

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TULIS SKRIPSI	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERSEMBAHAN	iv
MOTTO	v
KATA PENGANTAR.....	vi
ABSTRAK	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB 1 PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah	7
C. Tujuan Penelitian	8
D. Manfaat Penelitian	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	10
A. Landasan Teori.....	10
1. Technology Acceptance Model (TAM)	10
2. E-Commerce.....	11
3. <i>Intention to Use</i> (Niat Menggunakan).....	13
4. <i>Perceived Usefulness</i> (Persepsi Manfaat)	15
5. <i>Perceived Ease of Use</i> (Persepsi Kemudahan).....	18
B. Penelitian Terdahulu	20
C. Hubungan Antar Variabel	27
D. Kerangka Konseptual	28
E. Hipotesis Penelitian.....	29
BAB III METODE PENELITIAN	30
A. Rancangan Penelitian	30
B. Objek Penelitian dan Waktu Penelitian	30
C. Sampel dan Tehnik Sampling	31
D. Jenis Data Penelitian	32

E.	Prosedur Pengambilan Data	33
F.	Klasifikasi Variabel Penelitian.....	33
G.	Definisi Operasional Variabel.....	34
H.	Skala Pengukuran Variabel	35
I.	Uji Instrumen	36
1.	Uji Validitas	36
2.	Uji Reliabilitas.....	38
J.	Teknik Analisis Data.....	39
1.	Analisis Deskriptif.....	40
2.	Analisis Kuantitatif.....	40
3.	Uji Hipotesis.....	44
BAB IV	HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	46
A.	Deskripsi Hasil Penelitian	46
1.	Hasil Pengumpulan Data	46
2.	Analisis Deskriptif Karakteristik Responden	46
3.	Analisis Deskriptif Variabel	50
B.	Analisis Kuantitatif	54
1.	Hasil Uji Asumsi Klasik.....	54
2.	Hasil Uji Ketepatan Model.....	58
3.	Hasil Analisis Regresi Linear Berganda.....	59
C.	Hasil Uji Hipotesis	61
1.	Hasil Uji Simultan (Uji F)	61
2.	Hasil Uji Parsial (Uji T)	62
D.	Pembahasan.....	63
BAB V	KESIMPULAN DAN SARAN	68
A.	Kesimpulan	68
B.	Saran.....	69
	DAFTAR PUSTAKA	71
	LAMPIRAN.....	74

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	21
Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel.....	34
Tabel 3.2 Skala Likert	36
Tabel 3. 3 Hasil Uji Validitas.....	38
Tabel 3. 4 Hasil Uji Reliabilitas	39
Tabel 4.1 Kategorisasi Variabel	51
Tabel 4.2 Hasil Mean Variabel <i>Perceived Usefulness</i>	52
Tabel 4.3 Hasil Mean Variabel <i>Perceived Ease of Use</i>	53
Tabel 4. 4 Hasil Mean Variabel <i>Intention to Use</i>	54
Tabel 4. 5 Hasil Uji Normalitas	55
Tabel 4. 6 Hasil Uji Multikolinearitas.....	56
Tabel 4. 7 Hasil Uji Heteroskedastisitas	57
Tabel 4. 8 Uji Koefisien Determinasi (Adjusted R ²)	58
Tabel 4. 9 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda	59
Tabel 4. 10 Hasil Uji Simultan (Uji F).....	61
Tabel 4. 11 Hasil Uji Parsial (Uji T)	62

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Pertumbuhan Pengguna Internet di Indonesia.....	1
Gambar 1.2 Jumlah Pengguna Aktif Tiktok di Dunia.....	2
Gambar 2.1 Model TAM (Davis, 1989).....	10
Gambar 2.2 Kerangka Pemikiran Penelitian.....	29
Gambar 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	47
Gambar 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	48
Gambar 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Uang Saku / Pendapatan	49
Gambar 4.4 Data Demografis Nama Universitas.....	50

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN 1 KUESIONER PENELITIAN	75
LAMPIRAN 2 DATA 100 RESPONDEN	82
LAMPIRAN 3 DATA KUESIONER 100 RESPONDEN	87
LAMPIRAN 4 HASIL UJI VALIDITAS 30 RESPONDEN	96
LAMPIRAN 5 HASIL UJI RELIABILITAS 30 RESPONDEN.....	99
LAMPIRAN 6 HASIL UJI ASUMSI KLASIK 100 RESPONDEN	100
LAMPIRAN 7 HASIL UJI KETEPATAN MODEL 100 RESPONDEN	102
LAMPIRAN 8 LAMPIRAN 8 HASIL UJI ANALISIS REGRESI LINEAR BERGANDA 100 RESPONDEN	103
LAMPIRAN 9 HASIL UJI HIPOTESIS 100 RESPONDEN	104