

DAFTAR ISI

HALAMAN DEPAN	i
PERNYATAAN DAN PERSETUJUAN UNGGAH TUGAS AKHIR	ii
PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING TUGAS AKHIR	iii
LEMBAR PERSETUJUAN TIM PENGUJI TUGAS AKHIR	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR GAMBAR	ix
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR LAMPIRAN	xi
BAB I	
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Batasan Masalah.....	16
1.3 Rumusan Masalah	17
1.4 Tujuan Penelitian.....	18
1.5 Manfaat Penelitian	19
1.5.1 Manfaat Teoritis	19
1.5.2 Manfaat Praktis	19
1.6 Sistematika Penulisan.....	20
BAB II	23
TINJAUAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS	23
2.1 Tinjauan Pustaka	23
2.1.1 Perceived Risk.....	23
2.1.2 Perceived Usefulness	25
2.1.3 Perceived Ease of Use	26

2.1.4 Perceived Enjoyment	27
2.1.5 Personal Innovativeness	29
2.1.6 Customer Satisfaction	31
2.1.7 Intention to Reuse	33
2.2 Penelitian Terdahulu.....	35
2.3 Pengembangan Hipotesis	37
2.3.1 Pengaruh Perceived Risk terhadap Customer Satisfaction	37
2.3.2 Pengaruh Perceived Usefulness terhadap Customer Satisfaction ...	38
2.3.3 Pengaruh Perceived Ease of Use terhadap Customer Satisfaction...	39
2.3.4 Pengaruh Perceived Enjoyment terhadap Customer Satisfaction ...	40
2.3.5 Pengaruh Personal Innovativeness terhadap Customer Satisfaction	40
2.3.6 Pengaruh Customer Satisfaction terhadap Intention to Reuse	41
2.4 Model Penelitian	42
2.5 Bagan Alur Berfikir.....	43
BAB III	45
METODOLOGI PENELITIAN	45
3.1 Jenis Penelitian.....	45
3.1.1 Jenis Penelitian.....	45
3.1.2 Jenis Data	46
3.1.3 Sumber Data.....	47
3.2 Populasi dan Sampel	47
3.2.1 Populasi	47
3.2.2 Sampel.....	48
3.3 Metode Pengumpulan Data	50
3.4 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel	52
3.5 Metode Analisis Data	54
3.5.1 Pengolahan Data.....	54
3.5.2 Pengujian Hipotesis.....	55

BAB IV	68
ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN	68
4.1 Gambaran Umum Shopee	68
4.2 Analisa Data	70
4.2.1 Statistik Deskriptif	70
4.2.2 Analisis Deskriptif Variabel	83
4.2.3 Uji Validitas.....	94
4.2.4 Uji Reliability.....	95
4.2.5 Pengujian Asumsi Klasik Regresi	96
4.3 Metode Analisis Statistik.....	103
4.3.1 Analisis Regresi.....	103
4.3.2 Analisis Koefisien Korelasi.....	107
4.3.3 Analisis Koefisien Determinasi (R^2).....	107
4.4 Metode Pengujian Hipotesis	109
4.4.1 Uji Signifikansi Simultan (Uji-F).....	109
4.4.2 Uji Signifikansi Parsial (Uji-T).....	109
4.5 Pembahasan.....	112
BAB V	137
KONKLUSI, IMPLIKASI, DAN REKOMENDASI	137
5.1 Simpulan	137
5.1.1 Simpulan Atas Hipotesis	138
5.1.2 Simpulan Atas Masalah Penelitian.....	142
5.2 Implikasi.....	144
5.2.1 Implikasi Teoritis.....	144
5.2.2 Implikasi Manajerial	145
5.3 Rekomendasi	153
DAFTAR PUSTAKA.....	155
LAMPIRAN A	A-1
LAMPIRAN B: TABULASI DATA KUISIONER	B-1

LAMPIRAN C: HASIL PERHITUNGAN DAN PENGOLAHAN DATA . C-1

LAMPIRAN D: HASIL TURNITIN D-1



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Logo Shopee.....	7
Gambar 1.2 Tampilan Aplikasi Shopee Mobile.....	9
Gambar 1.3 Rata-rata jumlah pengunjung situs aplikasi Shopee per bulan.....	12
Gambar 1.4 Metode pembayaran Shopee	13
Gambar 1.5 Tampilan fitur belanja di shopee.....	14
Gambar 1.6 Kemudahan belanja di shopee bagi pemula	15
Gambar 1.7 Beragam pilihan produk shopee.....	15
Gambar 1.8 Tampilan Shopee Mall	16
Gambar 2.1 Hasil Penelitian Terdahulu	36
Gambar 2.2 Model Penelitian	42
Gambar 2.3 Bagan Alur Berpikir.....	43
Gambar 4.1 Diagram Pie responden berdasarkan usia	72
Gambar 4.2 Diagram Pie responden berdasarkan jenis kelamin	73
Gambar 4.3 Scatterplot Uji Normalitas Customer Satisfaction	97
Gambar 4.4 Scatterplot Uji Normalitas Intention to Reuse	98
Gambar 4.5 Scatterplot Uji Normalitas Intention to Reuse	98
Gambar 4.6 Scatterplot Uji Heterokedasitas Customer Satisfaction	100

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Daftar E-Commerce pilihan Masyarakat Indonesia Tahun 2022	10
Tabel 3.1 Desain Inti Kuesioner.....	51
Tabel 3.2 Definisi Operasional Variabel	53
Tabel 3.3 Rules of Thumb Mengenai Ukuran Koefisien Determinasi	66
Tabel 4.1 Responden Berdasarkan Usia.....	71
Tabel 4.2 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	73
Tabel 4.3 Derajat Penilaian Setiap Variabel	74
Tabel 4.4 Tanggapan Responden terhadap <i>Perceived Usefulness</i>	75
Tabel 4.5 Tanggapan Responden terhadap <i>Perceived Ease of Use</i>	76
Tabel 4.6 Tanggapan Responden terhadap <i>perceived Enjoyment</i>	77
Tabel 4.7 Tanggapan Responden terhadap <i>perceived Risk</i>	79
Tabel 4.8 Tanggapan Responden terhadap <i>Intention to Reuse</i>	80
Tabel 4.9 Tanggapan Responden terhadap <i>Customer Satisfaction</i>	81
Tabel 4.10 Tanggapan Responden terhadap <i>Personal Innovativeness</i>	82
Tabel 4.11 Distribusi Jawaban Responden terhadap Variabel <i>Personal Innovativeness</i>	84
Tabel 4.12 Distribusi Jawaban Responden terhadap Variabel <i>Customer Satisfaction</i>	85
Tabel 4.13 Distribusi Jawaban Responden terhadap Variabel <i>Intention to Reuse</i>	86
Tabel 4.14 Distribusi Jawaban Responden terhadap Variabel <i>Perceived Risk</i>	88
Tabel 4.15 Distribusi Jawaban Responden terhadap Variabel <i>Perceived Enjoyment</i>	90
Tabel 4.16 Distribusi Jawaban Responden terhadap Variabel <i>Perceived Ease of Use</i>	91
Tabel 4.17 Distribusi Jawaban Responden terhadap Variabel <i>Perceived Usefulness</i>	92
Tabel 4.18 Hasil Uji Validitas Variabel <i>Perceived Usefulness</i>	94
Tabel 4.19 Hasil Uji Validitas Variabel <i>Perceived Ease of Use</i>	94
Tabel 4.20 Hasil Uji Validitas Variabel <i>Perceived Enjoyment</i>	94
Tabel 4.21 Hasil Uji Validitas Variabel <i>Perceived Risk</i>	94
Tabel 4.22 Hasil Uji Validitas Variabel <i>Intention to Reuse</i>	95

Tabel 4.23 Hasil Uji Validitas Variabel <i>Customer Satisfaction</i>	95
Tabel 4.24 Hasil Uji Validitas Variabel <i>Personal Innovativeness</i>	95
Tabel 4.25 Uji Reliabilitas.....	95
Tabel 4.26 Uji kolmogorov Smirnov (K-S)	96
Tabel 4.27 Nilai Tolerance dan VIF	98
Tabel 4.28 Hasil Spearman Test Correlation.....	101
Tabel 4.29 Hasil Uji Linearitas	102
Tabel 4.30 Hasil Uji Regresi Sederhana (CS*IR).....	103
Tabel 4.31 Hasil Uji Regresi Berganda (PR, PU, PEU, PE, PI*CS).....	104
Tabel 4.32 Hasil Koefisien determinasi 1	107
Tabel 4.33 Hasil Koefisien determinasi 2	108
Tabel 4.34 Hasil Uji F	108
Tabel 4.35 Hasil Uji T	110
Tabel 4.36 Indikator Variabel <i>Customer Satisfaction</i>	123
Tabel 4.37 Indikator Variabel <i>Perceived Risk</i>	124
Tabel 4.38 Indikator Variabel <i>Perceived Usefulness</i>	127
Tabel 4.39 Indikator Variabel <i>Perceived Ease of Use</i>	129
Tabel 4.40 Indikator Variabel <i>Perceived Enjoyment</i>	130
Tabel 4.41 Indikator Variabel <i>Personal Innovativeness</i>	132
Tabel 4.42 Indikator Variabel <i>Intention to Reuse</i>	134
Tabel 5.1 Implikasi Teoritis.....	144
Tabel 5.2 Implikasi Manajerial	150

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN A: KUESIONER.....	A-1
LAMPIRAN B: TABULASI DATA KUESIONER	B-2
LAMPIRAN C: HASIL PENGOLAHAN DATA	C-3
LAMPIRAN D: HASIL TURNITIN	D-4

