

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	ii
LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS	iii
ABSTRAK	iv
<i>ABSTRACT</i>	v
LEMBAR PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR ISTILAH	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
I.1 Latar Belakang	1
I.2 Rumusan Masalah	6
I.3 Tujuan Penelitian	7
I.4 Batasan Penelitian	7
I.5 Manfaat Penelitian	7
I.6 Sistematika Penulisan	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	10
II.1 <i>Positioning</i>	10
II.2 <i>Multidimensional Scalling (MDS)</i>	11
II.3 <i>Perceptual Mapping</i>	14
II.4 <i>SWOT Analysis</i>	15
II.4.1 Matriks <i>SWOT</i>	15
II.4.2 Kuadran <i>SWOT</i>	16
II.5 Penelitian Terdahulu	17
II.6 Metode Perbandingan	20
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	22
III.1 Model Konseptual	22
III.2 Sistematika Pemecahan Masalah	23
III.2.1 Tahap Pendahuluan	26
III.2.2 Tahap Pengumpulan dan Pengolahan Data	26
III.2.2.1 Identifikasi Brand Aplikasi <i>Mobile Payment</i>	26
III.2.2.2 Identifikasi Atribut Penelitian	26
III.2.2.3 Perancangan Kuesioner	27

III.2.2.4 Uji Validitas	27
III.2.2.5 Penentuan Teknik Sampling dan Ukuran Sampel.....	28
III.2.2.6 Penyebaran Kuesioner.....	29
III.2.2.7 Pengumpulan Data Kuesioner.....	29
III.2.2.8 Uji Reliabilitas	29
III.2.2.9 Pengolahan Data dengan MDS	30
III.2.2.10 Analisis Hasil <i>Perceptual Mapping</i> dengan <i>SWOT Analysis</i>	31
III.2.2.10.1 Analisis <i>Perceptual Mapping</i>	31
III.2.2.10.2 <i>SWOT Analysis</i>	31
III.2.3 Tahap Analisis dan Rekomendasi.....	31
III.2.4 Tahap Kesimpulan dan Saran	31
BAB IV PEGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA.....	32
IV.1 Identifikasi <i>Brand Aplikasi Mobile Payment</i>	32
IV.2 Identifikasi Atribut Penelitian	32
IV.2.1 Penelitian Terdahulu.....	32
IV. 2. 2 Wawancara	33
IV. 3 Perancangan Kuesioner.....	35
IV. 4 Uji Validitas	35
IV. 5 Penyebaran Kuesioner	35
IV.6 Pengumpulan Data Kuesioner	36
IV.7 Rekapitulasi Profil Responden	37
IV.8 Uji Realibilitas.....	39
IV.9 Pengolahan Data dengan MDS.....	40
IV.10 Analisis Hasil <i>Perceptual Mapping</i> dengan <i>SWOT Analysis</i>	42
IV.10.1 Analisis <i>Perceptual Mapping</i>	42
IV.10.2 <i>SWOT Analysis</i>	44
BAB V ANALISIS DATA DAN REKOMENDASI.....	46
V.1 Analisis Data	46
V.1.1 Analisis Kondisi Persaingan	46
V.1.2 Analisis Jarak <i>Euclidean</i> Atribut Aplikasi <i>Mobile Payment</i>	48
V.1.2.1 Analisis Jarak <i>Euclidean</i> Atribut Keamanan	48
V.1.2.2 Analisis Jarak <i>Euclidean</i> Atribut Kelengkapan Fitur	48
V.1.2.3 Analisis Jarak <i>Euclidean</i> Atribut Informasi Tawaran Produk/Promo.....	49
V.1.2.4 Analisis Jarak <i>Euclidean</i> Atribut Persepsi Kenyamanan	50
V.1.2.6 Analisis Jarak <i>Euclidean</i> Atribut Banyaknya <i>Merchant</i>	51
V.1.2.7 Analisis Jarak <i>Euclidean</i> Atribut Kemudahan Penggunaan.....	52

V.1.2.8 Analisis Jarak <i>Euclidean</i> Atribut Persepsi Manfaat	53
V.1.2.9 Analisis Jarak <i>Euclidean</i> Atribut Kemudahan Transaksi.....	54
V.1.2.10 Analisis Jarak <i>Euclidean</i> Atribut Kepercayaan <i>Online Payment</i>	54
V.1.2.11 Analisis Jarak <i>Euclidean</i> Atribut Persepsi Kepuasan	55
V.1.2.12 Analisis Jarak <i>Euclidean</i> Atribut Persepsi Risiko.....	56
V.1.2.13 Analisis Jarak <i>Euclidean</i> Atribut Biaya Admin	57
V.1.2.14 Analisis Jarak <i>Euclidean</i> Atribut Reputasi.....	57
V.1.2.15 Analisis Jarak <i>Euclidean</i> Atribut Keandalan Sistem.....	58
V.1.2.16 Analisis Jarak <i>Euclidean</i> Atribut Persepsi Kesesuaian	59
V.1.3 Analisis Perceptual Map Aplikasi Mobile Payment	60
V.1.4 Analisis Prioritas Perbaikan Atribut Aplikasi <i>Mobile Payment</i>	62
V.1.5 Rekomendasi	68
V.1.5.1 Dasar Rekomendasi.....	68
V.1.5.2 Rekomendasi Perbaikan Aplikasi <i>Mobile Payment</i> LinkAja.....	68
V.1.5.2 <i>Positioning</i> Aplikasi Mobile Payment LinkAja	79
BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN	82
VI. 1 Kesimpulan	82
VI. 2 Saran	85
DAFTAR PUSTAKA	86
LAMPIRAN.....	89
LAMPIRAN A	90
LAMPIRAN B.....	96
LAMPIRAN C.....	104
LAMPIRAN D	122
LAMPIRAN E.....	127
LAMPIRAN F.....	131
LAMPIRAN G	137