

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
ABSTRAK	iii
ABSTRACT	iv
KATA PENGANTAR	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
 BAB I.....	 1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Perumusan Masalah	3
1.3. Pertanyaan Penelitian	4
1.4. Tujuan Penelitian	5
1.5. Lingkup Penelitian	5
1.6. Kontribusi Penelitian.....	6
1.7. Sistematika Penulisan.....	6
 BAB II	 8
2.1. Internet	8
2.2. E-Dagang.....	10
2.2.1. Definisi E-Dagang.....	10
2.2.2. Klasifikasi E-Dagang	11
2.2.3. Komponen E-Dagang.....	12
2.2.4. Keuntungan dan Kerugian E-Dagang	15
2.3. Getok Tular Elektronik (GTE).....	16
2.3.1. Deskripsi Getok Tular (GTE).....	16
2.3.2. Forum Diskusi dalam Web Berbasis Opini.....	17
2.3.3. Penelitian terdahulu tentang GTE	19
2.3.4. Faktor yang Mempengaruhi Penerimaan Informasi dari Getok Tular	20
2.4. Model Penelitian	23
 BAB III METODA PENELITIAN	 24
3.1. Desain Penelitian.....	24
3.2. Desain Pengambilan Sampel.....	24
3.2.1. Populasi	24
3.2.2. Metoda Pengambilan Sampel.....	25
3.2.3. Sampel.....	26
3.2.4. Ukuran Sampel.....	26
3.3. Objek Penelitian	26
3.4. Definisi Operasional Variabel dan Pengukuran	27
3.4.1. Kualitas Informasi.....	27

3.4.2.	Keaslian Informasi	28
3.4.3.	Otoritas Informasi	28
3.4.4.	Ketertarikan Informasi	28
3.4.5.	Penerimaan Informasi dari Getok Tular	29
3.4.6.	Niat Pengiriman Kembali Informasi	29
3.5.	Pengujian Instrumen	30
3.5.1.	Uji Validitas	30
3.5.2.	Uji Reliabilitas	30
3.6.	Uji Instrumen Penelitian	31
3.6.1	Pengujian Validitas	31
3.6.2	Pengujian Reliabilitas	34
3.7.	Metoda Analisis Data	35
3.8.	<i>Goodness of Fit</i>	35

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN..... 37

4.1.	Gambaran Umum Responden	37
4.1.1.	Deskripsi Responden Berdasarkan Usia	38
4.1.2.	Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	38
4.1.3.	Deskripsi Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	39
4.1.4.	Deskripsi Responden Berdasarkan Pengeluaran Dalam Sebulan	40
4.1.5.	Deskripsi Responden Berdasarkan Pekerjaan	41
4.1.6.	Deskripsi Responden Berdasarkan Lama Penggunaan Kaskus	41
4.1.7.	Deskripsi Responden Berdasarkan Fungsi Kaskus	42
4.1.8.	Deskripsi Responden Berdasarkan Pernah Mengunjungi Situs Web Kaskus dalam 6 Bulan Terakhir	43
4.1.9	Deskripsi Responden Berdasarkan Pernah Membeli di Kaskus	43
4.2.	Pengujian Instrumen	44
4.2.1.	Uji Validitas Sampel Besar (200 Responden)	44
4.2.2.	Uji Reliabilitas Sampel Besar	46
4.3.	Statistik Deskriptif	47
4.4.	Uji Korelasi	49
4.5.	Uji Hipotesis	49
4.5.1.	Pengaruh Kualitas Informasi, Keaslian Informasi, Otoritas Informasi Dan Ketertarikan Informasi Terhadap Penerimaan Informasi Dari Getok Tular	50
4.5.1.1.	Hubungan Kualitas Informasi Dengan Penerimaan Informasi Dari Getok Tular	52
4.5.1.2.	Hubungan Keaslian Informasi Dengan Penerimaan Informasi Dari Getok Tular	52
4.5.1.3.	Hubungan Otoritas Informasi Dengan Penerimaan Informasi Dari Getok Tular	52
4.5.1.4.	Hubungan Ketertarikan Informasi Dengan Penerimaan Informasi Dari Getok Tular	52
4.5.2.	Pengaruh Penerimaan Informasi Dari Getok Tular Terhadap Niat Mengirimkan Kembali Informasi Ke Orang Lain	53



4.6. Pembahasan.....	54
BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....	59
5.1. Simpulan	58
5.2. Keterbatasan Penelitian	61
5.3. Implikasi Manajerial	62
5.4 Saran Untuk Penelitian Mendatang	63
DAFTAR PUSTAKA	64
LAMPIRAN 1.....	66
LAMPIRAN 2.....	70
LAMPIRAN 3.....	73
LAMPIRAN 4.....	83

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1. Fasilitas Internet.....	10
Tabel 2.2. Definisi E-Dagang.....	11
Tabel 2.3. Klasifikasi E-dagang.....	12
Tabel 2.4. Perbedaan GTE Secara Luring dan Daring.....	19
Tabel 2.5. Beberapa Hasil Penelitian Terdahulu.....	19
Tabel 3.1. Item Pertanyaan Kualitas Informasi.....	27
Tabel 3.2. Item Pertanyaan Keaslian Informasi.....	28
Tabel 3.3. Item Pertanyaan Otoritas Informasi.....	28
Tabel 3.4. Item Pertanyaan Ketertarikan informasi.....	29
Tabel 3.5. Item Pertanyaan Penerimaan Informasi Dari Getok Tular.....	29
Tabel 3.6. Item Pertanyaan Niat Pengiriman Kembali Informasi.....	30
Tabel 3.7 Hasil KMO Dan <i>Bartlett's Test Pre-Test</i>	32
Tabel 3.8 Hasil <i>Pre-Test</i> Dengan <i>Rotated Component Matrix</i>	33
Tabel 3.9 Hasil Uji Reliabilitas Instrumen.....	34
Tabel 4.1. Tingkat Pengambilan Kuisisioner.....	37
Tabel 4.2. Distribusi Frekuensi Usia.....	38
Tabel 4.3. Distribusi Frekuensi Jenis Kelamin.....	39
Tabel 4.4. Distribusi Frekuensi Pendidikan Terakhir.....	39
Tabel 4.5. Deskripsi Pengeluaran dalam Sebulan.....	40
Tabel 4.6. Deskripsi Pekerjaan.....	41
Tabel 4.7. Deskripsi Lama Penggunaan Kaskus.....	42
Tabel 4.8. Deskripsi Fungsi Kaskus.....	42
Tabel 4.9. Deskripsi Pernah Mengunjungi di Kaskus.....	43
Tabel 4.10. Deskripsi Pernah Membeli di Kaskus.....	43
Tabel 4.11. Hasil KMO Dan <i>Bartlett's Test</i> Sampel Besar.....	45
Tabel 4.12. Hasil Uji Validitas CFA.....	45
Tabel 4.13. Hasil Uji Reliabilitas.....	46
Tabel 4.14. Hasil Analisis Deskriptif.....	47
Tabel 4.15. Hasil Uji Korelasi.....	49
Tabel 4.16. Hasil Uji Analisis Berganda.....	51
Tabel 4.17. Hasil Uji Analisis Regresi Sederhana.....	53

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1. Komponen <i>E-Commerce</i>	13
Gambar 2.2. Model Penelitian (Sumber: Huang et al., 2011).....	23
Gambar 4.1 Hasil Penelitian	58

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuisisioner	
Lampiran 2 Deskriptif	
Lampiran 3 Validitas Dan Reliabilitas	
Lampiran 4 Analisis Regresi	