

## DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN .....	i
PERNYATAAN.....	ii
PERSEMBAHAN .....	iii
ABSTRAK .....	iv
<i>ABSTRACT</i> .....	v
KATA PENGANTAR .....	vi
DAFTAR ISI .....	vii
DAFTAR TABEL .....	x
DAFTAR GAMBAR .....	xii
BAB I PENDAHULUAN .....	1
1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian .....	1
1.2 Latar Belakang .....	5
1.3 Perumusan Masalah dan Pertanyaan Penelitian.....	7
1.3.1 Perumusan Masalah .....	7
1.3.2 Pertanyaan Penelitian .....	8
1.4 Tujuan Penelitian .....	8
1.5 Manfaat Penelitian .....	9
1.5.1 Manfaat Bagi Akademik .....	9
1.5.2 Manfaat Bagi Bisnis .....	9
1.6 Pengorganisasian Laporan .....	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN LINGKUP PENELITIAN .....	11
2.1 Tinjauan Pustaka Penelitian .....	11
2.1.1 Rangkuman Teori .....	11
2.1.1.1 <i>Advertising</i> dan <i>Digital Advertising</i> .....	11
2.1.1.2 Teori Penerimaan Teknologi .....	12
2.1.1.3 <i>Unified Theory of Acceptance and Use of Technology 2</i> .....	13
2.1.2 Penelitian Terdahulu.....	17
2.2 Metodologi Penelitian .....	18
2.3 Kerangka Pemikiran .....	19

2.4 Hipotesis Penelitian .....	23
2.5 Ruang Lingkup Penelitian .....	27
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>28</b>
3.1 Jenis Penelitian .....	28
3.2 Operasionalisasi Variabel .....	28
3.3 <i>Face Validity</i> atau <i>Logical validity</i> .....	32
3.4 Desain Kuesioner .....	33
3.5 <i>Readability Test</i> .....	33
3.6 <i>Pilot Test</i> .....	34
3.6.1 Uji Validitas .....	34
3.6.2 Uji Realibilitas .....	37
3.7 Pengumpulan Data Utama .....	38
3.7.1 Sampel dan Populasi .....	38
3.7.2 Teknik <i>Sampling</i> .....	39
3.7.3 Teknik Pengumpulan Data .....	40
3.8 Metoda Analisis Data .....	41
3.8.1 Statistik Deskriptif .....	41
3.8.2 Metode Penelitian Verifikatif .....	42
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>47</b>
4.1 Karakteristik Responden .....	47
4.1.1 Jumlah Responden Valid .....	47
4.1.2 Karakteristik Responden Valid Berdasarkan Karakteristik Perusaha- an .....	48
4.1.3 Karakteristik Responden Valid Berdasarkan Karakteristik Produk ...	48
4.2 Deskriptif Analisis Hasil Penilaian Responden Terhadap Variabel Peneli- tian.....	49
4.2.1 Deskriptif Analisis Variabel <i>Performance Expectancy</i> .....	49
4.2.2 Deskriptif Analisis Variabel <i>Effort Expectancy</i> .....	50
4.2.3 Deskriptif Analisis Variabel <i>Social Influence</i> .....	51
4.2.4 Deskriptif Analisis Variabel <i>Facilitating Condition</i> .....	52
4.2.5 Deskriptif Analisis Variabel <i>Hedonic Motivation</i> .....	53
4.2.6 Deskriptif Analisis Variabel <i>Price Value</i> .....	55

4.2.7	Deskriptif Analisis Variabel <i>Habit</i> .....	56
4.3	Pengujian Hipotesa .....	57
4.3.1	Model Penelitian .....	57
4.3.2	Pengujian Multi Kolinearitas/ <i>Collinearity Statistic</i> .....	58
4.3.3	Pengujian Model Pengukuran/ <i>Measurement Model (Outer Model)</i> ..	60
4.3.4	Pengujian Model Struktural/ <i>Structural Model (Inner Model)</i> .....	60
4.4	Hasil Pengujian Model Pengukuran/ <i>Measurement Model (Outer Model)</i> ..	61
4.4.1	Hasil Pengujian <i>Convergent Validity</i> .....	61
4.4.2	Hasil Pengujian <i>Discriminant Validity</i> .....	62
4.4.3	Hasil Pengujian <i>Internal Consistency Reliability</i> .....	63
4.5	Pengujian Pengujian Model Struktural ( <i>Inner Model</i> ) .....	64
4.5.1	<i>Path Diagram</i> Hasil Penelitian .....	64
4.5.2	Uji <i>R-Square</i> .....	65
4.5.3	Uji <i>t-value</i> .....	65
4.6	Pengujian Pengaruh Variabel Moderator .....	67
4.6.1	Pengujian <i>Company Characteristic</i> Sebagai Moderator.....	68
4.6.2	Pengujian <i>Product Characteristic</i> Sebagai Moderator .....	71
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....		75
5.1	Kesimpulan .....	75
5.2	Saran .....	76
5.2.1	Saran Bagi Perusahaan Penyedia Layanan U-Ad .....	76
5.2.2	Saran Bagi Penelitian Selanjutnya .....	78
DAFTAR PUSTAKA .....		79
LAMPIRAN		