

DAFTAR ISI

ABSTRAK	iii
ABSTRACT.....	iv
LEMBAR PERSETUJUAN.....	v
PERNYATAAN ORISINALITAS	vi
LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI.....	vii
LEMBAR MOTTO DAN PERSEMBAHAN	viii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR TABEL.....	xvi
DAFTAR LAMPIRAN	xviii
BAB I.....	1
PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Perumusan Masalah	10
C. Tujuan Penelitian	10
D. Manfaat Penelitian	10

BAB II.....	12
KAJIAN TEORETIK.....	12
A. Deskripsi Konseptual	12
1. Intensi Pembelian.....	12
2. Kemudahan penggunaan yang dirasakan.....	16
3. Manfaat yang dirasakan	20
B. Hasil Penelitian Yang Relevan	25
C. Kerangka Teoritis.....	46
1. Pengaruh Kemudahan Penggunaan yang dirasakan terhadap Intensi Pembelian <i>Online</i>	46
2. Pengaruh Manfaat yang dirasakan terhadap Intensi Pembelian <i>Online</i>	47
D. Perumusan Hipotesis Penelitian.....	48
BAB III	49
METODOLOGI PENELITIAN.....	49
A. Tujuan Penelitian.....	49
B. Tempat dan Waktu Penelitian	49
1. Tempat Penelitian	49
2. Waktu Penelitian.....	50

C.	Metode Penelitian.....	50
1.	Metode Penelitian	50
2.	Konstelasi Hubungan Antar Variabel	51
D.	Populasi dan Sampling.....	52
1.	Populasi.....	52
2.	Sampel	52
E.	Teknik Pengumpulan Data.....	53
1.	Definisi Konseptual	54
2.	Definisi Operasional	55
3.	Kisi – Kisi Instrumen.....	57
4.	Validitas Instrumen.....	58
F.	Teknik Analisis Data.....	61
1.	Uji Persyaratan Analisis	61
2.	Persamaan Regresi Linier Berganda	63
3.	Uji Hipotesis	63
4.	Analisis Koefisien Korelasi <i>Pearson</i>	64
5.	Uji Koefisien Determinasi.....	65
	BAB IV	66

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	66
A. Deskripsi Data.....	66
1. Profil Responden.....	66
2. Profil Data.....	69
B. Teknik Analisis Data.....	80
1. Pengujian Persyaratan Analisis.....	80
2. Persamaan Regresi Linier Berganda.....	83
3. Pengujian Hipotesis Penelitian	85
4. Pengujian Analisis Koefisien Korelasi <i>Person</i>	86
5. Pengujian Koefisien Determinasi	88
C. Pembahasan.....	90
1. Kemudahan Penggunaan yang dirasakan dengan Intensi Pembelian .	90
2. Manfaat yang dirasakan dengan Intensi Pembelian.....	92
3. Kemudahan Penggunaan yang dirasakan dan Manfaat yang dirasakan dengan Intensi Pembelian	93
BAB V.....	95
KESIMPULAN, IMPLIKASI DAN SARAN	95
A. Kesimpulan	95

B. Implikasi.....	96
C. Saran.....	98
DAFTAR PUSTAKA	90
LAMPIRAN.....	105
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	169

DAFTAR GAMBAR

Gambar I. 1 Pertumbuhan Pengguna Internet	2
Gambar I. 2 Kendala yang dialami saat berbelanja online di Shopee.....	4
Gambar I. 3 Shopee sulit diakses	6
Gambar I. 4 Shopee belum mampu meningkatkan efektifitas kerja	8
Gambar III. 1 Konstelasi Hubungan	51
Gambar IV. 1 Grafik Usia.....	67
Gambar IV. 2 Grafik Fakultas.....	68
Gambar IV. 3 Grafik Histogram Intensi Pembelian	71
Gambar IV. 4 Grafik Histogram Kemudahan Penggunaan yang dirasakan	75

DAFTAR TABEL

Tabel II. 1: Matriks hasil penelitian terdahulu	28
Tabel II. 2: Persamaan dan perbandingan penelitian	31
Tabel III. 1: Instrumen penelitian.....	47
Tabel III. 2: Skala instrumen penilaian intensi pembelian.....	48
Tabel IV. 1 Profil Responden Angkatan	66
Tabel IV. 2 Profil Responden Fakultas	68
Tabel IV. 3 Statistika Deskriptif Intensi Pembelian.....	70
Tabel IV. 4 Distribusi Frekuensi Intensi Pembelian	71
Tabel IV. 5 Rata-rata Hitung Skor Indikator Intensi Pembelian.....	72
Tabel IV. 6 Statistika Deskriptif Kemudahan penggunaan yang dirasakan.....	74
Tabel IV. 7 Distribusi Frekuensi Kemudahan Penggunaan yang dirasakan	74
Tabel. IV. 8 Rata-rata Hitung Skor Indikator Kemudahan Penggunaan yang dirasakan	76
Tabel IV. 9 Statistika Deskriptif Manfaat yang dirasakan.....	77
Tabel IV. 10 Distribusi Frekuensi Manfaat yang dirasakan	78
Tabel IV. 11 Rata-rata Hitung Skor Indikator Manfaat yang dirasakan	79
Tabel IV. 12 Uji Normalitas.....	81
Tabel IV. 13 Uji Linearitas Variabel X1 terhadap Y	82

Tabel IV. 14 Uji Linearitas Variabel X2 terhadap Y	83
Tabel IV. 15 Uji Persamaan Regresi Linier Berganda.....	84
Tabel IV. 16 Uji Signifikasi Parsial (Uji t)	85
Tabel IV. 17 Uji Analisis Korelasi Pearson	86
Tabel IV. 18 Uji Koefisien Determinasi Secara Keseluruhan.....	88
Tabel IV. 19 Uji Koefisien Determinasi Kemudahan Penggunaan yang dirasakan (X1) terhadap Intensi Pembelian (Y)	89
Tabel IV. 20 Uji Koefisien Determinasi Manfaat yang dirasakan (X2) terhadap Intensi Pembelian (Y)	90

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Konsultasi Bimbingan Skripsi	105
Lampiran 2 Format Saran dan Perbaikan Skripsi	106
Lampiran 3 Survei Awal Penelitian	107
Lampiran 4 Kuesioner Uji Coba Penelitian Variabel Y (Intensi Pembelian).....	108
Lampiran 5 Uji Validitas Data Uji Coba Instrumen Variabel Y (Intensi Pembelian).....	110
Lampiran 6 Perhitungan Analisis Butir Variabel Y (Intensi Pembelian)	111
Lampiran 7 Data perhitungan Validitas Variabel Y (Intensi Pembelian)	112
Lampiran 8 Perhitungan Variabel Butir, Varian Total dan Uji Realibilitas Variabel Y (Intensi Pembelian)	113
Lampiran 9 Kuesioner Uji Coba Penelitian Variabel X1 (Kemudahan Penggunaan yang dirasakan)	114
Lampiran 10 Uji Validitas Data Uji Coba Instrumen Variabel X1 (Kemudahan Penggunaan yang dirasakan).....	116
Lampiran 11 Perhitungan Analisis Butir Variabel X1 (Kemudahan Penggunaan yang dirasakan)	117
Lampiran 12 Data Perhitungan Validitas Variabel X1 (Kemudahan Penggunaan yang dirasakan)	118

Lampiran 13 Perhitungan Variabel Butir, Varian Total dan Uji Reliabilitas Variabel X1 (Kemudahan Penggunaan yang dirasakan)	118
Lampiran 14 Kuesioner Uji Coba Penelitian Variabel X2 (Manfaat yang dirasakan).....	120
Lampiran 15 Uji Validitas Data Uji Coba Instrumen Variabel X2 (Manfaat yang dirasakan)	122
Lampiran 16 Perhitungan Analisis Butir Variabel X2 (Manfaat yang dirasakan).....	123
Lampiran 17 Data Perhitungan Validitas Variabel X2 (Manfaat yang dirasakan).....	124
Lampiran 18 Perhitungan Variabel Butir, Varian Total dan Uji Reliabilitas Variabel X2 (Manfaat yang dirasakan)	125
Lampiran 19 Kuesioner Final Penelitian Variabel Y (Intensi Pembelian)	126
Lampiran 20 Data Mentah Variabel Y (Intensi Pembelian)	128
Lampiran 21 Perhitungan Range, Nilai Minimum, Nilai Maksimum, Jumlah Nilai, Rata-rata, Varian dan Simpangan Baku Variabel Y (Intensi Pembelian).....	132
Lampiran 22 Proses Perhitungan Menggambar Grafik Histogram Variabel Y (Intensi Pembelian)	133
Lampiran 23 Kuesioner Final Penelitian Variabel X1 (Kemudahan Penggunaan yang dirasakan)	134

Lampiran 25 Perhitungan Range, Nilai Minimum, Nilai Maksimum, Jumlah Nilai, Rata-rata, Varian dan Simpangan Baku Variabel X1 (Kemudahan Penggunaan yang dirasakan)	140
Lampiran 26 Proses Perhitungan Menggambar Grafik Histogram Variabel X1 (Kemudahan Penggunaan yang dirasakan)	141
Lampiran 27 Kuesioner Final Penelitian Variabel X2 (Manfaat yang dirasakan)	142
Lampiran 28 Data Mentah Variabel X2 (Manfaat yang dirasakan).....	144
Lampiran 29 Perhitungan Range, Nilai Minimum, Nilai Maksimum, Jumlah Nilai, Rata-rata, Varian dan Simpangan Baku Variabel X2 (Manfaat yang dirasakan)	148
Lampiran 30 Proses Perhitungan Menggambar Grafik Histogram Variabel X2 (Manfaat yang dirasakan).....	149
Lampiran 31 Data Mentah Variabel Y (Intensi Pembelian), X1 (Kemudahan Penggunaan yang dirasakan), dan X2 (Manfaat yang dirasakan)	150
Lampiran 32 Perhitungan Uji Normalitas	154
Lampiran 33 Perhitungan Uji Kelinearian Regresi X1 dengan Y	155
Lampiran 34 Perhitungan Keberartian Regresi X1 dengan Y	156
Lampiran 35 Perhitungan Koefisien Determinasi X1 terhadap Y	157
Lampiran 36 Perhitungan Uji Kelinearian Regresi X2 dengan Y	158
Lampiran 37 Perhitungan Keberartian Regresi X2 dengan Y	159

Lampiran 38 Perhitungan Koefisien Determinasi X_2 terhadap Y	160
Lampiran 39 Uji Signifikasi Parsial (Uji t)	161
Lampiran 40 Tabel Nilai-Nilai untuk Distribusi t	162
Lampiran 41 Perhitungan Persamaan Regresi Linier Berganda	163
Lampiran 42 Perhitungan Koefisien Determinasi X_1 , X_2 , dengan Y	164
Lampiran 43 Data Responden.....	165