

DAFTAR ISI

DAFTAR ISI.....	iii
DAFTAR TABEL	v
DAFTAR GAMBAR	vi
DAFTAR LAMPIRAN.....	vii
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	1
1.1.1 Profil Proil QRIS Unggul	1
1.2 Latar Belakang.....	3
1.3 Perumusan Masalah.....	10
1.4 Tujuan Penelitian.....	10
1.5 Kegunaan Penelitian.....	11
1.5.1 Kegunaan Teoritis.....	11
1.5.2 Kegunaan Praktis	11
1.6 Sistematika Tugas Akhir	11
BAB II.....	13
TINJAUAN PUSTAKA	13
2.1 Landasan Teori	13
2.1.1 Pemasaran	13
2.1.2 Digital Marketing.....	14
2.1.3 Pembayaran Digital.....	14
2.1.4 QRIS	15
2.1.5 Technology Acceptance Model (TAM).....	15
2.1.6 Persepsi Manfaat Penggunaan	17
2.1.7 Persepsi Kemudahan Penggunaan	18
2.1.8 Keputusan Penggunaan.....	19
2.1.9 Hubungan Persepsi Manfaat penggunaan dan Persepsi Kemudahan Penggunaan Terhadap Keputusan Penggunaan	19

2.2 Penelitian Terdahulu.....	21
2.2.1 Ulasan Skripsi Terdahulu.....	21
2.3 Kerangka Pemikiran	30
2.4 Hipotesis Penelitian	32
BAB III	33
METODE PENELITIAN.....	33
3.1 Jenis Metode Penelitian.....	33
3.2 Operasioanlisasi Variabel dan Skala Pengukuran	34
3.2.1 Operasional Variabel	34
3.2.2 Skala Pengukuran	36
3.3 Tahapan Penelitian	37
3.4.1 Populasi.....	38
3.4.2 Sampel	38
3.5 Teknik Pengumpulan Data	40
3.5.1 Data Primer	40
3.5.2 Data Sekunder.....	40
3.6 Uji Validitas dan Realibilitas	40
3.6.1 Uji Validitas.....	40
3.6.2 Uji Realibilitas	42
3.7 Teknik Analisis Data	43
3.7.1 Analisis Deskriptif	44
3.7.2 Method of Successive Interval (MSI).....	45
3.7.3 Uji Asumsi Klasik.....	45
3.7.4 Analisis Regresi Linear Berganda	46
3.8 Uji Hupotesis	47
3.8.1 Uji T.....	47
3.8.2 Uji F	48
3.9 Koefisien Determinasi	49
DAFTAR PUSTAKA	81
LAMPIRAN.....	81