

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	i
MOTO	ii
PERNYATAAN	iii
ABSTRACT	iv
ABSTRAK	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I	
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Identifikasi Masalah	4
1.3 Tujuan Penelitian	4
1.4 Kegunaan Hasil Penelitian	5
1.5 Lokasi dan Jadwal Penelitian	6
1.5.1 Lokasi Penelitian	6
BAB II	
TINJAUAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN, DAN HIPOTESIS	8
2.1 Tinjauan Pustaka	8
2.1.1 Teori Permintaan	8
2.1.2 Perusahaan Jasa	11
2.1.3 Transportasi	12
2.1.4 Teknologi Tepat Guna	16
2.1.5 Inovasi Disruptif	17
2.1.6 Perilaku Konsumen	19
2.1.7 Variabel yang Mempengaruhi Permintaan Jasa Ojek <i>Online</i>	20

2.2 Kerangka Pemikiran	23
2.3 Hipotesis	26
BAB III	
OBJEK DAN METODE PENELITIAN	27
3.1 Objek Penelitian	27
3.2 Metode Penelitian	27
3.2.1 Operasionalisasi Variabel	27
3.2.2 Teknik Pengumpulan Data	30
3.3 Model Penelitian	33
3.4 Teknik Analisis Data	34
3.4.1 Analisis Deskriptif	34
3.4.2 Metode Suksesif Interval (MSI)	35
3.4.3 Analisis Regresi Linear Berganda	37
3.4.4 Uji Statistik	40
3.4.5 Uji Asumsi Klasik	42
BAB IV	
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	44
4.1 Hasil Penelitian	44
4.1.1 Nilai Jenjang Interval (NJI)	44
4.1.2 Uji Instrumen	54
4.1.3 Uji Asusmsi Klasik	56
4.1.4 Uji Analisis Regresi Linear Berganda	60
4.2 Pembahasan	63
4.2.1 Pengaruh Harga terhadap Permintaan Ojek <i>Online</i>	63
4.2.2 Pengaruh Promosi terhadap Permintaan Ojek <i>Online</i>	65
4.2.3 Pengaruh Kepemilikan Kendaraan terhadap Permintaan Ojek <i>Online</i>	66
4.2.4 Pengaruh Harga, Promosi, dan Kepemilikan Kendaraan terhadap Permintaan Ojek <i>Online</i>	66

BAB V	
SIMPULAN DAN SARAN	68
5.1 Simpulan	68
5.2 Saran	68
DAFTAR PUSTAKA	71
LAMPIRAN	74