

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	ii
HALAMAN PERSEMBAHAN	iv
DAFTAR ISI	v
DAFTAR GAMBAR	viii
DAFTAR TABEL	ix
INTISARI	x
ABSTRACT	xi
BAB I	1
1.1. Latarbelakang	1
1.2. Perumusan Masalah	13
1.3. Pertanyaan Penelitian	14
1.4. Tujuan Penelitian	15
1.5. Lingkup Penelitian	15
BAB II	17
2.1. Viral Marketing	17
2.2. Information Adoption Model (IAM)	18
2.3. Technology Adoption Model (TAM)	19
2.4. Theory of Reasoned Action (TRA)	19
2.5. Variabel Penelitian	20
2.6. Pengaruh Kuantitas informasi terhadap Persepsi Kegunaan	27
2.7. Pengaruh Kualitas Argumen terhadap Persepsi Kegunaan	30
2.8. Pengaruh Kredibilitas Sumber terhadap Persepsi Kegunaan	32
2.9. Pengaruh Kualitas Argumen terhadap Persepsi Kemudahan Penggunaan	34
2.10. Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan terhadap Persepsi Kegunaan	36
2.11. Pengaruh Persepsi Kegunaan terhadap Sikap Terhadap Penggunaan	38

2.12.	Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan terhadap Sikap Terhadap Penggunaan.....	40
2.13.	Pengaruh Sikap Terhadap Penggunaan terhadap Niat Penggunaan.....	42
2.14.	Model Penelitian.....	44
BAB III.....		47
3.1.	Strategi Penelitian	47
3.2.	Definisi Operasional dan Pengukuran	47
3.2.1.	Kuantitas informasi	48
3.2.2.	Kualitas Argumen	48
3.2.3.	Kredibilitas Sumber Informasi.....	48
3.2.4.	Persepsi Kegunaan	49
3.2.5.	Persepsi Kemudahan Penggunaan	50
3.2.6.	Sikap Terhadap Penggunaan.....	51
3.2.7.	Niat Penggunaan	51
3.3.	Desain Pengambilan Sampel.....	52
3.3.1.	Metode Pengambilan Sampel.....	52
3.3.2.	Populasi dan Unit Sampel	52
3.3.3.	Ukuran Sampel.....	53
3.3.4.	Daerah Penyebaran Kuesioner	53
3.4.	Skema Penyebaran Kuesioner	54
3.5.	Profil Responden	54
3.6.	Objek Penelitian	56
3.7.	Metode Pengumpulan Data.....	57
3.8.	Instrumen Penelitian.....	58
3.9.	Pengujian Instrumen	59
3.9.1.	Pengujian Validitas.....	59
3.9.2.	Pengujian Realibilitas	63
3.10.	Metode Analisis Data	64
3.10.1.	Uji Asumsi Klasik Structural Equation Model	65
3.10.2.	Pengembangan Formulasi Dasar.....	66
3.10.3.	Uji Ketepatan Model (<i>Goodness of Fit</i>).....	69

3.10.4.	Tingkat Signifikansi.....	71
3.10.5.	Pengujian Hipotesis.....	71
BAB IV	73
4.1	Kualitas Data Penelitian	73
4.1.1	Analisis Asumsi <i>Structural Equation Model</i> (SEM)	73
4.1.2	Statistik Deskriptif	75
4.1.3	Matriks Korelasi Antar Variabel	76
4.2	Uji Ketepatan Model (<i>Goodness of Fit Model</i>).....	78
4.3	Hasil Pengujian Hipotesis.....	80
4.3.1.	Pembahasan Hasil Pengujian Hipotesis Pertama	82
4.3.2.	Pembahasan Hasil Pengujian Hipotesis Kedua.....	85
4.3.3.	Pembahasan Hasil Pengujian Hipotesis Ketiga.....	88
4.3.4.	Pembahasan Hasil Pengujian Hipotesis Keempat	91
4.3.5.	Pembahasan Hasil Pengujian Hipotesis Kelima	94
4.3.6.	Pembahasan Hasil Pengujian Hipotesis Keenam.....	97
4.3.7.	Pembahasan Hasil Pengujian Hipotesis Ketujuh.....	100
4.3.8.	Pembahasan Hasil Pengujian Hipotesis Kedelapan	103
4.4	Ringkasan Pengujian Semua Hipotesis.....	106
BAB V	109
5.1	Kesimpulan	109
5.2	Implikasi Manajerial.....	112
5.3	Keterbatasan Riset.....	115
5.4	Arahan Riset Mendatang	116
DAFTAR PUSTAKA	117
LAMPIRAN	123