

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN PENGESAHAN	i
HALAMAN PERNYATAAN	ii
KATA PENGANTAR	iv
FORM DEKLARASI ANTI PLAGIARISME	vi
ABSTRAK	vii
ABSTRACT	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
BAB 1	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	1
1.1.1 Profil Perusahaan	1
1.1.2 Logo Perusahaan Dan Penjelasannya.....	3
1.1.3 Visi Misi PT.Pegadaian.....	4
1.1.4 Struktur Organisasi	4
1.2 Latar Belakang Penelitian	5
1.3 Perumusan Masalah	15
1.4 Tujuan Penelitian	17
1.5 Manfaat Penelitian	18
1.6 Sistematika Penulisan Tugas Akhir	19
BAB II	21
TINJAUAN PUSTAKA	21
2.1. Tinjauan Pustaka Penelitian	21
2.1.1. Pemasaran	21
2.1.2. Teknologi Informasi.....	21
2.1.3. Teori Adopsi Teknologi.....	22
2.2. Penelitian Terdahulu	31

2.3.	Kerangka Pemikiran.....	38
2.4.	Hipotesis Penelitian	42
2.4.1.	Performance Expectancy terhadap Behavioural Intention	42
2.4.2.	Effort Epectancy terhadap Behavioural Intention dan Effort Expectancy terhadap Performance Expectancy	43
2.4.3.	Social Influence terhadap Behavioural Intention	43
2.4.4.	Facilitating Conditions terhadap Adopsi Mobile Apps.....	44
2.4.5.	Hedonic Motivation terhadap Behavioural Intention.....	44
2.4.6.	Price Value terhadap Behavioural Intention	45
2.4.7.	Trust terhadap Behavioural Intention dan Trust terhadap Performance Expectancy	45
2.4.8.	Behavioural Intention terhadap adopsi Mobile Apps.....	46
2.4.9.	Word of Mouth terhadap Adopsi Mobile Apps	46
BAB III	48
METODE PENELITIAN	48
3.1	Jenis Penelitian.....	48
3.2	Variabel Penelitian.....	49
3.2.1	Operasional Variabel.....	50
3.2.2	Skala Pengukuran.....	54
3.3	Tahapan Penelitian.....	55
3.4	Populasi dan Sampel	57
3.4.1	Populasi.....	57
3.4.2	Sampel.....	57
3.4.3	Teknik Sampling	57
3.5	Pengumpulan Data	59
3.6	Uji Validitas dan Reliabilitas	60
3.6.1	Uji Validitas	60
3.6.2	Uji Reliabilitas	62
3.7	Teknik Analisis Data dan Pengujian Hipotesis	64
3.7.1	Analisis Deskriptif	64
3.7.2	Structural Equation Modelling.....	66
3.7.3	Partial Least Square (PLS).....	67

3.7.4	Uji Model Pengukuran (Outer Model).....	68
3.7.5	Uji Model Sturktural (Inner Model).....	69
3.7.6	Goodness of Fit (GoF)	70
3.7.7	Uji Hipotesis	71
BAB IV	73
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	73
4.1	Karakteristik Responden.....	73
4.1.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	74
4.1.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	75
4.1.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	76
4.1.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	77
4.1.5	Karakteristik Responden Berdasarkan Rata-Rata Pengeluaran Rutin.....	78
4.1.6	Karakteristik Responden Berdasarkan Wilayah Tempat Tinggal	79
4.2	Hasil Penelitian	80
4.2.1	Analisis Deskriptif	80
4.2.2	Analisis PLS-SEM	103
4.3	Pembahasan Hasil Penelitian	124
4.3.1	Pengaruh <i>Performance Expectancy</i> terhadap <i>Behavioral Intention</i>	124
4.3.2	Pengaruh <i>Effort Expectancy</i> terhadap <i>Behavioral Intention</i>	125
4.3.3	Pengaruh <i>Effort Expectancy</i> terhadap <i>Performance Expectancy</i>	126
4.3.4	Pengaruh Social Influence terhadap Behavioral Intention.....	127
4.3.5	Pengaruh <i>Facilitating Condition</i> terhadap <i>Use Behavior</i>	128
4.3.6	Pengaruh <i>Hedonic Motivation</i> terhadap <i>Behavioral Intention</i>	129
4.3.7	Pengaruh <i>Price Value</i> terhadap <i>Behavioral Intention</i>	130
4.3.8	Pengaruh <i>Word of Mouth</i> terhadap <i>Use Behavior</i>	131
4.3.9	Pengaruh <i>Trust</i> terhadap <i>Behavioral Intention</i>	133
4.3.10	Pengaruh <i>Trust</i> terhadap <i>Performance Expectancy</i>	133
4.3.11	Pengaruh <i>Behavior Intention</i> terhadap <i>Use Behavior</i>	134
BAB V	136
KESIMPULAN DAN SARAN	136
5.1	Kesimpulan	136
5.2	Saran	138

5.2.1 Saran Praktis	138
5.2.2 Saran Akademis	141
DAFTAR PUSTAKA	143