

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN	ii
HALAMAN PERNYATAAN	iii
KATA PENGANTAR	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	viii
DAFTAR GAMBAR	ix
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Gambaran Umum	1
1.1.1 Profil Perusahaan	1
1.1.2 Visi dan Misi Perusahaan	3
1.2 Latar Belakang	4
1.3 Rumusan Masalah	14
1.4 Tujuan Penelitian	15
1.5 Kegunaan Penelitian.....	15
1.6 Sistematika Penulisan	16
BAB II TUJUAN PUSTAKA	17
2.1 Tujuan Pustaka	17
2.1.1 Konsep Pemasaran	17
2.1.2 Perilaku Konsumen	17
2.1.2.1 Faktor – Faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen	18
2.1.3 Niat Konsumen	19
2.1.4 <i>The Unified Theory of Acceptance and Use of Thecnology (UTAUT)</i>	20
2.2 Penelitian Terdahulu	24
2.3 Kerangka Pemikiran.....	38
2.4 Hipotesis Penelitian.....	40
2.5 Ruang Lingkup Penelitian.....	41

BAB III METODE PENELITIAN	42
3.1 Jenis Penelitian.....	43
3.2 Variabel Operasional dan Skala Pengukuran.....	43
3.2.1 Variabel Operasional.....	43
3.2.2 Skala Pengukuran.....	46
3.3 Tahapan Penelitian.....	47
3.4 Populasi dan Sampel.....	49
3.4.1 Populasi.....	49
3.4.2 Sampel.....	49
3.5 Teknik Sampling.....	50
3.6 Teknik Pengambilan Data.....	50
3.7 Uji Validitas dan Uji Reliabilitas.....	50
3.7.1 Uji Validitas.....	51
3.7.2 Uji Reliabilitas.....	53
3.8 Teknik Analisis.....	54
3.8.1 Analisis Deskriptif.....	54
3.9 Metode Analisis Data.....	56
3.9.1 Pengukuran Model (Outer Model).....	57
3.9.2 Pengukuran Struktural (Iner Model).....	59
3.10 Uji Hipotesis.....	59
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	61
4.1 Deskripsi Karaterisrik Responden.....	61
4.2 Hasil Penelitian.....	64
4.2.1 Analisis Deskriptif.....	64
4.2.2 Tanggapan Responden Mengenai <i>Performance Expectancy</i>	64
4.2.3 Tanggapan Responden Mengenai <i>Effort Expectancy</i>	67
4.2.4 Tanggapan Responden Mengenai <i>Social Influence</i>	69
4.2.5 Tanggapan Responden Mengenai <i>Culture</i>	71
4.2.6 Tanggapan Responden Mengenai <i>Perceived Security</i>	73
4.2.7 Tanggapan Responden Mengenai <i>Intention To Use</i>	75
4.3 Pengujian <i>Model Structural (Outer Model)</i>	77

4.3.1 <i>Convergent Validity</i>	77
4.3.2 <i>Discriminant Validity</i>	78
4.3.3 Uji Releabilitas	80
4.4 Pengujian <i>Model Structural (Inner Model)</i>	80
4.4.1 Evaluasi Pengukuran Structural	81
4.4.2 <i>Predictive Relevance</i>	82
4.4.3 Uji Hipotesis	82
4.5 Hasil Penelitian dan Pembahasan	85
4.5.1 Hasil Penelitian Deskriptif	85
4.5.2 Hasil Pengujian Olah Data	87
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	102
5.1 Kesimpulan	102
5.2 Saran	102