

DAFTAR ISI

PERNYATAAN	i
KATA PENGANTAR	ii
DAFTAR ISI	iv
DAFTAR TABEL	vi
DAFTAR GAMBAR	vii
INTISARI	viii
ABSTRACT	ix
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	4
1.3 Pertanyaan Penelitian.....	5
1.4 Tujuan Penelitian	6
1.5 Manfaat Penelitian	6
1.6 Lingkup Penelitian	7
1.7 Sistematika Penulisan	8
BAB II LANDASAN TEORI	10
2.1 Landasan Teori	10
2.1.1 Technology Acceptance Model (TAM)	10
2.1.2 Kebergunaan yang Dipersepsikan	12
2.1.3 Sikap terhadap Penggunaan.....	13
2.1.4 Kemudahan Penggunaan yang Dipersepsikan	13
2.1.5 Niat untuk Menggunakan	14
2.1.6 Merek.....	15
2.1.7 Kepercayaan	16
2.1.8 Teknologi Keuangan	17
2.2 Kajian Penelitian Terdahulu.....	18
2.3 Perumusan Hipotesis.....	20
2.3.1 Pengaruh Kepercayaan Terhadap Merek dan Jasa pada Penggunaan Teknologi.....	20
2.3.2 Pengaruh Kebergunaan yang Dipersepsikan pada Sikap Penggunaan Teknologi	21
2.3.3 Pengaruh Kemudahan Penggunaan yang Dipersepsikan pada Sikap Penggunaan Teknologi Keuangan	22
2.3.4 Pengaruh Sikap pada Penggunaan pada Niat Menggunakan Teknologi Keuangan	23
2.4 Model Penelitian	24
BAB III METODE PENELITIAN	25
3.1 Desain Penelitian	25
3.2 Metoda Pengumpulan Data	25
3.2.1 Populasi dan Sampel	25
3.3 Instrumen Penelitian	27
3.3.1 Definisi Operasional	27
3.4 Pengujian Instrumen Penelitian.....	29

3.4.1 Uji Validitas	29
3.4.2 Uji Reabilitas	31
3.5 Uji Multikolinearitas	32
3.6 Metoda Analisis Data.....	32
3.7 Goodness of Fit Model.....	32
3.8 Uji t (t-test)	33
3.9 Pengujian Hipotesis	33
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	35
4.1 Uji Validitas dan Reliabilitas	35
4.2 Analisis Deskriptif Karakteristik Responden	37
4.2.1 Jenis Kelamin	38
4.2.2 Umur	38
4.2.3 Tingkat Pendidikan	39
4.2.4 Lama Menjadi Nasabah	39
4.2.5 Jenis Nasabah	40
4.2.6 Pekerjaan	41
4.2.7 Pendapatan	41
4.2.8 Pengeluaran	42
4.3 Analisis Deskriptif	43
4.3.1 Variabel Kepercayaan terhadap merek dan Jasa.....	44
4.3.2 Variabel Persepsi Kegunaan	45
4.3.3 Variabel Kemudahan Penggunaan yang Dipersepsikan.	46
4.3.4 Variabel Sikap pada Penggunaan Teknologi.....	47
4.3.5 Variabel Niat Menggunakan Teknologi Keuangan	48
4.4 Uji Multikolineritas	49
4.5 Pengujian Hipotesis	49
4.6 Pembahasan	52
4.6.1 Pengaruh Kepercayaan terhadap Merek dan Jasa pada Sikap Penggunaan Teknologi Keuangan	52
4.6.2 Pengaruh Kebergunaan yang Dipersepsikan pada Sikap Penggunaan Teknologi Keuangan.....	53
4.6.3 Pengaruh Kemudahan Penggunaan yang Dipersepsikan pada Sikap Penggunaan Teknologi Keuangan	54
4.6.4 Pengaruh Sikap pada Niat Menggunakan Teknologi Keuangan.....	55
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	56
5.1 Simpulan	56
5.2 Implikasi.....	57
5.3 Keterbatasan Penelitian	57
5.4 Saran	58
DAFTAR PUSTAKA	59
LAMPIRAN	62

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 2.1 Kajian Penelitian Terdahulu	25
Tabel 3.1 Definisi Operasional	39
Tabel 4.1 Hasil uji Reabilitas	35
Tabel 4.2 Hasil Uji Rotated Component Matrix.....	36
Tabel 4.3 Jenis Kelamin Responden.....	39
Tabel 4.4 Umur Responden.....	39
Tabel 4.5 Tingkat Pendidikan Responden	40
Tabel 4.6 Data Responden Lama Menjadi Nasabah.....	41
Tabel 4.8 Data Responden Jenis Nasabah	41
Tabel 4.9 Data Pekerjaan Responden.....	42
Tabel 4.10 Data Pendapatan Responden.....	43
Tabel 4.11 Data Pengeluaran Responden.....	43
Tabel 4.12 Interval Skala.....	43
Tabel 4.13 Penilaian Responden Kepercayaan Terhadap Merek dan Jasa.....	45
Tabel 4.14 Penilaian Responden Kebergunaan yang Dipersepsikan.....	46
Tabel 4.15 Penilaian Responden Kemudahan penggunaan.....	47
Tabel 4.16 Penilaian Responden pada Penggunaan Teknologi	48
Tabel 4.17 Penilaian Responden pada Niat.....	49
Tabel 4.18 Hasil Uji Multikolinearitas.....	48
Tabel 4.19 Hasil Uji Hipotesis.....	57

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Technology Acceptance Model	12
Gambar 2.2 Model dan Hasil Penelitian	25
Gambar 4.20 Koefisien Regresi.....	53