UNIVERSITAS
GADJAH MADA
Dari Kepercayaan ke Keintiman: Membentuk Loyalitas Pengguna Multiaplikasi Dompet Digital pada Generasi Z Indonesia
Fabiola Shinta Maharani Agnita Putri, Dr. Sahid Susilo Nugroho, M.Sc.
Universitas Gadjah Mada, 2026 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN ii
HALAMAN PERNYATAAN iii
KATA PENGANTAR v
HALAMAN PERSEMBAHAN vii
DAFTAR ISI ix
DAFTAR TABEL xii
DAFTAR GAMBAR xiii
DAFTAR LAMPIRAN xiv
ABSTRAK xv
ABSTRACK xvi
BAB I PENDAHULUAN 1
1.1 Latar Belakang 1
1.2 Perumusan Masalah 13
1.3 Pertanyaan Penelitian 16
1.4 Tujuan Penelitian 17
1.5 Lingkup Penelitian 17
1.5.1 Model Penelitian 17
1.5.2 Objek Penelitian 18
1.5.3 Lokasi Penelitian 19
1.5.4 Waktu Penelitian 19
BAB II LANDASAN TEORI DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS 20
2.1 Profil Setiap Variabel dan Teori Dasar 20
2.1.1 Kerangka Kerja Stimulus-Organisme-Respons (S-O-R) 20
2.1.2 Model Keberhasilan Sistem Informasi 21
2.1.3 Kualitas Informasi 22
2.1.4 Kualitas Sistem 23
2.1.5 Kualitas Layanan 23
2.1.6 Kepuasan Pengguna 24
2.1.7 Kepercayaan Pengguna 25
2.1.8 Keintiman Pengguna 25
2.1.9 Loyalitas Pengguna 26
2.2 Pengembangan Hipotesis Penelitian 27
2.2.1 Pengaruh Kualitas informasi pada Kepuasan Pengguna Multiaplikasi Dompet Digital 27
2.2.2 Pengaruh Kualitas Sistem pada Kepuasan Pengguna Multiaplikasi Dompet Digital 28
2.2.3 Pengaruh Kualitas Layanan pada Kepuasan Pengguna Multiaplikasi Dompet digital 29
2.2.4 Pengaruh Kualitas Informasi pada Kepercayaan Pengguna Multiaplikasi Dompet digital 30

UNIVERSITAS
GADJAH MADA
Dari Kepercayaan ke Keintiman: Membentuk Loyalitas Pengguna Multiaplikasi Dompet Digital pada Generasi Z Indonesia
Fabiola Shinta Maharani Agnita Putri, Dr. Sahid Susilo Nugroho, M.Sc.
Universitas Gadjah Mada, 2026 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

2.2.5 Pengaruh Kualitas Sistem pada Kepercayaan Pengguna Multiaplikasi Dompet Digital 32
2.2.6 Pengaruh Kualitas Layanan pada Kepercayaan Pengguna Multiaplikasi Dompet Digital 33
2.2.7 Pengaruh Kepercayaan Pengguna pada Keintiman Pengguna Multiaplikasi Dompet Digital 34
2.2.8 Pengaruh Keintiman Pengguna pada Loyalitas Pengguna Multiaplikasi Dompet Digital 35
2.2.9 Pengaruh Kepuasan Pengguna pada Loyalitas Pengguna Multiaplikasi Dompet Digital 36
2.3 Model Penelitian 38
BAB III METODE PENELITIAN 41
3.1 Pendekatan Penelitian 41
3.2 Definisi Operasional dan Pengukuran 41
3.2.1 Kualitas Informasi 42
3.2.2 Kualitas Sistem 42
3.2.3 Kualitas Layanan 43
3.2.4 Kepuasan Pengguna 43
3.2.5 Kepercayaan Pengguna 44
3.2.6 Keintiman Pengguna 45
3.2.7 Loyalitas Pengguna 45
3.3 Desain Pengambilan Sampel 46
3.3.1 Metode Pengambilan Sampel 46
3.3.2 Populasi 47
3.3.3 Unit Sampel 47
3.3.4 Ukuran Sampel 48
3.3.5 Daerah Sebaran Kuesioner 49
3.4 Skema Penyebaran Kuesioner 49
3.5 Profil Responden 49
3.6 Objek Penelitian 53
3.7 Metode Pengumpulan Data 53
3.8 Instrumen Penelitian 53
3.9 Metode Analisis Data 54
3.9.1 Metode Analisis SEM-PLS 54
3.9.2 Evaluasi Model Pengukuran 55
3.9.3 Evaluasi Model Struktural 57
3.9.4 Evaluasi Kecocokan Model 58
3.9.5 Pengujian Hipotesis 59
BAB IV ANALISIS DATA 62
4.1 Kualitas Data Penelitian 62
4.1.1 Statistik Deskriptif 62
4.1.2 Korelasi Antarvariabel 63
4.2 Evaluasi Model Pengukuran 64

UNIVERSITAS
GADJAH MADA
Dari Kepercayaan ke Keintiman: Membentuk Loyalitas Pengguna Multiaplikasi Dompet Digital pada Generasi Z Indonesia
Fabiola Shinta Maharani Agnita Putri, Dr. Sahid Susilo Nugroho, M.Sc.
Universitas Gadjah Mada, 2026 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

4.2.1 Uji Reliabilitas 64
4.2.2 Uji Validitas Konvergen 65
4.2.3 Uji Validitas Diskriminan 67
4.3 Evaluasi Model Struktural 68
4.3.1 R-square (R^2) 68
4.3.2 f-square (f^2) 69
4.4 Uji Kecocokan Model *(Goodness of Fit Model)* 70
4.5 Pengujian Hipotesis *(Path Coefficient)* 71
4.5.1 Hipotesis Satu (H1) 73
4.5.2 Hipotesis Dua (H2) 75
4.5.3 Hipotesis Tiga (H3) 77
4.5.4 Hipotesis Empat (H4) 79
4.5.5 Hipotesis Lima (H5) 81
4.5.6 Hipotesis Enam (H6) 83
4.5.7 Hipotesis Tujuh (H7) 86
4.5.8 Hipotesis Delapan (H8) 88
4.5.9 Hipotesis Sembilan (H9) 90
4.6 Ringkasan Pengujian Hipotesis 92
BAB V KESIMPULAN 97
5.1 Kesimpulan 97
5.2 Implikasi Manajerial 100
5.3 Keterbatasan Penelitian 105
5.4 Arahan Penelitian Mendatang 106
DAFTAR PUSTAKA 108
LAMPIRAN 110