

DAFTAR ISI

PERSETUJUAN SKRIPSI	ii
PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN.....	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	v
ABSTRAK	vi
<i>ABSTRACT</i>	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	10
1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian.....	12
1.3.1 Tujuan Penelitian.....	12
1.3.2 Kegunaan Penelitian.....	12
1.4 Sistematika Penulisan.....	13
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	17
2.1 Landasan Teori	17
2.1.1 <i>Theory of Planned Behavior</i> (TPB).....	17
2.1.2 <i>Technology Acceptance Model</i> (TAM)	19
2.1.3 Teori Perilaku Konsumen.....	20
2.1.4 Perilaku Konsumen dalam Perspektif Ekonomi Islam	26
2.1.5 Minat Beli.....	30
2.1.6 <i>E-commerce</i>	33
2.1.7 Layanan <i>PayLater</i>	33
2.1.8 Persepsi Kemudahan Penggunaan.....	34
2.1.9 Sikap Konsumtif.....	35
2.1.10 Kepercayaan	39
2.2 Penelitian Terdahulu.....	42
2.3 Hubungan Antar Variabel.....	54
2.3.1 Hubungan antara Pemahaman tentang Layanan terhadap Minat Beli Menggunakan <i>PayLater</i>	54
2.3.2 Hubungan antara Kemudahan Penggunaan terhadap Minat Beli Menggunakan <i>PayLater</i>	55
2.3.3 Hubungan antara Sikap Konsumtif terhadap Minat Beli Menggunakan <i>PayLater</i>	57

2.3.4	Hubungan antara Kepercayaan terhadap Minat Beli Menggunakan <i>PayLater</i>	58
2.4	Kerangka Pemikiran	59
2.5	Hipotesis Penelitian	61
BAB III	METODE PENELITIAN	63
3.1	Variabel Penelitian dan Definisi Operasional	63
3.1.1	Variabel Penelitian	63
3.1.2	Definisi Operasional	63
3.2	Populasi dan Sampel.....	66
3.2.1	Populasi	66
3.2.2	Sampel	66
3.3	Jenis dan Sumber Data	68
3.4	Teknik Pengumpulan Data	68
3.4.1	Kuesioner.....	68
3.4.2	Studi Pustaka	69
3.5	Metode Analisis Data	69
3.5.1	Analisis Deskriptif.....	69
3.5.2	Uji Instrumen Data	70
3.5.3	Uji Asumsi Klasik	72
3.5.4	Pengujian Hipotesis	73
3.5.6	Analisis Regresi Linear Berganda	75
BAB IV	HASIL DAN PEMBAHASAN	77
4.1	Deskripsi Objek Penelitian	77
4.1.1	Gambaran Umum Objek Penelitian.....	77
4.2	Gambaran Umum Responden.....	79
4.2.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	79
4.2.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	80
4.2.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili.....	81
4.2.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan atau Uang Saku.....	83
4.3	Metode Analisis Data	84
4.3.1	Analisis Statistik Deskriptif.....	84
4.3.2	Uji Instrumen Data	85
4.2.3	Uji Asumsi Klasik	87
4.2.4	Uji Hipotesis	91
4.2.5	Uji Koefisien Determinasi.....	94
4.2.6	Uji Regresi Linear Berganda.....	94
4.3	Pembahasan	96
4.3.1	Pengaruh Pemahaman terhadap Minat Beli Menggunakan Layanan <i>PayLater</i>	96
4.3.2	Pengaruh Kemudahan terhadap Minat Beli Menggunakan Layanan <i>PayLater</i>	99

4.3.3	Pengaruh Sikap Konsumtif terhadap Minat Beli Menggunakan Layanan <i>PayLater</i>	101
4.3.4	Pengaruh Kepercayaan terhadap Minat Beli Menggunakan Layanan <i>PayLater</i>	104
BAB V PENUTUP.....		107
5.1	Kesimpulan.....	107
5.2	Keterbatasan Penelitian	108
5.3	Saran	109
DAFTAR PUSTAKA		111
LAMPIRAN-LAMPIRAN.....		118

