



DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	iv
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR LAMPIRAN	xi
INTISARI	xii
ABSTRACT	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Perumusan Masalah	9
1.3. Pertanyaan Penelitian	10
1.4. Tujuan Penelitian	12
1.5. Manfaat Penelitian	13
1.6. Lingkup Penelitian	14
BAB II LANDASAN TEORI DAN HIPOTESIS	16
2.1. Teori Adopsi Teknologi	16
2.2. Kualitas Layanan Elektronik	17
2.3. Kualitas Layanan Seluler	18
2.4. Kualitas Layanan <i>Mobile Banking</i>	19
2.5. Dimensi Utilitarian Kualitas Layanan <i>Mobile Banking</i>	20
2.5.1. Keamanan/Privasi dan Kualitas Hubungan	20
2.5.2. Kepraktisan dan Kualitas Hubungan	21
2.6. Dimensi Hedonis Pada Kualitas Layanan <i>Mobile Banking</i>	22
2.6.1. Desain/Estetika dan Kualitas Hubungan	22
2.6.2. Sosialitas dan Kualitas Hubungan	24



2.6.3.	<i>Enjoyment</i>	25
2.7.	Kualitas Hubungan pada Lembaga Keuangan	26
2.7.1.	Komitmen	26
2.7.2.	Kepuasan	28
2.7.3.	Kepercayaan.....	29
2.8.	Model Penelitian.....	30
BAB III METODE PENELITIAN		31
3.1.	Desain Penelitian	31
3.2.	Populasi dan Sampel.....	31
3.2.1.	Populasi.....	31
3.2.2.	Sampel.....	32
3.2.3.	Pengumpulan Data.....	32
3.3.	Instrumen Penelitian.....	33
3.4.	Operasionalisasi Variabel.....	33
3.5.	Pengujian Instrumen Penelitian	36
3.5.1.	Uji Validitas.....	36
3.5.2.	Uji Reliabilitas.....	38
3.6.	Metode Analisis Data	39
BAB IV HASIL ANALISIS DAN PEMBAHASAN		40
4.1.	Karakteristik Responden.....	40
4.2.	Analisis Deskriptif.....	41
4.2.1.	Variabel Keamanan/Privasi (KP).....	41
4.2.2.	Variabel Pengalaman yang Dirasakan (PD).....	42
4.2.3.	Variabel Desain/Estetika (DE).....	43
4.2.4.	Variabel Persepsi Sosialitas (PS)	43
4.2.5.	Variabel <i>Enjoyment</i> (KK).....	44
4.2.6.	Variabel Komitmen (CM).....	45



4.2.7.	Variabel Kepuasan (ST)	46
4.2.8.	Variabel Kepercayaan (TR)	46
4.3.	Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>)	47
4.3.1.	Uji Validitas	47
4.3.2.	Uji Reliabilitas	49
4.4.	Model Struktural (<i>Inner Model</i>)	49
4.4.1.	Uji Koefisien Determinasi (R^2)	49
4.4.2.	Uji <i>Effect Size</i>	50
4.4.3.	Uji Multikolinearitas	51
4.4.4.	Uji Hipotesis	52
4.5.	Diskusi dan Pembahasan	57
BAB V	KESIMPULAN	67
5.1.	Kesimpulan	67
5.2.	Implikasi	69
5.2.1.	Implikasi Teoretis	69
5.2.2.	Implikasi Manajerial	70
5.3.	Keterbatasan Penelitian	71
5.4.	Arahan Penelitian Mendatang	71
DAFTAR PUSTAKA	73
LAMPIRAN – LAMPIRAN	83



DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Definisi Operasional dan Skala Pengukuran Variabel.....	33
Tabel 3.2 Hasil Uji Validitas Konvergen Sampel Kecil.....	37
Tabel 3.3 Hasil Uji Fornell-Larcker Sampel Kecil.....	38
Tabel 3.4 Hasil Reliabilitas Konstruk Sampel Kecil.....	38
Tabel 4.1 Karakteristik Responden	40
Tabel 4.2 Rekapitulasi Skor Jawaban Responden Terkait Keamanan/Privasi.....	41
Tabel 4.3 Rekapitulasi Skor Jawaban Responden Terkait <i>User Experience</i>	42
Tabel 4.4 Rekapitulasi Skor Jawaban Responden Terkait Desain/Estetika	43
Tabel 4.5 Rekapitulasi Skor Jawaban Responden Terkait Persepsi Sosialitas	44
Tabel 4.6 Rekapitulasi Skor Jawaban Responden Terkait Enjoyment.....	44
Tabel 4.7 Rekapitulasi Skor Jawaban Responden Terkait Komitmen	45
Tabel 4.8 Rekapitulasi Skor Jawaban Responden Terkait Kepuasan.....	46
Tabel 4.9 Rekapitulasi Skor Jawaban Responden Terkait Kepercayaan	47
Tabel 4.10 Hasil Uji Validitas Konvergen Sampel Besar.....	48
Tabel 4.11 Hasil Uji Fornell-Larcker Sampel Besar	48
Tabel 4.12 Hasil Reliabilitas Konstruk Sampel Besar	49
Tabel 4.13 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)	50
Tabel 4.14 Hasil Uji Effect Size.....	51
Tabel 4.15 Hasil Uji Variance Inflation Factor (VIF).....	52
Tabel 4.16 Hasil Uji Hipotesis	53



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Negara dengan Pengguna Smartphone Terbanyak di Dunia pada 2022.....	1
Gambar 1.2 Proporsi Nasabah Pegadaian Tahun 2022 Per Produk.....	3
Gambar 1.3 Profil Nasabah Pegadaian Tahun 2022.....	9
Gambar 2.1 Struktur Model Penelitian	30
Gambar 4.1 Visualisasi Model Penelitian menggunakan SmartPLS4.....	57



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran I Kuesioner Penelitian	83
Lampiran II Hasil Uji Statistik Sampel Kecil	86
Lampiran III Hasil Uji Statistik Sampel Besar.....	88