

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN PERSETUJUAN</b> .....	<b>iv</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN</b> .....	<b>v</b>
<b>RIWAYAT HIDUP</b> .....	<b>vi</b>
<b>HALAMAN PERSEMBAHAN</b> .....	<b>vii</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>ix</b>
<b>ABSTRACT</b> .....	<b>x</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>xi</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xvi</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>xvii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	11
1.3 Ruang Lingkup Subjek .....	11
1.4 Ruang Ligkup Objek.....	11
1.4.1 Ruang Lingkup Tempat .....	11
1.4.2 Ruang Lingkup Waktu .....	11
1.4.3 Ruang Lingkup Ilmu Penelitian .....	11
1.5 Tujuan Penelitian .....	12
1.6 Manfaat Penelitian .....	12
1.    Bagi Peneliti .....	12
2.    Bagi Perusahaan .....	12
3.    Bagi Institusi .....	12
1.6 Sistematika Penulisan .....	13
<b>BAB II LANDASAN TEORI</b> .....	<b>15</b>
2.1 Keputusan Penggunaan.....	15
2.1.1 Pengertian Keputusan Penggunaan .....	15
2.1.2 Faktor- Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Penggunaan....	15
2.1.1 Indikator Keputusan Penggunaan .....	17
2.1.2 Tahap Keputusan Penggunaan .....	18
2.2 Harga .....	20

2.2.1 Pengertian Harga .....	20
2.2.2 Penetapan Harga .....	21
2.2.3 Indikator Harga .....	22
2.3 Kemudahan Pengguna .....	23
2.3.1 Pengertian Kemudahan Pengguna.....	23
2.3.2 Indikator Kemudahan Pengguna.....	24
2.4 Persepsi Kualitas Layanan .....	25
2.4.1 Pengertian Persepsi Kualitas layanan .....	25
2.4.2 Indikator Persepsi Kualitas Layanan.....	26
2.4.3 Dimensi Persepsi Kualitas layanan .....	27
4. Kesesuaian (conformance).....	28
2.5 Penelitian Terdahulu .....	30
2.6 Kerangka Pemikiran .....	32
2.7 Hipotesis .....	33
2.7.1 Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Penggunaan .....	33
2.7.2 Pengaruh Kemudahan Pengguna Terhadap Keputusan Penggunaan .....	33
2.7.3 Pengaruh Persepsi Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Penggunaan .....	34
2.7.4 Pengaruh Harga, Kemudahan Pengguna dan Persepsi Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Penggunaan .....	34
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN .....</b>	<b>36</b>
3.1 Jenis Penelitian .....	36
3.2 Sumber Data .....	36
3.3 Metode Pengumpulan .....	36
3.4 Populasi dan Sampel.....	37
3.4.1 Populasi.....	37
3.4.2 Sampel.....	37
3.5 Variabel Penelitian .....	38
3.5.1 Variabel Independen .....	38
3.5.2 Variabel Dependen.....	38
3.6 Definisi Operasional Variabel .....	39
3.7 Metode Analisis Data .....	41
3.7.1 Model Pengukuran Atau Outer Model.....	42

3.7.2 Model Struktural (Inner Model).....	43
3.7.3 Pengujian Hipotesis .....	43
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>44</b>
4.1 Deskripsi Data .....	44
4.1.1 Deskripsi Karakteristik Responden.....	44
4.1.2 Deskripsi Variabel Penelitian .....	47
Sumber : Hasil data diolah tahun 2023 .....	49
4.2 Analisi Data .....	54
4.2.1 Menilai Outer Model Measurement Model .....	55
4.2.3 Mengevaluasi Composite Reability .....	59
4.2.4 Pengujian Model Struktural .....	59
4.2.5 Nilai R-Square .....	60
4.2.6 Pengujian Hipotesis .....	61
Sumber : Pengolahan data dengan PLS 2023 .....	62
4.2.7 Pengujian Hipotesis 1 (Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Penggunaan Transportasi Online).....	62
4.2.8 Pengujian Hipotesis 2 (Pengaruh Kemudahan Pengguna terhadap Keputusan Penggunaan Transportasi Online).....	62
4.2.9 Pengujian Hipotesis 3 (Pengaruh Persepsi Kualitas Layanan terhadap Keputusan Penggunaan Transportasi Online .....	63
4.2.10 Pengujian Hipotesis 4 ( Pengaruh Harga, Kemudahan Pengguna dan Persepsi Kualitas Layanan terhadap Keputusan Penggunaan Transportasi Online.....	63
4.3 Pembahasan .....	64
4.3.1 Pengaruh Harga terhadap Keputusan Penggunaan .....	64
4.3.2 Pengaruh Kemudahan Pengguna terhadap Keputusan Penggunaan Transportasi Online.....	65
4.3.3 Pengaruh Persepsi Kualitas Layanan terhadap Keputusan Penggunaan Transportasi Online .....	65
4.3.4 Pengaruh Harga, Kemudahan Pengguna dan Persepsi Kualitas Layanan terhadap Keputusan Penggunaan Transportasi Online. 66	
<b>BAB V SIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>67</b>
5.1 Simpulan.....	67
5.2 Saran .....	67
<u>DAFTAR PUSTAKA</u>	
<u>LAMPIRAN</u>	

**DAFTAR GAMBAR**

Gambar 1 Pertumbuhan transportasi online di Asia Tenggara .....	2
Gambar 2 Perumbuhan Maxim di Indonesia .....	4
Gambar 3 Kerangka Pemikiran.....	32
Gambar 4 Full Model Structural Partial Least Square .....	55
Gambar 5 Hasil Bootstrapping Model .....	60

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Prasurevei Trasnpportasi Online Maxim .....	8
Tabel 2.5 Penelitian Terdahulu .....	30
Tabel 3.1 Instrumen Skala Interval .....	37
Tabel 3.2 Kriteria Pemilihan Sampel .....	38
Tabel 3.6 Definisi Operasional Variabel .....	39
Tabel 4.1 Hasil Uji Frekuensi Karakteristik berdasarkan Jenis Kelamin....	44
Tabel 4.2 Hasil Uji Frekuensi Karakteristik Berdasarkan Usia .....	45
Tabel 4.3 Hasil Uji Frekuensi Karakteristik Berdasarkan Pekerjaan .....	45
Tabel 4.4 Hasil Uji Frekuensi Karakteristik Pendapatan .....	46
Tabel 4.5 Hasil Uji Frekuensi Karakteristik Berdasarkan Domisili .....	46
Tabel 4.6 Hasil Uji Frekuensi Karakteristik Berdasarkan Waktu Penggunaan .....	47
Tabel 4.7 Hasil Uji Frekuensi Berdasarkan Variabel Harga (X1) .....	48
Tabel 4.8 Hasil Uji Frekuensi Berdasarkan Variabel Kemudahan Pengguna (X2) .....	49
Tabel 4.5 Hasil Jawaban Responden Variabel Persepsi Kualitas Layanan (X3) .....	51
Tabel 4.6 Hasil Jawaban Responden Variabel Keputusan Penggunaan (Y) .....	53
Tabel 4.8 <i>Outer Loading (Measurement Model)</i> .....	56
Tabel 4.9 (Lanjutan) <i>Outer Loading (Measurement Model)</i> .....	56
Tabel 4.10 (Lanjutan) <i>Outer Loadingsn (Measurement Model)</i> .....	57
Tabel 4.11 (Lanjutan) <i>Outer Loadingsn (Measurement Model)</i> .....	57
Tabel 4.12 <i>Average Variance Extracted (AVE)</i> .....	58
Tabel 4.13 <i>Composite Reability</i> .....	59
Tabel 4.14 Nilai <i>R-Square</i> .....	61
Tabel 4.15 <i>Path Coefficient</i> .....	61