

## DAFTAR ISI

DAFTAR ISI.....	iii
DAFTAR TABEL.....	v
DAFTAR GAMBAR .....	vi
DAFTAR LAMPIRAN.....	vii
BAB I .....	1
PENDAHULUAN .....	1
1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian .....	1
1.1.1 Profil Proil QRIS Unggul .....	1
1.2 Latar Belakang.....	3
1.3 Perumusan Masalah.....	10
1.4 Tujuan Penelitian.....	10
1.5 Kegunaan Penelitian.....	11
1.5.1 Kegunaan Teoritis.....	11
1.5.2 Kegunaan Praktis .....	11
1.6 Sistematika Tugas Akhir .....	11
BAB II.....	13
TINJAUAN PUSTAKA .....	13
2.1 Landasan Teori .....	13
2.1.1 Pemasaran .....	13
2.1.2 Digital Marketing.....	14
2.1.3 Pembayaran Digital.....	14
2.1.4 QRIS .....	15
2.1.5 Technology Acceptance Model (TAM).....	15
2.1.6 Persepsi Manfaat Penggunaan .....	17
2.1.7 Persepsi Kemudahan Penggunaan .....	18
2.1.8 Keputusan Penggunaan.....	19
2.1.9 Hubungan Persepsi Manfaat penggunaan dan Persepsi Kemudahan Penggunaan Terhadap Keputusan Penggunaan .....	19

2.2 Penelitian Terdahulu.....	21
2.2.1 Ulasan Skripsi Terdahulu.....	21
2.3 Kerangka Pemikiran .....	30
2.4 Hipotesis Penelitian.....	32
<b>BAB III .....</b>	<b>33</b>
<b>METODE PENELITIAN.....</b>	<b>33</b>
3.1 Jenis Metode Penelitian.....	33
3.2 Operasioanlisasi Variabel dan Skala Pengukuran .....	34
3.2.1 Operasional Variabel .....	34
3.2.2 Skala Pengukuran .....	36
3.3 Tahapan Penelitian .....	37
3.4.1 Populasi.....	38
3.4.2 Sampel .....	38
3.5 Teknik Pengumpulan Data .....	40
3.5.1 Data Primer.....	40
3.5.2 Data Sekunder.....	40
3.6 Uji Validitas dan Realibilitas .....	40
3.6.1 Uji Validitas.....	40
3.6.2 Uji Realibilitas .....	42
3.7 Teknik Analisis Data.....	43
3.7.1 Analisis Deskriptif .....	44
3.7.2 Method of Successive Interval (MSI).....	45
3.7.3 Uji Asumsi Klasik.....	45
3.7.4 Analisis Regresi Linear Berganda .....	46
3.8 Uji Hupotesis .....	47
3.8.1 Uji T.....	47
3.8.2 Uji F .....	48
3.9 Koefisien Determinasi .....	49
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>81</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>81</b>