

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
PERNYATAAN KEASLIAN	iv
MOTO DAN PERSEMBAHAN	v
KATA PENGANTAR	vi
ABSTRAK.....	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
BAB I : PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	4
C. Tujuan Penelitian	4
D. Manfaat Penelitian	5
BAB II : TINJAUAN PUSTAKA	6
A. LandasanTeori.....	6
1. Kepercayaan.....	6
2. Persepsi Kegunaan	8
3. Persepsi Kemudahan.....	9

4. Persepsi Risiko	10
5. Minat Bertransaksi <i>E-commerce</i>	12
B. PenelitianTerdahulu	16
C. Kerangka Pemikiran.....	19
D. Hipotesis Penelitian	20
BAB III : METODE PENELITIAN	28
A. JenisPenelitian.....	28
B. Populasi dan Sampel	28
C. Teknik Pengambilan Sampel	29
D. Besarnya Sampel.....	29
E. Jenis Data dan Teknik Pengumpulan Data	30
F. Defenisi Operasional dan Pengumpulan Variabel	30
1. Definisi Operasional	30
a) Kepercayaan	30
b) Persepsi Kegunaan.....	31
c) Persepsi Kemudahan.....	31
d) Persepsi Resiko.....	32
e) Minat bertransaksi <i>E-commerce</i>	32
G. Pengukuran Variabel (Instrumen Penelitian).....	33
H. Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen-Instrumen Penelitian	34
1. Uji Validitas	34
2. Uji Reliabilitas	36
I. Metode Analisis Data.....	36

1. Analisis Statistik Deskriptif.....	36
2. Analisis Kuantitatif (Uji Hipotesis).....	37
a. Analisis Regresi Linier Berganda.....	37
b. Uji F (<i>F-test</i>).....	38
c. Uji Signifikan (Uji-t).....	39
d. Koefisien Determinasi (R^2).....	40
BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	41
A. Karakteristik Responden.....	41
1. Jenis Kelamin.....	42
2. Usia.....	43
3. Pendapatan/Uang saku.....	43
B. Analisis Data.....	44
1. Analisis Deskripsi Variabel Penelitian.....	44
2. Kepercayaan.....	45
3. Persepsi Kegunaan.....	46
4. Persepsi Kemudahan.....	47
5. Persepsi Resiko.....	48
6. Minat Bertransaksi <i>E-Commerce</i>	49
7. Pengujian Hipotesis.....	50
8. Pengujian R^2 (Koefisien Determinasi.....	53
C. Pembahasan.....	54
1. Pengaruh Kepercayaan Terhadap Sikap Menggunakan <i>E-Commerce</i>	54
2. Pengaruh Persepsi Kegunaan terhadap Sikap Menggunakan <i>E-Commerce</i>	54

3. Pengaruh Persepsi Kemudahan terhadap Sikap Bertransaksi <i>E-commerce</i>	55
4. Pengaruh Persepsi Resiko terhadap Loyalitas Konsumen	56
5. Pengujian Pengaruh kepercayaan, persepsi kegunaan, persepsi kemudahan, persepsi resiko terhadap minat bertransaksi <i>e-commerce</i>	57
BAB V : KESIMPULAN DAN SARAN	58
A. Kesimpulan	58
B. Saran	58

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran.....	19
Gambar 2.2 Model Hipotesis.....	27

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 2.1 Ringkasan Penelitian Terdahulu.....	17
Tabel 3.1 Interval Skala.....	34
Table 3.2 Hasil Uji Validitas Item-item Variable (X).....	35
Tabel 3.3 Hasil Uji Reliabilitas.....	36
Tabel 4.1 Klasifikasi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	42
Tabel 4.2 Usia Responden.....	43
Table 4.3 Pendapatan/Uang Saku Responden.....	44
Table 4.4 Penilaian Responden terhadap Kepercayaan.....	45
Tabel 4.5 Penilaian Responden terhadap Persepsi Kegunaan.....	46
Tabel 4.6 Penilaian Responden terhadap Persepsi Kemudahan.....	47
Tabel 4.7 Penilaian Responden terhadap Persepsi Resiko.....	48
Tabel 4.8 Penilaian Responden terhadap Minat Bertransaksi <i>E-Commerce</i>	49
Tabel 4.9 Hasil Regresi Linier Metode OLS	50

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran1 :Kuisisioner	65
Lampiran2 : Data penelitian.....	69
Lampiran3 :Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas.....	74
Lampiran 4 :Frekuensi Karakteristik Responden.....	84
Lampiran5 :Frekuensi Variable.....	85
Lampiran6 :Hasil Regresi Berganda.....	88