

## DAFTAR ISI

<b>PERNYATAAN ORISINALITAS DAN BEBAS PLAGIAT .....</b>	<b>i</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN .....</b>	<b>ii</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>iii</b>
<b>HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS.....</b>	<b>iv</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>v</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>vi</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>vii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xi</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Identifikasi Masalah .....	5
1.3 Pembatasan Masalah .....	5
1.4 Rumusan Masalah .....	6
1.5 Tujuan Penelitian .....	6
1.6 Manfaat Penelitian .....	6
1.6.1 Manfaat Teoritis .....	6
1.6.2 Manfaat Praktis .....	6
1.7 Sistematika Penelitian .....	7
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA .....</b>	<b>10</b>
2.1 Landasan Teori .....	10

2.1.1 Kredibilitas yang dirasakan ( <i>Perceived Credibility</i> ).....	10
2.1.2 Intensi Perilaku ( <i>Behavioural Intention</i> ).....	11
2.1.3 Perilaku Penggunaan ( <i>Use Behaviour</i> ).....	12
2.2 Penelitian Terdahulu .....	12
2.3 Pengembangan Hipotesis Penelitian .....	16
2.3.1 Pengaruh Kredibilitas yang dirasakan terhadap Intensi Perilaku penggunaan Pasar <i>Online</i> Industri Retail .....	16
2.3.2 Pengaruh Intensi Perilaku terhadap Perilaku Penggunaan pada Pengguna Pasar <i>Online</i> Industri Retail.....	17
2.4 Bagan Alur Berpikir.....	18
2.5 Kerangka Konseptual.....	19
<b>BAB III METODE PENELITIAN.....</b>	<b>20</b>
3.1 Desain Penelitian .....	20
3.2 Variabel dan Definisi Operasional Variabel .....	20
3.3 Populasi dan Sampel Penelitian.....	22
3.3.1 Populasi.....	22
3.3.2 Sampel .....	22
3.4 Metode Pengumpulan Data .....	23
3.5 Lokasi dan Waktu Penelitian.....	24
3.6 Metode Analisis Data.....	24
3.6.1 Analisis Deskriptif Berdasarkan Data Demografis dari Pengguna Pasar <i>Online</i> Industri Retail .....	25
3.6.2 Analisis Deskriptif untuk Indikator Kredibilitas yang dirasakan, Intensi Perilaku dan Perilaku Penggunaan .....	25
3.6.3 <i>Structural Equation Model – Partial Least Square</i> .....	26

3.6.4 Uji Validitas .....	26
3.6.5 Uji Reliabilitas .....	27
3.6.6 Model Evaluasi PLS .....	28
3.6.7 Langkah Analisis PLS .....	30
3.6.7.1 Langkah Pertama: Uji Outer Model .....	30
1. Membaca Hasil Uji Realibilitas dan Validitas .....	30
2. Revisi Indikator yang Tidak Memenuhi Syarat.....	31
3.6.7.2 Langkah Kedua: Uji Inner Model .....	31
1. Goodness of fit.....	31
a. <i>R-Square</i> .....	31
b. Stone-Geiser Q Square Test .....	31
2. Uji Hipotesis.....	32
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>33</b>
4.1 Gambaran Umum Tentang Pengguna Pasar <i>Online</i> Industri Retail .....	33
4.2 Analisis Deskriptif .....	34
4.2.1 Pengumpulan Data.....	34
4.2.2 Karakteristik Responden .....	39
4.2.3 Statistik Deskriptif .....	39
4.3 Hasil Perhitungan <i>Partial Least Squares</i> .....	44
4.3.1 <i>Outer Model</i> .....	44
4.3.1.1 Validitas Konvergen .....	44
4.3.1.2 Validitas Diskriminan .....	47
4.3.1.3 Uji Realibilitas.....	48
4.3.2 <i>Inner Model</i> .....	50
4.3.2.1 <i>Goodness of Fit</i> .....	50

4.3.2.2 Uji Hipotesis.....	51
4.4 Pembahasan .....	53
4.4.1 Pengaruh Kredibilitas yang Dirasakan terhadap Intensi Perilaku Penggunaan Pasar <i>Online</i> Industri Retail .....	53
4.4.2 Pengaruh Intensi Perilaku terhadap Perilaku Penggunaan Pasar Online Industri Retail .....	55
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....</b>	<b>56</b>
5.1 Kesimpulan.....	57
5.2 Implikasi Penelitian .....	57
5.2.1 Implikasi Teoritis.....	57
5.2.2 Implikasi Praktis .....	58
5.3 Keterbatasan .....	58
5.4 Saran untuk Penelitian Selanjutnya .....	59
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>60</b>
<b>LAMPIRAN 1 KUESIONER.....</b>	<b>64</b>
<b>LAMPIRAN 2 STUDI PENDAHULUAN .....</b>	<b>67</b>
<b>LAMPIRAN 3 TABULASI DATA RESPONDEN.....</b>	<b>73</b>
<b>LAMPIRAN 4 HASIL <i>OUTPUT PARTIAL LEAST SQUARES</i> .....</b>	<b>77</b>
<b>LAMPIRAN 5 HASIL <i>OUTPUT BOOTSTRAPPING</i> .....</b>	<b>81</b>