

DAFTAR ISI

DAFTAR GAMBAR	IV
DAFTAR TABEL	V
DAFTAR LAMPIRAN.....	VII
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	13
1.3 Tujuan Penelitian.....	13
1.4 Manfaat Penelitian	14
1.5 Ruang Lingkup Penelitian	14
BAB II KAJIAN PUSTAKA.....	15
2.1 Landasan Teori.....	15
2.1.1 <i>Grand Theory: Technology Acceptance Model (TAM)</i>	15
2.1.2 <i>Perceived of usefulness</i>	16
2.1.3 <i>Perceived Ease of Use</i>	17
2.1.4 <i>Perceived Security</i>	19
2.1.5 <i>Repurchase Intention</i>	20
2.2 Penelitian Terdahulu.....	22
2.3 Keterkaitan Antar Variabel.....	24
2.3.1 Hubungan <i>Perceived Usefulness</i> terhadap <i>Repurchase Intention</i>	24
2.3.2 Hubungan <i>Perceived Ease of Use</i> terhadap <i>Repurchase Intention</i>	25

2.3.3	Hubungan <i>Perceived security</i> terhadap <i>Repurchase Intention</i>	26
2.4	Model Analisis	27
BAB III METODE PENELITIAN.....		28
3.1	Jenis Penelitian	28
3.2	Populasi dan Sampel Penelitian	28
3.2.1	Populasi.....	28
3.2.2	Sampel	29
3.3	Jenis Data	30
3.4	Variabel dan Definisi Operasional	30
3.5	Prosedur Pengumpulan Data	31
3.6	Metode Analisis dan Pengujian Hipotesis.....	32
3.6.1	Uji Validitas.....	32
3.6.2	Uji Reliabilitas.....	32
3.6.3	Uji Asumsi Klasik.....	33
3.6.4	Uji Hipotesis.....	35
BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN.....		38
4.1	Analisis Data.....	38
4.1.1	Analisis Deskriptif Responden	38
4.1.2	Analisis Deskriptif Variabel Penelitian	39
4.1.3	Uji Validitas.....	43
4.1.4	Uji Reliabilitas	44
4.1.5	Uji Asumsi Klasik.....	45

4.1.6 Uji Hipotesis	48
4.2 Pembahasan.....	53
4.2.1 Pengaruh <i>Perceived Usefulness</i> Terhadap <i>Repurchase Intention</i>	53
4.2.2 Pengaruh <i>Perceived Ease of Use</i> Terhadap <i>Repurchase Intention</i>	55
4.2.3 Pengaruh <i>Perceived Security</i> Terhadap <i>Repurchase Intention</i>	56
4.3 Implikasi Manajerial.....	57
4.4 Keterbatasan Penelitian.....	60
BAB V SIMPULAN DAN SARAN	61
5.1 Kesimpulan	61
5.2 Saran.....	61
5.2.1 Saran Untuk Shopee	61
5.2.2 Saran Untuk Penelitian Lanjutan	62
DAFTAR PUSTAKA.....	63
LAMPIRAN	73

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Pengguna Internet di Indonesia.	1
Gambar 1.2 Nominal Transaksi <i>E-commerce</i>	2
Gambar 1.3 Pengunjung Situs <i>E-Commerce</i> Indonesia Q3 2020.....	3
Gambar 1.4 <i>E-commerce</i> Shopee dan Tampilan.....	5
Gambar 4.1 Hasil Uji Normalitas	46



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Informasi Keluhan Pelanggan Shopee.....	6
Tabel 1.2 <i>Pra-Survey</i> , kritik dan saran.....	7
Tabel 3.1 Variabel dan Definisi Operasional.....	30
Tabel 4.1 Karakteristik Responden.....	38
Tabel 4.2 Analisis Deskriptif <i>perceived usefulness</i>	40
Tabel 4.3 Analisis Deskriptif <i>perceived ease of use</i>	41
Tabel 4.4 Analisis Deskriptif <i>perceived security</i>	41
Tabel 4.5 Analisis Deskriptif <i>repurchase intention</i>	42
Tabel 4.6 Hasil Uji Validitas.....	44
Tabel 4.7 Hasil Uji Reliabilitas.....	45
Tabel 4.8 Hasil Uji Multikolonieritas.....	47
Tabel 4.9 Uji Heterokedastisitas.....	48
Tabel 4.10 Hasil Uji Analisa Regresi Linier Berganda.....	49
Tabel 4.11 Hasil Uji F.....	51
Tabel 4.12 Hasil Uji t.....	52
Tabel 4.13 Hasil Uji Koefisien Determinasi.....	53

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran A Kuesioner.....	73
Lampiran B <i>Mapping</i> Jurnal.....	77
Lampiran C Analisis Responden.....	81
Lampiran D Hasil Olah Data.....	82
Lampiran E Bukti Bimbingan TA	90
Lampiran F Statement Letter.....	93

