

## DAFTAR ISI

<b>LEMBAR PERSETUJUAN</b> .....	<b>i</b>
<b>LEMBAR PERNYATAAN</b> .....	<b>ii</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>iii</b>
<b>ABSTRACT</b> .....	<b>iv</b>
<b>PEDOMAN TRANSLITERASI</b> .....	<b>v</b>
A. Konsonan .....	v
B. Vokal Pendek .....	v
C. Vokal Panjang .....	v
D. Diftong .....	v
E. Pembaruan.....	v
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>vii</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>ix</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xiv</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	<b>xv</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah .....	10
C. Tujuan .....	12
D. Kegunaan Penelitian.....	13
<b>BAB II KERANGKA TEORITIS</b> .....	<b>15</b>
A. Landasan Teori.....	15

1. <i>E-Commerce</i> .....	15
2. Sistem Pembayaran pada <i>E-commerce</i> .....	17
3. Teori Penerimaan dan Penggunaan Teknologi .....	20
4. <i>Unified Theory of Acceptance and Use of Technology Model</i> (UTAUT).....	26
5. <i>Shopee Paylater</i> .....	33
B. Penelitian Terdahulu .....	41
C. Kerangka Berpikir.....	47
D. Hipotesis.....	52
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....</b>	<b>55</b>
A. Metode Penelitian.....	55
B. Operasional Variabel.....	55
1. Variabel Independen.....	56
2. Variabel Dependen .....	60
3. Variabel Intervening.....	61
C. Populasi dan Sampel .....	63
1. Populasi.....	63
2. Sampel.....	63
D. Teknik Pengumpulan Data.....	65
E. Instrumen Penelitian.....	65
F. Teknik Analisis Data.....	69
1. Analisis Structural Equation Modeling (SEM) .....	69
2. Uji Hipotesis.....	74
G. Tempat dan Jadwal Penelitian.....	75
1. Tempat.....	75

2. Waktu Penelitian.....	75
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>77</b>
A. Profil Umum Shopee.....	77
1. Sejarah Perusahaan.....	77
2. Logo Perusahaan .....	77
3. Visi Misi Perusahaan.....	78
B. Deskripsi Identitas Responden.....	79
1. Deskripsi Jenis Kelamin Responden .....	79
2. Deskripsi Usia Responden.....	80
3. Deskripsi Domisili Responden.....	82
4. Deskripsi Profesi Responden.....	83
C. Hasil Penelitian .....	84
1. Evaluasi Model Pengukuran ( <i>Outer Model</i> ) .....	84
2. Evaluasi Model Struktural ( <i>Inner Model</i> ) .....	93
3. Uji Hipotesis.....	97
D. Pembahasan Hasil Penelitian .....	102
1. Pengaruh <i>Effort Expectancy</i> ( $X_1$ ) terhadap <i>Behavior Intention</i> ( $Z$ ) dalam Menggunakan Shopee <i>paylater</i> .....	102
2. Pengaruh <i>Social Influence</i> ( $X_2$ ) terhadap <i>Behavior Intention</i> ( $Z$ ) dalam Menggunakan Shopee <i>paylater</i> .....	105
3. Pengaruh <i>Facilitating Condition</i> ( $X_3$ ) terhadap <i>Behavior Intention</i> ( $Z$ ) dalam Menggunakan Shopee <i>paylater</i> .....	107
4. Pengaruh <i>Effort Expectancy</i> ( $X_1$ ) terhadap <i>Use Behavior</i> ( $Y$ ) dalam Menggunakan Shopee <i>paylater</i> .....	109
5. Pengaruh <i>Social Influence</i> ( $X_2$ ) terhadap <i>Use Behavior</i> ( $Y$ ) dalam Menggunakan Shopee <i>paylater</i> .....	112

6. Pengaruh <i>Facilitating Condition</i> ( $X_3$ ) terhadap <i>Use Behavior</i> (Y) dalam Menggunakan Shopee <i>paylater</i> .....	114
7. Pengaruh <i>Behavior Intention</i> (Z) terhadap <i>Use Behavior</i> (Y) dalam Menggunakan Shopee <i>paylater</i> .....	117
8. Pengaruh <i>Effort Expectancy</i> ( $X_1$ ) terhadap <i>Use Behavior</i> (Y) melalui <i>Behavior Intention</i> (Z) dalam Menggunakan Shopee <i>paylater</i> .....	119
9. Pengaruh <i>Social Influence</i> ( $X_2$ ) terhadap <i>Use Behavior</i> (Y) melalui <i>Behavior Intention</i> (Z) dalam Menggunakan Shopee <i>paylater</i> .....	120
10. Pengaruh <i>Facilitating Condition</i> ( $X_3$ ) terhadap <i>Use Behavior</i> (Y) melalui <i>Behavior Intention</i> (Z) dalam Menggunakan Shopee <i>paylater</i> .....	121
<b>BAB V SIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>124</b>
A. Simpulan .....	124
B. Saran.....	125
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>127</b>
<b>LAMPIRAN .....</b>	<b>133</b>
<b>DAFTAR RIWAYAT HIDUP.....</b>	<b>141</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu.....	41
Tabel 3. 1 Operasional Variabel <i>Effort Expectancy</i> (X1).....	56
Tabel 3. 2 Operasional Variabel <i>Social Influence</i> (X2).....	57
Tabel 3. 3 Operasional Variabel <i>Facilitating Condition</i> (X3).....	59
Tabel 3. 4 Operasional Variabel <i>Use Behavior</i> (Y).....	61
Tabel 3. 5 Operasional Variabel <i>Behavior Intention</i> (Z).....	62
Tabel 3. 6 Daftar Skor Pertanyaan Positif Skala Likert.....	69
Tabel 3. 7 Daftar Skor Pertanyaan Negatif Skala Likert.....	69
Tabel 4. 1 Nilai <i>Loading Factor</i> .....	86
Tabel 4. 2 Nilai <i>Loading Factor</i> Versi 2.....	88
Tabel 4. 3 Nilai Average Variance Extracted.....	89
Tabel 4. 4 Hasil Uji Kriteria Fornell-Larcker.....	90
Tabel 4. 5 Nilai Cross Loading.....	91
Tabel 4. 6 Hasil Uji Reliabilitas.....	92
Tabel 4. 7 Hasil Uji R-Square.....	94
Tabel 4. 8 Hasil Uji <i>F-Square</i> .....	95
Tabel 4.9. Hasil Uji Koefisien Jalur.....	98
Tabel 4.10. Hasil Uji Efek Tidak Langsung Spesifik.....	101

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 <i>E-Commerce</i> dengan Pengguna Terbanyak di Indonesia .....	3
Gambar 1. 2 <i>Paylater</i> dengan Pengguna Terbanyak .....	4
Gambar 1. 3 Pengguna <i>Shopee paylater</i> di Priangan Timur .....	6
Gambar 1. 4 Skema UTAUT Model .....	8
Gambar 1. 5 Konstruk UTAUT .....	9
Gambar 2. 1 Paradigma Penelitian .....	51
Gambar 4. 1 Logo <i>Shopee Pay Later</i> .....	77
Gambar 4. 2 Deskripsi Jenis Kelamin Responden.....	80
Gambar 4. 3 Deskripsi Usia Responden .....	81
Gambar 4. 4 Deskripsi Domisili Responden .....	82
Gambar 4. 5 Deskripsi Profesi Responden .....	83
Gambar 4. 7 <i>Output</i> Model Penelitian SEM-PLS .....	96
Gambar 4. 8 <i>Output</i> Uji <i>Bootstrapping</i> .....	97

## **DAFTAR LAMPIRAN**

Lampiran 1. 1 SK Pembimbing .....	134
Lampiran 1. 2 Revisi Seminar Usulan Penelitian.....	135
Lampiran 1. 3 Revisi Seminar Hasil Penelitian.....	136
Lampiran 1. 4 Revisi Penguji Sidang Skripsi.....	137
Lampiran 1. 5 Lembar Kuisisioner.....	138