

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN	ii
HALAMAN PERNYATAAN	ii
HALAMAN PERNYATAAN	iii
KATA PENGANTAR	iv
ABSTRAK	vi
ABSTRACT	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	1
1.1.1 Profil Perusahaan	1
1.1.2 Visi dan Misi.....	2
1.1.3 Latar Belakang.....	2
1.2 Perumusan Masalah	6
1.3 Tujuan Penelitian	7
1.4 Manfaat Penelitian	7
1.4.1 Aspek Akademis.....	7
1.4.2 Aspek Praktis.....	8
1.5 Sistematika Penulisan Tugas Akhir	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	10
2.1 Teori dan Penelitian Terdahulu.....	10
2.1.1 <i>Financial Technology</i>	10
2.1.2 Fintech Payment	13
2.1.3 Perilaku Konsumtif.....	14
2.2 Penelitian Terdahulu	17
2.3 Kerangka Pemikiran.....	25
2.4 Hipotesis Penelitian.....	26
BAB III METODE PENELITIAN	28
3.1 Jenis Penelitian.....	28

3.2 Operasional Variabel.....	29
3.2.1 Skala Pengukuran	32
3.3 Tahapan Penelitian	32
3.4 Populasi dan Sampel	33
3.4.1 Populasi.....	33
3.4.2 Sampel	34
3.5 Pengumpulan Data dan Sumber Data	35
3.5.1 Pengumpulan Data.....	35
3.5.2 Sumber Data	35
3.6 Uji Validitas dan Reliabilitas	36
3.6.1 Uji Validitas.....	36
3.6.2 Uji Reliabilitas	39
3.7 Teknik Analisis Data.....	40
3.7.1 Analisis Deskriptif.....	40
3.7.2 Uji Asumsi Klasik.....	42
3.7.3 Analisis Regresi Linear Berganda	43
3.8 Uji Hipotesis.....	43
3.8.1 Uji t	44
3.8.2 Uji F (Simultan).....	44
3.8.3 Uji Koefisien Determinasi	45
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	46
4.1 Analisis Data Hasil Penelitian.....	46
4.1.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	46
4.1.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	47
4.1.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir.....	48
4.1.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi Penggunaan Selama Satu Bulan.....	49
4.2 Hasil Penelitian.....	50
4.2.1 Tanggapan Responden Pada Variabel <i>Fintech Payment</i> (Aplikasi Dana)	50
4.2.2 Tanggapan Responden Pada Variabel Perilaku Konsumtif.....	54

4.2.3	Uji Asumsi Klasik	55
4.2.4	Analisis Regresi Linear Berganda	58
4.2.5	Uji Hipotesis	59
4.3	Pembahasan	62
4.3.1	Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap variabel Perilaku Konsumtif	62
4.3.2	Pengaruh Persepsi Kemudahan terhadap variabel Perilaku Konsumtif	64
4.3.3	Pengaruh Persepsi Manfaat terhadap variabel Perilaku Konsumtif	65
4.3.4	Pengaruh Kepercayaan terhadap variabel Perilaku Konsumtif	66
4.3.5	Pengaruh Promosi terhadap variabel Perilaku Konsumtif.....	67
4.3.6	Pengaruh Kualitas Pelayanan, Persepsi Kemudahan, Persepsi Manfaat, Kepercayaan dan Promosi secara simultan terhadap variabel Perilaku Konsumtif	68
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN		69
5.1	Kesimpulan	69
5.2	Saran.....	70
5.2.1	Saran Teoritis.....	70
5.2.2	Saran Praktis	70
DAFTAR PUSTAKA		72
LAMPIRAN.....		77