

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN	ii
HALAMAN PERNYATAAN	iii
KATA PENGANTAR	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	1
1.2 Latar Belakang Penelitian	2
1.3 Perumusan Masalah.....	9
1.4 Tujuan Penelitian.....	11
1.5 Manfaat Penelitian.....	11
1.5.1 Manfaat Teoritis	11
1.5.2 Manfaat Praktis.....	11
1.6 Sistematika Penulisan Tugas Akhir	12
BAB II LANDASAN TEORI	13
2.1 Teori dan Penelitian Terdahulu.....	13
2.1.1 Pemasaran	13
2.1.2 Perilaku Konsumen.....	13
2.1.3 Teknologi Informasi.....	14
2.1.4 Kesenjangan Digital (<i>Digital Divide</i>)	15
2.1.5 Penelitian Terdahulu	16
2.2 Kerangka Pemikiran.....	22
2.3 Hipotesis Penelitian.....	24
BAB III METODE PENELITIAN	25

3.1	Jenis Penelitian	25
3.2	Operasional Variabel	27
3.2.1	Jenis Variabel	27
3.2.2	Skala Pengukuran.....	27
3.2.3	Operasionalisasi Variabel	28
3.3	Tahapan Penelitian.....	39
3.4	Populasi dan Sampel	41
3.4.1	Populasi.....	41
3.4.2	Sampel.....	41
3.4.3	Teknik Sampling	41
3.5	Pengumpulan Data dan Sumber Data.....	41
3.5.1	Pengumpulan Data	41
3.5.2	Sumber Data.....	42
3.6	Uji Validitas dan Reliabilitas	42
3.6.1	Uji Validitas.....	42
3.6.2	Uji Reliabilitas	43
3.7	Teknik Analisis Data.....	43
3.7.1	Analisis Data <i>Partial Least Square</i> (PLS)	43
3.8	Model Pengukuran dan Struktural.....	44
3.9	Pengujian Hipotesis	45
	DAFTAR PUSTAKA.....	48