

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
HALAMAN PERNYATAAN	iii
KATA PENGANTAR	iv
ABSTRAK	vi
ABSTRACT.....	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR TABEL.....	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	1
1.1.1 Profil Perusahaan.....	1
1.1.2 Visi dan Misi Perusahaan	3
1.2 Latar Belakang Penelitian	3
1.3 Perumusan Masalah	10
1.4 Tujuan Penelitian	11
1.5 Manfaat Penelitian	12
1.5.1 Aspek Akademis	12
1.5.2 Aspek Praktis.....	12
1.6 Sistematika Penulisan Tugas Akhir	13
BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN LINGKUP PENELITIAN	14
2.1 Tinjauan Pustaka dan Penelitian Terdahulu.....	14
2.1.1 Pemasaran.....	14
2.1.2 Perilaku Konsumen	15
2.1.3 E-Marketing	15
2.1.4 E-Commerce.....	16
2.1.5 Mobile Commerce (M-Commerce).....	17
2.1.6 Website.....	18
2.1.7 Teori Adopsi Konsumen	19

2.1.8 Teori Adopsi Teknologi	20
2.1.9 UTAUT (Unified Theory of Acceptance and Use of Technology)....	25
2.1.10 UTAUT 2 (<i>Unified Theory of Acceptance and Use of Technology</i> 2).....	27
2.1.11 Keterkaitan Antar Variabel	30
2.2 Penelitian Terdahulu	35
2.3 Kerangka Pemikiran	40
2.4 Hipotesis Penelitian	42
BAB III METODE PENELITIAN	44
3.1 Karakteristik Penelitian.....	44
3.2 Alat Pengumpulan Data.....	45
3.2.1 Jenis Variabel	45
3.2.2 Operasional Variabel	47
3.2.3 Skala Pengukuran.....	50
3.3 Tahapan Penelitian.....	51
3.4 Populasi dan Sample.....	52
3.4.1 Populasi	52
3.4.2 Sample.....	52
3.5 Pengumpulan Data dan Sumber Data	54
3.6 Uji Validitas dan Realibilitas	55
3.6.1 Uji Validitas	55
3.6.2 Uji Reliabilitas.....	57
3.7 Teknik Analisis Data	59
3.7.1 Analisis Deskriptif.....	59
3.7.2 Structural Equation Modelling (SEM)	60
3.7.3 Partial Least Squares (PLS).....	61
BAB IV HASIL PENELITIAN	72
4.1 Karakteristik Responden.....	72
4.1.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	72
4.1.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	72
4.1.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili.....	73

4.1.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	74
4.2	Analisis Deskriptif	74
4.2.1	Tanggapan Responden mengenai Performance Expectancy	74
4.2.2	Tanggapan Responden mengenai Effort Expectancy.....	76
4.2.3	Tanggapan Responden mengenai Social Influence.....	77
4.2.4	Tanggapan Responden mengenai Facilitating Condition.....	78
4.2.5	Tanggapan Responden mengenai Hedonic Motivation.....	79
4.2.6	Tanggapan Responden mengenai Price Value	81
4.2.7	Tanggapan Responden mengenai Habit.....	82
4.2.8	Tanggapan Responden mengenai Perceived Security.....	83
4.2.9	Tanggapan Responden mengenai Behavioural Intention.....	84
4.2.10	Tanggapan Responden mengenai Use Behaviour.....	85
4.3	Analisis Data.....	87
4.3.1	Outer Model (Model Pengukuran)	87
4.3.2	Inner Model (Model Struktural)	93
4.3.3	Pengujian Hipotesis Variabel Moderator	100
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....		107
5.1	Kesimpulan.....	107
5.2	Saran	110
DAFTAR PUSTAKA		112