

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN	i
LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
KATA PENGANTAR	iv
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI ILMIAH	vi
ABSTRAK	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Identifikasi Masalah	5
1.3 Rumusan Masalah	6
1.4 Tujuan Penelitian.....	6
1.5 Manfaat Penelitian.....	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Tinjauan Pustaka	8
2.1.1 Keputusan Penggunaan.....	8
2.1.1.1 Faktor-faktor pengambilan keputusan	8
2.1.1.2 Dimensi keputusan penggunaan	8
2.1.2 Persepsi Kemudahan Penggunaan.....	9
2.1.2.1 Indikator Persepsi Kemudahan Penggunaan.....	9
2.1.2.2 Dimensi Persepsi Kemudahan Penggunaan	9
2.1.3 Citra Merek (<i>Brand Image</i>).....	10
2.1.3.1 Faktor-faktor Pendukung Citra Merek	10
2.1.3.2 Manfaat Citra Merek bagi Perusahaan.....	11
2.1.3.3 Dimensi Citra Merek	11
2.1.4 Gaya Hidup (<i>Lifestyle</i>)	12

2.1.4.1	Dimensi Gaya Hidup	12
2.1.4.2	Kategori Gaya Hidup	13
2.2	Penelitian Terdahulu	14
2.3	Hipotesis Penelitian	16
2.4	Model Penelitian	17
BAB III METODOLOGI PENELITIAN		
3.1	Desain Riset	18
3.2	Jenis dan Sumber Data	18
3.2.1	Jenis Data	18
3.2.2	Sumber Data	19
3.3	Populasi, Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel	19
3.3.1	Populasi	19
3.3.2	Sampel	19
3.3.3	Teknik Pengambilan Sampel	20
3.4	Unit Analisis Data	20
3.5	Definisi Operasional Variabel	21
3.5.1	Variabel Independen (X)	21
3.5.2	Variabel Dependen (Y)	22
3.6	Operasional Variabel	22
3.7	Teknik Pengumpulan Data	25
3.7.1	Uji Instrumental Penelitian	25
3.7.1.1	Uji Validitas	25
3.7.1.2	Uji Reabilitas	26
3.7.2	Uji Persyaratan Analisis Data	27
3.7.2.1	Uji Normalitas	27
3.7.2.2	Uji Multikolinieritas	28
3.7.2.3	Uji Heteroskedastisitas	28
3.7.2.4	Uji Autokorelasi	29
3.7.3	Uji Hipotesis	29
3.7.3.1	Analisis Regresi Berganda	29
3.7.3.2	Uji F	30
3.7.3.3	Uji t	30

	3.7.3.4 Koefisien Determinan (R^2)	31
BAB IV	HASIL PENELITIAN	
	4.1 Hasil Penelitian	32
	4.1.1 Karakteristik Responden	32
	4.2 Hasil Uji Instrumental Penelitian	37
	4.2.1 Uji Validitas	37
	4.2.2 Uji Reliabilitas	41
	4.3 Uji Persyaratan Analisis Data	41
	4.3.1 Uji Normalitas	41
	4.3.2 Uji Multikolinieritas	45
	4.3.3 Uji Heteroskedastisitas	45
	4.3.4 Uji Autokorelasi	46
	4.4 Analisis Data	47
	4.4.1 Analisis Regresi Linier Berganda	47
	4.4.2 Uji F	48
	4.4.3 Uji t	48
	4.4.4 Koefisien Determinan	50
BAB V	PEMBAHASAN	
	5.1 Pembahasan Hasil Penelitian	52
	5.1.1 Pengaruh X1, X2, X3 terhadap Y	52
	5.1.2 Pengaruh X1 terhadap Y	52
	5.1.3 Pengaruh X2 terhadap Y	53
	5.1.4 Pengaruh X3 terhadap Y	54
	5.1.5 Pengaruh Citra Merek Lebih Dominan Terhadap Keputusan Penggunaan	54
	5.2 Temuan Penelitian	55
	5.3 Keterbatasan Penelitian	55
BAB VI	PENUTUP	
	6.1 Kesimpulan	56
	6.2 Saran	56

6.3 Implikasi Penelitian.....	57
6.3.1 Implikasi Teoritis	57
6.3.2 Implikasi Praktis	57
DAFTAR PUSTAKA.....	59
LAMPIRAN.....	62

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Penyelenggara Uang Elektronik di Indonesia	2
Tabel 1.2	Hasil Prasurvei Variabel Keputusan Penggunaan.....	3
Tabel 1.3	Hasil Prasurvei Variabel Persepsi Kemudahan Penggunaan.....	4
Tabel 1.4	Hasil Prasurvei Variabel Citra Merek	4
Tabel 1.5	Hasil Prasurvei Variabel Gaya Hidup.....	5
Tabel 2.1	Dimensi Gaya Hidup.....	12
Tabel 2.2	Penelitian Terdahulu.	14
Tabel 3.1	Pengukuran Skala Likert.	18
Tabel 3.2	Operasional Variabel Penelitian.....	22
Tabel 3.3	Nilai <i>Cronbach Alpha</i>	26
Tabel 4.1	Hasil Uji Validitas.....	37
Tabel 4.2	Hasil Uji Reliabilitas.	41
Tabel 4.3	Hasil Uji Normalitas.....	42
Tabel 4.4	Hasil Uji Multikolinieritas	45
Tabel 4.5	Hasil Uji Heteroskedastisitas.	46
Tabel 4.6	Hasil Uji Autokorelasi.....	46
Tabel 4.7	Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda.....	47
Tabel 4.8	Hasil Uji F terhadap Variabel Dependent (Y).....	48
Tabel 4.9	Hasil Uji t.....	49
Tabel 4.10	Hasil Uji Koefisien Determinan.....	51

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	Aplikasi ShopeePay.....	2
Gambar 2.1	Model Penelitian.....	17
Gambar 4.1	Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	32
Gambar 4.2	Responden Berdasarkan Usia.....	33
Gambar 4.3	Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	33
Gambar 4.4	Responden Berdasarkan Top-up Perbulan.....	34
Gambar 4.5	Responden Berdasarkan Waktu Terakhir Bertransaksi.....	35
Gambar 4.6	Responden Berdasarkan Frekuensi Menggunakan Shopee Pay.....	35
Gambar 4.7	Responden Berdasarkan Jenis Transaksi Melalui Shopee Pay.....	36
Gambar 4.8	Hasil Histogram Persepsi Kemudahan Penggunaan.....	43
Gambar 4.9	Hasil Histogram Citra Merek.....	43
Gambar 4.10	Hasil Histogram Gaya Hidup.....	44
Gambar 4.11	Hasil Histogram Keputusan Penggunaan.....	44

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	<i>Pra Survei</i>	62
Lampiran 2	Kuesioner Penelitian	65
Lampiran 3	Karakteristik Responden	71
Lampiran 4	Hasil Uji Validitas	73
Lampiran 5	Hasil Uji Reliabilitas	79
Lampiran 6	Tabulasi 100 Responden.....	80
Lampiran 7	Hasil Uji Persyaratan Analisis Data	95
Lampiran 8	Hasil Uji Analisis Linear Berganda.....	98

