

DAFTAR ISI

COVER	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
HALAMAN PERNYATAAN.....	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
ABSTRAK	vi
<i>ABSTRACT</i>	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR TABEL	xiv
BAB I : PENDAHULUAN.....	1
1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	1
1.2 Latar Belakang Penelitian	2
1.3 Perumusan Masalah.....	10
1.4 Pertanyaan Penelitian	11
1.5 Tujuan Penelitian.....	13
1.6 Manfaat Penelitian.....	14
1.7 Sistematika Penulisan Tugas Akhir	15
BAB II : LANDASAN TEORI	17
2.1 Tinjauan Pustaka.....	17
2.1.1 Pemasaran	17
2.1.2 <i>Digital Marketing</i>	17
2.1.3 Perilaku Konsumen	18
2.1.4 Teori Adopsi Teknologi.....	19
2.1.5 Delone & Mclean Theory.....	21
2.1.6 <i>Diffusioon of Innovation</i>	22
2.1.7 <i>Personal Innovativeness</i>	23

2.1.8	<i>Financial Technology</i>	23
2.1.9	<i>Mobile Banking</i>	24
2.1.10	<i>Actual Usage</i>	24
2.1.11	<i>Satisfaction</i>	25
2.1.12	<i>Attitudinal Loyalty</i>	25
2.2	Penelitian Terdahulu	26
2.3	Sintesa Penelitian	36
2.4	Kerangka Pemikiran	38
2.5	Hipotesis Penelitian	44
BAB III : METODE PENELITIAN		52
3.1	Jenis Penelitian	52
3.2	Jenis Variabel dan Skala Pengukuran	53
3.2.1	Jenis Variabel	53
3.2.2	Skala Pengukuran	55
3.3	Operasional Variabel	55
3.4	Tahapan Penelitian	65
3.5	Populasi dan Sampel	66
3.5.1	Populasi	66
3.5.2	Sampel	66
3.6	Pengumpulan Data dan Sumber Data	68
3.7	Uji Validitas dan Reliabilitas	69
3.7.1	Uji Validitas	69
3.7.2	Uji Reliabilitas	73
3.8	Teknik Analisa Data dan Pengujian Hipotesis	75
3.8.1	<i>Structural Equation Modelling (SEM)</i>	75

3.8.2	<i>Analysis Partial Least Square</i>	75
3.8.3	<i>Pengujian Hipotesis</i>	78
3.8.4	<i>Combined Importance-Performance Map Analysis (cIPMA)</i>	80
BAB IV : HASIL DAN PEMBAHASAN		83
4.1	Response Rate	83
4.2	Karakteristik Responden	83
4.2.1	Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin	84
4.2.2	Karakteristik Berdasarkan Usia.....	84
4.2.3	Karakteristik Berdasarkan Asal Daerah	85
4.2.4	Karakteristik Berdasarkan Pendidikan Terakhir	86
4.2.5	Karakteristik Berdasarkan Penghasilan Per Bulan.....	87
4.2.6	Karakteristik Berdasarkan Frekuensi Penggunaan.....	87
4.3	Analisis Deskriptif.....	88
4.3.1	Tanggapan Responden Mengenai <i>Effort Expectancy</i>	89
4.3.2	Tanggapan Responden Mengenai <i>Social Influence</i>	90
4.3.3	Tanggapan Responden Mengenai <i>Facilitating Conditions</i>	91
4.3.4	Tanggapan Responden Mengenai <i>Hedonic Motivation</i>	92
4.3.5	Tanggapan Responden Mengenai <i>Price Value</i>	93
4.3.6	Tanggapan Responden Mengenai <i>Habit</i>	93
4.3.7	Tanggapan Responden Mengenai <i>System Quality</i>	94
4.3.8	Tanggapan Responden Mengenai <i>Service Quality</i>	95
4.3.9	Tanggapan Responden Mengenai Information Quality	96
4.3.10	Tanggapan Responden Mengenai Trust	97
4.3.11	Tanggapan Responden Mengenai Attitude.....	98
4.3.12	Tanggapan Responden Mengenai Perceived Security	99

4.3.13	Tanggapan Responden Mengenai Actual Usage	99
4.3.14	Tanggapan Responden Mengenai Satisfaction.....	101
4.3.15	Tanggapan Responden Mengenai Attitudinal Loyalty	102
4.3.16	Tanggapan Responden Mengenai Personal Innovativeness.....	103
4.4	Analysis Partial Least Square	104
4.4.1	Uji Normalitas Data	104
4.4.2	Evaluasi <i>Outer Model</i>	108
4.4.3	Evaluasi <i>Inner Model</i>	124
4.4.4	Uji Hipotesis	133
4.4.5	<i>Combines Importance-Performance Map Analysis (cIPMA)</i>	135
4.5	Hasil dan Pembahasan	138
4.5.1	Pembahasan Hipotesis.....	138
4.5.2	Pembahasan cIPMA	151
BAB V : KESIMPULAN DAN SARAN.....		153
5.1	Kesimpulan.....	153
5.2	Saran.....	156
5.2.1	Aspek Praktis	156
5.2.2	Aspek Teoritis	160
DAFTAR PUSTAKA.....		161
LAMPIRAN.....		175