DAFTAR ISI

ABSTRAK i
ABSTRACT ii
KATA PENGANTAR iii
DAFTAR ISI v
DAFTAR GAMBAR viii
DAFTAR TABEL ix
DAFTAR PERSAMAAN x
DAFTAR LAMPIRAN xi
BAB I PENDAHULUAN 1
1.1 Latar Belakang 1
1.2 Rumusan Masalah 3
1.3 Tujuan Penelitian 4
1.4 Manfaat Penelitian 4
1.5 Batasan Masalah 5
1.6 Sistematika Penulisan 5
BAB II KAJIAN PUSTAKA 8
2.1 Literatur *Review* 8
2.2 Teori dan Model Penerimaan Teknologi Informasi 10
2.2.1 *Theory of Reason Action* (TRA) 10
2.2.2 *Theory of Planned Behavior* (TPB) 12
2.2.3 *Technology Acceptance Model* 13
2.3 Definisi Teknologi Informasi 15
2.4 Teori Perilaku Penggunaan Sistem Transaksi secara *Online* 16
2.5 Teori Dasar *E-Commerce* 17
2.6 Teori Dasar *Group Buying* 19
2.7 Teori Dasar Penelitian 20
2.7.1 Variabel 20
2.7.2 Populasi 21

2.7.3 Sampel 22
2.7.4 Kuesioner 25
2.8 Penentuan Ukuran Sampel 25
2.9 Skala Pengukuran 26
2.10 Instrumen Penelitian 28
2.10.1 Uji Validitas (*Validity*) 28
2.10.2 Uji Keandalan (*Reliability*) 30
2.11 *Structural Equation Modelling* (SEM) 31
2.12 Kerangka Pemikiran Teoritis 34
2.12.1 Kepercayaan (*Trust)* 35
2.12.2 Persepsi Risiko (*Perceived Risk)* 36
2.12.3 Persepsi Kegunaan (Perceived Usefulness) 37
2.12.4 Persepsi Kemudahan (Perceived Ease of Use) 37
2.12.5 Intensitas untuk Bertransaksi (*Intention to Transact*) 38
2.12.6 Transaksi secara Nyata (*Actual Transaction*) 39
2.13 Perumusan Hipotesis 39
BAB III METODOLOGI PENELITIAN 40
3.1 Objek Penelitian 40
3.1.1 Profil Perusahaan 40
3.1.2 Visi dan Misi 42
3.1.3 Logo Perusahaan 42
3.1.4 Cara Pemesanan pada Groupon Disdus 42
3.2 Metodologi Penelitian 45
3.3 Pengumpulan Data 49
3.4 Identifikasi Faktor-faktor Penelitian 50
3.5 Sumber Data 51
3.6 Populasi dan Sampel Penelitian 52
3.7 Penyusunan Kuesioner 53

3.8 Pengujian Kuesioner 55
3.8.1 Uji Validitas Kuesioner 56
3.8.2 Uji Realibilitas Kuesioner 59
BAB IV ANALISA DAN HASIL PENELITIAN 61
4.1 Gambaraan Umum Responden 61
4.1.1 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin 61
4.1.2 Responden Berdasarkan Usia 62
4.1.3 Responden Berdasarkan Produk/Jasa Yang Dibeli 62
4.2 Pengembangan Model Teoritis 63
4.3 Pengembangan Diagram *Path* 64
4.4 Konversi Diagram *Path* ke Persamaan Struktural 66
4.5 Memilih Jenis Input dan Estimasi Model yang Diusulkan 68
4.6 Menilai Identifikasi Model Struktural 73
4.7 Menilai Kriteria *Goodness of Fit* 73
4.8 Pengujian Hipotesis Penelitian 74
4.9 Hasil Pengolahan Data Hipotesis 81
4.9.1 Faktor-faktor yang Mempengaruhi Penerimaan *User* 81
4.9.2 Analisa Keterkaitan/Korelasi 81
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN 92
5.1 Kesimpulan 92
5.2 Saran 93
DAFTAR PUSTAKA 94