

## DAFTAR ISI

PERSETUJUAN SKRIPSI .....	ii
PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN.....	iii
SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS .....	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN .....	v
<i>ABSTRACT</i> .....	vi
ABSTRAK .....	vii
KATA PENGANTAR .....	viii
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xvi
DAFTAR GAMBAR .....	xviii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xix
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1    Latar Belakang Masalah.....	1
1.2    Rumusan Masalah .....	16
1.3    Tujuan Penelitian .....	17
1.4    Manfaat Penelitian .....	17
1.5    Sistematika Penulisan .....	18
BAB II TELAAH PUSTAKA .....	20
2.1    Landasan Teori.....	20

2.1.1	Model Adopsi.....	20
2.1.2	Minat Beli .....	21
2.1.3	Persepsi Kegunaan .....	23
2.1.4	Persepsi Kesenangan.....	25
2.1.5	Nilai Sosial .....	27
2.1.6	Persepsi Kemudahan Penggunaan .....	29
2.1.7	Persepsi Harga.....	30
2.2	Penelitian Terdahulu .....	32
2.3	Hubungan Antar Variabel .....	36
2.3.1	Hubungan antara Persepsi Kegunaan dengan Minat Beli .....	36
2.3.2	Hubungan antara Persepsi Kesenangan dengan Minat Beli.....	37
2.3.3	Hubungan antara Persepsi Nilai Sosial dengan Minat Beli .....	39
2.3.4	Hubungan antara Persepsi Kemudahan Penggunaan dengan Minat Beli	40
2.3.5	Hubungan antara Persepsi Harga dengan Minat Beli .....	41
2.4	Kerangka Pemikiran Teoritis .....	43
<b>BAB III METODE PENELITIAN.....</b>		<b>44</b>
3.1	Variabel Penelitian dan Definisi Operasional .....	44
3.1.1	Variabel Penelitian .....	44
3.1.2	Definisi Operasional.....	45
3.2	Populasi dan Sampel .....	49

3.2.1	Populasi.....	49
3.2.2	Sampel.....	50
3.3	Jenis dan Sumber Data.....	51
3.3.1	Data Primer.....	51
3.3.2	Data Sekunder.....	51
3.4	Metode Pengumpulan Data.....	52
3.5	Metode Analisis Data.....	52
3.5.1	Analisis Kuantitatif.....	53
<b>BAB IV HASIL DAN ANALISIS.....</b>		<b>58</b>
4.1	Deskripsi Objek Penelitian.....	58
4.1.1	Gambaran Umum Objek Penelitian.....	58
4.1.2	Gambaran Umum Responden.....	59
4.2	Gambaran Variabel Penelitian.....	62
4.2.1	Analisis Tanggapan Responden terhadap Persepsi Kegunaan.....	63
4.2.2	Analisis Tanggapan Responden terhadap Persepsi Kesenangan.....	64
4.2.3	Analisis Tanggapan Responden terhadap Nilai Sosial.....	65
4.2.4	Analisis Tanggapan Responden terhadap Persepsi Kemudahan Penggunaan.....	65
4.2.5	Analisis Tanggapan Responden terhadap Persepsi Harga.....	66
4.2.6	Analisis Tanggapan Responden terhadap Minat beli.....	67

4.3	Analisis Data .....	68
4.3.1	Uji Kualitas Data.....	69
4.3.2	Uji Asumsi SEM .....	72
4.3.3	Uji <i>Confirmatory Factor Analysis</i> (CFA).....	77
4.3.4	Analisis <i>Full Structural Equation Model</i> .....	82
4.4	Pengujian Hipotesis Penelitian.....	84
4.4.1	Uji Hipotesis 1 (Pengaruh Persepsi Kegunaan terhadap Minat Beli) .....	85
4.4.2	Uji Hipotesis 2 (Pengaruh Persepsi Kesenangan terhadap Minat Beli) ..	85
4.4.3	Uji Hipotesis 3 (Pengaruh Persepsi Nilai Sosial terhadap Minat Beli) ..	86
4.4.4	Uji Hipotesis 4 (Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan terhadap Minat Beli) .....	86
4.4.5	Uji Hipotesis 5 (Pengaruh Persepsi Harga terhadap Minat Beli).....	86
4.5	Pembahasan.....	86
4.5.1	Pengaruh Persepsi Kegunaan terhadap Minat Beli .....	86
4.5.2	Pengaruh Persepsi Kesenangan terhadap Minat Beli.....	87
4.5.3	Pengaruh Nilai Sosial terhadap Minat Beli .....	88
4.5.4	Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan terhadap Minat Beli .....	89
4.5.5	Pengaruh Persepsi Harga terhadap Minat Beli.....	90
BAB V PENUTUP.....		91
5.1	Kesimpulan Masalah Penelitian .....	91

5.2	Implikasi Teoritis .....	94
5.3	Implikasi Manajerial .....	96
5.4	Keterbatasan Penelitian.....	101
5.5	Saran untuk Penelitian Mendatang.....	102
DAFTAR PUSTAKA .....		103
LAMPIRAN.....		107