

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN	II
HALAMAN PERNYATAAN	III
KATA PENGANTAR	IV
ABSTRAK	VII
<i>ABSTRACT</i>	VIII
DAFTAR ISI	IX
DAFTAR TABEL	XIII
DAFTAR GAMBAR	XIV
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	1
1.2 Latar Belakang penelitian	4
1.3 Perumusan Masalah	12
1.4 Tujuan Penelitian	13
1.5 Manfaat Penelitian	13
1.5.1 Manfaat Teoritis	13
1.5.2 Manfaat Praktis	14
1.6 Sistematika Penulisan Tugas Akhir	14
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	15
2.1 Teori-teori Terkait Penelitian dan Penelitian Terdahulu	15
2.1.1 Perlaku Konsumen	15
2.1.2 <i>Technology Acceptance Model (TAM)</i>	15
2.1.2.1 <i>Perceived Ease of Use</i>	16
2.1.2.2 <i>Perceived Usefulness</i>	17

2.1.2.3 <i>Attitude Toward Using</i>	18
2.1.2.4 <i>Behavioral Intention to Use</i>	18
2.1.3 <i>Perceived Privacy</i>	19
2.1.4 <i>Biometric Authentication Systems</i>	20
2.1.4.1 <i>Face Recognition</i>	21
2.1.5 Penelitian Terdahulu	21
2.2 Kerangka Pemikiran	38
2.3 Hipotesis Penelitian	40
3.1 Jenis Penelitian	41
3.2 Oprasionalisasi Variabel	42
3.2.1 Oprasional Variabel	42
3.2.2 Skala Pengukuran	48
3.3 Tahapan Penelitian	48
3.4 Populasi dan Sampel	49
3.4.1 Populasi	49
3.4.2 Sampel	50
3.5 Pengumpulan Data dan Sumber Data	54
3.5.1 Data Primer	54
3.5.2 Data Sekunder	54
3.6 Uji Validitas dan Reliabilitas	54
3.6.1 Uji Validitas	54
3.6.2 Uji Reliabilitas	55
3.7 Teknik Analisis Data	56
3.7.1 Analisis Deskriptif	56
3.7.2 <i>Patrial Least Square-Structural Equation Model (PLS-SEM)</i>	58

a. Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>)	59
b. Model Struktural (<i>Inner Model</i>)	61
3.7.3 Uji Hipotesis	63
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	64
4.1 Karakteristik Responden	64
4.1.1 Karakteristik Berdasarkan Jenis Layanan <i>Face Recognition</i> Yang Sudah Menggunakan	64
4.1.2 Karakteristik Berdasarkan Kelompok Usia	65
4.1.3 Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin	66
4.2 Hasil Penelitian	67
4.2.1 Analisis Deskriptif	67
4.2.2 Analisis Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>)	78
4.2.3 Analisis Model Struktural (<i>Inner Model</i>)	83
4.2.4 Hasil Uji Hipotesis	87
4.3 Pembahasan Hasil Penelitian	89
4.3.1 H1 Pengaruh <i>Perceived Ease of Use</i> Terhadap <i>Perceived Usefulness</i> .	89
4.3.2 H2 Pengaruh <i>Perceived Ease of Use</i> Terhadap <i>Attitude Toward Using</i>	91
4.3.3 H3 Pengaruh <i>Perceived Usefulness</i> Terhadap <i>Attitude Toward Using</i> .	93
4.3.4 H4 Pengaruh <i>Attitude Toward Using</i> Terhadap <i>Behavioral Intention to Use</i>	94
4.3.5 H5 Pengaruh <i>Perceived Privacy</i> Terhadap <i>Attitude Toward Using</i>	96
BAB V	98
KESIMPULAN DAN SARAN	98
5.1 Kesimpulan	98
5.2 Saran	99

5.2.1 Saran Untuk PT KAI Bandung	99
5.2.2 Saran Untuk Penelitian Selanjutnya	99
DAFTAR PUSTAKA	101
LAMPIRAN	109
Lampiran 1 : Kuesioner Penelitian	109
Lampiran 2 : Validitas dan Reliabilitas	113
Lampiran 3 : Analisis Deskriptif	115
Lampiran 4 : Hasil Penelitian	116