

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL .....	i
HALAMAN PERSETUJUAN .....	ii
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS .....	iii
ABSTRAK .....	iv
<i>ABSTRACT</i> .....	v
KATA PENGANTAR .....	vi
DAFTAR ISI .....	viii
DAFTAR TABEL .....	ix
DAFTAR GAMBAR .....	x
DAFTAR LAMPIRAN .....	xi
<b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian .....	1
1.2 Latar Belakang .....	6
1.3 Peumusan Masalah .....	12
1.4 Tujuan Penelitian .....	13
1.5 Kegunaan Penelitian .....	13
1.5.1 Aspek Teoritis .....	13
1.5.2 Aspek Praktis .....	14
1.6 Sistematika Penulisan .....	15
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN LINGKUP PENELITIAN .....</b>	<b>16</b>
2.1 Tinjauan Pustaka .....	16
2.1.1 Pemasaran .....	16
2.1.2 Internet .....	17
2.1.3 Pemasaran Saluran <i>Online</i> .....	18
2.1.4 <i>E-commerce</i> .....	20
2.1.5 <i>E-Travel</i> .....	22
2.1.6 <i>Technology Acceptance Model (TAM)</i> .....	24

2.1.7 Persepsi Kegunaan ( <i>Perceived Usefulness</i> ) .....	27
2.1.8 Persepsi Kemudahan Penggunaan ( <i>Perceived Ease of Use</i> ) .....	28
2.1.9 Risiko Persepsian ( <i>Perceived Risk</i> ) .....	29
2.1.10 Perilaku Konsumen dan Keputusan Pembelian .....	31
2.1.11 <i>Intention to Transact</i> (Niat Pembelian) pada <i>E-Commerce</i> .....	33
2.1.12 Keputusan Pembelian <i>E-Commerce</i> .....	35
2.1.13 Keterkaitan Antar Variabel .....	37
2.1.14 Penelitian Terdahulu .....	41
2.2 Kerangka Pemikiran .....	53
2.3 Hipotesis .....	55
2.4 Ruang Lingkup Penelitian .....	55
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN .....</b>	<b>57</b>
3.1 Jenis Penelitian .....	57
3.2 Operasionalisasi Variabel .....	58
3.2.1 Variabel Operasional .....	60
3.2.2 Operasionalisasi Variabel .....	62
3.3 Skala Pengukuran .....	68
3.4 Tahapan Penelitian .....	69
3.5 Pengumpulan Data .....	70
3.5.1 Jenis Data .....	70
3.5.2 Teknik Pengumpulan Data .....	70
3.6 Populasi dan Sampel .....	71
3.6.1 Populasi .....	71
3.6.2 Sampel .....	72
3.6.3 Teknik Pengambilan Sampel .....	73
3.7 Uji Validitas dan Reliabilitas .....	73
3.7.1 Uji Validitas .....	74

3.7.2 Uji Reliabilitas .....	77
3.8 Teknik Analisis Data .....	79
3.8.1 Analisis Deskriptif .....	79
3.8.2 <i>Methods Successive Interval</i> (MSI) .....	80
3.8.3 Uji Asumsi Klasik .....	81
3.8.4 Analisis Regresi Linear Berganda .....	83
3.9 Uji Hipotesis .....	83
3.9.1 Uji Hipotesis Secara Simultan .....	84
3.9.2 Koefisien Determinan .....	85
3.9.3 Uji Hipotesis Secara Parsial .....	86
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>88</b>
4.1 Karakteristik Responden .....	88
4.2 Hasil Penelitian .....	95
4.2.1 Tanggapan Responden Terhadap <i>Perceived Usefulness</i> .....	95
4.2.2 Tanggapan Responden Terhadap <i>Perceived Ease of Use</i> .....	100
4.2.3 Tanggapan Responden Terhadap <i>Perceived Risk</i> .....	102
4.2.4 Tanggapan Responden Terhadap <i>Intention to Transact</i> .....	104
4.3 Transformasi Data .....	109
4.4 Uji Asumsi Klasik .....	110
4.4.1 Uji Normalitas .....	110
4.4.2 Uji Multikolinearitas .....	112
4.4.3 Uji Heterokedastisitas .....	113
4.5 Analisis Regresi Linear Berganda .....	114
4.6 Uji Hipotesis .....	116
6.1.1 Uji Hipotesis Secara Simultan (Uji F) .....	116
4.6.2 Uji Koefisien Determinan .....	117
4.6.3 Uji Hipotesis Secara Parsial (Uji t) .....	117

4.7 Pembahasan dan Analisis Hasil Penelitian .....	119
4.7.1 Variabel <i>Perceived Usefulness</i> .....	119
4.7.2 Variabel <i>Perceived Ease of Use</i> .....	119
4.7.3 Variabel <i>Perceived Risk</i> .....	120
4.7.4 Variabel <i>Intention to Transact</i> .....	120
4.7.5 Pengaruh <i>Perceived Usefulness</i> terhadap <i>Intention to Transact</i> ...	121
4.7.6 Pengaruh <i>Perceived Ease of Use</i> terhadap <i>Intention to Transact</i> ..	122
4.7.7 Pengaruh <i>Perceived Risk</i> terhadap <i>Intention to Transact</i> .....	123
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>126</b>
5.1 Kesimpulan .....	126
5.2 Saran .....	128
5.2.1 Saran Bagi Perusahaan .....	128
5.2.2 Saran Bagi Penelitian Selanjutnya .....	129
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>130</b>
<b>LAMPIRAN .....</b>	