

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
PERSETUJUAN PANITIA UJIAN YANG DIPERSYARATKAN UNTUK YUDISIUM.....	ii
LEMBAR PENGESAHAN TESIS.....	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS.....	iv
KATA PENGANTAR .....	v
ABSTRAK.....	vii
DAFTAR ISI .....	viii
DAFTAR GAMBAR .....	xiii
DAFTAR TABEL .....	xv
DAFTAR LAMPIRAN .....	xvii
<b>BAB 1 PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang Masalah .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	12
1.3 Tujuan Penelitian .....	12
1.4 Manfaat Penelitian .....	13
<b>BAB II KAJIAN PUSTAKA DAN PERUMUSAN HIPOTESIS.....</b>	<b>14</b>
2.1 Telaah Pustaka .....	14
2.1.1 <i>Theory of Reasoned Action</i> (TRA) .....	14
2.1.2 Konsep <i>Technology Acceptance Model</i> (TAM) .....	17
2.1.3 <i>Task-Technology Fit</i> (TTF) .....	18
2.2. Definisi Konseptual .....	18
2.2.1. <i>Perceived Ease Of Use</i> .....	18

2.2.2. <i>Perceived Usefulness</i> .....	19
2.2.3 <i>Attitude Towards Using</i> .....	20
2.2.4 <i>Behavioral Intention</i> .....	21
2.2.5 <i>User Satisfaction</i> .....	22
2.2.6 <i>Task-Technology Fit</i> .....	24
2.2.7 Penelitian yang Relevan .....	24
2.3.1 Pengaruh <i>Perceived Ease Of Use</i> (PEUO) aplikasi pemanggil taksi secara daring Terhadap <i>Perceived Usefulness</i> (PU) aplikasi pemanggil taksi secara daring .....	29
2.3.2 Pengaruh <i>Perceived usefulness</i> (PU) Aplikasi pemanggil taksi secara daring Terhadap <i>Behavioral intention</i> Aplikasi Pemanggil taksi secara daring .....	30
2.3.3 Pengaruh <i>Perceived Ease Of Use</i> (PEUO) Aplikasi Pemanggil taksi secara daring Terhadap <i>Behavioral intention</i> to Use Aplikasi Pemanggil taksi secara daring .....	31
2.3.4 Pengaruh <i>Perceived Ease Of Use</i> (PEUO) Aplikasi Transportasi berbasis <i>Online</i> Terhadap <i>Attitude to Use</i> Aplikasi Transportasi berbasis <i>Online</i> .....	32
2.3.5 Pengaruh <i>Perceived Usefulness</i> (PU) Aplikasi Transportasi berbasis <i>Online</i> Terhadap <i>Attitude to Use</i> Aplikasi Transportasi berbasis <i>Online</i> .....	32
2.3.6 Pengaruh <i>Attitude</i> Menggunakan Aplikasi Transportasi berbasis <i>Online</i> Terhadap <i>Behavioral intention</i> to Use Aplikasi Transportasi berbasis <i>Online</i> .....	33
2.3.7 <i>User satisfaction</i> Aplikasi Pemanggil taksi secara daring Terhadap <i>Behavioral intention</i> Aplikasi Pemanggil taksi secara daring .....	34
2.3.8. Pengaruh TTF terhadap <i>Perceived Ease Of Use</i> (PEUO) Aplikasi Pemanggil taksi secara daring .....	35

2.3.9 Pengaruh TTF terhadap <i>Perceived usefulness</i> (PU) Aplikasi pemanggil taksi secara daring .....	35
2.3.10 Matriks Penelitian Terdahulu .....	37
2.4 Perumusan Hipotesis .....	71
2.5. Kerangka Pemikiran .....	72
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>73</b>
3.1 Populasi dan Sampel .....	74
3.1.1 Teknik Pengambilan Sampel .....	75
3.1.2 Subjek Penelitian .....	76
3.1.3 Ruang Lingkup dan Waktu Penelitian .....	76
3.1.4 Jenis dan Sumber Data .....	76
3.2 Operasionalisasi Variabel .....	78
3.2.1 <i>Perceived Usefulness</i> .....	82
3.2.2 <i>Perceived Ease of Use</i> .....	83
3.2.3 <i>Behavioral Intention</i> .....	84
3.2.4 <i>Attitude Toward Using</i> .....	84
3.2.5 <i>User Satisfaction</i> .....	85
3.2.6 <i>Task-Technology Fit</i> .....	85
3.3 Teknik Analisis .....	86
3.3.1 <i>Confirmatory Factor Analysis</i> (CFA) .....	87
3.3.2 Pemodelan dalam SEM .....	88
3.3.3 Kualitas Data .....	90
3.3.4 <i>Goodness Outfit</i> Model .....	91
<b>BAB 4 HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>96</b>

4.1 Deskripsi Unit Analisis.....	96
4.1.1 Profil Responden Penelitian.....	96
4.2 Hasil Pengujian Hipotesis.....	103
4.2.1 <i>Structural Equation Modelling</i> (SEM).....	103
4.2.2 <i>Confirmatory Factor Analysis</i> (CFA).....	111
4.2.3 Uji CFA .....	126
4.2.4 Uji Kesesuaian Model.....	129
4.2.5 Uji Kesesuaian Hipotesis.....	132
4.2.6 Uji Sobel .....	133
4.2.7 Hasil Uji Hipotesis .....	141
4.3 Pembahasan.....	148
4.3.1 Pengaruh <i>Task-technology Fit</i> Dan <i>Perceived Usefulness</i> .....	148
4.3.2 Pengaruh <i>Task-technology Fit</i> Dan <i>Perceived Ease Of Use</i> .....	148
4.3.3 Pengaruh <i>Perceived Ease Of Use</i> Dan <i>Perceived Usefulness</i> .....	149
4.3.4 Pengaruh <i>Perceived Usefulness</i> Dan <i>Attitude</i> .....	150
4.3.5 Pengaruh <i>Perceived Ease Of Use</i> Dan <i>Attitude</i> .....	151
4.3.6 Pengaruh <i>Perceived Usefulness</i> Dan <i>Behavioral Intention</i> ).....	151
4.3.7 Pengaruh <i>Perceived Ease Of Use</i> Dan <i>Behavioral Intention</i> .....	152
4.3.8 Pengaruh <i>Attitude</i> Dan <i>Behavioral Intention</i> .....	153
4.3.9 Pengaruh <i>Satisfaction</i> Dan <i>Behavioral Intention</i> .....	154
4.3.10 Pengaruh <i>Perceived Usefulness</i> Dan <i>User Satisfaction</i> .....	155
4.3.11 Pengaruh <i>Attitude</i> , <i>Perceived Usefulness</i> , dan <i>Behavioral Intention</i>	156
4.3.12 Pengaruh <i>Attitude</i> , <i>Perceived Ease Of Use</i> , dan <i>Behavioral Intention</i>	156
4.3.13 Pengaruh <i>Satisfaction</i> , <i>Perceived Usefulness</i> , dan <i>Behavioral Intention</i>	157

4.3.13 Pengaruh <i>PU</i> , <i>Perceived Ease of Use</i> , dan <i>Behavioral Intention</i> ...	158
<b>BAB 5 KESIMPULAN DAN SARAN</b> .....	159
5.1 Kesimpulan.....	159
5.2 Implikasi.....	167
5.2.1 Implikasi Akademis.....	167
5.2.2 Implikasi Non Akademis.....	168
5.3 Saran.....	170
DAFTAR PUSTAKA .....	171
LAMPIRAN .....	176