

DAFTAR ISI

LEMBAR JUDUL	i
LEMBAR PENGESAHAN	iii
LEMBAR PERNYATAAN	iii
KATA PENGANTAR	iv
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR TABEL	viii
DAFTAR GAMBAR	viii
DAFTAR LAMPIRAN	x
INTISARI	x
ABSTRACT	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.2. Rumusan Masalah	11
1.3. Pertanyaan Penelitian	13
1.4. Tujuan Penelitian	13
1.5. Manfaat Penelitian	14
1.6. Lingkup Penelitian	15
1.7. Sistematika Penulisan	15
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	17
2. 1. Perilaku Konsumen	17
2. 2. Perilaku Konsumen dalam Melakukan Transaksi melalui Internet	21
2. 3. Niat Konsumen	24
2. 4. Kepercayaan Konsumen	25
2. 5. Risiko Keuangan	26
2. 6. Kemudahan Penggunaan	27
2. 7. Self-efficacy	28
2. 8. Kerangka Pemikiran	29
BAB III METODE PENELITIAN	31
3.1 Desain Penelitian	31
3.2 Definisi Operasional	31
3.3 Populasi dan Sampel	34
3.4 Instrumen Penelitian	35
3.4.1 Desain Kuesioner	36
3.4.2 Skala Pengukuran	37
3.5 Pengujian Instrumen	37

3.5.1	Uji Validitas.....	37
3.5.2	Uji Reliabilitas.....	38
3.5.3	Uji Asumsi Klasik.....	38
3.5.3.1	Uji Normalitas.....	39
3.5.3.2	Uji Multikolinearitas.....	39
3.5.3.3	Uji Heteroskedastisitas.....	39
3.6	Pengumpulan Data.....	39
3.7	Metode Analisis Data.....	40
3.7.1	Uji Regresi Linear Berganda.....	40
3.7.1.1	Koefisien Determinasi (R^2).....	41
3.7.1.2	Uji Signifikan Parameter Individual (Uji Statistik t).....	42
BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN.....		43
4.1.1.	Data Demografis Responden.....	44
4.1.2.	Layanan <i>e-Commerce</i> yang Sering Digunakan.....	47
4.1.3.....	Penggunaan Metode Pembayaran untuk Transaksi <i>e-Commerce</i>	47
4.1.4.	Analisis Deskriptif Variabel Penelitian.....	48
4.1.4.2.	Variabel Risiko Keuangan.....	50
4.1.4.3.	Variabel Kemudahan Penggunaan.....	52
4.1.4.4.	Variabel Self-efficacy.....	53
4.1.4.5.	Variabel Niat Konsumen untuk Menggunakan Uang Elektronik	54
4.2.	Analisis Kuantitatif.....	55
4.2.1.	Hasil Uji Validitas.....	55
4.2.2.	Hasil Uji Reliabilitas.....	58
4.2.3.	Uji Asumsi Klasik.....	61
4.2.3.1.	Uji Normalitas.....	61
4.2.3.2.	Uji Heteroskedastisitas.....	62
4.2.3.3.	Uji Multikolinearitas.....	63
4.2.4.	Analisis Regresi Linear Berganda.....	64
4.2.5.	Hasil Uji Koefisien Regresi Secara Parsial (Uji t).....	66
4.2.5.1.	Hasil Pengujian Hipotesis 1.....	67
4.2.5.2.	Hasil Pengujian Hipotesis 2.....	67
4.2.5.3.	Hasil Pengujian Hipotesis 3.....	68
4.2.5.4.	Hasil Pengujian Hipotesis 4.....	68
4.3.	Pembahasan Hasil Penelitian.....	69
4.3.1.	Pembahasan Hasil Hipotesis Keseluruhan.....	69
4.3.2.	Pembahasan Hasil Hipotesis Parsial.....	72
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....		79
5.2.	Keterbatasan Penelitian.....	80
5.3.	Saran.....	80
5.3.1.1	Aspek Kepercayaan Konsumen.....	82
5.3.1.2	Aspek <i>Self-efficacy</i>	83
5.3.2.	Saran Bagi Penelitian Selanjutnya.....	84
DAFTAR PUSTAKA.....		85

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Peringkat Negara dengan Penduduk Pengguna Internet Terbanyak 2013-2018 (Juta)	1
Tabel 4.1 Data Karakteristik Responden	44
Tabel 4.2 Penilaian Variabel Kepercayaan Konsumen.....	49
Tabel 4.3 Penilaian Variabel Risiko Keuangan	50
Tabel 4.4 Penilaian Variabel Kemudahan Penggunaan.....	52
Tabel 4.5 Penilaian Variabel <i>Self-efficacy</i>	53
Tabel 4.6 Penilaian Variabel Niat Konsumen untuk Menggunakan Uang Elektronik.....	54
Tabel 4.7 Hasil Uji Validitas I KMO and Bartlett's Test.....	56
Tabel 4.8 Hasil Rotated Component Matrix I.....	56
Tabel 4.9 Hasil Uji Validitas II KMO and Bartlett's Test	57
Tabel 4.10 Hasil Rotated Component Matrix II	57
Tabel 4.11 Hasil Uji Reliabilitas I.....	58
Tabel 4.12 Hasil <i>Item-Total Statistics</i> Variabel Risiko Keuangan	59
Tabel 4.13 Hasil <i>Cronbach's Alpha</i> Setelah Eliminasi Indikator Variabel Risiko Keuangan yang Dirasakan	59
Tabel 4.14 Hasil Uji Reliabilitas II	60
Tabel 4.15 Hasil Uji Reliabilitas II	60
Lanjutan Tabel 4.15 Hasil Uji Reliabilitas II	61
Tabel 4.16 Hasil Uji Multikolinearitas.....	64
Tabel 4.17 Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	64
Tabel 4.18 Hasil Uji F	65
Tabel 4.19 Hasil Analisis Regresi	66

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Pertumbuhan Jumlah Konsumen Belanja Online di Indonesia (Juta) 2013-2016	2
Gambar 1.2 Grafik Pengguna Pembayaran Elektronik di Indonesia pada tahun 2013	3
Gambar 1.3 Klasifikasi Sistem Pembayaran Elektronik	6
Gambar 2.1 Strategi Marketing dan Perilaku Konsumen.....	18
Gambar 2.2 Model Perilaku konsumen	20
Gambar 2.3 Model Komponen Sikap dan Manifestasi	25
Gambar 2.4 Model faktor-faktor yang memengaruhi niat konsumen untuk menggunakan uang elektronik pada transaksi <i>e-commerce</i> di Indonesia	30
Gambar 4.1 Layanan <i>e-commerce</i> yang Sering Digunakan.....	47
Gambar 4.2 Metode Pembayaran pada Transaksi <i>e-commerce</i> yang Sering Digunakan	47
Gambar 4.3. Uji Normalitas <i>Normal P-Plot</i>.....	62
Gambar 4.4. Uji Heteroskedastisitas <i>Scatterplot</i>.....	63

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner.....	88
Lampiran 2 Hasil Uji Validitas.....	96
Lampiran 3 Hasil Uji Reliabilitas.....	103
Lampiran 4 Hasil Regresi	110