

DAFTAR ISI

Halaman Sampul	i
Halaman Judul	ii
Lembar Pengesahan	iii
Halaman Pernyataan	iv
Kata Pengantar	v
Abstrak	vi
Daftar Isi	viii
Daftar Tabel	x
Daftar Gambar	xi

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	1
1.2 Latar Belakang Penelitian	1
1.3 Perumusan Masalah	9
1.4 Pertanyaan Penelitian.....	9
1.5 Tujuan Penelitian.....	10
1.6 Manfaat Penelitian.....	10
1.7 Ruang Lingkup Penelitian.....	10
1.8 Sistematika Penulisan Tugas Akhir.....	10

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Teori-Teori Terkait Penelitian dan Penelitian Terdahulu.....	12
2.1.1 Teori Terkait Penelitian	12
2.1.1.1 Pengertian Pemasaran.....	12
2.1.1.2 Konsep Pemasaran.....	12
2.1.1.3 Pengertian Segmentasi Pasar.....	13
2.1.1.4 Segmentasi yang Efektif.....	13
2.1.1.5 Dasar-Dasar Segmentasi.....	13
2.1.1.6 Resistansi Konsumen Terhadap Inovasi	14
2.1.1.7 Hambatan dalam Resistansi.....	14
2.1.1.8 Tipologi Hambatan dalam Adopsi Inovasi.....	16
2.1.1.9 Internet Banking	17
2.1.2 Penelitian Terdahulu.....	18
2.2 Kerangka Pemikiran	23

BAB III METODE PENELITIAN

3.1	Karakteristik Penelitian.....	26
3.2	Alat Pengumpulan Data.....	27
3.2.1	Variabel Operasional.....	27
3.2.2	Skala Pengukuran.....	30
3.3	Tahapan Penelitian.....	31
3.4	Populasi dan Sampel.....	32
3.4.1	Populasi.....	32
3.4.2	Sampel.....	32
3.5	Pengumpulan data dan Sumber data	34
3.6	Uji Validitas dan Reliabilitas.....	34
3.6.1	Validitas.....	34
3.6.2	Reliabilitas.....	36
3.7	Teknik Analisis Data	37
3.7.1	Analisis Cluster.....	37
3.7.2	Tujuan Dasar Analisis Cluster.....	38
3.7.3	Tahapan Analisis Cluster.....	39
3.7.4	Analisis Two Step Cluster.....	41

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1	Karakteristik Responden	44
4.2	Hasil Analisis Cluster	51
4.3	Pembentukan Profil Cluster	86
4.4	Analisis dan Interpretasi Cluster	94

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1	Kesimpulan.....	101
5.2	Saran.....	104
	Daftar Pustaka.....	106

Lampiran