

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN UJIAN PENDADARAN	i
KATA PENGANTAR	ii
HALAMAN PERSEMBAHAN	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	v
HALAMAN PERSETUJUAN.....	vi
HALAMAN PERNYATAAN	vii
INTISARI	viii
ABSTRACT	ix
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Rumusan Masalah.....	8
1.3. Pertanyaan Penelitian	10
1.4. Tujuan Penelitian.....	10
1.5. Lingkup Penelitian.....	11
1.6. Kontribusi Penelitian	11
1.7. Sistematika Penulisan.....	12
BAB II LANDASAN TEORI DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS	14
2.1.Landasan Teori.....	14
2.1.1. Sikap Konsumen dalam Belanja Daring	14
2.1.2. Kualitas Situs yang Dipersepsikan.....	15
2.1.3. Getok Tular Elektronik (eWOM).....	16
2.1.4. Manfaat yang Dipersepsikan.....	18

2.1.5. Kepercayaan.....	19
2.2.Pengembangan Hipotesis	20
2.2.1. Kualitas Situs yang Dipersepsikan terhadap Manfaat yang Dipersepsikan	20
2.2.2. Kualitas Situs yang Dipersepsikan terhadap Getok Tular Elektronik (eWOM) Positif	21
2.2.3. Kualitas Situs yang Dipersepsikan terhadap Kepercayaan.....	22
2.2.4. Kualitas Situs yang Dipersepsikan terhadap Sikap Konsumen dalam Belanja Daring.....	22
2.2.5. Getok Tular Elektronik (eWOM) terhadap Kepercayaan.....	23
2.2.6. Manfaat yang Dipersepsikan terhadap Sikap Konsumen dalam Belanja Daring	24
2.2.7. Kepercayaan terhadap Sikap Konsumen dalam Belanja Daring	25
2.3.Penelitian Dahulu	25
2.4.Model Penelitian	26
BAB III METODE PENELITIAN	28
3.1.Strategi Penelitian	28
3.2.Definisi Operasional dan Pengukuran.....	28
3.2.1. Sikap Konsumen dalam Belanja Daring	29
3.2.2. Kualitas Situs yang Dipersepsikan.....	29
3.2.3. Manfaat yang Dipersepsikan.....	30
3.2.4. Getok Tular Elektronik (eWOM).....	31
3.2.5. Kepercayaan.....	32
3.3.Desain Pengambilan Sampel.....	33
3.3.1. Metode Pengambilan Sampel.....	33
3.3.2. Populasi.....	34
3.3.3. Sampel.....	34
3.3.4. Ukuran Sampel.....	35
3.3.5. Objek Penelitian	35
3.4.Instrumen Penelitian	36

3.4.1. Kuesioner	36
3.4.2. Pengujian Pendahuluan (<i>Pre-Test</i>).....	37
3.5. Metode Analisis Data.....	41
3.6. Pengujian Instrumen	44
3.6.1. Metode Pengujian Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>).....	44
3.6.1.1. Uji Validitas.....	44
3.6.1.1.1. Validitas Konvergen	45
3.6.1.1.2. Validitas Diskriminan	46
3.6.1.2. Uji Realibilitas	47
3.6.2. Metode Pengujian Model Struktural (<i>Inner Model</i>).....	48
3.6.3. Pengujian Hipotesis.....	49
BAB IV ANALISIS DATA	51
4.1. Analisis Pengujian Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>).....	51
4.1.1. Uji Validitas	51
4.1.1.1. Uji Validitas Konvergen.....	52
4.1.1.2. Uji Validitas Diskriminan.....	55
4.1.2. Uji Reliabilitas	57
4.2. Karakteristik Responden	58
4.2.1. Situs Belanja Daring Indonesia yang Digunakan oleh Responden dalam Melakukan Belanja Daring.....	61
4.3. Analisis Pengujian Model Struktural (<i>Inner Model</i>).....	64
4.3.1. R-Square (Koefisien Determinasi).....	65
4.3.2. Uji Hipotesis	66
4.4. Ringkasan Hasil Pengujian Hipotesis	71
4.5. Pembahasan	73
4.5.1. Kualitas Situs yang Dipersepsikan Berpengaruh Positif terhadap Manfaat yang dipersepsikan	73
4.5.2. Kualitas Situs yang Dipersepsikan Berpengaruh Positif terhadap Getok Tular Elektronik.....	73

4.5.3. Kualitas Situs yang Dipersepsikan Berpengaruh Positif terhadap Kepercayaan	74
4.5.4. Kualitas Situs yang Dipersepsikan Berpengaruh Positif terhadap Sikap Konsumen dalam Belanja Daring	75
4.5.5. Getok Tular Elektronik Berpengaruh Positif terhadap Kepercayaan..	76
4.5.6. Manfaat yang Dipersepsikan Berpengaruh Positif terhadap Sikap Konsumen dalam Belanja Daring	77
4.5.7. Kepercayaan Berpengaruh Positif terhadap Sikap Konsumen dalam Belanja Daring	78
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	79
5.1.Kesimpulan	79
5.2.Keterbatasan Penelitian.....	80
5.3.Saran	81
DAFTAR PUSTAKA	83
LAMPIRAN	90

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Website <i>e-commerce</i> populer di Indonesia	4
Tabel 3.1 Indikator dan Item Pengukuran Sikap Konsumen dalam Belanja Daring ..	29
Tabel 3.2 Indikator dan Item Pengukuran Kualitas Situs yang Dipersepsikan.....	30
Tabel 3.3 Indikator dan Item Pengukuran Manfaat yang Dipersepsikan.....	31
Tabel 3.4 Indikator dan Item Pengukuran Getok Tular Elektronik	32
Tabel 3.5 Indikator dan Item Pengukuran Kepercayaan.....	33
Tabel 3.6 Hasil Uji <i>Outer Loading pre-test</i>	38
Tabel 3.7 Hasil Uji <i>Average Variance Extracted pre-test</i>	39
Tabel 3.8 Hasil Uji <i>Cross Loading pre-test</i>	40

Tabel 3.9 Hasil Uji <i>Composite Reliability pre-test</i>	41
Tabel 3.10 Parameter Uji Validitas dalam Model Pengukuran PLS.....	47
Tabel 4.1 Hasil Uji <i>Outer Loading</i>	52
Tabel 4.2 Hasil Uji <i>Outer Loading</i> Setelah Penghapusan.....	53
Tabel 4.3 Hasil Uji <i>Average Variance Extracted</i>	54
Tabel 4.4 Hasil Uji <i>Cross Loading</i>	56
Tabel 4.5 Hasil Uji Skor AVE dan Akar Kuadrat AVE	57
Tabel 4.6 Hasil Uji <i>Composite Reliability</i>	58
Tabel 4.7 Karakteristik Responden.....	59
Tabel 4.8 Presentase penggunaan situs belanja daring yang pernah dikunjungi selama 6 bulan terakhir.....	61
Tabel 4.9 Presentase penggunaan situs belanja daring yang paling sering digunakan dalam 6 bulan terakhir	63
Tabel 4.10 Hasil Uji Model Struktural dengan R-Square	65
Tabel 4.11 Hasil Uji Hipotesis	71

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2-1 : Model Penelitian.....	27
Gambar 4-1 : Model Hasil Uji Hipotesis	67