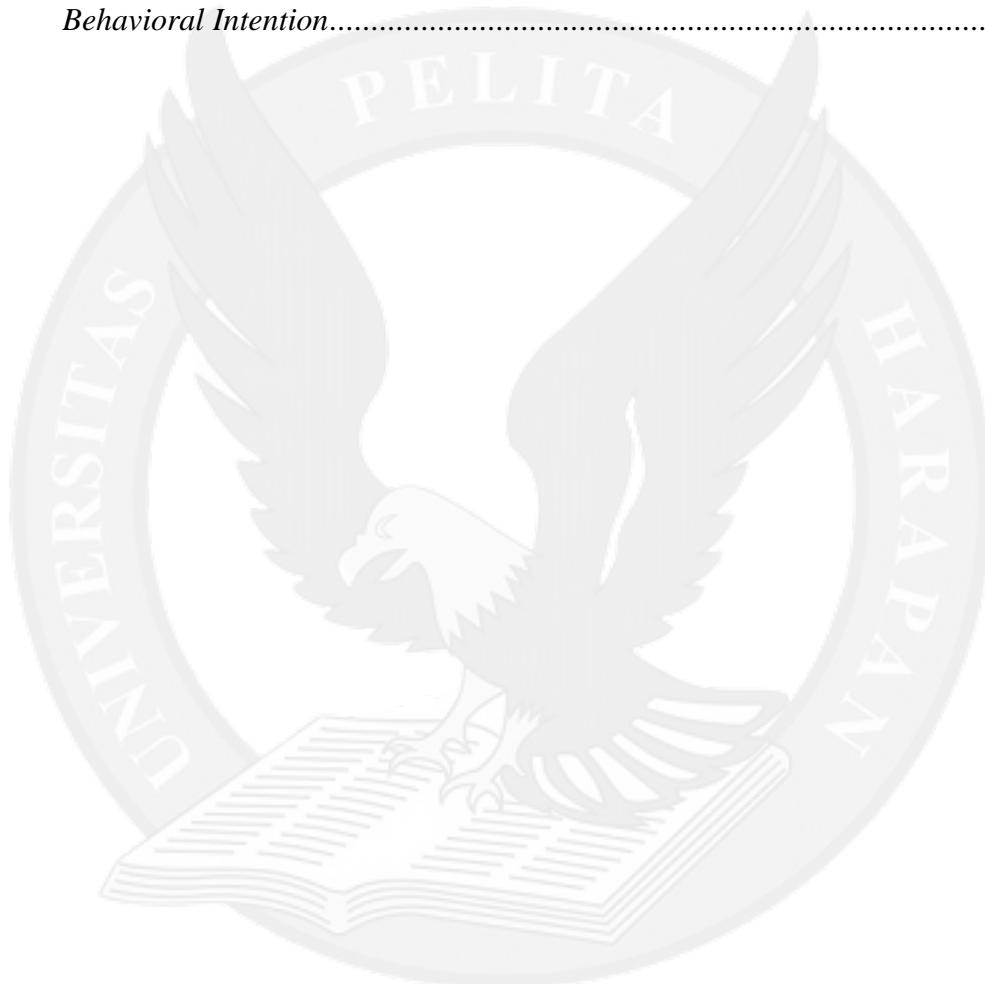


DAFTAR ISI

PERNYATAAN DAN PERSETUJUAN UNGGAH TUGAS AKHIR.....	
PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING TUGAS AKHIR.....	
PERSETUJUAN TIM PENGUJI TUGAS AKHIR.....	
ABSTRAK.....	v
ABSTRACT.....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Pertanyaan Penelitian	7
1.3 Tujuan Penelitian.....	8
1.4 Manfaat Penelitian.....	8
1.4.1 Manfaat Teoritis	8
1.4.2 Manfaat Praktis.....	9
1.5 Sistematika Penulisan	9
BAB II LANDASAN TEORI.....	11
2.1 Landasan Teori.....	11
2.1.1 Marketing	11
2.1.2 UTAUT Model.....	12
2.1.3 <i>Performance Expectancy</i>	13
2.1.4 <i>Effort Expectancy</i>	14
2.1.5 <i>Social Influence</i>	15
2.1.6 <i>Facilitating Condition</i>	15
2.1.7 <i>Behavioral Intention</i>	16
2.2 Hubungan Antar Variabel	17
2.2.1 Pengaruh <i>Performance Expectancy</i> terhadap <i>Behavioral Intention</i>	17

2.2.2 Pengaruh <i>Effort Expectancy</i> terhadap <i>Behavioral Intention</i>	18
2.2.3 Pengaruh <i>Social Influence</i> terhadap <i>Behavioral Intention</i>	18
2.2.4 Pengaruh <i>Facilitating Condition</i> terhadap <i>Behavioral Intention</i>	19
2.3 Model Penelitian	20
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	22
3.1 Paradigma Penelitian	22
3.2 Desain Penelitian	22
3.3 Objek Penelitian	23
3.4 Unit Analisis	23
3.5 Pengukuran Variabel	23
3.6 Operasional Variabel Penelitian.....	24
3.7 Populasi dan Sampel.....	30
3.7.1 Penentuan Jumlah Sampel	30
3.7.2 Metode Pengambilan Sampel.....	30
3.8 Metode Pengumpulan Data.....	31
3.8.1 Sumber Data.....	31
3.9 Metode Analisis Data	32
3.9.1 <i>Structural Equation Modelling (SEM) - Partial Least Square (PLS)</i>	32
3.9.2 Evaluasi <i>Outer Model</i> (Model Pengukuran)	33
3.9.3 Evaluasi Inner Model (Model Struktural).....	35
3.9.4 Pengujian Hipotesis	37
3.10 Pre-Test.....	38
3.10.1 Uji Validitas	38
3.10.2 Uji Reliabilitas.....	41
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	42
4.1 Hasil Penelitian	42
4.1.1 Karakteristik Responden	42
4.1.2 Hasil Analisis Data	43
4.2 Pembahasan.....	53
BAB V PENUTUP	57
5.1 Kesimpulan	57

5.2 Implikasi Manajerial.....	57
5.3 Keterbatasan Penelitian dan Saran	59
DAFTAR PUSTAKA.....	61
LAMPIRAN	64
<i>Social Influence.....</i>	68
<i>Facilitating Condition</i>	68
<i>Behavioral Intention.....</i>	69

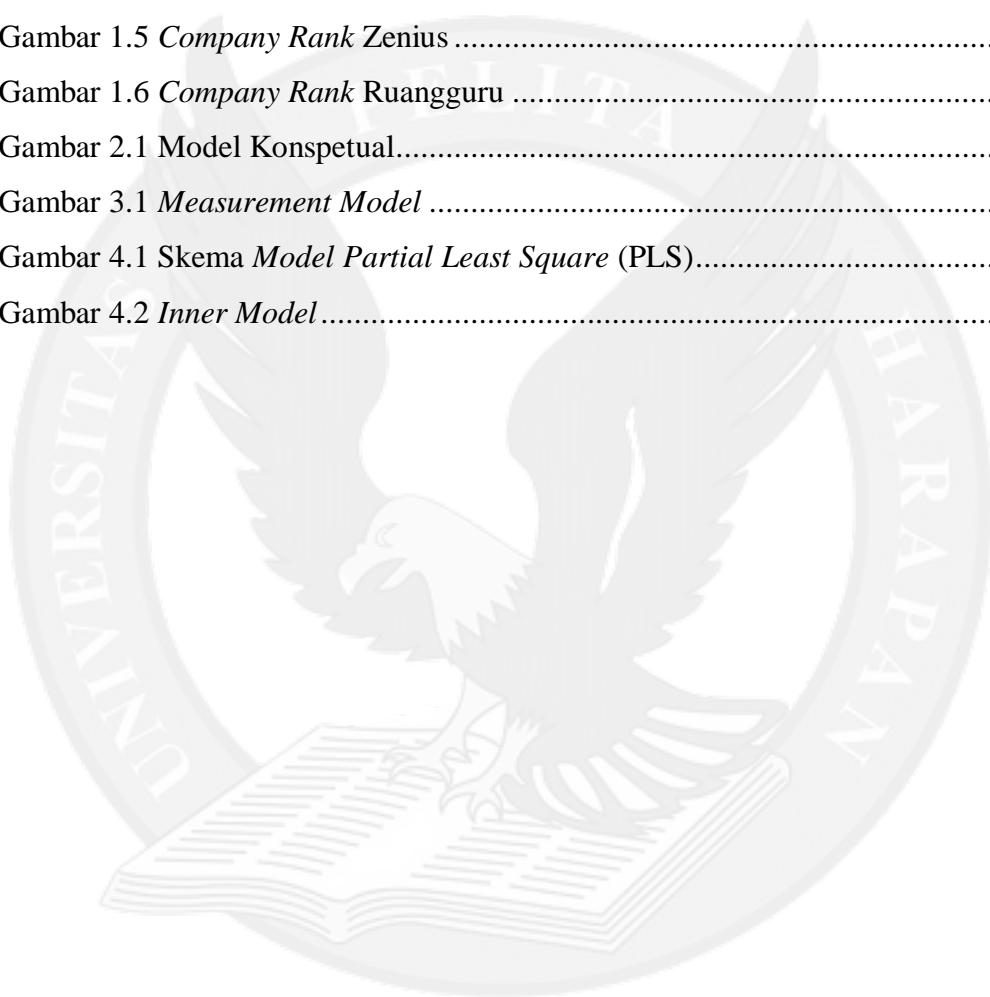


DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Operasional Variabel	25
Tabel 3.2 Validitas	39
Tabel 3.3 Reliabilitas	41
Tabel 4.1 Karakteristik Responden.....	42
Tabel 4.2 Validitas	45
Tabel 4.3 <i>Discriminant Validity Assessment Using the HTMT Criterion</i>	46
Tabel 4.4 Reliabilitas	47
Tabel 4.5 VIF.....	48
Tabel 4.6 <i>Coefficient of Determination</i>	49
Tabel 4.7 <i>Q-Square</i>	50
Tabel 4.8 <i>Significance of path coefficient</i>	52

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Pembelajaran Jarak Jauh	2
Gambar 1.2 Tantangan Anak Dalam Mengikuti Pembelajaran Jarak Jauh	3
Gambar 1.3 Aplikasi Zenius dan Ruangguru	4
Gambar 1.4 Platform Belajar yang Digunakan	5
Gambar 1.5 <i>Company Rank</i> Zenius	5
Gambar 1.6 <i>Company Rank</i> Ruangguru	6
Gambar 2.1 Model Konspetual.....	20
Gambar 3.1 <i>Measurement Model</i>	39
Gambar 4.1 Skema <i>Model Partial Least Square</i> (PLS).....	44
Gambar 4.2 <i>Inner Model</i>	51



DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN A KUESIONER.....	64
LAMPIRAN B MODEL PRELIMINARY TEST.....	70
LAMPIRAN C PRELIMINARY TEST MEASUREMENT MODELY TEST.....	72
LAMPIRAN D ACTUAL TEST MEASUREMENT MODEL.....	76
LAMPIRAN E ACTUAL TEST STRUCTURAL MODEL	79
LAMPIRAN F JAWABAN RESPONDEN PENELITIAN	

