

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
PERNYATAAN DAN PERSETUJUAN UNGGAH TUGAS AKHIR.....	ii
PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING TUGAS AKHIR	iii
PERSETUJUAN TIM PENGUJI TUGAS AKHIR.....	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Masalah Penelitian.....	9
1.3 Pertanyaan Penelitian	14
1.4 Tujuan Penelitian.....	16
1.5 Ruang Lingkup Penelitian	18
1.6 Kontribusi Penelitian	18
1.6.1 Manfaat Teoritis	18
1.6.2 Kontribusi Praktis	19
1.7 Sistematika Penulisan	20
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	22
2.1 Technology Acceptance Model (TAM)	22
2.1.1 Kebergunaan yang di Persepsikan	24
2.1.2 Kemudahan yang di Persepsikan.....	25
2.2 Keamanan.....	26
2.3 <i>Social Influence</i>	27
2.4 Pengaruh Sejawat	28
2.5 Sikap Pada Penggunaan Aplikasi Mobile	29
2.6 Niat Pembelian	30
2.7 Hubungan Antar Variabel	31
2.7.1 Hubungan antara Kebergunaan yang di Persepsikan dan Sikap Pada Penggunaan Aplikasi <i>Mobile</i>	31
2.7.2 Hubungan antara Kemudahan yang di Persepsikan terhadap Sikap Pada Penggunaan Aplikasi <i>Mobile</i>	32
2.7.3 Hubungan antara Keamanan terhadap Sikap Pada Penggunaan Aplikasi <i>Mobile</i>	33
2.7.4 Hubungan antara <i>Social Influence</i> terhadap Sikap Pada Penggunaan Aplikasi <i>Mobile</i>	34
2.7.5 Hubungan antara Pengaruh Sejawat terhadap Sikap Pada Penggunaan Aplikasi <i>Mobile</i>	36
2.7.6 Hubungan antara Sikap Pada Penggunaan Aplikasi <i>Mobile</i> terhadap Niat Pembelian.....	38
2.7.7 Hubungan antara Kebergunaan yang di Persepsikan,	

	Kemudahan yang di Persepsikan terhadap Niat Pembelian yang dimediasi oleh Sikap Pada Penggunaan Aplikasi <i>Mobile</i>	39
2.7.8	Hubungan antara Keamanan terhadap Niat Pembelian yang dimediasi oleh Sikap Pada Penggunaan Aplikasi <i>Mobile</i>	40
2.7.9	Hubungan antara <i>Social Influence</i> , Pengaruh Sejawat terhadap Niat Pembelian yang dimediasi oleh Sikap Pada Penggunaan Aplikasi <i>Mobile</i>	41
2.7.10	Peran Jenis Kelamin Sebagai Variabel Moderasi	42
2.7.11	Peran Umur Sebagai Variabel Moderasi	43
2.8	Model Penelitian	45
BAB III	METODOLOGI PENELITIAN	50
3.1	Paradigma Penelitian	50
3.2	Metode Penelitian	51
3.3	Desain Penelitian	52
3.4	Objek Penelitian	54
3.5	Unit Analisis	55
3.6	Pengukuran Variabel	56
3.7	Definisi Operasional dan Definisi Konseptual	57
3.8	Pengukuran Skala	66
3.8.1	<i>Rating Scale</i>	67
3.8.2	<i>Ranking Scale</i>	67
3.9	Metode Pengumpulan Data	69
3.10	Etika dalam Pengumpulan Data	70
3.10.1	Etika Peneliti	70
3.10.2	Etika Responden	71
3.11	<i>Sampling</i>	72
3.11.1	<i>Probability Sampling</i>	72
3.11.2	<i>Non-Probability Sampling</i>	73
3.12	Ukuran Sampel	75
3.13	Metode Analisis Data	76
3.13.1	Statistik Deskriptif	76
3.13.2	Statistik Inferensial	77
3.14	<i>Goodnes Of The Data</i>	77
3.14.1	<i>Reability</i>	78
3.14.1	<i>Validity</i>	78
3.15	<i>Structural Equation Model (SEM)</i>	80
3.16	<i>Partial Least Square (PLS)</i>	81
3.17	<i>Preliminary Test</i>	82
3.17.1	Hasil dari <i>Preliminary-test Convergent Validity</i>	83
3.17.2	Hasil dari <i>Preliminary-test Validitas Konvergen Outer Loading</i>	83
3.17.3	Hasil dari <i>Preliminary-test Validitas Konvergen Average Variance Extracted (AVE)</i>	89
3.17.4	Hasil dari <i>Preliminary-test Reliability</i>	91
BAB IV	ANALISIS DAN PEMBAHASAN	94
4.1	Profil Responden	94

4.1.1	<i>Filtering Question</i> Pengguna Aplikasi Tokopedia	94
4.1.2	Jenis Kelamin	95
4.1.3	Usia.....	95
4.1.4	Domisili	96
4.1.5	Profesi.....	97
4.1.6	Intensitas Penggunaan Tokopedia	98
4.2	Uji Aktual	99
4.2.1	Statistik Deskriptif	99
4.2.2	Statistik Inferensial	101
4.2.3	<i>Common Method Bias</i>	106
4.2.4	Uji Reliabilitas	108
4.2.5	<i>R-Square</i>	110
4.2.6	<i>Q-Square</i>	112
4.2.7	Model Fit	113
4.2.8	Uji Hipotesis	114
4.3	Pembahasan	125
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN		137
5.1	Kesimpulan.....	137
5.2	Implikasi Teoritis.....	145
5.3	Implikasi Manajerial.....	147
5.4	Batasan Penelitian	157
5.5	Rekomendasi untuk Penelitian Selanjutnya	157
DAFTAR PUSTAKA		160
DAFTAR LAMPIRAN		184

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Definisi Operasional dan Definisi Konseptual.....	58
Tabel 3.2 Penjelasan Skala Likert	68
Tabel 3.3 Hasil Pengujian Validitas Konvergen <i>Outer Loadings</i> (Variabel: <i>Kebergunaan yang diPersepsikan</i>)	84
Tabel 3.4 Hasil Pengujian Validitas Konvergen <i>Outer Loadings</i> (Variabel: <i>Kemudahan yang di Persepsikan</i>)	85
Tabel 3.5 Hasil Pengujian Validitas Konvergen <i>Outer Loadings</i> (Variabel: <i>Keamanan</i>).....	86
Tabel 3.6 Hasil Pengujian Validitas Konvergen <i>Outer Loadings</i> (Variabel: <i>Pengaruh Sejawat</i>).....	86
Tabel 3.7 Hasil Pengujian Validitas Konvergen <i>Outer Loadings</i> (Variabel: <i>Social Influence</i>)	87
Tabel 3.8 Hasil Pengujian Validitas Konvergen <i>Outer Loadings</i> (Variabel: <i>Sikap Pada Penggunaan Aplikasi Mobile</i>).....	88
Tabel 3.9 Hasil Pengujian Validitas Konvergen <i>Outer Loadings</i> (Variabel: <i>Niat Pembelian</i>).....	89
Tabel 3.10 Hasil Pengujian Validitas Konvergen <i>Average Variance Extracted (AVE)</i>	90
Tabel 3.11 Hasil Pengujian Reabilitas <i>Cronbach's Alpha</i> dan <i>Composite Reliability</i>	92
Tabel 4.1 Responden Pengguna Tokopedia	95
Tabel 4.2 Jenis Kelamin Responden	95
Tabel 4.3 Usia Responden.....	96
Tabel 4.4 Domisili Responden	97
Tabel 4.5 Profesi Responden.....	97
Tabel 4.6 Intensitas Responden Dalam Menggunakan Tokopedia Per Bulan	98
Tabel 4.7: Statistik Deskriptif	99
Tabel 4.8: Hasil <i>Outer Loading</i> Uji Aktual	102
Tabel 4.9: Hasil AVE Uji Aktual.....	104
Tabel 4.10: Hasil HTMT Uji Aktual.....	105
Tabel 4.11: Hasil Outer VIF Uji Aktual.....	106
Tabel 4.12: Hasil Innerr VIF Uji Aktual	108
Tabel 4.13: Hasil Cronbach's Alpha Uji Aktual	109
Tabel 4.14: Hasil R-Square dan R-Square Adjusted Uji Aktual.....	111
Tabel 4.15: Hasil Q-Square Uji Aktual.....	112
Tabel 4.16: Hasil Goodness of Fit Uji Aktual.....	114
Tabel 4.17: Hasil Pengujian Hipotesis Penelitian	115
Tabel 4.18: Hasil Pengujian Hipotesis Penelitian Spesific Indirect.....	116

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Aplikasi e-commerce Ter-favorit di Indonesia	4
Gambar 1.2 Total Rata-Rata Pengunjung Bulanan Di Situs Desktop dan Aplikasi Seluler.....	5
Gambar 1.3 Jumlah pengeluaran tahunan konsumen Indonesia dalam aplikasi seluler.	6
Gambar 1.4 Pengguna Telephone Genggam di Indonesia	7
Gambar 1.5 Negara-Negara yang Menghabiskan Lebih Dari 5 Jam Sehari di Aplikasi Seluler	7
Gambar 1.6 Perbandingan Penggunaan E-Commerce Tokopedia melalui Akun Tiktok @brokitchenid	10
Gambar 1.7 Perbandingan Desain E-Commerce Tokopedia melalui Akun Tiktok @desainerux	11
Gambar 1.8 Pencurian 91 Juta Data Pengguna Tokopedia Tahun 2020.....	12
Gambar 1.9 Keluhan Keamanan Tokopedia	13
Gambar 2.1 Model Penelitian	45
Gambar 2.2 Kerangka Konseptual yang diajukan untuk penelitian saat ini (2023) (modifikasi)	47
Gambar 4.1 Inner Model	125