

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL	ii
HALAMAN PERSETUJUAN	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
ABSTRAK	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	1
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	5
C. Tujuan Penelitian	6
D. Asumsi Penelitian	6
E. Hipotesis Penelitian.....	7
G. Ruang Lingkup penelitian.....	11
H. Definisi Istilah.....	14
I. Kajian Penelitian Terdahulu.....	15
BAB II KAJIAN PUSTAKA	20
A. Perilaku Konsumen	20
B. Faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen	21
C. Persepsi	25

D. Technology Acceptance Model (TAM).....	28
E. Persepsi Kemudahan Penggunaan.....	30
F. Persepsi Risiko.....	31
G. Persepsi Efektivitas.....	33
H. Minat.....	35
BAB III METODE PENELITIAN.....	38
A. Rancangan penelitian.....	38
B. Populasi dan Sampel.....	39
C. Sumber Data.....	41
D. Instrumen Penelitian.....	42
E. Pengumpulan Data.....	45
F. Analisis Data.....	46
BAB IV DESKRIPSI, PEMBUKTIAN HIPOTESIS, DAN PEMBAHASAN..	54
A. Deskripsi Data.....	54
B. Uji Hipotesis.....	69
C. Pembahasan.....	86
BAB V PENUTUP.....	96
A. Kesimpulan.....	96
B. Saran.....	97
DAFTAR PUSTAKA.....	99
PERNYATAAN KEASLIAN.....	102
LAMPIRAN.....	103
RIWAYAT HIDUP.....	141