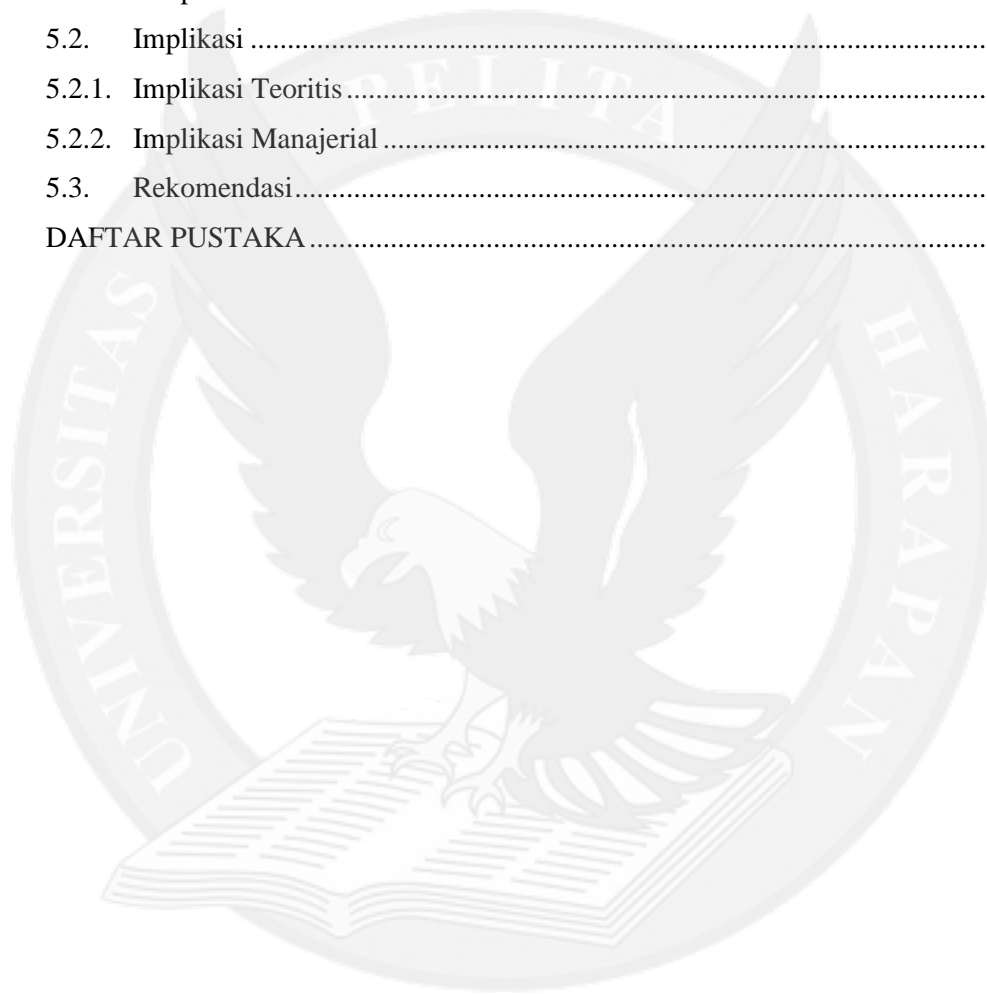


DAFTAR ISI

SKRIPSI	i
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TUGAS AKHIR	ii
PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING TUGAS AKHIR	iii
LEMBAR PERSETUJUAN TIM PENGUJI TUGAS AKHIR	iv
ABSTRAK.....	v
ABSTRACT	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Batasan Masalah	20
1.3. Rumusan Masalah	20
1.4. Tujuan Penelitian	22
1.5. Manfaat Pelatihan	23
1.5.1. Manfaat Teoritis.....	23
1.5.2. Manfaat Praktis	24
1.6. Sistematika Penulisan	24
BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS	26
2.1. Landasan Teori.....	26
2.1.1. Optimism	26
2.1.2. Innovativeness.....	27
2.1.3. Discomfort	29
2.1.4. Insecurity	30
2.1.5. Perceived Ease of Use.....	31
2.1.6. Preceived Usefulness	32
2.1.7. Behavioral Intention.....	33
2.2. Penelitian Terdahulu	35
2.3. Pengembangan Hipotesis	37

2.3.1. Pengaruh Optimism terhadap Perceived Ease of Use	37
2.3.2. Pengaruh Optimism terhadap Perceived of Usefulness	38
2.3.3. Pengaruh Innovativeness terhadap Perceived Ease of Use	38
2.3.4. Pengaruh Innovativeness terhadap Perceived Usefulness.....	38
2.3.5. Pengaruh Discomfort terhadap Perceived Ease of Use.....	39
2.3.6. Pengaruh Discomfort terhadap Perceived Usefulness	40
2.3.7. Pengaruh Insecurity terhadap Perceived Ease of Use	40
2.3.8. Pengaruh Insecurity terhadap Perceived Usefulness.....	41
2.3.9. Pengaruh Perceived Ease of Use terhadap Perceived Usefulness.....	41
2.3.10. Pengaruh Perceived Ease of Use terhadap Behavioral Intention	42
2.3.11. Pengaruh Perceived Usefulness terhadap Behavioral Intention.....	42
2.4. Model Penelitian	43
2.5. Bagan Alur Berpikir.....	44
BAB 3 METODOLOGI PENELITIAN	46
3.1. Jenis Penelitian dan Jenis Data	46
3.1.1. Jenis Penelitian.....	46
3.1.2. Jenis Data.....	47
3.2. Populasi dan Sample.....	47
3.2.1. Populasi.....	47
3.2.2. Sample	48
3.3. Metode Pengumpulan Data.....	49
3.4. Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel.....	52
3.5. Metode Analisis Data.....	55
3.5.1. Pengolahan Data	55
3.5.2. Pengujian	55
BAB 4 ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN	69
4.1. Gambaran Umum.....	69
4.1.1. Tiket.com	69
4.1.2. Profil Responden.....	70
4.2. Analisis Data.....	72
4.2.1. Tanggapan Responden.....	72
4.2.2. Analisis Deskriptif Variabel.....	81
4.2.3. Hasil Pengujian Kualitas Data	90
4.2.4. Analisis Full Structural Equation Modeling	100

4.2.5. Uji Reliability.....	103
4.2.6. Hasil Pengujian Hipotesis	104
4.3. Pembahasan.....	110
BAB 5 KESIMPULAN	126
5.1. Simpulan	126
5.1.1. Simpulan Atas Hipotesis.....	127
5.1.2. Simpulan Atas Masalah Penelitian	137
5.2. Implikasi	138
5.2.1. Implikasi Teoritis.....	138
5.2.2. Implikasi Manajerial	140
5.3. Rekomendasi.....	146
DAFTAR PUSTAKA	148



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Traffic Overview dari Web Tiket.com dan Traveloka.....	4
Gambar 1. 2 Tiket Clean	9
Gambar 1. 3 Logo Tiket.com	11
Gambar 1. 4 Program Online Ticket Week.....	13
Gambar 1. 5 Ilustrasi Menggunakan Tiket.com Yange Berguna Untuk Memesan Tiket	16
Gambar 1. 6 Aplikasi Tiket.com di Smartphone.....	17
Gambar 1. 7 Rating Aplikasi Tiket.com di Google Play	18
Gambar 1. 8 Tampilan Web Tiket.com.....	19
Gambar 2. 1 Hasil Penelitian Terdahulu	35
Gambar 2. 2 Model Penelitian	43
Gambar 3. 1 Diagram Alur Kerangka Pemikiran Teoritis	58
Gambar 4. 1 Jenis Kelamin Responden	71
Gambar 4. 2 Usia Responden.....	72
Gambar 4. 3 Optimism, Innovativeness, Discomfort, dan Insecurity.....	97
Gambar 4. 4 Perceived Ease of Use, Perceived Usefulness dan Behavioral Intention	99
Gambar 4. 5 Full Structural Equation Model.....	100

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Hasil Belanja Iklan Situs Booking Online Televisi Januari-November 2017.....	4
Tabel 1. 2 Jumlah Titik Iklan Booking Online Januari-November 2017.....	5
Tabel 3. 1 Desain Inti Kuisisioner	51
Tabel 3. 2 Definisi Operasional Variabel.....	53
Tabel 3. 3 Keterangan Indikator Konstruk.....	59
Tabel 3. 4 Keterangan Hubungan Konstruk.....	60
Tabel 3. 5 Hasil Konversi Ke Dalam Persamaan Model	62
Tabel 3. 6 Indeks Pengujian Kelayakan Sebuah Model (Goodness of Fit Index)	67
Tabel 4. 1 Jenis Kelamin Responden	70
Tabel 4. 2 Usia Responden.....	71
Tabel 4. 3 Derajat Penilaian Setiap Variabel	73
Tabel 4. 4 Tanggapan Responden Terhadap Optimism	74
Tabel 4. 5 Tanggapan Responden terhadap Innovativeness	75
Tabel 4. 6 Tanggapan Responden terhadap Discomfort	76
Tabel 4. 7 Tanggapan Responden terhadap Insecurity	77
Tabel 4. 8 Tanggapan Responden terhadap Perceived Ease of Use	78
Tabel 4. 9 Tanggapan Responden terhadap Perceived Usefulness	79
Tabel 4. 10 Tanggapan Responden terhadap Behavioral Intention	80
Tabel 4. 11 Distribusi Jawaban Responden terhadap Variabel Optimism.....	81
Tabel 4. 12 Distribusi Jawaban Responden terhadap Variabel Innovativeness....	82
Tabel 4. 13 Distribusi Jawaban Responden terhadap Variabel Discomfort.....	84
Tabel 4. 14 Distribusi Jawaban Responden terhadap Variabel Insecurity	85
Tabel 4. 15 Distribusi Jawaban Responden terhadap Variabel Perceived Ease of Use	86
Tabel 4. 16 Distribusi Jawaban Responden terhadap Variabel Perceived Usefulness	88
Tabel 4. 17 Distribusi Jawaban Responden terhadap Variabel Behavioral Intention	89
Tabel 4. 18 Goodness of Fit Index	91
Tabel 4. 19 Evaluasi Normalitas Data	92
Tabel 4. 20 Statistik Deskriptif Z-Score	93
Tabel 4. 21 Mahalanobis Distance	94
Tabel 4. 22 Uji Bobot Faktor dan Nilai Faktor Loading Optimism, Innovativeness, Discomfort, dan Insecurity.....	98
Tabel 4. 23 Uji Bobot Faktor dan Nilai Faktor Loading Perceived Ease of Use, Perceived Usefulness, dan Behavioral Intention.....	99
Tabel 4. 24 Index Pengujian Kelayakan	101
Tabel 4. 25 Regression Weight Full Structural Equation Model	101
Tabel 4. 26 Uji Reliability.....	103
Tabel 4. 27 Hasil Uji Hipotesis	104
Tabel 4. 28 Indikator yang Paling Mempengaruhi Optimism	116
Tabel 4. 29 Indikator yang Paling Mempengaruhi Innovativeness	118
Tabel 4. 30 Indikator yang Paling Mempengaruhi Discomfort	119

Tabel 4. 31 Indikator yang Paling Mempengaruhi Insecurity	120
Tabel 4. 32 Indikator yang Paling Mempengaruhi Perceived Ease of Use.....	122
Tabel 4. 33 Indikator yang Paling Mempengaruhi Perceived Usefulness	123
Tabel 4. 34 Indikator yang Paling Mempengaruhi Behavioral Intention	124
Tabel 5. 1 Implikasi Teoritis	139
Tabel 5. 2 Implikasi Manajerial	143



DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN A 1 : KUISIONER	A-1
LAMPIRAN B 1 : TABULASI DATA	B-1
LAMPIRAN C 1 : HASIL UJI STATISTIK	C-1
LAMPIRAN D 1 : HASIL PENGUJIAN STRUCTURAL EQUATION MODEL	D-1
LAMPIRAN E 1 : MODEL AWAL SEBELUM MODIFIKASI.....	E-1
LAMPIRAN F 1: HASIL TURNITIN.....	F-1

