

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TULIS.....	iv
KATA PENGANTAR	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
INTISARI.....	xv
<i>ABSTRACT</i>	xvi
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 Motivasi Penelitian.....	7
1.6 Manfaat Penelitian.....	7
1.7 Ruang Lingkup dan Batasan Penelitian.....	9
1.8 Struktur Penulisan	10
BAB II LANDASAN TEORI DAN TINJAUAN PUSTAKA.....	12
2.1 Landasan Teori	12
2.1.1 Mobile Payment.....	12
2.1.2 Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT).....	13
2.1.3 Unified Theory of Acceptance and Use of Technology 2 (UTAUT2) .	14
2.1.4 Rancangan Model Modifikasi.....	14
2.2 Model Analisis	16
2.3 Pengembangan Hipotesis	16
BAB III METODE PENELITIAN	20
3.1 Model Penelitian.....	20

3.2 Populasi dan Sampel	20
3.2.1 Populasi Sampel.....	20
3.2.2 Metode Pengambilan Sampel	21
3.3 Metode Pengumpulan Data	22
3.3.1 Metode Analisis Data	22
3.3.2 Uji Reliabilitas	23
3.4 Variabel Penelitian, dan Definisi Operasional Variabel.....	23
3.4.1 Variabel Dependen	23
3.4.2 Variabel Independen	24
3.5 Uji Asumsi Klasik	27
3.5.1 Uji Normalitas	27
3.5.2 Uji Multikolinearitas.....	27
3.5.3 Uji Heteroskedastisitas	27
3.5.4 Pengujian Hipotesis	28
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	29
4.1 Deskripsi Data	29
4.1.1 Responden Penelitian.....	29
4.1.2 Karakteristik Responden.....	30
4.1.3 Analisis Statistik Deskriptif	30
4.2 Uji Kualitas Data	34
4.2.1 Uji Validitas Data	34
4.2.2 Uji Reliabilitas	35
4.3 Uji Asumsi Klasik	36
4.3.1 Uji Normalitas	36
4.3.2 Uji Multikolinearitas.....	37
4.4.3 Uji Heteroskedastisitas	38
4.4 Pengujian Hipotesis	39
4.5 Pembahasan	44
4.5.1 Pengaruh Performance Expectancy terhadap Peningkatan Niat Penggunaan dan Pengadopsian <i>Mobile Payment</i> OVO.....	45
4.5.2 Pengaruh <i>Effort Expectancy</i> terhadap Peningkatan Niat Penggunaan dan Pengadopsian <i>Mobile Payment</i> OVO	46

4.5.3 Pengaruh <i>Social Influence</i> terhadap Peningkatan Niat Penggunaan dan Pengadopsian <i>Mobile Payment OVO</i>	47
4.5.4 Pengaruh <i>Facilitating Conditions</i> terhadap Peningkatan Niat Penggunaan dan Pengadopsian <i>Mobile Payment OVO</i>	47
4.5.5 Pengaruh <i>Hedonic Motivation</i> terhadap Peningkatan Niat Penggunaan dan Pengadopsian <i>Mobile Payment OVO</i>	48
4.5.6 Pengaruh <i>Price Value</i> terhadap Peningkatan Niat Penggunaan dan Pengadopsian <i>Mobile Payment OVO</i>	49
4.5.7 Pengaruh <i>Culture</i> terhadap Peningkatan Niat Penggunaan dan Pengadopsian <i>Mobile Payment OVO</i>	50
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	52
5.1 Kesimpulan.....	52
5.2 Implikasi Penelitian	52
5.2.1 Implikasi Teori.....	52
5.2.2 Implikasi Praktis	53
5.3 Keterbatasan Penelitian dan Saran	54
Daftar Pustaka.....	56
Lampiran	59
Lampiran 1. Kuesioner Penelitian	59
Lampiran 2. Hasil Analisis Data Menggunakan IBM SPSS 25	67