



DAFTAR ISI

| | |
|--|------|
| HALAMAN JUDUL | i |
| HALAMAN PENGESAHAN DEWAN PENGUJI | ii |
| HALAMAN PENGESAHAN DOSEN PEMBIMBING..... | iii |
| HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI | iv |
| HALAMAN PERSEMBAHAN | v |
| KATA PENGANTAR | vii |
| DAFTAR ISI..... | viii |
| DAFTAR TABEL..... | xii |
| DAFTAR GAMBAR | xiii |
| DAFTAR LAMPIRAN..... | xiv |
| INTISARI | xv |
| ABSTRACT..... | xvi |
| | |
| BAB I PENDAHULUAN..... | 1 |
| 1.1 Latar Belakang | 1 |
| 1.2 Rumusan Masalah | 9 |
| 1.3 Pertanyaan Penelitian | 11 |
| 1.4 Tujuan Penelitian..... | 12 |
| 1.5 Kontribusi Penelitian..... | 12 |
| 1.6 Lingkup Penelitian | 13 |
| 1.7 Sistematika Penulisan..... | 14 |
| | |
| BAB II LANDASAN TEORI DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS..... | 16 |
| 2.1 Landasan Teori..... | 16 |
| 2.1.1 Pemasaran melalui Perangkat Bergerak..... | 16 |
| 2.1.2 Tipe Komunikasi Pemasaran melalui Telepon Selular | 18 |
| 2.1.3 Ragam Media Komunikasi Pemasaran melalui Telepon Selular | 20 |
| 2.2 Rerangka Konseptual | 22 |
| 2.2.1 Teori Tindakan yang Beralasan | 23 |
| 2.2.2 Model Penerimaan Teknologi..... | 25 |
| 2.2.3 Perilaku Berpartisipasi dalam Pemasaran melalui Telepon Selular | 27 |



| | | |
|--|---|-----------|
| 2.3 | Pengembangan Hipotesis | 29 |
| 2.3.1 | Nilai yang Dipersepsikan | 29 |
| 2.3.2 | Gaya Belanja Daring | 31 |
| 2.3.3 | Kepercayaan pada Merek | 32 |
| 2.4 | Model Penelitian | 34 |
| BAB III METODE PENELITIAN | | 36 |
| 3.1 | Strategi Penelitian | 36 |
| 3.2 | Definisi Operasional dan Pengukuran | 37 |
| 3.2.1 | Nilai yang Dipersepsikan | 37 |
| 3.2.2 | Gaya Belanja Daring | 38 |
| 3.2.3 | Kepercayaan pada Merek | 39 |
| 3.2.4 | Perilaku Berpartisipasi dalam Pemasaran Melalui Telepon Selular | 39 |
| 3.2.5 | Perilaku Berpartisipasi dalam Pemasaran melalui Kode QR | 40 |
| 3.3 | Desain Pengambilan Sampel | 41 |
| 3.3.1 | Populasi Responden | 41 |
| 3.3.2 | Sampel | 41 |
| 3.3.3 | Metode Pengambilan Sampel | 41 |
| 3.3.4 | Ukuran Sampel | 42 |
| 3.4 | Objek Penelitian | 42 |
| 3.5 | Metode Pengumpulan Data | 43 |
| 3.6 | Instrumen Penelitian | 43 |
| 3.7 | Pengujian Instrumen | 45 |
| 3.7.1 | Uji Validitas | 45 |
| 3.7.1.1 | Validitas Konten | 45 |
| 3.7.1.2 | Validitas Konstruk | 46 |
| 3.7.2 | Uji Reliabilitas | 47 |
| 3.8 | Metode Analisis Data dan Pengujian Hipotesis | 48 |
| 3.8.1 | Uji Beda Dua Rerata | 48 |
| 3.8.2 | Tabulasi Silang (crosstab) | 49 |
| 3.8.3 | Regresi Logistik | 50 |
| 3.8.4 | Uji Kesesuaian Model Penelitian | 51 |
| 3.8.5 | Pengujian Hipotesis | 52 |



| | | |
|--------|--|----|
| BAB IV | TEMUAN DAN ANALISIS DATA | 53 |
| 4.1 | Hasil Respon Kuesioner | 53 |
| 4.1.1 | Demografi responden | 53 |
| 4.1.2 | Sistem Operasi Telepon Pintar | 54 |
| 4.1.3 | Tiga Aktivitas Utama Penggunaan Telepon Selular | 55 |
| 4.1.4 | Pembelian melalui Telepon Selular | 55 |
| 4.1.5 | Interaksi Responden dengan Telepon Selular | 56 |
| 4.2 | Uji Validitas | 58 |
| 4.2.1 | Validitas Konten | 58 |
| 4.2.2 | Validitas Konstruksi | 58 |
| 4.3 | Uji Reliabilitas | 60 |
| 4.4 | Statistik Deskriptif | 61 |
| 4.5 | Uji Beda Rerata (Uji t) dan Uji Tabulasi Silang | 63 |
| 4.5.1 | Jenis Kelamin | 63 |
| 4.5.2 | Umur | 65 |
| 4.5.3 | Pendidikan Terakhir | 66 |
| 4.5.4 | Status Bekerja | 68 |
| 4.6 | Uji Hipotesis | 69 |
| 4.6.1 | Uji Hipotesis Model 1 dengan Variabel Dependen Perilaku Berpartisipasi dalam Pemasaran melalui Telepon Selular (YMM) | 69 |
| 4.6.2 | Hasil Pengujian Hipotesis Dengan Variabel Dependen Perilaku Berpartisipasi dalam pemasaran melalui Telepon Selular (YMM) | 71 |
| 4.6.3 | Uji Hipotesis Model 2 dengan Variabel Dependen Perilaku Berpartisipasi dalam pemasaran melalui Kode QR (YQR) | 73 |
| 4.6.4 | Hasil Pengujian Hipotesis Dengan Variabel Dependen Perilaku Berpartisipasi dalam pemasaran melalui Kode QR (YQR) | 74 |
| 4.7 | Pembahasan | 78 |
| BAB V | KESIMPULAN DAN SARAN | 81 |
| 5.1 | Kesimpulan | 81 |
| 5.2 | Keterbatasan Penelitian | 83 |
| 5.3 | Implikasi | 84 |
| 5.4 | Saran | 86 |



| | |
|----------------------|----|
| DAFTAR PUSTAKA | 87 |
| LAMPIRAN | 90 |