

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR.....	i
INTISARI.....	iii
ABSTRACT.....	iv
DAFTAR ISI.....	v
DAFTAR TABEL.....	viii
DAFTAR GAMBAR.....	ix
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	7
1.3 Pertanyaan Penelitian.....	7
1.4 Tujuan Penelitian.....	8
1.5 Lingkup Penelitian	8
1.5.1 Objek Penelitian	9
1.5.2 Lokasi Penelitian	9
1.5.3 Waktu Penelitian	9
BAB II LANDASAN TEORI DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS.....	10
2.1 Profil Setiap Variabel dan Teori Dasar.....	10
2.1.1 Kredibilitas Sumber	10
2.1.2 Persepsi Integrasi	11
2.1.3 Persepsi Kegunaan	12
2.1.4 Kepercayaan	13
2.1.5 Usaha Pemasaran Pesaing.....	14
2.1.6 Norma Subjektif.....	15
2.1.7 Niat Penggunaan Berkelanjutan	16
2.2 Pengembangan Hipotesis	18
2.2.1 Pengaruh Kredibilitas Sumber terhadap Kepercayaan.....	18
2.2.2 Pengaruh Persepsi Kegunaan terhadap Kepercayaan.....	19
2.2.3 Pengaruh Persepsi Integrasi terhadap Kepercayaan.....	20
2.2.4 Pengaruh Kepercayaan terhadap Niat Penggunaan Berkelanjutan	21

2.2.5 Pengaruh Usaha Pemasaran Pesaing terhadap Niat Penggunaan Berkelanjutan	21
2.2.6 Pengaruh Norma Subjektif terhadap Niat Penggunaan Berkelanjutan	22
2.3 Model Riset	24
BAB III METODE PENELITIAN.....	25
3.1 Desain Penelitian	25
3.2 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel	25
3.2.1 Kredibilitas Sumber.....	25
3.2.2 Persepsi Kegunaan	26
3.2.3 Persepsi Integrasi.....	27
3.2.4 Kepercayaan.....	27
3.2.5 Usaha Pemasaran Pesaing	28
3.2.6 Norma Subjektif	29
3.2.7 Niat Penggunaan Berkelanjutan	30
3.3 Desain Pengambilan Sampel	31
3.3.1 Metode Pengambilan Sampel.....	31
3.3.2 Populasi	31
3.3.3 Sampel.....	31
3.4 Jumlah Sampel	33
3.5 Objek Penelitian	33
3.6 Metode Pengumpulan Data	34
3.7 Instrumen Penelitian	35
3.8 Metode Analisis Data.....	35
3.8.1. Evaluasi Model Pengukuran.....	36
3.8.2. Evaluasi Model Struktural.....	38
3.9 Pengujian Hipotesis	39
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	40
4.1. Hasil Penelitian	40
4.1.1. Karakteristik Responden	40
4.1.2. Deskripsi Hasil Penelitian	42
4.1.3. Evaluasi Model Pengukuran.....	52
4.1.4. Evaluasi Model Struktural (<i>Inner Model</i>)	57



4.1.5	Hasil Uji Hipotesis	61
4.2	Pembahasan Hasil Penelitian.....	66
4.2.1	Pengaruh Kredibilitas Sumber terhadap Kepercayaan	66
4.2.2	Pengaruh Persepsi Kegunaan terhadap Kepercayaan	67
4.2.3	Pengaruh Persepsi Integrasi terhadap Kepercayaan	68
4.2.4	Pengaruh Kepercayaan terhadap Niat Penggunaan Berkelanjutan	69
4.2.5	Pengaruh Usaha Pemasaran Pesaing terhadap Niat Penggunaan Berkelanjutan	70
4.2.6	Pengaruh Norma Subjektif terhadap Niat Penggunaan Berkelanjutan	72
4.3	Ringkasan Pembahasan.....	73
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....		74
5.1	Kesimpulan	74
5.2	Implikasi Manajerial.....	75
5.3	Keterbatasan Penelitian.....	76
5.4	Saran.....	76
DAFTAR PUSTAKA.....		78
LAMPIRAN.....		81