

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN.....	iv
HALAMAN MOTO DAN PERSEMBAHAN	v
KATA PENGANTAR.....	vi
ABSTRAK	viii
ABSTRACT	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	1
1.1.1 Profil Perusahaan	1
1.2 Latar Belakang Penelitian	2
1.3 Rumusan Masalah.....	9
1.4 Tujuan Penelitian	9
1.5 Manfaat Penelitian	9
1.6 Sistematika Penulisan Tugas Akhir	10
1.7 Waktu Dan Periode Penelitian	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	11
2.1 Tinjauan Pustaka Peneliti	11
2.1.1 Pemasaran	11
2.1.2 <i>Technology Acceptance</i>	12
2.1.3 <i>Customer Acceptance</i>	13
2.1.4 <i>Performance Expectancy</i>	14
2.1.5 <i>Effort Expectancy</i>	15
2.1.6 <i>Social Influence</i>	16
2.1.7 <i>Facilitating Conditions</i>	17
2.1.8 <i>Hedonic Motivation</i>	18
2.1.9 <i>Price Value</i>	19
2.1.10 <i>Habit</i>	20
2.2 Penelitian Terdahulu	21
2.2.1 Ulasan Penelitian Skripsi Terdahulu	22

2.2.2 Ulasan Penelitian Jurnal Nasional.....	28
2.2.3 Ulasan Penelitian Jurnal Internasional	37
2.3 Kerangka Pemikiran.....	44
2.4 Hipotesis Penelitian.....	44
2.5 Ruang Lingkup Penelitian.....	45
BAB III METODE PENELITIAN	47
3.1 Jenis Penelitian.....	47
3.2 Operasional Variabel dan Skala Pengukuran	47
3.2.1 Operasional Variabel	47
3.2.2 Skala Pengukuran.....	50
3.3 Populasi dan Sampel.....	51
3.3.1 Populasi.....	51
3.3.2 Sampel.....	53
3.4 Teknik Pengumpulan Data	54
3.4.1 Data Primer	54
3.4.2 Data Sekunder	55
3.5 Uji Validitas dan Realibilitas.....	55
3.5.1 Uji Validitas.....	55
3.5.2 Reabilitas.....	57
3.6 Teknik Analisis Data	58
3.6.1 Analisis Deskriptif.....	58
3.6.2 Uji Asumsi Klasik	58
3.6.3 Analisis Regresi Berganda	59
3.7 Uji Hipotesis.....	60
3.7.1 Uji T (Uji Parsial).....	60
3.7.2 Uji F (Uji Simultan)	62
3.8 Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	63
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	64
4.1 Pengumpulan Data.....	64
4.2 Karakteristik Responden.....	64
4.2.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	64
4.2.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	65
4.2.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenjang Pendidikan.....	65
4.2.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	66

4.2.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan Perbulan	66
4.3 Hasil Penelitian.....	67
4.3.1 Analisis Deskriptif.....	67
4.3.2 Method of Successive Interval (MSI)	87
4.3.3 Uji Asumsi Klasik	87
4.3.4 Analisis Regresi Linear Berganda	91
4.3.5 Analisis Korelasi	93
4.3.6 Hasil Uji Hipotesis	96
4.3.6.1 Hasil Uji T (Parsial)	96
4.3.6.2 Hasil Uji F (Simultan).....	99
4.3.7 Hasil Uji Koefisien Determinasi	100
4.3.8 Analisis Hasil Pengolahan Data dan Pembahasan	102
4.3.8.1 Variabel <i>Performance Expectancy</i>	102
4.3.8.2 Variabel <i>Effort Expectancy</i>	103
4.3.8.3 Variabel <i>Social Influence</i>	103
4.3.8.4 Variabel <i>Facillitating Conditions</i>	103
4.3.8.5 Variabel <i>Hedonic Motivation</i>	104
4.3.8.6 Variabel <i>Price Value</i>	104
4.3.8.7 Variabel <i>Habit</i>	105
4.3.8.8 Variabel <i>Customer Acceptance</i>	105
4.3.9 Hasil Pembahasan Hasil Uji Hipotesis.....	105
4.3.9.1 Pengaruh <i>Performance Expectancy</i> terhadap <i>Customer Acceptance</i>	105
4.3.9.2 Pengaruh <i>Effort Expectancy</i> terhadap <i>Customer Acceptance</i>	106
4.3.9.3 Pengaruh <i>Social Influence</i> Terhadap <i>Customer Acceptance</i>	106
4.3.9.4 Pengaruh <i>Facilitating Conditions</i> Terhadap <i>Customer Acceptance</i>	106
4.3.9.5 Pengaruh <i>Hedonic Motivation</i> Terhadap <i>Customer Acceptance</i> ..	106
4.3.9.6 Pengaruh <i>Price Value</i> Terhadap <i>Customer Acceptance</i>	107
4.3.9.7 Pengaruh <i>Habit</i> Terhadap <i>customer Acceptance</i>	107
4.3.9.8 Pengaruh <i>Performance Expectancy, Effort Expectancy, Social Influence, Facilitating Conditions, Hedonic Motivation, Price Value, dan Habit</i> terhadap <i>Customer Acceptance Layanan Maxim</i>	107
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	108
5.1 Kesimpulan	108

5.2 Saran	109
5.2.1 Saran Bagi Perusahaan.....	109
5.2.2 Saran Bagi Peneliti Selanjutnya.....	110
DAFTAR PUSTAKA.....	111
LAMPIRAN.....	115