

# DAFTAR ISI

<u>HALAMAN PERSETUJUAN</u> .....	i
<u>HALAMAN PERNYATAAN</u> .....	ii
<u>HALAMAN MOTO DAN PERSEMBAHAN</u> .....	iii
<u>KATA PENGANTAR</u> .....	iv
<u>ABSTRAK</u> .....	vi
<u>ABSTRACT</u> .....	vii
<u>DAFTAR ISI</u> .....	viii
<u>DAFTAR GAMBAR</u> .....	xi
<u>DAFTAR TABEL</u> .....	xii
<u>DAFTAR LAMPIRAN</u> .....	xiii
<u>BAB I</u> .....	1
<u>1.1</u> <u>Gambaran umum objek penelitian</u> .....	1
<u>1.1.1</u> <u>Perkembangan e-Commerce</u> .....	1
<u>1.2</u> <u>Latar belakang</u> .....	2
<u>1.3</u> <u>Rumusan Masalah</u> .....	8
<u>1.4</u> <u>Tujuan Penelitian</u> .....	9
<u>1.5</u> <u>Kegunaan Penelitian</u> .....	10
<u>1.6</u> <u>Waktu dan Periode Penelitian</u> .....	10
<u>1.7</u> <u>Sistematika Penulisan</u> .....	10
<u>BAB II</u> .....	12
<u>2.1</u> <u>Tinjauan Pustaka Penelitian</u> .....	12
<u>2.1.1</u> <u>Pemasaran</u> .....	12
<u>2.1.2</u> <u>Perilaku Konsumen</u> .....	13
<u>2.1.3</u> <u>Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT)</u> .....	14
<u>2.1.4</u> <u>Innovation Resistance Theory</u> .....	16
<u>2.1.5</u> <u>Faktor Pendorong dan Faktor Penghambat</u> .....	17
<u>2.1.7</u> <u>Minat Beli Online</u> .....	21
<u>2.1.8</u> <u>Hubungan antar Variabel</u> .....	22
<u>2.2</u> <u>Penelitian terdahulu</u> .....	25

2.3	<u>Kerangka pemikiran</u> .....	41
2.4	<u>Hipotesis penelitian</u> .....	43
2.5	<u>Ruang lingkup penelitian</u> .....	43
<b>BAB III</b> .....		44
3.1	<u>Jenis Penelitian</u> .....	44
3.2	<u>Operasional Variabel dan Skala Pengukuran</u> .....	44
3.2.1	<u>Variabel Penelitian</u> .....	44
3.2.2	<u>Skala Pengukuran</u> .....	49
3.3	<u>Tahapan Penelitian</u> .....	50
3.4	<u>Populasi, Sampel, dan Teknik <i>Sampling</i></u> .....	50
3.4.1	<u>Populasi</u> .....	50
3.4.2	<u>Sampel</u> .....	51
3.4.3	<u>Teknik <i>Sampling</i></u> .....	51
3.5	<u>Teknik Pengumpulan Data</u> .....	52
3.5.1	<u>Data Primer</u> .....	52
3.5.2	<u>Data Sekunder</u> .....	52
3.6	<u>Uji Validitas dan Reliabilitas</u> .....	53
3.6.1	<u>Uji Validitas</u> .....	53
3.6.2	<u>Uji Reliabilitas</u> .....	56
3.7	<u><i>Method of Succesive Interval (MSI)</i></u> .....	57
3.8	<u>Uji Asumsi Klasik</u> .....	57
3.8.1	<u>Uji Normalitas</u> .....	58
3.8.2	<u>Uji Multikolinearitas</u> .....	58
3.8.3	<u>Uji Heteroskedastisitas</u> .....	58
3.9	<u>Teknik Analisis Data</u> .....	58
3.9.1	<u>Analisis Deskriptif</u> .....	58
3.9.2	<u>Analisis Regresi Linier Berganda</u> .....	60
3.10	<u>Pengujian Hipotesis</u> .....	61
3.10.1	<u>Pengujian Hipotesis Secara Simultan (Uji - F)</u> .....	61
3.10.2	<u>Pengujian Hipotesis Secara Parsial (Uji - t)</u> .....	61
3.10.3	<u>Koefisien Determinasi</u> .....	62
<b>BAB IV</b> .....		63
4.1	<u>Pengumpulan Data</u> .....	63

4.2	<u>Karakteristik Responden</u> .....	63
4.2.1	<u>Karakteristik Responden Berdasarkan Pengalaman Belanja <i>Online</i></u> ....	64
4.2.2	<u>Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin</u> .....	64
4.2.3	<u>Karakteristik Responden Berdasarkan Tempat Tinggal</u> .....	65
4.2.4	<u>Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir</u> .....	66
4.3	<u>Hasil Penelitian</u> .....	66
4.3.1	<u>Analisis Deskriptif</u> .....	66
4.3.2	<u><i>Method of Succesive Interval (MSI)</i></u> .....	90
4.3.3	<u>Uji Asumsi Klasik</u> .....	91
4.3.4	<u>Pengujian Hipotesis</u> .....	95
4.4	<u>Pembahasan Hasil Penelitian</u> .....	105
4.4.1	<u>Karakteristik Responden</u> .....	105
4.4.2	<u>Faktor Pendorong pada Minat Beli <i>Online</i></u> .....	105
4.4.3	<u>Faktor Penghambat pada Minat Beli <i>Online</i></u> .....	107
<u>BAB V</u> .....		109
5.1	<u>Kesimpulan</u> .....	109
5.2	<u>Saran</u> .....	112
5.2.1	<u>Saran bagi perusahaan <i>e-Commerce</i></u> .....	112
5.2.2	<u>Saran bagi peneliti selanjutnya</u> .....	113
<u>DAFTAR PUSTAKA</u> .....		115
<u>LAMPIRAN</u> .....		119