

DAFTAR ISI

| | |
|--|------|
| HALAMAN JUDUL | i |
| LEMBAR PENGESAHAN | ii |
| PERNYATAAN | iii |
| KATA PENGANTAR | iv |
| DAFTAR ISI..... | v |
| DAFTAR TABEL | vii |
| DAFTAR GAMBAR | viii |
| INTISARI | ix |
| ABSTRACT | x |
| | |
| I. PENDAHULUAN | 1 |
| 1.1 Latar Belakang..... | 1 |
| 1.2 Perumusan Masalah..... | 6 |
| 1.3 Tujuan Penelitian | 9 |
| 1.4 Manfaat Penelitian | 10 |
| | |
| II. TINJAUAN PUSTAKA DAN LANDASAN TEORI..... | 11 |
| 2.1 Tinjauan Pustaka | 11 |
| 2.1.1 <i>Technology Acceptance Model (TAM)</i> | 11 |
| 2.1.2 Pemasaran Produk Makanan <i>Online</i> | 12 |
| 2.1.3 Persepsi Kepercayaan dan Persepsi Risiko Terhadap Niat Beli <i>Online</i> | 12 |
| 2.1.4 Harga Produk Terhadap Niat & Keputusan Pembelian ... | 14 |
| 2.2 Dasar Teori | 14 |
| 2.2.1 Strategi Pemasaran..... | 14 |

| | |
|---|----|
| 2.2.2 Persepsi Kemanfaatan (Usefulness)..... | 17 |
| 2.2.3 Persepsi Kemudahan (Ease of Use)..... | 18 |
| 2.2.4 Persepsi Kepercayaan | 18 |
| 2.2.5 Persepsi Risiko | 20 |
| 2.2.6 Harga Produk..... | 21 |
| 2.2.7 Niat Pembelian Produk..... | 22 |
| 2.2.8 Keputusan Pembelian | 24 |
| 2.2.9 Sejarah dan Perkembangan Internet di Indonesia | 25 |
| 2.3 Kerangka Pemikiran..... | 26 |
| 2.4 Hipotesis Penelitian | 28 |
| | |
| III. METODE PENELITIAN..... | 29 |
| 3.1 Jenis dan Sumber Data | 29 |
| 3.2 Metode Penentuan dan Pengambilan Sampel..... | 29 |
| 3.3 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel | 30 |
| 3.4 Teknik Pengolahan Data | 37 |
| 3.4.1 Tahapan Analisis <i>Structural Equation Modeling – Partial Least Square (SEM-PLS)</i> | 37 |
| | |
| IV. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN | 42 |
| 4.1 Karakteristik Responden | 42 |
| 4.1.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia | 42 |
| 4.1.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.... | 42 |
| 4.1.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili..... | 43 |
| 4.1.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir..... | 43 |
| 4.1.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan..... | 43 |

| | | |
|--------|--|----|
| 4.1.6 | Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan..... | 44 |
| 4.1.7 | Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Makanan yang Dibeli | 44 |
| 4.1.8 | Karakteristik Responden Berdasarkan Media Online | 45 |
| 4.1.9 | Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Toko..... | 46 |
| 4.1.10 | Karakteristik Responden Berdasarkan Terakhir Transaksi Pembelian..... | 46 |
| 4.1.11 | Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi Pembelian dalam Enam Bulan Terakhir | 47 |
| 4.2 | Hasil Analisis Penelitian | 47 |
| 4.2.1 | Konstruksi Diagram Jalur | 47 |
| 4.2.2 | Evaluasi Outer Model | 53 |
| 4.2.3 | Evaluasi <i>Inner Model</i> (Evaluasi Model Struktural) | 54 |
| 4.2.4 | Persamaan Model Struktural dan Model Pengukuran.... | 59 |
| 4.2.5 | Pendugaan Parameter | 64 |
| V. | KESIMPULAN DAN SARAN | 69 |
| 5.1 | Kesimpulan..... | 69 |
| 5.2 | Saran | 70 |

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

| Nomor | Teks | Halaman |
|--------|--|---------|
| 3.1 | Definisi Operasional Indikator dan Pengukuran Kuesioner..... | 32 |
| 4.1.1 | Distribusi Responden Berdasarkan Usia | 42 |
| 4.1.2 | Distribusi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin..... | 42 |
| 4.1.3 | Distribusi Responden Berdasarkan Domisili..... | 43 |
| 4.1.4 | Distribusi Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir | 43 |
| 4.1.5 | Distribusi Responden Berdasarkan Pekerjaan | 43 |
| 4.1.6 | Distribusi Responden Berdasarkan Pendapatan..... | 44 |
| 4.1.7 | Distribusi Responden Berdasarkan Jenis Makanan yang Dibeli.. | 44 |
| 4.1.8 | Distribusi Responden Berdasarkan Media Online | 45 |
| 4.1.9 | Distribusi Responden Berdasarkan Jenis Toko..... | 46 |
| 4.1.10 | Distribusi Responden Berdasarkan Terakhir Transaksi Pembelian | 46 |
| 4.1.11 | Distribusi Responden Berdasarkan Frekuensi Pembelian dalam Enam Bulan Terakhir..... | 47 |
| 4.2.1 | Nilai AVE dan Akar AVE..... | 53 |
| 4.2.2 | Korelasi antar Variabel Laten | 53 |
| 4.2.3 | Tabel <i>Composite Reliability</i> | 54 |
| 4.2.4 | Nilai R-square | 54 |
| 4.2.5 | Koefisien Jalur Evaluasi <i>Inner Model</i> | 55 |
| 4.2.6 | Hasil Uji <i>Outer Loading</i> Manifest Pembentuk Variabel Laten Persepsi Kemanfaatan | 64 |
| 4.2.7 | Hasil Uji <i>Outer Loading</i> Manifest Pembentuk Variabel Laten Persepsi Kemudahan | 65 |
| 4.2.8 | Hasil Uji <i>Outer Loading</i> Manifest Pembentuk Variabel Laten Persepsi Kepercayaan | 65 |
| 4.2.9 | Hasil Uji <i>Outer Loading</i> Manifest Pembentuk Variabel Laten Persepsi Risiko | 66 |



| | | |
|--------|--|----|
| 4.2.10 | Hasil Uji <i>Outer Loading</i> Manifest Pembentuk Variabel Laten | |
| | Persepsi Harga..... | 67 |
| 4.2.11 | Hasil Uji <i>Outer Loading</i> Manifest Pembentuk Variabel Laten | |
| | Niat Beli..... | 67 |
| 4.2.12 | Hasil Uji <i>Outer Loading</i> Manifest Pembentuk Variabel Laten | |
| | Keputusan Beli..... | 68 |

DAFTAR GAMBAR

| Nomor | Teks | Halaman |
|-------|--|---------|
| 1.1 | Kategori Produk yang Banyak Dibeli secara Online | 3 |
| 1.2 | Alasan Konsumen Tidak Belanja <i>Online</i> (Razdan, Das, Sohoni, 2013) | 8 |
| 2.1 | Tahapan Proses Pengambilan Keputusan..... | 24 |
| 2.2 | Grafik Penggunaan Internet dengan PC dan <i>Handphone</i> dalam Persentase | 26 |
| 2.3 | Kerangka Pemikiran Penelitian | 28 |
| 3.1 | Diagram Jalur Persamaan Penelitian | 39 |
| 4.1 | Diagram Jalur Faktor-faktor yang Mempengaruhi Niat dan Keputusan Konsumen Indonesia Membeli Makanan Khas Daerah secara Online | 49 |
| 4.2 | Diagram Jalur Faktor-faktor yang Mempengaruhi Niat dan Keputusan Konsumen Indonesia Membeli Makanan Khas Daerah secara <i>Online</i> Setelah Modifikasi Tahap Satu | 50 |
| 4.3 | Diagram Jalur Faktor-faktor yang Mempengaruhi Niat dan Keputusan Konsumen Indonesia Membeli Makanan Khas Daerah secara <i>Online</i> Setelah Modifikasi Tahap Dua | 52 |