

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
PERSETUJUAN PEMBIMBING SKRIPSI	ii
PENGESAHAN MUNAQOSAH	iii
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	iv
ABSTRAK	v
MOTTO	vi
PERSEMBAHAN	vii
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB – LATIN	viii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah.....	7
C. Tujuan Penelitian	7
D. Manfaat Penelitian	7
E. Sistematika Penulisan Skripsi	8
BAB II LANDASAN TEORI	9
A. Deskripsi Teori	9
1. Theory of Planned Behaviour (TPB).....	9
2. Minat.....	12
3. Iklan	16
4. Harga.....	20
5. Electronic Word of Mouth (eWOM)	24
B. Penelitian Terdahulu	30
C. Kerangka Berpikir	35
D. Hipotesis.....	36
BAB III METODE PENELITIAN	38
A. Jenis dan Pendekatan	38
B. Setting Penelitian	38
C. Populasi dan Sampel.....	38
D. Identitas Variabel.....	40
E. Variabel Operasional	41
F. Teknik Pengumpulan Data.....	44
G. Teknik Analisis Data	45

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	51
A. Gambaran Umum Objek Penelitian	51
1. Profil Aplikasi Gojek	51
2. Deskripsi Responden.....	55
B. Hasil Analisis Data	56
1. Statistik Deskriptif	56
2. Uji Instrumen	65
3. Uji Asumsi Klasik.....	68
4. Uji Hipotesis	71
C. Pembahasan	76
1. Pengaruh Daya Tarik Iklan Terhadap Minat Pengguna Aplikasi Ojek Online Grab di Kabupaten Kudus	76
2. Pengaruh Harga Terhadap Minat Pengguna Aplikasi Ojek Online Grab di Kabupaten Kudus.....	78
3. Pengaruh <i>Ewom</i> Terhadap Minat Pengguna Aplikasi Ojek Online Grab di Kabupaten Kudus.....	79
4. Pengaruh Daya Tarik Iklan, Harga dan <i>Elektronik word of mouth</i> Terhadap Minat Pengguna.....	80
BAB V PENUTUP.....	85
A. Kesimpulan.....	85
B. Keterbatasan Penelitian	86
C. Saran.....	86
D. Penutup.....	87

DAFTAR PUSTAKA
LAMPIRAN-LAMPIRAN
DAFTAR RIWAYAT HIDUP

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1. Perbandingan Tarif minimum Grab dan Go-jek	5
Tabel 3. 1. Variabel Operasional	41
Tabel 4. 1. Karakteristik Didasarkan pada Jenis Kelamin	55
Tabel 4. 2. Karakteristik Didasarkan pada Usia.....	55
Tabel 4. 3. Tanggapan Responden Terkait Variabel Daya Tarik Iklan (X1)	56
Tabel 4. 4. Tanggapan Responden Terkait Variabel Harga (X2)	58
Tabel 4. 5. Tanggapan Responden Terkait Variabel <i>elektronik word of mouth</i> (X2)	61
Tabel 4. 6. Tanggapan Responden Terkait Variabel Minat (Y)	63
Tabel 4. 7. Hasil Uji Validitas Instrumen	66
Tabel 4. 8. Hasil Uji Reliabilitas Instrumen	67
Tabel 4. 9. Hasil Uji Normalitas	68
Tabel 4. 10. Hasil Uji Multikolinieritas	70
Tabel 4. 11. Hasil Uji heteroskedastisitas	70
Tabel 4. 12. Hasil Analisis Regresi Berganda	71
Tabel 4. 13. Hasil Uji Statistik t	73
Tabel 4. 14. Hasil Uji Statistik F	75
Tabel 4. 15. Hasil Koefisiensi Determinasi (R^2)	76

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1. Gambar iklan promosi Grab Adu Pantun#KawanAman	4
Gambar 2. 1. Kerangka Pemikiran	36
Gambar 4. 1. Logo Grab Indonesia	51
Gambar 4. 2. Tampilan Fitur GrabBike dan GrabCar.....	52
Gambar 4. 3. Tampilan Fitur GrabFood	53
Gambar 4. 4. Tampilan Fitur GrabExpress	54
Gambar 4. 5. <i>Normal P.P Of Regresion Standardized Residual</i>	69
Gambar 4. 6. Hasil Uji Heteroskedastisitas	71

