

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	i
<b>HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN</b> .....	ii
<b>LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI</b> .....	iii
<b>HALAMAN PENGESAHAN</b> .....	iv
<b>UCAPAN TERIMA KASIH</b> .....	v
<b>HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI ILMIAH</b> .....	vii
<b>ABSTRAK</b> .....	viii
<b>DAFTAR ISI</b> .....	x
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	xiii
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	xiv
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	xv
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	1
1.1. Latar Belakang .....	1
1.2. Identifikasi Masalah .....	7
1.3. Rumusan Masalah .....	7
1.4. Tujuan Penelitian .....	8
1.5. Manfaat Penelitian .....	8
1.4.1. Manfaat Teoritis .....	8
1.4.2. Manfaat Praktis .....	8
<b>BAB II LANDASAN TEORI</b> .....	10
2.1. Tinjauan Teori .....	10
2.1.1. Definisi Prilaku Konsumen .....	10
2.1.1.1 Model Prilaku Konsumen .....	10
2.1.2. Definisi Keputusan Pembelian .....	11
2.1.2.1 Proses Pengambilan Keputusan .....	12
2.1.2.2 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Konsumen ...	13
2.1.2.3 Dimensi Keputusan Pembelian .....	16
2.1.3. Kepercayaan ( <i>Trust</i> ) .....	16
2.1.3.1 Faktor yang Mempengaruhi Kepercayaan ( <i>Trust</i> ) .....	17
2.1.3.2 Dimensi Kepercayaan ( <i>Trust</i> ) .....	18
2.1.4 Persepsi Manfaat ( <i>Percheived Usefulness</i> ) .....	19
2.1.4.1. Faktor yang Mempengaruhi Persepsi Manfaat ( <i>Percheived Usefulness</i> ) .....	20
2.1.4.2. Dimensi Persepsi Manfaat ( <i>Percheived Usefulness</i> ) .....	20
2.1.5 Persepsi Kemudahan ( <i>Percheived Ease of Use</i> ) .....	21
2.1.5.1 Faktor yang Mempengaruhi Persepsi Kemudahan ( <i>Percheived Ease of Use</i> ) .....	22
2.1.5.2 Dimensi Persepsi Kemudahan ( <i>Percheived Ease of Use</i> ) .....	22

2.2.	Penelitian Terdahulu.....	22
2.3.	Hubungan Antar Variabel.....	28
2.4.	Hipotesis Penelitian.....	30
2.5.	Model Penelitian .....	30
<b>BAB III</b>	<b>METODE PENELITIAN .....</b>	<b>32</b>
3.1.	Rencana Penelitian .....	32
3.2.	Objek Penelitian.....	32
3.3.	Tempat dan Waktu Penelitian.....	32
3.4.	Jenis dan Sumber Data .....	32
3.4.1.	Jenis Data.....	32
3.4.2.	Sumber Data.....	32
3.4.2.1.	Data Primer .....	33
3.4.2.2.	Data Sekunder.....	33
3.5.	Populasi, Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel .....	34
3.5.1.	Populasi .....	34
3.5.2.	Sampel .....	34
3.5.3.	Teknik Pengambilan Sampel .....	34
3.6.	Unit Analisis .....	35
3.7.	Definisi Operasional Variabel.....	35
3.7.1.	Operasionalisasi Persepsi Manfaat ( $X_1$ ).....	35
3.7.2.	Operasionalisasi Persepsi Kemudahan ( $X_2$ ) .....	35
3.7.3.	Operasionalisasi Kepercayaan ( $Z$ ) .....	36
3.7.4.	Operasionalisasi Keputusan Menggunakan ( $Y$ ).....	36
3.8.	Teknik Analisis Data .....	37
3.8.1.	Uji Validitas .....	38
3.8.2.	Uji Reliabilitas .....	38
3.8.3.	Analisis Jalur ( <i>Path Analysis</i> ).....	33
3.8.4.	Uji Parsial (Uji $t$ ).....	42
3.8.5.	Analisis Koefisien Determinasi ( $R^2$ ).....	42
<b>BAB IV</b>	<b>HASIL PENELITIAN .....</b>	<b>43</b>
4.1.	Rencana Penelitian .....	43
4.2.	Uji Validitas .....	49
4.3.	Uji Reliabilitas.....	52
4.4.	Analisis Jalur ( <i>Path Analysis</i> ).....	52
4.4.1.	Analisis Jalur Tahap 1 .....	52
4.4.2.	Analisis Jalur Tahap 2 .....	54
4.4.3.	Analisis Jalur Gabungan Tahap 1 dan Tahap 2 .....	57
<b>BAB V</b>	<b>PEMBAHASAN .....</b>	<b>59</b>
5.1.	Pembahasan Hasil Penelitian .....	59

5.1.1.	Pengaruh Persepsi Manfaat ( $X_1$ ) terhadap Kepercayaan (Z).....	59
5.1.2.	Pengaruh Persepsi Kemudahan ( $X_2$ ) terhadap Kepercayaan (Z).....	60
5.1.3.	Pengaruh Persepsi Manfaat ( $X_1$ ) terhadap Keputusan Menggunakan (Y) .....	61
5.1.4.	Pengaruh Persepsi Kemudahan ( $X_2$ ) terhadap Keputusan Menggunakan (Y) .....	62
5.1.5.	Pengaruh Kepercayaan (Z) terhadap Keputusan Menggunakan (Y) .....	63
5.1.6.	Pengaruh Persepsi Manfaat ( $X_1$ ) terhadap Keputusan Menggunakan (Y) melalui Kepercayaan (Z) .....	63
5.1.7.	Pengaruh Persepsi Kemudahan ( $X_2$ ) terhadap Keputusan Menggunakan (Y) melalui Kepercayaan (Z) .....	64
5.2.	Temuan Penelitian .....	65
5.3.	Keterbatasan Penelitian.....	66
<b>BAB VI PENUTUP</b> .....		67
6.1.	Kesimpulan .....	67
6.2.	Saran .....	68
6.3.	Implikasi Penelitian .....	69
6.3.1.	Implikasi Teoritis .....	69
6.3.2.	Implikasi Praktis.....	69
<b>DAFTAR REFERENSI</b> .....		71
<b>LAMPIRAN</b> .....		74

## DAFTAR TABEL

Nomor	Nama Tabel	Halaman
1.1	Rating <i>Mobile Payment</i> di Play Store Tahun 2019 .....	3
2.1	Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kepercayaan.....	18
2.2	Ringkasan Penelitian Terdahulu.....	23
3.1	Skor Skala Likert.....	33
3.2	Definisi Operasionalisasi Variabel.....	36
3.3	Interpretasi Koefisien Korelasi Nilai r .....	39
4.1	Uji Validitas .....	50
4.2	Hasil Uji Reliabilitas .....	52
4.3	Hasil Uji Persepsi Manfaat dan Persepsi Kemudahan terhadap Kepercayaan.....	52
4.4	Nilai Koefisien Determinasi Persepsi Manfaat dan Persepsi Kemudahan terhadap Kepercayaan.....	53
4.5	Hasil Uji Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, dan Kepercayaan terhadap Keputusan Menggunakan .....	54
4.6	Nilai Koefisien Determinasi Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, dan Kepercayaan terhadap Keputusan Menggunakan.....	55
4.7	Hasil Perhitungan Pengaruh.....	58

## DAFTAR GAMBAR

Nomor	Nama Gambar	Halaman
1.1	Grafik Jumlah Uang Elektronik yang Beredar di Indonesia.....	2
1.2	<i>Smartphone Subscription Penetration vs Electronic Banking Platforms Penetration</i> .....	2
1.3	<i>Mobile Payment User Base Tahun 2017</i> .....	3
1.4	Pra Survei Tentang Manfaat dalam Bertransaksi Menggunakan Aplikasi Layanan OVO di Tangerang .....	5
1.5	Pra Survei Tentang Kemudahan dalam Bertransaksi Menggunakan Aplikasi Layanan OVO di Tangerang .....	5
1.6	Pra Survei Tentang Kepercayaan dalam Bertransaksi Menggunakan Aplikasi Layanan OVO di Tangerang .....	6
2.1	Model Prilaku Konsumen .....	11
2.2	Proses Pengambilan Keputusan Konsumen.....	13
2.3	Model Penelitian .....	31
3.1	Hubungan Kausal Substruktural 1 .....	40
3.2	Hubungan Kausal Substruktural Persamaan 2 .....	40
3.3	Struktur Akhir Analisis Jalur 2 .....	41
4.1	Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	43
4.2	Responden Berdasarkan Rata-Rata Usia .....	44
4.3	Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir .....	44
4.4	Responden Berdasarkan Pekerjaan Saat Ini.....	45
4.5	Responden Berdasarkan Penghasilan Perbulan .....	46
4.6	Responden Berdasarkan Sarana Mengetahui Aplikasi Layanan OVO .....	46
4.7	Responden Berdasarkan Frekuensi Penggunaan OVO .....	47
4.8	Responden Berdasarkan Transaksi Yang Paling Sering Dilakukan.....	48
4.9	Responden Berdasarkan Biaya Yang Dikeluarkan Perbulan Untuk <i>Top-up</i> .....	49
4.10	Tahap 1 Analisis Jalur .....	54
4.11	Tahap 2 Analisis Jalur .....	56
4.12	Analisis Jalur Gabungan Tahap 1 dan 2 .....	57

**DAFTAR LAMPIRAN**

<b>Lampiran No</b>	<b>Nama Lampiran</b>	<b>Halaman</b>
1	Lampiran Pra Survei.....	75
2	Lampiran Kuesioner .....	77
3	Lampiran Tabulasi Data Karakteristik 30 dan 140 Responden .....	81
4	Tabulasi Data Pre-Test (30 responden) .....	82
5	Tabulasi Data 140 Responden.....	83
6	Hasil Pernyataan Tertinggi dan Terendah .....	87
7	Hasil Uji Validitas (30 Responden).....	88
8	Hasil Uji Reliabilitas (30 Responden) .....	91
9	Hasil Analisis Jalur.....	92