

DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS.....	iii
KATA PENGANTAR	iv
ABSTRAK	vi
<i>ABSTRACT</i>	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	1
1.2 Latar Belakang Penelitian	4
1.3 Rumusan Masalah	12
1.4 Tujuan Penelitian.....	13
1.5 Kegunaan Penelitian.....	13
1.6 Waktu dan Periode Penelitian	14
1.7 Sistematika Penulisan.....	14
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	15
2.1 Pemasaran.....	15
2.2 Bauran Pemasaran	15
2.3 Promosi.....	17
2.4 TAM (<i>Technology Acceptance Model</i>)	19
2.5 Kemudahan Penggunaan (<i>Ease of Use</i>)	20
2.6 Perilaku Konsumen	21
2.7 Perilaku Konsumtif.....	22
2.8 Penelitian Terdahulu.....	24
2.9 Hubungan antar Variabel.....	47
2.10 Kerangka Pemikiran	48
2.11 Hipotesis Penelitian.....	50

2.12 Ruang Lingkup Penelitian	50
BAB III METODE PENELITIAN.....	51
3.1 Jenis Penelitian	51
3.2 Operasionalisasi Variabel dan Skala Pengukuran	51
3.3 Tahapan Penelitian	56
3.4 Populasi dan Sampel	57
3.5 Teknik Pengumpulan Data	58
3.6 Uji Validitas dan Reliabilitas	59
3.7 Teknik Analisis Data	63
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	70
4.1 Karakteristik Penelitian	70
4.2 Hasil Penelitian.....	73
4.3 Hasil Analisis dan Pembahasan.....	95
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	101
5.1 Kesimpulan.....	101
5.2 Saran.....	102
DAFTAR PUSTAKA	104
LAMPIRAN.....	110