

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
KATA PENGANTAR.....	iv
ABSTRAK	vi
ABSTRACT	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR TABEL	xii
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	1
1.1.1 Profil OVO.....	1
1.1.2 Logo Perusahaan.....	2
1.2 Latar Belakang Penelitian.....	2
1.3 Perumusan Masalah	8
1.4 Tujuan Penelitian	11
1.5 Manfaat Penelitian	12
1.5.1 Manfaat Teoritis.....	12
1.5.2 Manfaat Praktis	12
1.6 Sistematika Penulisan Tugas Akhir	12
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	15
2.1 Manajemen Operasi	15
2.2 5M (<i>Man, Money, Material, Machine, Methode</i>)	15
2.3 <i>Trend</i> Manajemen Operasi.....	16
2.4 Manajemen Teknologi	17
2.5 <i>Financial Technology</i>	17
2.5.1 Dompot Digital	18
2.6.1 <i>Theory of Reasoned Action</i> (TRA)	19
2.6.2 <i>Technology Acceptance Model</i> (TAM).....	19
2.6.3 <i>Theory of Planned Behavior</i> (TPB).....	19
2.6.4 <i>Unified Theory of Acceptance and Use of Technology</i> (UTAUT)	20
2.6.5 <i>Unified Theory of Acceptance and Use of Technology 2</i> (UTAUT2)	21

2.7	Penelitian Terdahulu	24
2.8	Kerangka Penelitian	41
2.9	Hipotesis Penelitian	45
BAB III METODE PENELITIAN		51
3.1	Jenis Penelitian	51
3.2	Operasionalisasi Variabel dan Skala Pengukuran	52
3.2.1	Jenis Variabel.....	52
3.2.2	Operasionalisasi Variabel	53
3.2.3	Skala Pengukuran	58
3.3	Tahapan Penelitian.....	59
3.4	Populasi dan Sampel.....	61
3.4.1	Populasi.....	61
3.4.2	Sampel	61
3.5	Pengumpulan Data.....	62
3.5.1	Jenis Data	62
3.6	Uji Validitas dan Reliabilitas	63
3.6.1	Uji Validitas.....	63
3.6.2	Hasil Uji Validitas	64
3.6.3	Uji Reliabilitas	65
3.6.4	Hasil Uji Reliabilitas.....	66
3.7	Teknik Analisis Data dan Pengujian Hipotesis.....	67
3.6.1	<i>Structural Equation Modeling</i> (SEM)	67
3.6.4	Pengujian Hipotesis	72
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		77
4.1	Karakteristik Responden.....	77
4.1.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Umur	77
4.1.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	78
4.1.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Asal Daerah	79
4.1.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi Penggunaan Dompot Digital OVO	80

4.1.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Alasan Untuk Menggunakan Aplikasi Dompot Digital OVO.....	81
4.1.6 Karakteristik Responden Berdasarkan Jangka Waktu Penggunaan Dompot Digital OVO	81
4.2 Hasil Penelitian	82
4.2.1 Uji Normalitas Data	82
4.2.2 Model Kerangka Konseptual	84
4.2.3 Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>)	84
4.2.4 Model Struktural (<i>Inner Model</i>)	90
4.2.5 Uji Hipotesis (<i>Bootsrapping</i>).....	94
4.2.6 <i>Importance and Performance Matrix Analysis</i> (IPMA)	95
4.3 Pembahasan Hasil Penelitian	98
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	103
5.1 Kesimpulan	103
5.2 Saran	106
5.2.1 Saran Praktis	106
5.2.2 Saran Teoritis.....	107
DAFTAR PUSTAKA.....	109
LAMPIRAN.....	115