



DAFTAR ISI

Kata Pengantar	i
Daftar Isi.....	iii
Daftar Tabel	v
Daftar Gambar.....	vi
Daftar Lampiran	vii
Abstraksi	viii
BAB I: PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Perumusan Masalah	6
1.3 Pertanyaan Penelitian	7
1.4 Tujuan Penelitian	7
1.5 Lingkup Penelitian	8
1.6 Kontribusi Penelitian.....	8
1.7 Sistematika Penulisan.....	9
BAB II: LANDASAN TEORI DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS.....	11
2.1 E-commerce	11
2.2 <i>E-tailer</i>	13
2.3 Teori dan Model Terkait Penerimaan dan Adopsi Teknologi Pembelian Daring.....	14
2.4 Kegunaan Yang Dipersepsikan	18
2.5 Kemudahan Yang Dipersepsikan.....	18
2.6 Kepercayaan.....	18
2.7 Kesenangan	19
2.8 Niat Pembelian Ulang	20
2.9 Pengembangan Hypothesis	20
2.10 Model Penelitian	24
BAB III: METODA PENELITIAN.....	25
3.1 Strategi Penelitian	25
3.2 Objek Penelitian	25
3.3 Desain Pengambilan Sampel.....	28
3.3.1 Metode Pengambilan Sampel.....	28
3.3.2 Unit Samplel.....	29
3.3.3 Ukuran Sampel.....	29
3.3.4 Lokasi Penelitian.....	30
3.4 Metoda Pengambilan Data	30
3.5 Definisi Operasional dan Pengukuran.....	30
3.5.1 Kegunaan Yang Dipersepsikan	30
3.5.2 Kepercayaan.....	31
3.5.3 Kemudahan Yang Dipersepsikan.....	32
3.5.4 Kesenangan	33
3.5.5 Niat Pembelian Ulang	34
3.6 Instrumen Penelitian.....	35



3.7	<i>Pre-test</i> Instrumen.....	36
3.8	Pengujian Instrumen.....	36
	3.8.1 Pengujian Validitas	36
	3.8.2 Pengujian Reliabilitas.....	38
3.9	Analisis Data	38
	3.9.1 Metode Analisis	38
	3.9.2 Formulasi Dasar Matematis Model Penelitian.....	39
	3.9.3 <i>Goodness of Fit</i>	40
	3.9.4 Tingkat Signifikansi	41
	3.9.5 Proses Pengujian Hipotesis	41
	BAB IV: ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN	44
4.1	Gambaran Responden	45
4.2	Uji Instrumen Penelitian dan Statistik Deskriptif	46
4.3	Uji Multikolinearitas	51
4.4	<i>Goodness of Fit</i> dan Pengujian Hipotesis	51
4.5	Pembahasan.....	57
	BAB V: SIMPULAN DAN SARAN.....	61
5.1	Simpulan	61
5.2	Keterbatasan Penelitian.....	62
5.3	Implikasi Manajerial	62
5.4	Saran untuk Penelitian Selanjutnya.....	63
	DAFTAR PUSTAKA	64
	LAMPIRAN.....	69