

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS	iv
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN AKADEMIS	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR	vii
ABSTRAK	viii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR SINGKATAN DAN ISTILAH	xvi
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	1
1.2 Latar Belakang Penelitian	2
1.3 Perumusan Masalah	9
1.4 Pertanyaan Penelitian	9
1.5 Tujuan Penelitian	10
1.6 Kegunaan Penelitian	11
1.7 Sistematika Penulisan Tugas Akhir	12
BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN LINGKUP PENELITIAN	
2.1 Tinjauan Pustaka	14
2.1.1 Teori Consumer Behavior	14
2.1.2 Teknologi.....	15

2.1.3	Difusi dan Adopsi Teknologi	15
2.1.4	Teori Adopsi Teknologi	19
2.1.5	<i>Unified Theory of Acceptance and Use of Technology 2</i>	19
2.1.6	Penelitian Terdahulu	27
2.2	Kerangka Pemikiran	34
2.2.1	Penambahan Variabel Independen	35
2.2.2	Pengurangan Variabel Moderat	36
2.3	Hipotesis Penelitian	37
2.3.1	<i>Performance Expectancy</i>	38
2.3.2	<i>Effort Expectancy</i>	39
2.3.3	<i>Social Influence</i>	40
2.3.4	<i>Facilitating Condition</i>	41
2.3.5	<i>Price Value</i>	42
2.3.6	<i>Habit</i>	43
2.3.7	<i>Trust</i>	44
2.3.8	<i>Behavioral Intention</i>	45
2.4	Ruang Lingkup Penelitian	46

BAB III METODE PENELITIAN

3.1	Jenis Penelitian	47
3.2	Operasionalisasi Variabel	48
3.3	Tahapan Penelitian	49
3.4	Populasi dan Sampel	50
3.4.1	Populasi	50
3.4.2	Sampel	51
3.5	Pengumpulan Data	54
3.6	Data Kuesioner	55
3.7	Skala Penelitian	55
3.8	Uji Validitas dan Reliabilitas	57
3.8.1	Uji Validitas	57
3.8.2	Uji Reliabilitas	58

3.9 Teknik Analisis Data	59
3.9.1 Analisis Deskriptif	59
3.9.2 Pengujian <i>Partial Least Square</i>	60
3.9.3 Diagram Jalur dan Sistem Persamaan	62
3.9.4 Evaluasi Model	65
3.9.5 Pengujian Hipotesis	69

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Karakteristik Responden	71
4.1.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis <i>Gender</i>	72
4.1.2 Karakteristik Responden Berdasarkan <i>Age</i>	73
4.1.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Daerah Tempat Tinggal	73
4.1.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	74
4.1.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan	75
4.2 Deskripsi Variabel Penelitian	76
4.2.1 <i>Performance Expectancy</i>	77
4.2.2 <i>Effort Expectancy</i>	78
4.2.3 <i>Social Influence</i>	79
4.2.4 <i>Facilitating Condition</i>	80
4.2.5 <i>Price Value</i>	83
4.2.6 <i>Habit</i>	83
4.2.7 <i>Trust</i>	85
4.2.8 <i>Behavioral Intention</i>	87
4.2.9 <i>Use Behavior</i>	89
4.3 Pengujian <i>Partial Least Square</i>	90
4.3.1 <i>Outer model</i>	91
4.3.2 <i>Inner Model</i>	97
4.3.3 Uji Hipotesis	99
4.4 Pembahasan Hasil Penelitian	122
4.4.1 besar penilaian responden terhadap Variabel - Variabel dalam	

penelitian ini (PE, EE, SI, FC, PV, H, T, dan <i>B</i>)	122
4.4.2 Apakah variabel PE, EE, SI, FC, PV, H, T berpengaruh positif signifikan terhadap BI	124
4.4.3 Apakah Variabel Age dan Gender menjadi moderator dalam hubungan PE, EE, SI, FC, PV, H, T terhadap BI.....	132
4.4.4 Apakah Variabel <i>Behavior Intention</i> berpengaruh positif signifikan terhadap Behavior to Use	133
 BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	
5.1 Kesimpulan	135
5.2 Saran	137
5.2.1 Saran Bagi PT. Finnet Indonesia	137
5.2.2 Saran Akademis.....	138
Daftar Pustaka	139