

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
KATA PENGANTAR	v
UCAPAPAN TERIMA KASIH	vi
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	vii
ABSTRAK	viii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Identifikasi Masalah dan Pembatasan Masalah.....	10
1.2.1 Identifikasi Masalah	10
1.2.2 Pembatasan Masalah.....	10
1.3 Rumusan Masalah	10
1.4 Tujuan Penelitian.....	11
1.5 Manfaat Penelitian.....	11
BAB II LANDASAN TEORI	12
2.1 Teori Terkait Variabel penelitian	12
2.1.1 <i>Technology Acceptance Model (TAM)</i>	12
2.1.2 Pengaruh Social (<i>Social Influence</i>).....	13
2.1.3 Persepsi Kemudahan Penggunaan (<i>Perceived Ease Of Use</i>)....	15
2.1.4 Persepsi Kemanfaatan (<i>Perceived Usefulness</i>)	17
2.1.5 Minat Untuk Menggunakan (<i>Intention to Use</i>).....	18
2.2 Penelitian Terdahulu	19
2.3 Hubungan Antar Variabel	23
2.3.1 Hubungan Antara Pengaruh Sosial dengan Persepsi Kemanfaatan.....	23
2.3.2 Hubungan Antara Persepsi Kemudahan dengan Persepsi Kemanfaatan.....	24
2.3.3 Hubungan Antara Persepsi Kemanfaatan dengan Minat untuk Menggunakan	25
2.3.4 Hubungan Antara Pengaruh Sosial dengan Minat untuk Menggunakan.....	26
2.3.5 Hubungan Antara Persepsi Kemudahan dengan Minat untuk Menggunakan	27

2.3.6	Hubungan Antara Pengaruh Sosial dan Persepsi Kemanfaatan dengan Minat untuk Menggunakan.....	28
2.3.7	Hubungan Antara Persepsi Kemudahan dan Persepsi Kemanfaatan dengan Minat untuk Menggunakan	28
2.4	Hipotesis Penelitian	29
2.5	Model Penelitian.....	30
BAB III METODE PENELITIAN		31
3.1	Desain Penelitian	31
3.2	Jenis dan Sumber Data.....	31
3.2.1	Jenis Data	31
3.2.2	Sumber Data.....	31
3.3	Populasi, Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel	32
3.3.1	Populasi.....	32
3.3.2	Sampel	32
3.3.3	Teknik Pengambilan Sampel.....	33
3.4	Unit Analisis.....	33
3.5	Definisi Operasional Variabel	33
3.5.1	Minat untuk Menggunakan (Y).....	33
3.5.2	Persepsi Kemanfaatan (Z).....	34
3.5.3	Pengaruh Sosial (<i>Social Influence</i>) (X_1)	34
3.5.4	Persepsi Kemudahan Penggunaan (X_2)	34
3.6	Teknik Analisa Data	36
3.6.1	Uji Validitas	36
3.6.2	Uji Reliabilitas.....	37
3.6.3	Uji Asumsi Klasik	38
3.6.4	Analisis Jalur	39
3.6.5	Uji F	41
3.6.6	Uji t (parsial)	41
3.6.7	Koefisien Determinasi (R^2).....	42
BAB IV HASIL PENELITIAN		43
4.1	Hasil Penelitian.....	43
4.1.1	Karakteristik Responden.....	43
4.2	Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas	48
4.2.1	Uji Validitas	48
4.2.2	Uji Reliabilitas.....	50
4.3	Analisis Deskriptif Penelitian.....	50
4.3.1	Pengaruh Sosial (<i>Social Influence</i>) (X_1)	51
4.3.2	Persepsi Kemudahan Penggunaan (X_2).....	52
4.3.3	Persepsi Kemanfaatan (Z).....	53
4.3.4	Minat untuk Menggunakan (Y).....	54
4.4	Uji Asumsi Klasik	54
4.4.1	Uji Normalitas	54

4.4.2	Uji Multikolinieritas	55
4.4.3	Uji Heterokedastisitas	56
4.5	Analisis Data	57
4.5.1	Uji F	57
4.5.2	Analisis Jalur (<i>Path Analysis</i>)	58
BAB V PEMBAHASAN		69
5.1	Pembahasan Hasil Penelitian	69
5.1.1	Pengaruh Variabel Social Influence (X1) terhadap Variabel Persepsi Kemanfaatan (Z).....	69
5.1.2	Pengaruh Variabel Persepsi Kemudahan (X2) terhadap Variabel Persepsi Kemanfaatan (Z).....	70
5.1.3	Pengaruh Variabel Persepsi Kemanfaatan (Z) terhadap Minat untuk Menggunakan (Y).....	70
5.1.4	Pengaruh Variabel Social Influence (X1) Terhadap Minat untuk Menggunakan (Y)	71
5.1.5	Pengaruh Persepsi Kemudahan (X2) terhadap Minat untuk Menggunakan (Y)	72
5.1.6	Pengaruh Variabel Social Influence (X1) terhadap Variabel Minat Menggunakan (Y) melalui Variabel Persepsi Kemanfaatan (Z).....	73
5.1.7	Pengaruh Variabel Persepsi Kemudahan (X2) terhadap Variabel Minat Menggunakan (Y) melalui Variabel Persepsi Kemanfaatan.....	74
5.2	Temuan Penelitian	74
5.3	Keterbatasan Penelitian.....	75
BAB VI HASIL PENELITIAN		76
6.1	Kesimpulan	76
6.2	Implikasi Penelitian	77
6.2.1	Implikasi Teoritis.....	77
6.2.2	Implikasi Praktis	78
6.3	Saran	78
DAFTAR PUSTAKA		80
LAMPIRAN		84