

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS.....	iii
HALAMAN MOTO DAN PERSEMBAHAN	iv
KATA PENGANTAR.....	v
ABSTRAK	viii
ABSTRACT	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xvi
DAFTAR LAMPIRAN	xviii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	1
1.1.1 Profil Perusahaan	1
1.1.2 Visi dan Misi	5
1.1.3 Produk dan Layanan Perusahaan	6
1.2 Latar Belakang Penelitian.....	9
1.3 Rumusan Masalah	19
1.4 Tujuan Penelitian.....	20
1.5 Kegunaan Penelitian.....	20
1.5.1 Aspek Teoritis	20
1.5.2 Aspek Praktis	20
1.6 Waktu dan Periode Penelitian	21
1.7 Sistematika Penulisan.....	22
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	24
2.1 Rangkuman Teori	24
2.1.1 Perilaku Konsumen	24
2.1.2 Pengambilan Keputusan Pembelian Konsumen.....	28
2.1.3 Preferensi Konsumen	30

2.1.4	<i>Perceptual Mapping</i>	32
2.1.5	<i>Marketplace</i>	33
2.1.6	Uang Elektronik	33
2.1.7	<i>E-Wallet</i>	34
2.1.8	<i>Perceived Security</i>	35
2.1.9	<i>Perceived Ease of Use</i>	35
2.1.10	<i>Perceived Convenience</i>	36
2.1.11	<i>Habit</i>	36
2.1.12	<i>Transparency</i>	36
2.1.13	<i>Facilitating Condition</i>	36
2.1.14	<i>Performance Expectancy</i>	37
2.1.15	<i>Promotional Benefit</i>	37
2.1.16	<i>Price Value</i>	38
2.1.17	<i>Perceived Usefulness</i>	38
2.1.18	<i>Perceived Trust</i>	39
2.2	Penelitian Terdahulu.....	39
2.2.1	Penelitian Terdahulu Skripsi	39
2.2.2	Penelitian Terdahulu Jurnal Nasional	43
2.2.3	Penelitian Terdahulu Jurnal Internasional.....	46
2.3	Kerangka Pemikiran	49
2.4	Hipotesis Penelitian	51
2.5	Ruang Lingkup Penelitian	52
BAB III METODE PENELITIAN		53
3.1	Jenis Penelitian	53
3.2	Operasionalisasi Variabel dan Skala Pengukuran	54
3.2.1	Operasional Variabel.....	54
3.2.2	Skala Pengukuran.....	57
3.3	Tahapan Penelitian	58
3.4	Populasi dan Sampel.....	59
3.4.1	Populasi	59
3.4.2	Sampel.....	60
3.4.3	Teknik <i>Sampling</i>	60
3.5	Data dan Teknik Pengumpulannya.....	61
3.5.1	Sumber Data.....	61
3.5.2	Teknik Pengumpulan Data	62
3.6	Uji Validitas dan Reliabilitas.....	63

3.6.1	Uji Validitas	63
3.6.2	Uji Reliabilitas	64
3.7	Teknik Analisis Data	65
3.7.1	<i>Multidimensional Scaling (MDS)</i>	65
BAB IV	HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	73
4.1	Pengumpulan Data.....	73
4.1.1	Desain Kuesioner	73
4.1.2	Penyebaran Kuesioner.....	73
4.1.3	Pengumpulan Data Kuesioner.....	73
4.2	Karakteristik Responden	74
4.2.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	74
4.2.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	75
4.2.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	76
4.2.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	77
4.2.5	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan.....	78
4.2.6	Karakteristik Berdasarkan Intensitas Penggunaan <i>E-Wallet</i>	78
4.2.7	Analisis Tabulasi Silang Karakteristik Responden	79
4.3	Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas	80
4.3.1	Uji Validitas	81
4.3.2	Uji Reliabilitas.....	82
4.4	Indikator Aspek Dimensi Berdasarkan Mean.....	83
4.4.1	Analisis Data <i>Multidimensional Scaling (MDS)</i>	85
4.4.2	Peta Persepsi Berdasarkan Keseluruhan Indikator.....	86
4.4.3	Peta <i>Positioning</i> Dimensi <i>Perceived Ease of Use</i>	90
4.4.4	Peta <i>Positioning</i> Dimensi <i>Perceived Usefulness</i>	92
4.4.5	Peta <i>Positioning</i> Dimensi <i>Perceived Trust</i>	94
4.4.6	Peta <i>Positioning</i> Dimensi <i>Performance Expectancy</i>	96
4.4.7	Peta <i>Positioning</i> Dimensi <i>Perceived Convenience</i>	98
4.4.8	Peta <i>Positioning</i> Dimensi <i>Security</i>	100
4.4.9	Peta <i>Positioning</i> Dimensi <i>Promotional Benefit</i>	101
4.4.10	Peta <i>Positioning</i> Dimensi <i>Facilitating Condition</i>	103
4.4.11	Peta <i>Positioning</i> Dimensi <i>Habit</i>	105
4.4.12	Peta <i>Positioning</i> Dimensi <i>Transparency</i>	107
4.4.13	Peta <i>Positioning</i> Dimensi <i>Price Value</i>	109
4.3.12	Rangkuman Peringkat	111
4.5	Pembahasan Hasil Penelitian.....	115

4.5.1	Analisis ShopeePay	116
4.5.2	Analisis Gopay	117
4.5.3	Analisis OVO	119
4.5.4	Analisis Dana	122
BAB V PENUTUP		125
5.1	Kesimpulan.....	125
5.2	Saran	126
5.2.1	Saran Praktis.....	126
5.2.2	Saran Teoritis	128
DAFTAR PUSTAKA		129
LAMPIRAN.....		136