

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS	iv
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN AKADEMIS	v
KATA PENGANTAR	vi
ABSTRAK	viii
ABSTRACT	ix
DAFTAR ISI	x
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR TABEL	xvii
DAFTAR ISTILAH DAN SINGKATAN	ixx
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	1
1.2 Latar Belakang Perumusan Masalah	2
1.3 Perumusan Masalah dan Pertanyaan Penelitian	11
1.3.1 Perumusan Masalah	11
1.3.2 Pertanyaan Penelitian	12
1.4 Tujuan Penelitian	12
1.5 Kegunaan Penelitian	
1.5.1 Aspek Teoritis	13

1.5.2 Aspek Praktis	13
1.6 Sistematika Penulisan Tugas Akhir.....	13

BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN LINGKUP PENELITIAN

2.1 Tinjauan Pustaka	15
2.1.1 Pemasaran	15
2.1.2 Perilaku Pelanggan	19
2.1.3 Difusi dan Adopsi Teknologi	20
2.1.4 Teori Adopsi Teknologi	22
2.1.5 <i>Unified Theory of Acceptance and Use of Technology Model</i>	25
2.1.6 <i>Electronic Money</i>	28
2.1.7 <i>Mobile Financial Services</i> dan <i>Mobile Mobile Payment</i>	30
2.2 Penelitian Terdahulu	32
2.3 Kerangka Pemikiran	40
2.4 Hipotesis Penelitian	43
2.5 Ruang Lingkup Penelitian	45
2.5.1 Variabel dan Sub Variabel Penelitian	45
2.5.2 Lokasi dan Objek Penelitian	45
2.5.3 Waktu dan Periode Penelitian	45

Bab III METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian	46
3.2 Variabel Operasional	46
3.3 Tahapan Penelitian	51
3.4 Populasi dan Sampel	51
3.5 Pengumpulan Data	53
3.6 Face Validity atau Logical Validity	53
3.7 Design Kuestioner	54
3.8 Skala Pengukuran	54
3.9 Pilot Test	55
3.10 Uji Validitas	55
3.11 Uji Reliabilitas	57
3.11 Teknik Analisis Data	58
3.12 Pengujian Hypothesis	60

Bab IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....

4.1 Karakteristik Responden	62
4.1.1 Jumlah Responden Valid	62
4.1.2 Karakter Responden Valid berdasarkan Jenis Kelamin	64
4.1.3 Karakter Responden Valid berdasarkan Usia	64
4.1.4 Karakter Responden Valid lainnya	66
4.2 Deskriptif Hasil Penilaian Responden Terhadap Variabel Penelitian	69
4.2.1 Perhitungan Tabel Distribusi	70

4.2.2 Perhitungan Analisa Linear Kontinum	70
4.2.3 Faktor <i>Performance Expectancy</i>	71
4.2.4 Faktor <i>Effort Expectancy</i>	72
4.2.5 Faktor Faktor <i>Social Influence</i>	73
4.2.6 Faktor <i>Price Value</i>	74
4.2.7 Faktor <i>Facilitating Condition</i>	76
4.2.8 Faktor <i>Hedonic Motivation</i>	77
4.2.9 Faktor <i>Trust</i>	78
4.2.10 Faktor <i>Habit</i>	80
4.2.11 Faktor <i>Intention to Use</i>	81
4.2.12 Faktor <i>Use Behavior</i>	82
4.3 Hasil Penelitian	84
4.3.1 Hasil Uji Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>)	85
4.3.2 Hasil Uji Model Struktural (<i>Inner Model</i>).....	90
4.4 Analisis Variabel yang memiliki pengaruh tidak Signifikan terhadap <i>Intention to Use</i>	100
4.5 Pengaruh Variabel Moderator	100
4.5.1 Pengaruh Variabel Moderator jenis kelamin	100
4.5.2 Pengaruh Variabel Moderator usia (<i>Age</i>)	102
4.6 Rekapitulasi hasil pengujian Hipotesis dan Pertanyaan Penelitian	103
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	107
5.1 Kesimpulan	107
5.2 Saran	107

5.2.2 Saran akademis bagi penelitian selanjutnya	107
5.2.3 Saran praktis bagi perusahaan	108
DAFTAR PUSTAKA	111
LAMPIRAN	