

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
DAFTAR ISI.....	v
DAFTAR TABEL.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	xi
 BAB 1 PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Identifikasi Masalah	17
1.3 Tujuan Penelitian.....	18
1.4 Manfaat Penelitian.....	19
 BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Landasan Teori	20
2.1.1 Niat Beli Online	20

2.1.2 Faktor Kepercayaan	25
2.1.3 <i>Technology Acceptance Model (TAM)</i>	42
2.1.3.1 Kegunaan yang dirasakan.....	46
2.1.3.2 Kemudahan penggunaan yang dirasakan	47
2.2 Rerangka Pemikiran	48
2.2.1 Hubungan faktor kepercayaan terhadap niat beli online.....	49
2.2.2 Hubungan kegunaan yang dirasakan terhadap niat beli online.....	52
2.2.3 Hubungan kemudahan penggunaan yang dirasakan terhadap niat beli online.....	54

BAB 3 METODE PENELITIAN

3.1 Metode Penelitian.....	57
3.2 Objek Penelitian	57
3.3 Unit Analisis.....	57
3.4 Populasi dan Sampel.....	58
3.5 Alat Ukur	59

3.5.1 Variabel Independen	60
3.5.2 Variabel Dependen.....	60
3.6 Pengumpulan Data.....	68
3.7 Analisis Data	69
3.7.1 <i>Goodness of Measurement</i>	69
3.7.2 Analisis Deskriptif	71
3.7.3 Uji Asumsi Klasik.....	72
3.7.3.1 Uji Heteroskedastisitas	72
3.7.3.2 Uji Multikolinearitas	73
3.7.3.3 Uji Linearitas.....	73
3.7.3.4 Uji Normalitas	73
3.7.4 Uji Hipotesis	74

BAB 4 HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Profil <i>E-Commerce</i>	75
4.2 Profil Responden	77
4.3 Pembahasan Penelitian	77
4.3.1 Uji Validitas.....	77

4.3.2 Uji Reliabilitas.....	85
4.3.3 Analisis Deskriptif.....	87
4.3.4 Uji Asumsi Klasik	90
4.3.5 Uji Hipotesis.....	94
4.4 Implikasi Hasil Penelitian.....	97

BAB V SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan.....	101
5.2 Saran.....	103

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN