

DAFTAR ISI

	Halaman
SKRIPSI.....	i
LEMBAR PENGESAHAN NASKAH SKRIPSI.....	iii
SURAT PERNYATAAN TENTANG ORISINALITAS	iv
PEDOMAN PENGGUNAAN SKRIPSI	v
KATA PENGANTAR	vi
UCAPAN TERIMAKASIH.....	vii
ABSTRAK.....	x
ABSTRACT.....	xi
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR TABEL.....	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	5
1.3 Tujuan Penelitian	5
1.4 Manfaat Penelitian	6
1.5 Batasan Masalah	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	7
2.1 Reservasi <i>Online (Online Booking)</i>	7
2.2 Perilaku Konsumen.....	8
2.3 Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen	10
2.4 <i>Theory of Reasoned Action (TRA)</i>	11
2.5 <i>Technology Acceptance Model (TAM)</i>	12
2.6 <i>Theory of Planned Behavior (TPB)</i>	13
2.7 Kombinasi Model <i>Technology Acceptance Model</i> dan <i>Theory of Planned Behavior (C-TAM-TPB)</i>	16
2.8 Definisi Operasional	23
2.9 Populasi dan Sampling.....	25

2.10	Metode Pengumpulan Data.....	26
2.11	Skala <i>Likert</i>	27
2.12	<i>Partial Least Square-Structural Equation Modeling</i> (PLS-SEM).....	28
2.13	Tahap Analisis PLS-SEM	33
2.14	<i>SmartPLS Tools</i>	34
BAB III METODE PENELITIAN.....		35
3.1	Objek dan Lokasi Penelitian	35
3.2	Penentuan Metode dan Hipotesis.....	35
3.3	Penentuan Populasi dan Sampel Responden.....	39
3.4	Penyusunan Kuesioner.....	39
3.5	Evaluasi Kuesioner	41
3.6	Penyebaran dan Pengumpulan Kuesioner.....	44
3.7	Pengolahan Data dengan PLS-SEM	45
3.8	Analisis Hasil	45
3.9	Penyusunan Rekomendasi	46
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN		47
4.1	Penyusunan Kuesioner.....	47
4.2	Penyebaran dan Pengumpulan Kuesioner.....	47
4.3	Analisis Karakteristik Responden.....	48
4.4	Analisis Statistik Deskriptif Variabel	50
4.5	Pengolahan Data Penelitian	54
4.6	Analisis Hasil Hipotesis.....	64
4.7	Rekomendasi Hasil	70
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....		73
5.1	Kesimpulan	73
5.2	Saran	74
DAFTAR PUSTAKA		75