



DAFTAR ISI

Lembar Judul.....	i
Lembar Pengesahan	ii
Lembar Pernyataan.....	iii
Kata Pengantar	iv
Daftar Isi.....	vi
Daftar Tabel	ix
Daftar Gambar.....	x
Daftar Lampiran	xi
Intisari	xii
<i>Abstract</i>	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Perumusan Masalah.....	11
1.3. Pertanyaan Penelitian	14
1.4. Tujuan Penelitian.....	15
1.5. Manfaat Penelitian.....	16
1.5.1. Manfaat Manajerial	16
1.5.2. Manfaat Akademisi	16
1.6. Lingkup Penelitian	16
1.7. Sistematika Penulisan.....	17
BAB II TINJAUAN LITERATUR DAN HIPOTESIS.....	19
2.1. Perilaku Konsumen	19
2.2. Faktor-faktor yang Memengaruhi Perilaku Konsumen.....	20
2.3. Perbedaan Individual	22
2.4. <i>Technology Acceptance Model (TAM)</i>	24
2.5. <i>Mobile Financial Services</i>	26
2.6. <i>International Mobile Remittance</i>	28
2.7. Variabel-variabel Penelitian	28
2.7.1. Niat Menggunakan Kembali	28
2.7.2. Sikap Penggunaan	30
2.7.3. Persepsi Kemudahan Penggunaan	30
2.7.4. Persepsi Kegunaan	31
2.7.5. Kekhawatiran Privasi	32
2.7.6. Kecemasan Atas Teknologi Baru.....	33
2.7.7. Keyakinan Diri	34
2.8. Perumusan Hipotesis	35
2.8.1. Pengaruh Kecemasan Atas Teknologi Baru Pada Persepsi Kegunaan dan Persepsi Kemudahan Penggunaan Aplikasi Remit Kilat.....	35



2.8.2.	Pengaruh Keyakinan Diri Pada Persepsi Kegunaan dan Persepsi Kemudahan Penggunaan Aplikasi Remit Kilat	36
2.8.3.	Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan Pada Persepsi Kegunaan Aplikasi Remit Kilat	38
2.8.4.	Pengaruh Persepsi Kegunaan dan Persepsi Kemudahan Penggunaan Pada Sikap Penggunaan Aplikasi Remit Kilat.....	39
2.8.5.	Pengaruh Faktor Kekhawatiran Privasi Pada Sikap Penggunaan dan Niat Untuk Menggunakan Kembali Aplikasi Remit Kilat	40
2.8.6.	Pengaruh Faktor Sikap Penggunaan Pada Niat Untuk Menggunakan Kembali Aplikasi Remit Kilat	41
2.9.	Model Penelitian.....	42
BAB III METODE PENELITIAN	43	
3.1.	Desain Penelitian	43
3.2.	Metode Pengumpulan Data	44
3.2.1.	Populasi	44
3.2.2.	Sampel.....	44
3.2.3.	Sumber Data.....	45
3.2.4.	Pengumpulan Data	46
3.3.	Instrumen Penelitian	47
3.3.1.	Profil Responden	47
3.3.2.	Pernyataan Responden	47
3.4.	Operasionalisasi Variabel	47
3.5.	Pengujian Instrumen Penelitian	51
3.5.1.	Uji Validitas	52
3.5.2.	Uji Reliabilitas	55
3.6.	Metode Analisis Data	56
BAB IV HASIL ANALISIS DAN PEMBAHASAN.....	58	
4.1.	Karakteristik Responden	58
4.2.	Analisis Deskriptif.....	59
4.2.1.	Variabel Kecemasan atas Teknologi Baru (KTEK).....	61
4.2.2.	Variabel Keyakinan Diri (YAK).....	62
4.2.3.	Variabel Kekhawatiran Privasi (KPRI).....	63
4.2.4.	Variabel Persepsi Kemudahan Penggunaan (MUD).....	64
4.2.5.	Variabel Persepsi Kegunaan (GUN)	65
4.2.6.	Variabel Sikap Penggunaan (SIKAP)	66
4.2.7.	Variabel Niat Untuk Menggunakan Kembali (NIAT)	67
4.3.	Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>)	67
4.3.1.	Uji Validitas	67
4.3.2.	Uji Reliabilitas	70
4.4.	Model Struktural (<i>Inner Model</i>)	71



4.4.1. Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	71
4.4.2. Uji F-Square/Effect Size (f^2).....	72
4.4.3. Perhitungan Kontribusi Pengaruh Langsung (<i>Direct Effect</i>)	75
4.5. Uji Kesesuaian Model (<i>Model Fit</i>).....	78
4.6. Analisis Data dan Pengujian Hipotesis	79
4.7. Diskusi dan Pembahasan Hasil Hipotesis Keseluruhan	88
BAB V SIMPULAN	95
5.1. Simpulan.....	95
5.2. Implikasi.....	97
5.2.1. Implikasi Teoretis.....	97
5.2.2. Implikasi Manajerial	98
5.3. Keterbatasan Penelitian	101
5.4. Saran Penelitian Mendatang	101
DAFTAR PUSTAKA	103



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Model Bisnis dan Nama Aplikasi MFS di Indonesia.....	5
Tabel 1.2 Jumlah Penempatan PMI Berdasarkan Tingkat Pendidikan Terakhir Pada Tahun 2017 – 2021	8
Tabel 3.1 Operasional Variabel.....	48
Tabel 3.2 Hasil Uji Validitas Konvergen Sampel Kecil (<i>Loading Factor</i> dan AVE).....	52
Tabel 3.3 Hasil Uji Validitas Diskriminan Sampel Kecil (<i>Fornell – Larcker</i>).54	
Tabel 3.4 Hasil Uji Validitas Diskriminan Sampel Kecil (<i>Heterotrait-Monotrait</i>).....	55
Tabel 3.5 Hasil Uji Reliabilitas Konstruk Sampel Kecil	56
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Sampel Besar	58
Tabel 4.2 Kategorisasi Rata-Rata Skor Jawaban Responden.....	60
Tabel 4.3 Statistik Deskriptif Kecemasan Atas Teknologi Baru (KTEK)	61
Tabel 4.4 Statistik Deskriptif Keyakinan Diri (YAK)	62
Tabel 4.5 Statistik Deskriptif Kekhawatiran Privasi (KPRI)	63
Tabel 4.6 Statistik Deskriptif Persepsi Kemudahan Penggunaan (MUD)	64
Tabel 4.7 Statistik Deskriptif Persepsi Kegunaan (GUN)	65
Tabel 4.8 Statistik Deskriptif Sikap Penggunaan (SIKAP)	66
Tabel 4.9 Statistik Deskriptif Niat Untuk Menggunakan Kembali (NIAT).....	67
Tabel 4.10 Hasil Uji Validitas Konvergen Sampel Besar (AVE).....	68
Tabel 4.11 Hasil Uji Validitas Konvergen Sampel Besar (<i>Loading Factor</i>)....	69
Tabel 4.12 Hasil Uji Validitas Diskriminan Sampel Besar (<i>Fornell – Larcker</i>).....	70
Tabel 4.13 Hasil Uji Validitas Diskriminan Sampel Besar (<i>Heterotrait-Monotrait</i>)	70
Tabel 4.14 Hasil Uji Reliabilitas Konstruk Sampel Besar	71
Tabel 4.15 Hasil Pengujian Koefisien Determinasi (<i>R-Square</i>)	71
Tabel 4.16 Hasil Uji <i>F-Square</i> (f^2).....	73
Tabel 4.17 Rekapitulasi Besar Kontribusi Pengaruh Langsung.....	78
Tabel 4.18 Pengukuran <i>Model Fit</i> Sampel Besar.....	79
Tabel 4.19 Rekapitulasi Hasil Pengujian Hipotesis	80



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Jumlah Perusahaan FinTech Global Tahun 2018 Sampai 2021.....	2
Gambar 1.2 Volume Remitansi PMI di Taiwan ke Indonesia Tahun 2017-2021 (dalam triliun Rupiah)	9
Gambar 1.3 Jumlah Populasi, Pengguna Internet dan <i>Smartphone</i> dan, serta Pengguna Layanan Keuangan Berbasis <i>Mobile</i> di Indonesia.....	13
Gambar 2.1 Model Stimulus – Respons Perilaku Konsumen	21
Gambar 2.2 Model Perilaku Konsumen.....	21
Gambar 2.3 Model Penelitian <i>Original TAM</i>	25
Gambar 2.4 Lingkup <i>Mobile Financial Services</i>	27
Gambar 2.5 Model Penelitian	42
Gambar 4.1 Visualisasi Hasil Penelitian.....	87



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner Penelitian.....	111
Lampiran 2. Hasil Uji Statistik Sampel Kecil.....	116
Lampiran 3. Hasil Uji Statistik Sampel Kecil.....	118
Lampiran 4. Pengujian Hipotesis	120