

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL DEPAN.....	i
HALAMAN JUDUL BELAKANG	ii
HALAMAN PENYATAAN	iii
HALAMAN PERSETUJUAN	iv
HALAMAN PENGESAHAN.....	v
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	vi
PERSEMBAHAN.....	vii
MOTTO	viii
ABSTRAK	ix
PRAKATA.....	x
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR TABEL	xvi
DAFTAR GAMBAR.....	xviii
DAFTAR LAMPIRAN	xv

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	6
1.3 Ruang Lingkup Penelitian.....	6
1.3.1 Subjek Penelitian	6
1.3.2 Objek Penelitian.....	7
1.3.3 Tempat Penelitian	7
1.3.4 Waktu Penelitian.....	8
1.3.5 Ilmu Pengetahuan.....	8

1.4 Tujuan Penelitian	7
1.5 Manfaat Penelitian	7
1.6 Sistematika Penelitian	8

BAB II LANDASAN TEORI

2.1 Perilaku Konsumen	10
2.2 Minat Beli	10
2.2.1 Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Minat Beli Konsumen ..	12
2.2.2 Indikator Minat Beli	12
2.3 Persepsi Kemudahan	12
2.3.1 Indikator Persepsi Kemudahan	13
2.4 Promosi	14
2.4.1 Tujuan Promosi	14
2.4.2 Strategi Promosi	14
2.4.3 Indikator Promosi	15
2.5 Penelitian Terdahulu	16
2.6 Kerangka Pikir	19
2.7 Hipotesis	20

BAB III METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian	22
3.2 Sumber Data	22
3.3 Metode Pengumpulan Data	22
3.4 Populasi dan Sampel	23
3.4.1 Populasi	23
3.4.2 Sampel	23
3.5 Variabel Penelitian	25

3.6 Definisi Operasional Variabel.....	25
3.7 Uji Prasyarat Instrumen.....	27
3.7.1 Uji Validitas	27
3.7.2 Uji Reabilitas	27
3.8 Uji Persyaratan Analisis Data	28
3.8.1 Uji Normalitas.....	28
3.8.2 Uji Linieritas	28
3.8.3 Uji Multikolinier	28
3.9 Metode Analisis Data.....	29
3.10 Pengujian Hipotesis	30
3.10.1 Uji t	30
3.10.2 Uji F	30

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Deskripsi Data.....	32
4.1.1 Deskripsi Karakteristik Responden.....	32
4.2 Deskripsi Jawaban Responden	35
4.3 Hasil Uji Persyaratan Instrumen	38
4.3.1 Uji Validitas	38
4.3.2 Uji Reliabilitas	40
4.4 Hasil Uji Persyaratan Analisis Data.....	40
4.4.1 Hasil Uji Normalitas	40
4.4.2 Hasil Uji Linieritas.....	41
4.4.3 Hasil Uji Multikolinieritas	41
4.5 Metode Analisis Data.....	42
4.5.1 Hasil Uji Analisis Regresi Berganda	42

4.6 Hasil Pengujian Hipotesis	44
4.6.1 Uji t	44
4.6.2 Uji F	46
4.7 Pembahasan.....	46
4.7.1 Pengaruh Persepsi Kemudahan Terhadap Minat Beli	47
4.7.2 Pengaruh Promosi Terhadap Minat Beli	47
4.7.3 Pengaruh Kemudahan dan Promosi Terhadap Minat Beli.....	48

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan	49
5.2 Saran	49

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Hasil Prasurvei	5
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	16
Tabel 3.1 Skor Jawaban Pernyataan Responden.....	23
Tabel 3.2 Oprasional Variabel	25
Tabel 3.3 Pedoman Untuk Memberikan Interpretasi Koefisien Korelasi.	27
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	32
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	33
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	33
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Tempat.....	34
Tabel 4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi Menonton....	34
Tabel 4.6 Hasil Jawaban Responden Persepsi Kemudahan.....	35
Tabel 4.7 Hasil Jawaban Responden Promosi	36
Tabel 4.8 Hasil Jawaban Responden Minat Beli	37
Tabel 4.9 Hasil Uji Validitas Persepsi Kemudahan.....	38
Tabel 4.10 Hasil Uji Validitas Promosi	38
Tabel 4.11 Hasil Uji Validitas Minat Beli	39
Tabel 4.13 Hasil Uji Reliabilitas	40
Tabel 4.14 Hasil Uji Normalitas	40
Tabel 4.15 Hasil Uji Linieritas	41
Tabel 4.16 Hasil Uji Multikolinieritas	42
Tabel 4.17 Koefisien Kolerasi	42
Tabel 4.18 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda	43
Tabel 4.19 Uji t	45
Tabel 4.20 Uji F	46

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Jumlah Pengunduh Aplikasi TIX ID	2
Gambar 1.2 Fitur – Fitur Aplikasi TIX ID.....	3
Gambar 1.3 Promo TIX ID	4
Gambar 1.4 Harga Tiket dan Sistem Pembayaran TIX ID	4
Gambar 2.1 Kerangka Pikir	19

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Kuesioner Penelitian
Lampiran 2	Hasil Jawaban Responden
Lampiran 3	Karakteristik Responden
Lampiran 4	Deskripsi Jawaban Responden
Lampiran 5	Hasil Uji Validitas
Lampiran 6	Hasil Uji Reliabilitas
Lampiran 7	Hasil Uji Normalitas
Lampiran 8	Hasil Uji Linieritas
Lampiran 9	Hasil Uji Multikolinieritas
Lampiran 10	Hasil Uji Regresi Linier Berganda
Lampiran 11	Hasil Uji t
Lampiran 12	Hasil Uji F