

DAFTAR ISI

Judul	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
HALAMAN PERNYATAAN.....	iii
PERSEMBAHAN.....	iv
HALAMAN MOTTO.....	vi
PRAKATA.....	vii
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xvi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvii
INTISARI.....	xix
BAB I PENGANTAR.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Tujuan Penelitian.....	5
C. Manfaat Penelitian.....	5
D. Keaslian Penelitian.....	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	10
A. Intensi Menggunakan <i>M-Commerce</i>	10
1. Definisi Intensi Menggunakan <i>M-Commerce</i>	10

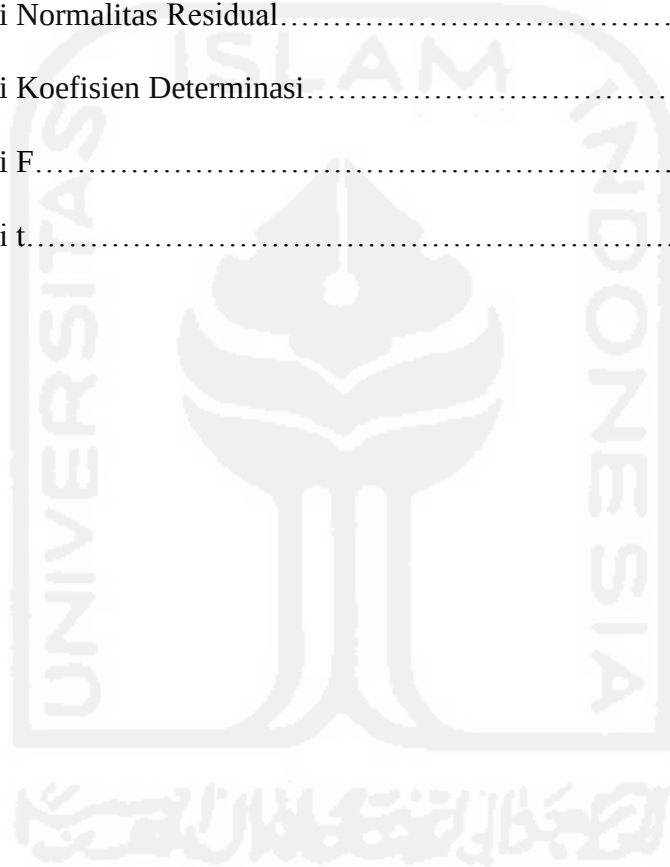
2. Aspek-Aspek Intensi Menggunakan <i>M-Commerce</i>	13
3. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Intensi Menggunakan <i>M-Commerce</i>	14
B. <i>Technology Acceptance Model (TAM)</i>	15
1. Definisi Persepsi Kebermanfaatan.....	17
2. Indikator-Indikator Persepsi Kebermanfaatan.....	18
3. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Persepsi Kebermanfaatan	19
4. Definisi Persepsi Kemudahan.....	20
5. Indikator-Indikator Persepsi Kemudahan.....	21
6. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Persepsi Kemudahan....	22
C. Hubungan Persepsi Kebermanfaatan Dan Persepsi Kemudahan Terhadap Intensi Menggunakan <i>M-Commerce</i>	23
D. Hipotesis.....	28
BAB III METODE PENELITIAN.....	29
A. Identifikasi Variabel.....	29
B. Definisi Operasional.....	29
C. Subjek Penelitian.....	31
D. Metode Pengumpulan Data.....	31
E. Metode Analisis Data.....	36
BAB IV PELAKSANAAN DAN HASIL PENELITIAN.....	37
A. Orientasi Kancan Dan Persiapan.....	37
1. Orientasi Kancan.....	37

2. Persiapan.....	37
B. Laporan Pelaksanaan Penelitian.....	43
C. Hasil Penelitian.....	44
1. Deskripsi Subjek Penelitian.....	44
2. Deskripsi Data Penelitian.....	47
3. Uji Asumsi.....	51
4. Uji Analisis Regresi Linier Berganda.....	53
D. Pembahasan.....	59
BAB V PENUTUP.....	64
A. Kesimpulan.....	64
B. Saran.....	64
DAFTAR PUSTAKA.....	66
LAMPIRAN.....	68

DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
Tabel 1. Distribusi Aitem Skala Intensi Menggunakan Sebelum Uji Coba	32
Tabel 2. Distribusi Aitem Skala Persepsi Kebermanfaatan.....	33
Tabel 3. Distribusi Aitem Skala Persepsi Kemudahan.....	35
Tabel 4. Distribusi Aitem Skala Intensi Menggunakan Setelah Uji Coba....	40
Tabel 5. Distribusi Aitem Skala Persepsi Kebermanfaatan Setelah Uji Coba	41
Tabel 6. Distribusi Aitem Skala Persepsi Kemudahan Setelah Uji Coba.....	42
Tabel 7. Deskripsi Subjek Penelitian Berdasarkan Usia.....	46
Tabel 8. Deskripsi Subjek Penelitian Berdasarkan Lama Penggunaan <i>Smartphone</i>	46
Tabel 9. Deskripsi Subjek Penelitian Berdasarkan Memulai Menggunakan Internet	46
Tabel 10. Deskripsi Subjek Penelitian Berdasarkan Seberapa Sering Menggunakan <i>M-Commerce</i>	46
Tabel 11. Deskripsi Subjek Penelitian Berdasarkan Jenis Layanan <i>M-Commerce</i>	47
Tabel 12. Deskripsi Data Penelitian.....	47
Tabel 13. Kriteria Kategorisasi Skala.....	48
Tabel 14. Kategorisasi Variabel Intensi Menggunakan <i>M-Commerce</i>	48

Tabel 15. Kategorisasi Variabel Persepsi Kebermanfaatan.....	49
Tabel 16. Kategorisasi Variabel Persepsi Kemudahan.....	50
Tabel 17. Uji Multikolonieritas.....	52
Tabel 18. Uji Heteroskedastisitas.....	52
Tabel 19. Uji Normalitas Residual.....	53
Tabel 20. Uji Koefisien Determinasi.....	54
Tabel 21. Uji F.....	55
Tabel 22. Uji t.....	56



DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
Gambar 1. <i>Technology Acceptence Model (TAM)</i>	16



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Halaman
Lampiran 1. Skala <i>Try Out</i>	68
Lampiran 2. Data <i>Try Out</i> Intensi Menggunakan.....	80
Lampiran 3. Data <i>Try Out</i> Persepsi Kebermanfaatan.....	82
Lampiran 4. Data <i>Try Out</i> Persepsi Kemudahan.....	84
Lampiran 5. Reliabilitas Intensi Menggunakan <i>M-Commerce</i>	86
Lampiran 6. Reliabilitas Persepsi Kebermanfaatan.....	92
Lampiran 7. Reliabilitas Persepsi Kemudahan.....	101
Lampiran 8. Skala Pengambilan Data.....	108
Lampiran 9. Data Pengambilan Data Intensi Menggunakan.....	120
Lampiran 10. Data Pengambilan Data Persepsi Kebermanfaatan.....	123
Lampiran 11. Data Pengambilan Data Persepsi Kemudahan.....	126
Lampiran 12. Data Subjek Penelitian.....	129
Lampiran 13. Skor Total Ketiga Skala.....	132
Lampiran 14. Uji Multikolinieritas.....	134
Lampiran 15. Uji Heteroskedastisitas.....	136
Lampiran 16. Uji Normalitas.....	138
Lampiran 17. Uji Koefisien Determinasi.....	140
Lampiran 18. Uji F.....	142
Lampiran 19. Uji t.....	144

Lampiran 20. Kategorisasi Hipotetik Intensi Menggunakan <i>M-Commerce</i>	146
Lampiran 21. Kategorisasi Hipotetik Persepsi Kebermanfaatan.....	152
Lampiran 22. Kategorisasi Hipotetik Persepsi Kemudahan.....	158
Lampiran 23. Kategorisasi Empirik Intensi Menggunakan <i>M-Commerce</i>	1664
Lampiran 24. Kategorisasi Empirik Persepsi Kebermanfaatan.....	170
Lampiran 25. Kategorisasi Empirik Persepsi Kemudahan.....	176
Lampiran 26. Surat Izin Penelitian.....	182
Lampiran 27. Informed Consent.....	184

