

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	2
LEMBAR ORISINALITAS.....	3
ABSTRAK.....	4
<i>ABSTRACT</i>	5
KATA PENGANTAR	6
UCAPAN TERIMA KASIH.....	7
DAFTAR ISI	8
DAFTAR GAMBAR	11
1. PENDAHULUAN	12
1.1 Latar Belakang	12
1.2 Perumusan Masalah	13
1.3 Tujuan	14
1.4 Batasan Penelitian	14
1.5 Rencana Penelitian	15
1.6 Jadwal Kegiatan.....	16
2. KAJIAN PUSTAKA.....	17
2.1 Perbandingan dengan Penelitian Sebelumnya.....	17
2.2 Landasan Teori	19
2.2.1 Technology Readiness Index (TRI).....	19
2.2.2 Technology Acceptance Model (TAM).....	21
2.2.3 Technology Readiness and Acceptance Model (<i>TRAM</i>)	22
3. PERANCANGAN SISTEM	23
3.1 Alur Penelitian	23
3.2 Operasional Variabel.....	26
3.3 Populasi dan Sample	27
3.4 Pengumpulan Data dan Sumber Data	28
3.5 Instrumen Pengukuran	28
3.6 Teknis Analisis Data.....	30
3.6.1 Analisis Statistik Deskriptif.....	31
3.6.2 Structural Equation Model (SEM)	31
3.6.3 Model Outer	32
3.6.4 Model Inner.....	33
4. HASIL DAN PEMBAHASAN	36
4.1 Karakteristik Responden.....	36
4.1.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	36
4.1.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	37
4.2 Hasil Penelitian	38
4.2.1 Analisis Deskriptif.....	38
4.2.2 Analisis Statistik Deskriptif.....	49
4.2.3 Uji Measurement Model (<i>Outer Model</i>)	50

4.2.4 Structural Model (Inner Model)	54
4.3 Pembahasan Penelitian	57
4.3.1 Pengaruh Optimism (X1) Terhadap Perceived Usefulness (X5) Pada Layanan Pesan-Antar	57
4.3.2 Pengaruh <i>Optimism</i> (X1) Terhadap <i>Perceived Ease Of Use</i> (X6) Pada Layanan Pesan-Antar	57
4.3.3 Pengaruh <i>Innovativeness</i> (X2) Terhadap <i>Perceived Usefulness</i> (X5) Pada Layanan Pesan-Antar	58
4.3.4 Pengaruh <i>Innovativeness</i> (X2) Terhadap <i>Perceived Ease Of Use</i> (X6) Pada Layanan Pesan-Antar	58
4.3.5 Pengaruh Discomfort (X3) Terhadap Perceived Usefulness (X5) Pada Layanan Pesan-Antar	59
4.3.6 Pengaruh <i>Discomfort</i> (X3) Terhadap <i>Perceived Ease Of Use</i> (X6) Pada Layanan Pesan-Antar	59
4.3.7 Pengaruh <i>Insecurity</i> (X4) Terhadap <i>Perceived Usefulness</i> (X5) Pada Layanan Pesan-Antar	59
4.3.8 Pengaruh <i>Insecurity</i> (X4) Terhadap <i>Perceived Ease Of Use</i> (X6) Pada Layanan Pesan-Antar	60
4.3.9 Pengaruh <i>Perceived Usefulness</i> (X5) Terhadap <i>Intention To Use</i> (Y) Pada Layanan Pesan-Antar	60
4.3.10 Pengaruh <i>Perceived Ease Of Use</i> (X6) Terhadap <i>Intention To Use</i> (Y) Pada Layanan Pesan-Antar	60
5. KESIMPULAN DAN SARAN	61
5.1 Kesimpulan	61
5.2 Saran	62
DAFTAR PUSTAKA	63