

DAFTAR ISI

COVER	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PERNYATAAN	iii
HALAMAN MOTO DAN PERSEMBAHAN	iv
KATA PENGANTAR	v
ABSTRAK	vii
ABSTRACT	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xivv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	1
1.1.1 Gopay	1
1.1.2 OVO.....	2
1.1.3 LinkAja	3
1.1.4 DANA.....	5
1.2 Latar Belakang	6
1.3 Rumusan Masalah	15
1.4 Tujuan Penelitian	15
1.5 Kegunaan Penelitian.....	15
1.5.1 Kegunaan Teoritis	16
1.5.2 Kegunaan Praktis	16
1.6 Sistematika Penulisan Tugas Akhir Sistematika.....	16
BAB II TINJAUAN PUSTAKA PENELITIAN	17

2.1 Tinjauan Pustaka Penelitian	17
2.1.1 Managemen Pemasaran	17
2.1.2 Persepsi Konsumen.....	17
2.1.3 Jasa.....	19
2.1.4 Strategi STP	20
2.1.5 Perceptual Map	22
2.1.7 Uang Elektronik.....	23
2.1.8 E-wallet.....	24
2.1.9 Ease of use	24
2.1.10 Promotion.....	25
2.1.11 Faktor Pendukung	25
2.1.12 Nilai harga.....	26
2.1.13 Perceived Usefulness	26
2.1.14 Trust	27
2.2 Penelitian Terdahulu	28
2.3 Kerangka Pemikiran.....	38
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	40
3.1 Karakteristik Penelitian.....	40
3.2 Alat Pengumpulan Data	41
3.2.1 Skala Pengukuran	41
3.2.2 Variabel Operasional	41
3.3 Tahapan Penelitian	44
3.4 Populasi dan Sampel	44
3.4.1 Populasi.....	44
3.4.2 Sampel	45
3.4.3 Teknik Sampling.....	46
3.5 Pengumpulan Data dan Sumber Data	46

3.5.1 Jenis Data.....	46
3.6 Validitas dan Reabilitas.....	47
3.6.1 Uji Validitas.....	47
3.6.2 Uji Reabilitas.....	48
3.7 Teknik Analisis Data.....	49
3.7.1 Multidimensional Scalling.....	49
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	52
4.1 Karakteristik Responden.....	52
4.1.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	52
4.1.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Umur.....	53
4.1.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir.....	54
4.1.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	55
4.1.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan.....	56
4.1.6 Alasan Utama Responden Menggunakan E-wallet.....	57
4.2 Peta <i>Positioning</i>	58
4.3 Peta <i>Positioning</i> Berdasarkan Atribut.....	58
4.3.1 Peta <i>Positioning Ease of use</i>	59
4.3.2 Peta <i>Positioning Promotion</i>	60
4.3.3 Peta <i>Positioning</i> kondisi pendukung.....	62
4.3.4 Peta <i>Positioning</i> Nilai Harga.....	63
4.3.5 Peta <i>Positioning Perceived Usefulness</i>	65
4.3.6 Peta <i>Positioning Trust</i>	66
4.3.6 Peta <i>Positioning</i> Persepsi Konsumen Terhadap Produk E-wallet Berdasarkan Atribut Secara Keseluruhan.....	68
4.4 Analisis Manajerial.....	69
BAB V KESIMPULAN & SARAN.....	71
5.1 Kesimpulan.....	71

5.2 Saran.....	72
5.2.1 Saran Bagi Perusahaan.....	72
5.2.2 Saran Bagi Peneliti Selanjutnya.....	73
DAFTAR PUSTAKA	74
LAMPIRAN.....	78