

DAFTAR ISI

PERSETUJUAN SKRIPSI	ii
PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN.....	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	v
ABSTRACT.....	vi
ABSTRAK	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	14
1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian.....	15
1.3.1 Tujuan.....	15
1.3.2 Kegunaan Penelitian.....	16
1.4 Sistematika Penulisan.....	16
BAB II TELAAH PUSTAKA	18
2.1 Landasan Teori.....	18
2.1.1 Teori Perilaku Konsumen.....	18
2.1.2 Teori Perilaku Konsumen dalam Perspektif Islam.....	19
2.1.3 UTAUT	21
2.1.4 UTAUT2	22
2.2 Penelitian Terdahulu	25
2.3 Kerangka Pemikiran.....	33
2.4 Hipotesis Penelitian.....	34
2.4.1 <i>Performance Expectancy Terhadap Behavior Intention</i>	34
2.4.2 <i>Expectancy Effort Terhadap Behavior Intention</i>	35
2.4.3 <i>Social Influence Terhadap Behavior Intention</i>	36
2.4.4 <i>Facilitating Conditions Terhadap Behavior Intention</i>	37
2.4.5 <i>Hedonis Motivation Terhadap Behavior Intention</i>	38
2.4.6 <i>Price Value Terhadap Behavior Intention</i>	39
2.4.7 <i>Habit Terhadap Behavior Intention</i>	41
BAB III METODE PENELITIAN.....	42
3.1 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional	42
3.1.1 Variabel Penelitian	42
3.1.2 Definisi Operasional Variabel.....	43
3.2 Populasi dan Sampel	46
3.2.1 Populasi	46

3.2.2 Sampel.....	46
3.3 Jenis dan Sumber Data	47
3.4 Metode Pengumpulan Data	48
3.5 Metode Analisis.....	48
3.5.1 Analisis Deskriptif.....	48
3.5.2 Analisis Kuantitatif	49
3.5.3 Uji Statistik.....	51
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	56
4.1 Deskripsi Objek Penelitian.....	56
4.1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	56
4.2 Gambaran Umum Responden	57
4.2.1 Data Responden Berdasarkan Usia	57
4.2.2 Data Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	58
4.2.3 Data Responden Berdasarkan Domisili Kecamatan.....	58
4.2.4 Data Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	59
4.2.5 Data Responden Berdasarkan Pendapatan/Uang Saku	60
4.2.6 Data Responden Berdasarkan Berniat dan Tidak berniat Menggunakan BSI <i>Mobile</i>	61
4.2.7 Data Responden Berdasarkan <i>Mobile Banking</i> yang Digunakan.....	63
4.3 Analisis Data	64
4.3.1 Uji Validitas	64
4.3.2 Uji Reliabilitas.....	65
4.4 Analisis Regresi Logistik Biner	66
4.4.1 Uji Kelayakan Model Regresi (<i>Hosmer and Lemeshow Test</i>)	66
4.4.2 Uji Keseluruhan Model (<i>Overall Fit Model</i>)	67
4.4.3 Uji Koefisien Determinasi (<i>Pseudo R Square</i>)	68
4.4.4 Uji Simultan Logistik (<i>Omnibus Test</i>)	69
4.4.5 Uji Parsial Logistik (<i>Wald Test</i>).....	70
4.5 Pembahasan.....	73
4.5.1 Pengaruh <i>Performance Expectancy</i> Terhadap <i>Behavior Intention BSI Mobile</i> 73	
4.5.2 Pengaruh <i>Effort Expectancy</i> Terhadap <i>Behavior Intention BSI Mobile</i>	75
4.5.3 Pengaruh <i>Social Influence</i> Terhadap <i>Behavior Intention BSI Mobile</i>	77
4.5.4 Pengaruh <i>Facilitating Conditions</i> Terhadap <i>Behavior Intention BSI Mobile</i> . 79	
4.5.5 Pengaruh <i>Hedonis Motivation</i> Terhadap <i>Behavior Intention BSI Mobile</i>	80
4.5.6 Pengaruh <i>Price Value</i> Terhadap <i>Behavior Intention BSI Mobile</i>	82
4.5.7 Pengaruh <i>Habit</i> Terhadap <i>Behavior Intention BSI Mobile</i>	84
BAB V PENUTUP.....	86
5.1 Kesimpulan.....	86
5.2 Keterbatasan	87
5.3 Saran.....	88
DAFTAR PUSTAKA	90
LAMPIRAN-LAMPIRAN.....	99