

DAFTAR ISI

COVER	i
PERSETUJUAN PEMBIMBING SKRIPSI	ii
PENGESAHAN MUNAQOSYAH	iii
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	iv
ABSTRAK	v
MOTTO	iii
PERSEMBAHAN	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	ix
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	7
C. Tujuan Penelitian	8
D. Manfaat Penelitian	8
E. Sistematika Penelitian	8
BAB II	10
LANDASAN TEORI	10
A. Deskripsi Teori	10
B. Kerangka Berpikir	17
C. Penelitian Terdahulu	18
D. Hipotesis Penelitian	22
BAB III	26
METODE PENELITIAN	26
A. Jenis dan Pendekatan	26
B. Populasi dan Sampel	26
C. Identifikasi Variabel Penelitian	27
D. Definisi Variabel Operasional	28
E. Teknik Pengumpulan Data	31
F. Uji Validitas dan Reliabilitas	33
G. Uji Asumsi Klasik	33
H. Teknik Analisis Data	35
BAB IV	38
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	38
A. Hasil Penelitian	38
B. Pembahasan	52

BAB V	58
PENUTUP	58
A. Kesimpulan.....	58
B. Saran.....	59
DAFTAR PUSATAKA	
LAMPIRAN	



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Research Gap Analisa Pendekatan Tam & Self Efficacy	4
Tabel 2.1	Hasil Penelitian Terdahulu	18
Tabel 3.1	Definisi variabel operasional.....	28
Tabel 4. 1	Program Studi	38
Tabel 4. 2	Intensitas Belanja Responden.....	39
Tabel 4. 3	Kategorisasi Variabel Persepsi Penggunaan.....	40
Tabel 4. 4	Kategorisasi Variabel Persepsi Kemudahan Penggunaan...	40
Tabel 4. 5	Kategorisasi Variabel Sikap Menggunakan Teknologi	41
Tabel 4. 6	Kategorisasi Variabel Kemampuan Menggunakan Teknologi.....	41
Tabel 4. 7	Kategorisasi Variabel Niatan Adopsi E-commerce	42
Tabel 4. 8	Hasil Uji Validitas Penelitian.....	42
Tabel 4. 9	Hasil Uji Reliabilitas	43
Tabel 4. 10	Uji Normalitas.....	45
Tabel 4. 11	Uji Glejser.....	45
Tabel 4. 12	Uji Multikolonieritas	46
Tabel 4. 13	Regresi Linier Berganda	47
Tabel 4. 14	Koefisiensi Determinan (R^2)	49
Tabel 4. 15	Hasil Uji F.....	50
Tabel 4. 16	Hasil Uji t- Uji Parsial.....	51