



## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
HALAMAN PERNYATAAN .....	iii
KATA PENGANTAR .....	iv
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR TABEL.....	ix
DAFTAR GAMBAR .....	x
DAFTAR LAMPIRAN.....	xi
INTISARI.....	xii
<i>ABSTRACT</i> .....	xiii
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	7
1.3 Pertanyaan Penelitian .....	9
1.4 Tujuan Penelitian.....	10
1.5 Manfaat Penelitian.....	11
1.6 Lingkup Penelitian.....	11
1.7 Sistematika Penelitian .....	12
<b>BAB II LANDASAN TEORI</b> .....	<b>15</b>
2.1 Landasan Teori .....	15
2.1.1 <i>Theory of Reasoned Action</i> (Teori Tindakan Beralasan atau TRA) 15	
2.1.2 <i>Technology Acceptance Model</i> (Model Penerimaan Teknologi) ....	16
2.1.3 Kualitas Web .....	17
2.1.4 Kepercayaan.....	22
2.1.5 Niat Beli .....	23
2.2 Kajian Penelitian Terdahulu .....	24
2.3 Perumusan Hipotesis .....	26
2.3.1 Pengaruh Kegunaan Situs Web Budget Hotel pada Niat Pemesanan Daring Konsumen .....	26
2.3.2 Pengaruh Kemudahan Penggunaan Situs Web Budget Hotel pada Niat Pemesanan Daring Konsumen .....	27
2.3.3 Pengaruh Tampilan Situs Web Budget Hotel pada Niat Pemesanan Daring Konsumen .....	28
2.3.4 Pengaruh Kelengkapan Situs Web Budget Hotel pada Niat Pemesanan Daring Konsumen .....	29
2.3.5 Pengaruh Kegunaan Situs Web Budget Hotel pada Kepercayaan Elektronik.....	30
2.3.6 Pengaruh Kemudahan Penggunaan Situs Web Budget Hotel pada Kepercayaan Elektronik.....	32
2.3.7 Pengaruh Tampilan Situs Web Budget Hotel pada Kepercayaan Elektronik.....	33
2.3.8 Pengaruh Kelengkapan Situs Web Budget Hotel pada Niat Kepercayaan Elektronik.....	34



2.3.9	Pengaruh Kepercayaan Elektronik pada Niat Pemesanan Daring Konsumen .....	35
2.3.10	Peran Kepercayaan Elektronik sebagai Variabel Mediasi Kualitas Situs Web dan Niat Pemesanan Daring .....	37
2.4	Model Penelitian.....	38
<b>BAB III METODE PENELITIAN.....</b>		<b>39</b>
3.1	Desain penelitian .....	39
3.2	Metode pengumpulan data .....	40
3.5.1	Populasi dan Sampel .....	40
3.3	Instrumen Penelitian.....	42
3.3.1	Definisi Operasional Variabel.....	43
3.3.2	Pengujian Instrumen Penelitian.....	45
3.4	Metode Analisis Data .....	45
3.4.1	Uji Validitas .....	45
3.4.2	Uji Reliabilitas .....	46
3.4.3	Asumsi Klasik .....	47
3.4.3.1	Uji Normalitas .....	47
3.4.3.2	Uji Multikolinearitas .....	47
3.4.4	Statistik Deskriptif .....	48
3.4.5	Metode Regresi Berganda .....	49
3.4.6	<i>Goodness of Fit</i> (Uji Kelayakan Model).....	50
3.4.7	Uji Koefisien Determinasi.....	51
3.4.8	Uji F .....	51
3.4.9	Uji Hipotesis.....	51
3.4.9.1	Uji Statistik t.....	51
3.4.9.2	Uji Mediasi .....	52
<b>BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN.....</b>		<b>53</b>
4.1	Uji Kualitas Instrumen .....	53
4.1.1	Hasil Uji Validitas.....	53
4.1.2	Hasil Uji Reliabilitas .....	56
4.2	Analisis Deskriptif Karakteristik Responden .....	58
4.2.1	Analisis Deskriptif Berdasarkan Jenis Kelamin.....	58
4.2.2	Analisis Deskriptif Berdasarkan Usia Responden .....	58
4.2.3	Analisis Deskriptif Berdasarkan Pekerjaan Responden.....	59
4.2.4	Analisis Deskriptif Berdasarkan Domisili Responden.....	60
4.3	Analisis Deskriptif Variabel .....	61
4.3.1	Variabel Kegunaan.....	61
4.3.2	Variabel Kemudahan Penggunaan .....	62
4.3.3	Variabel Tampilan.....	63
4.3.4	Variabel Kelengkapan.....	64
4.3.5	Variabel Kepercayaan Elektronik .....	65
4.3.6	Variabel Niat Pemesanan .....	66
4.4	Uji Asumsi Klasik .....	67
4.4.1	Uji Normalitas.....	67
4.4.2	Uji Multikolinearitas .....	68



4.5	Hasil Uji Kelayakan Model ( <i>Goodness of Fit</i> ).....	69
4.5.1	Uji Koefisien Determinasi.....	69
4.5.2	Uji F .....	70
4.6	Hasil Pengujian Hipotesis.....	71
4.6.1	Uji Statistik t .....	71
4.6.2	Uji Mediasi.....	76
4.7	Pembahasan .....	78
4.7.1	Pengaruh Kegunaan Situs Web Budget Hotel pada Niat Pemesanan Daring Konsumen .....	78
4.7.2	Pengaruh Kemudahan Penggunaan Situs Web Budget Hotel pada Niat Pemesanan Daring Konsumen .....	80
4.7.3	Pengaruh Tampilan Situs Web Budget Hotel pada Niat Pemesanan Daring Konsumen .....	81
4.7.4	Pengaruh Kelengkapan Situs Web Budget Hotel pada Niat Pemesanan Daring Konsumen .....	83
4.7.5	Pengaruh Kegunaan Situs Web Budget Hotel pada Kepercayaan Elektronik.....	84
4.7.6	Pengaruh Kemudahan Penggunaan Situs Web Budget Hotel pada Kepercayaan Elektronik.....	85
4.7.7	Pengaruh Tampilan Situs Web Budget Hotel pada Kepercayaan Elektronik.....	86
4.7.8	Pengaruh Kelengkapan Situs Web Budget Hotel pada Niat Kepercayaan Elektronik.....	88
4.7.9	Pengaruh Kepercayaan Elektronik pada Niat Pemesanan Daring Konsumen .....	89
4.7.10	Peran Kepercayaan Elektronik sebagai Variabel Mediasi Kualitas Situs Web dan Niat Pemesanan Daring .....	90
BAB V	SIMPULAN DAN SARAN .....	92
5.1	Simpulan.....	92
5.2	Implikasi.....	93
5.3	Keterbatasan Penelitian .....	97
5.4	Saran.....	98
DAFTAR PUSTAKA	.....	99