DAFTAR ISI

Halaman

HALAMAN JUDUL…….. i
HALAMAN PERSETUJUAN……..... ii
HALAMAN PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN…….. iii
PERNYATAAN ORISINILITAS SKRIPSI…….. iv
ABSTRACT……..…….…… v
ABSTRAK…… vi
KATA PENGANTAR……..……vii
DAFTAR TABEL…… xiii
DAFTAR GAMBAR……..……..... xiv
DAFTAR LAMPIRAN…… xv
BAB I PENDAHULUAN…….……..... 1
1.1 Latar Belakang Masalah……..... 1
1.2 Rumusan Masalah……..... 16
1.3 Tujuan Penelitian…… 17
1.4 Manfaat Penelitian……..... 17
1.5 Sistematika Penelitian…… 18
BAB II TELAAH PUSTAKA…….. 20
2.1 Landasan Teori……..... 20
2.1.1 Pemasaran……. 20
2.1.2 Pengembangan Produk Baru……. 23
2.1.3 Perilaku Konsumen……... 25
2.1.4 Minat Beli……. 27
2.1.5 Uang Elektronik…… 30
2.2 Variabel Penelitian…….. 33
2.2.1 Pengetahuan Konsumen akan Produk…….. 33
2.2.2 Persepsi Manfaat……..… 36
2.2.3 Kesesuaian Harga……..….. 39
2.2.4 Minat Menggunakan……..….... 42
2.3 Hubungan Antar Variabel dan Pengembangan Hipotesis…….. 44
2.3.1 Pengaruh Pengetahuan Produk terhadap Minat Menggunakan……... 44
2.3.2 Pengaruh Persepsi Manfaat terhadap Minat Menggunakan……... 45
2.3.3 Pengaruh Kesesuaian Harga Setoran Minimal terhadap Minat Menggunakan..... 46
2.4 Penelitian Terdahulu……..….. 48
2.5 Kerangka Pemikiran Teoritis……..……. 50
2.6 Hipotesis……..…… 51

Halaman

BAB III METODE PENELITIAN…… 52
3.1 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional…… 52
3.1.1 Variabel Penelitian…….. 52
3.1.2 Definisi Operasional……. 53
3.2 Penentuan Populasi dan Sampel…… 56
3.3 Jenis dan Sumber Data…….. 58
3.3.1 Data Primer……... 58
3.3.2 Data Sekunder……... 59
3.4 Metode Pengumpulan Data……... 59
3.5 Metode Analisis…….. 61
3.5.1 Analisis Data Kualitatif…… 61
3.5.2 Analisis Data Kuantitatif…….. 61
3.5.2.1 Uji Kualitas Data…….. 62
3.5.2.1.1 Uji Validitas……... 62
3.5.2.1.1 Uji Reliabilitas…… 63
3.5.2.2 Uji Asumsi Klasik……. 63
3.5.2.2.1 Uji Normalitas…… 64
3.5.2.2.2 Uji Multikolonieritas…….. 65
3.5.2.2.3 Uji Heteroskedastisitas…….. 65
3.5.2.2.4 Analisis Linier Berganda…….. 66
3.5.2.3 Pengujian *Goodness of Fit*…… 67
3.5.2.3.1 Uji Kelayakan Model (Uji-F)…… 67
3.5.2.3.2 Uji Signifikan Parameter Individual (Uji-t)…… 68
3.5.2.3.3 Uji Koefisiensi Determinasi (R^2)……. 69
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN…….. 70
4.1 Gambaran Umum Obyek Penelitian…… 70
4.1.1 Kartu Flazz BCA…….. 70
4.1.2 Penggunaan Kartu Flazz BCA di Universitas Diponegoro……... 71
4.2 Gambaran Umum Responden……. 73
4.3 Hasil Indeks Jawaban Responden……... 77
4.3.1 Hasil Indeks Jawaban Responden Variabel Pengetahuan Produk (X1)…….. 78
4.3.2 Hasil Indeks Jawaban Responden Variabel Persepsi Manfaat (X2)…… 83
4.3.3 Hasil Indeks Jawaban Responden Variabel Kesesuaian

Halaman

Harga Setoran Minimal (X3)..... 87
4.3.4 Hasil Indeks Jawaban Responden Variabel Minat Menggunakan (Y)..... 91
4.4 Hasil Penelitian..... 96
4.4.1 Hasil Uji Kualitas Data..... 96
4.4.1.1 Hasil Uji Validitas..... 96
4.4.1.2 Hasil Uji Reliabilitas..... 98
4.4.2 Hasil Uji Asumsi Klasik..... 99
4.4.2.1 Hasil Uji Normalitias..... 99
4.4.2.2 Hasil Uji Multikolonieritas..... 100
4.4.2.3 Hasil Uji Heteroskedastisitas..... 101
4.4.2.4 Hasil Analisis Linier Berganda..... 103
4.4.3 Hasil Uji *Goodness of Fit*..... 105
4.4.3.1 Hasil Uji Kelayakan Model (Uji F)..... 105
4.4.3.2 Hasil Penghitungan Uji Signifikan Parameter Individual (Uji-t)..... 106
4.4.3.3 Hasil Uji Koefesiensi Determinasi (R^2)..... 107
4.5 Pembahasan dan Interpretasi Hasil..... 108
4.5.1 Pengaruh Pengetahuan Produk terhadap Minat Menggunakan..... 112
4.5.2 Pengaruh Persepsi Manfaat terhadap Minat Menggunakan..... 114
4.5.3 Pengaruh Kesesuaian Harga terhadap Minat Menggunakan..... 116
BAB V PENUTUP..... 118
5.1 Kesimpulan..... 118
5.1.1 Ringkasan Penelitian..... 118
5.1.2 Kesimpulan Masing-masing Hipotesis..... 120
5.1.3 Kesimpulan Masalah Penelitian..... 121
5.2 Keterbatasan Penelitian..... 122
5.3 Saran dan Implikasi Manajerial..... 123
5.3.1 Saran Untuk Perusahaan..... 123
5.3.2 Saran Untuk Penelitian Selanjutnya..... 125
DAFTAR PUSTAKA..... 126
LAMPIRAN-LAMPIRAN..... 128