

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL.....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN PENELITIAN.....	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.....	8
C. Batasan Masalah	9
D. Tujuan Penelitian	9
E. Manfaat Penelitian	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
A. Landasan Teori.....	11
1. <i>Marketplace</i> atau Lokapasar	11
2. <i>Technology Acceptance Model (TAM)</i>	12
3. Minat Penggunaan	16
4. <i>Perceived Ease of Use</i>	18
5. <i>Perceived Usefulness</i>	21
6. <i>Perceived Security</i>	24

7. <i>Perceived Trust</i>	27
B. Penelitian Terdahulu	30
C. Hipotesis dan Model Penelitian	38
1. <i>Perceived Ease of Use</i> terhadap Minat Penggunaan.....	38
2. <i>Perceived Usefulness</i> terhadap Minat Penggunaan	39
3. <i>Perceived Security</i> terhadap Minat Penggunaan.....	40
4. <i>Perceived Trust</i> terhadap Minat Penggunaan	41
5. <i>Perceived Ease of Use, Perceived Usefulness, Perceived Security, dan</i> <i>Perceived Trust</i> terhadap Minat Penggunaan	42
6. Variabel Paling Mempengaruhi Minat Penggunaan	43
7. Model Penelitian	44
BAB III METODE PENELITIAN DAN ANALISIS	
A. Metode Penelitian	45
1. Jenis Penelitian.....	45
2. Lokasi Penelitian.....	45
3. Populasi dan Sampel.....	46
4. Sumber Data.....	46
5. Teknik Pengumpulan Data.....	47
6. Definisi Konseptual dan Definisi Operasional	47
7. Desain Kuesioner	49
B. Metode Analisis	50
1. Analisis Deskriptif	50
2. Uji Keabsahan.....	52
3. Teknik Analisis Data.....	54
4. Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen Penelitian.....	59
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
A. Hasil Penelitian	63
1. Hasil Analisis Deskriptif.....	63
2. Uji Asumsi Klasik.....	73
3. Analisis Jalur (<i>Path Analysis</i>).....	75

4. Uji Hipotesis	77
B. Pembahasan.....	84
1. Pengaruh <i>Perceived Ease of Use</i> (X ₁) terhadap Minat Penggunaan <i>Marketplace</i> Shopee (Y)	84
2. Pengaruh <i>Perceived Usefulness</i> (X ₂) terhadap Minat Penggunaan <i>Marketplace</i> Shopee (Y)	85
3. Pengaruh <i>Perceived Security</i> (X ₃) terhadap Minat Penggunaan <i>Marketplace</i> Shopee (Y)	86
4. Pengaruh <i>Perceived Trust</i> (X ₄) terhadap Minat Penggunaan <i>Marketplace</i> Shopee (Y)	87
5. Pengaruh <i>Perceived Ease of Use</i> (X ₁), <i>Perceived Usefulness</i> (X ₂), <i>Perceived Security</i> (X ₃), <i>Perceived Trust</i> (X ₄) terhadap Minat Penggunaan <i>Marketplace</i> Shopee (Y)	88
6. Variabel yang Paling Mempengaruhi Minat Penggunaan <i>Marketplace</i> Shopee (Y)	89
BAB V PENUTUP	
A. Kesimpulan	90
B. Saran	91
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Survei Awal Anggota PPUB.....	4
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	36
Tabel 3.1 Definisi Konseptual dan Definisi Operasional.....	48
Tabel 3.2 Skala Likert Kuesioner.....	49
Tabel 3.3 Desain Kuesioner Penelitian	50
Tabel 3.4 Kriteria Data Penelitian.....	51
Tabel 3.5 Hasil Uji Validitas.....	60
Tabel 3.6 Hasil Uji Reliabilitas.....	61
Tabel 4.1 Penyebaran dan Pengembalian Kuesioner	63
Tabel 4.2 Nilai Skor <i>Outlier</i>	64
Tabel 4.3 Usia Responden.....	65
Tabel 4.4 Jenis Usaha Responden.....	65
Tabel 4.5 Data Penelitian Minat Penggunaan <i>Marketplace</i> Shopee	66
Tabel 4.6 Data Penelitian <i>Perceived Ease of Use</i>	67
Tabel 4.7 Data Penelitian <i>Perceived Usefulness</i>	68
Tabel 4.8 Data Penelitian <i>Perceived Security</i>	70
Tabel 4.9 Data Penelitian <i>Perceived Trust</i>	71
Tabel 4.10 Hasil Uji Normalitas	73
Tabel 4.11 Hasil Uji Multikolinearitas.....	73
Tabel 4.12 Hasil Uji Heteroskedastisitas	74
Tabel 4.13 Hasil Uji Linearitas	75
Tabel 4.14 Hasil Analisis Jalur	75
Tabel 4.15 Uji Parsial Variabel <i>Perceived Ease of Use</i>	78
Tabel 4.16 Uji Parsial Variabel <i>Perceived Usefulness</i>	79
Tabel 4.17 Uji Parsial Variabel <i>Perceived Security</i>	79
Tabel 4.18 Uji Parsial Variabel <i>Perceived Trust</i>	80
Tabel 4.19 Hasil Uji-f Simultan	81
Tabel 4.21 Ringkasan Hasil Regresi	82
Tabel 4.22 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R ²).....	83

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Pengguna Internet Terbanyak di Asia	2
Gambar 2.1 Technology Acceptance Model (TAM)	14
Gambar 2.2 Technology Acceptance Model (TAM)	15
Gambar 2.3 Model Penelitian	44



DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1. Kartu Bimbingan Pembimbing 1
- Lampiran 2. Kartu Bimbingan Pembimbing 2
- Lampiran 3. Marketplace banyak digunakan UMKM
- Lampiran 4. Kuesioner Survei Awal
- Lampiran 5. Hasil Penyebaran Kuesioner Survei Awal
- Lampiran 6. Data Anggota PPUB (Usaha Barang / Produk Fisik)
- Lampiran 7. Kuesioner Penelitian
- Lampiran 8. Tanggapan Responden pada Google *Form*
- Lampiran 9. Rekapitulasi Data Kuesioner
- Lampiran 10. Tabulasi Data Kuesioner
- Lampiran 11. Hasil Uji Validitas (Output SPSS)
- Lampiran 12. Hasil Uji Reliabilitas (Output SPSS)
- Lampiran 13. Hasil Uji Normalitas (Output SPSS)
- Lampiran 14. Hasil Uji Linearitas (Output SPSS)
- Lampiran 15. Hasil Uji Multikolinearitas (Output SPSS)
- Lampiran 16. Hasil Uji Heteroskedastisitas (Output SPSS)
- Lampiran 17. Analisis Jalur (Output SPSS)
- Lampiran 18. Hasil Uji-f Simultan (Output SPSS)
- Lampiran 19. Hasil Uji Koefisien Determinasi (Output SPSS)
- Lampiran 20. Analisis Deskriptif (Output SPSS)
- Lampiran 21. Identifikasi Data *Outlier*