

DAFTAR ISI

Halaman

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN	iii
PERNYATAAN ORISINILITAS SKRIPSI	iv
ABSTRACT	v
ABSTRAK	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
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 Penelitian.....	18
BAB II TELAAH PUSTAKA	20
2.1 Landasan Teori.....	20
2.1.1 Pemasaran.....	20
2.1.2 Pengembangan Produk Baru.....	23
2.1.3 Perilaku Konsumen.....	25
2.1.4 Minat Beli.....	27
2.1.5 Uang Elektronik.....	30
2.2 Variabel Penelitian.....	33
2.2.1 Pengetahuan Konsumen akan Produk.....	33
2.2.2 Persepsi Manfaat.....	36
2.2.3 Kesesuaian Harga.....	39
2.2.4 Minat Menggunakan.....	42
2.3 Hubungan Antar Variabel dan Pengembangan Hipotesis.....	44
2.3.1 Pengaruh Pengetahuan Produk terhadap Minat Menggunakan.....	44
2.3.2 Pengaruh Persepsi Manfaat terhadap Minat Menggunakan.....	45
2.3.3 Pengaruh Kesesuaian Harga Setoran Minimal terhadap Minat Menggunakan.....	46
2.4 Penelitian Terdahulu.....	48
2.5 Kerangka Pemikiran Teoritis.....	50
2.6 Hipotesis.....	51

	Halaman
Harga Setoran Minimal (X3).....	87
4.3.4 Hasil Indeks Jawaban Responden Variabel Minat Menggunakan (Y).....	91
4.4 Hasil Penelitian.....	96
4.4.1 Hasil Uji Kualitas Data.....	96
4.4.1.1 Hasil Uji Validitas.....	96
4.4.1.2 Hasil Uji Reliabilitas.....	98
4.4.2 Hasil Uji Asumsi Klasik.....	99
4.4.2.1 Hasil Uji Normalitas.....	99
4.4.2.2 Hasil Uji Multikolonieritas.....	100
4.4.2.3 Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	101
4.4.2.4 Hasil Analisis Linier Berganda.....	103
4.4.3 Hasil Uji <i>Goodness of Fit</i>	105
4.4.3.1 Hasil Uji Kelayakan Model (Uji F).....	105
4.4.3.2 Hasil Penghitungan Uji Signifikan Parameter Individual (Uji-t).....	106
4.4.3.3 Hasil Uji Koefisiensi Determinasi (R^2).....	107
4.5 Pembahasan dan Interpretasi Hasil.....	108
4.5.1 Pengaruh Pengetahuan Produk terhadap Minat Menggunakan.....	112
4.5.2 Pengaruh Persepsi Manfaat terhadap Minat Menggunakan.....	114
4.5.3 Pengaruh Kesesuaian Harga terhadap Minat Menggunakan.....	116
BAB V PENUTUP	118
5.1 Kesimpulan.....	118
5.1.1 Ringkasan Penelitian.....	118
5.1.2 Kesimpulan Masing-masing Hipotesis.....	120
5.1.3 Kesimpulan Masalah Penelitian.....	121
5.2 Keterbatasan Penelitian.....	122
5.3 Saran dan Implikasi Manajerial.....	123
5.3.1 Saran Untuk Perusahaan.....	123
5.3.2 Saran Untuk Penelitian Selanjutnya.....	125
DAFTAR PUSTAKA	126
LAMPIRAN-LAMPIRAN	128