

## DAFTAR ISI

PERSETUJUAN SKRIPSI .....	ii
PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN.....	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI .....	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN .....	v
ABSTRACT.....	vi
ABSTRAK .....	vii
KATA PENGANTAR .....	viii
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR .....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	14
1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian.....	15
1.3.1 Tujuan.....	15
1.3.2 Kegunaan Penelitian.....	16
1.4 Sistematika Penulisan.....	16
BAB II TELAAH PUSTAKA .....	18
2.1 Landasan Teori.....	18
2.1.1 Teori Perilaku Konsumen.....	18
2.1.2 Teori Perilaku Konsumen dalam Perspektif Islam.....	19
2.1.3 UTAUT .....	21
2.1.4 UTAUT2 .....	22
2.2 Penelitian Terdahulu .....	25
2.3 Kerangka Pemikiran.....	33
2.4 Hipotesis Penelitian.....	34
2.4.1 <i>Performance Expectancy Terhadap Behavior Intention</i> .....	34
2.4.2 <i>Expectancy Effort Terhadap Behavior Intention</i> .....	35
2.4.3 <i>Social Influence Terhadap Behavior Intention</i> .....	36
2.4.4 <i>Facilitating Conditions Terhadap Behavior Intention</i> .....	37
2.4.5 <i>Hedonis Motivation Terhadap Behavior Intention</i> .....	38
2.4.6 <i>Price Value Terhadap Behavior Intention</i> .....	39
2.4.7 <i>Habit Terhadap Behavior Intention</i> .....	41
BAB III METODE PENELITIAN.....	42
3.1 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional .....	42
3.1.1 Variabel Penelitian .....	42
3.1.2 Definisi Operasional Variabel.....	43
3.2 Populasi dan Sampel .....	46
3.2.1 Populasi .....	46

3.2.2 Sampel.....	46
3.3 Jenis dan Sumber Data .....	47
3.4 Metode Pengumpulan Data .....	48
3.5 Metode Analisis.....	48
3.5.1 Analisis Deskriptif.....	48
3.5.2 Analisis Kuantitatif .....	49
3.5.3 Uji Statistik.....	51
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>56</b>
4.1 Deskripsi Objek Penelitian.....	56
4.1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian .....	56
4.2 Gambaran Umum Responden .....	57
4.2.1 Data Responden Berdasarkan Usia .....	57
4.2.2 Data Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	58
4.2.3 Data Responden Berdasarkan Domisili Kecamatan.....	58
4.2.4 Data Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	59
4.2.5 Data Responden Berdasarkan Pendapatan/Uang Saku .....	60
4.2.6 Data Responden Berdasarkan Berniat dan Tidak berniat Menggunakan BSI <i>Mobile</i> .....	61
4.2.7 Data Responden Berdasarkan <i>Mobile Banking</i> yang Digunakan.....	63
4.3 Analisis Data .....	64
4.3.1 Uji Validitas .....	64
4.3.2 Uji Reliabilitas.....	65
4.4 Analisis Regresi Logistik Biner .....	66
4.4.1 Uji Kelayakan Model Regresi ( <i>Hosmer and Lemeshow Test</i> ) .....	66
4.4.2 Uji Keseluruhan Model ( <i>Overall Fit Model</i> ) .....	67
4.4.3 Uji Koefisien Determinasi ( <i>Pseudo R Square</i> ) .....	68
4.4.4 Uji Simultan Logistik ( <i>Omnibus Test</i> ) .....	69
4.4.5 Uji Parsial Logistik ( <i>Wald Test</i> ).....	70
4.5 Pembahasan .....	73
4.5.1 Pengaruh <i>Performance Expectancy</i> Terhadap <i>Behavior Intention BSI Mobile</i> 73	
4.5.2 Pengaruh <i>Effort Expectancy</i> Terhadap <i>Behavior Intention BSI Mobile</i> .....	75
4.5.3 Pengaruh <i>Social Influence</i> Terhadap <i>Behavior Intention BSI Mobile</i> .....	77
4.5.4 Pengaruh <i>Facilitating Conditions</i> Terhadap <i>Behavior Intention BSI Mobile</i> . 79	
4.5.5 Pengaruh <i>Hedonis Motivation</i> Terhadap <i>Behavior Intention BSI Mobile</i> .....	80
4.5.6 Pengaruh <i>Price Value</i> Terhadap <i>Behavior Intention BSI Mobile</i> .....	82
4.5.7 Pengaruh <i>Habit</i> Terhadap <i>Behavior Intention BSI Mobile</i> .....	84
<b>BAB V PENUTUP.....</b>	<b>86</b>
5.1 Kesimpulan.....	86
5.2 Keterbatasan .....	87
5.3 Saran.....	88
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>90</b>
<b>LAMPIRAN-LAMPIRAN.....</b>	<b>99</b>