

DAFTAR ISI

ABSTRAK.....	i
ABSTRACT.....	ii
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI.....	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	11
1.3 Tujuan Penelitian.....	12
1.4 Manfaat Penelitian.....	13
BAB II KAJIAN TEORI, TINJAUAN PUSTAKA DAN RUMUSAN HIPOTESIS.....	14
2.1 Kajian Teori.....	14
2.1.1 Niat untuk menggunakan (<i>Intention to Use</i>).....	14
2.1.2 Kepercayaan (<i>Trust</i>).....	15
2.1.3 Persepsi.....	16
2.1.4 Persepsi Manfaat (<i>Perceived Usefulness</i>).....	16
2.1.5 Persepsi Kemudahan Penggunaan (<i>Perceived Ease Of Use</i>).....	17
2.1.6 Model penerimaan teknologi (<i>Technology Acceptance Model</i>).....	18
2.2 Hasil Penelitian Yang Relevan.....	19
2.3 Kerangka Berpikir.....	29
2.4 Perumusan Hipotesis Penelitian.....	30
BAB III Metode Penelitian.....	32

3.1	Ruang Lingkup Penelitian.....	32
3.1.1	Objek Penelitian.....	32
3.1.2	Tempat Penelitian.....	32
3.1.3	Periode Penelitian.....	32
3.2	Metode Penelitian.....	33
3.3	Operasional Variabel Penelitian.....	33
3.3.1	Variabel Bebas (<i>independent variable</i>).....	33
3.3.2	Variabel Terikat (<i>dependent variable</i>).....	34
3.3.3	Variabel Intervening (<i>Intervening Variable</i>).....	34
3.4	Metode Pengumpulan Data.....	36
3.5	Teknik Penentuan Populasi dan Sampel.....	37
3.5.1	Populasi.....	37
3.5.2	Sampel.....	37
3.6	Skala pengukuran.....	39
3.7	Teknik Analisis Data.....	40
3.7.1	Analisis Deskriptif.....	41
3.7.2	Uji Validatas dan Reliabilitas.....	41
3.7.3	Uji Pengaruh Langsung dan Tidak Langsung.....	43
3.7.4	Uji Kesesuaian Model.....	43
3.7.5	Uji Hipotesis.....	47
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....		48
4.1	Deskripsi data.....	48
4.1.1	Karakteristik responden berdasarkan usia dan jenis kelamin.....	48
4.1.2	Karakteristik responden berdasarkan pendidikan terakhir.....	49

4.1.3 Karakteristik responden berdasarkan pekerjaan dan pendapatan perbulan.....	50
4.2 Hasil Pengujian dan Pembahasan.....	51
4.2.1 Analisis Deskriptif.....	52
4.3 Uji Validitas dan Reliabilitas.....	58
4.4 <i>Confirmatory Factor Analysis</i>	59
4.4.1 Variabel Persepsi Manfaat.....	60
4.4.2 Variabel Persepsi Kemudahan.....	61
4.4.3 Variabel.....	62
4.4.4 Variabel Niat Untuk Menggunakan.....	63
4.5 Full Model SEM.....	64
4.6 Fit Model SEM.....	66
4.7 Uji Pengaruh Langsung dan Tidak Langsung.....	67
4.8 Hasil Uji Hipotesis.....	69
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	73
5.1 Kesimpulan.....	73
5.2 Implikasi.....	75
5.3 Saran.....	76
5.3.2 Saran Teoritis.....	77
DAFTAR PUSTAKA.....	79
LAMPIRAN KUISIONER PENELITIAN.....	84
DAFTAR RIWAYAT HIDUP.....	101

Tabel DAFTAR TABEL

Tabel I.1 Jumlah Uang Elektronik Beredar di Indonesia.....	4
Tabel II.1 Penelitian Terdahulu.....	20
Tabel II.2 Kajian Penelitian Terdahulu.....	27
Tabel III.1 Operasional Variabel Penelitian.....	35
Tabel III.2 Skala Pengukuran.....	40
Tabel III.3 <i>Goodness of Fit Index Statistic SEM</i>	47
Tabel IV.1 Usia dan Jenis Kelamin responden.....	48
Tabel IV.2 Pendidikan terakhir responden.....	49
Tabel IV.3 Pekerjaan dan pendapatan per bulan responden	50
Tabel IV.4 Nilai analisis Deskriptif Persepsi Manfaat	52
Tabel IV.5 Nilai analisis Deskriptif Persepsi Kemudahan.....	54
Tabel IV.6 Nilai analisis Deskriptif Kepercayaan.....	55
Tabel IV.7 Nilai analisis Deskriptif Niat untuk Menggunakan.....	56
Tabel IV.8 Hasil Uji Validitas.....	58
Tabel IV.9 Hasil Uji Reliabilitas.....	59
Tabel IV.10 <i>First Order Construct</i> Persepsi Manfaat (X1).....	59
Tabel IV.11 <i>First Order Construct</i> Persepsi Kemudahan (X2).....	61
Tabel IV.12 <i>First Order Construct</i> Kepercayaan (Y).....	62
Tabel IV.13 <i>First Order Construct</i> Niat untuk menggunakan (Z).....	63
Tabel IV.14 <i>Full Model's Goodness of Fit Indices</i>	65
Tabel IV.15 <i>Fit Model's Goodness of Fit Indices</i>	66
Tabel IV.16 Pengaruh Langsung dan Tidak Langsung.....	67
Tabel IV.17 Model Persamaan Struktural.....	69

DAFTAR GAMBAR

Gambar I.1 Jumlah Pengguna Internet, Media Sosial, dan Populasi Dunia	1
Gambar I.2 Data Ranking Penggunaan Internet di dunia 2013-2018.....	2
Gambar I.3 Penggunaan Perangkat akses internet di Indonesia.....	2
Gambar I.4 Produk Uang Elektronik.....	5
Gambar I.5 Data Pengguna Transportasi Online di Indonesia.....	5
Gambar I.6 Uang Elektronik Terpopuler di Indonesia 2017.....	6
Gambar I.7 Jenis <i>Merchant</i> GOPAY.....	7
Gambar I.8 Mal dengan Pertumbuhan Pengunjung Tertinggi 2017.....	8
Gambar I.9 Keamanan data dalam uang Elektronik.....	10
Gambar II.1 Kerangka Berpikir.....	30
Gambar IV.1 Karakteristik responden berdasarkan pendidikan terakhir.....	50
Gambar IV.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan dan Pendapatan perbulan.....	51
Gambar IV.3 Model <i>First Order Construct</i> Persepsi Manfaat (X1)	60
Gambar IV.4 Model <i>First Order Construct</i> Persepsi Kemudahan (X2).....	61
Gambar IV.5 Model <i>First Order Construct</i> Kepercayaan (Y).....	63
Gambar IV.6 Model <i>First Order Construct</i> Niat untuk menggunakan (Z).....	64
Gambar IV.7 <i>Full Model</i> SEM	65
Gambar IV.8 <i>Fit Model</i> SEM	67
Gambar IV.9 T-Values SEM.....	70