

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI.....	ii
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	iii
ABSTRAK	iv
<i>ABSTRACT</i>	v
KATA PENGANTAR	iv
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR	xi
BAB I.....	1
PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah Penelitian	11
C. Tujuan Penelitian	12
D. Kontribusi Penelitian	13
BAB II.....	14
KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA KONSEPTUAL DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS.....	14
A. Kajian Pustaka	14
1. Manajemen Pemasaran.....	14
2. <i>Perceived of Ease</i>	15
3. <i>Perceived Usefulness</i>	16
4. <i>Brand Credibility</i>	18
5. <i>Feature Quality</i>	19
6. <i>Decision of Use</i>	21
7. Penelitian Terdahulu.....	23
B. Rerangka Pemikiran dan Hipotesis	30
1. Rerangka Pemikiran	30
2. Hipotesis.....	32
BAB III	34

METODE PENELITIAN.....	34
A. Waktu dan Tempat Penelitian	34
B. Desain Penelitian	34
C. Definisi dan Operasionalisasi Variabel	35
1. Variabel Independen.....	36
2. Variabel Dependen	37
3. Variabel Intervening.....	37
D. Pengukuran Variabel	39
E. Populasi dan Sampel Penelitian	40
1. Populasi Penelitian	40
2. Sampel dan Metode Pengambilan Sampel	40
F. Teknik Pengumpulan Data	41
G. Jenis Data	42
H. Metode Analisis Data	42
1. Analisis Deskriptif.....	42
2. Analisis Statistik Inferensial.....	43
BAB IV	47
HASIL DAN PEMBAHASAN.....	47
A. Gambaran Umum Objek Penelitian	47
B. Statistik Deskriptif	48
1. Deskripsi Responden.....	49
2. Deskripsi Variabel.....	51
C. Hasil Analisis Data <i>Partial Least Square</i> (PLS)	56
1. Evaluasi Uji Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>)	56
2. Pengujian Uji Model Struktural (<i>Inner Model</i>).....	69
D. Pembahasan Hasil Penelitian	75
1. Pengaruh <i>Perceived of Ease</i> Terhadap <i>Feature Quality</i>	75
2. Pengaruh <i>Perceived Usefulness</i> Terhadap <i>Feature Quality</i>	76
3. Pengaruh <i>Brand Credibility</i> Terhadap <i>Feature Quality</i>	76
4. Pengaruh <i>Perceived of Ease</i> Terhadap <i>Decision of Use</i>	77
5. Pengaruh <i>Perceived Usefulness</i> Terhadap <i>Decision of Use</i>	77
6. Pengaruh <i>Brand Credibility</i> Terhadap <i>Decision of Use</i>	78

7. Pengaruh <i>Feature Quality</i> Terhadap <i>Decision of Use</i>	78
BAB V.....	80
SIMPULAN DAN SARAN	80
DAFTAR PUSTAKA	87
LAMPIRAN.....	91



UNIVERSITAS
MERCU BUANA