

Daftar Isi

Halaman Judul	i
HALAMAN PERSETUJUAN	Error! Bookmark not defined.
HALAMAN PENGESAHAN	Error! Bookmark not defined.
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI ..	Error! Bookmark not defined.
ABSTRACT	v
ABSTRAK	viii
INTISARI	ix
KATA PENGANTAR	xi
Daftar Isi	xiv
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Rumusan Masalah	7
1.3 Pertanyaan Penelitian	8
1.4 Tujuan Penelitian.....	8
1.5 Manfaat Penelitian.....	8
BAB II	10
TINJAUAN PUSTAKA	10
2.1.1 <i>Consumer Empowerment</i> (Pemberdayaan Konsumen).....	10
2.1.2 <i>Perceived Ease of Use</i> (Persepsi Kemudahan Penggunaan).....	14

2.1.3 <i>Source Credibility</i> (Kredibilitas Sumber)	16
2.1.4 <i>Electronic Word of Mouth</i> (Kata elektronik dari mulut ke mulut).....	19
2.1.5 <i>Mobile Shopper Purchase Intention</i> (Niat Beli)	22
2.2 Hubungan Antar Variabel	24
2.2.1 Pengaruh <i>Perceived Ease of Use</i> pada <i>Mobile Shopper Purchase Intention</i>	24
2.2.2 Pengaruh <i>Consumer Empowerment</i> terhadap <i>Mobile Shopper Purchase Intention</i>	27
2.2.3 Hubungan antara <i>Source Credibility</i> dan <i>Mobile Shopper Purchase Intention</i> dan Efek Moderasi dari <i>E-wom</i>	29
2.3 Model Kerangka Pikiran	32
BAB III.....	33
METODE PENELITIAN	33
3.1 Jenis Penelitian	33
3.2 Populasi dan Sample	33
3.3 Sumber dan Jenis Data	35
3.4 Metode Pengumpulan Data	35
3.5 Variabel dan Indikator.....	36
3.6 Teknik Analisis	38
3.6.1 Uji Validitas	38
3.6.2 Uji Reliabilitas	38
3.6.3 Uji Asumsi Klasik.....	39
3.6.4 Analisis Data.....	41
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	44

4.1	Gambaran Umum Objek Penelitian / Responden	44
4.2	Deskripsi Variabel Penelitian.....	46
4.3	Deskripsi Variabel Penelitian.....	46
4.4	Uji Validitas dan Reliabilitas	56
4.5	Analisis Regresi Berganda	58
4.6	Pembahasan Hasil Penelitian	67
BAB V.....		76
PENUTUP.....		76
5.1	Simpulan	76
5.2	Implikasi Manajerial	77
5.3	Keterbatasan Penelitian	79
5.4	Agenda Penelitian Mendatang	79
DAFTAR PUSTAKA		81
LAMPIRAN.....		87

Daftar Tabel

Tabel 1 Gross Merchandise Value	3
Tabel 2 Variabel dan Indikator	37
Tabel 3 Data Responden	45
Tabel 4 Nilai Ideks Consumer Empowerment	47
Tabel 5 Nilai Indeks Source Credibility.....	49
Tabel 6 Nilai Indeks Perceived Ease of Use	51
Tabel 7 Nilai Indeks <i>e-wom</i>	53
Tabel 8 Nilai Indeks MSPI.....	55
Tabel 9 Uji Validitas dan Reliabilitas	57
Tabel 10 Uji Kelayakan Model	59
Tabel 11 Uji Kolmogorov Smirnov	60
Tabel 12 Uji Multikolinieritas.....	63
Tabel 13 Uji Hipotesis	64

Daftar Gambar

Figure 1 Kerangka Pikir	32
Figure 2 Heteroskedastisitas Model 1	61
Figure 3 Heteroskedastisitas Model 2	62

Daftar Lampiran

Lampiran 1 Kuesonaire Penelitian	87
Lampiran 2 Uji Validitas dan Reliabilitas.....	92
Lampiran 3 Uji Asumsi Klasik	102
Lampiran 4 Uji Regresi Linear Berganda	106