

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	i
<b>HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI</b> .....	ii
<b>HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI</b> .....	iii
<b>HALAMAN KEASLIAN SKRIPSI</b> .....	iv
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	v
<b>HALAMAN PERSEMBAHAN</b> .....	vi
<b>ABSTRAK</b> .....	ix
<b>ABSTRACT</b> .....	x
<b>DAFTAR ISI</b> .....	xi
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	xiv
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	xv
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang Penelitian .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	14
1.3 Pertanyaan Penelitian .....	15
1.4 Tujuan Penelitian .....	16
1.5 Manfaat Penelitian .....	16
<b>BAB II LANDASAN TEORI DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS</b> .....	<b>18</b>
2.1 Landasan Teori .....	18
2.1.1 Aplikasi <i>Mobile</i> .....	18
2.1.1.1 Aplikasi <i>Mobile</i> Berbayar .....	18
2.1.2 Karakteristik Aplikasi <i>Mobile</i> Berbayar .....	20
2.1.2.1 Persepsi Kegunaan .....	21
2.1.2.2 Persepsi Harga .....	23
2.1.3 Karakteristik Personal .....	24
2.1.3.1 Motivasi Personal .....	26
2.1.3.2 Efikasi Diri .....	27
2.1.4 Karakteristik Sosial .....	30
2.1.4.1 Pengaruh Massa .....	32
2.1.4.2 Pengaruh Rekan .....	35
2.1.5 Sikap terhadap Aplikasi Berbayar .....	36
2.2 Pengembangan Hipotesis .....	37
2.2.1 Hubungan Antara Karakteristik Aplikasi Berbayar dengan Sikap terhadap Aplikasi Berbayar .....	37
2.2.1.1 Hubungan Antara Persepsi Kegunaan dengan Sikap terhadap Aplikasi Berbayar .....	38
2.2.1.2 Hubungan Antara Persepsi Harga dan Sikap terhadap Aplikasi Berbayar .....	38
2.2.2 Hubungan Antara Karakteristik Personal dengan Sikap terhadap Aplikasi Berbayar .....	39

2.2.2.1 Hubungan Antara Motivasi Personal dengan Sikap terhadap Aplikasi Berbayar.....	40
2.2.2.2 Hubungan Antara Efikasi Diri dengan Sikap terhadap Aplikasi Berbayar .....	41
2.2.3 Hubungan Antara Karakteristik Sosial dengan Sikap terhadap Aplikasi Berbayar .....	42
2.2.3.1 Hubungan Antara Pengaruh Massa dengan Sikap terhadap Aplikasi Berbayar .....	43
2.2.3.2 Hubungan Antara Pengaruh Rekan dengan Sikap terhadap Aplikasi Berbayar .....	45
2.2.4 Hubungan Antara Sikap terhadap Aplikasi Berbayar dengan Niat untuk Membeli Aplikasi Berbayar .....	46
2.3 Model Penelitian .....	46
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>49</b>
3.1 Desain Penelitian.....	49
3.2 Metode Pengumpulan Data .....	49
3.3 Populasi dan Sampel .....	50
3.3.1 Populasi .....	50
3.3.2 Sampel dan Desain Pengambilan Sampel .....	50
3.3.3 Ukuran Sampel .....	52
3.4 Definisi Operasional.....	53
3.4.1 Persepsi Kegunaan .....	53
3.4.2 Persepsi Harga.....	53
3.4.3 Motivasi Personal .....	54
3.4.4 Efikasi Diri .....	54
3.4.5 Pengaruh Massa.....	55
3.4.6 Pengaruh Rekan.....	56
3.4.7 Sikap terhadap Aplikasi Berbayar .....	56
3.4.8 Niat untuk Membeli Aplikasi Berbayar .....	57
3.5 Uji Instrumen .....	57
3.5.1 Uji Validitas .....	58
3.5.2 Uji Reliabilitas.....	61
3.6 Teknik Pengumpulan Data .....	63
3.7 Metode Analisis Data .....	63
3.7.1 Analisis Statistik Deskriptif.....	63
3.7.2 Analisis Statistik Inferensial.....	64
3.7.3 Evaluasi Model SEM-PLS .....	64
3.7.4 Analisis Jalur <i>Path</i> .....	68
3.7.5 Pengujian Hipotesis .....	69
<b>BAB IV ANALISIS DATA .....</b>	<b>71</b>
4.1 Analisis Pengujian Model Pengukuran ( <i>Outer Model</i> ).....	71
4.1.1 Uji Validitas .....	71
4.1.1.1 Validitas Konvergen ( <i>Convergent Validity</i> ).....	72
4.1.1.2 Validitas Diskriminan ( <i>Discriminant Validity</i> ).....	76

4.1.2 Uji Reliabilitas .....	79
4.2 Karakteristik Responden .....	80
4.2.1 Usia.....	81
4.2.2 Jenis Kelamin .....	81
4.2.3 Pekerjaan .....	82
4.2.4 Pendidikan Terakhir .....	82
4.2.5 Pengeluaran Bulanan .....	83
4.2.6 Kategori Aplikasi Ponsel Pintar yang Sering Digunakan .....	84
4.3 Analisis Statistik Deskriptif .....	85
4.4 Analisis Pengujian Model Struktural ( <i>Inner Model</i> ).....	87
4.4.1 Uji <i>R-Square</i> (Koefisien Determinasi).....	88
4.4.2 Uji Hipotesis.....	88
4.4.2.1 Hubungan Antara Persepsi Kegunaan dengan Sikap terhadap Aplikasi Berbayar.....	91
4.4.2.2 Hubungan Antara Persepsi Harga dan Sikap terhadap Aplikasi Berbayar .....	92
4.4.2.3 Hubungan Antara Motivasi Personal dengan Sikap terhadap Aplikasi Berbayar.....	92
4.4.2.4 Hubungan Antara Efikasi Diri dengan Sikap terhadap Aplikasi Berbayar .....	93
4.4.2.5 Hubungan Antara Pengaruh Massa dengan Sikap terhadap Aplikasi Berbayar .....	93
4.4.2.6 Hubungan Antara Pengaruh Rekan dengan Sikap Terhadap Aplikasi Berbayar.....	94
4.4.2.7 Hubungan Antara Sikap terhadap Aplikasi Berbayar dengan Niat untuk Membeli Aplikasi Berbayar .....	94
4.4.3 Ringkasan Hasil Pengujian Hipotesis.....	95
4.5 Pembahasan.....	95
<b>BAB V SIMPULAN .....</b>	<b>101</b>
5.1 Simpulan .....	101
5.2 Implikasi Penelitian.....	103
5.2.1 Implikasi Praktis.....	103
5.2.2 Implikasi Teoretis.....	104
5.3 Keterbatasan Penelitian.....	105
5.4 Saran.....	105
Daftar Pustaka .....	106
Lampiran .....	109