

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	
LEMBAR PENGESAHAN	i
HALAMAN PERNYATAAN	ii
HALAMAN PERSEMBAHAN	iii
KATA PENGANTAR	iv
ABSTRAK	vi
ABSTRACT	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	1
1.1.1 Jenis Usaha, Nama Perusahaan, dan Lokasi Perusahaan.....	1
1.1.2 Visi dan Misi Perusahaan.....	2
1.1.3 Produk dan Layanan dari Telkomsel	2
1.1.4 Layanan Telkomsel Cash (T-Cash).....	3
1.2 Latar Belakang Masalah	6
1.3 Rumusan Masalah	14
1.4 Tujuan Penelitian	15
1.5 Kegunaan Penelitian.....	16
1.5.1 Kegunaan Teoritis	16
1.5.2 Kegunaan Praktis.....	16
1.6 Sistematika Penulisan Tugas Akhir	17
BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN LINGKUP PENELITIAN	18
2.1 Tinjauan Pustaka Penelitian	18
2.1.1 Pengertian Pemasaran.....	18
2.1.2 Uang Elektronik	18
2.2 <i>Technology Acceptance Model (TAM)</i>	20

2.2.1	Definisi <i>Technology Acceptance Model</i>	20
2.2.2	<i>Perceived Usefulness</i> (Persepsi Kegunaan).....	22
2.2.3	<i>Perceived Ease Of Use</i> (Persepsi Kemudahan Penggunaan)	22
2.2.4	<i>Attitude towards Using</i> (Sikap Terhadap Penggunaan)	23
2.2.5	<i>Behavioral Intention to Use</i> (Minat Perilaku)	24
2.3	Teori <i>Trust</i>	24
2.4	Hubungan <i>Trust, Perceived Ease of Use, Perceived Usefulness</i> dengan <i>Attitude Toward Using</i> terhadap <i>Behavioural Intention to Use</i>	26
2.5	Penelitian Terdahulu	28
2.6	Kerangka Pemikiran.....	40
2.7	Hipotesis Penelitian.....	41
2.8	Ruang Lingkup Penelitian	42
2.8.1	Variabel Penelitian	42
2.8.2	Lokasi dan Objek Penelitian.....	42
2.8.3	Waktu dan Periode Penelitian.....	42
BAB III METODE PENELITIAN		43
3.1	Jenis Penelitian.....	43
3.2	Variabel Operasional dan Skala Pengukuran	43
3.2.1	Variabel Operasional	43
3.2.2	Skala Pengukuran	47
3.3	Tahap Penelitian.....	48
3.4	Populasi dan Sampel	49
3.4.1	Populasi.....	49
3.4.2	Sampel	49
3.5	Pengumpulan Data	50
3.5.1	Jenis Data	50
3.5.2	Teknik Pengumpulan Data.....	51
3.6	Uji Validitas dan Reliabilitas.....	52
3.6.1	Uji Validitas	52
3.6.2	Uji Reliabilitas	54

3.7	Teknik Analisis Data.....	56
3.7.1	Analisis Deskriptif.....	58
3.8	<i>Method of Successive Interval</i> (MSI).....	58
3.9	Uji Asumsi Klasik	59
3.9.1	Uji Normalitas	59
3.9.2	Uji Multikolinearitas.....	60
3.9.3	Uji Heteroskedastisitas	60
3.10	Analisis Jalur (<i>Path Analysis</i>).....	60
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....		64
4.1	Pengumpulan Data	64
4.2	Karakteristik Responden	65
4.2.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	65
4.2.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	66
4.2.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	67
4.2.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan.....	68
4.3	Hasil Penelitian	69
4.3.1	Analisis Deskriptif.....	69
4.4	Transformasi Data Menggunakan <i>Method of Succesive Interval</i>	80
4.5	Uji Asumsi Klasik.....	80
4.5.1	Uji Normalitas	80
4.5.2	Uji Multikolinearitas.....	83
4.5.3	Uji Heteroskedastisitas	85
4.6	Analisis Jalur (<i>Path Analysis</i>).....	86
4.6.1	Merumuskan Hipotesis dan Persamaan Struktural.....	86
4.6.2	Menghitung koefisien jalur yang didasarkan pada koefisien regresi	87
4.6.3	Menghitung Koefisien Jalur.....	94
4.6.4	Diagram Hubungan Antar Variabel.....	106
4.6.5	Merangkum Analisis Koefisien Jalur	109
4.7	Pembahasan Hasil Penelitian	111
4.7.1	Variabel Trust (X_1).....	111
4.7.2	Variabel Perceived Usefulness (X_2)	112

4.7.3 Variabel <i>Perceived Ease Of Use</i> (X_3).....	113
4.7.4 Variabel <i>Attitude Toward Using</i> (Y)	114
4.7.5 Variabel <i>Behavioural Intention to Use</i> (Z)	114
4.7.6 Pengaruh (X_1) terhadap (Y)	115
4.7.7 Pengaruh (X_2) terhadap (Y)	116
4.7.8 Pengaruh (X_3) terhadap (Y)	117
4.7.9 Pengaruh variabel (X_1), (X_2), (X_3) terhadap (Y) secara simultan	118
4.7.10 Pengaruh (X_1) terhadap (Z).....	118
4.7.11 Pengaruh (X_2) terhadap (Z).....	119
4.7.12 Pengaruh (X_3) terhadap (Z).....	120
4.7.13 Pengaruh (Y) terhadap (Z)	121
4.7.14 Pengaruh (X_1), (X_2), (X_3) dan (Y) terhadap (Z) secara simultan ...	122
4.7.15 Pengaruh (X_1), (X_2), (X_3) terhadap (Z) dengan (Y) sebagai variabel mediator	123
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	126
5.1 Kesimpulan	126
5.2 Saran.....	131
5.2.1 Bagi Perusahaan.....	131
5.2.2 Bagi Penelitian Selanjutnya.....	132
DAFTAR PUSTAKA	134
LAMPIRAN	