

## DAFTAR ISI

PERSETUJUAN SKRIPSI .....	ii
PENGESAHAN KELULUSAN .....	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI .....	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN .....	v
ABSTRACT .....	vi
ABSTRAK .....	vii
KATA PENGANTAR .....	viii
DAFTAR ISI .....	xi
DAFTAR TABEL .....	xiv
DAFTAR GAMBAR .....	xvi
DAFTAR LAMPIRAN .....	xvii
BAB I PENDAHULUAN .....	1
1.1. Latar Belakang Masalah .....	1
1.2. Rumusan Masalah .....	8
1.3. Tujuan Penelitian dan Kegunaan Penelitian .....	8
1.3.1. Tujuan Penelitian .....	9
1.3.2. Kegunaan Penelitian .....	9
1.4. Sistematika Penelitian .....	9
BAB II TELAAH PUSTAKA .....	11
2.1. Landasan Teori .....	11
2.1.1. TAM (Technology Acceptance Model) .....	11
2.2. Pengembangan Variabel .....	12
2.2.1. Niat Beli .....	12
2.2.2. Kemudahan Penggunaan .....	14
2.2.3. Persepsi Manfaat .....	15
2.2.4. Kepercayaan .....	16
2.3. Pengembangan Hipotesis .....	18

2.3.1.	Pengaruh Kemudahan Penggunaan Terhadap Niat Beli .....	18
2.3.2.	Pengaruh Persepsi Manfaat Terhadap Niat Beli .....	19
2.3.3.	Pengaruh Kepercayaan Terhadap Niat Beli .....	20
2.4.	Penelitian Terdahulu.....	21
2.5.	Kerangka Pemikiran .....	23
2.6.	Hipotesis .....	24
BAB III METODE PENELITIAN.....		25
3.1.	Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel.....	25
3.1.1.	Variabel Penelitian .....	25
3.1.2.	Definisi Operasional Variabel.....	25
3.2.	Populasi dan Sampel .....	27
3.2.1.	Populasi .....	27
3.2.2.	Sampel.....	27
3.3.	Jenis Penelitian dan Sumber Data .....	29
3.3.1.	Jenis Penelitian.....	29
3.3.2.	Sumber Data.....	29
3.4.	Metode Pengumpulan Data .....	30
3.4.1.	Kuesioner .....	30
3.4.2.	Studi Pustaka.....	31
3.5.	Metode Analisis Data .....	31
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN .....		35
4.1.	Deskripsi Objek Penelitian .....	35
4.1.1.	Gambaran Umum Objek Penelitian .....	35
4.2.	Gambaran Umum Responden.....	36
4.3.	Analisis Deskripsi Variabel.....	38
4.3.1.	Analisis Deskripsi Variabel Kemudahan Penggunaan.....	38
4.3.2.	Analisis Deskripsi Variabel Persepsi Manfaat.....	40
4.3.3.	Analisis Deskriptif Variabel Kepercayaan .....	41

4.3.4 Analisis Deskriptif Variabel Niat Beli.....	42
4.4. Hasil Analisis Data.....	43
4.4.1. Model Pengukuran.....	43
4.4.1.1. Pengujian Validitas (Convergent Validity).....	43
4.4.1.2. Pengujian Validitas Diskriminan (Discriminant Validity).....	45
4.4.1.3. Pengujian Reliabilitas.....	45
4.4.2. Model Struktural (Inner Model).....	46
4.4.3. Pengujian Hipotesis.....	48
4.5. Interpretasi Hasil.....	50
4.5.1. Pengaruh Kemudahan Penggunaan terhadap Niat Beli.....	50
4.5.2. Pengaruh Persepsi Manfaat terhadap Niat Beli.....	51
4.5.3. Pengaruh Kepercayaan terhadap Niat Beli.....	52
BAB V PENUTUP.....	54
5.1. Kesimpulan.....	54
5.2. Implikasi Teoritis.....	55
5.3. Implikasi Manajerial.....	56
5.4. Keterbatasan Penelitian.....	58
5.5. Saran untuk Penelitian Mendatang.....	58
DAFTAR PUSTAKA.....	60
LAMPIRAN.....	63