

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR.....	ii
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	iv
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
ABSTRAK.....	xiv
ABSTRACT.....	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang.....	1
1.1.1. Latar Belakang Praktis.....	1
1.1.2. Latar Belakang Teoritis.....	5
1.1.3. Tinjauan Konsumen.....	9
1.2. Perumusan Masalah.....	12
1.3. Pertanyaan Riset.....	14
1.4. Tujuan Riset.....	15
1.5. Lingkup Riset.....	15
1.5.1. Model Penelitian.....	15
1.5.2. Objek Penelitian.....	16
1.5.3. Lokasi Penelitian.....	16
1.5.4. Waktu Penelitian.....	17
BAB II LANDASAN TEORI DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS.....	18
2.1. Profil Setiap Variabel dan Teori Dasar.....	18
2.1.1. <i>Technology Acceptance Model (TAM)</i>	18
2.1.2. <i>Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT)</i>	21
2.1.3. <i>Kegunaan yang Dirasakan (Perceived Usefulness)</i>	23

2.1.4. Kemudahan Penggunaan yang Dirasakan (<i>Perceived Ease of Use</i>)	24
2.1.5. Pengaruh Sosial (<i>Social Influence</i>)	25
2.1.6. Kepercayaan (<i>Trust</i>)	26
2.1.7. Keyakinan Diri (<i>Self Efficacy</i>)	28
2.1.8. Jaringan Eksternal (<i>Network Externalities</i>)	29
2.1.9. Penghindaran Ketidakpastian (<i>Uncertainty Avoidance</i>)	30
2.1.10. Keamanan yang Dirasakan	31
2.1.11. Kondisi yang Memfasilitasi	32
2.1.12. Niat Menggunakan (<i>Behavioral Intention</i>)	33
2.2. Pengembangan Hipotesis	34
2.2.1. Pengaruh Keamanan yang Dirasakan pada Niat Menggunakan ..	34
2.2.2. Pengaruh Keamanan yang Dirasakan pada Kepercayaan	36
2.2.3. Pengaruh Kepercayaan pada Niat Menggunakan	37
2.2.4. Pengaruh Penghindaran Ketidakpastian pada Kepercayaan	38
2.2.5. Pengaruh Jaringan Eksternal pada Niat Menggunakan	39
2.2.6. Pengaruh Keyakinan Diri pada Niat Menggunakan	40
2.2.7. Pengaruh Keyakinan Diri pada Kegunaan yang Dirasakan	41
2.2.8. Pengaruh Keyakinan Diri pada Kemudahan Penggunaan yang Dirasakan	43
2.2.9. Pengaruh Pengaruh Sosial pada Niat Menggunakan	44
2.2.10. Pengaruh Pengaruh Sosial pada Kegunaan yang Dirasakan	45
2.2.11. Pengaruh Kegunaan yang Dirasakan pada Niat Menggunakan ..	46
2.2.12. Pengaruh Kondisi Memfasilitasi pada Niat Menggunakan	47
2.2.13. Pengaruh Kondisi Memfasilitasi pada Kegunaan yang Dirasakan	48
2.2.14. Pengaruh Kemudahan Penggunaan yang Dirasakan pada Niat Menggunakan	50

2.2.15. Pengaruh Kemudahan Penggunaan yang Dirasakan pada Kegunaan yang Dirasakan	51
2.3. Model Riset.....	52
BAB III METODE Riset	54
3.1. Pendekatan Riset.....	55
3.2. Definisi Operasional dan Pengukuran.....	55
3.2.1. Kegunaan yang Dirasakan (<i>Perceived Usefulness</i>)	56
3.2.2. Kemudahan yang Dirasakan (<i>Perceived Ease of Use</i>).....	56
3.2.3. Kepercayaan (<i>Trust</i>)	57
3.2.4. Pengaruh Sosial (<i>Social Influence</i>)	57
3.2.5. Keyakinan Diri (<i>Self-Efficacy</i>)	58
3.2.6. Jaringan Eksternal (<i>Network Externalities</i>)	58
3.2.7. Penghindaran Ketidakpastian (<i>Uncertainty Avoidance</i>)	59
3.2.8. Keamanan yang Dirasakan (<i>Perceived Security</i>).....	57
3.2.9. Kondisi Memfasilitasi (<i>Facilitating Conditions</i>).....	60
3.2.10. Niat Menggunakan (<i>Behavioral Intention</i>)	61
3.2.11. Skala Pengukuran	60
3.3. Desain Pengambilan Sampel.....	61
3.3.1. Metode Pengambilan Sampel	62
3.3.2. Populasi dan Unit Sampel.....	62
3.3.3. Ukuran Sampel	62
3.3.4. Daerah Sebaran Kuesioner.....	63
3.4. Skema Penyebaran Kuesioner	64
3.5. Profil Responden.....	64
3.6. Objek Riset.....	66
3.7. Metode Pengumpulan Data.....	69
3.8. Instrumen Riset.....	69
3.9. Metode Analisis Data.....	69
3.9.1. Metode Analisis SEM-PLS.....	70

3.9.2. Model Pengukuran dan Model Struktural.....	71
3.9.3. Evaluasi Model Pengukuran	71
3.9.3.1. Reliabilitas.....	70
3.9.3.2. Validitas Konvergen.....	72
3.9.3.3. Validitas Diskriminan	72
3.9.4. Evaluasi Model Struktural	73
3.9.4.1. <i>R-Square</i> (R^2).....	73
3.9.4.2. <i>f-square</i> (f^2)	74
3.9.5. <i>Model Fit</i>	74
3.9.5.1 <i>Standardized Root Mean Square Residual</i> (SRMR).....	74
3.9.5.2 <i>Normal Fit Index</i> (NFI).....	75
3.9.6. <i>Path Coefficient</i>	75
BAB IV ANALISIS DATA	77
4.1 Kualitas Data Penelitian.....	77
4.1.1 Statistik Deskriptif	77
4.1.2 Korelasi Antarvariabel	78
4.2 Evaluasi Model Pengukuran.....	81
4.2.1 Uji Reliabilitas	81
4.2.2 Uji Validitas Konvergen	82
4.2.3 Uji Validitas Diskriminan	84
4.3 Evaluasi Model Struktural	87
4.3.1 <i>R-Square</i> (R^2).....	87
4.3.2 <i>f-square</i> (f^2).....	87
4.4 Uji Kecocokan Model (<i>Goodness of Fit</i>).....	89
4.5 Pengujian Hipotesis.....	90
4.5.1 Hipotesis Satu (H1).....	93
4.5.2 Hipotesis Dua (H2)	93
4.5.3 Hipotesis Tiga (H3)	97



4.5.4 Hipotesis Empat (H4)	99
4.5.5 Hipotesis Lima (H5)	101
4.5.6 Hipotesis Enam (H6)	103
4.5.7 Hipotesis Tujuh (H7)	103
4.5.8 Hipotesis Delapan (H8)	107
4.5.9 Hipotesis Sembilan (H9).....	110
4.5.10 Hipotesis Sepuluh (H10).....	110
4.5.11 Hipotesis Sebelas (H11).....	114
4.5.12 Hipotesis Dua Belas (H12)	116
4.5.13 Hipotesis Tiga Belas (H13).....	118
4.5.14 Hipotesis Empat Belas (H14)	120
4.5.15 Hipotesis Lima Belas (H15)	122
4.6 Ringkasan Pengujian Hipotesis.....	95
BAB V KESIMPULAN	126
5.1. Kesimpulan	129
5.2. Implikasi Manajerial.....	135
5.3. Keterbatasan Riset.....	135
5.4. Arahan Riset Mendatang.....	139
DAFTAR PUSTAKA	142
LAMPIRAN	144

DAFTAR TABEL

Tabel 4. 1 Statistik Deskriptif	77
Tabel 4. 2 Korelasi Antarvariabel	79
Tabel 4. 3 Hasil Uji Reliabilitas	80
Tabel 4. 4 Hasil Uji Validitas Konvergen	82
Tabel 4. 5 Hasil Uji Validitas Diskriminan The Fornell-Larcker Criterion	84
Tabel 4. 6 Hasil Uji Validitas Diskriminan Heterotrait-Monotrait Ratio of Correlation (HTMT).....	85
Tabel 4. 7 Hasil Pengujian R^2	87
Tabel 4. 8 Hasil Pengujian f^2	88
Tabel 4. 9 Hasil Uji Kecocokan Model (Goodness of Fit).....	90
Tabel 4. 10 Hasil Pengujian Path Coefficients.....	91
Tabel 4. 11 Ringkasan Pengujian Hipotesis.....	125

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Pangsa Pasar Dompot Digital di Indonesia 2021	3
Gambar 1. 2 Pengguna (juta) Dompot Digital di Indonesia 2021	4
Gambar 2. 1 Diagram TAM	20
Gambar 2. 2 Bagan Model Riset	53
Gambar 3. 1 Tampilan dan Fitur GoPay	67
Gambar 3. 2 Tampilan dan Fitur GoPay 2	68
Gambar 3. 3 Tampilan dan Fitur OVO	69
Gambar 4. 1 Ringkasan Hasil Pengujian.....	92



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1: Kuesioner Penelitian.....	144
Lampiran 2: Analisis Data (SmartPLS Output)	150