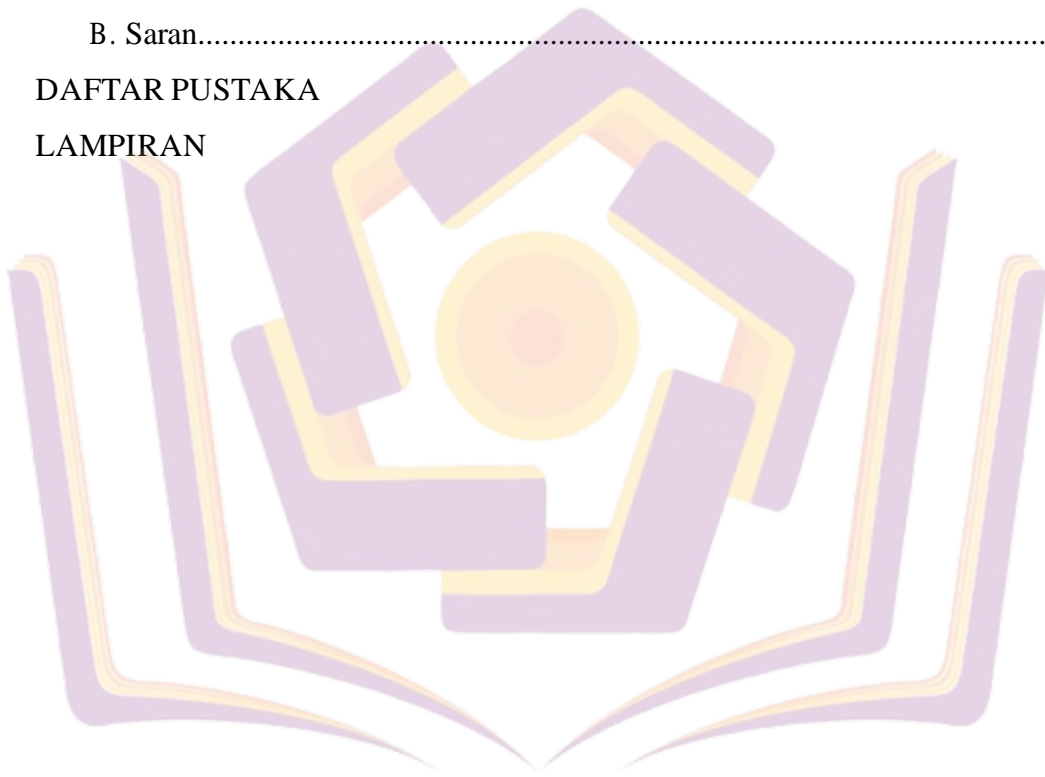


DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL.....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN.....	v
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	vi
HALAMAN MOTTO	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
ABSTRAK	xvi
<i>ABSTRACT</i>	xvii
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah	9
C. Batasan Masalah.....	10
D. Tujuan Penelitian	11
E. Manfaat Penelitian.....	12
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
A. Landasan Teori.....	13
1. Technology Acceptance Model (TAM)	13
2. Actual Use On Instagram	16
3. Perceived Usefulness.....	20
4. Perceived Ease of Use	24
5. Perceived Trust	27
6. Minat Penggunaan	32

7. Media Sosial Instagram	36
B. Penelitian Sebelumnya	38
C. Model dan Hipotesis Penelitian	47
1. Perceived usefulness terhadap actual usage	47
2. Perceived ease of use terhadap actual usage	48
3. Perceived trust terhadap actual usage.....	49
4. Perceived usefulness terhadap minat.....	50
5. Perceived ease of use terhadap minat.....	51
6. Perceived trust terhadap intention to use.....	52
7. Minat terhadap actual usage.....	53
8. Minat memediasi perceived usefulness terhadap actual usage	54
9. Minat memediasi perceived ease of use terhadap actual usage.....	55
10. Minat memediasi perceived trust terhadap actual usage.....	56
11. Model Penelitian	57
BAB III METODE PENELITIAN DAN ANALISIS	
A. Metode Penelitian	58
1. Jenis Penelitian	58
2. Lokasi Penelitian	58
3. Populasi dan Sampel	59
4. Sumber data.....	61
5. Teknik Pengumpulan Data	62
6. Definisi Konseptual dan Definisi Operasional.....	63
7. Desain Kuesioner	67
8. Alat dan Bahan Penelitian	67
B. Metode Analisis	69
1. Uji Keabsahan Data.....	69
2. Teknik Analisis Data.....	71
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	
A. Hasil Penelitian	78
1. Karakteristik Responden	78
2. Deskripsi Jawaban Responden.....	82

3. Uji Keabsahan Data.....	88
4. Uji SEM-PLS	90
5. Pengujian Hipotesis	98
6. Pengujian Mediasi.....	101
7. Competing Model.....	102
B. Pembahasan.....	105
BAB V PENUTUP	
A. Kesimpulan	116
B. Saran.....	118
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	

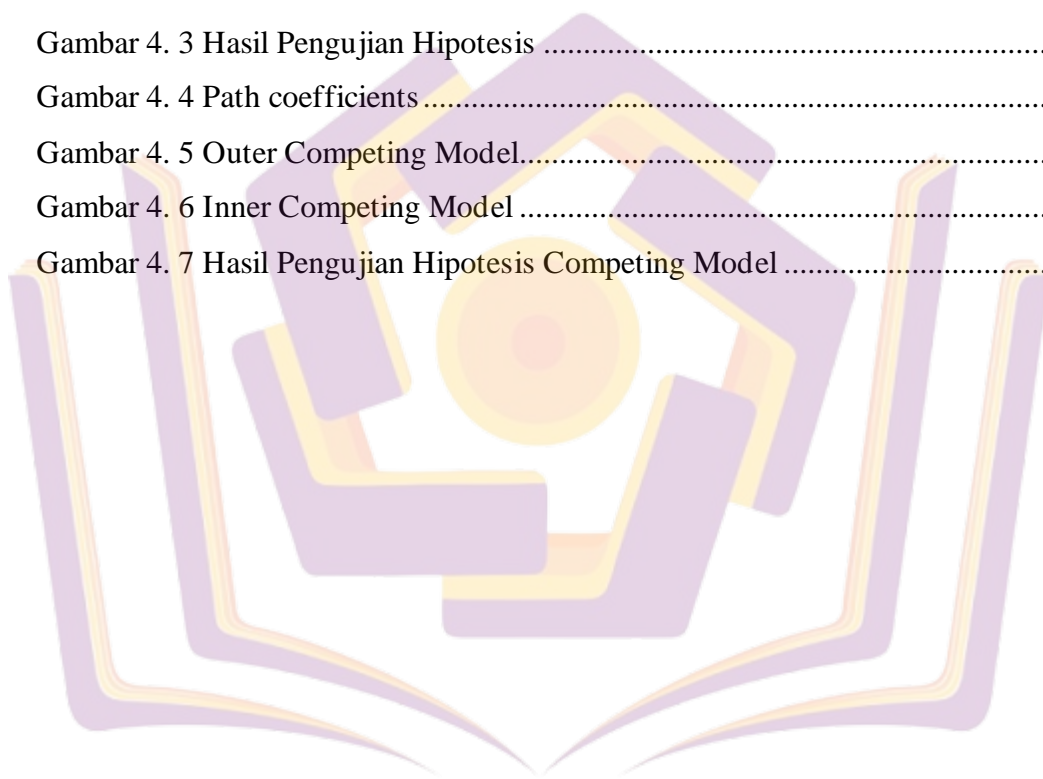


DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Penggunaan Platform Media Sosial di Indonesia Tahun 2024.....	4
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu.....	43
Tabel 3. 1 Pengukuran Skala Likert	62
Tabel 3. 2 Definisi Operasional.....	65
Tabel 3. 3 Desain Kuesioner	67
Tabel 4. 1 Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	78
Tabel 4. 2 Deskripsi Responden Berdasarkan Umur.....	78
Tabel 4. 3 Deskripsi Responden Berdasarkan Lokasi Usaha.....	79
Tabel 4. 4 Penggunaan Media Sosial Lain	80
Tabel 4. 5 Penggunaan Marketplace.....	81
Tabel 4. 6 Deskripsi Jawaban Responden Perceived Usefulness.....	83
Tabel 4. 7 Deskripsi Jawaban Responden Perceived Ease Of Use	84
Tabel 4. 8 Deskripsi Jawaban Responden Perceived Trust.....	85
Tabel 4. 9 Deskripsi Jawaban Responden Minat Penggunaan.....	86
Tabel 4. 10 Deskripsi Jawaban Responden Actual Usage.....	87
Tabel 4. 11 Hasil Uji Validitas Instrumen.....	88
Tabel 4. 12 Tingkat Reliabilitas.....	89
Tabel 4. 13 Hasil Uji Reliabilitas.....	90
Tabel 4. 14 Hasil Uji Validitas Konvergen	91
Tabel 4. 15 Hasil Nilai Cross Loading.....	92
Tabel 4. 16 Hasil Reliabilitas Komposit dan Cronbach's Alpha.....	94
Tabel 4. 17 R-square.....	95
Tabel 4. 18 Average R-Square dan Average Communalities.....	97
Tabel 4. 19 Hubungan Langsung dan Tidak Langsung.....	99
Tabel 4. 20 Hasil Uji Hipotesis	100
Tabel 4. 21 Hasil Pengujian Mediasi.....	102
Tabel 4. 22 Hasil Competing Model.....	103

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Technology Acceptance Model (TAM)	15
Gambar 2. 2 Technology Acceptance Model (TAM)	16
Gambar 2. 3 Technology Acceptance Model (TAM)	16
Gambar 2. 4 Model penelitian	57
Gambar 4. 1 Outer Model	90
Gambar 4. 2 Inner Model	95
Gambar 4. 3 Hasil Pengujian Hipotesis	98
Gambar 4. 4 Path coefficients	101
Gambar 4. 5 Outer Competing Model.....	102
Gambar 4. 6 Inner Competing Model	103
Gambar 4. 7 Hasil Pengujian Hipotesis Competing Model	103



DAFTARLAMPIRAN

- Lampiran 1. Kartu Bimbingan Skripsi Dosen Pembimbing 1
- Lampiran 2. Kartu Bimbingan Skripsi Dosen Pembimbing 2
- Lampiran 3. Surat Izin Penelitian
- Lampiran 4. Data Jumlah Audiense Iklan Di Instagram
- Lampiran 5. Negara Dengan Jangkauan Iklan Instagram Terluas
- Lampiran 6. Media Sosial Yang Banyak Digunakan Di Indonesia
- Lampiran 7. Kuesioner Pra Penelitian
- Lampiran 8. Hasil Rekap Kuesioner Pra Penelitian
- Lampiran 9. Kuesioner Penelitian
- Lampiran 10. Hasil Kuesioner Penelitian
- Lampiran 11. Hasil Data Responden
- Lampiran 12. Tabulasi Data Kuesioner
- Lampiran 13. Hasil Pengujian SPSS dan Smart Pls