

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMBUTAN.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS TESIS.....	iii
KATA PENGANTAR.....	v
ABSTRAK.....	vii
ABSTRACT.....	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Perumusan Masalah.....	15
1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian.....	15
1.4 Manfaat Penelitian.....	16
1.5 Lingkup Penelitian.....	16
1.6 Sistematika Tesis.....	17
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	19
2.1. Landasan Teori.....	19
2.1.1 <i>E-commerce</i>	19
2.1.1.1 Definisi <i>e-commerce</i>	19
2.1.1.2 Konsep <i>e-commerce</i>	20
2.1.1.3 Komponen <i>e-commerce</i>	23
2.1.1.4 Keuntungan dan resiko <i>e-commerce</i>	25
2.1.2 <i>Switching intention</i> dan <i>switching behaviour</i>	29
2.1.3 <i>Perceived risk</i>	31
2.1.4 <i>Switching barrier</i>	34
2.1.5 <i>Alternative attractiveness</i>	36
2.1.6 <i>Explatory behaviour</i>	37
2.1.7 <i>Self efficacy</i>	37

2.2. Penelitian Terdahulu	39
2.2.1 Chou <i>et al.</i> (2015).....	39
2.2.2 Zhang <i>et al.</i> (2013).....	41
2.3 Kerangka Konseptual.....	43
2.4 Pengembangan Hipotesis dan Model Analisis.....	44
2.4.1 <i>Perceived risk</i> dan <i>switching intention</i>	44
2.4.2 <i>Switching barrier</i> dan <i>switching intention</i>	46
2.4.3 <i>Alternative attractiveness</i> dan <i>switching intention</i>	48
2.4.4 <i>Explatory behaviour</i> dan <i>switching intention</i>	49
2.4.5 <i>Self efficacy</i> dan <i>switching intention</i>	50
BAB III METODE PENELITIAN	52
3.1 Jenis Penelitian	52
3.2 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel.....	52
3.2.1 Identifikasi variabel penelitian.....	52
3.2.2 Definisi operasional dan pengukuran variabel.....	53
3.2.2.1 <i>Perceived Risk</i>	53
3.2.2.2 <i>Switching Barrier</i>	57
3.2.2.3 <i>Alternative Attractiveness</i>	60
3.2.2.4 <i>Explatory Behaviour</i>	61
3.2.2.5 <i>Self Efficacy</i>	61
3.2.2.6 <i>Switching Intention</i>	63
3.3 Jenis dan Sumber Data.....	64
3.4 Populasi dan Sampel Penelitian	64
3.5.1 Populasi	64
3.5.2 Sampel	65
3.5 Metode Pengumpulan Data.....	66
3.6 Teknik Analisis Data	67
3.6.1 Uji validitas dan uji reliabilitas	67
3.7 Metode Analisis Data dan Kriteria Pengujian Hipotesis.....	68
3.7.1 <i>Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM)</i> .	68
3.7.2 Gambaran umum analisis data PLS-SEM	69
3.7.2.1 Kriteria penerimaan model PLS-SEM.....	71

BAB IV HASIL PENELITIAN dan PEMBAHASAN	73
4.1 Gambaran Umum Obyek dan Subyek Penelitian.....	73
4.1.1 Gambaran umum obyek.....	73
4.1.2 Subyek penelitian.....	76
4.2 Analisis Deskriptif.....	77
4.2.1 Analisis awal.....	77
4.2.2 Analisis deskriptif responden.....	77
4.2.2.1 Jenis kelamin responden.....	78
4.2.2.2 Usia Responden.....	78
4.2.3 Analisis deskriptif jawaban responden.....	79
4.3 Pengujian Hipotesis.....	85
4.3.1 Evaluasi <i>outer model</i>	85
4.3.1.1 <i>Average Variance Extracted (AVE)</i>	86
4.3.1.2 <i>Composite reliability</i>	86
4.3.1.3 <i>Cronbranch alpha</i>	87
4.3.1.4 <i>Cross loading</i>	88
4.3.2 Evaluasi <i>inner model</i>	89
4.4 Hasil dan Pembahasan.....	91
4.4.1 Pengaruh <i>perceived risk</i> terhadap <i>switching intention</i>	91
4.4.2 Pengaruh <i>switching barrier</i> terhadap <i>switching intention</i>	92
4.4.3 Pengaruh <i>alternative attractiveness</i> terhadap <i>switching intention</i>	93
4.4.4 Pengaruh <i>explatory behaviour</i> terhadap <i>switching intention</i>	94
4.4.5 Pengaruh <i>self efficacy</i> terhadap <i>switching intention</i>	96
BAB V PENUTUP	98
5.1 Simpulan.....	98
5.2 Implikasi Penelitian.....	98
5.2.1 Teoritis.....	98
5.2.2 Praktis.....	99
5.3 Keterbatasan Penelitian dan Arah Bagi Penelitian Selanjutnya.....	100
DAFTAR PUSTAKA	102
LAMPIRAN - LAMPIRAN	114

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Keuntungan dan Kerugian <i>e-commerce</i> bagi Penjual	26
Tabel 3.1 Bobot Nilai Jawaban Responden	67
Tabel 4.1 Kategori Penilaian.....	80
Tabel 4.2 Deskripsi Jawaban Pernyataan <i>Perceived Risk</i>	80
Tabel 4.3 Deskripsi Jawaban Pernyataan <i>Switching Barrier</i>	81
Tabel 4.4 Deskripsi Jawaban Pernyataan <i>Alternative Attractiveness</i>	83
Tabel 4.5 Deskripsi Jawaban Pernyataan <i>Explatory Behaviour</i>	83
Tabel 4.6 Deskripsi Jawaban Pernyataan <i>Self Efficacy</i>	84
Tabel 4.7 Deskripsi Jawaban Pernyataan <i>Switching Intention</i>	85
Tabel 4.8 Hasil Uji Validitas Dengan Parameter <i>Average Variance Extracted</i>	86
Tabel 4.9 Hasil Uji Validitas Dengan Parameter <i>Composite Reability</i>	87
Tabel 4.10 Hasil Uji Validitas Dengan Parameter <i>Cronbranch Alpha</i>	88
Tabel 4.11 Nilai <i>Coefficient Determinant (R²)</i>	89
Tabel 4.12 Evaluasi <i>Path Coefficient</i> dan Uji Signifikasi.....	90

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Peringkat Penggunaan Internet di Asia..... 1

Gambar 1.2 Penetrasi Pembeli Digital di Indonesia (2016-2022)..... 4

Gambar 2.1 Kerangka Pikir Penelitian 43

Gambar 5.1 *Pie Chart* Data Responden Berdasarkan Jenis Kelamin..... 78

Gambar 5.2 Diagram Batang Data Responden Berdasarkan umur..... 78

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner.....	114
Lampiran 2. Tabulasi Data.....	120
Lampiran 3. Gambar Model Penelitian – PLS.....	129
Lampiran 4. Nilai <i>Cross Loading Factor</i>	130