

## DAFTAR ISI

<b>PERNYATAAN KEASLIAN</b> .....	ii
<b>PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING</b> .....	iii
<b>PERSETUJUAN TIM PENGUJI</b> .....	iv
<b>ABSTRAK</b> .....	v
<b>ABSTRACT</b> .....	vi
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	vii
<b>DAFTAR ISI</b> .....	viii
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	xii
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	xv
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	1
1.1 Latar Belakang Masalah .....	1
1.2 Rumusan Permasalahan .....	7
1.3 Tujuan Penelitian .....	8
1.4 Manfaat Penelitian .....	8
1.5 Sistematika Penulisan .....	9
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	12
2.1 Landasan Teori .....	12
2.1.1 Web 2.0 .....	12
2.1.2 <i>E-commerce</i> .....	13
2.1.3 <i>Social Commerce</i> .....	15
2.1.4 Perbedaan <i>E-Commerce</i> dengan <i>S-Commerce</i> .....	17

2.1.5 Evolusi <i>Social Commerce</i> .....	18
2.1.6 Keuntungan Pemilihan <i>Social Commerce</i> .....	20
2.1.7 Kepuasan Pembelian Pelanggan .....	21
2.1.8 Perkembangan Penggunaan Internet .....	22
2.2 Konsep Konstruk/Variabel .....	24
2.3 Tabulasi Penelitian .....	30
2.4 Pengajuan Hipotesis .....	31
2.5 Model Penelitian .....	36
<b>BAB III METODE PENELITIAN</b> .....	37
3.1 Objek Penelitian .....	37
3.2 <i>Unit Analysis</i> .....	40
3.3 Tipe Penelitian .....	40
3.4 Operational Variabel Penelitian .....	41
3.4.1 Variabel <i>Dependent</i> dan <i>Independent</i> .....	41
3.4.2 Variabel <i>Dummy</i> Tipe <i>Social Commerce</i> .....	42
3.4.3 Operational Variabel .....	42
3.5 Model Penelitian .....	45
3.5.1 Penentuan Jumlah Sampel .....	45
3.5.2 Metode Penarikan Sampel .....	46
3.6 Metode Pengumpulan Data .....	46
3.7 Metode Analisis Data .....	48
3.8 Pengujian Instrumen Penelitian .....	48
3.8.1 Uji Validitas dan Realibilitas .....	48

3.8.2 <i>Factor Analysis</i> .....	49
3.9 Hasil Uji Instrumen Pendahuluan .....	50
3.9.1 Uji Validitas .....	50
3.9.2 Uji Reliabilitas .....	55
3.9.3 Uji Reliabilitas Internal .....	61
3.9.4 <i>Discriminant Validity Test</i> .....	63
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN</b> .....	70
4.1 Hasil Penelitian .....	65
4.1.1 Profil Responden .....	66
4.1.1.1 Pesebaran Gender.....	66
4.1.1.3 Pesebaran Usia .....	67
4.1.1.4 Pesebaran Kuantitas Jumlah Transaksi Rata-rata perbulan ..	67
4.1.1.5 Pesebaran Kuantitas Jumlah Biaya Rata-rata perbulan .....	68
4.1.2 Deskripsi Konstruk Penelitian .....	69
4.1.2.1 Konstruk “Kualitas Sistem” .....	69
4.1.2.2 Konstruk “Kualitas Informasi” .....	69
4.1.2.3 Konstruk “Kualitas Layanan” .....	70
4.1.2.4 Konstruk “Penggunaan” .....	70
4.1.2.5 Konstruk “Kepuasan Pengguna” .....	71
4.1.2.6 Konstruk “Manfaat” .....	71
4.1.2.7 Konstruk “Individu” .....	71
4.1.2.8 Konstruk “Percakapan” .....	72
4.1.2.9 Konstruk “Komunitas” .....	72

4.1.2.10 Konstruk “Commerce” .....	73
4.1.3 Analisis Data Penelitian .....	73
4.1.3.1 Outer Model .....	73
4.1.3.2 Inner Model .....	92
4.2 Pembahasan .....	95
<b>BAB V KESIMPULAN</b> .....	98
5.1 Kesimpulan .....	98
5.2 Implikasi Manajerial .....	99
5.3 Keterbatasan dan Saran Penelitian Berikutnya .....	100
<b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....	101
<b>LAMPIRAN</b> .....	107



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 <i>Overview of Internet Use in Indonesia 2020</i> .....	2
Gambar 1.2 <i>Most Used Social Media Platform in Indonesia 2020</i> .....	3
Gambar 1.3 <i>Mobile Internet Use in Indonesia 2020</i> .....	4
Gambar 1.4 <i>E-commerce Activities in Indonesia 2020</i> .....	5
Gambar 1.5 <i>Mobile App Ranking: Active Users in Indonesia 2020</i> .....	9
Gambar 1.6 Sebaran Jumlah Pengguna Internet di Indonesia Tahun 2018 ....	10
Gambar 1.7 Sebaran Jumlah Penetrasi Pengguna Internet di Setiap Provinsi di Indonesia Tahun 2018 .....	11
Gambar 2.1 Grafik Pengguna Internet .....	23
Gambar 2.2 Model <i>Social Commerce</i> .....	26
Gambar 2.3 Model Penelitian <i>Social Commerce</i> Shopee .....	36
Gambar 3.1 Objek Penelitian .....	43
Gambar 4.1 Pesebaran Koresponden Berdasarkan <i>Gender</i> .....	66
Gambar 4.3 Pesebaran Koresponden Berdasarkan Usia .....	67
Gambar 4.4 Pesebaran Koresponden Berdasarkan Kuantitas Transaksi .....	68
Gambar 4.5 Pesebaran Koresponden Berdasarkan Kuantitas Biaya .....	69
Gambar 4.6 Model Pengukuran Dimensi Variabel Laten .....	85
Gambar 4.7 Hasil Uji Model Pengukuran Dimensi Variabel Laten .....	86

## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Pengguna Internet .....	23
Tabel 2.2 Konstruksi Variabel dan Sumber Jurnal .....	25
Tabel 2.3 Tabulasi Penelitian Sebelumnya .....	31
Tabel 3.1 Operasionalisasi Variabel .....	42
Tabel 3.2 Hasil Uji Validitas Kualitas Sistem .....	51
Tabel 3.3 Hasil Uji Validitas Kualitas Informasi .....	51
Tabel 3.4 Hasil Uji Validitas Kualitas Layanan .....	51
Tabel 3.5 Hasil Uji Validitas Penggunaan .....	52
Tabel 3.6 Hasil Uji Validitas Kepuasan Pengguna .....	52
Tabel 3.7 Hasil Uji Validitas Manfaat .....	53
Tabel 3.8 Hasil Uji Validitas Individu .....	53
Tabel 3.9 Hasil Uji Validitas Percakapan .....	53
Tabel 3.10 Hasil Uji Validitas Komunitas .....	54
Tabel 3.11 Hasil Uji Validitas <i>Commerce</i> .....	54
Tabel 3.12 Hasil Uji Reliabilitas Kualitas Sistem .....	55
Tabel 3.13 Hasil Uji Reliabilitas Kualitas Informasi .....	56
Tabel 3.14 Hasil Uji Reliabilitas Kualitas Layanan .....	57
Tabel 3.15 Hasil Uji Reliabilitas Penggunaan .....	57
Tabel 3.16 Hasil Uji Reliabilitas Kepuasan Pengguna .....	58
Tabel 3.17 Hasil Uji Reliabilitas Manfaat .....	58
Tabel 3.18 Hasil Uji Reliabilitas Individu .....	59

Tabel 3.19 Hasil Uji Reliabilitas Percakapan .....	60
Tabel 3.20 Hasil Uji Reliabilitas Komunitas .....	60
Tabel 3.21 Hasil Uji Reliabilitas <i>Commerce</i> .....	61
Tabel 3.22 Hasil Uji Reliabilitas Internal .....	62
Tabel 3.23 Hasil Uji <i>Average Variant Extracted</i> (AVE) .....	62
Tabel 3.24 Hasil <i>Discriminant Validity Test</i> .....	63
Tabel 4.1 Tabel Konstruk Kualitas Sistem .....	69
Tabel 4.2 Tabel Konstruk Kualitas Informasi .....	69
Tabel 4.3 Tabel Konstruk Kualitas Layanan .....	70
Tabel 4.4 Tabel Konstruk Penggunaan .....	70
Tabel 4.5 Tabel Konstruk Kepuasan Pengguna .....	71
Tabel 4.6 Tabel Konstruk Manfaat .....	71
Tabel 4.7 Tabel Konstruk Individu .....	71
Tabel 4.8 Tabel Konstruk Percakapan .....	72
Tabel 4.9 Tabel Konstruk Komunitas .....	72
Tabel 4.10 Tabel Konstruk <i>Commerce</i> .....	73
Tabel 4.11 Hasil Uji Validitas Kualitas Sistem .....	74
Tabel 4.12 Hasil Uji Validitas Kualitas Informasi .....	74
Tabel 4.13 Hasil Uji Validitas Kualitas Layanan .....	75
Tabel 4.14 Hasil Uji Validitas Penggunaan .....	75
Tabel 4.15 Hasil Uji Validitas Kepuasan Pengguna .....	75
Tabel 4.16 Hasil Uji Validitas Manfaat .....	76
Tabel 4.17 Hasil Uji Validitas Individu .....	76

Tabel 4.18 Hasil Uji Validitas Percakapan .....	77
Tabel 4.19 Hasil Uji Validitas Komunitas .....	77
Tabel 4.20 Hasil Uji Validitas <i>Commerce</i> .....	77
Tabel 4.21 Hasil Uji Reliabilitas Kualitas Sistem.....	79
Tabel 4.22 Hasil Uji Reliabilitas Kualitas Informasi.....	79
Tabel 4.23 Hasil Uji Reliabilitas Kualitas Layanan.....	80
Tabel 4.24 Hasil Uji Reliabilitas Penggunaan .....	80
Tabel 4.25 Hasil Uji Reliabilitas Kepuasan Pengguna .....	81
Tabel 4.26 Hasil Uji Reliabilitas Manfaat .....	82
Tabel 4.27 Hasil Uji Reliabilitas Individu .....	82
Tabel 4.28 Hasil Uji Reliabilitas Percakapan .....	83
Tabel 4.29 Hasil Uji Reliabilitas Komunitas .....	83
Tabel 4.30 Hasil Uji Reliabilitas <i>Commerce</i> .....	84
Tabel 4.31 Hasil Uji Confirmatory Analysis .....	87
Tabel 4.32 Hasil Uji Confirmatory Analysis Lanjutan .....	88
Tabel 4.33 Hasil Uji Reliabilitas Internal .....	91
Tabel 4.34 Hasil Uji <i>Average Variant Extracted (AVE)</i> .....	92
Tabel 4.35 Hasil <i>Discriminant Validity Test</i> .....	90
Tabel 4.36 Hasil Regresi Data Shopee .....	93



## DAFTAR LAMPIRAN

<b>Lampiran 1</b> Kuesioner .....	107
<b>Lampiran 2</b> Data Responden .....	112
<b>Lampiran 3</b> Rekapitulasi Jawaban Koresponden .....	138
<b>Lampiran 4</b> Hasil Turnitin.....	153

