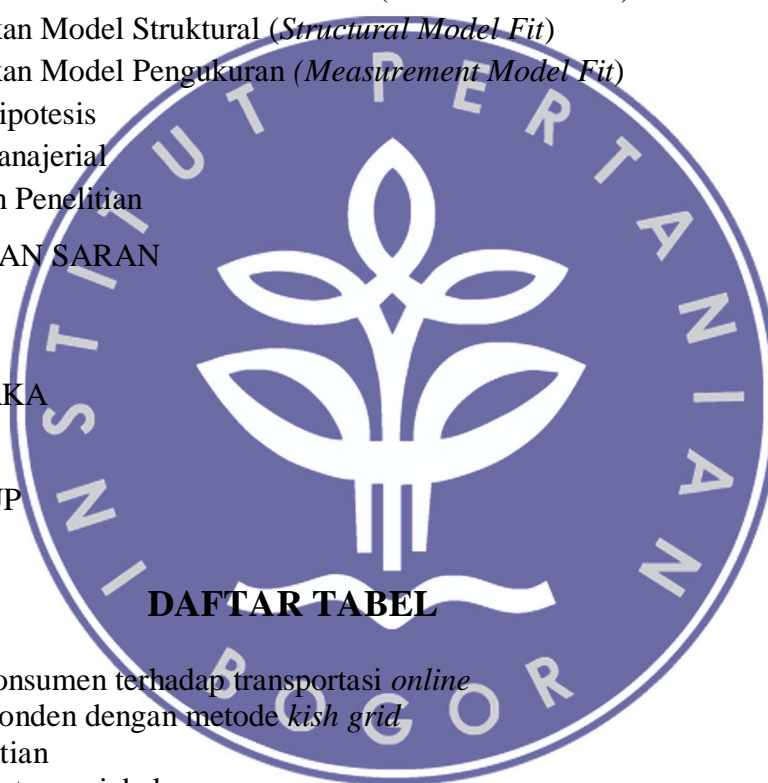


DAFTAR ISI

DAFTAR TABEL	
DAFTAR GAMBAR	
DAFTAR LAMPIRAN	
1 PENDAHULUAN	1
Latar Belakang	1
Perumusan Masalah	3
Tujuan Penelitian	5
Manfaat Penelitian	5
Ruang Lingkup Penelitian	5
2 TINJAUAN PUSTAKA	5
Persepsi Teknologi	5
Persepsi Risiko	6
<i>Institution Based Trust</i>	7
<i>Online Trust</i>	8
Perilaku Penggunaan Jasa	8
Pengaruh Persepsi Teknologi terhadap <i>Online Trust</i>	9
Pengaruh Persepsi Risiko terhadap <i>Online Trust</i>	10
Pengaruh <i>Institution Based Trust</i> terhadap <i>Online Trust</i>	10
Pengaruh Persepsi Teknologi terhadap Perilaku Penggunaan Jasa	11
Pengaruh Persepsi Risiko terhadap Perilaku Penggunaan Jasa	11
Pengaruh <i>Online Trust</i> terhadap Perilaku Penggunaan Jasa	12
Kerangka Pemikiran Konseptual	13
Hipotesis Penelitian	13
3 METODE	14
Lokasi, Waktu dan Pendekatan Penelitian	14
Populasi dan Sampel Penelitian	14
Teknik Pengambilan Contoh	15
Jenis dan Sumber Data	16
Variabel Penelitian	16
Teknik Pengambilan Data	18
Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen Penelitian	19
Teknik Pengolahan dan Analisis Data	19
Model Hibrid SEM	21
4 GAMBARAN UMUM INDUSTRI OJEK <i>ONLINE</i>	23
Sejarah Industri Ojek <i>Online</i> di Indonesia	23
Tujuan dan Nilai Perusahaan	24
Aturan Perusahaan Ojek <i>Online</i>	25
Regulasi Pemerintah	24

DAFTAR ISI (LANJUTAN)

5	HASIL DAN PEMBAHASAN	27
	Karakteristik Demografi Responden	27
	Kepemilikan Kendaraan	29
	Persebaran Contoh Pengguna Ojek <i>Online</i> Berdasarkan Usia	29
	Perilaku Penggunaan Jasa Ojek <i>Online</i>	30
	Peringkat Alasan Pemilihan Merek Ojek <i>Online</i>	31
	Deskripsi Indikator Variabel	32
	Evaluasi Tingkat Kecocokan Model	37
	Hasil Uji Kecocokan Keseluruhan Model (<i>Overall Model Fit</i>)	37
	Uji Kecocokan Model Struktural (<i>Structural Model Fit</i>)	38
	Uji Kecocokan Model Pengukuran (<i>Measurement Model Fit</i>)	39
	Pengujian Hipotesis	47
	Implikasi Manajerial	53
	Keterbatasan Penelitian	54
6	SIMPULAN DAN SARAN	54
	Simpulan	54
	Saran	55
	DAFTAR PUSTAKA	55
	LAMPIRAN	60
	RIWAYAT HIDUP	73
	DAFTAR TABEL	
1	Kekecewaan konsumen terhadap transportasi <i>online</i>	4
2	Penentuan responden dengan metode <i>kish grid</i>	16
3	Variabel penelitian	16
4	Deskripsi indikator variabel	19
5	Uji reliabilitas	20
6	Ukuran kriteria kesesuaian model	22
7	Standar layanan ojek <i>online</i>	26
8	Perbandingan merek ojek <i>online</i>	26
9	Karakteristik demografi contoh	28
10	Kepemilikan kendaraan	29
11	Sebaran contoh pengguna ojek <i>online</i> berdasarkan usia	29
12	Perilaku penggunaan jasa ojek <i>online</i>	30
13	Alasan pemilihan ojek <i>online</i>	31
14	Deskripsi indikator variabel persepsi teknologi	33
15	Tabel deskripsi indikator variabel persepsi risiko	34
16	Deskripsi indikator variabel <i>institution based trust</i>	35
17	Deskripsi indikator variabel <i>online trust</i>	36



DAFTAR TABEL (LANJUTAN)

18 Deskripsi indikator variabel perilaku penggunaan jasa	36
19 Hasil uji kecocokan keseluruhan model (<i>overall model fit</i>)	37
20 Uji kecocokan model pengukuran awal dan setelah eliminasi	40
21 Nilai <i>construct reliability</i> (CR) dan <i>variance extracted</i> (VE)	42
22 Nilai <i>loading factor</i> dan t-hitung persepsi teknologi	42
23 Nilai <i>loading factor</i> dan t-hitung persepsi risiko	44
24 Nilai <i>loading factor</i> dan t-hitung <i>institution based trust</i>	45
25 Nilai <i>loading factor</i> dan t-hitung <i>online trust</i>	46
26 Nilai <i>loading factor</i> dan t-hitung perilaku penggunaan jasa sebelum dan setelah eliminasi	46
27 Hasil estimasi model SEM	47
28 Pengaruh tidak langsung antar variabel	48
29 Implikasi manajerial bagi industri ojek <i>online</i>	53

DAFTAR GAMBAR

1 Alasan konsumen memilih transportasi <i>online</i>	3
2 Kecelakaan berdasarkan kendaraan di Indonesia 2010-2014	4
3 Kerangka pemikiran konseptual	13
4 Ilustrasi <i>systematical random sampling</i>	15
5 Model hibrid SEM	22
6 Model pengukuran SEM	39

DAFTAR LAMPIRAN

1 Contoh kuesioner	62
2 Peringkat alasan penggunaan ojek <i>online</i> merek Go-jek	67
3 Peringkat alasan pemilihan ojek <i>online</i> merek Grab	68
4 Peringkat alasan pemilihan ojek <i>online</i> merek Uber	69
5 Hasil uji validitas instrumen	70