

DAFTAR ISI

	Hal
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI	iii
ABSTRAK	iv
ABSTRACT	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	6
1.3 Tujuan Penelitian	7
1.4 Manfaat Penelitian	7
1.5 Sistematika Skripsi	8

BAB II TINJAUAN PUSTAKA	10
2.1 Landasan Teori	10
2.1.1 Pengertian Pemasaran	10
2.1.2 Konsep Pemasaran	10
2.1.3 Pemasaran Online	13
2.1.3.1 Pengertian Pemasaran Online.....	13
2.1.3.2 Manfaat Pemasaran Online	14
2.1.4 Perbankan	15
2.1.4.1 Pengertian Bank	15
2.1.5 Sistem Teknologi Informasi	16
2.1.5.1 Pengertian Internet	16
2.1.5.2 Internet Banking.....	16
2.1.5.3 Type Layanan Internet Banking	18
2.1.6 <i>Technology Acceptance Model</i>	20
2.1.7 <i>Technology Readiness Index</i>	21
2.1.7.1 Definisi <i>Technology Readiness Index</i>	21
2.1.7.2 Konstruksi <i>Technology Readiness</i>	25
2.1.7.2.1 <i>Optimism</i>	25
2.1.7.2.2 <i>Innovativeness</i>	26
2.1.7.2.3 <i>Discomfort</i>	27
2.1.7.2.4 <i>Insecurity</i>	28
2.1.7.2.5 <i>Intention to Use</i>	29
2.1.8 Hubungan Antar Variabel.....	30
2.1.8.1 Pengaruh <i>Optimism</i> Terhadap <i>Intention to Use</i>	30
2.1.8.2 Pengaruh <i>Innovativeness</i> Terhadap <i>Intention to Use</i>	30

2.1.8.3 Pengaruh <i>Discomfort</i> Terhadap <i>Intention to Use</i>	30
2.1.8.4 Pengaruh <i>Insecurity</i> Terhadap <i>Intention to Use</i>	31
2.2 Penelitian Terdahulu	31
2.3 Hipotesis dan Model Analisis	32
2.3.1 Hipotesis	32
2.3.2 Model Analisis	33
BAB III METODE PENELITIAN	34
3.1 Pendekatan Penelitian	34
3.2 Identifikasi Variabel	34
3.3 Definisi Operasional Variabel	35
3.3.1 Variabel bebas	35
3.3.2 Variabel Terikat	40
3.4 Jenis dan Sumber Data	40
3.5 Prosedur Pengambilan Data	41
3.6 Populasi dan Sampel	41
3.6.1 Populasi	41
3.6.2 Sampel	41
3.7 Teknik Analisis	42
3.7.1 <i>Measurement (Outer) Model</i> atau Uji Model Pengukuran	43
3.7.1.1 Uji Validitas dan Reliabilitas Konstruk	43
3.7.1.2 <i>Structural Inner Model</i> atau Uji Model Struktural	45
3.7.1.3 Pengujian Validitas Model Keseluruhan	46
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	47
4.1 Gambaran Umum Perusahaan	47

4.1.1 Deskripsi Profil Responden	50
4.2 Analisis Model dan Pengujian Hipotesis.....	52
4.2.1 Evaluasi <i>Outer Model</i> atau <i>Measurement Model</i>	52
4.2.1.1 <i>Outer Model</i> atau <i>Measurement Model</i> Variabel <i>Optimism</i>	54
4.2.1.2 <i>Outer Model</i> atau <i>Measurement Model</i> Variabel <i>Innovativeness</i>	57
4.2.1.3 <i>Outer Model</i> atau <i>Measurement Model</i> Variabel <i>Discomfort</i>	61
4.2.1.4 <i>Outer Model</i> atau <i>Measurement Model</i> Variabel <i>Insecurity</i>	64
4.2.1.5 <i>Outer Model</i> atau <i>Measurement Model</i> Variabel <i>Intention to Use</i>	68
4.2.1.6 Uji Validitas Diskriminan dengan Parameter AVE dan <i>Latent Variabel Correlation</i>	70
4.2.1.7 Reliabilitas Data.....	72
4.2.2 Pengujian Model Struktural.....	73
4.3 Pengujian Validitas Model Keseluruhan	75
4.4 Pengujian Hipotesis	76
4.4.1 Pengujian Hipotesis 1 (H1)	76
4.4.2 Pengujian Hipotesis 2 (H2)	77
4.4.3 Pengujian Hipotesis 3 (H3)	77
4.4.4 Pengujian Hipotesis 4 (H4)	77
4.5 Pembahasan Hasil Pengujian Hipotesis.....	78
4.5.1 Pengaruh <i>Optimism</i> Terhadap Keinginan Untuk menggunakan Internet banking	78
4.5.2 Pengaruh <i>Innovativeness</i> Terhadap Keinginan Untuk menggunakan Internet banking	79

4.5.3 Pengaruh <i>Discomfort</i> Terhadap Keinginan Untuk menggunakan Internet banking.....	79
4.5.4 Pengaruh <i>Insecurity</i> Terhadap Keinginan Untuk menggunakan Internet banking.....	80
4.5.5 Hasil Hipotesis Secara Keseluruhan.....	81
BAB V SIMPULAN DAN SARAN	83
5.1 Simpulan	83
5.2 Saran	83

DAFTAR TABEL

	Hal
Tabel 2.1 Karakteristik Segmen Technology Readiness	24
Tabel 4.1 Deskripsi Profil Responden	50
Tabel 4.2 Nilai Outer Loadings Variabel Optimism	56
Tabel 4.3 Nilai Cross Loading Indikator Optimism	57
Tabel 4.4 Nilai Outer Loadings Variabel Innovativeess.....	60
Tabel 4.5 Nilai Cross Loading Indikator Innovativeness	60
Tabel 4.6 Nilai Outer Loadings Variabel Discomfort	63
Tabel 4.7 Nilai Cross Loading Indikator Discomfort.....	64
Tabel 4.8 Nilai Outer Loadings Variabel Insecurity.....	67
Tabel 4.9 Nilai Cross Loading Indikator Insecurity	68
Tabel 4.10 Nilai Outer Loadings Variabel Intention to Use.....	69
Tabel 4.11 Nilai Cross Loading Indikator Intention to Use	70
Tabel 4.12 Nilai Average Variance Extracted (AVE)	71
Tabel 4.13 Perbandingan Nilai akar AVE Dengan Latent Variable Correlation.....	71
Tabel 4.14 Perbandingan Nilai Cronbach's alpha dengan Nilai composite reliability	73
Tabel 4.15 Nilai Path Coefficient	74

Tabel 4.16 Hasil Rata-Rata Communalilty dan R-Square	75
Tabel 4.17 Path Coefficient(Mean, Standart Deviation, T-Values)	76
Tabel 4.17 Hasil Hipotesis Keseluruhan.....	82

DAFTAR GAMBAR

	Hal
Gambar 1.1 Jumlah Pengguna Internet	3
Gambar 2.1 <i>Technology Readiness</i>	23
Gambar 2.2 Model Penelitian	33
Gambar 4.1 Model Struktural PLS	52
Gambar 4.2 Model Struktural setelah Reduksi Indikator	53
Gambar 4.3 Iterasi 1: <i>Outer loading (measurement model)</i> Variabel <i>Optimism</i>	54
Gambar 4.4 Iterasi 2: <i>Outer loading (measurement model)</i> Variabel <i>Optimism</i> ..	55
Gambar 4.5 Iterasi 1: <i>Outer loading (measurement model)</i> Variabel <i>Innovativeness</i>	58
Gambar 4.6 Iterasi 2: <i>Outer loading (measurement model)</i> Variabel <i>Innovativeness</i>	59
Gambar 4.7 Iterasi 1: <i>Outer loading (measurement model)</i> Variabel <i>Discomfort</i>	61
Gambar 4.8 Iterasi 2: <i>Outer loading (measurement model)</i> Variabel <i>Discomfort</i>	62
Gambar 4.9 Iterasi 1: <i>Outer loading (measurement model)</i> Variabel <i>Insecurity</i> ..	65
Gambar 4.10 Iterasi 2: <i>Outer loading (measurement model)</i> Variabel <i>Insecurity</i>	66
Gambar 4.11 Iterasi 1: <i>Outer loading (measurement model)</i> Variabel <i>Intention to Use</i>	69

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Kuisisioner Penelitian
Lampiran 2 Hasil Output SmartPLS 2.0

