

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>LEMBAR PERSETUJUAN PROPOSAL SKRIPSI .....</b>	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN .....</b>	<b>iii</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN .....</b>	<b>iv</b>
<b>HALAMAN PERNYATAAN PENGESAHAN PUBLIKASI .....</b>	<b>vii</b>
<b>ABSTRAK.....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>x</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xiv</b>
<b>DAFTAR RUMUS .....</b>	<b>xv</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xiv</b>
<b>BAB 1 PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang Masalah .....	1
1.2 Identifikasi Masalah .....	3
1.3 Rumusan Masalah .....	4
1.4 Tujuan Penelitian .....	4
1.5 Manfaat penelitian.....	4
<b>BAB II LANDASAN TEORI.....</b>	<b>6</b>
2.1 Teori Terkait Variabel Penelitian.....	6
2.1.1 Difusi Inovasi.....	6
2.1.1.1 Pengertian Difusi Inovasi .....	6
2.1.1.2 Elemen Difusi Inovasi .....	7
2.1.1.3 Atribut Difusi Inovasi.....	9
2.1.1.4 Proses Keputusan Inovasi.....	10
2.1.1.5 Jenis Keputusan Inovasi .....	11
2.1.2 Niat Konsumen .....	11
2.1.2.1 Pengertian Niat Konsumen .....	11
2.1.2.2 Faktor- Faktor TAM.....	12
2.1.2.3 Dimensi Niat Konsumen .....	14
2.1.3 <i>Mobile Payment</i> .....	15
2.1.3.1 Pengertian <i>Mobile Payment</i> .....	15
2.1.3.2 Kategori <i>Mobile Payment</i> .....	15
2.2 Penelitian Terdahulu .....	16
2.3 Hubungan Antar Variabel.....	21
2.3.1 Hubungan Atribut Difusi Inovasi Terhadap Niat Konsumen .	21
2.4 Hipotesis Penelitian.....	23
2.5 Model Penelitian .....	23

<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>25</b>
3.1    Desain Riset .....	25
3.2    Jenis dan Sumber Data .....	25
3.2.1    Jenis Data .....	25
3.2.2    Sumber Data .....	26
3.3    Populasi, Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel .....	26
3.3.1    Populasi .....	26
3.3.2    Sampel .....	26
3.3.3    Teknik Pengambilan Sampel .....	26
3.4    Unit Analisis .....	27
3.5    Definisi Operasional Variabel.....	27
3.5.1    Variabel Independen.....	27
3.5.2    Difusi Inovasi.....	28
3.5.3    Variabel Dependen.....	33
3.5.4    Niat Konsumen .....	33
3.6    Teknik Analisis Data .....	34
3.6.1    Uji Validitas .....	34
3.6.2    Uji Reliabilitas .....	34
3.6.3    Uji Regresi Linier Berganda .....	35
3.6.4    Uji F.....	35
3.6.5    Uji t.....	36
3.6.6    Koefisien Determinasi .....	37
 <b>BAB IV HASIL PENELITIAN .....</b>	 <b>38</b>
4.1    Hasil Penelitian .....	38
4.1.1    Karakteristik Responden .....	38
4.2    Teknik Analisis Data .....	40
4.2.1    Uji Validitas .....	40
4.2.2    Uji Reliabilitas .....	45
4.3    Hasil Uji Deskriptif Statistik .....	46
4.4    Uji Hipotesis .....	53
4.4.1    Uji Analisis Regresi .....	53
4.4.3    Uji F.....	54
4.4.4    Uji t.....	55
 <b>BAB V PEMBAHASAN .....</b>	 <b>60</b>
5.1    Pengaruh <i>Relative Advantage</i> Terhadap Niat konsumen .....	60
5.2    Pengaruh <i>Compatibility</i> Terhadap Niat konsumen .....	60
5.3    Pengaruh <i>Complexity</i> Terhadap Niat konsumen.....	60
5.4    Pengaruh <i>Trialability</i> Terhadap Niat konsumen.....	61
5.5    Pengaruh <i>Observability</i> Terhadap Niat konsumen .....	61

5.6	Temuan Penelitian.....	61
5.7	Keterbatasan Penelitian .....	62
<b>BAB VI PENUTUP .....</b>		<b>64</b>
6.1	Kesimpulan .....	64
6.2	Saran.....	65
6.3	Implikasi Penelitian.....	65
<b>DAFTAR REFRENSI.....</b>		<b>66</b>
<b>LAMPIRAN .....</b>		<b>70</b>

## DAFTAR TABEL

Table 2.1 Indikator Persepsi Kemudahan dan Persepsi Manfaat .....	13
Tabel 2.2 Penelitian Terdahulu.....	16
Tabel 3.1 Skala Jawaban Likert .....	26
Tabel 3.2 Operasional Variabel <i>Relative Advantage</i> .....	28
Tabel 3.3 Operasional Variabel <i>Compatibility</i> .....	29
Tabel 3.4 Operasional Variabel <i>Complexity</i> .....	30
Tabel 3.5 Operasional Variabel <i>Trialability</i> .....	31
Tabel 3.6 Operasional Variabel <i>Observability</i> .....	32
Tabel 3.7 Operasional Variabel Niat Konsumen .....	33
Tabel 3.8 Nilai Alpha Cronbach .....	35
Tabel 4.1 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	38
Tabel 4.2 Responden Berdasarkan Usia Saat Ini.....	38
Tabel 4.3 Responden Berdasarkan <i>Install Aplikasi Mobile Payment OVO</i> .....	39
Tabel 4.4 Responden Berdasarkan <i>Top-up di Mobile Payment OVO</i> .....	40
Tabel 4.5 Uji Validitas <i>Relative Advantage</i> .....	40
Tabel 4.6 Uji Validitas <i>Compatibility</i> .....	41
Tabel 4.7 Uji Validitas <i>Complexity</i> .....	42
Tabel 4.8 Uji Validitas <i>Trialability</i> .....	43
Tabel 4.9 Uji Validitas <i>Observability</i> .....	44
Tabel 4.10 Uji Validitas Niat Konsumen .....	44
Tabel 4.11 Uji Reliabilitas .....	45
Tabel 4.12 Skala Pengukuran Indeks.....	47
Tabel 4.13 Analisis Deskriptif <i>Relative Advantage</i> .....	47
Tabel 4.14 Analisis Deskriptif <i>Compatibility</i> .....	49
Tabel 4.15 Analisis Deskriptif <i>Complexity</i> .....	50
Tabel 4.16 Analisis Deskriptif <i>Trialability</i> .....	51
Tabel 4.17 Analisis Deskriptif <i>Observability</i> .....	51
Tabel 4.18 Analisis Deskriptif Niat Konsumen .....	52
Tabel 4.19 Hasil Uji F.....	54
Tabel 4.20 Hasil Uji t.....	55
Tabel 4.21 Hasil Uji Analisis Regresi.....	56
Tabel 4.22 Hasil Uji Determinasi ( $R^2$ ).....	58

**DAFTAR GAMBAR**

Gambar 2.1 Model Penelitian..... 24  
Gambar 4.1 Model Uji Hipotesis..... 54

**DAFTAR RUMUS**

3.1 Rumus Validitas.....	34
3.2 Rumus Reliabilitas .....	35
3.3 Rumus Regresi Berganda .....	35

**DAFTAR LAMPIRAN**

<b>LAMPIRAN 1</b> .....	<b>70</b>
1.1 Kuisisioner .....	70
<b>LAMPIRAN 2</b> .....	<b>75</b>
2.1 Tabulasi Data 30 Responden .....	75
<b>LAMPIRAN 3</b> .....	<b>81</b>
3.1 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas.....	81
<b>LAMPIRAN 4</b> .....	<b>93</b>
4.1 Tabulasi Data Analisis Deskriptif.....	93
4.2 Hasil Analisis Deskriptif .....	96
<b>LAMPIRAN 5</b> .....	<b>110</b>
5.1 Tabulasi Data 90 Responden .....	110
5.2 Hasil Analisis Hipotesis .....	128

