



**SKRIPSI**

**ANALISIS PENERIMAAN PENGGUNA  
GAMIFIKASI LAZADA MENGGUNAKAN  
MODIFIED TECHNOLOGY ACCEPTANCE  
MODEL (TAM)**

**FILDA DWI MEIRINA**

NPM 22082010025

**DOSEN PEMBIMBING**

Arista Pratama, S.Kom., M.Kom.

Siti Mukaromah, S.Kom, M.Kom.

**KEMENTERIAN PENDIDIKAN TINGGI, SAINS, DAN TEKNOLOGI  
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL VETERAN JAWA TIMUR  
FAKULTAS ILMU KOMPUTER  
PROGRAM STUDI SISTEM INFORMASI  
SURABAYA  
2026**

## LEMBAR PENGESAHAN

### ANALISIS PENERIMAAN PENGGUNA GAMIFIKASI LAZADA MENGUNAKAN MODIFIED TECHNOLOGY ACCEPTANCE MODEL (TAM)

Oleh :

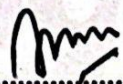
FILDA DWI MEIRINA

NPM. 22082010025


Telah dipertahankan dihadapan dan diterima oleh Tim Penguji Skripsi Prodi Sistem Informasi Fakultas Ilmu Komputer Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jawa Timur Pada tanggal 8 Mei 2026.

Menyetujui,


Arista Pratama, S.Kom., M.Kom.  
NPT. 17119910320052

  
..... (Pembimbing I)


Siti Mukaromah, S.Kom., M.Kom.  
NIP. 19810704 2021212 011

  
..... (Pembimbing II)

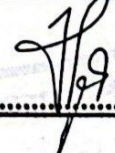
Doddy Ridwandono, S.Kom. M.Kom  
NPT. 3 7805 07 0218 1

  
..... (Ketua Penguji)

Eristya Maya Safitri, S.Kom, M.Kom.  
NIP. 19930316 2019032 020

  
..... (Penguji II)

Tri Puspa Rinjeni, S.Kom., M.Kom.  
NIP. 199602032024062001

  
..... (Penguji III)

Mengetahui,  
Dekan Fakultas Ilmu Komputer

  
Prof. Dr. Ir. Novirina Hendrasarie, MT.  
NIP. 19681126 199403 2 001

## LEMBAR PERSETUJUAN

### ANALISIS PENERIMAAN PENGGUNA GAMIFIKASI LAZADA MENGUNAKAN MODIFIED TECHNOLOGY ACCEPTANCE MODEL (TAM)

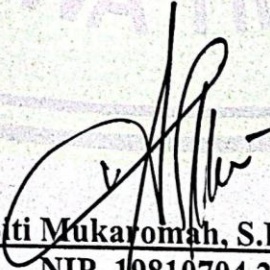
Oleh :

FILDA DWI MEIRINA

NPM. 22082010025

Menyetujui,

Koordinator Program Studi Sistem Informasi  
Fakultas Ilmu Komputer



Siti Mukaromah, S.Kom., M.Kom.  
NIP. 19810704 2021212011

## SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Filda Dwi Meirina  
NPM : 22082010025  
Program : Sarjana (S1)  
Program Studi : Sistem Informasi  
Fakultas : Fakultas Ilmu Komputer

Menyatakan bahwa dalam dokumen ilmiah Skripsi ini tidak terdapat bagian dari karya ilmiah lain yang telah diajukan untuk memperoleh gelar akademik di suatu lembaga Pendidikan Tinggi, dan juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang/lembaga lain, kecuali yang secara tertulis disitasi dalam dokumen ini dan disebutkan secara lengkap dalam daftar pustaka.

Dan saya menyatakan bahwa dokumen ilmiah ini bebas dari unsur-unsur plagiasi. Apabila dikemudian hari ditemukan indikasi plagiat pada Skripsi ini, saya bersedia menerima sanksi sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya tanpa ada paksaan dari siapapun juga dan untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.



Surabaya, 20 Mei 2026  
Yang Membuat Pernyataan,



Filda Dwi Meirina  
NPM. 22082010025

## ABSTRAK

Nama Mahasiswa / NPM : Filda Dwi Meirina / 22082010025  
Judul Skripsi : Analisis Penerimaan Pengguna Gamifikasi  
Lazada Menggunakan Modified Technology  
Acceptance Model (TAM)  
Dosen Pembimbing : 1. Arista Pratama, S.Kom., M.Kom.  
2. Siti Mukaromah, S.Kom., M.Kom.

Perkembangan *e-commerce* mendorong perusahaan menghadirkan inovasi seperti gamifikasi untuk meningkatkan keterlibatan pengguna. Lazada telah menerapkan fitur gamifikasi seperti poin, *reward*, level, dan misi harian. Namun, hasil pra-survei menunjukkan bahwa gamifikasi Lazada masih dinilai belum optimal dibandingkan Shopee, terutama pada aspek daya tarik, kemudahan, pemahaman mekanisme, *reward*, dan manfaat. Sehingga penelitian ini bertujuan untuk menganalisis penerimaan gamifikasi pada aplikasi Lazada menggunakan *Modified Technology Acceptance Model* (TAM) dengan tujuh variabel yaitu *Gamification*, *Flow Experience*, *Perceived Ease of Use*, *Perceived Usefulness*, *Attitude*, *Continued Use Intention*, dan *Intention to Spread Word of Mouth*. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei terhadap pengguna gamifikasi Lazada di Indonesia, dengan melibatkan 420 responden yang dipilih menggunakan teknik *purposive sampling*. Pengolahan dan analisis data dilakukan menggunakan pendekatan PLS-SEM dengan perangkat lunak SmartPLS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa seluruh hipotesis yang diajukan diterima. Hasil tersebut menunjukkan bahwa variabel *gamification* berpengaruh signifikan terhadap *flow experience*, *perceived ease of use*, dan *perceived usefulness*. Selanjutnya, *flow experience* berpengaruh signifikan terhadap *perceived ease of use* dan *perceived usefulness*. Variabel *perceived ease of use* dan *perceived usefulness* terbukti berpengaruh signifikan terhadap *attitude*, yang kemudian memengaruhi *continued use intention* dan *intention to spread word of mouth*.

**Kata kunci :** *E-commerce*, Lazada, Gamifikasi, *Technology Acceptance Model* (TAM), Penerimaan Pengguna.

## ABSTRACT

Student Name / NPM : Filda Dwi Meirina / 22082010025  
Thesis Title : User Acceptance Analysis of *Gamification* in  
Lazada Using the *Modified Technology  
Acceptance Model* (TAM)  
Advisor : 1. Arista Pratama, S.Kom., M.Kom.  
2. Siti Mukaromah, S.Kom., M.Kom.

*The rapid growth of e-commerce has encouraged companies to introduce innovations such as gamification to enhance user engagement. Lazada has implemented various gamification features, including points, rewards, levels, and daily missions; however, user acceptance of these features remains suboptimal. This study aims to analyze user acceptance of gamification in the Lazada application using the Modified Technology Acceptance Model (TAM), which includes seven variables: Gamification, Flow Experience, Perceived Ease of Use, Perceived Usefulness, Attitude, Continued Use Intention, and Intention to Spread Word of Mouth. This research adopts a quantitative approach using a survey method involving 420 respondents who are users of Lazada gamification features in Indonesia, selected through purposive sampling. Data processing and analysis were conducted using the PLS-SEM approach with SmartPLS. The results indicate that all proposed hypotheses are accepted. Gamification significantly influences flow experience, perceived ease of use, and perceived usefulness. Furthermore, flow experience significantly affects perceived ease of use and perceived usefulness. Both perceived ease of use and perceived usefulness significantly influence attitude, which in turn affects continued use intention and intention to spread word of mouth. Therefore, gamification in the Lazada application is well accepted by users.*

**Keywords:** *E-commerce, Lazada, Gamification, Technology Acceptance Model (TAM), User Acceptance.*

## KATA PENGANTAR

Dengan memanjatkan puji syukur ke hadirat Allah SWT atas segala rahmat, karunia, dan kesehatan yang telah diberikan, penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi yang berjudul “Analisis Penerimaan Pengguna Gamifikasi Lazada Menggunakan *Modified Technology Acceptance Model (TAM)*”. Penyusunan skripsi ini tidak terlepas dari izin dan pertolongan-Nya sehingga penulis mampu melalui setiap tahapan dengan baik. Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Komputer pada Program Studi Sistem Informasi, Fakultas Ilmu Komputer, Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur. Selama proses penyusunan skripsi ini, penulis mendapatkan banyak dukungan, bantuan, serta doa dari berbagai pihak yang sangat berarti dalam menyelesaikan penelitian ini. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih kepada:

1. Bapak Djoko Sunan dan Ibu Khoiriyah, selaku kedua orang tua tercinta penulis, yang senantiasa menjadi sumber kekuatan terbesar dalam hidup penulis. Terima kasih atas segala doa yang tidak pernah putus, kasih sayang yang tulus, pengorbanan yang tak terhingga, serta dukungan baik secara moral maupun material. Setiap langkah dan pencapaian penulis tidak terlepas dari ridho dan restunya, yang menjadi alasan utama penulis untuk terus berjuang hingga dapat menyelesaikan skripsi ini.
2. Saudara terkasih Anisa Putri Agustin, yang selalu hadir memberikan dukungan, perhatian, serta semangat kepada penulis di setiap proses yang dilalui. Terima kasih atas kebersamaan, canda, dan motivasi yang mampu menguatkan penulis dalam menghadapi berbagai tantangan selama penyusunan skripsi ini.
3. Bapak Arista Pratama, S.Kom., M.Kom., selaku dosen promotor sekaligus dosen pembimbing I yang telah meluangkan waktu, tenaga, serta memberikan arahan dan bimbingan selama penyusunan skripsi ini.
4. Ibu Siti Mukaromah, S.Kom., M.Kom., selaku Koordinator Program Studi Sistem Informasi sekaligus dosen pembimbing II yang senantiasa memberikan masukan, saran, serta dukungan yang sangat membantu penulis dalam penyempurnaan penyusunan skripsi ini.

5. Bapak Agung Brastama Putra, S.Kom., M.Kom., selaku dosen wali yang telah memberikan arahan, bimbingan, dan dukungan selama masa perkuliahan hingga penyusunan skripsi ini.
6. Seluruh Bapak dan Ibu dosen Program Studi Sistem Informasi yang telah memberikan ilmu, pengalaman, serta wawasan yang sangat bermanfaat selama masa perkuliahan.
7. Seluruh responden yang telah bersedia meluangkan waktu untuk mengisi kuesioner penelitian ini sehingga data yang dibutuhkan dapat terkumpul dengan baik.
8. Teman-teman terdekat, Nurul Hidayatul Hasanah, Alfina Mazidatul Mufidah, dan Adelia Putri Pratiwi yang selalu memberikan dukungan, semangat, serta menjadi tempat berbagi keluh kesah selama proses penyusunan skripsi ini.
9. Teman-teman seperbimbingan yang saling membantu, berbagi informasi, berdiskusi serta memberikan semangat dalam menyelesaikan skripsi ini.
10. Seluruh teman-teman mahasiswa Program Studi Sistem Informasi angkatan 2022 yang telah memberikan kebersamaan, dukungan, dan pengalaman berharga selama masa perkuliahan.
11. Diri penulis sendiri, Filda Dwi Meirina. Apresiasi sebesar-besarnya karena telah berjuang dengan penuh kesabaran, ketekunan, dan keikhlasan dalam melewati setiap proses yang tidak selalu mudah. Terima kasih karena tidak menyerah dalam menghadapi berbagai hambatan, tetap bertahan di saat sulit, serta terus berusaha memberikan yang terbaik hingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.

Penulis menyadari skripsi ini masih memiliki kekurangan, sehingga saran dan kritik yang membangun sangat diharapkan. Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi pembaca, peneliti berikutnya, dan pihak-pihak yang berkepentingan.

Surabaya, 5 Mei 2026

Penulis

## DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN .....	iii
LEMBAR PERSETUJUAN.....	v
SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI .....	vii
ABSTRAK .....	ix
ABSTRACT .....	xi
KATA PENGANTAR.....	xiii
DAFTAR ISI .....	xv
DAFTAR GAMBAR .....	xxi
DAFTAR TABEL.....	xxiii
BAB I PENDAHULUAN .....	1
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	6
1.3 Batasan Masalah.....	7
1.4 Tujuan.....	7
1.5 Manfaat Penelitian .....	7
1.6 Relevansi SI .....	7
1.7 Sistematika Penulisan .....	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA .....	11
2.1 Penelitian Terdahulu.....	11
2.2 Landasan Teori .....	30
2.2.1 <i>E-commerce</i> .....	30
2.2.2 Gamifikasi .....	31
2.2.3 Lazada .....	45
2.2.4 Technology Acceptance Model (TAM).....	46

2.2.5 Variabel <i>Intention to Spread WOM</i> .....	48
2.2.6 <i>Structural Equation Modelling – Partial Least Square (SEM-PLS)</i> ....	49
2.2.7 Metode Pengumpulan Data .....	50
2.2.8 Populasi dan Sampel.....	50
2.2.9 Teknik Sampling.....	50
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN .....</b>	<b>53</b>
3.1 Alur Penelitian .....	53
3.2 Identifikasi Masalah .....	53
3.3 Studi Literatur.....	54
3.4 Penyusunan Model Konseptual .....	54
3.5 Penyusunan Hipotesis.....	55
3.5.1 Pengaruh <i>Gamification</i> terhadap <i>Flow experience</i> .....	55
3.5.2 Pengaruh <i>Gamification</i> terhadap <i>Perceived Ease of Use (PEOU)</i> .....	56
3.5.3 Pengaruh <i>Gamification</i> terhadap <i>Perceived usefulness (PU)</i> .....	57
3.5.4 Pengaruh <i>Flow experience</i> terhadap <i>Perceived Ease of Use (PEOU)</i> ..	57
3.5.5 Pengaruh <i>Flow experience</i> terhadap <i>Perceived usefulness (PU)</i> .....	58
3.5.6 Pengaruh <i>Perceived Ease of Use (PEOU)</i> terhadap <i>Perceived usefulness (PU)</i> .....	58
3.5.7 Pengaruh <i>Perceived usefulness (PU)</i> terhadap <i>Attitude</i> .....	59
3.5.8 Pengaruh <i>Perceived Ease of Use (PEOU)</i> terhadap <i>Attitude</i> .....	60
3.5.9 Pengaruh <i>Attitude</i> terhadap <i>Continued Use Intention (CUI)</i> .....	60
3.5.10 Pengaruh <i>Attitude</i> terhadap <i>Intention to Spread WOM</i> .....	61
3.6 Penentuan Populasi dan Sampel .....	61
3.6.1 Metode Pengumpulan Data .....	62
3.6.2 Populasi .....	62
3.6.3 Sampel .....	62

3.6.4 Teknik Sampling .....	64
3.6.5 Sumber Pengumpulan Data.....	64
3.7 Penyusunan Instrumen Penelitian .....	65
3.7.1 Definisi Operasional.....	65
3.7.2 Instrumen Penelitian.....	66
3.8 Pengujian Instrumen.....	69
3.8.1 Uji Validitas.....	69
3.8.2 Uji Reliabilitas .....	73
3.9 Penyebaran Kuesioner.....	74
3.9.1 Skala Likert .....	74
3.10 Pengolahan dan Analisis data.....	74
3.10.1 Cleaning Data.....	75
3.10.2 Analisis Statistik Deskriptif .....	75
3.10.3 Analisis Statistik Inferensial.....	75
3.11 Hasil dan Pembahasan.....	78
3.12 Penarikan Kesimpulan dan Saran.....	78
BAB IV .....	79
4.1 Hasil dan Pembahasan Data Cleaning.....	79
4.1.1 Pemeriksaan Kesesuaian Kriteria Sampel.....	79
4.1.2 Pemeriksaan Jawaban Berpola.....	80
4.1.3 Pemeriksaan Data Redundan .....	80
4.1.4 Pemeriksaan <i>Outlier</i> .....	81
4.2 Validasi Data Responden Berdasarkan Bukti Penggunaan Gamifikasi .....	82
4.3 Data Demografi Responden .....	83
4.3.1 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	83
4.3.2 Responden Berdasarkan Usia.....	84

4.3.3 Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	84
4.3.4 Responden Berdasarkan Provinsi .....	86
4.3.5 Responden Berdasarkan Lama Penggunaan Aplikasi .....	88
4.3.6 Responden Berdasarkan Frekuensi Penggunaan Aplikasi.....	89
4.3.7 Responden Berdasarkan Frekuensi Penggunaan Gamifikasi .....	90
4.3.8 Responden Berdasarkan <i>Game</i> Yang Sering Digunakan.....	90
4.3.9 Responden Berdasarkan Gamifikasi Yang Sering Digunakan .....	91
4.4 Pembahasan Analisis Deskriptif .....	93
4.4.1 Frekuensi Jawaban Variabel <i>Gamification</i> .....	93
4.4.2 Frekuensi Jawaban Variabel <i>Flow Experience</i> .....	95
4.4.3 Frekuensi Jawaban Variabel <i>Perceived usefulness</i> .....	98
4.4.4 Frekuensi Jawaban Variabel <i>Perceived Ease of Use</i> .....	100
4.4.5 Frekuensi Jawaban Variabel <i>Attitude</i> .....	103
4.4.6 Frekuensi Jawaban Variabel <i>Continued Use Intention</i> .....	105
4.4.7 Frekuensi Jawaban Variabel <i>Intention to WOM</i> .....	107
4.5 Pembahasan Analisis Statistik Inferensial .....	109
4.5.1 Outer Model.....	109
4.5.2 Inner Model .....	116
4.5.3 Pengujian Hipotesis .....	123
4.6 Pembahasan Hasil Penelitian.....	129
4.6.1 Pengaruh Hubungan <i>Gamification</i> terhadap <i>Flow Experience</i> .....	129
4.6.2 Pengaruh Hubungan <i>Gamification</i> terhadap <i>Perceived Ease of Use</i> ..	132
4.6.3 Pengaruh Hubungan <i>Gamification</i> terhadap <i>Perceived usefulness</i> ...	135
4.6.4 Pengaruh Hubungan <i>Flow experience</i> terhadap <i>Perceived Ease of Use</i> .....	138

4.6.5 Pengaruh Hubungan <i>Flow experience</i> terhadap <i>Perceived usefulness</i> .....	140
4.6.6 Pengaruh Hubungan <i>Perceived Ease of Use</i> terhadap <i>Perceived usefulness</i> .....	143
4.6.7 Pengaruh Hubungan <i>Perceived usefulness</i> terhadap <i>Attitude</i> .....	146
4.6.8 Pengaruh Hubungan <i>Perceived Ease of Use</i> terhadap <i>Attitude</i> .....	149
4.6.9 Pengaruh Hubungan <i>Attitude</i> terhadap <i>Continued Use Intention</i> .....	152
4.6.10 Pengaruh Hubungan <i>Attitude</i> terhadap <i>Intention to Spread WOM</i> ..	155
BAB V.....	159
5.1 Kesimpulan .....	159
5.2 Saran.....	159
DAFTAR PUSTAKA .....	161
LAMPIRAN.....	171

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Jumlah Pengguna Internet di Indonesia Tahun 2023–2025.....	1
Gambar 1.2 Perbandingan Penilaian Gamifikasi Shopee dan Lazada .....	3
Gambar 1.3 An Information Systems Framework .....	8
Gambar 2.1 Game LazKoin .....	32
Gambar 2.2 Game LazPanen.....	33
Gambar 2.3 Game Lucky Egg.....	34
Gambar 2.4 Game MergerBoss.....	35
Gambar 2.5 Game GoGoMatch .....	36
Gambar 2.6 Game Daily Rewards .....	37
Gambar 2.7 Game Animal Garden.....	38
Gambar 2.8 Game Yummy Town.....	39
Gambar 2.9 Game CapyBistro .....	40
Gambar 2.10 Game Shelf Shuffle .....	41
Gambar 2.11 Game Bus Out .....	42
Gambar 2.12 Game 3 Lazzie.....	43
Gambar 2.13 Game Ludo .....	44
Gambar 2.14 Game Fishing Master .....	45
Gambar 2.15 Logo E-commerce Lazada .....	46
Gambar 2.16 Model TAM [59] .....	47
Gambar 3. 1 Diagram Alur Penelitian.....	53
Gambar 3. 2 Model Konseptual .....	54
Gambar 4.1 Hasil BootStrapping .....	123

## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	11
Tabel 3.1 Definisi Operasional.....	65
Tabel 3.2 Instrumen Penelitian.....	67
Tabel 3.3 Uji Validitas Variabel Gamification .....	70
Tabel 3.4 Uji Validitas Variabel Flow Experience .....	70
Tabel 3.5 Uji Validitas Variabel Perceived usefulness .....	71
Tabel 3.6 Uji Validitas Variabel Perceived Ease of Use.....	71
Tabel 3.7 Uji Validitas Variabel Attitude.....	72
Tabel 3.8 Uji Validitas Variabel Continued Use Intention .....	72
Tabel 3.9 Uji Validitas Variabel The Intention of Word of Mouth .....	72
Tabel 3.10 Hasil Uji Reliabilitas Pra-Kuesioner .....	73
Tabel 3.11 Skala Likert .....	74
Tabel 3.12 Kriteria Outer Model.....	76
Tabel 3.13 Kriteria Inner Model.....	77
Tabel 4.1 Hasil Proses Data Cleaning .....	82
Tabel 4.2 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	83
Tabel 4.3 Responden Berdasarkan Usia.....	84
Tabel 4.4 Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	85
Tabel 4.5 Responden Berdasarkan Provinsi.....	86
Tabel 4.6 Responden Berdasarkan Lama Penggunaan Aplikasi .....	88
Tabel 4.7 Responden Berdasarkan Frekuensi Penggunaan Aplikasi .....	89
Tabel 4.8 Responden Berdasarkan Frekuensi Penggunaan Gamifikasi .....	90
Tabel 4.9 Responden Berdasarkan Game Yang Sering Digunakan .....	91
Tabel 4.10 Responden Berdasarkan Gamifikasi Yang Sering Digunakan .....	92
Tabel 4.11 Frekuensi Jawaban Variabel Gamification .....	93
Tabel 4.12 Hasil Statistik Jawaban Variabel Gamification .....	94
Tabel 4.13 Frekuensi Jawaban Variabel Flow Experience .....	95
Tabel 4.14 Hasil Statistik Jawaban Variabel Flow Experience .....	97
Tabel 4.15 Frekuensi Jawaban Variabel Perceived usefulness.....	98
Tabel 4.16 Hasil Statistik Jawaban Variabel Perceived usefulness.....	99
Tabel 4.17 Frekuensi Jawaban Variabel Perceived Ease of Use .....	100

Tabel 4.18 Hasil Statistik Jawaban Variabel Perceived Ease of Use.....	101
Tabel 4.19 Frekuensi Jawaban Variabel Attitude.....	103
Tabel 4.20 Hasil Statistik Jawaban Variabel Attitude.....	104
Tabel 4.21 Frekuensi Jawaban Variabel Continued Use Intention .....	105
Tabel 4.22 Hasil Statistik Jawaban Variabel Continued Use Intention .....	106
Tabel 4.23 Frekuensi Jawaban Variabel Intention to WOM.....	107
Tabel 4.24 Hasil Statistik Jawaban Variabel Intention to WOM .....	108
Tabel 4.25 Hasil Uji Outer Loadings.....	110
Tabel 4.26 Nilai Average Variance Extracted (AVE).....	112
Tabel 4.27 Nilai Discriminant Validity (Cross Loading).....	113
Tabel 4.28 Nilai Discriminant Validity Fornell-Larcker Criterion .....	115
Tabel 4.29 Nilai Cronbach's Alpha dan Composite Reliability.....	116
Tabel 4.30 Hasil R-Square.....	117
Tabel 4.31 Hasil F-Square .....	118
Tabel 4.32 Hasil Uji Multikolinearitas Variance Inflation Factor (VIF) .....	121
Tabel 4.33 Hasil Uji Hipotesis.....	123