

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	ii
DAFTAR TABEL.....	vi
DAFTAR GAMBAR	vii
DAFTAR LAMPIRAN.....	viii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	3
1.3. Tujuan Penelitian.....	4
1.3.1. Tujuan Umum.....	4
1.3.2. Tujuan Khusus	4
1.4. Manfaat Penelitian.....	5
BAB II TELAAH PUSTAKA DAN PERUMUSAN HIPOTESIS	6
2.1. Telaah Pustaka.....	6
2.1.1. Remaja	6
2.1.2. Kemunculan dan Perkembangan Technology Acceptance Model (TAM)	8
2.1.3. <i>Innovation Diffusion Theory</i> (IDT)	11
2.2. Penelitian yang Relevan	14
2.3. Perumusan Hipotesis	39
2.4. Kerangka Pemikiran	43
BAB III METODE PENELITIAN.....	44

3.1. Unit Analisis dan Ruang Lingkup Penelitian	44
3.1.1. Subjek Penelitian	44
3.1.2. Tempat Penelitian	44
3.1.3. Waktu Penelitian.....	44
3.2. Teknik Penentuan Populasi dan Sampel.....	45
3.2.1. Populasi.....	45
3.2.2. Sampel	45
3.2.3. Teknik Pengambilan Sampel	46
3.3. Metode Penelitian.....	46
3.4. Operasionalisasi Variabel Penelitian.....	48
3.5. Metode Analisis Data	53
BAB IV ANALISA DAN PEMBAHASAN	57
4.1. Pengujian Instrumen	57
4.1.1. Uji Validitas Kuesioner.....	57
4.1.2. Uji Reliabilitas Kuesioner	65
4.2. Profil Responden	66
4.2.1. Demografi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	67
4.2.2. Demografi Responden Berdasarkan Tahun Lahir (Usia)	68
4.2.3. Demografi Responden Berdasarkan Rerata Uang Saku	69
4.3. <i>Exploratory Factor Analysis</i> (EFA)	70
4.4. <i>Confirmatory Factor Analysis</i> (CFA).....	73
4.4.1. Analisis Model Lengkap Penelitian	73
4.4.2. Respesifikasi Model	75

4.5. Pengujian Hipotesis	77
4.6. Pembahasan Hasil Penelitian	81
4.6.1. Pengaruh Persepsi Kegunaan terhadap Niat Belanja <i>Online</i>	82
4.6.2. Pengaruh Persepsi Kesenangan terhadap Niat Belanja <i>Online</i>	83
4.6.3. Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan terhadap Persepsi Kesenangan untuk Belanja <i>Online</i>	84
4.6.4. Pengaruh Inovasi Pribadi terhadap Persepsi Kesenangan untuk Belanja <i>Online</i>	85
4.6.5. Pengaruh Efikasi Diri terhadap Niat Belanja <i>Online</i>	87
4.7. Alternatif Model Penelitian	88
BAB V KESIMPULAN, IMPLIKASI, DAN SARAN	92
5.1. Kesimpulan	92
5.2. Implikasi	93
5.2.1. Implikasi Teoritis	93
5.2.2. Implikasi Manajerial	94
5.3. Saran	96
DAFTAR PUSTAKA	97
LAMPIRAN	104
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	188

DAFTAR TABEL

2.1 Variabel dan Sumber Jurnal	13
2.2 Matriks <i>Review</i> Penelitian Terdahulu	29
3.1 Jadwal Penelitian.....	45
3.2 Skala Likert	48
3.3 Sumber, Variabel, Indikator, Terjemahan, dan Hasil Adaptasi	48
3.4 Pengukuran Fit	56
4.1 Hasil Uji Validitas Variabel <i>Perceived Usefulness</i> (PU).....	59
4.2 Hasil Uji Validitas Variabel <i>Perceived Enjoyment</i> (PE).....	60
4.3 Hasil Uji Validitas Variabel <i>Perceived Ease of Use</i> (PEOU).....	61
4.4 Hasil Uji Validitas Variabel <i>Personal Innovativeness</i> (PI).....	62
4.5 Hasil Uji Validitas Variabel <i>Self Efficacy</i> (SE).....	63
4.6 Hasil Uji Validitas Variabel <i>Intention to Online Shopping</i> (IOS)	64
4.7 Hasil Uji Reliabilitas Kuesioner (7 Variabel)	65
4.8 Pengumpulan Data	67
4.9 Analisis Faktor	71
4.10 <i>Model Fit Summary</i> (Model Lengkap).....	75
4.11 <i>Model Fit Summary</i> (Re-spesifikasi Model)	77
4.12 <i>Regression Weights</i> Re-spesifikasi Model	78
4.13 <i>Model Fit Summary</i> (Re-spesifikasi Alternatif Model Penelitian)	91
4.14 <i>Regression Weights</i> Re-spesifikasi Alternatif Model Penelitian	91

DAFTAR GAMBAR

2.1. Model Theory of Reasoned Action	9
2.2. Modifikasi pertama dari model TAM	9
2.3. Versi akhir dari TAM.....	10
2.4. Model Penelitian Terdahulu	23
2.5. Model Penelitian	43
3.1 Diagram Alur Penelitian	55
4.1 Demografi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	68
4.2 Demografi Responden Berdasarkan Tahun Lahir (Usia).....	69
4.3 Demografi Responden Berdasarkan Rerata Uang Saku.....	70
4.4 Diagram Alur Lengkap Dari Model Penelitian.....	74
4.5 Hasil Respesifikasi Model.....	76
4.6 Re-spesifikasi Alternatif Model Penelitian	89

DAFTAR LAMPIRAN

1. Kuesioner Penelitian	104
2. Validitas Pilot Study Perceived Usefulness – SPSS 23.0	109
3. Validitas Pilot Study Perceived Enjoyment – SPSS 23.0	110
4. Validitas Pilot Study Perceived Ease Of Use – SPSS 23.0.....	111
5. Validitas Pilot Study Personal Innovativeness – SPSS 23.0.....	112
6. Validitas Pilot Study Self Efficacy – SPSS 23.0	113
7. Validitas Pilot Study Intention Online Shopping – SPSS 23.0.....	114
8. Reliabilitas Pilot Study Purceived Usefulness SPSS 23.0	115
9. Reliabilitas Pilot Study Purceived Enjoyment SPSS 23.0	116
10. Reliabilitas Pilot Study Perceived Ease Of Use – SPSS 23.0.....	117
11. Reliabilitas Pilot Study Personal Innovativeness – SPSS 23.0.....	118
12. Reliabilitas Pilot Study Self Efficacy – SPSS 23.0.....	119
13. Reliabilitas Pilot Study Intention Online Shopping – SPSS 23.0.....	120
14. Demografi Responden – SPSS 23.0.....	121
15. Validitas Perceived Usefulness – SPSS 23.0	123
16. Validitas Perceived Enjoyment – SPSS 23.0	125
17. Validitas Perceived Ease Of Use – SPSS 23.0.....	127
18. Validitas Personal Innovativeness – SPSS 23.0.....	129
19. Validitas Self Efficacy – SPSS 23.0	131
20. Validitas Intention Online Shopping – SPSS 23.0.....	133
21. Reliabilitas Purceived Usefulness SPSS 23.0	135
22. Reliabilitas Purceived Enjoyment SPSS 23.0	136

23. Reliabilitas Perceived Ease Of Use – SPSS 23.0.....	137
24. Reliabilitas Personal Innovativeness – SPSS 23.0.....	138
25. Reliabilitas Self Efficacy – SPSS 23.0.....	139
26. Reliabilitas Intention Online Shopping – SPSS 23.0.....	140
27. Model Fit Summary Model Lengkap Penelitian – AMOS 23.0	141
28. Estimates Model Lengkap Penelitian – AMOS 23.0	143
29. Model Fit Summary Re-spesifikasi Model Penelitian–AMOS 23.0.....	146
30. Estimates Re-spesifikasi Model Penelitian – AMOS 23.0.....	147
31. Model Fit Summary Alternatif Model – AMOS 23.0.....	154
32. Estimates Alternatif Model – AMOS 23.0.....	156
33. Tabulasi Pilot Studi (50 responden).....	162
34. Tabulasi 356 responden.....	166