

DAFTAR ISI

	Halaman
LEMBAR PENGESAHAN	i
LEMBAR PERNYATAAN	ii
ABSTRACT	iii
ABSTRAK	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Identifikasi Masalah	6
1.3 Tujuan Penelitian	7
1.4 Kegunaan Hasil Penelitian	8
1.4.1 Pengembangan Ilmu	8
1.4.2 Terapan Ilmu Pengetahuan	8
1.5 Lokasi Dan Waktu Penelitian	9
1.5.1 Lokasi Penelitian	9
1.5.2 Waktu Penelitian	9
BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN, DAN HIPOTESIS	
2.1 Kajian Pustaka	10
2.1.1 Perilaku Konsumen	10
2.1.2 <i>Technology Acceptance Model (TAM)</i>	11
2.1.3 Kegunaan yang Dirasakan - <i>Perceived Usefulness</i>	15
2.1.3.1 Pengertian <i>Perceived Usefulness</i>	15
2.1.3.2 Dimensi <i>Perceived Usefulness</i>	16
2.1.4 Kemudahan dalam Penggunaan - <i>Perceived Ease of Use</i>	17
2.1.4.1 Pengertian <i>Perceived Ease of Use</i>	17
2.1.4.2 Dimensi <i>Perceived Ease of Use</i>	18
2.1.5 Persepsi Keamanan - <i>Perceived Security</i>	20
2.1.5.1 Pengertian <i>Perceived Security</i>	20
2.1.5.2 Dimensi <i>Perceived Security</i>	21

2.1.6	Kepuasan - <i>Satisfaction</i>	22
	2.1.6.1 Pengertian <i>Satisfaction</i>	22
	2.1.6.2 Dimensi <i>Satisfaction</i>	23
2.1.7	Kepercayaan - <i>Trust</i>	25
	2.1.7.1 Pengertian <i>Trust</i>	25
	2.1.7.2 Dimensi <i>Trust</i>	26
2.1.8	Niat Terus Menerus Menggunakan - <i>Continuance Intention to Use</i>	27
	2.1.8.1 Pengertian <i>Continuance Intention to Use</i>	27
	2.1.8.2 Dimensi <i>Continuance Intention to Use</i>	28
2.1.9	Penelitian Terdahulu	29
2.2	Kerangka Pemikiran	37
2.3	Hipotesis	43

BAB III OBJEK DAN METODE PENELITIAN

3.1	Objek Penelitian	44
3.1.1	Sejarah Perusahaan	44
	3.1.1.1 Profil OVO	44
	3.1.1.2 Profil GoPay.....	45
	3.1.1.3 Profil ShopeePay.....	46
	3.1.1.4 Profil DANA	47
	3.1.1.5 Profil LinkAja	48
3.2	Metode Penelitian.....	50
	3.2.1 Teknik Pengumpulan Data	50
	3.2.2 Operasionalisasi Variabel	51
	3.2.3 Sumber Data	56
	3.2.4 Populasi dan Sampel Penelitian.....	57
	3.2.4.1 Populasi Penelitian.....	57

3.2.4.2 Sampel Penelitian.....	58
3.2.5 Analisis Deskriptif.....	60
3.2.6 Teknik Analisis Data	61
3.2.6.1 <i>Variance-Based</i> SEM (SEM-PLS)	61
3.2.7 Tahapan Analisis SEM-PLS	62
3.2.8 <i>Quality Index</i>	67
3.2.9 Pengujian Hipotesis	68
3.2.10 Pengujian Efek Mediasi	73

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Hasil Penelitian	74
4.1.1 <i>Perceived Usefulness</i> pada Pengguna <i>E-Wallet</i>	77
4.1.2 <i>Perceived Ease of Use</i> pada Pengguna <i>E-Wallet</i>	81
4.1.3 <i>Perceived Security</i> pada Pengguna <i>E-Wallet</i>	85
4.1.4 <i>Satisfaction</i> pada Pengguna <i>E-Wallet</i>	90
4.1.5 <i>Trust</i> pada Pengguna <i>E-Wallet</i>	94
4.1.6 <i>Continuance Intention to Use</i> pada Pengguna <i>E-Wallet</i>	98
4.2 Analisis Data	102
4.2.1 Faktor Penentu <i>Continuance Intention To Use</i> Pada <i>E-Wallet Adoption</i> Dengan <i>Satisfaction</i> Dan <i>Trust</i> Sebagai Variabel <i>Intervening</i>	102
4.2.1.1 Evaluasi <i>Measurement (Outer)</i> <i>Model</i>	103
4.2.1.2 Evaluasi Model struktural (<i>Inner</i> <i>Model</i>)	

	110		
4.3	Pembahasan.....		118
4.3.1	Pengaruh <i>Perceived Usefulness, Perceived Ease Of Use, Perceived Security</i> , Terhadap <i>Satisfaction</i> Pengguna <i>E-Wallet</i>		
	118		
4.3.1.1	Pengaruh <i>Perceived Usefulness</i> Terhadap <i>Satisfaction</i> Pengguna <i>E-Wallet</i>		
	119		
4.3.1.2	Pengaruh <i>Perceived Ease Of Use</i> Terhadap <i>Satisfaction</i> Pengguna <i>E-Wallet</i>		
	120		
4.3.1.3	Pengaruh <i>Perceived Security</i> Terhadap <i>Satisfaction</i> Pengguna <i>E-Wallet</i>		
	121		
4.3.2	Pengaruh <i>Perceived Usefulness, Perceived Ease Of Use, Perceived Security</i> , Terhadap <i>Trust</i> Pengguna <i>E-Wallet</i> .		
	122		
4.3.2.1	Pengaruh <i>Perceived Usefulness</i> Terhadap <i>Trust</i> Pengguna <i>E-Wallet</i>		
	122		
4.3.2.2	Pengaruh <i>Perceived Ease Of Use</i> terhadap <i>Trust</i> Pengguna <i>E-Wallet</i>		
	123		
4.3.2.3	Pengaruh <i>Perceived Security</i> Terhadap <i>Trust</i> Pengguna <i>E-Wallet</i>		
	124		

4.3.3 Pengaruh <i>Perceived Usefulness, Perceived Ease Of Use, Perceived Security</i> , Terhadap <i>Continuance Intention To Use</i> Pengguna <i>E-Wallet</i>	125
4.3.3.1 Pengaruh <i>Perceived Usefulness</i> Terhadap <i>Continuance Intention To Use</i> Pengguna <i>E-Wallet</i>	125
4.3.3.2 Pengaruh <i>Perceived Ease Of Use</i> terhadap <i>Continuance Intention To Use</i> Pengguna <i>E-Wallet</i>	126
4.3.3.3 Pengaruh <i>Perceived Security</i> Terhadap <i>Continuance Intention To Use</i> Pengguna <i>E-Wallet</i>	127
4.3.4 Pengaruh <i>Satisfaction</i> Dan <i>Trust</i> Terhadap <i>Continuance Intention To Use</i> Pengguna <i>E-Wallet</i>	128
4.3.4.1 Pengaruh <i>Satisfaction</i> Terhadap <i>Continuance Intention To Use</i> Pengguna <i>E-Wallet</i>	128
4.3.4.2 Pengaruh <i>Trust</i> Terhadap <i>Continuance Intention To Use</i> Pengguna <i>E-Wallet</i>	129
4.3.5 Pengaruh <i>Perceived Usefulness, Perceived Ease Of Use, Perceived Security</i> , Melalui <i>Satisfaction</i> Dan <i>Trust</i> Terhadap <i>Continuance Intention To Use</i> Pengguna <i>E-Wallet</i>	131
4.3.5.1 Pengaruh <i>Perceived Usefulness</i> Melalui <i>Satisfaction</i> Terhadap <i>Continuance</i>	

	<i>Intention To Use Pengguna E-Wallet</i>	
		131
4.3.5.2	Pengaruh <i>Perceived Ease Of Use</i> Melalui <i>Satisfaction</i> Terhadap <i>Continuance Intention To Use</i> Pengguna <i>E-Wallet</i>	
		132
4.3.5.3	Pengaruh <i>Perceived Security</i> Melalui <i>Satisfaction</i> Terhadap <i>Continuance Intention To Use</i> Pengguna <i>E-Wallet</i>	
	133
4.3.5.4	Pengaruh <i>Perceived Usefulness</i> Melalui <i>Trust</i> Terhadap <i>Continuance Intention To Use</i> Pengguna <i>E-Wallet</i>	
	134
4.3.5.5	Pengaruh <i>Perceived Ease Of Use</i> Melalui <i>Trust</i> Terhadap <i>Continuance Intention To Use</i> Pengguna <i>E-Wallet</i>	
	135
4.3.5.6	Pengaruh <i>Perceived Security</i> Melalui <i>Trust</i> Terhadap <i>Continuance Intention To Use</i> Pengguna <i>E-Wallet</i>	
	136
BAB V SIMPULAN DAN SARAN		
5.1	Simpulan	138
5.2	Saran	139
DAFTAR PUSTAKA		141
LAMPIRAN.....		152

DAFTAR TABEL

Nomor	Judul	Halaman
2.1	Penelitian Terdahulu	30
3.1	Operasionalisasi Variabel.....	55
3.2	Nilai Tingkat Kepercayaan dan Estimasi Proporsi	60
3.3	Jumlah Pengguna <i>E-Wallet</i> di Kota Tasikmalaya	62
3.4	Formulasi Notasi, Nilai, dan Predikat Masing – Masing Pilihan Jawaban untuk pernyataan Positif.....	62
3.5	Formulasi Notasi, Nilai, dan Predikat Masing – Masing Pilihan Jawaban untuk pernyataan Negatif	63
3.6	<i>Rule of Thumb</i> Uji Validitas.....	68
3.7	<i>Rule of Thumb</i> Uji Reliabilitas	68
3.8	Pengukuran <i>Model</i> Struktural	69
3.9	Kriteria <i>Model Fit</i>	70
4.1	Klasifikasi Penilaian Untuk Setiap Indikator <i>Perceived Usefulness</i>	76
4.2	Klasifikasi dan Rekapitulasi Data <i>Perceived Usefulness</i> Pengguna <i>E-Wallet</i>	79
4.3	Klasifikasi penilaian indikator <i>Perceived Usefulness</i> secara keseluruhan	81
4.4	Klasifikasi Penilaian Untuk Setiap Indikator <i>Perceived Ease of Use</i>	83
4.5	Klasifikasi dan Rekapitulasi Data <i>Perceived Ease of Use</i> Pengguna <i>E-Wallet</i>	83
4.6	Klasifikasi Penilaian indikator <i>Perceived Ease of Use</i> secara keseluruhan	86

4.7	Klasifikasi Penilaian Untuk Setiap Indikator <i>Perceived security</i>	87
4.8	Klasifikasi dan Rekapitulasi Data <i>Perceived security</i> Pengguna <i>E-Wallet</i>	88
4.9	Klasifikasi Penilaian indikator <i>Perceived security</i> secara keseluruhan	90
4.10	Klasifikasi Penilaian Untuk Setiap Indikator <i>Satisfaction</i> ...	92
4.11	Klasifikasi dan Rekapitulasi Data <i>Satisfaction</i> Pengguna <i>E-Wallet</i>	92
4.12	Klasifikasi Penilaian Indikator <i>Satisfaction</i> Secara Keseluruhan.....	95
4.13	Klasifikasi Penilaian Untuk Setiap Indikator <i>Trust</i>	96
4.14	Klasifikasi dan Rekapitulasi Data <i>Trust</i> Pengguna <i>E-Wallet</i> .	96
4.15	Klasifikasi Penilaian Indikator <i>Trust</i> Secara keseluruhan	98
4.16	Klasifikasi Penilaian Untuk Setiap Indikator <i>Continuance Intention to Use</i>	100
4.17	Klasifikasi dan Rekapitulasi Data <i>Continuance Intention to Use</i> Pengguna <i>E-Wallet</i>	100
4.18	Klasifikasi Penilaian Indikator <i>Continuance Intention to Use</i> Secara Keseluruhan.....	102
4.19	Nilai <i>Outer Loading</i> (Sebelum Modifikasi)	104
4.20	Nilai <i>Outer Loading</i> (Sesudah Modifikasi).....	107
4.21	Nilai <i>Discriminant Validity</i> (FLC)	108
4.22	Nilai <i>Average Variant Extracted</i> (AVE).....	109
4.23	Nilai <i>Composite Reliability</i>	110
4.24	Nilai <i>R-Square</i>	111
4.25	Hasil Uji Hipotesis melalui <i>Path Coefficient</i> Teknik <i>Bootstrapping</i>	114
4.26	Hasil Uji Hipotesis melalui <i>Indirect Effect</i> Teknik <i>Bootstrapping</i>	117

DAFTAR GAMBAR

Nomor	Judul	Halaman
1.1	Proyeksi Nilai Transaksi <i>E-Wallet</i> di Indonesia	3
1.2	<i>E-Wallet</i> yang Paling Sering Digunakan.....	4
2.1	Frekuensi Publikasi TAM	12
2.2	<i>Technology Acceptance Model</i>	13
2.3	Kerangka Pemikiran.....	43
3.1	Logo OVO.....	47
3.2	Logo Gopay.....	48
3.3	Logo ShopeePay.....	49
3.4	Logo DANA.....	50
3.5	Logo LinkAja	51
3.6	Model Penelitian	65
4.1	Struktur Model PLS-SEM	103
4.2	Model Struktural Hasil Modifikasi	106
4.3	Hasil Proses <i>Bootstrapping</i>	111

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Judul	Halaman
1	Lampiran Waktu Penelitian	145
2	Lampiran Kuesioner	146
3	Lampiran Karakteristik Responden.....	157
4	Lampiran Rekapitulasi Kuesioner Penelitian.....	160
5	Lampiran Uji <i>Outer Model</i>	217
6	Lampiran Uji <i>Inner Model</i>	222