

## DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN .....	ii
LEMBAR PENGESAHAN .....	iii
KATA PENGANTAR .....	iv
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH.....	v
ABSTRAK .....	vi
<i>ABSTRACT</i> .....	vii
DAFTAR ISI .....	viii
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR .....	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN .....	1
1.1. Latar Belakang .....	1
1.2. Rumusan Masalah .....	5
1.3. Tujuan Penelitian.....	6
1.4. Manfaat Penelitian.....	6
BAB II LANDASAN TEORI.....	7
2.1. Tinjauan Teori .....	7
2.1.1. <i>Theory of Reasoned Action (TRA)</i> .....	7
2.1.2. <i>Technology Acceptance Model (TAM)</i> .....	7
2.1.3. Instrumen Pembayaran .....	8
2.1.4. <i>Electronic Money (e-money)</i> .....	8
2.1.4.1. Kelemahan Uang Elektronik.....	9
2.1.4.2. Kelebihan Uang Elektronik.....	9
2.1.5. Niat Pengguna.....	10
2.1.5.1. Pengertian Niat.....	10
2.1.5.2. Indikator Niat .....	10
2.1.6. Persepsi Kemudahan Penggunaan .....	11
2.1.6.1. Pengertian Persepsi Kemudahan Penggunaan .....	11
2.1.6.2. Unsur Kemudahan Penggunaan .....	11
2.1.6.3. Dimensi Kemudahan Penggunaan .....	12
2.1.7. Persepsi Manfaat.....	13
2.1.7.1. Karakteristik Kemanfaatan Uang Elektronik.....	13
2.1.8. Kepercayaan Konsumen .....	13
2.1.8.1. Pengertian Kepercayaan Konsumen .....	13
2.1.8.2. Manfaat Kepercayaan Konsumen .....	14
2.2. Hasil Penelitian Sebelumnya.....	14
2.3. Hubungan Antar Variabel .....	20
2.3.1. Persepsi Kemudahan Pengguna dengan Kepercayaan Konsumen .....	20

2.3.2. Persepsi Manfaat dengan Kepercayaan Konsumen.....	20
2.3.3. Persepsi Kemudahan Penggunaan dengan Niat Pengguna.....	21
2.3.4. Persepsi Manfaat dengan Niat Pengguna. ....	21
2.3.5. Kepercayaan Konsumen dengan Niat Pengguna.....	21
2.4. Hipotesis Penelitian.....	21
2.5. Model Penelitian.....	22
<b>BAB III METODE PENELITIAN.....</b>	<b>23</b>
3.1. Desain Penelitian .....	23
3.2. Jenis dan Sumber Data .....	23
3.3. Populasi, Sampel, dan Teknik Pengambilan Sampel .....	24
3.3.1. Populasi .....	24
3.3.2. Sampel danTeknik Pengambilan Sampel .....	24
3.4. Unit Analisis.....	24
3.5. Definisi Operasional Variabel .....	24
3.6. Teknik Analisis Data .....	28
3.6.1.Metode Pengumpulan Data .....	28
3.6.2. Rancangan Pengujian Hipotesis dan Metode Analisis Data.....	28
3.6.2.1. Uji Validitas .....	28
3.6.2.2. Uji Reliabilitas .....	28
3.6.3. Uji Hipotesis .....	29
3.6.3.1. Uji t .....	29
3.7. Analisis Jalur ( <i>Path Analysis</i> ) .....	29
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN .....</b>	<b>31</b>
4.1. Hasil Pengumpulan Data .....	31
4.2. Karakteristik Responden .....	31
4.2.1. Berdasarkan Jenis Kelamin.....	31
4.2.2. Berdasarkan Usia .....	32
4.2.3. Berdasarkan Pendidikan Terakhir.....	32
4.2.4. Berdasarkan Jenis Pekerjaan.....	33
4.2.5. Berdasarkan jumlah pengeluaran dalam sebulan.....	34
4.2.6. Berdasarkan Frekuensi Penggunaan .....	34
4.3. Uji Validitas .....	35
4.4. Uji Reliabilitas.....	38
4.5. Analisis Deskriptif Penelitian.....	39
4.5.1. Variabel Persepsi Kemudahan Penggunaan ( $X_1$ ) .....	39
4.5.2. Variabel Persepsi Manfaat ( $X_2$ ) .....	41
4.5.3. Variabel Kepercayaan Konsumen ( $X_3$ ) .....	41
4.5.4. Niat Pengguna (Y) .....	43
4.6. Analisis Jalur ( <i>Path Analysis</i> ) .....	44
4.6.1. Analisis Jalur Tahap 1 .....	44
4.6.2. Analisis Jalur Tahap 2 .....	47
4.6.3. Analisis Jalur Tahap 1 dan 2 .....	50

BAB V PEMBAHASAN HASIL PENELITIAN .....	53
5.1. Pembahasan Hasil Penelitian.....	53
5.1.1. Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan terhadap Kepercayaan Konsumen.....	53
5.1.2. Pengaruh Persepsi Manfaat terhadap Kepercayaan Konsumen.....	53
5.1.3. Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan terhadap Niat Pengguna	54
5.1.4. Pengaruh Persepsi Manfaat terhadap Niat Pengguna .....	55
5.1.5. Pengaruh Kepercayaan Konsumen terhadap Niat Pengguna.....	55
5.2. Temuan dalam Penelitian .....	56
5.3. Batasan Penelitian .....	56
BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN .....	57
6.1. Kesimpulan.....	57
6.2. Saran .....	57
6.3. Implikasi Penelitian.....	58
DAFTAR REFERENSI .....	59