

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI .....</b>	<b>ii</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI .....</b>	<b>ii</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>iv</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>v</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>vi</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR TABEL.....</b>	<b>x</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xi</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
A. Latar Belakang Penelitian.....	1
B. Rumusan Masalah Penelitian .....	9
C. Tujuan Penelitian.....	9
D. Kontribusi Penelitian .....	9
<b>BAB II KAJIAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS</b>	
A. Kajian Pustaka.....	11
1. <i>Theory of planned behavior</i> (teori perilaku terencana) .....	11
2. Jasa.....	12
3. Pemasaran Jasa .....	14
4. Marketing Mix .....	15
5. Persepsi Kemudahan dalam Penggunaan .....	17
6. Promosi .....	18
7. Persepsi Harga .....	22
8. Minat Menggunakan Kembali .....	25
9. TAM ( <i>technology acceptance model</i> ).....	27
10. Penelitian Terdahulu.....	28
B. Pengembangan Hipotesis.....	32
1. Pengaruh persepsi kemudahan penggunaan aplikasi terhadap minat menggunakan kembali .....	32
2. Pengaruh promosi terhadap minat menggunakan kembali .....	33
3. Pengaruh Persepsi harga terhadap minat menggunakan kembali .....	34
<b>BAB III METODE PENELITIAN</b>	
A. Waktu dan Tempat Penelitian .....	35
B. Desain Penelitian .....	35
C. Definisi dan Operasionalisasi Variabel .....	35
1. Pengertian Variabel .....	36
2. Operasional Variabel .....	38
D. Pengukuran Variabel .....	39
E. Populasi dan Sampel Penelitian.....	39
1. Populasi Penelitian .....	39
2. Sampel Penelitian .....	40

3. Teknik Pengumpulan Sampling .....	41
F. Teknik Pengumpulan Data .....	41
G. Metode Analisis .....	42
1. Analisis Jalur (Path Analysis) .....	42
2. SEM ( <i>Structural Equation Modeling</i> ).....	42
3. PLS ( <i>Partial Least Square</i> ).....	42
4. Keunggulan dan Kelemahan <i>Partial Least Square</i> .....	43
5. Evaluasi Model Dalam <i>Partial Least Square-SEM</i> .....	45
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN</b>	
A. Gambaran Umum Objek Penelitian .....	47
1. Sejarah Perusahaan .....	47
2. Visi dan Misi.....	49
3. Karakteristik Responden.....	49
B. Hasil Perhitungan.....	53
1. Statistik Deskriptif .....	53
2. Analisis SEM Menggunakan <i>SmartPLS</i> .....	54
C. Pembahasan .....	66
1. Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan Terhadap Minat Menggunakan Kembali.....	66
2. Pengaruh Promosi Terhadap Minat Menggunakan Kembali..	67
3. Pengaruh Persepsi Harga Terhadap Minat Menggunakan Kembali.....	68
<b>BAB V SIMPULAN DAN SARAN</b>	
A. Simpulan .....	70
B. Saran .....	70
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>72</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>76</b>