

DAFTAR ISI

PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING TUGAS AKHIR	iii
ABSTRAK	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR	x
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	8
1.3 Tujuan Penelitian	9
1.4 Manfaat Penelitian	10
1.4.1 Manfaat Akademis	10
1.4.2 Manfaat Praktis	11
1.5 Batasan Penelitian	11
1.6 Sistematika Penulisan	12
BAB II	14
LITERATURE REVIEW	14
2.1 Tinjauan Pustaka	14
2.1.1 Ease of Use	14
2.1.2 Internet Skills	15
2.1.3 Website Trust	16
2.1.4 Purchase Intention	17
2.2 Pengembangan Hipotesis	17
2.2.1 Ease of Use dan Website Trust	18
2.2.2 Ease of Use dan Purchase Intention	18
2.2.3 Internet Skills dan Website Trust	19
2.2.4 Internet Skills dan Purchase Intention	20
2.2.5 Website Trust dan Purchase Intention	20
2.4 Model Penelitian Acuan	21
BAB III	23
METODOLOGI PENELITIAN	23
3.1 Objek Penelitian	23
3.2 Unit Analisis	23
3.3. Metode Penelitian	24
3.4. Populasi dan Sampel	25
3.4.1. Jumlah Sampel	25

3.4.2 Teknik Pengambilan Sampel	26
3.5 Definisi Konseptual dan Operasional Variabel	28
3.6 Teknik Analisis Data	34
3.7 Pengujian Instrumen Penelitian	34
3.7.1 Uji Validitas	34
3.7.2 Uji Reliabilitas	35
3.7.3 Uji Inner Model	36
BAB IV	38
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	38
4.1 Hasil Penelitian	38
4.1.1 Usia	39
4.1.2 Jenis Kelamin	40
4.1.3 Pekerjaan	41
4.2 Analisis Perilaku Responden	42
4.2.1 Penggunaan Skincare atau Makeup	42
4.2.2 Pengetahuan terhadap SOCO by Sociolla	43
4.2.3 Penggunaan SOCO by Sociolla	44
4.2.4 Niat Beli terhadap SOCO by Sociolla	45
4.3 Analisis Data Penelitian	46
4.3.1 Analisis Deskriptif Variabel Ease of Use	47
4.3.2 Analisis Deskriptif Variabel Internet Skills	48
4.3.3 Analisis Deskriptif Variabel Website Trust	50
4.3.4 Analisis Deskriptif Variabel Purchase Intention	51
4.4 Analisis Hasil Uji Pre-Test	52
4.5 Analisis Hasil Uji Main Test	54
4.5.1 Outer Model	54
4.5.2 Inner Model	63
4.5.5 Pengujian Hipotesis	65
4.5.5.1 Ease of Use berpengaruh positif terhadap Website Trust.	67
4.5.5.2 Ease of Use berpengaruh positif terhadap Purchase Intention.	67
4.5.5.3 Internet Skills berpengaruh positif terhadap Website Trust	68
4.5.5.4 Internet Skills berpengaruh positif terhadap Purchase Intention.	69
4.5.5.5 Website Trust berpengaruh positif terhadap Purchase Intention.	70
4.6 Pembahasan	71
BAB V	73
KESIMPULAN	73
5.1. Kesimpulan	73
5.2. Implikasi Teoritis	74
5.3. Implikasi Manajerial	75
5.4. Limitasi	77
5.5. Saran	78

REFERENSI	80
LAMPIRAN A	87
LAMPIRAN B	98



DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Definisi Konseptual dan Definisi Operasional Variabel.....	28
Tabel 4.1 Profil Usia Responden Penelitian.....	39
Tabel 4.2 Profil Jenis Kelamin Responden Penelitian	40
Tabel 4.3 Profil Pekerjaan Responden Penelitian.....	41
Tabel 4.4 Penggunaan Skincare atau Makeup Responden Penelitian.....	42
Tabel 4.5 Pengetahuan Responden Penelitian Terhadap SOCO by Sociolla	43
Tabel 4.6 Penggunaan SOCO by Sociolla Responden Penelitian	44
Tabel 4.7 Niat Beli Responden Penelitian.....	45
Tabel 4.8 Kategori Interval Penelitian	47
Tabel 4.8 Analisis Deskriptif Ease of Use	47
Tabel 4.9 Analisis Deskriptif Internet Skills	48
Tabel 4.10 Analisis Deskriptif Website Trust	50
Tabel 4.11 Analisis Deskriptif Purchase Intention	51
Tabel 4.12 Hasil Pengujian Pre-Test	52
Tabel 4.13 Hasil Pengujian Uji Heterotrait-monotrait (HTMT).....	53
Tabel 4.14 Hasil Pengujian Outer Loading Main Test.....	56
Tabel 4.15 Hasil Pengujian Reliabilitas Main Test	58
Tabel 4.16 Hasil Pengujian Fornell-Larcker Main Test.....	61
Tabel 4.17 Hasil Pengujian Uji Heterotrait-monotrait (HTMT) Main Test	62
Tabel 4.18 Hasil Pengujian R-Square Main Test	64
Tabel 4.19 Hasil Pengujian VIF Main Test.....	65
Tabel 4.19 Hasil Pengujian Hipotesis	66

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Data Penggunaan Aplikasi dan Website Terbanyak	2
Gambar 1.2 10 Negara dengan Perkembangan E-Commerce 2023.....	3
Gambar 1.3 Website SOCO by Sociolla	4
Gambar 1.4 Peta Persaingan E-Commerce Indonesia 2019	5
Gambar 1.5 Net Sales E-Commerce Sociolla.....	6
Gambar 1.6 Pilot Test Penggunaan SOCO by Sociolla	6
Gambar 1.7 Pilot Test Pilihan Toko Offline	7
Gambar 2.1 Model Penelitian.....	22
Gambar 4.1 Profil Usia Responden Penelitian	40
Gambar 4.2 Profil Jenis Kelamin Responden Penelitian	41
Gambar 4.3 Profil Pekerjaan Responden Penelitian	43
Gambar 4.4 Penggunaan Skincare Makeup Responden Penelitian	45
Gambar 4.5 Pengetahuan Responden Penelitian terhadap SOCO by Sociolla	46
Gambar 4.6 Penggunaan SOCO by Sociolla Responden Penelitian.....	48
Gambar 4.7 Niat Beli Responden Penelitian.....	49
Gambar 4.8 Outer Model Penelitian	59
Gambar 4.9 Inner Model Penelitian.....	66