

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS	iii
HALAMAN PENGESAHAN PENGUJI DAN KETUA PRODI	iv
ABSTRAK	vi
<i>ABSTRACT</i>	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	1
1.2 Latar Belakang	1
1.3 Perumusan Masalah	13
1.4 Tujuan Penelitian	13
1.5 Manfaat Penelitian	14
1.6 Sistematika Penulisan	15
BAB II.....	16
TINJAUAN PUSTAKA DAN LINGKUP PENELITIAN	16
2.1 Landasan Teori.....	16
2.1.1 <i>UTAUT Theory</i>	16
2.1.2 <i>Performance Expectancy</i>	17
2.1.3 <i>Effort Expectancy</i>	18
2.1.4 <i>Social Influence</i>	19
2.1.5 <i>Behavioral Intention</i>	19

2.1.6 Use Behavior	20
2.1.7 Cash on Delivery (COD) System.....	21
2.2 Hubungan Antar Variabel	22
2.2.1 Hubungan Antara Performance Expectancy dengan Behavioral Intention	22
2.2.2 Hubungan Antara Effort Expectancy dengan Behavioral Intention	22
2.2.3 Hubungan Antara Social Influence dengan Behavioral Intention	23
2.2.4 Hubungan Antara Behavioral Intention dengan Use Behavior.....	23
2.3 Penelitian Terdahulu	24
2.4 Kerangka Pemikiran.....	34
2.5 Hipotesis Penelitian.....	34
2.6 Ruang Lingkup Penelitian.....	35
BAB III	37
METEDOLOGI PENELITIAN	37
3.1 Jenis Penelitian.....	37
3.2 Operasional Variabel.....	37
3.2.1 Variabel	39
3.2.2 Skala Pengukuran.....	41
3.3 Tahapan Penelitian	42
3.4 Populasi Sampel	43
3.4.1 Populasi.....	43
3.4.2 Sampel.....	44
3.5 Pengumpulan Data	46
3.5.1 Data Primer	46
3.5.2 Data Sekunder	46
3.6 Uji Validitas dan Reliabilitas	46
3.6.1 Uji Validitas	47
3.6.2 Uji Reliabilitas	47
3.7 Teknik Analisis Data dan Pengujian Hipotesis	48
3.7.1 Data Screening	49
3.7.2 Data Cleaning.....	50
3.7.3 Analisis Deskriptif	51

3.7.2 Structural Equation Modeling-Partial Least Square	53
3.7.4 Partial Least Square	53
3.7.5 Pengukuran Model (<i>Outer Model</i>)	53
3.7.6 Pengukuran Struktural (<i>Inner Model</i>)	55
3.7.7 Pengujian Hipotesis.....	56
BAB IV	58
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	58
4.1 Pengumpulan Data	58
4.2 Karakteristik Responden	58
4.2.1 Karakteristik Responden berdasarkan Jenis Kelamin	59
4.2.2 Karakteristik Responden berdasarkan Profesi Saat Ini	60
4.2.3 Karakteristik Responden berdasarkan Platform E-Commerce yang digunakan	61
4.3 Hasil Data Screening.....	62
4.4 Hasil Data Cleaning	64
4.5 Hasil Penelitian	66
4.5.1 Analisis Deskriptif Variabel Performance Expectancy.....	66
4.5.2 Analisis Deskriptif Variabel Effort Expectancy	68
4.5.3 Analisis Deskriptif Variabel Social Influence.....	70
4.5.4 Analisis Deskriptif Variabel Behavioral Intention.....	73
4.5.5 Analisis Deskriptif Variabel Use Behavior.....	75
4.6 Analisis Structural Equation Modelling (SEM).....	77
4.6.1 Hasil Pengukuran Model (<i>Outer Model</i>)	77
4.7 Hasil Struktural (Inner Model).....	81
4.7.1 Koefisien Determinasi (<i>R-Square</i>).....	82
4.7.2 Predictive Relevance (Q²).....	83
4.7.3 Effect Size (<i>f-Square</i>).....	83
4.7.4 Uji Hipotesis	84
4.8 Hasil Penelitian dan Pembahasan	87
4.8.1 <i>Performance Expectancy</i> berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap <i>Behavioral Intention</i>	87
4.8.2 <i>Effort Expectancy</i> berpengaruh positif dan signifikan terhadap <i>Behavioral Intention</i>	88

4.8.3 <i>Social Influence</i> berpengaruh positif dan signifikan terhadap <i>Behavioral Intention</i>	89
4.8.4 <i>Behavioral Intention</i> berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap <i>Use Behavior</i>	90
4.8.5 <i>Performance Expectancy</i> berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap <i>Use Behavior</i> melalui <i>Behavioral Intention</i>	90
4.8.6 <i>Effort Expectancy</i> berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap <i>Use Behavior</i> melalui <i>Behavioral Intention</i>	91
4.8.7 <i>Social Influence</i> berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap <i>Use Behavior</i> melalui <i>Behavioral Intention</i>	91
BAB V	93
KESIMPULAN DAN SARAN.....	93
5.1 Kesimpulan	93
5.2 Saran.....	95
DAFTAR PUSTAKA	101
LAMPIRAN.....	109