

## DAFTAR ISI

<b>ABSTRAK .....</b>	<b>v</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>vi</b>
<b>BAB I: PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
1.1. Latar Belakang .....	1
1.2. Rumusan Masalah .....	4
1.3. Tujuan Penelitian .....	4
1.4. Manfaat Penelitian .....	5
<b>BAB II: TINJAUAN PUSTAKA .....</b>	<b>6</b>
2.1. Landasan Teori .....	6
2.1.1. <i>Perceived Usefulness</i> .....	6
2.1.2. <i>Perceived Ease of Use</i> .....	7
2.1.3. <i>Trust</i> .....	8
2.1.4. <i>Attitude to Shop Online</i> .....	10
2.1.5. <i>Decision to Shop Online</i> .....	11
2.2. Hubungan Antar Variabel.....	12
2.2.1. <i>Perceived Usefulness dan Attitude of Use</i> .....	12
2.2.2. <i>Perceived Ease of Use dan Attitude of Use</i> .....	13
2.2.3. <i>Trust dan Attitude of Use</i> .....	13
2.2.4. <i>Trust dan Keputusan Pembelian</i> .....	15
2.2.5. <i>Attitude of Use dan Keputusan Pembelian</i> .....	16
2.3. Kerangka Konseptual dan Hipotesis.....	17
<b>BAB III: METODE PENELITIAN.....</b>	<b>18</b>
3.1. Obyek Penelitian .....	18
3.2. Unit Analisis.....	18
3.3. Tipe Penelitian .....	18
3.4. Operasional Variabel .....	19
3.5. Populasi dan Sampel .....	22
3.6. Penentuan Jumlah Sampel.....	22
3.7. Metode Penarikan Sampel.....	23

3.8. Metode Pengumpulan Data .....	24
3.9. Metode Analisis Data .....	24
3.9.1. Uji Asumsi Klasik .....	24
b.    Uji Normalitas .....	25
c.    Uji Heteroskedastisitas .....	26
d.    Uji Autokorelasi .....	26
3.9.2. Metode Analisis Data Penelitian .....	27
3.10. Pengujian Instrumen Penelitian .....	29
3.10.1. Uji Validitas .....	29
3.10.2. Uji Reliabilitas .....	30
3.11. Hasil Uji Studi Pendahuluan .....	31
3.11.1. Hasil Pengujian Outer Model .....	32
<b>BAB IV: HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>36</b>
4.1 Profil Responden .....	36
4.2. Hasil Penelitian Aktual .....	39
4.2.1 Hasil Uji Reliabilitas Actual Test .....	39
4.2.2 Uji Validitas Actual Test .....	40
4.2.3 VIF Actual Test .....	43
4.3 Hasil Uji Hipotesis .....	44
4.3.1 Outer Model .....	44
4.3.2 Inner model .....	46
4.4. Pembahasan .....	49
4.4.1. Pengaruh Perceived Usefulness dan Attitude of Use .....	49
4.4.2. Pengaruh Perceived Ease of Use dan Attitude of Use .....	50
4.4.3. Pengaruh Trust dan Attitude of Use .....	52
4.4.4. Pengaruh Trust dan Decision to Shop Online .....	53
4.4.5. Pengaruh Attitude to Shop Online dan Decision to Shop Online .....	54
<b>BAB V: PENUTUP .....</b>	<b>57</b>
5.1. Kesimpulan .....	57
5.2. Implikasi Manajerial .....	58
5.3. Implikasi Teoritis .....	59

5.4. Keterbatasan Penelitian.....	59
5.5. Saran Untuk Penelitian Mendatang.....	60
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>61</b>
<b>Kuisisioner.....</b>	<b>66</b>
<b>Lampiran .....</b>	<b>70</b>

