil Analisis Statistik Deskriptif	71
4.4 Analisis Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>)	76
4.4.1 Hasil Pengujian Validitas Konvergen	76
4.4.2 Hasil Pengujian Validitas Diskriminan	80

4.4.3 Hasil Uji Reliabilitas.....	83
4.5 Analisis Model Struktural (<i>Inner Model</i>).....	86
4.5.1 Hasil Pengujian Multikolinearitas	86
4.5.2 Hasil Pengujian Koefisien Determinasi.....	88
4.5.3 Hasil Pengujian <i>Effect Size</i> (F-Square).....	90
4.6 Pengujian Hipotesis atau Signifikansi Jalur.....	93
4.6.1 Pengujian Hipotesis Pertama (H1).....	94
4.6.2 Pengujian Hipotesis Kedua (H2)	95
4.6.3 Pengujian Hipotesis Ketiga (H3)	96
4.6.4 Pengujian Hipotesis Keempat dan Kelima (H4 & H5).....	97
4.6.5 Ringkasan Hasil Pengujian Hipotesis.....	99
4.7 Pembahasan.....	100
4.7.1 Pengaruh Manfaat Mengungkapkan Informasi Pribadi terhadap Niat Mengungkapkan Informasi Pribadi	100
4.7.2 Pengaruh Risiko Mengungkapkan Informasi Pribadi terhadap Niat Mengungkapkan Informasi Pribadi	102
4.7.3 Pengaruh Niat Mengungkapkan Informasi Pribadi terhadap Niat Pembelian	106
4.7.4 Peran Mediasi Niat Mengungkapkan Informasi Pribadi.....	107
BAB V KESIMPULAN DAN IMPLIKASI.....	110
5.1 Kesimpulan	110
5.2 Implikasi Teoretis.....	113
5.3 Implikasi Praktis	114
5.3.1 Bagi Platform <i>E-Commerce</i> (Shopee)	114
5.3.2 Bagi Regulator dan Pembuat Kebijakan.....	115
5.4 Keterbatasan Penelitian.....	116
5.5 Saran untuk Penelitian Lanjutan	117
Daftar Pustaka	119
Lampiran	129