

## DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN .....	i
HALAMAN PERSETUJUAN .....	ii
HALAMAN PERNYATAAN .....	iii
KATA PENGANTAR .....	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN .....	vi
DAFTAR ISI.....	vi
INSTISARI .....	viii
ABSTRACT .....	x
DAFTAR GAMBAR .....	xi
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR GAMBAR .....	xvi
DAFTAR TABEL .....	xvii
DAFTAR LAMPIRAN .....	xix
BAB I PENDAHULUAN .....	1
1.1 Latar Belakang.....	1

1.2 Rumusan Masalah.....	8
1.3 Pertanyaan Penelitian.....	9
1.4 Tujuan Penelitian .....	10
1.5 Kontribusi Penelitian .....	11
1.6 Sistematika Penulisan .....	12
<b>BAB II LANDASAN TEORI DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS .....</b>	<b>14</b>
2.1 Landasan Teori .....	14
2.1.1 Niat Berbelanja Daring.....	14
2.1.2 Faktor Situasional.....	16
2.1.3 Sikap Pada Berbelanja Daring.....	17
2.1.4 Kegunaan Berbelanja Daring Persepsian .....	18
2.1.5 Kemudahan Penggunaan Berbelanja Daring Persepsian .....	19
2.1.6 Kesenangan Berbelanja Daring Persepsian.....	20
2.2 Pengembangan Hipotesis Penelitian.....	21
2.3 Model Penelitian.....	27
<b>BAB III METODE PENELITIAN.....</b>	<b>28</b>
3.1 Desain Penelitian .....	28
3.2 Definisi Operasional dan Pengukuran .....	28
3.2.1 Niat Berbelanja Daring.....	29
3.2.2 Faktor Situasional.....	30
3.2.3 Sikap Pada Berbelanja Daring.....	31
3.2.4 Kegunaan Berbelanja Daring Persepsian .....	32
3.2.5 Kemudahan Penggunaan Berbelanja Daring Persepsian .....	33

3.2.6 Kesenangan Berbelanja Daring Persepsian .....	35
3.3 Desain Pengambilan Sampel .....	36
3.3.1 Metode Pengambilan Sampel .....	36
3.3.2 Populasi dan Sampel .....	36
3.3.3 Ukuran Sampel .....	37
3.4 Metode Pengumpulan Data.....	37
3.5 Instrumen Penelitian .....	38
3.6 Pengujian Model ( <i>Outer Model</i> ).....	39
3.6.1 Uji Validitas .....	39
3.6.2 Uji Reliabilitas.....	41
3.6.3 Pre-Test .....	41
3.7 Analisis Data.....	42
3.7.1 Analisa Deskriptif .....	42
3.7.2 Partial Least Square.....	42
3.7.3 Uji Efek Mediasi .....	43
3.7.4 Uji Efek Moderasi .....	43
3.7.5 Pengujian Model Struktural .....	44
<b>BAB IV ANALISIS DATA .....</b>	<b>46</b>
4.1 Profil Responden .....	46
4.2 Hasil Pengujian Model Pengukuran .....	48
4.2.1 Hasil Uji Validitas .....	48
a. Uji Validitas Konvergen .....	48
b. Uji Validitas Diskriminan.....	51

4.2.2 Hasil Uji Reliabilitas .....	52
4.3 Hasil Pengujian Model Pengukuran ( <i>Inner Model</i> ).....	54
4.3.1 R-square .....	54
4.3.2 Uji Hipotesis.....	55
4.4 Pembahasan .....	61
4.4.1 Kegunaan Berbelanja Daring Persepsian Berpengaruh Positif terhadap Sikap Pada Berbelanja Daring .....	61
4.4.2 Kemudahan Penggunaan Berbelanja Daring Persepsian Berpengaruh Positif terhadap Kegunaan Berbelanja Daring Persepsian .....	61
4.4.3 Kemudahan Penggunaan Berbelanja Daring Persepsian Berpengaruh Positif terhadap Sikap Pada Berbelanja Daring .....	62
4.4.4 Kesenangan Berbelanja Daring Persepsian Berpengaruh Positif terhadap Sikap Pada Berbelanja Daring .....	63
4.4.5 Sikap Pada Berbelanja Daring Berpengaruh Positif terhadap Niat Berbelanja Daring .....	63
4.4.6 Sikap Pada Berbelanja Daring Memediasi antara Kegunaan Berbelanja Daring Persepsian, Kemudahan Penggunaan Berbelanja Daring Persepsian, dan Kesenangan Berbelanja Daring Persepsian terhadap Niat Berbelanja Daring .....	64
4.4.7 Faktor Situasional Mampu Memoderasi Hubungan antara Sikap Pada Berbelanja Daring dan Niat Berbelanja Daring .....	65
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....</b>	<b>66</b>
5.1 Kesimpulan .....	66

5.2 Saran .....	68
5.3 Keterbatasan Penelitian .....	69
DAFTAR PUSTAKA .....	71
DAFTAR LAMPIRAN .....	73

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Grafik Alasan Utama Orang Indonesia Menggunakan Internet.....	2
Gambar 1.2 Grafik Pengguna Internet di Indonesia Berdasarkan Klasifikasi Usia .....	3
Gambar 1.3 Grafik Daftar Produk yang Dibeli dari Belanja Daring .....	4
Gambar 1.4 Grafik Alasan Kenapa Responden Belum Pernah Berbelanja Daring .....	7
Gambar 2.1 Model Penelitian .....	27
Gambar 4.1 Diagram Hasil Perhitungan PLS .....	55

## DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Indikator dan Item Niat Berbelanja Daring.....	29
Tabel 3.2 Indikator dan Item Faktor Situasional.....	30
Tabel 3.3 Indikator dan Item Pengukuran Sikap Pada Berbelanja Daring .....	32
Tabel 3.4 Indikator dan Item Pengukuran Kegunaan Berbelanja Daring Persepsian .....	33
Tabel 3.5 Indikator dan Item Pengukuran Kemudahan Penggunaan Berbelanja Daring Persepsian .....	34
Tabel 3.6 Indikator dan Item Pengukuran Kesenangan Berbelanja Daring Persepsian .....	35
Tabel 4.1 Tabel Profil Responden.....	46
Tabel 4.2 Hasil Uji Validitas dengan <i>Outer Loading</i> .....	49
Tabel 4.3 Hasil Uji Validitas dengan <i>Average Variance Extracted (AVE)</i> .....	50
Tabel 4.4 Tabel <i>Cross Loadings</i> .....	51
Tabel 4.5 Tabel Akar Kuadrat AVE dengan Nilai Korelasi Variabel Laten .....	52
Tabel 4.6 Tabel <i>Cronbach's Alpha</i> .....	53
Tabel 4.7 Tabel <i>Composite Reliability</i> .....	53
Tabel 4.8 Tabel R-square .....	54
Tabel 4.9 Tabel <i>Path Coefficient</i> .....	56
Tabel 4.10 Tabel <i>Total Effects</i> .....	59

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 : Kuesioner.....	73
Lampiran 2 : Data Primer.....	78
Lampiran 3 : Tabel Deskriptif.....	82
Lampiran 4 : Outer Loadings .....	83
Lampiran 5 : Average Variance Extracted.....	84
Lampiran 6 : Cross Loadings .....	85
Lampiran 7 : Akar Kuadrat AVE dengan Nilai Korelasi Variabel Laten .....	86
Lampiran 8 : <i>Cronbach's Alpha &amp; Composite Reliability</i> .....	87
Lampiran 9 : <i>R-square &amp; Path Coefficient</i> .....	88
Lampiran 10 : Total Effects .....	89