

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
HALAMAN PERNYATAAN.....	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
INTISARI.....	xvi
ABSTRACT	xvii
BAB I.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Perumusan Masalah	6
1.3 Pertanyaan Penelitian.....	7
1.4 Tujuan Penelitian	8
1.5 Lingkup Penelitian	9
1.6 Manfaat Penelitian	9
1.7 Sistematika Penulisan	10
BAB II	12
2.1 Landasan Teori.....	12
2.1.1 Sikap Terhadap Belanja Daring	12

2.1.2	Kualitas Situs yang Dirasakan	13
2.1.3	Getok Tular Elektronik	14
2.1.4	Manfaat yang Dirasakan	17
2.1.5	Tingkat Kepercayaan	18
2.2	Pengembangan Hipotesis	20
2.2.1	Pengaruh Persepsi Kualitas Situs pada Persepsi Manfaat.....	20
2.2.2	Pengaruh Kualitas Situs yang dirasakan pada Getok Tular Elektronik ..	20
2.2.3	Pengaruh Kualitas Situs yang dirasakan pada Tingkat Kepercayaan	22
2.2.4	Pengaruh Kualitas Situs yang dirasakan pada Sikap Konsumen terhadap Belanja Daring	23
2.2.5	Pengaruh Getok Tular Elektronik pada Tingkat Kepercayaan	24
2.2.6	Pengaruh Manfaat yang dirasakan pada Sikap Konsumen terhadap Belanja Daring	25
2.2.7	Pengaruh Tingkat Kepercayaan pada Sikap Konsumen terhadap Belanja Daring	26
2.3	Model Penelitian	27
BAB III	28
3.1	Strategi Penelitian	28
3.2	Definisi Operasional dan Pengukuran.....	28
3.2.1	Sikap Terhadap Belanja Daring	28
3.2.2	Kualitas Situs Belanda Daring yang Dirasakan	29
3.2.3	Getok Tular Elektronik	30
3.2.4	Manfaat yang Dirasakan.....	31
3.2.5	Tingkat Kepercayaan.....	32
3.3	Desain Pengambilan Sampel.....	33
3.3.1	Populasi dan Sampel.....	33
3.3.2	Metode Pengambilan Sampel	34
3.3.3	Unit Penyampelan.....	35

3.3.4	Ukuran Sampel.....	35
3.3.5	Lokasi Penelitian.....	36
3.4	Obyek Penelitian.....	36
3.5	Metode Pengumpulan Data.....	37
3.6	Instrumen Penelitian	37
3.7	Pengujian Instrumen	38
3.7.1	<i>Pre-Test</i> Instrumen Penelitian.....	38
3.7.2	Pengujian Validitas	39
3.7.3	Pengujian Validitas dengan Sampel Kecil.....	40
3.7.4	Pengujian Reliabilitas	42
3.7.5	Pengujian Realibilitas dengan sampel kecil.....	43
3.8	Analisis Data.....	44
3.8.1	Metode Analisis Data	44
3.8.2	Metode Uji Asumsi Klasik.....	45
3.8.2.1	Uji Normalitas.....	45
3.8.2.2	Uji Multikolinearitas	46
3.8.3	Pengembangan Formulasi Dasar.....	46
3.8.4	<i>Goodness of Model Fit</i>	48
3.8.5	Tingkat Signifikansi.....	48
3.8.6	Proses Pengujian Hipotesis	49
3.8.6.1	Analisis Regresi Sederhana.....	52
3.8.6.2	Uji Mediasi.....	53
BAB IV	56
4.1	Uji Validitas pada Sampel Besar	56
4.2	Uji Reliabilitas pada Sampel Besar.....	59
4.3	Analisis Deskriptif Karakteristik Responden.....	60
4.3.1	Data Responden Berdasarkan Jenis kelamin	61
4.3.2	Data Responden Berdasarkan Usia.....	62

4.3.3	Data Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	63
4.3.4	Data Responden Berdasarkan Status	64
4.3.5	Data Responden Berdasarkan Pendapatan (Rp)	66
4.5.6	Data Responden Berdasarkan Frekuensi Berbelanja Secara Daring	67
4.4	Analisis Deskriptif	68
4.5	Hasil Analisis Data	70
4.5.1	Uji Asumsi Klasik	71
4.5.1.1	Uji Normalitas	71
4.5.1.2	Uji Multikolinearitas	72
4.5.2	Uji Regresi Linear Sederhana	74
4.5.2.1	Pengaruh Kualitas Situs Belanja Daring di Lazada pada Manfaat yang Dirasakan.....	74
4.5.2.2	Pengaruh Kualitas Situs Belanja Daring di Lazada pada Getok Tular	75
4.5.2.3	Pengaruh Kualitas Situs Belanja Daring di Lazada pada Tingkat Kepercayaan	76
4.5.2.4	Pengaruh Kualitas Situs Belanja Daring di Lazada pada Sikap terhadap Belanja Daring.....	77
4.5.2.5	Pengaruh Getok Tular Elektronik terhadap Tingkat Kepercayaan Situs Belanja Lazada	78
4.5.2.6	Pengaruh Manfaat yang Dirasakan pada Sikap terhadap Belanja Daring Lazada	78
4.5.2.7	Pengaruh Tingkat Kepercayaan pada Sikap terhadap Belanja Daring Lazada	79
4.5.2.8	Pengaruh Kualitas Situs Belanja Daring di Zalora pada Manfaat yang Dirasakan.....	80
4.5.2.9	Pengaruh Kualitas Situs Belanja Daring di Zalora pada Getok Tular	81
4.5.2.10 Pengaruh Kualitas Situs Belanja Daring di Zalora pada Tingkat Kepercayaan	82
4.5.2.11 Pengaruh Kualitas Situs pada Sikap terhadap Belanja Daring di Zalora	83
4.5.2.12	Pengaruh Getok Tular Elektronik pada Tingkat Kepercayaan Situs Belanja Zalora	84
4.5.2.13 Pengaruh Manfaat yang Dirasakan pada Sikap terhadap Belanja Daring Zalora	85
4.5.2.14	..Pengaruh Tingkat Kepercayaan pada Sikap terhadap Belanja Daring Zalora	85

4.5.3 Uji Mediasi.....	86
4.5.3.1 Pengaruh Kualitas Situs Belanja Daring Lazada pada Tingkat Kepercayaan melalui Getok Tular Elektronik.....	87
4.5.3.2 Pengaruh Getok Tular Elektronik pada Sikap terhadap Belanja Daring di Situs Lazada melalui Tingkat Kepercayaan	88
4.5.3.3 Pengaruh Kualitas Situs Belanja Daring Lazada pada Sikap terhadap Belanja Daring di Situs Lazada melalui Manfaat yang Dirasakan.....	88
4.5.3.4 Pengaruh Kualitas Situs Belanja Daring Lazada pada Sikap pada Belanja Daring di Situs Lazada melalui Tingkat Kepercayaan.....	89
4.5.3.5 Pengaruh Kualitas Situs Belanja Daring Zalora pada Tingkat Kepercayaan melalui Getok Tular Elektronik.....	90
4.5.3.6 Pengaruh Getok Tular Elektronik pada Sikap terhadap Belanja Daring di Situs Zalora melalui Tingkat Kepercayaan	91
4.5.3.7 Pengaruh Kualitas Situs Belanja Daring Zalora pada Sikap terhadap Belanja Daring di Situs Zalora melalui Manfaat yang Dirasakan.....	91
4.5.3.8 Pengaruh Kualitas Situs Belanja Daring Zalora pada Sikap terhadap Belanja Daring di Situs Zalora melalui Tingkat Kepercayaan.....	92
4.6 Pembahasan.....	93
4.6.1 Kualitas Situs pada Manfaat yang dirasakan	94
4.6.1.1 Pengaruh Kualitas Situs Belanja Daring Lazada pada Manfaat yang dirasakan.....	94
4.6.1.2 Pengaruh Kualitas Situs Belanja Daring Zalora pada Manfaat yang dirasakan.....	95
4.6.2 Kualitas Situs pada Getok Tular Elektronik	97
4.6.2.1 Pengaruh Kualitas Situs Belanja Daring Lazada pada Getok Tular Elektronik.....	97
4.6.2.2 Pengaruh Kualitas Situs Belanja Daring Zalora pada Getok Tular Elektronik.....	97
4.6.3 Kualitas Situs pada Tingkat Kepercayaan	99
4.6.3.1 Pengaruh Kualitas Situs Belanja Daring Lazada pada Tingkat Kepercayaan	99
4.6.3.2 Pengaruh Kualitas Situs Belanja Daring Zalora pada Tingkat Kepercayaan	100
4.6.4 Kualitas Situs pada Sikap terhadap Belanja Daring	102
4.6.4.1 Pengaruh Kualitas Situs Belanja Daring Lazada pada Sikap terhadap Belanja Daring.....	102
4.6.4.2 Pengaruh Kualitas Situs Belanja Daring Zalora pada Sikap pada Belanja Daring.....	102

4.6.5	Getok Tular Elektronik pada Tingkat Kepercayaan	104
4.6.5.1	Pengaruh Getok Tular Elektronik pada Tingkat Kepercayaan Situs Belanja Lazada	104
4.6.5.2	Pengaruh Getok Tular Elektronik pada Tingkat Kepercayaan Situs Belanja Zalora	105
4.6.6	Manfaat yang dirasakan pada Sikap terhadap Belanja Daring	107
4.6.6.1	Pengaruh Manfaat yang dirasakan pada Sikap terhadap Belanja Daring di Situs Lazada	107
4.6.6.2	Pengaruh Manfaat yang dirasakan pada Sikap terhadap Belanja Daring di Situs Zalora	107
4.6.7	Tingkat Kepercayaan pada Sikap terhadap Belanja Daring	109
4.6.7.1	Pengaruh Tingkat Kepercayaan pada Sikap terhadap Belanja Daring di Situs Lazada	109
4.6.7.2	Pengaruh Tingkat Kepercayaan pada Sikap terhadap Belanja Daring di Situs Zalora	110
BAB V	112
5.1	Kesimpulan	112
5.2	Keterbatasan Penelitian.....	114
5.3	Implikasi	114
DAFTAR PUSTAKA	117
LAMPIRAN	123

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Indikator dan Item Pengukuran Sikap terhadap Belanja Daring (SBD) 29	
Tabel 3.2 Indikator dan Item Pengukuran Kualitas Situs yang Dirasakan (KS)....30	
Tabel 3.3. Indikator dan Item Pengukuran Getok Tular Elektronik (GTE)31	
Tabel 3.4. Indikator dan Item Pengukuran Manfaat yang Dirasakan (M)32	
Tabel 3.5. Indikator dan Item Pengukuran Tingkat Kepercayaan (TK)33	
Tabel 3.6 KMO and Barlett's test40	
Tabel 3.7 <i>Rotated Component Matrix</i> Sampel Kecil41	
Tabel 3.8 Hasil <i>reability test</i> pada sampel kecil43	
Tabel 4.1 Hasil KMO dan <i>Bartlett's Test</i> Sampel Besar situs Lazada56	
Tabel 4.2 Hasil KMO dan <i>Bartlett's Test</i> Sampel Besar situs Zalora57	
Tabel 4.3 Hasil <i>Rotated Component Matrix</i> Sampel Besar situs Lazada57	
Tabel 4.4 Hasil <i>Rotated Component Matrix</i> Sampel Besar situs Zalora.....58	
Tabel 4.5 Hasil <i>reability test</i> pada sampel besar situs Lazada59	
Tabel 4.6 Hasil <i>reability test</i> pada sampel besar situs Zalora60	
Tabel 4.7 Jenis Kelamin Responden situs Lazada61	
Tabel 4.8 Jenis Kelamin Responden situs Zalora61	
Tabel 4.9 Usia Responden situs Lazada.....62	
Tabel 4.10 Usia Responden situs Zaloran.....62	
Tabel 4.11 Pendidikan Terakhir Responden situs Lazada63	
Tabel 4.12 Pendidikan Terakhir Responden situs Zalora63	

Tabel 4.13 Pekerjaan Responden situs Lazada	65
Tabel 4.14 Pekerjaan Responden situs Zalora	65
Tabel 4.15 Pendapatan Per Bulan responden Lazada	66
Tabel 4.16 Pendapatan Per Bulan responden Zalora	66
Tabel 4.17 Frekuensi Berbelanja Daring responden Lazada	67
Tabel 4.18 Frekuensi Berbelanja Daring responden Zalora.....	67
Tabel 4.19 Hasil Analisis Deskriptif Statistik Responden Lazada	69
Tabel 4.20 Hasil Analisis Deskriptif Statistik Responden Zalora	70
Tabel 4.21 Hasil Uji Normalitas Data Responden Lazada	71
Tabel 4.22 Hasil Uji Normalitas Data Responden Zalora.....	72
Tabel 4.23 Hasil Uji Multikolinearitas Data Responden Lazada.....	73
Tabel 4.24 Hasil Uji Multikolinearitas Data Responden Zalora.....	73
Tabel 4.25 Hasil Uji Regresi Linear Sederhana Responden Lazada	74
Tabel 4.26 Hasil Uji Regresi Linear Sederhana Responden Zalora.....	80
Tabel 4.27 Hasil Uji Mediasi Responden Lazada	87
Tabel 4.28 Hasil Uji Mediasi Responden Zalora	90
Tabel 4.29 Rangkuman Hasil Pengujian Hipotesis	93

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Model Penelitian.....	27
----------------------------------	----

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner	123
Lampiran 2 Uji Validitas dan Reliabilitas Sampel Kecil	126
Lampiran 3 Deskriptif Karakteristik Responden	132
Lampiran 4 Uji Validitas dan Reliabilitas Sampel Besar	135
Lampiran 5 Uji Deskriptif Statistik	146
Lampiran 6 Uji Asumsi Klasik	147
Lampiran 7 Uji Hipotesis Penelitian	151
Lampiran 8 Uji Mediasi	157