

DAFTAR ISI

PRAKATA	iv
ARTI LAMBANG DAN SINGKATAN	vi
ABSTRACT	vii
INTISARI	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR TABEL	xii
BABI PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Perumusan masalah	3
1.3 Keaslian penelitian	3
1.4 Tujuan Penelitian	4
1.5 Manfaat Penelitian	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN LANDASAN TEORI	6
2.1 Tinjauan Pustaka	6
2.2 Landasan Teori	8
2.2.1 Sistem Informasi	8
2.2.2 Aplikasi <i>e-purchasing</i>	10
2.2.3 <i>Structural Equation Modeling</i> (SEM)	13
2.2.4 <i>Technology Acceptance Model</i> (TAM)	15
2.2.5 DeLone and McLean IS Success Model	16
2.2.6 Model Wixon dan Todd	18
2.2.7 Model Penelitian	19
2.3 Hipotesis	23
BAB III METODOLOGI	24
3.1 Bahan dan Alat	24
3.1.1 Bahan	24
3.1.2 Alat	25
3.2 Jalannya Penelitian	26
3.2.1 Tahap Awal	28
3.2.2 Tahap Pemecahan Masalah	29
3.2.2.1 Merancang Kuesioner	29
3.2.2.2 Penentuan Populasi dan Sampel	30
3.2.2.3 Uji Coba Kuesioner	31
3.2.2.4 Penyebaran Kuesioner	31
3.2.3 Tahap Analisis Data	31

3.2.4	Tahap Pembahasan	32
3.2.5	Tahap Akhir	32
3.3	Cara Analisis Data	32
3.3.1	Analisis Deskriptif	32
3.3.2	Analisis Model Persamaan Struktural	33
3.3.2.1	Menilai <i>Outer Model</i>	33
3.3.2.2	Menilai <i>Inner Model</i>	34
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN		35
4.1	Obyek Penelitian	35
4.1.1	Observasi <i>e-purchasing</i> di Kabupaten Sleman	35
4.1.2	Proses Pembelian Barang/Jasa Melalui Aplikasi <i>e-purchasing</i>	37
4.2	Diagram Jalur Model Penelitian	43
4.3	Pengujian Kuesioner	44
4.3.1	Uji Validitas	44
4.3.2	Uji Reliabilitas	48
4.3	Penyebaran Kuesioner	49
4.4	Analisis Deskriptif	49
4.5	Analisis Model Persamaan Struktural	51
4.5.1	Model Pengukuran (<i>outer model</i>)	51
4.5.1.1	Uji Validitas	51
4.5.1.2	Uji Reliabilitas	54
4.5.2	Model Struktural (<i>inner model</i>)	55
4.5.3	Uji Hipotesis	56
4.6	Analisis Alternatif	60
4.7	Pembahasan	62
4.7.1	Pembahasan Model Persamaan Struktural	62
4.7.2	Pembahasan Analisis Alternatif	68
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN		71
5.1	Kesimpulan	71
5.2	Saran	73
DAFTAR PUSTAKA		74
LAMPIRAN		L-1