

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI	ii
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	iii
ABSTRACT	iv
ABSTRAK	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Penelitian	1
B. Rumusan Masalah Penelitian	14
C. Tujuan Penelitian	15
D. Kontribusi Penelitian.....	15
BAB II KAJIAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS	16
A. Kajian Pustaka.....	16
1. Perilaku Konsumen	16
2. <i>Technology Acceptance Model</i> (TAM)	19
3. <i>E-Commerce / Marketplace</i>	23
4. <i>Purchase Intention</i> (Minat Pembelian)	24
5. <i>Perceived Ease of Use</i>	27
6. <i>Electronic Word of Mouth</i>	29
7. <i>Price Fairness</i>	31
8. Penelitian Terdahulu.....	33
B. Pengembangan Hipotesis	42
BAB III METODE PENELITIAN	46

A. Waktu dan Tempat Penelitian	46
B. Desain Penelitian.....	46
C. Definisi dan Operasionalisasi Variabel	47
1. Definisi Variabel	47
2. Operasionalisasi Variabel.....	49
D. Skala Pengukuran Variabel	51
E. Populasi dan Sampel Penelitian	52
1. Populasi Penelitian	52
2. Sampel Penelitian	53
F. Teknik Pengumpulan Data.....	54
G. Metode Analisis Data	56
1. IBM SPSS <i>Statistic 23</i>	56
2. Uji Instrumen.....	57
3. Analisis Partial Least Square.....	58
4. Langkah-langkah Pengujian Analisis PLS	59
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	62
A. Gambaran Umum Objek Penelitian	62
B. Statistik Deskriptif	63
1. Deskriptif Responden	63
2. Deskriptif Variabel	67
C. Metode Analisis Data Partial Least Square (PLS)	70
1. Pengujian Uji Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>)	71
2. Pengujian Uji Model Struktural (<i>Inner Model</i>).....	79
D. Pembahasan.....	82
1. Pengaruh <i>Perceived Ease of Use</i> terhadap Minat Pembelian.....	82
2. Pengaruh <i>Electronic Word of Mouth</i> terhadap Minat Pembelian.....	83
3. Pengaruh <i>Price Fairness</i> terhadap Minat Pembelian	84
BAB V SIMPULAN DAN SARAN	85
A. Simpulan	85
B. Saran.....	85
DAFTAR PUSTAKA	89
LAMPIRAN.....	95