

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
UCAPAN TERIMA KASIH	iv
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Penelitian	1
1.2. Identifikasi Masalah	19
1.3. Rumusan Masalah	20
1.3. Tujuan Penelitian	20
1.4. Kegunaan Penelitian	21
BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN & HIPOTESIS	23
2.1 Kajian Pustaka.....	23
2.1.1 Konsep Perbedaan Individu dan Lingkungan Sosio-Budaya dalam Perilaku Konsumen	23
2.1.1.1 Konsep Perbedaan Individu	26
2.1.1.1.1 Definisi Perbedaan Individu	26
2.1.1.1.2 Dimensi Perbedaan Individu.....	26
2.1.1.2 Konsep Lingkungan Sosio-Budaya	39
2.1.1.2.1 Definisi Lingkungan Sosio-Budaya.....	39
2.1.1.2.2 Dimensi Lingkungan Sosio-Budaya	40
2.1.2 <i>Behavioral Intention</i> (Niat Berperilaku)	52
2.1.2.1 Definisi <i>Behavioral Intention</i>	52

Imam Budiarto, 2013

Pengaruh Perbedaan Individu dan Lingkungan Sosio-Budaya terhadap Behavioral Intention Google Plus (Survei terhadap Pengguna Google Plus di Indonesia)
Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

2.1.2.2 Dimensi <i>Behavioral Intention</i>	53
2.1.2.3 Model <i>Behavioral Intention</i>	54
2.1.3 Pengaruh Perbedaan Individu dan Lingkungan Sosio-Budaya terhadap <i>Behavioral Intention</i>	59
2.1.4 Orisinalitas Penelitian	60
2.2 Kerangka Pemikiran	64
2.3 Hipotesis	73
BAB III OBJEK DAN METODE PENELITIAN	75
3.1 Objek Penelitian	75
3.2 Metode Penelitian	76
3.2.1 Jenis dan Metode yang Digunakan	76
3.2.2 Operasionalisasi Variabel	77
3.2.3 Jenis dan Sumber Data	83
3.2.4 Populasi, Sampel dan Teknik Penarikan Sampel	84
3.2.4.1 Populasi	84
3.2.4.2 Sampel	85
3.2.4.3 Teknik <i>Sampling</i>	87
3.2.5 Teknik Pengumpulan Data	89
3.2.6 Hasil Pengujian Validitas dan Reliabilitas	92
3.2.6.1 Hasil Pengujian Validitas	92
3.2.6.2 Hasil Pengujian Reabilitas	99
3.2.7 Teknik Analisis Data	101
3.2.7.1 Analisis Deskriptif	103
3.2.7.2 Analisis Verifikatif	104
3.2.8 Pengujian Hipotesis	117
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	119
4.1 Profil Perusahaan dan Pengguna Google Plus	119
4.1.1 Profil Perusahaan	119
4.1.1.1 Visi dan Misi Google Inc	120
4.1.1.2 Identitas Perusahaan	121

Imam Budiarto, 2013

Pengaruh Perbedaan Individu dan Lingkungan Sosio-Budaya terhadap Behavioral Intention Google Plus (Survei terhadap Pengguna Google Plus di Indonesia)
 Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

4.1.1.3 Produk dan Layanan Google Inc	121
4.1.1.4 Pelaksanaan Perbedaan Individu dan Lingkungan Sosio-Budaya Google Plus	123
4.1.2 Profil Pengguna Google Plus.....	125
4.1.2.1 Profil Berdasarkan Intensitas Menggunakan Google Plus	125
4.1.2.2 Jenis Kelamin dan Usia Dikaitkan dengan Intensitas Menggunakan Google Plus.....	126
4.1.2.3 Jenis Kelamin dan Lama Menggunakan Dikaitkan dengan Intensitas Menggunakan Google Plus	129
4.1.2.4 Jenis Kelamin dan Lama Kunjungan Dikaitkan dengan Intensitas Menggunakan Google Plus	130
4.1.2.5 Akses Internet dan Lama Penggunaan Internet Dikaitkan dengan Intensitas Menggunakan Google Plus.....	132
4.1.2.6 Pendidikan dan Pekerjaan Dikaitkan dengan Intensitas Menggunakan Google Plus.....	134
4.1.2.7 Uang Saku atau Penghasilan dan Pekerjaan Dikaitkan dengan Intensitas Menggunakan Google Plus	136
4.1.2.7 Alasan Menggunakan Google Plus.....	139
4.2 Tanggapan Pengguna Google Plus terhadap Perbedaan Individu	141
4.2.1 Perbedaan Individu	141
4.2.2 Dimensi-dimensi Perbedaan Individu	141
4.2.2.1 Motivasi Pengguna Google Plus	141
4.2.2.2 Persepsi Pengguna Google Plus	144
4.2.2.3 Pembelajaran Pengguna Google Plus	145
4.2.2.4 Kepribadian Pengguna Google Plus	147
4.2.2.5 Rekapitulasi Dimensi Perbedaan Individu	148
4.3 Tanggapan Pengguna Google Plus terhadap Lingkungan Sosio-Budaya	151
4.3.1 Lingkungan Sosio-Budaya	151
4.3.2 Dimensi-dimensi Lingkungan Sosio-Budaya.....	151
4.3.2.1 Pengaruh Keluarga Pengguna Google Plus	151
4.3.2.2 Sumber Informasi Pengguna Google Plus	153

4.3.2.3 Sumber Non-Komersial Pengguna Google Plus	154
4.3.2.4 Kelas Sosial Pengguna Google Plus	155
4.3.2.5 Subbudaya dan Budaya Pengguna Google Plus	156
4.3.2.6 Rekapitulasi Dimensi Lingkungan Sosio-Budaya.....	157
4.4 Tanggapan Pengguna Google Plus terhadap <i>Behavioral Intention</i>	160
4.4.1 <i>Behavioral Intention</i>	160
4.4.2 Dimensi-dimensi <i>Behavioral Intention</i>	161
4.4.2.1 <i>Loyalty to Company</i> Pengguna Google Plus	162
4.4.2.2 <i>Propensity to Switch</i> Pengguna Google Plus	163
4.4.2.3 <i>Willingness to Pay More</i> Pengguna Google Plus	164
4.4.2.4 <i>External Response to Problem</i> Google Plus	165
4.4.2.5 <i>Internal Response to Problem</i> Pengguna Google Plus	166
4.4.2.6 Rekapitulasi Dimensi <i>Behavioral Intention</i>	168
4.5 Pengujian Hipotesis Perbedaan Individu dan Lingkungan Sosio-Budaya terhadap <i>Behavioral Intention</i>	170
4.5.1 Uji Asumsi Klasik	171
4.5.2 Evaluasi Model Pengukuran.....	174
4.5.3 Evaluasi Model Struktural.....	180
4.6 Implikasi Hasil Penelitian	184
4.6.1 Temuan Penelitian Bersifat Teoritis	184
4.6.2 Temuan Penelitian Bersifat Empirik	186
4.7 Implikasi Hasil Penelitian <i>Behavioral Intention</i> pada Pendidikan Manajemen Bisnis	189
BAB V KESIMPULAN DAN REKOMENDASI	193
5.1 Kesimpulan	193
5.2 Rekomendasi	194
DAFTAR PUSTAKA	192
LAMPIRAN.....	197

DAFTAR TABEL

No	Judul Tabel	Hal
Tabel		
1.1	<i>World Internet Usage and Population Statistics</i>	3
1.2	Pengguna Internet di Indonesia.....	5
1.3	<i>Top 5 Social Networking Sites (SNS) and User in Indonesia</i>	6
1.4	<i>User Activity Top 5 Social Networking Sites (SNS)</i>	10
1.5	Rata-rata Kunjungan Google Plus.....	11
1.6	Strategi Google Plus.....	15
1.7	Dorongan untuk Menggunakan Google Plus.....	19
2.1	Ciri Kepribadian Dari Cattel.....	37
2.2	Definisi dari Determina Penerimaan dan Penggunaan Teknologi.....	58
2.3	Orisinalitas Penelitian.....	61
3.1	Operasionalisasi Variabel.....	79
3.2	Jenis dan Sumber Data.....	84
3.3	Proporsi Pengguna Google Plus	91
3.4	Hasil Pengujian Validitas Perbedaan Individu.....	95
3.5	Hasil Pengujian Validitas Lingkungan Sosio-Budaya.....	97
3.6	Hasil Pengujian Validitas <i>Behavioral Intention</i>	98
3.7	Hasil Pengujian Realibilitas.....	101
3.8	Skor Alternatif Jawaban Positif dan Negatif.....	102
3.9	Pedoman untuk Memberikan Interpretasi Koefisien Korelasi.....	118
4.1	Strategi Google Plus 2012.....	123
4.2	Profil Pengguna Berdasarkan Intensitas Menggunakan Google Plus.....	125
4.3	Keterkaitan antara Jenis Kelamin dan Usia dengan Intensitas Menggunakan Google Plus.....	127
4.4	Keterkaitan antara Jenis Kelamin dan Lama Menggunakan dengan Intensitas Menggunakan Google Plus.....	129
4.5	Keterkaitan antara Jenis Kelamin dan Lama Kunjungan dengan Intensitas Menggunakan Google Plus.....	131

Imam Budiarto, 2013

Pengaruh Perbedaan Individu dan Lingkungan Sosio-Budaya terhadap Behavioral Intention Google Plus (Survei terhadap Pengguna Google Plus di Indonesia)

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

4.6	Keterkaitan antara Akses Internet dan Lama Penggunaan Internet dengan Intensitas Menggunakan Google Plus.....	132
4.7	Keterkaitan antara Pendidikan dan Pekerjaan dengan Intensitas Menggunakan Google Plus.....	134
4.8	Keterkaitan antara Pekerjaan dan Uang Saku dengan Intensitas Menggunakan Google Plus.....	137
4.9	Keterkaitan antara Pekerjaan dan Penghasilan dengan Intensitas Menggunakan Google Plus.....	138
4.10	Alasan Menggunakan Google Plus.....	140
4.11	Tanggapan Pengguna terhadap Motivasi.....	142
4.12	Tanggapan Pengguna terhadap Persepsi.....	144
4.13	Tanggapan Pengguna terhadap Pembelajaran.....	146
4.14	Tanggapan Pengguna terhadap Kepribadian.....	147
4.15	Rekapitulasi Dimensi Perbedaan Individu.....	148
4.16	Tanggapan Pengguna terhadap Pengaruh Keluarga.....	152
4.17	Tanggapan Pengguna terhadap Sumber Informasi.....	153
4.18	Tanggapan Pengguna terhadap Sumber Nonkomersial.....	155
4.19	Tanggapan Pengguna terhadap Kelas Sosial.....	156
4.20	Tanggapan Pengguna terhadap Subbudaya dan Budaya.....	157
4.21	Rekapitulasi Dimensi Lingkungan Sosio-Budaya.....	158
4.22	Tanggapan Pengguna terhadap <i>Loyality to Company</i>	162
4.23	Tanggapan Pengguna terhadap <i>Propensity to Switch</i>	163
4.24	Tanggapan Pengguna terhadap <i>Willingness to Pay More</i>	164
4.25	Tanggapan Pengguna terhadap <i>External Response to Problem</i>	166
4.26	Tanggapan Pengguna terhadap <i>Internal Response to Problem</i>	167
4.27	Rekapitulasi Dimensi <i>Behavioral Intention</i>	168
4.28	Multikolieritas	172
4.29	Output Uji Linearitas	174
4.30	<i>Reability Item</i>	175
4.31	<i>Composite Reability</i>	177
4.32	<i>Convergent Validity</i>	178

4.33	<i>Discriminant Validity</i>	179
4.34	<i>Path Coefficient</i>	181
4.35	R^2 (<i>Behavioral Intention</i>).....	183
4.36	<i>Effect Size f²</i>	183
4.37	<i>Goodness of Fit</i>	184



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	<i>Curriculum Vitae (CV)</i>
Lampiran 2	Kuesioner
Lampiran 3	Karakteristik dan Pengalaman Responden
Lampiran 4	Koding Tanggapan Pengguna terhadap Perbedaan Individu, Lingkungan Sosio-Budaya, dan <i>Behavioral Intention</i>
Lampiran 5	Uji Validitas dan Reliabilitas
Lampiran 6	Pengujian <i>Partial Least Square Path Modeling</i>
Lampiran 7	Rekapitulasi Bimbingan Skripsi
Lampiran 8	R Product Moment
Lampiran 9	Tabel Distribusi F
Lampiran 10	Daftar Distribusi Tabel t
Lampiran 11	Hasil Uji Heterokedastisitas dengan Park
Lampiran 12	Hasil Uji Normalitas dengan <i>Kolmogorov-Smirnov</i>
Lampiran 13	Tabel Durbin-Watson

DAFTAR GAMBAR

Imam Budiarto, 2013

Pengaruh Perbedaan Individu dan Lingkungan Sosio-Budaya terhadap Behavioral Intention Google Plus (Survei terhadap Pengguna Google Plus di Indonesia)
Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

No	Judul Gambar	Hal
Gambar		
1.1	<i>World Internet Usage Growth 1995-June 2012</i>	2
1.2	<i>Asia Top Internet Countries</i>	3
1.3	Ukuran Populasi <i>Online</i> (MM) di Asia Tenggara	4
1.4	Kategori-Kategori Pengguna Internet di Indonesia	5
1.5	Pertumbuhan Pengguna <i>Social Media</i> dalam Bulan.....	7
1.6	Pertumbuhan Pengguna Google Plus.....	8
1.7	100 Merek Utama Pengguna Facebook dan/atau Google Plus.....	9
1.8	Persentase Pengguna Aktif dan Non-Aktif Google Plus.....	11
2.1	A <i>Model of Consumer Decision Making</i>	25
2.2	<i>Model of The Motivation Process</i>	27
2.3	Model <i>Theory of Reasoned Action</i> (TRA).....	55
2.4	Model <i>Theory of Acceptance Model</i> (TAM).....	56
2.5	Model <i>Unified Theory of Acceptance and Use of Technology</i> (UTAUT)	58
2.6	Kerangka Pemikiran.....	72
2.7	Paradigma Penelitian.....	73

4.1	Grafik	Heterokedastisitas	
		172
4.2	Grafik	Normalitas	
		173
4.3	Pengaruh Perbedaan Individu Dan Lingkungan Sosio-Budaya Terhadap	Behavioral	
	Intention.....		182
4.4	Model <i>Unified Theory of Acceptance and Use of Technology</i> (UTAUT)		
		185

