

## DAFTAR ISI

	Halaman
<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	
<b>HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN .....</b>	ii
<b>LEMBAR PERSETUJUAN .....</b>	iii
<b>HALAMAN PENGESAHAN .....</b>	iv
<b>KATA PENGANTAR .....</b>	v
<b>HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI .....</b>	vi
<b>ABSTRAK .....</b>	vii
<b>ABSTRACT .....</b>	viii
<b>DAFTAR ISI .....</b>	ix
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	xii
<b>DAFTAR GAMBAR .....</b>	xiii
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	xiv
<b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>	1
1.1. Latar Belakang .....	1
1.2. Identifikasi dan Pembatasan Masalah .....	5
1.2.1 Identifikasi Masalah .....	5
1.2.2 Pembatasan Masalah .....	6
1.3. Perumusan Masalah.....	6
1.4. Tujuan Penelitian.....	6
1.5. Manfaat Penelitian.....	7
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA .....</b>	8
2.1. Pengertian Persepsi .....	8
2.1.1 Elemen Persepsi .....	8
2.1.2 Seleksi Persepsi .....	8
2.1.3 Organisasi Persepsi .....	9
2.2. Pengertian Persepsi Manfaat .....	9
2.2.1 Dimensi Persepsi Manfaat.....	10
2.2.1.1 Indikator Persepsi Manfaat.....	10
2.3. Pengertian Persepsi Kepercayaan .....	10
2.3.1 Dimensi Persepsi Kepercayaan .....	11
2.3.1.1 Indikator Persepsi Kepercayaan .....	11
2.4. Pengertian Persepsi Kemudahan Penggunaan .....	11
2.4.1 Dimensi Persepsi Kemudahan Penggunaan .....	11
2.4.1.1 Indikator Persepsi Kemudahan Penggunaan .....	12
2.5. Pengertian Minat Menggunakan .....	12
2.6. Pengertian <i>Marketplace</i> .....	13
2.6.1 Jenis-Jenis <i>Marketplace</i> .....	13
2.7. Hasil Penelitian Terdahulu .....	14
2.8. Hubungan Antar Variabel .....	18

2.9	Hipotesis.....	20
2.10	Model Penelitian .....	20
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>		<b>21</b>
3.1	Desain Riset.....	21
3.2	Jenis dan Sumber Data .....	21
3.2.1	Jenis Data .....	21
3.2.2	Sumber Data.....	21
3.3	Populasi,Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel.....	22
3.3.1	Populasi Penelitian .....	22
3.3.2	Sampel.....	22
3.3.3	Teknik Pengambilan Sampel.....	22
3.4	Definisi Operasional Variabel.....	23
3.4.1	Aspek Operasional Variabel.....	24
3.5	Analisis Data .....	25
3.6	Teknik Analisis Data .....	25
3.6.1	Uji Validitas .....	25
3.6.2	Uji Reliabilitas.....	26
3.6.3	Analisis Index Jawaban .....	26
3.7	Uji Hipotesis.....	27
3.7.1	Analisis Regresi Linear Berganda.....	27
3.7.2	Uji Simultan (Uji-F) .....	28
3.7.3	Uji Parsial (Uji-t).....	28
3.7.4	Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....	28
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN .....</b>		<b>30</b>
4.1	Hasil Penelitian .....	30
4.1.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	30
4.1.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia .....	30
4.1.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan (Rp) .....	31
4.1.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan .....	31
4.1.5	Karakteristik Responden Berdasarkan Jumlah Transaksi .....	32
4.2	Uji Kualitas Data .....	32
4.2.1	Uji Validitas .....	32
4.2.2	Uji Reliabilitas .....	34
4.2.3	Variabel Persepsi Manfaat .....	34
4.2.4	Variabel Persepsi Kepercayaan .....	36
4.2.5	Variabel Persepsi Kemudahan Penggunaan .....	37
4.2.6	Variabel Minat Menggunakan .....	38
4.3	Uji Hipotesis .....	39
4.3.1	Uji Simultan (F) .....	39
4.3.2	Uji Parsial (t) .....	40

4.3.3	Koefisien determinasi ( $R^2$ ) .....	41
<b>BAB V PEMBAHASAN HASIL PENELITIAN .....</b>		<b>43</b>
5.1	Pembahasan Hasil Penelitian .....	43
5.1.1	Pengaruh Persepsi manfaat terhadap Minat menggunakan aplikasi belanja <i>online</i> bukalapak .....	43
5.1.2	Pengaruh Persepsi kepercayaan terhadap Minat menggunakan Aplikasi belanja <i>online</i> bukalapak .....	43
5.1.3	Pengaruh Persepsi kemudahan penggunaan terhadap Minat menggunakan aplikasi belanja <i>online</i> bukalapak .....	44
5.1.4	Pengaruh Persepsi manfaat, persepsi kepercayaan, persepsi kemudahan penggunaan terhadap minat menggunakan aplikasi belanja <i>online</i> bukalapak .....	44
5.2	Temuan Penelitian .....	45
5.3	Keterbatasan Penelitian .....	45
<b>BAB VI PENUTUP .....</b>		<b>46</b>
6.1	Kesimpulan Penelitian .....	46
6.1.1	Kesimpulan .....	46
6.2	Saran .....	46
6.2.1	Bagi Perusahaan .....	46
6.2	Bagi Penelitian Selanjutnya .....	47
6.3	Implikasi Penelitian .....	47
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>		<b>48</b>

**DAFTAR TABEL**

<b>Tabel</b>	<b>Nama Tabel</b>	<b>Halaman</b>
2.1	Penelitian Terdahulu .....	14
3.1	Skala Interval .....	20
3.2	Variabel Operasional .....	23
3.3	Nilai Reliabilitas .....	25
3.4	Interpretasi Nilai Indeks .....	29
4.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Kelamin .....	29
4.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia .....	29
4.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan .....	30
4.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan .....	30
4.5	Karakteristik Responden Berdasarkan Jumlah transaksi .....	31
4.6	Uji Validitas .....	31
4.7	Uji Reliabilitas .....	33
4.8	Indeks Persepsi Manfaat .....	34
4.9	Indeks Persepsi Kepercayaan .....	35
4.10	Indeks Persepsi Kemudahan Penggunaan .....	36
4.11	Indeks Persepsi Minat menggunakan .....	37
4.12	Uji Simultan (F) .....	39
4.13	Uji Parsial (t) .....	39
4.14	Koefisien Determinasi .....	40

**DAFTAR GAMBAR**

<b>Nomor</b>	<b>Nama Gambar</b>	<b>Halaman</b>
1.1	Pertumbuhan Penjualan <i>Top E-commerce Marketplace</i> .....	1
1.1	Data Penggunaan <i>E-commerce</i> .....	4
2.1	Model penelitian .....	19

**DAFTAR LAMPIRAN**

<b>Lampiran</b>	<b>Nama Lampiran</b>	<b>Halaman</b>
1	Kuesioner Penelitian .....	50
2	Karakteristik Responden .....	54
3	Tabulasi 30 Responden Persepsi manfaat.....	55
4	Hasil Output Uji Validitas Persepsi manfaat .....	56
5	Hasil Output Uji Reliabilitas Persepsi manfaat .....	57
6	Tabulasi 30 Responden Persepsi Kepercayaan .....	58
7	Hasil Uji Validitas Persepsi Kepercayaan .....	59
8	Hasil Uji Reliabilitas Persepsi Kepercayaan .....	60
9	Tabulasi 30 Responden Persepsi Kemudahan Penggunaan .....	61
10	Hasil Uji Validitas Persepsi Kemudahan Penggunaan .....	62
11	Hasil Uji Reliabilitas Persepsi Kemudahan Penggunaan .....	63
12	Tabulasi 30 Responden Minat Menggunakan .....	64
13	Hasil Uji Validitas Minat Menggunakan .....	65
14	Hasil Uji Reliabilitas Minat Menggunakan .....	66
15	Tabulasi 150 Responden Persepsi manfaat, Persepsi Kepercayaan, Persepsi Kemudahan Menggunakan, dan Minat Menggunakan .....	67
16	Hasil Output Uji Regresi Linear Berganda .....	83