

## DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN .....	iii
HALAMAN PERNYATAAN .....	iv
HALAMAN MOTO DAN PERSEMBAHAN .....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
ABSTRAK .....	viii
ABSTRACT .....	ix
DAFTAR ISI .....	x
DAFTAR GAMBAR .....	xiii
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN .....	xv
BAB I PENDAHULUAN .....	16
1.1    Gambaran Umum Objek Penelitian.....	16
1.2    Latar Belakang.....	18
1.3    Rumusan Masalah.....	30
1.4    Tujuan Penelitian .....	31
1.5    Kegunaan Penelitian .....	31
1.6    Sistematika Penulisan .....	32
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	34
2.1    Tinjauan Pustaka.....	34
2.1.1    Konsep Pemasaran.....	34
2.1.2    Manajemen Pemasaran .....	34
2.1.3    Strategi Pemasaran .....	35
2.1.4    Ruang Lingkup Pemasaran Baru .....	35
2.1.5    Minat Beli.....	36
2.1.7    Unified Theory Of Acceptance and Use Of Technology (UTAUT) .....	37
2.1.8    Model UTAUT dengan tambahan <i>perceived risk</i> dan <i>perceived cost</i> .....	41
2.1.9    Hubungan dengan variabel.....	43
2.2    Penelitian terdahulu .....	46
2.3    Kerangka Pemikiran .....	64
2.4    Hipotesis penelitian.....	66

2.5	Ruang Lingkup Penelitian.....	67
BAB III METODE PENELITIAN.....		68
3.1	Jenis Penelitian .....	68
3.2	Variabel Operasional dan Skala Pengukuran .....	69
3.2.1	Variabel Operasional .....	69
3.2.2	Skala Pengukuran .....	73
3.3	Tahapan Penelitian.....	74
3.4	Populasi dan Sampel .....	76
3.4.1	Populasi.....	76
3.4.2	Sampel.....	77
3.5	Teknik Sampling.....	78
3.6	Jenis Data .....	79
3.7	Teknik Pengumpulan Data.....	80
3.8	Uji Validitas dan Realiabilitas.....	80
3.7.1	Uji Validitas .....	80
3.7.2	Uji Realiabilitas .....	82
3.9	Teknik Analisis Data .....	83
3.10	Metode Analisis Data.....	85
3.9.1	Evaluasi Model Pengukuran.....	86
3.9.2	Evaluasi Model Struktural ( <i>Inner Model</i> ).....	88
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....		91
4.1	Pengumpulan Data.....	91
4.2	Hasil Penelitian.....	94
4.2.1	Analisis Deskriptif .....	94
4.2.2	Tanggapan Responden mengenai <i>Performance Expectancy</i> .....	95
4.2.3	Tanggapan Responden mengenai <i>Effort Expectancy</i> .....	98
4.2.4	Tanggapan Responden mengenai <i>Social Influence</i> .....	101
4.2.5	Tanggapan Responden mengenai <i>Perceived Risk</i> .....	104
4.2.6	Tanggapan Responden mengenai <i>Perceived cost</i> .....	107
4.2.7	Tanggapan Responden mengenai <i>Behavioral Intention</i> .....	109
4.3	Pembahasan Hasil Penelitian.....	112

4.3.1	Structural Equation Model (SEM).....	112
4.3.2	Pengukuran Model ( <i>Outer Model</i> ) .....	112
4.3.3	Pengukuran Model Struktural ( <i>Inner Model</i> ).....	117
4.4	Pembahasan.....	122
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....		127
5.1	KESIMPULAN .....	127
5.2	Saran .....	127
DAFTAR PUSTAKA .....		129
LAMPIRAN .....		132