UNIVERSITAS
GADJAH MADA
**PERAN MODERASI PROMOSI TERHADAP PENGARUH PENGGUNAAN APLIKASI PEMBAYARAN PADA PEMBELIAN IMPULSIF**
SAWITRI, B.M. Purwanto, MBA., Ph. D
**Universitas Gadjah Mada, 2020 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/**


# DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL
HALAMAN PENGESAHAN ..... i
HALAMAN PERNYATAAN ..... ii
KATA PENGANTAR ..... iii
DAFTAR ISI ..... v
DAFTAR TABEL ..... viii
DAFTAR GAMBAR ..... ix
INTISARI ..... x
ABSTRACT ..... xi
BAB I ..... 1
PENDAHULUAN ..... 1
1.1 Latar Belakang ..... 1
1.2 Rumusan Masalah ..... 5
1.3 Pertanyaan Penelitian ..... 9
1.4 Tujuan Penelitian ..... 9
1.5 Kontribusi Penelitian ..... 10
1.5.1 Kontribusi Teoritis ..... 10
1.5.2 Kontribusi Empiris ..... 11
1.5.2 Kontribusi Praktis ..... 11
1.6 Sistematika Penulisan ..... 11
BAB II ..... 13
LANDASAN TEORI DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS ..... 13
2.1 Unified Theory of Acceptance and Use Technology (UTAUT) ..... 13
2.1.1 Kinerja yang Diharapkan ..... 14
2.1.2 Usaha yang Diharapkan ..... 16
2.1.3 Pengaruh Sosial ..... 17
2.1.4 Kondisi yang memfasilitasi ..... 18
2.2 Pembelian Impulsif ..... 18
2.3 Promosi ..... 21
2.4 Pengembangan Hipotesis ..... 23

UNIVERSITAS
GADJAH MADA
**PERAN MODERASI PROMOSI TERHADAP PENGARUH PENGGUNAAN APLIKASI PEMBAYARAN PADA PEMBELIAN IMPULSIF**
SAWITRI, B.M. Purwanto, MBA., Ph. D
**Universitas Gadjah Mada, 2020 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/**


2.4.1 Pengaruh Kinerja yang Diharapkan terhadap Penggunaan Aplikasi Pembayaran ..... 23
2.4.2 Pengaruh Usaha yang Diharapkan terhadap Penggunaan Aplikasi Pembayaran ..... 24
2.4.3 Pengaruh Sosial terhadap Penggunaan Aplikasi Pembayaran ..... 26
2.4.4 Pengaruh Kondisi yang Memfasilitasi terhadap Penggunaan Aplikasi Pembayaran ..... 28
2.4.5 Pengaruh Penggunaan Aplikasi Pembayaran terhadap Pembelian Impulsif 30
2.5 Model Penelitian ..... 31
BAB III ..... 34
METODE PENELITIAN ..... 34
3.1 Desain Penelitian ..... 34
3.2 Definisi Operasional Variabel ..... 35
3.2.1 Pembelian Impulsif ..... 36
3.2.2 Penggunaan Aplikasi Pembayaran ..... 36
3.2.3 Kinerja yang Diharapkan ..... 37
3.2.4 Usaha yang Diharapkan ..... 37
3.2.5 Pengaruh Sosial ..... 38
3.2.6 Kondisi yang Memfasilitasi ..... 39
3.2.7 Promosi ..... 39
3.3 Populasi dan Sampel ..... 40
3.4 Metode Pengumpulan Data ..... 41
3.5 Teknik Analisis Data ..... 42
3.5.1 Uji Validitas ..... 44
3.5.2 Uji Reliabilitas ..... 45
3.5.1 Asumsi-asumsi Structural Equation Modelling-Partial Least Square ..... 46
3.5.2 Pengujian Hipotesis ..... 48
BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN ..... 50
4.1 Deskripsi Data ..... 50
4.2 Uji Asumsi ..... 50
4.2.1 Identifikasi data pencilan ..... 50
4.3 Analisis Model Pengukuran ..... 51

UNIVERSITAS
GADJAH MADA
**PERAN MODERASI PROMOSI TERHADAP PENGARUH PENGGUNAAN APLIKASI PEMBAYARAN PADA PEMBELIAN IMPULSIF**
SAWITRI, B.M. Purwanto, MBA., Ph. D
**Universitas Gadjah Mada, 2020 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/**


4.4 Karakteristik Data Penelitian ..... 56
4.5 Analisis Model Struktural ..... 59
4.6 Pembahasan Hipotesis ..... 68
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN ..... 77
5.1 Kesimpulan ..... 77
5.2 Keterbatasan Penelitian ..... 78
5.3 Saran ..... 78
DAFTAR PUSTAKA ..... 80
LAMPIRAN ..... 89

UNIVERSITAS
GADJAH MADA
**PERAN MODERASI PROMOSI TERHADAP PENGARUH PENGGUNAAN APLIKASI PEMBAYARAN PADA PEMBELIAN IMPULSIF**
SAWITRI, B.M. Purwanto, MBA., Ph. D
**Universitas Gadjah Mada, 2020 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/**


# DAFTAR TABEL

Tabel 3. 1 Indikator Pembelian Impulsif ..... 36
Tabel 3. 2 Indikator Penggunaan Aplikasi Pembayaran ..... 36
Tabel 3. 3 Indikator Kinerja yang Diharapkan ..... 37
Tabel 3. 4 Indikator Usaha yang Diharapkan ..... 38
Tabel 3. 5 Indikator Pengaruh Sosial ..... 38
Tabel 3. 6 Indikator Kondisi yang Memfasilitasi ..... 39
Tabel 3. 7 Indikator Promosi ..... 40
Tabel 4. 1 Hasil Olah Data Pencilan ..... 51
Tabel 4. 2 Hasil Pengolahan Validitas Konvergen Pertama ..... 52
Tabel 4. 3 Hasil Pengolahan Validitas Konvergen Setelah Penghapusan ..... 53
Tabel 4. 4 Nilai AVE Setelah Penghapusan ..... 54
Tabel 4. 5 Korelasi Antar Konstruk ..... 55
Tabel 4. 6 Nilai Cronbach's Alpha dan Composite Reliability ..... 56
Tabel 4. 7 Hasil Analisi Statistik Deskriptif ..... 57
Tabel 4. 8 Hasil Analisis Deskriptif dan Perbedaan Rerata Berdasarkan Jenis Kelamin ..... 58
Tabel 4. 9 Hasil Analisis Statistik Deskriptif dan Perbedaan Rerata Berdasarkan Kelompok Umur ..... 59
Tabel 4. 10 Hasil Pengolahan Kesesuaian Model ..... 60
Tabel 4. 11 Hasil Estimasi Model Struktural ..... 62
Tabel 4. 12 Hasil Pengujian Hipotesis ..... 68

UNIVERSITAS
GADJAH MADA
**PERAN MODERASI PROMOSI TERHADAP PENGARUH PENGGUNAAN APLIKASI PEMBAYARAN PADA PEMBELIAN IMPULSIF**
SAWITRI, B.M. Purwanto, MBA., Ph. D
**Universitas Gadjah Mada, 2020 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/**


# DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Jumlah transaksi uang elektronik di Indonesia ..... 2

Gambar 2. 1 Model UTAUT ..... 14

Gambar 2. 2 Model Penelitian Venkatesh dkk. (2003) ..... 32

Gambar 2. 3 Model Penelitian Wu dkk. (2007) ..... 33

Gambar 2. 4 Kerangka Konseptual Penelitian ..... 33

Gambar 4. 1 Model Analisis Jalur untuk Pengujian Hipotesis ..... 62

Gambar 4. 2 Scatter Plot Hubungan Nonlinier ..... 63