

DAFTAR ISI

Lembar Pengesahan	i
Motto	ii
Abstrak	iii
Abstract	iv
Kata Pengantar	v
DAFTAR ISI	viii
Daftar Tabel	xii
Daftar Gambar	xiv
Daftar Lampiran	xv
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Identifikasi dan Rumusan Masalah	11
1.2.1 Identifikasi Masalah.....	11
1.2.2 Rumusan Masalah.....	11
1.3 Maksud Dan Tujuan Penelitian	12
1.3.1 Maksud Penelitian.....	12
1.3.2 Tujuan Penelitian	12
1.4.1 Kegunaan Penelitian	13
1.4.1Kegunaan Praktis	13
1.4.2 Kegunaan Akademis	13
1.5 Lokasi Dan Waktu Penelitian	14
1.5.1 Lokasi Penelitian.....	14
1.5.3 Waktu Penelitian	15
BAB II	16
KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN, DAN HIPOTESIS	16
2.1 Kajian Pustaka.....	16
2.1.1 Persepsi Kemudahan Penggunaan	16

2.1.1.1 Indikator Persepsi Kemudahan Penggunaan.....	17
2.1.1.2 Dimensi Persepsi Kemudahan Penggunaan.....	18
2.1.2 Niat Berperilaku	19
2.1.2.1 Indikator Niat Berperilaku	20
2.1.2.2 Faktor Faktor Yang Membentuk Niat Berperilaku	21
2.1.3 Persepsi Kegunaan	22
2.1.3.1 Indikator Persepsi Kegunaan	23
2.1.3.2 Dimensi Persepsi Kegunaan	23
2.1.5 Penelitian Terdahulu	25
2.2 Kerangka Pemikiran	28
2.2.1 Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan terhadap Niat Berperilaku .	30
2.2.2 Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan terhadap Persepsi Kegunaan	31
2.2.3 Pengaruh Persepsi Kegunaan terhadap Niat Berperilaku.....	31
2.2.4 Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan terhadap Niat Berperilaku melalui Persepsi Kegunaan.....	32
2.3 Hipotesis	33
BAB III.....	35
METODE PENELITIAN	35
3.1 Objek Penelitian	35
3.2 Metode Penelitian.....	36
3.2.1 Desain Penelitian	37
3.2.2 Operasionalisasi Variabel	39
3.2.3 Sumber dan Teknik Pengumpulan Data	43
3.2.3.1 Sumber Data (Primer dan Sekunder).....	43
3.2.3.2 Teknik Penentuan Data	44
3.2.4 Teknik Pengumpulan Data.....	45
3.2.5 Rancangan Analisis dan Pengujian Hipotesis	47
3.2.5.1 Rancangan Analisis.....	47
3.2.5.1.1 Analisis Deskriptif (Kualitatif)	47
3.2.5.1.2 Analisis Verifikatif (Kuantitatif)	48
3.2.5.2 Pengujian Hipotesis	59

BAB IV	62
HASIL DAN PEMBAHASAN	62
4.1 Gambaran Umum Perusahaan	62
4.2 Sejarah Singkat Perusahaan.....	62
4.1.2 Struktur Perusahaan Fore Coffee.....	64
4.1.3 Uraian Tugas.....	65
4.1.3.1 Brand Marketing Team	65
4.1.3.2 Campaign & Performance Team.....	66
4.2 Karakteristik Responden	67
a. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	67
b. Berdasarkan Usia	68
c. Berdasarkan Pemakaian QRIS Dalam 3 Bulan Terakhir	69
4.3 Analisis Deskriptif.....	69
4.3.1 Persepsi Kemudahan Penggunaan.....	70
1. Easy to Learn.....	72
2. Easy to Understand.....	72
3. Efortless.....	74
4. Easy to Use	75
4.3.2 Niat Berperilaku	76
1. Niat untuk menggunakan dimasa mendatang.....	77
2. Niat untuk menggunakan suatu system dalam kehidupan sehari hari....	79
3. Rencana Untuk Menggunakan Suatu Sistem Sesering Mungkin.....	80
1. Work Quickly	81
2. Usefull	83
3. Efectiveness.....	84
4. Easier	85
5. Performance.....	86
4.4 Analisis Verifikatif.....	87
4.4.1 Analisis Jalur.....	87
4.4.1.1 Model Partial Least Square.....	88
4.4.2 Evaluasi Outer Model.....	88

1. Uji Validitas Konstruk	88
2. Uji Reliabilitas Konstruk	93
4.4.3 Evaluasi Inner Model	94
4.4.3.1 R-Square	94
4.4.3.2 Uji Hipotesis	95
1. Pengujian Secara Parsial (Uji T)	96
2. Indirect Effect	103
BAB V	106
KESIMPULAN DAN SARAN	106
5.1 Kesimpulan	106
5.2 Saran	109
Daftar Pustaka	106
Lampiran	111