

## DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL.....	i
HALAMAN JUDUL .....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
LEMBAR PERNYATAAN ORISINILITAS.....	iv
LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN AKADEMIS .....	v
ABSTRAK.....	vi
<i>ABSTRACT</i> .....	vii
KATA PENGANTAR .....	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR TABEL.....	xv
DAFTAR ISTILAH DAN SINGKATAN .....	xvii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1    Gambaran Umum Objek Penelitian .....	1
1.2    Latar Belakang .....	3
1.3    Perumusan Masalah .....	11
1.4    Pertanyaan Penelitian.....	12
1.5    Tujuan Peneltian .....	12
1.6    Kegunaan Peneltian .....	12
1.6.1    Aspek Teoritis.....	13
1.6.2    Aspek Praktis .....	13
1.7    Sistematika Penulisan .....	13
BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN LINGKUP PENELITIAN .....	15
2.1    Tinjauan Pustaka Penelitian.....	15
2.1.1    Teori <i>Consumer behavior</i> .....	15
2.1.2    Teknologi.....	15

2.1.3	Teori <i>Consumer behavior</i> .....	16
2.1.4	Teori Adopsi Teknologi.....	18
2.1.5	<i>Unified Theory of Acceptance and Use of Technology 2</i> .....	18
2.2	Penelitian Terdahulu .....	23
2.3	Kerangka Pemikiran.....	30
2.3.1	Penambahan Variabel Independen.....	31
2.3.2	Pengurangan Variabel Moderat.....	31
2.4	Hipotesis Penelitian .....	32
2.4.1	<i>Performance Expectancy</i> .....	33
2.4.2	<i>Effort Expectancy</i> .....	33
2.4.3	<i>Social Influence</i> .....	34
2.4.4	<i>Facilitating Condition</i> .....	35
2.4.5	<i>Price Value</i> .....	36
2.4.6	<i>Habit</i> .....	36
2.4.7	<i>Trust</i> .....	37
2.4.8	<i>Behavioral Intention</i> .....	38
2.5	Ruang Lingkup Penelitian.....	38
2.5.1	Lokasi dan Objek Penelitian .....	39
2.5.2	Waktu dan Periode Penelitian .....	39
BAB III METODE PENELITIAN .....		40
3.1	Jenis Penelitian.....	40
3.2	Variabel Operasional.....	40
3.3	Tahapan Penelitian.....	43
3.4	Populasi Sampel.....	43
3.4.1	Populasi Sampel.....	43
3.4.2	Sampel.....	44
3.5	Pengumpulan Data .....	46
3.5.1	Data Primer .....	46
3.5.2	Data Sekunder.....	46

3.6	Data Kuisisioner .....	46
3.7	Skala Penelitian.....	47
3.8	Uji Validitas dan Reliabilitas .....	48
3.8.1	Uji Validitas .....	48
3.8.2	Uji Reliabilitas .....	49
3.9	Teknik Analisis Data.....	49
3.9.1	Analisis Deskriptif .....	49
3.9.2	Pengujian <i>Partial Least Square</i> .....	50
3.9.3	Diagram Jalur dan Sistem Persamaan .....	51
3.9.4	Evaluasi Model .....	54
3.9.5	Pengujian Hipotesis.....	56
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....		57
4.1	Karakteristik Responden .....	57
4.1.1	Jumlah Responden valid .....	57
4.1.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Profesi.....	58
4.1.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	59
4.1.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	59
4.2	Deskriptif Analisis Untuk Variabel Sesuai Model UTAUT .....	60
4.2.1	Deskriptif Analisis Variabel <i>Performance Expectancy</i> .....	61
4.2.2	Deskriptif Analisis Variabel <i>Effort Expectancy</i> .....	62
4.2.3	Deskriptif Analisis Variabel <i>Social Influanace</i> .....	63
4.2.4	Deskriptif Analisis Variabel <i>Facilitating Conditioin</i> .....	64
4.2.5	Deskriptif Analisis Variabel <i>Price Value</i> .....	65
4.2.6	Deskriptif Analisis Variabel <i>Habit</i> .....	67
4.2.7	Deskriptif Analisis Variabel <i>Trust</i> .....	68
4.2.8	Deskriptif Analisis Variabel <i>Behavior Intention</i> .....	69
4.2.9	Deskriptif Analisis Variabel <i>Behavior to Use</i> .....	70
4.3	Pengujian pengaruh variabel independen terhadap <i>Behavior Intention</i> .....	70
4.3.1	Pengujian model pengukuran / <i>measurement model (Outer Model)</i> .....	71

4.3.2	Hasil Pengujian <i>Convergent validity</i> .....	71
4.3.3	Hasil Pengujian <i>Discriminant Validity</i> .....	73
4.3.4	Hasil Pengujian Internal Consistency Reability.....	74
4.3.5	<i>Path Diagram</i> Hasil Penelitian .....	76
4.3.6	Pengujian Model Struktural/Structural Model ( <i>Inner Model</i> ).....	77
4.3.7	Hasil Uji <i>R-Square</i> ( $R^2$ ) .....	77
4.3.8	Hasil Uji t-value .....	78
4.4	Pembahasan.....	81
4.4.1	Pengaruh <i>Social Influence</i> terhadap <i>Behavior Intention</i> .....	81
4.4.2	Pengaruh <i>Price Value</i> terhadap <i>Behavior Intention</i> .....	81
4.4.3	Pengaruh <i>Performance Expectancy</i> terhadap <i>Behavior Intention</i> .....	82
4.4.4	Pengaruh <i>Trust</i> terhadap <i>Behavior to Use</i> .....	83
4.4.5	Pengaruh <i>Behavior Intention</i> terhadap <i>Behavior to Use</i> .....	83
4.5	Analisa Variabel yang tidak berpengaruh terhadap <i>Behavior Intention</i> .....	84
4.5.1	Pengaruh <i>Effort Expentancy</i> terhadap <i>Behavior Intention</i> .....	84
4.5.2	Pengaruh <i>Facilitating Conditions</i> terhadap <i>Behavior Intention</i> .....	85
4.6	Pengaruh variable moderator jenis kelamin terhadap perilaku konsumen.....	85
4.7	Pengaruh variable moderator usia terhadap perilaku konsumen.....	87
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....		90
5.1	Kesimpulan .....	90
5.2	Saran .....	91
DAFTAR PUSTAKA .....		93
LAMPIRAN.....		98