

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN TESIS	ii
SURAT PERNYATAAN.....	iii
PENGESAHAN TUGAS AKHIR.....	iv
KATA PENGANTAR	v
<i>ABSTRACT</i>.....	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.2. Identifikasi Masalah.....	8
1.3. Ruang Lingkup	9
1.4. Rumusan Masalah.....	10
1.5. Tujuan dan Manfaat Penelitian.....	10
1.5.1. Tujuan Penelitian	10
1.5.2. Manfaat Penelitian	11
1.6. Sistematika Penulisan	12
BAB II TELAAH KEPUSTAKAAN	14
2.1. Landasan Teori	14
2.1.1. <i>Technology Acceptance Model (TAM)</i>	14
2.1.2. Kerangka Valensi	16
2.1.3. <i>Perceived Risk</i>	17
2.1.4. <i>Perceived Usefulness</i>	18
2.1.5. <i>Brand Identity</i>	19
2.1.6. <i>Brand Image</i>	20
2.1.7. <i>Purchase Intention</i>	21
2.2. Kaitan Antar Variabel.....	22
2.2.1. Kaitan antara <i>Perceived Risk</i> dan <i>Purchase Intention</i>	22
2.2.2. Kaitan antara <i>Perceived Usefulness</i> dan <i>Purchase Intention</i>	23
2.2.3. Kaitan antara <i>Perceived Brand Identity</i> dan <i>Purchase Intention</i>	24
2.2.4. Kaitan antara <i>Perceived Risk</i> dan <i>Brand Image</i>	24
2.2.5. Kaitan antara <i>Perceived Usefulness</i> dan <i>Brand Image</i>	25
2.2.6. Kaitan antara <i>Brand Identity</i> dan <i>Brand Image</i>	26
2.2.7. Kaitan antara <i>Brand Image</i> dan <i>Purchase Intention</i>	27

2.2.8. Kaitan antara <i>Perceived Risk</i> dan <i>Purchase Intention</i> dengan mediasi <i>Brand Image</i>	28
2.2.9. Kaitan antara <i>Perceived Usefulness</i> dan <i>Purchase Intention</i> dengan mediasi <i>Brand Image</i>	29
2.2.10. Kaitan antara <i>Brand Identity</i> dan <i>Purchase Intention</i> dengan mediasi <i>Brand Image</i>	30
2.3. Penelitian Terdahulu	30
2.4. Kerangka Pemikiran	36
2.5. Hipotesis Penelitian	37
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	39
3.1. Tempat dan Waktu Penelitian.....	39
3.2. Populasi, Sampel, dan Teknik Pengambilan Sampel.....	39
3.3. Desain Penelitian	41
3.4. Definisi Operasional Indikator Variabel, dan Skala Pengukuran.....	42
3.5. Teknik Analisis Data	46
3.5.1. Uji <i>Outer Model</i>	47
3.5.1.1. Uji Validitas	47
3.5.1.2. Uji Reliabilitas	48
3.5.2. Uji <i>Inner Model</i>	48
3.5.2.1. Uji Koefisien Determinasi (R^2)	49
3.5.2.2. Uji <i>Predictive Relevance</i> (Q^2)	49
3.5.2.3. <i>Effect Size</i>	49
3.5.2.4. <i>Goodness of Fit</i> (<i>GoF</i>)	49
3.5.2.5. Uji Multikolinearitas	49
3.5.3. Uji Hipotesis.....	50
BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN	52
4.1. Deskripsi Karakteristik Responden	52
4.2. Analisis Deskriptif Variabel	56
4.3. Hasil <i>Uji Outer Model</i>	61
4.3.1. Uji Validitas.....	61
4.3.2. Uji Realiabilitas	67
4.3.3. Uji Multikolinearitas	68
4.4. Hasil Uji <i>Inner Model</i>	70
4.5. Hasil Uji Hipotesis	74
4.6. Pembahasan	80
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	92
5.1. Kesimpulan.....	92
5.2. Saran	93
DAFTAR PUSTAKA	95
LAMPIRAN	103