

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN PENGESAHAN</b> .....	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PERNYATAAN</b> .....	<b>iii</b>
<b>FORM DEKLARASI ANTI PLAGIARISME</b> .....	<b>iv</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>v</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>vii</b>
<b>ABSTRACT</b> .....	<b>viii</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>ix</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xv</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian .....	1
1.2 Latar Belakang Penelitian .....	4
1.3 Perumusan Masalah dan Pertanyaan Penelitian.....	18
1.4 Tujuan Penelitian .....	19
1.5 Maksud Penelitian.....	20
1.6 Sistematika Penulisan Tugas Akhir .....	20
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	<b>22</b>
2.1 Teori dan Penelitian Terdahulu.....	22
2.1.1 Manajemen Strategik .....	22
2.1.2 Transformasi Digital.....	26
2.1.3 Adopsi Teknologi .....	27
2.1.4 <i>Unified Theory of Acceptance and Use of Technology 2 (UTAUT2)</i> .....	29
2.1.5 <i>Mobile Shopping Apps</i> (Aplikasi Belanja Online) .....	34
2.1.6 Penelitian Terdahulu.....	37
2.2 Kerangka Pemikiran.....	58
2.3 Hipotesis Penelitian.....	62

<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>68</b>
3.1 Jenis Penelitian.....	68
3.2 Operasionalisasi Variabel .....	70
3.2.1 Variabel Penelitian .....	70
3.2.2 Definisi Operasionalisasi Variabel .....	71
3.2.3 Skala Pengukuran.....	78
3.3 Tahapan Penelitian.....	80
3.4 Populasi dan Sampel .....	81
3.4.1 Populasi .....	81
3.4.2 Sampel.....	81
3.5 Pengumpulan Data dan Sumber Data .....	83
3.5.1 Sumber Data Primer.....	83
3.5.2 Sumber Data Sekunder.....	83
3.6 Uji Validitas dan Reliabilitas .....	84
3.6.1 Uji Validitas.....	84
3.6.2 Uji Reliabilitas .....	86
3.7 Teknik Analisis Data.....	87
3.7.1 Analisis Deskriptif .....	87
3.7.2 Teknik Analisis Multivariat.....	89
3.7.3 <i>Structural Equation Model</i> (SEM).....	90
3.7.4 <i>Partial Least Square – Structural Equation Model</i> (PLS-SEM) .....	91
3.7.5 Pengujian Hipotesis.....	92
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>95</b>
4.1 Karakteristik Responden .....	95
4.1.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	96
4.1.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	97
4.1.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	97
4.1.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan per Bulan .....	98

4.1.5	Karakteristik Responden Berdasarkan Pengeluaran Rutin Rumah Tangga per Bulan .....	99
4.1.6	Karakteristik Responden Berdasarkan <i>Operating System</i> Perangkat Pengguna Aplikasi EIGER.....	101
4.1.7	Karakteristik Responden Berdasarkan Lokasi Tempat Tinggal .....	101
4.2	Analisis Deskriptif .....	102
4.2.1	Tanggapan Responden Mengenai Variabel <i>Performance Expectancy</i> ..	103
4.2.2	Tanggapan Responden Mengenai Variabel <i>Effort Expectancy</i> .....	105
4.2.3	Tanggapan Responden Mengenai Variabel <i>Social Influence</i> .....	106
4.2.4	Tanggapan Responden Mengenai Variabel <i>Facilitating Conditions</i> .....	108
4.2.5	Tanggapan Responden Mengenai Variabel <i>Hedonic Motivation</i> .....	110
4.2.6	Tanggapan Responden Mengenai Variabel <i>Price Value</i> .....	111
4.2.7	Tanggapan Responden Mengenai Variabel <i>Habit</i> .....	113
4.2.8	Tanggapan Responden Mengenai Variabel <i>Trust</i> .....	114
4.2.9	Tanggapan Responden Mengenai Variabel <i>Perceived Risk</i> .....	116
4.2.10	Tanggapan Responden Mengenai Variabel <i>Behavior Intention</i> .....	117
4.2.11	Tanggapan Responden Mengenai Variabel <i>Use Behavior</i> .....	119
4.2.12	Ringkasan Rekapitulasi Analisis Deskriptif.....	121
4.3	Analisis Data Statistika .....	122
4.3.1	<i>Outer Model</i> .....	122
4.3.1.1	<i>Convergent Validity</i> .....	124
4.3.1.2	<i>Discriminant Validity</i> .....	128
4.3.1.3	Uji Reliabilitas .....	131
4.3.2	<i>Inner Model</i> .....	132
4.3.2.1	Analisa <i>R-Square</i> ( $R^2$ ).....	132
4.3.2.2	Analisa <i>Q-Square</i> ( $Q^2$ ) .....	133
4.3.2.3	<i>Model Fit</i> .....	134
4.3.2.4	<i>Effect Size</i> ( $F^2$ ).....	134
4.3.3	Pengujian Hipotesis.....	136

4.4	Pembahasan Hasil Penelitian .....	140
4.4.1	Pengaruh Variabel <i>Performance Expectancy</i> terhadap <i>Behavioral Intention</i> .....	140
4.4.2	Pengaruh Variabel <i>Effort Expectancy</i> terhadap <i>Behavioral Intention</i> ...	143
4.4.3	Pengaruh Variabel <i>Social Influence</i> terhadap <i>Behavioral Intention</i> .....	144
4.4.4	Pengaruh Variabel <i>Facilitating Conditions</i> terhadap <i>Behavioral Intention</i> .....	146
4.4.5	Pengaruh Variabel <i>Facilitating Conditions</i> terhadap <i>Use Behavior</i> .....	148
4.4.6	Pengaruh Variabel <i>Hedonic Motivation</i> terhadap <i>Behavioral Intention</i>	150
4.4.7	Pengaruh Variabel <i>Price Value</i> terhadap <i>Behavioral Intention</i> .....	151
4.4.8	Pengaruh Variabel <i>Habit</i> terhadap <i>Behavioral Intention</i> .....	153
4.4.9	Pengaruh Variabel <i>Habit</i> terhadap <i>Use Behavior</i> .....	154
4.4.10	Pengaruh Variabel <i>Trust</i> terhadap <i>Behavioral Intention</i> .....	156
4.4.11	Pengaruh Variabel <i>Perceived Risk</i> terhadap <i>Behavioral Intention</i> .....	157
4.4.12	Pengaruh Variabel <i>Behavioral Intention</i> terhadap <i>Use Behavior</i> .....	159
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>		<b>162</b>
5.1	Kesimpulan .....	162
5.2	Saran.....	163
5.2.1	Aspek Teoritis .....	163
5.2.2	Aspek Praktis .....	165
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>		<b>172</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>		<b>180</b>