

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS TESIS	iii
KATA PENGANTAR.....	v
ABSTRAK	vii
ABSTRACT	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL	xvi
DAFTAR GAMBAR.....	xvii
DAFTAR LAMPIRAN	xviii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	14
1.3 Tujuan Penelitian.....	15
1.4 Manfaat penelitian.....	16
1.4.1 Manfaat Teoritis.....	16
1.4.2 Manfaat Praktis	16
BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA.....	17
2.1 Landasan Teori.....	17
2.1.1 Theory of Reasoned Action (TRA)	17
2.1.2 Theory of Planned Behavior (TPB).....	18

2.1.3	Technology Acceptance Model (TAM).....	19
2.1.3.1	Perceived Ease of Use (PEOU)	25
2.1.3.2	Perceived Usefulness (PU)	26
2.1.3.3	Attitude Toward Using (ATU)	27
2.1.3.4	Behavioral Intention to Use (BIU)	29
2.1.3.5	Actual System Usage (ASU).....	30
2.1.4	Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM)	30
2.2	Penelitian Terdahulu	34
2.2.1	User Acceptance of Computer Technology: A Comparison of two Teoritical Models (Davis, 1989)	34
2.2.2	Adopsi E-Commerce dengan Pendekatan Technology Acceptance Model (TAM) bagi UKM (Studi Kasus pada UKM Kota Solo Tahun 2010) (Poetri, 2010)	36
2.2.3	Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan dan Persepsi Kegunaan terhadap Niat untuk Menggunakan dan Penggunaan Aktual Layanan Jejaring Sosial Berbasis Lokasi (Studi pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya Malang) (Anggraeni, 2015).....	38
2.2.4	Peran Sikap dalam Memediasi Pengaruh Perceived Usefulness terhadap Niat Menggunakan Internet Banking di Kota Denpasar (Novita dan Giantari, 2016)	41
2.2.5	Pengaruh Perceived Usefulness dan Perceived Ease of Use pada Minat Penggunaan Internet Banking dengan Attitude	

Toward Using sebagai Variabel Intervening (Bangkara dan Mimba, 2016).....	43
2.2.6 Analisis Atas Praktek TAM (Technology Acceptance Model) dalam Mendukung Bisnis Online dengan Memanfaatkan Jejaring Sosial Instagram (Hanggono dkk, 2015).....	46
2.2.7 Pengaruh Penggunaan E-Commerce Bagi Pengembangan Usaha Kecil Menengah (UKM) dengan Pendekatan Technology Acceptance Model (Lesmono, 2015).....	48
2.3 Kerangka Konseptual	50
2.3.1 Pengaruh Perceived Ease of Use pada Perceived Usefulness.....	50
2.3.2 Pengaruh Perceived Ease of Use pada Attitude Toward Using.....	51
2.3.3 Pengaruh Perceived Usefulness pada Attitude Toward Using.....	52
2.3.4 Pengaruh Perceived Usefulness pada Behavioral Intention to Use	53
2.3.5 Pengaruh Perceived Ease of Use pada Behavioral Intention to Use.....	54
2.3.6 Pengaruh Perceived Usefulness pada Behavioral Intention to Use yang dimediasi oleh Attitude Toward Using.....	55

2.3.7 Pengaruh Perceived Ease of Use pada Behavioral Intention to Use yang dimediasi oleh Attitude Toward Using.....	56
2.3.8 Pengaruh Attitude Toward Using pada Behavioral Intention to Use.....	57
2.3.9 Pengaruh Behavioral Intention to Use pada Actual System Usage	58
2.4 Pengembangan Hipotesis dan Model Analisis	59
BAB 3 MODEL PENELITIAN	60
3.1 Jenis Penelitian.....	60
3.2 Definisi Operasional Variabel dan Pengukuran Variabel	61
3.2.1 Perceived Usefulness (PU)	61
3.2.2 Perceived Ease of Use (PEOU)	61
3.2.3 Attitude Toward Using (ATU)	62
3.2.4 Behavioral Intention to Use (BIU)	63
3.2.5 Actual System Usage (ASU)	63
3.3 Jenis dan Sumber Data	64
3.4 Populasi dan Sampel Penelitian	65
3.5 Metode Pengumpulan Data	65
3.6 Teknis Analisis Data	66
3.6.1 Analisis Deskriptif	66
3.6.2 Uji Instrumen	66

3.6.2.1 Uji Validitas Instrumen	66
3.6.2.2 Uji Reliabilitas Instrumen.....	67
3.6.3 Partial Least Square (PLS).....	68
3.6.4 Pengukuran Outer Model.....	69
3.6.5 Pengukuran Inner Model	69
BAB 4 HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	71
4.1 Gambaran Umum Obyek Penelitian	71
4.2 Analisis Deskriptif.....	74
4.2.1 Deskripsi Karakteristik Responden	74
4.2.2 Analisis Partial Least Square (PLS)	78
4.2.2.1 Pengujian Outer Model.....	79
4.2.2.2 Deskripsi Jawaban Responden	83
4.2.2.2.1 Jawaban Responden pada Variabel Perceived Usefulness	84
4.2.2.2.2 Jawaban Responden pada Variabel Perceived Ease of Use.....	86
4.2.2.2.3 Jawaban Responden pada Variabel Behavioral Intention to Use	87
4.2.2.2.4 Jawaban Responden pada Variabel Actual System Usage	88
4.2.2.2.5 Jawaban Responden pada Variabel Attitude Toward Using.....	88
4.2.2.3 Pengujian Goodness of Fit Model	89

4.2.2.4 Pengujian Inner Model	90
4.3 Pengujian Hipotesis.....	93
4.4 Hasil dan Pembahasan.....	97
4.4.1 Pengaruh Perceived Ease of Use terhadap Perceived Usefulness.....	98
4.4.2 Pengaruh Perceived Ease of Use terhadap Attitude Toward Using.....	100
4.4.3 Pengaruh Perceived Usefulness terhadap Attitude Toward Using.....	101
4.4.4 Pengaruh Perceived Usefulness terhadap Behavioral Intention to Use.....	102
4.4.5 Pengaruh Perceived Ease of Use terhadap Behavioral Intention to Use.....	104
4.4.6 Pengaruh Perceived Usefulness terhadap Behavioral Intention to Use yang dimediasi oleh Attitude Toward Using.....	105
4.4.7 Pengaruh Perceived Ease of Use terhadap Behavioral Intention to Use yang dimediasi oleh Attitude Toward Using.....	106
4.4.8 Pengaruh Attitude Toward Using terhadap Behavioral Intention to Use.....	107
4.4.9 Pengaruh Behavioral Intention to Use terhadap Actual System Usage.....	109

BAB 5 PENUTUP.....	112
5.1 Simpulan.....	112
5.2 Implikasi Penelitian.....	113
5.3 Keterbatasan Penelitian dan Arah Bagi Penelitian Selanjutnya.....	114

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 4.1	Koordinator Lapangan Atau Ranger Komunitas Bukalapak Di Kota Surabaya Tahun 2014-2020	72
Tabel 4.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	74
Tabel 4.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Usia	75
Tabel 4.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir.....	75
Tabel 4.5	Karakteristik Responden Berdasarkan Bidang Usaha.....	76
Tabel 4.6	Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Usaha	77
Tabel 4.7	Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Menggunakan Bukalapak	77
Tabel 4.8	Nilai <i>Loading Factor</i> dan AVE.....	81
Tabel 4.9	Validitas Deskriminan	82
Tabel 4.10	Reliabilitas Konstruk	83
Tabel 4.11	Kategori Jawaban Responden.....	84
Tabel 4.12	Jawaban Responden pada Variabel <i>Perceived Usefulness</i>	85
Tabel 4.13	Jawaban Responden pada Variabel <i>Perceived Ease of Use</i>	86
Tabel 4.14	Jawaban Responden pada Variabel <i>Behavioral Intention to Use</i>	87
Tabel 4.15	Jawaban Responden pada Variabel <i>Actual System Usage</i>	88
Tabel 4.16	Jawaban Responden pada Variabel <i>Attitude Toward Using</i>	89
Tabel 4.17	<i>Goodness of Fit Model</i>	90
Tabel 4.18	Hasil Uji Signifikansi Pengaruh Langsung	92
Tabel 4.19	Hasil Uji Signifikansi Pengaruh Tidak Langsung	93

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	Alasan Berjualan Online.....	6
Gambar 1.2	Rerata Pengunjung Web Bukalapak Bulanan (Q1 2017-Q2 2019).....	13
Gambar 2.1	Theory of Reasoned Action.....	18
Gambar 2.2	Hubungan Antar Komponen TAM.....	21
Gambar 2.3	Model UTAUT	24
Gambar 2.4	Model Analisis.....	59
Gambar 4.1	Spesifikasi Model PLS	78
Gambar 4.2	Hasil Estimasi Model PLS Algorithma	80
Gambar 4.3	Hasil Estimasi Model	92

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Kuesioner Penelitian
- Lampiran 2 Tabulasi Data Kuesioner
- Lampiran 3 Hasil Olah Data PLS