

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN PENGUJI	iii
HALAMAN PERNYATAAN	iv
PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI	v
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	vi
ABSTRACT.....	vii
ABSTRAK	viii
INTISARI.....	ix
KATA PENGANTAR	xiii
DAFTAR ISI.....	xv
DAFTAR TABEL.....	xviii
DAFTAR GAMBAR	xix
DAFTAR LAMPIRAN.....	xx
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah	7
1.3 Tujuan Penelitian.....	7
1.4 Manfaat Penelitian.....	8
BAB II LANDASAN TEORI	10
2.1 Teori	10
2.2 Variabel Penelitian	12
2.3 Kerangka Pemikiran Teoritis dan Pengembangan Hipotesis	18
2.4 Model Kerangka Penelitian Empirik.....	22
BAB III METODE PENELITIAN.....	23
3.1 Jenis Penelitian	23
3.2 Populasi dan Penentuan Sampel.....	23
3.6.1 Populasi.....	23
3.6.2 Sampel.....	23

3.3	Sumber Data dan Jenis Data.....	24
3.4	Metode Pengumpulan Data	25
3.5	Variabel Penelitian	26
3.6	Teknik Analisis Data	28
4.2.1	Analisis Deskriptif	28
4.2.2	Uji Kualitas Data.....	28
4.2.3	Uji Asumsi Klasik.....	29
4.2.4	Uji Hipotesis	31
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		36
4.1	Deskripsi Karakteristik Responden	36
4.2	Deskripsi Variabel Penelitian	38
4.3.1	Deskripsi Variabel Self-efficacy	38
4.3.2	Deskripsi Variabel Source Credibility	40
4.3.3	Deskripsi Variabel Perceived Usefulness	41
4.3.4	Deskripsi Variabel Behaviour Intention.....	43
4.3	Analisis Data	44
4.5.1	Uji Validitas dan Uji Reliabilitas	44
4.4	Uji Asumsi Klasik	47
4.5	Analisis Regresi Berganda	51
4.5.1	Uji Regresi Linear Berganda.....	51
4.6	Uji Hipotesis.....	53
4.7	Pembahasan	61
4.7.1	Pengaruh <i>Self - efficacy</i> Terhadap <i>Perceived Usefulness</i>	61
4.7.2	Pengaruh <i>Source Credibility</i> Terhadap <i>Perceived Usefulness</i>	63
4.7.3	Pengaruh <i>Self-efficacy</i> Terhadap <i>Behaviour Intention</i>	64
4.7.4	Pengaruh <i>Source Credibility</i> Terhadap <i>Behaviour Intention</i>	65
4.7.5	Pengaruh <i>Perceived Usefulness</i> Terhadap <i>Behaviour Intention</i>	67
4.7.6	Pengaruh <i>Perceived Usefulness</i> untuk <i>Self-efficacy</i> Terhadap <i>Behaviour Intention</i>	69
4.7.7	Pengaruh <i>Perceived Usefulness</i> untuk <i>Source Credibility</i> Terhadap <i>Behaviour Intention</i>	69

BAB V PENUTUP.....	71
5. 1 Kesimpulan.....	71
5. 2 Implikasi Manajerial.....	73
5. 3 Keterbatasan Penelitian	74
5. 4 Agenda Penelitian Mendatang.....	75
DAFTAR PUSTAKA	76
LAMPIRAN	89

DAFTAR TABEL

Tabel 3. 1 Variabel dan Indikator	27
Tabel 4. 1 Hasil Karakteristik Responden	37
Tabel 4. 2 Nilai Indeks Responden Variabel Self-Efficacy	39
Tabel 4. 3 Nilai Indeks Responden Variabel Source Credibility	40
Tabel 4. 4 Nilai Indeks Responden Variabel Perceived Usefulness	42
Tabel 4. 5 Nilai Indeks Responden Variabel Behaviour Intention	43
Tabel 4. 6 Uji Validitas dan Uji Reliabilitas Variabel Penelitian	46
Tabel 4. 7 Uji Normalitas	48
Tabel 4. 8 Uji Multikolinearitas	49
Tabel 4. 9 Hasil Uji Regresi Linear Berganda	51
Tabel 4. 10 Uji Goodness of Fit Model Persamaan Regresi	54
Tabel 4. 11 Hasil Uji Statistik t	56
Tabel 4. 12 Estimasi Parameter untuk Jalur Efek Tidak Langsung (Uji Sobel) ...	60
Tabel 4. 13 Estimasi Parameter untuk Jalur Efek Total (Uji Sobel)	61

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Pengguna smartphome di Indonesia tahun 2013-2018.....	2
Gambar 1. 2 Persentase pengguna mobile shopping di Indonesia 2018 (melalui smartphone & desktop)	4
Gambar 2. 1 Kerangka Penelitian Empirik	22
Gambar 3. 1 Sobel Test Model 1	35
Gambar 3. 2 Sobel Test Model 2	35
Gambar 4. 1 Scatterplot (Model 1)	50
Gambar 4. 2 Scatterplot (Model 2)	50

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian.....	90
Lampiran 2 Hasil Kuesioner Responden.....	93
Lampiran 3 Hasil Olah Data SPSS.....	97
Lampiran 4 Tabel t.....	112
Lampiran 5 Tabel F.....	115