

DAFTAR ISI

ABSTRAK	ii
<i>ABSTRACT</i>	iii
LEMBAR PENGESAHAN	iv
LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
DAFTAR SIMBOL	xv
DAFTAR ISTILAH	xvi
Bab I PENDAHULUAN	1
I.1 Latar Belakang	1
I.2 Perumusan Masalah	3
I.3 Tujuan Penelitian	3
I.4 Batasan Penelitian	4
I.5 Manfaat Penelitian	4
I.6 Sistematika Penulisan	4
Bab II TINJAUAN PUSTAKA	6
II.1 <i>Enterprise Resource Planning (ERP)</i>	6
II.1.1 Pengertian <i>Enterprise Resource Planning (ERP)</i>	6
II.1.2 Manfaat Penggunaan <i>Enterprise Resource Planning (ERP)</i>	6
II.2 <i>System Application and Product in Data Processing (SAP)</i>	6
II.3 <i>Unified Theory of Acceptance and Use of Technology 2 (UTAUT 2)</i>	7

II.4	<i>Human Resource</i>	9
II.5	<i>Structural Equation Modeling (SEM)</i>	11
II.5.1	SEM dengan PLS	12
II.5.2	Pengujian <i>Outer Model</i>	13
II.5.3	Pengujian <i>Inner Model</i>	13
II.6	Statistika Deskriptif	13
II.6.1	Pengertian Statistika Deskriptif	13
II.6.2	Penyajian Data	13
II.6.3	Pengukuran Gejala Pusat	14
II.7	Teknik <i>Sampling</i>	15
II.8	Jenis dan Sumber Data	16
II.8.1	Jenis Data	16
II.8.2	Sumber Data	17
II.9	Penelitian Terdahulu	17
II.10	Alasan Pemilihan Teori, Kerangka Kerja, atau Mekanisme	20
Bab III	METODOLOGI PENELITIAN	22
III.1	Model Konseptual	22
III.2	Sistematika Penelitian	23
III.2.1	Tahapan Identifikasi	24
III.2.2	Tahap Pengumpulan Data	31
III.2.3	Tahap Analisis Data	32
III.2.4	Tahapan Pengambilan Keputusan	33
Bab IV	HASIL DAN PEMBAHASAN	35
IV.1	Profil Perusahaan	35
IV.1.1	Sejarah Perusahaan	35
IV.1.2	Visi, Misi dan Nilai Perusahaan	35

IV.1.3 Struktur Organisasi	36
IV.2 Karakteristik Responden/informan	36
IV.2.1 Responden Berdasarkan Usia	37
IV.2.2 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	37
IV.2.3 Responden Berdasarkan Pengalaman	38
IV.3 Analisis Deskriptif	38
IV.3.1 Variabel Performance Expectancy	38
IV.3.2 Variabel <i>Effort Expectancy</i>	39
IV.3.3 Variabel <i>Social Influence</i>	40
IV.3.4 Variabel <i>Facilitating Conditions</i>	40
IV.3.5 Variabel <i>Hedonic Motivation</i>	41
IV.3.6 Variabel <i>Price Value</i>	41
IV.3.7 Variabel <i>Habit</i>	42
IV.3.8 Variabel <i>Behavioral Intention</i>	42
IV.3.9 Variabel <i>Use Behavior</i>	43
IV.4 Pengukuran <i>Outer Model</i>	43
IV.4.1 Validitas Konvergen	43
IV.4.2 Validitas Diskriminan	46
IV.4.3 Uji Reliabilitas	47
IV.5 Pengukuran Model Struktural (<i>Inner Model</i>)	47
IV.6 Pengujian Hipotesis	48
IV.8 Analisis Uji Hipotesis	50
IV.8.1 Pengaruh <i>Performance Expectancy</i> (PE) terhadap <i>Behavioral Intention</i> (BI)	50
IV.8.2 Pengaruh <i>Effort Expectancy</i> (EE) terhadap <i>Behavioral Intention</i> (BI)	51

IV.8.3 Pengaruh <i>Social Influence</i> (SI) terhadap <i>Behavioral Intention</i> (BI)	51
IV.8.4 Pengaruh <i>Facilitating Conditions</i> (FC) terhadap <i>Behavioral Intention</i> (BI)	51
IV.8.4.1 Pengaruh <i>Age</i> , <i>Gender</i> dan <i>Experience</i> yang Memoderasi <i>Facilitating Condition</i> (FC) terhadap <i>Behavioral Intention</i> (BI)	52
IV.8.5 Pengaruh <i>Hedonic Motivation</i> (HM) terhadap <i>Behavioral Intention</i> (BI)	52
IV.8.6 Pengaruh <i>Price Value</i> (PV) terhadap <i>Behavioral Intention</i> (BI)	52
IV.7.8 Pengaruh <i>Habit</i> (H) terhadap <i>Behavioral Intention</i> (BI)	53
IV.8.7.1 Pengaruh <i>Age</i> , <i>Gender</i> dan <i>Experience</i> yang Memoderasi <i>Habit</i> (H) terhadap <i>Behavioral Intention</i> (BI)	53
IV.8.8 Pengaruh <i>Habit</i> (H) terhadap <i>Use Behavior</i> (UB)	54
IV.8.8.1 Pengaruh <i>Age</i> , <i>Gender</i> dan <i>Experience</i> yang Memoderasi <i>Habit</i> (H) terhadap <i>Use Behavior</i> (UB)	54
IV.8.9 Pengaruh <i>Behavioral Intention</i> (BI) terhadap <i>Use Behavior</i> (UB)	54
IV.8.9.1 <i>Experience</i> yang Memoderasi <i>Behavioral Intention</i> (BI) terhadap <i>Use Behavior</i> (UB)	55
IV.7 Model Fit	55
Bab V PENUTUP	56
V.1 Kesimpulan	56
V.2 Saran	56
V.2.1 Saran Penelitian Selanjutnya	56
V.2.2 Saran Perusahaan	57
DAFTAR PUSTAKA	58
LAMPIRAN	62