

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
HALAMAN PERNYATAAN.....	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR GAMBAR.....	viii
DAFTAR TABEL	ix
INTISARI	x
ABSTRACT	xi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Perumusan Masalah.....	16
1.3 Pertanyaan Riset.....	18
1.4 Tujuan Riset	19
1.5 Lingkup Riset	19
BAB II LANDASAN TEORI DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS	21
2.1 Getok Tular Daring	21
2.2 Adopsi Informasi.....	22
2.3 Kegunaan Getok Tular Daring	23
2.4 Kredibilitas Getok Tular Daring	24
2.5 Keahlian Sumber	25
2.6 Kepercayaan Terhadap Sumber	26
2.7 Persepsi Keinformatifan.....	27
2.8 Persepsi Persuasif.....	28
2.9 Niat Beli	29
2.10 Pengaruh Persepsi Keinformatifan pada Kegunaan Getok Tular Daring	30
2.11 Pengaruh Persepsi Persuasif pada Kegunaan Getok Tular Daring	32

2.12	Pengaruh Keahlian Sumber pada Kegunaan Getok Tular Daring.....	34
2.13	Pengaruh Kepercayaan Terhadap Sumber pada Kegunaan Getok Tular Daring.....	36
2.14	Pengaruh Persepsi Persuasif pada Kredibilitas Getok Tular Daring.....	38
2.15	Pengaruh Keahlian Sumber pada Kredibilitas Getok Tular Daring.....	40
2.16	Pengaruh Kepercayaan Terhadap Sumber pada Kredibilitas Getok Tular Daring.....	42
2.17	Pengaruh Kegunaan pada Adopsi Getok Tular Daring.....	44
2.18	Pengaruh Kredibilitas pada Adopsi Getok Tular Daring.....	46
2.19	Pengaruh Adopsi Getok Tular Daring pada Niat Beli.....	49
2.20	Model Riset.....	51
BAB III METODE RISET.....		54
3.1	Strategi Riset.....	54
3.2	Definisi Operasional dan Pengukuran.....	54
3.2.1	Persepsi Keinformatifan.....	54
3.2.2	Persepsi Persuasif.....	55
3.2.3	Keahlian Sumber.....	55
3.2.4	Kepercayaan Terhadap Sumber.....	56
3.2.5	Kegunaan Getok Tular Daring.....	57
3.2.6	Kredibilitas Getok Tular Daring.....	57
3.2.7	Adopsi Getok Tular Daring.....	58
3.2.8	Niat Beli.....	59
3.3	Skala Pengukuran.....	59
3.4	Desain Pengambilan Sampel.....	60
3.4.1	Metode Pengambilan Sampel.....	60
3.4.2	Populasi dan Unit Sampel.....	60
3.4.3	Ukuran Sampel.....	61
3.4.4	Daerah Penyebaran Kuesioner.....	62
3.5	Skema Penyebaran Kuesioner.....	62
3.6	Profil Responden.....	62
3.7	Obyek Riset.....	66

3.8	Metode Pengumpulan Data	73
3.9	Instrumen Riset	74
3.10	Pengujian Instrumen.....	75
3.10.1	Pengujian Validitas	75
3.10.2	Pengujian Reliabilitas	79
3.11	Metode Analisis Data.....	80
3.11.1	Uji Asumsi Klasik <i>Structural Equation Model</i>	81
3.11.1.1	Uji Normalitas	81
3.11.1.2	Uji Outlier.....	81
3.11.2	Pengembangan Formulasi Dasar.....	82
3.11.3	Uji Ketepatan Model (<i>Goodness of Fit</i>).....	84
3.11.4	Pengujian Hipotesis.....	87
BAB IV	ANALISIS DATA.....	89
4.1	Kualitas Data Penelitian	89
4.1.1	Analisis Asumsi <i>Structural Equation Model</i> (SEM)	89
4.1.2	Statistik Deskriptif	91
4.1.3	Matriks Korelasi Antar Variabel.....	92
4.2	Uji Ketepatan Model (<i>Goodness of Fit Model</i>).....	93
4.3	Hasil Pengujian Hipotesis	96
4.4	Ringkasan Pengujian Semua Hipotesis	129
BAB V	KESIMPULAN	135
5.1	Kesimpulan.....	135
5.2	Implikasi Manajerial	139
5.3	Keterbatasan Riset.....	143
5.4	Arahan Riset Mendatang.....	143
	DAFTAR PUSTAKA	145
	LAMPIRAN.....	149

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Pengguna Telepon, Internet, Media Sosial di Indonesia.....	2
Gambar 1. 2 Aktivitas Perdagangan Daring di Indonesia.....	3
Gambar 1. 3 Kategori Perdagangan Daring di Indonesia	4
Gambar 2. 1 Model Penelitian	51
Gambar 3 1. Tampilan Female Daily homepage (2020).....	68
Gambar 3 2. Tampilan Beautynesia.id (2020)	70
Gambar 3 3. Tampilan Facetofeet homepage (2020).....	73
Gambar 3.4 Model Diagram Jalur Penelitian.....	82

DAFTAR TABEL

Tabel 3. 1. Profil Responden.....	63
Tabel 3. 2. Standardized Loading Estimate	76
Tabel 3. 3. Average Variance Extracted (AVE)	78
Tabel 3. 4. Tabel Hasil Uji Reabilitas.....	79
Tabel 4. 1. Hasil Uji Normalitas	89
Tabel 4. 2 Hasil Uji Outliers	90
Tabel 4. 3. Statistik Deskriptif	91
Tabel 4. 4. Hasil Pengujian Korelasi Pearson.....	93
Tabel 4. 5. Hasil Uji Ketepatan Model (<i>Goodness of Fit Model</i>)	94
Tabel 4. 6. Hasil Pengujian Hipotesis	97
Tabel 4. 7. Ringkasan Hasil Pengujian Hipotesis	134