

## DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN .....	i
LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS .....	ii
LEMBAR PERSEMBAHAN .....	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
ABSTRAKSI .....	vi
ABSTRACT .....	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR TABEL .....	xiii
DAFTAR SINGKATAN.....	xiv
DAFTAR ISTILAH .....	xv
<b>Bab I Pendahuluan .....</b>	<b>1</b>
I.1 Latar Belakang .....	1
I.2 Perumusan Masalah .....	3
I.3 Tujuan Penelitian .....	4
I.4 Batasan Penelitian.....	4
I.5 Manfaat Penelitian .....	4
<b>Bab II Landasan Teori .....</b>	<b>6</b>
II.1 <i>Behavioral Intention to Adopt Speedy</i> .....	6
II.2 Faktor-faktor yang Mempengaruhi Intensi Pelanggan dalam Mengadopsi Layanan Speedy .....	8
II.2.1 <i>Attitudinal Construct</i> .....	9
II.2.2 <i>Normative Construct</i> .....	10
II.2.3 <i>Control Construct</i> .....	10
<b>Bab III Metodologi Penelitian .....</b>	<b>12</b>
III.1 Model Konseptual.....	12
III.2 Dasar Pembentukan Model dan Perumusan Hipotesis .....	13
III.2.1 Hubungan antara <i>Attitudinal Construct</i> dengan <i>Behavioral Intention</i> .....	13

III.2.1.1	Hubungan antara <i>Relative Advantage</i> terhadap <i>Behavioral Intention</i> .....	14
III.2.1.2	Hubungan antara <i>Utilitarian Outcomes</i> terhadap <i>Behavioral Intention</i> .....	14
III.2.2	Hubungan antara <i>Normative Construct</i> dengan <i>Behavioral Intention</i> .....	15
III.2.2.1	Hubungan antara <i>Primary Influences</i> terhadap <i>Behavioral Intention</i> .....	15
III.2.2.2	Hubungan antara <i>Secondary Influences</i> terhadap <i>Behavioral Intention</i> .....	15
III.2.3	Hubungan antara <i>Control Construct</i> dengan <i>Behavioral Intention</i> .....	16
III.2.3.1	Hubungan antara <i>Perceived Knowledge</i> terhadap <i>Behavioral Intention</i> .....	16
III.2.3.2	Hubungan antara <i>Self Efficacy</i> terhadap <i>Behavioral Intention</i> .....	17
III.2.3.3	Hubungan antara <i>Perceived Ease of Use</i> terhadap <i>Behavioral Intention</i> .....	17
III.2.3.4	Hubungan antara <i>Cost</i> terhadap <i>Behavioral Intention</i> .....	18
III.3	Kerangka Pemecahan Masalah .....	19
III.3.1	Tahap Pendahuluan .....	20
III.3.2	Tahap Identifikasi .....	20
III.3.2.1	Operasionalisasi Variabel Penelitian .....	20
III.3.3	Tahap Pengumpulan Data .....	20
III.3.3.1	Sampel dan Teknik Pengumpulan Data .....	20
III.3.3.2	Desain Kuesioner .....	21
III.3.3.3	<i>Pretest</i> .....	22
III.3.3.4	Uji Reliabilitas .....	23
III.3.3.5	Pengumpulan Data .....	24
III.3.4	Tahap Pengolahan dan Analisis Data .....	24
III.3.4.1	Pengolahan Data Kuesioner .....	24
III.3.4.2	Analisis Data .....	27
III.3.5	Tahap Perumusan Program .....	27

III.3.6	Tahap Kesimpulan dan Saran .....	27
<b>Bab IV</b>	<b>Pengumpulan dan Pengolahan Data .....</b>	<b>28</b>
IV.1	Tahap Persiapan Pengumpulan Data .....	28
IV.1.1	<i>Pretest</i> .....	28
IV.1.2	Uji Reliabilitas .....	29
IV.2	Tahap Pengumpulan dan Pengolahan Data.....	30
IV.2.1	Pengumpulan Data .....	30
IV.2.2	Pengolahan Data .....	31
IV.2.2.1	Frekuensi.....	31
IV.2.3	Uji Korelasi .....	34
IV.2.4	Rekapitulasi Pendapat Responden .....	36
<b>Bab V</b>	<b>Analisis Data.....</b>	<b>38</b>
V.1	Analisis Umum Responden .....	38
V.2	Analisis Hubungan Antar Variabel.....	40
V.2.1	Hubungan <i>relative advantages</i> dengan <i>behavioral intention to adopt Speedy</i> (H1) .....	41
V.2.2	Hubungan antara <i>self-efficacy</i> dengan <i>behavioral Intention to adopt Speedy</i> (H6) .....	42
V.2.3	Hubungan antara <i>primary Influence</i> dengan <i>behavioral Intention to Adopt Speedy</i> (H3).....	43
V.2.4	Hubungan antara <i>perceived ease of use</i> dengan <i>behavioral intention to adopt Speedy</i> (H7).....	44
V.2.5	Hubungan antara <i>secondary influence</i> dengan <i>behavioral intention to adopt Speedy</i> (H4).....	45
V.2.6	Hubungan antara <i>utilitarian outcomes</i> dengan <i>behavioral intention to adopt Speedy</i> (H2).....	46
V.2.7	Hubungan antara <i>Cost</i> dengan <i>behavioral intention to adopt Speedy</i> (H8) .....	47
V.2.8	Hubungan antara <i>perceived knowledge</i> dengan <i>behavioral intention to adopt Speedy</i> (H5).....	49
<b>Bab VI</b>	<b>Rekomendasi .....</b>	<b>50</b>
VI.1	Dasar Pertimbangan Perumusan Program .....	50

VI.2	Rekomendasi Usulan Program Peningkatan Intensi Pengguna Internet Untuk Berlangganan Internet Speedy .....	50
VI.2.1	Rekomendasi Berdasarkan Variabel <i>Relative Advantages</i> .....	53
VI.2.2	Rekomendasi Berdasarkan Variabel <i>Self-Efficacy</i> .....	55
VI.2.3	Rekomendasi Berdasarkan Variabel <i>Primary Influence</i> .....	59
VI.2.4	Rekomendasi Berdasarkan Variabel <i>Cost</i> .....	61
<b>Bab VII Kesimpulan dan Saran .....</b>		<b>63</b>
VII.1	Kesimpulan .....	63
VII.2	Saran .....	64
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>		<b>65</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>		<b>68</b>