

# DAFTAR ISI

Halaman

PERNYATAAN DAN PERSETUJUAN UNGGAH TUGAS AKHIR .....	ii
PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING TUGAS AKHIR .....	iii
PERSETUJUAN TIM PENGUJI TUGAS AKHIR.....	iv
ABSTRAK .....	v
KATA PENGANTAR .....	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR GAMBAR .....	x
DAFTAR TABEL.....	xi
<b>BAB I</b>	
1.1. Latar Belakang .....	1
1.2. Pertanyaan Penelitian .....	6
1.3. Tujuan Penelitian.....	7
1.4. Manfaat Penelitian.....	7
1.5. Batasan Masalah.....	8
1.6. Sistematika Penulisan.....	8
<b>BAB II</b>	
2.1 <i>Technology Acceptance Model (TAM)</i> .....	10
2.2 <i>Customer Based Brand Equity (CBBE)</i> .....	11
2.3 Teori Perilaku Konsumen.....	12
2.4 Kemudahan Pemakaian .....	13
2.5 Kepercayaan Pelanggan.....	14
2.6 <i>Brand Image</i> .....	15
2.7 Keputusan Pembelian .....	16
2.8. Kaitan Antar Variabel.....	17
2.9 Model Penelitian.....	19
<b>BAB III</b>	

3.1.	Paradigma Penelitian .....	21
3.2	Metode dan Jenis Penelitian .....	22
3.3	Unit Analisis .....	22
3.4	Pengukuran Variabel .....	23
3.5	Definisi Konseptual dan Operasional Variabel .....	23
3.6	Skala Pengukuran .....	27
3.7	Metode Pengumpulan Data .....	28
3.8	Teknik Penyusunan Kuesioner .....	29
3.9.	Populasi dan Sampel .....	29
3.10.	Teknik Pengambilan Sampel .....	29
3.11.	Penentuan Jumlah Sampel .....	30
3.12	Teknik Analisis Data .....	31
<b>BAB IV</b>		
4.1.	Profil Responden .....	46
4.2	Hasil Statistik Deskriptif .....	47
4.3	Hasil Uji Inferensial .....	52
4.4	Hasil Pengujian Hipotesis .....	60
4.5.	Pembahasan .....	61
<b>BAB V</b>		
5.1	Kesimpulan .....	65
5.2	Implikasi Manajerial .....	65
5.3	Pembatasan Penelitian .....	68
5.4	Saran .....	68
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>		<b>70</b>

## DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1.1. Pengguna telepon, internet dan media sosial di Indonesia per Januari 2021	2
Gambar 1.2. Perkembangan pengguna telepon, internet dan media sosial di Indonesia per Januari 2021	2
Gambar 1.3. Aktivitas e-commerce di Indonesia per Januari 2021	2
Gambar 1.4. Data Pengunjung Web Lazada Periode 2017 - 2021	4
Gambar 2.1 Model Penelitian	20
Gambar 3.1 Model Hasil Uji Studi Pendahuluan	36
Gambar 3.2 Model Hasil Uji Studi Pendahuluan Kedua	45
Gambar 4.1 Hasil SmartPLS Algorithm Path Model	60
Gambar 4.2 Hasil SmartPLS Bootstrapping	61

## DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 3.1. Ringkasan Definisi Konseptual dan Operasionalisasi	23
Tabel 3.2 Interval Skor dan Kategori rata-rata	33
Tabel 3.3 Hasil Uji Composite Reliability Studi Pendahuluan Pertama	36
Tabel 3.4 Hasil Uji Reliabilitas Cronbach Alpha Studi Pendahuluan Pertama	37
Tabel 3.5 Hasil Uji Validitas Studi Pendahuluan Pertama	38
Tabel 3.6 Uji Average Variance Extracted (AVE) Studi Pendahuluan Pertama	39
Tabel 3.7 Uji Validitas Diskriminan Studi Pendahuluan Pertama	40
Tabel 3.8 Hasil Uji Composite Reliability Studi Pendahuluan Kedua	41
Tabel 3.9 Hasil Uji Reliabilitas Cronbach Alpha Studi Pendahuluan Kedua	41
Tabel 3.10 Hasil Uji Validitas Studi Pendahuluan Kedua	42
Tabel 3.11 Uji Average Variance Extracted (AVE) Studi Pendahuluan Kedua	43
Tabel 3.12 Uji Validitas Diskriminan Studi Pendahuluan Kedua	44
Tabel 4.1 Jumlah Responden yang Pernah Bertransaksi Minimal Dua Kali	46
Tabel 4.2 Jumlah Responden yang Tinggal di JABODETABEK	47
Tabel 4.3 Statistik Deskriptif Kemudahan Pemakaian	48
Tabel 4.4 Statistik Deskriptif Kepercayaan Pelanggan	49
Tabel 4.5 Statistik Deskriptif Brand Image	50
Tabel 4.6 Statistik Deskriptif Keputusan Pembelian	51
Tabel 4.7 Hasil Uji Composite Reliability and Cronbach's Alpha	53
Tabel 4.8 Hasil Uji Validitas	54
Tabel 4.9 Uji Average Variance Extracted (AVE)	56
Tabel 4.10 Uji Validitas Diskriminan	56
Tabel 4.11 Hasil Uji Multikolinearitas	58
Tabel 4.12 Hasil Uji Hipotesis	58
Tabel 4.13 Hasil Uji R-Square	59