

## DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Waktu Penelitian. ....	14
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu 1.....	22
Tabel 2. 2 Penelitian Terdahulu 2.....	23
Tabel 2. 3 Penelitian Terdahulu 3.....	24
Tabel 2. 4 Penelitian Terdahulu 4.....	24
Tabel 2. 5 Penelitian Terdahulu 5.....	25
Tabel 2. 6 Jurnal Nasional 6.....	25
Tabel 2. 7 Jurnal Nasional 7.....	26
Tabel 2. 8 Jurnal Nasional 8.....	26
Tabel 2. 9 Jurnal Nasional 9.....	27
Tabel 2. 10 Jurnal Nasional 10.....	27
Tabel 2. 11 Jurnal Internasional 11.....	28
Tabel 2. 12 Jurnal Internasional 12.....	29
Tabel 2. 13 Jurnal Internasional 13.....	29
Tabel 2. 14 Jurnal Internasional 14.....	30
Tabel 2. 15 Jurnal Internasional 15.....	30
Tabel 2. 16 Tabel Kerangka Pemikiran.....	32
Tabel 3. 1 Operasional Variabel.....	35
Tabel 3. 2 Skala Pengukuran.....	39
Tabel 3. 3 Hasil Uji Validitas Variabel X.....	42
Tabel 3. 4 Hasil Uji Validitas Variabel Y.....	43
Tabel 3. 5 Hasil Uji Reliabilitas Variabel X.....	44
Tabel 3. 6 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Y.....	45

Tabel 4 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia .....	46
Tabel 4 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	47
Tabel 4 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Status .....	47
Tabel 4 4 DANA memberikan kemudahan dalam transaksi .....	48
Tabel 4 5 Fitur yang tersedia pada aplikasi membuat penggunaanya merasa aman dan nyaman .....	49
Tabel 4 6 Biaya yang dikeluarkan untuk seluruh transaksi masih terjangkau .....	50
Tabel 4 7 Informasi yang disajikan melalui website dan social media DANA efektif dan efisien .....	51
Tabel 4 8 Layanan customer service 24 jam melalui website yang disediakan oleh DANA merupakan strategi yang tepat.....	51
Tabel 4 9 DANA sigap dalam menangani kebutuhan konsumen.....	52
Tabel 4 10 DANA cepat dan tanggap dalam menangani keluhan konsumen.....	53
Tabel 4 11 Promosi yang dilakukan DANA melalui iklan dan social media merupakan langkah tepat mengetahui produk dan layanan.....	54
Tabel 4 12 DANA banyak memberikan promo cashback.....	55
Tabel 4 13 DANA banyak memberikan potongan harga atau diskon.....	55
Tabel 4 14 DANA konsisten terhadap seluruh layanan yang disediakan.....	56
Tabel 4 15 Kerjasama yang dilakukan dengan merchant sudah tepat.....	57
Tabel 4 16 Promosi yang dilakukan oleh DANA mampu membujuk untuk menggunakan aplikasi DANA.....	58
Tabel 4 17 Aplikasi DANA dikenal oleh masyarakat.....	58
Tabel 4 18 Target atau sasaran DANA sudah tepat.....	59
Tabel 4 19 Logo yang digunakan oleh DANA membuat lebih mudah diingat.....	60
Tabel 4 20 Strategi brand yang dilakukan DANA adalah langkah tepat untuk membangun citra positif perusahaan.....	61
Tabel 4 21 Kerjasama yang dilakukan oleh DANA dengan beberapa merchant offline dan mitra Kartu Prakerja merupakan langkah efektif dan efisien untuk terus bersaing terutama dalam bidang fintech.....	62
Tabel 4 22 DANA di resmikan menjadi mitra pembayaran Kartu Prakerja oleh Manajemen Pelaksana Program Kartu Prakerja (MPPKP), merupakan langkah tepat Pemerintah untuk meningkatkan performa DANA di mata masyarakat.....	62

Tabel 4 23 Interaksi yang dilakukan oleh DANA dengan konsumen melalui website dan social media merupakan strategi yang paling tepat .....	63
Tabel 4 24 Saya merasa puas terhadap pelayanan yang diberikan DANA .....	64
Tabel 4 25 Saya merasa puas terhadap layanan yang disediakan oleh DANA .....	65
Tabel 4 26 Aplikasi DANA banyak memberikan manfaat .....	66
Tabel 4 27 DANA mampu menyaingi Go-Pay, OVO, dan LinkAja.....	66
Tabel 4 28 Hasil Uji Linieritas Variabel .....	67
Tabel 4 29 Hasil Uji Normalitas .....	68
Tabel 4 30 Hasil Uji Heteroskedastisitas .....	69
Tabel 4 31 Hasil Uji Koefisien Determinasi .....	69
Tabel 4 32 Hasil Uji Regresi Linear Sederhana .....	70
Tabel 4 33 Hasil Uji Hipotesis .....	71