

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	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	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	1
1.1.1 Profil Perusahaan OVO	1
1.1.2 Logo Perusahaan	1
1.1.3 Visi – Misi OVO	2
1.1.4 Fitur – Fitur OVO.....	2
1.1.5 Jenis Keanggotaan OVO	2
1.2 Latar Belakang	3
1.3 Rumusan Masalah	13
1.4 Tujuan Penelitian.....	13
1.5 Kegunaan Penelitian.....	14
1.5.1 Aspek Teoritis	14
1.5.2 Aspek Praktis.....	14
1.6 Sistematika Penulisan.....	14
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	16
2.1 Tinjauan Pustaka	16
2.1.1 Pemasaran.....	16
2.1.2 Digital Marketing	16
2.1.3 <i>E-Wallet</i>	17

2.1.4	Persepsi Kemudahan	17
2.1.5	Dimensi Persepsi Kemudahan	18
2.1.6	Pesepsi Manfaat.....	18
2.1.7	Dimensi Persepsi Manfaat.....	19
2.1.8	Persepsi Keamanan.....	19
2.1.9	Dimensi Persepsi Keamanan	20
2.1.10	Minat Menggunakan.....	20
2.1.11	Dimensi Minat Menggunakan	21
2.1.12	Hubungan antara Persepsi Kemudahan dengan Minat Menggunakan	22
2.1.13	Hubungan antara Persepsi Manfaat dengan Minat Menggunakan .	22
2.1.14	Hubungan antara Persepsi Keamanan dengan Minat Menggunakan	23
2.2	Penelitian Terdahulu.....	24
2.3	Kerangka Pemikiran	39
2.4	Hipotesis Penelitian	41
2.5	Ruang Lingkup Penelitian	42
2.5.1	Variabel Penelitian	42
2.5.2	Lokasi dan Objek Penelitian.....	42
BAB III METODE PENELITIAN		43
3.1	Jenis Penelitian	43
3.2	Operasional Variabel dan Skala Pengukuran	43
3.2.1	Variabel Operasional	43
3.2.2	Skala Pengukuran	49
3.3	Tahapan Penelitian	50
3.4	Populasi dan Sampel.....	50
3.4.1	Populasi	50
3.4.2	Sampel.....	50
3.5	Teknik Pengumpulan Data	52
3.5.1	Data Primer.....	52
3.5.2	Data Sekunder	52
3.6	Uji Validitas dan Reliabilitas.....	53
3.6.1	Uji Validitas	53

3.6.2	Uji Reliabilitas.....	56
3.7	Teknik Analisis Data	56
3.7.1	Analisis Deskriptif.....	56
3.7.2	<i>Structural Equation Modeling (SEM)</i>	59
3.8	Metode Analisa Data	59
3.8.1	<i>Partial Least Square (PLS)</i>	59
3.8.2	Pengukuran Model (<i>Outer Model</i>).....	60
3.8.3	Pengukuran Struktural (<i>Inner Model</i>).....	61
3.8.4	Langkah-Langkah PLS	62
3.9	Uji Hipotesis.....	63
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		65
4.1	Pengumpulan Data	65
4.2	Karakteristik Responden	65
4.2.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	66
4.2.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	67
4.2.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	68
4.2.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili Kota.....	69
4.2.5	Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi Penggunaan	70
4.3	Hasil Penelitian	71
4.3.1	Analisis Deskriptif.....	71
4.3.2	Hasil Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>).....	84
4.3.3	Validitas Konvergen (<i>Convergent Validity</i>).....	85
4.3.4	Validitas Diskriminan (<i>Discriminant Validity</i>)	87
4.3.5	Reliabilitas.....	90
4.4	Hasil Uji Model Struktural (<i>Inner Model</i>).....	91
4.5	Uji Hipotesis.....	93
4.6	Pembahasan.....	96
4.6.1	Pembahasan Karakteristik Responden	97
4.6.2	Pembahasan Analisis Deskriptif.....	98
4.6.3	Pembahasan Antar Konstruk	100
4.6.4	Pembahasan Uji Hipotesis.....	101
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN		109
5.1	Kesimpulan.....	109

5.2	Saran.....	110
5.2.1	Saran Bagi Perusahaan	110
5.2.2	Saran Bagi Peneliti Selanjutnya	111
DAFTAR PUSTAKA		112
LAMPIRAN		119