

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	iii
LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS	iv
ABSTRAK.....	vi
ABSTRACT	vii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
DAFTAR ISTILAH.....	xvii
BAB I.....	1
1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	1
1.2 Latar Belakang	5
1.3 Rumusan Masalah	8
1.4 Tujuan Penelitian	9
1.5 Manfaat Penelitian	9
1.5.1 Manfaat Teoritis	9
1.5.2 Manfaat Praktis.....	9
1.6 Batasan Penelitian	10
1.7 Sistematika Penelitian	10
BAB II.....	12
2.1 Teori dan Penelitian Terdahulu	12
2.1.1 Perilaku Konsumen	12
2.1.1.1 Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen.....	12
2.1.2 Theory of Planned Behavior (TPB).....	14
2.1.2.1 Faktor dalam Theory of Planned Behavior.....	14
2.1.3 Persepsi Kemudahan	15
2.1.3.1 Faktor dalam Persepsi Kemudahan Penggunaan.....	15
2.1.4 Kepercayaan Konsumen.....	16

2.1.4.1	Indikator Kepercayaan Konsumen	17
2.1.5	Literasi digital.....	17
2.1.5.1	Faktor dalam Literasi Digital.....	18
2.1.6	Keputusan Penggunaan	21
2.1.6.1	Tahapan Keputusan Penggunaan.....	21
2.1.7	Penelitian Terdahulu.....	23
2.2	Kerangka Pemikiran.....	28
2.2.1	Hubungan Antarvariabel	29
2.3	Hipotesis Penelitian.....	31
BAB III		33
3.1	Jenis Penelitian.....	33
3.2	Operasionalisasi Variabel.....	34
3.3	Tahapan Penelitian	40
3.4	Populasi dan Sampel	42
3.4.1	Populasi	42
3.4.2	Sampel	43
3.5	Pengumpulan Data dan Sumber Data.....	44
3.5.1	Metode Pengumpulan Data	45
3.6	Uji Validitas dan Reliabilitas	45
3.6.1	Uji Validitas	45
3.6.2	Uji Reliabilitas.....	46
3.7	Teknik Analisis Data.....	47
3.7.1	Analisis Deskriptif.....	48
3.7.2	Uji Asumsi Klasik	48
3.7.3	Uji Normalitas	48
3.7.4	Uji Multikolinearitas	49
3.7.5	Uji Heterokedasitas	49
3.7.6	Analisis Regresi.....	50
3.7.6.1	Analisis Regresi Linear Sederhana.....	50
3.7.6.2	Analisis Regresi Linear Berganda	50
3.7.7	Uji T	51

3.7.8	Uji F.....	52
BAB IV		54
4.1	Hasil	54
4.1.1	Karakteristik Responden	54
4.1.2	Analisis Deskriptif.....	55
4.1.3	Uji Validitas dan Reliabilitas	64
4.1.3.1	Uji Validitas.....	64
4.1.3.2	Uji Realibilitas	66
4.1.4	Uji Asumsi Klasik	68
4.1.4.1	Uji Normalitas	68
4.1.4.2	Uji Multikolinieritas	69
4.1.4.3	Uji Heterokedastisitas.....	70
4.1.5	Uji Hipotesis.....	71
4.1.5.1	Uji T.....	71
4.1.5.2	Uji F.....	72
4.2	Pembahasan.....	73
4.2.1	Pengaruh Persepsi Kemudahan terhadap Keputusan Penggunaan	73
4.2.2	Pengaruh Kepercayaan Konsumen terhadap Keputusan Penggunaan	74
4.2.3	Pengaruh Literasi Digital terhadap Keputusan Penggunaan	76
4.2.4	Pengaruh Persepsi Kemudahan, Kepercayaan dan Literasi Digital terhadap Keputusan Penggunaan	77
4.2.5	Rekomendasi	78
BAB V		80
5.1	Kesimpulan	80
5.2	Saran.....	81
DAFTAR PUSTAKA		82
BIODATA		86
LAMPIRAN		87