

DAFTAR ISI

	Halaman
LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI	i
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA	iv
ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS	v
UCAPAN TERIMA KASIH	vi
ABSTRAK	vii
ABSTRACT	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Identifikasi Masalah	7
1.3 Batasan Masalah	8
1.4 Rumusan Masalah	8
1.5 Tujuan Penelitian	8
1.6 Manfaat Penelitian	9
BAB II	10
LANDASAN TEORI	10
2.1 Perilaku Konsumen	10
2.1.1 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen	10
2.2 Website Quality (Kualitas Website)	14
2.2.1 Indikator <i>Website Quality</i>	14
2.2.2 Dimensi <i>Website Quality</i>	15
2.3 Word Of Mouth (WOM)	15
2.3.1 Jenis-Jenis <i>Word Of Mouth</i>	16
2.3.2 Faktor-faktor yang mempengaruhi <i>Word Of Mouth</i>	16
2.3.3 Dimensi dan Indikator <i>Word of Mouth</i>	16

2.4 Kepercayaan	17
2.4.1 Jenis-jenis Kepercayaan	18
2.4.2 Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kepercayaan	18
2.4.3 Dimensi dan Indikator Kepercayaan	19
2.5 Keputusan Pembelian	20
2.5.1 Proses Keputusan Pembelian Konsumen	21
2.5.2 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian	22
2.5.3 Dimensi dan Indikator Keputusan Pembelian	23
2.5.4 Faktor-faktor Yang Mempengaruhi keputusan Pembelian	25
2.6 Penelitian Terdahulu	26
2.7 Hubungan Antar Variabel	32
2.7.1 Perbedaan Keputusan Pembelian TIX.ID dan M-TIX	32
2.7.2 Perbedaan Website Quality, Word Of Mouth dan Kepercayaan TIX.ID dan M-TIX	32
2.8 Hipotesis	33
2.9 Model Penelitian.....	33
BAB III	34
METODE PENELITIAN	34
3.1 Desain Penelitian	34
3.2 Jenis dan Sumber Data	34
3.2.1 Jenis Data	34
3.2.2 Sumber Data.....	34
3.3 Populasi, Sampel dan Tehnik Pengambilan Sampel	35
3.3.1 Populasi	35
3.3.2 Sampel	35
3.3.3 Teknik Pengambilan Sampel	35
3.4 Unit Analisis	36
3.5 Definisi Operasional Variabel	36
3.6 Metode Pengumpulan Data	43
3.7 Teknik Analisis Data	43
3.8 Uji Validitas dan Uji Reabilitas	44
3.8.1 Uji Validitas.....	44
3.8.2 Uji Reliabilitas.....	45
3.8 Analisis Diskriminan	45
BAB IV	48
HASIL PENELITIAN	48
4.1 Analisis Karakteristik Responden	48

4.2 Hasil Penelitian	51
4.2.1 Uji Validitas.....	51
4.3 Analisis Diskriminan	55
BAB V	60
PEMBAHASAN	60
5.1 Perbedaan Keputusan Pembelian TIX.ID dan M-TIX	60
5.2 <i>Website Quality</i> dapat menjadi faktor yang membedakan keputusan pembelian TIX.ID dan M-TIX.....	60
5.3 Temuan Penelitian	61
5.4 Keterbatasan Penelitian	61
BAB VI.....	62
PENUTUP.....	62
6.1 Kesimpulan.....	62
6.2 Saran	62
6.3 Implikasi Penelitian	62
DAFTAR REFERENSI.....	64
Lampiran 1 KUESIONER PRA SURVEY	66
Lampiran 2 KUESIONER	67
Lampiran 3 Tabulasi 30 Responden	73
Lampiran 4 Tabulasi 103 Responden TIX.ID.....	77
Lampiran 5 Tabulasi 103 Responden M-TIX	Error! Bookmark not defined.
Lampiran 6 Hasil Output Uji Validitas Website Quality	101
Lampiran 8 Hasil Output Uji Reliabilitas	107
Lampiran 9 Hasil Output Analisis Diskriminan.....	108

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 2.1 Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kepercayaan	19
Tabel 2.2 Penelitian Terdahulu	26
Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel	37
Tabel 3.2 Skor Skala Likert	44
Tabel 3.6 Nilai Alpha Cronbach	45
Tabel 4.1 Jenis Kelamin Responden Pengguna TIX.ID dan M-TIX.....	48
Tabel 4.2 Usia Responden TIX.ID dan M-TIX	48
Tabel 4.3 Pendidikan Terakhir Responden TIX.ID dan M-TIX.....	49
Tabel 4.4 Pekerjaan Responden TIX.ID dan M-TIX.....	49
Tabel 4. 5 Penghasilan Perbulan Responden TIX.ID dan M-TIX.....	49
Tabel 4.6 Terakhir Menggunakan TIX.ID dan M-TIX dalam pembelian tiket bioskop	50
Tabel 4.7 Pengeluaran Untuk Sekali Top-Up TIX.ID dan M-TIX.....	50
Tabel 4.8 Hasil Output Uji Validitas	51
Tabel 4.9 Hasil Ouput Uji Reliabilitas.....	55
Tabel 4.11 Hasil Wilk's Lambda	55
Tabel 4.12 Hasil Eigenvalues	56
Tabel 4.13 Hasil Canonical Discriminant Function Coefficients	57
Tabel 4.14 Hasil Functions at Group Centroids.....	58
Tabel 4.15 Hasil Classification Result.....	58

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1.1 Jumlah Pengguna Internet di Indonesia	1
Gambar 1.2 Jumlah Penonton Film di Bioskop Indonesia	2
Gambar 1.3 Persentasi pertumbuhan audiens berdasarkan media sosial	3
Gambar 1.4 Hasil Pra Survey Website Quality Pada TIX.ID	4
Gambar 1.5 Hasil Pra Survey Word of Mouth Pada TIX.ID	4
Gambar 1.6 Hasil Pra Survey Kepercayaan Pada TIX.ID	5
Gambar 1.7 Hasil Pra Survey Keputusan Pembelian Pada TIX.ID	5
Gambar 1.8 Hasil Pra Survey Website Quality Pada M-TIX	6
Gambar 1.9 Hasil Pra Survey Word of Mouth Pada M-TIX	6
Gambar 1.10 Hasil Pra Survey Kepercayaan Pada M-TIX	6
Gambar 1.11 Hasil Pra Survey Keputusan Pembelian Pada M-TIX	7
Gambar 2.1 Proses Keputusan Pembelian	21
Gambar 2.2 Model Penelitian	33

DAFTAR LAMPIRAN

Halaman

Lampiran 1 KUESIONER PRA SURVEY.....	66
Lampiran 2 KUESIONER	67
Lampiran 3 Tabulasi 30 Responden	73
Lampiran 4 Tabulasi 103 Responden TIX.ID.....	77
Lampiran 5 Tabulasi 103 Responden M-TIX.....	89
Lampiran 6 Tabulasi 103 Responden M-TIX.....	101
Lampiran 7 Hasil Output Uji Reliabilitas	107
Lampiran 8 Hasil Output Analisis Diskriminan	108

Universitas
Esa Unggul

Univers
Esa

Universitas
Esa Unggul

Univers
Esa