

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN.....	i
HALAMAN PERNYATAAN	ii
HALAMAN PERTANYAAN PERSETUJUAN AKADEMIS.....	iii
KATA PENGANTAR	iv
ABSTRAK.....	vi
<i>ABSTRACT</i>	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR TABEL.....	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Objek Penelitian.....	1
1.1.1 Profil Perusahaan	1
1.2 Latar Belakang Penelitian.....	2
1.3 Perumusan Masalah	7
1.4 Pertanyaan Penelitian.....	7
1.5 Tujuan Penelitian	9
1.6 Manfaat Penelitian	10
1.7 Ruang Lingkup Penelitian	11
1.7.1 Variabel dan Sub Variabel Penelitian	11
1.7.2 Waktu dan Periode Penelitian	11
1.8 Sistematika Penulisan	11
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	12
2.1 Tinjauan Pustaka Penelitian.....	12

2.1.1	Perilaku Konsumen	12
2.1.2	M-commerce	13
2.1.3	Kompleksitas (<i>Complexity</i>).....	13
2.1.4	Koherensi (<i>Coherence</i>)	14
2.1.5	Legibilitas (<i>Legibility</i>).....	14
2.1.6	TAM (<i>Technology Acceptance Models</i>)	15
2.1.7	Kegunaan yang Dirasakan (<i>Perceived Usefulness</i>)	16
2.1.8	Kemudahan yang Dirasakan (<i>Perceived Ease of Use</i>).....	17
2.1.9	Kenikmatan yang Dirasakan (<i>Perceived Enjoyment</i>)	18
2.1.10	Loyalitas Seluler (<i>M-loyalty</i>)	18
2.2	Penelitian Terdahulu	20
2.3	Kerangka Pemikiran	26
2.4	Hipotesis Penelitian	27
BAB III METODE PENELITIAN.....		30
3.1	Karakteristik Penelitian	30
3.2	Alat Pengumpulan Data	31
3.2.1	Variabel Operasi	31
3.2.2	Metode Penskalaan	40
3.3	Tahapan Penelitian.....	41
3.4	Populasi dan Sample.....	45
3.4.1	Populasi.....	45
3.4.2	Sampel.....	45
3.5	Pengumpulan Data dan Sumber Data	47
3.5.1	Pengumpulan Data	47
3.5.2	Sumber Data.....	47

3.6	Validitas dan Reliabilitas	48
3.6.1	Uji Validitas	48
3.6.2	Uji Reliabilitas	50
3.7	Teknik Analisis Data dan Pengujian Hipotesis	51
3.7.1	Teknik Analisis	51
3.7.1.1	Structural Equation Model (SEM)	51
3.7.1.2	Partial Least Square (PLS)	52
3.7.1.3	Evaluasi Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>)	52
3.7.1.4	Evaluasi Model Struktural (<i>Inner Model</i>)	54
3.7.1.5	Tahapan Analisis SEM.....	55
3.7.2	<i>Goodness of Fit Test (GoF)</i>	56
3.7.3	Pengujian Hipotesis.....	57
3.7.2.1	Importance-Performance Map Analysis.....	61
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		63
4.1.	Screening Question.....	63
4.2	Karakteristik Responden.....	64
4.2.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	65
4.2.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Tempat Tinggal	65
4.2.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	67
4.2.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	68
4.2.5	Karakteristik Responden Berdasarkan Penggunaan Aplikasi Traveloka	69
4.3	Hasil Penelitian.....	69
4.3.1	Pengujian Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>).....	74
4.3.1.1	Uji Validitas Konvergen (<i>Corvergent Validity</i>).....	74

4.3.1.2	Uji Validitas Diskriminan	79
4.3.2	Pengujian Model Struktural (<i>Inner Model</i>).....	81
4.4	Pengujian Hipotesis	84
4.4.1	Uji Pengaruh <i>Complexity</i> terhadap <i>Perceived Usefulness</i>	85
4.4.2	Uji Pengaruh <i>Complexity</i> terhadap <i>Perceived Ease of Use</i>	85
4.4.3	Uji Pengaruh <i>Complexity</i> terhadap <i>Perceived Enjoyment</i>	86
4.4.4	Uji Pengaruh <i>Coherence</i> terhadap <i>Perceived Usefulness</i>	87
4.4.5	Uji Pengaruh <i>Coherence</i> terhadap <i>Perceived Ease of Use</i>	87
4.4.6	Uji Pengaruh <i>Coherence</i> terhadap <i>Perceived Enjoyment</i>	88
4.4.7	Uji Pengaruh <i>Legibility</i> terhadap <i>Perceived Usefulness</i>	88
4.4.8	Uji Pengaruh <i>Legibility</i> terhadap <i>Perceived Ease of Use</i>	89
4.4.9	Uji Pengaruh <i>Legibility</i> terhadap <i>Perceived Enjoyment</i>	90
4.4.10	Uji Pengaruh <i>Perceived Ease of Use</i> terhadap <i>Perceived Usefulness</i>	90
4.4.11	Uji Pengaruh <i>Perceived Ease of Use</i> terhadap <i>Perceived Enjoyment</i>	91
4.4.12	Uji Pengaruh <i>Perceived Usefulness</i> terhadap <i>M-loyalty</i>	91
4.4.13	Uji Pengaruh <i>Perceived Ease of Use</i> terhadap <i>M-loyalty</i>	92
4.4.14	Uji Pengaruh <i>Perceived Enjoyment</i> terhadap <i>M-loyalty</i>	93
4.4.15	Uji Pengaruh Mediasi <i>Perceived Usefulness</i> antara <i>complexity</i> terhadap <i>M-Loyalty</i>	93
4.4.16	Uji Pengaruh Mediasi <i>Perceived Usefulness</i> antara <i>coherence</i> terhadap <i>M-Loyalty</i>	94
4.4.17	Uji Pengaruh Mediasi <i>Perceived Usefulness</i> antara <i>legibility</i> terhadap <i>M-Loyalty</i>	95
4.4.18	Uji Pengaruh Mediasi <i>Perceived Ease of Use</i> antara <i>complexity</i> terhadap <i>M-Loyalty</i>	95

4.4.19 Uji Pengaruh Mediasi <i>Perceived Ease of Use</i> antara <i>coherence</i> terhadap <i>M-Loyalty</i>	96
4.4.20 Uji Pengaruh Mediasi <i>Perceived Ease of Use</i> antara <i>legibility</i> terhadap <i>M-Loyalty</i>	97
4.4.21 Uji Pengaruh Mediasi <i>Perceived Enjoyment</i> antara <i>complexity</i> terhadap <i>M-Loyalty</i>	97
4.4.22 Uji Pengaruh Mediasi <i>Perceived Enjoyment</i> antara <i>coherence</i> terhadap <i>M-Loyalty</i>	98
4.4.23 Uji Pengaruh Mediasi <i>Perceived Enjoyment</i> antara <i>legibility</i> terhadap <i>M-Loyalty</i>	99
4.5 Pembahasan	99
4.5.1 Pembahasan Hipotesis 1a.....	100
4.5.2 Pembahasan Hipotesis 1b.....	101
4.5.3 Pembahasan Hipotesis 1c.....	102
4.5.4 Pembahasan Hipotesis 2a.....	103
4.5.5 Pembahasan Hipotesis 2b.....	104
4.5.6 Pembahasan Hipotesis 2c.....	104
4.5.7 Pembahasan Hipotesis 3a.....	105
4.5.8 Pembahasan Hipotesis 3b.....	106
4.5.9 Pembahasan Hipotesis 3c.....	107
4.5.10 Pembahasan Hipotesis 4.....	107
4.5.11 Pembahasan Hipotesis 5.....	108
4.5.12 Pembahasan Hipotesis 6.....	109
4.5.13 Pembahasan Hipotesis 7.....	110
4.5.14 Pembahasan Hipotesis 8.....	111
4.5.15 Pembahasan Hipotesis 9a.....	111

4.5.16 Pembahasan Hipotesis 9b.....	112
4.5.17 Pembahasan Hipotesis 9c.....	113
4.5.18 Pembahasan Hipotesis 10a.....	113
4.5.19 Pembahasan Hipotesis 10b.....	114
4.5.20 Pembahasan Hipotesis 10c.....	115
4.5.21 Pembahasan Hipotesis 11a.....	115
4.5.22 Pembahasan Hipotesis 11b.....	116
4.5.23 Pembahasan Hipotesis 11c.....	117
4.5.24 Pembahasan GoF (<i>Goodness of Fit Test</i>).....	117
4.5.25 Pembahasan <i>Importance-Performance Map Analysis (IPMA)</i>	118
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	121
5.1 Kesimpulan.....	121
5.2 Saran	124
5.2.1 Saran Bagi Perusahaan.....	124
5.2.2 Saran Bagi Akademis.....	125
DAFTAR PUSTAKA	xix
LAMPIRAN I Kuesioner	xxv
LAMPIRAN II Validitas dan Reliabilitas SPSS	xxx
LAMPIRAN III Hasil SmartPLS	xxxii