

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN PENGESAHAN</b> .....	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PERNYATAAN</b> .....	<b>iii</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>iv</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>v</b>
<b>ABSTRACT</b> .....	<b>vi</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>vii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xi</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>xii</b>
<b>BAB I</b> .....	<b>1</b>
<b>PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
1.1.    Gambaran Umum Objek Penelitian .....	1
1.2.    Latar Belakang Penelitian .....	2
1.3.    Perumusan Masalah .....	6
1.4.    Tujuan Penelitian .....	7
1.5.    Manfaat Penelitian .....	8
1.5.1    Manfaat Teoritis .....	8
1.5.2    Manfaat Praktis .....	8
1.6.    Sistematika Penulisan Tugas Akhir .....	8
<b>BAB 2</b> .....	<b>10</b>
<b>TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	<b>10</b>
2.1.    Kajian Teoretis dan Penelitian Pendahulu .....	10
2.1.1 <i>Techonology-Organization-Environment Theory</i> .....	10
2.1.2 <i>Diffusion of Innovation</i> .....	10

2.1.3	<i>Resource Based View Theory</i> .....	11
2.1.4	<i>External Contingency</i> .....	12
2.1.5	Definisi Variabel .....	12
2.1.5.1	Variabel Dependensi .....	12
2.1.5.2	Variabel Independen .....	12
2.1.6	Hubungan Antar Variabel .....	14
2.1.6.1	<i>Managerial Characteristics</i> .....	14
2.1.6.2	<i>Observability</i> .....	14
2.1.6.3	<i>Relative Advantage</i> .....	14
2.1.6.4	<i>Customer Pressure</i> .....	15
2.1.7	Penelitian Terdahulu .....	15
2.2	Kerangka Pemikiran.....	26
2.3	Hipotesis Penelitian.....	26
<b>BAB III.....</b>		<b>28</b>
<b>METODE PENELITIAN.....</b>		<b>28</b>
3.1	Jenis Penelitian.....	28
3.2	Operasionalisasi Variabel.....	29
3.2.1	Skala Pengukuran.....	30
3.3	Tahapan Penelitian .....	31
3.4	Populasi dan Sampel .....	32
3.4.1	Populasi .....	32
3.4.2	Sampel.....	32
3.5	Pengumpulan Data dan Sumber Data .....	33
3.5.1	Pengumpulan Data .....	33
3.5.2	Sumber Data.....	33

3.6	Uji Validitas dan Reabilitas .....	34
3.6.1	Uji Validitas .....	34
3.6.2	Uji Reabilitas.....	34
3.7	Teknik Analisis Data.....	35
3.7.1	Uji <i>VIF</i> .....	35
3.7.2	Uji <i>R-Square</i> .....	35
3.7.3	Uji <i>f-Square</i> .....	35
3.7.4	<i>Standardized Root Mean Square Residual (SRMR)</i> .....	36
3.7.5	Uji Hipotesis .....	36
3.7.6	<i>SEM PLS</i> .....	36
<b>BAB IV</b>	.....	<b>39</b>
<b>HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN</b>	.....	<b>39</b>
4.1	Karakteristik Responden/Data Deskriptif .....	39
4.1.1	Karakteristik Responden Penelitian .....	39
4.1.2	Deskripsi Jawaban Responden.....	40
4.1.2.1	Deskripsi Jawaban Responden pada Variabel <i>Managerial Characteristics</i> .....	40
4.1.2.2	Deskripsi Jawaban Responden pada Variabel <i>Observability</i> ..	41
4.1.2.3	Deskripsi Jawaban Responden pada Variabel <i>Relative Advantage</i> .....	42
4.1.2.4	Deskripsi Jawaban Responden pada Variabel <i>Customer Pressure</i> .....	42
4.2	Hasil Penelitian .....	43
4.2.1	<i>Outer Model</i> atau <i>Measurement Model</i> .....	44
4.2.1.1	Uji Validitas.....	44
4.2.1.2	Uji Reabilitas .....	49

4.2.2	<i>Inner Model</i> atau Model Struktural.....	50
4.2.3.1	Evaluasi Multikolinearitas .....	50
4.2.3.2	<i>R-square</i> ( $R^2$ ) .....	51
4.2.3.3	F-square ( $F^2$ ) .....	52
4.2.3.4	<i>Standardized Root Mean Square Residual (SRMR)</i> .....	52
4.2.3	Uji Hipotesis .....	53
4.3	Pembahasan Hasil Penelitian .....	55
4.3.1	Pengaruh <i>Managerial Characteristics</i> terhadap <i>Adoption of E-commerce</i> .....	55
4.3.2	Pengaruh <i>Observability</i> terhadap <i>Adoption of E-commerce</i> .....	56
4.3.3	Pengaruh <i>Relative Advantage</i> terhadap <i>Adoption of E-commerce</i> ..	56
4.3.4	Pengaruh <i>Customer Pressure</i> terhadap <i>Adoption of E-commerce</i> ..	57
<b>BAB V.....</b>		<b>59</b>
<b>KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>		<b>59</b>
5.1	Kesimpulan .....	59
5.2	Saran.....	59
5.2.1	Saran Teoretis.....	59
5.2.2	Saran Praktis .....	60
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>		<b>61</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>		<b>67</b>