

DAFTAR ISI

Halaman Persetujuan	i
Halaman Pernyataan	ii
Kata Pengantar	iii
Halaman Pernyataan Persetujuan Akademis	v
Lembar Persembahan	vi
Abstrak	vii
Daftar Isi	ix
Daftar Gambar	xii
Daftar Tabel	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Gambaran Umum Obyek Penelitian	1
1.2 Latar Belakang Penelitian	3
1.3 Perumusan Permasalahan dan Pertanyaan Penelitian	8
1.4 Tujuan Penelitian	9
1.5 Kegunaan Penelitian	10
1.6 Sistematika Penulisan	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN LINGKUP PENELITIAN	12
2.1 Tinjauan Pustaka	12
2.1.1 Teknologi	12
2.1.2 Perilaku Pelanggan	12
2.1.3 Difusi dan Adopsi Teknologi	13
2.1.4 Teori Adopsi Teknologi	17
2.1.5 <i>Unified Theory of Acceptance and Use of Technology 2</i>	18
2.1.6 Penelitian Terdahulu	23
2.2 Kerangka Pemikiran	35
2.3 Hipotesis Penelitian	36
2.3.1 <i>Performance Expectancy</i>	36
2.3.2 <i>Effort Expectancy</i>	37
2.3.3 <i>Social Influence</i>	38

2.3.4	<i>Facilitating Condition</i>	39
2.3.5	<i>Hedonic Motivation</i>	40
2.3.6	<i>Price Value</i>	41
2.3.7	<i>Habit</i>	41
2.3.8	<i>Behavioral Intention</i>	42
2.4	Ruang Lingkup Penelitian	42
BAB III METODE PENELITIAN		43
3.1	Jenis Penelitian	43
3.2	Operasionalisasi Variabel	43
3.3	Tahapan Penelitian	48
3.4	Populasi dan Sampel	48
3.4.1	Populasi	48
3.4.2	Sampel	49
3.5	Pengumpulan Data	50
3.6	Desain Kuesioner	53
3.7	Skala Pengukuran	53
3.8	Uji Validitas dan Reliabilitas	54
3.8.1	Uji Validitas	54
3.8.2	Uji Reliabilitas	56
3.9	Teknik Analisis Data	58
3.9.1	Analisis Deskriptif	58
3.9.2	Pengujian <i>Partial Least Square</i>	60
3.9.3	Diagram Jalur dan Sistem Persamaan	61
3.9.4	Evaluasi Model	64
3.9.5	Pengujian Hipotesis	68
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		70
4.1	Karakteristik Responden	70
4.1.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	71
4.1.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	72
4.1.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Daerah Tempat Tinggal	73
4.1.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	75

4.1.5	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan	76
4.2	Deskripsi Variabel Penelitian	76
4.2.1	<i>Performance Expectancy</i>	77
4.2.2	<i>Effort Expectancy</i>	78
4.2.3	<i>Social Influence</i>	79
4.2.4	<i>Facilitating Condition</i>	80
4.2.5	<i>Hedonic Motivation</i>	81
4.2.6	<i>Price Value</i>	82
4.2.7	<i>Habit</i>	83
4.2.8	<i>Behavioral Intention</i>	85
4.2.9	<i>Use Behavior</i>	86
4.3	Pengujian <i>Partial Least Square</i>	87
4.3.1	<i>Outer Model</i>	87
4.3.2	<i>Inner Model</i>	95
4.3.3	Uji Hipotesis	96
4.4	Pembahasan Penelitian	111
4.4.1	Persepsi Pengguna Terhadap Faktor yang Mempengaruhi Kecenderungan Pelanggan	111
4.4.2	Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kecenderungan dan Perilaku Penggunaan <i>Voucher Wifi.Id 98108</i>	114
4.4.3	Pengaruh Perbedaan <i>Age</i> dan <i>Gender</i>	119
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN		122
5.1	Kesimpulan	122
5.2	Saran	123
5.2.1	Saran Akademis	123
5.2.2	Saran Praktis	123
DAFTAR PUSTAKA		125
LAMPIRAN		