

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN SAMPUL.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
ABSTRAK.....	vii
<i>ABSTRACT</i>	viii
DAFTAR ISI.....	xiv
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Gambaran Umum Objek Penulisan.....	1
1.1.1. Profil Blibli.com.....	1
1.1.2. Jenis Usaha dan Jenis Produk Perusahaan.....	1
1.1.3. Visi Perusahaan.....	2
1.1.4. Nilai-Nilai Budaya Perusahaan.....	2
1.2. Latar Belakang.....	2
1.3. Perumusan Masalah.....	8
1.4. Pertanyaan Penulisan.....	9
1.5. Tujuan Penulisan.....	9
1.6. Manfaat Penulisan.....	10
1.6.1. Aspek Teoritis.....	10
1.6.2. Aspek Praktis.....	10
1.7. Ruang Lingkup Penulisan.....	10

1.8.	Sistematika Penulisan.....	11
BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN LINGKUP PENULISAN.....		12
2.1.	Tinjauan Pustaka Penulisan.....	12
2.1.1.	<i>E-Commerce</i>	12
2.1.2.	<i>Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT)</i>	15
2.1.3.	<i>Performance Expectancy</i>	16
2.1.4.	<i>Effort Expectancy</i>	17
2.1.5.	<i>Social Influence</i>	18
2.1.6.	<i>Facilitating Conditions</i>	19
2.1.7.	<i>Behavioral Intention</i>	19
2.1.8.	<i>Use Behavior</i>	20
2.1.9.	Penulisan Terdahulu.....	21
2.2.	Kerangka Pemikiran.....	27
2.3.	Hipotesis.....	28
BAB III METODE PENULISAN.....		34
3.1.	Karakteristik Penulisan.....	34
3.2.	Alat Pengumpulan Data.....	35
3.2.1.	Tipe Skala.....	40
3.2.2.	Metode Penskalaan.....	41
3.3.	Tahapan Penulisan.....	41
3.4.	Populasi dan Sampel.....	43
3.4.1.	Populasi.....	43
3.4.2.	Sampel.....	44
3.5.	Pengumpulan Data dan Sumber Data.....	45
3.6.	Uji Validitas dan Reliabilitas.....	46
3.6.1.	Uji Validitas.....	46

3.6.2. Uji Reliabilitas.....	46
3.6.3. Kecocokan Model (<i>Goodness-of-fit</i>).....	47
3.7. Teknik Analisis Data dan Pengujian Hipotesis.....	50
3.7.1. Pemodelan Persamaan Struktural.....	53
3.7.2. Pengujian Hipotesis.....	56
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	58
4.1. Karakteristik Responden (Sampel).....	58
4.1.1. Jenis Perangkat yang digunakan.....	58
4.1.2. Pengalaman Penggunaan Aplikasi Blibli.com.....	59
4.1.3. Asal Pulau.....	60
4.1.4. Jenis Kelamin.....	62
4.1.5. Usia.....	63
4.1.6. Pendidikan Terakhir.....	64
4.1.7. Pekerjaan.....	65
4.1.8. Pendapatan.....	66
4.2. Hasil Penelitian.....	68
4.2.1. Uji Validitas dan Reliabilitas.....	68
4.2.2. Penilaian Kecocokan Model (<i>Goodness of Fit</i>).....	72
4.2.3. Uji Hipotesis.....	75
4.2.4. Perhitungan Efek Dekomposisi.....	79
4.3. Pembahasan Hasil Penelitian.....	80
4.3.1. <i>Performance Expectancy</i> dan <i>Behavioral Intention</i> pengguna aplikasi Blibli.com.....	80
4.3.2. <i>Trust</i> dan <i>Behavioral Intention</i> pengguna Blibli.com.....	81
4.3.3. <i>Performance Expectancy</i> dan <i>Trust</i> pengguna Blibli.com.....	82
4.3.4. <i>Effort Expectancy</i> dan <i>Trust</i> pengguna Blibli.com.....	82

4.3.5. <i>Effort Expectancy</i> dan <i>Behavioral Intention</i> pengguna Blibli.com.....	83
4.3.6. <i>Social Influence</i> dan <i>Behavioral Intention</i> pengguna Blibli.com.....	83
4.3.7. <i>Facilitating Conditions</i> dan <i>Use</i> pengguna Blibli.com.....	84
4.3.8. <i>Behavioral Intention</i> dan <i>Use</i> pengguna Blibli.com.....	84
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	85
5.1. Kesimpulan.....	85
5.2. Saran.....	85
5.2.1. Saran Bagi Penyedia Layanan Blibli.com.....	86
5.2.2. Saran Bagi Penelitian Selanjutnya.....	87
DAFTAR PUSTAKA.....	88
LAMPIRAN 1 KUESIONER PENELITIAN.....	97
LAMPIRAN 2 HASIL PENGAMBILAN DATA.....	104
LAMPIRAN 3 DATA SIMPLIS.....	117
LAMPIRAN 4 LOADING FACTOR (MODEL CFA) PADA LISREL 8.80.....	117
LAMPIRAN 5 T-VALUES INDIKATOR (Model CFA) PADA LISREL 8.80.....	119
LAMPIRAN 6 KOEFESIEN REGRESI PADA LISREL 8.80.....	120
LAMPIRAN 7 T-VALUES ANTAR VARIABEL PADA LISREL 8.80.....	121
LAMPIRAN 8 MATRIKS KORELASI.....	122
LAMPIRAN 9 PERSAMAAN STRUKTURAL.....	124
LAMPIRAN 10 GODNESS OF FIT (Model Struktural) PADA LISREL 8.80.....	125
LAMPIRAN 11 PENGARUH TOTAL PADA LISREL 8.80.....	126
LAMPIRAN 12 PENGARUH TIDAK LANGSUNG PADA LISREL 8.80.....	127