

DAFTAR ISI

PENGESAHAN	ii
PERNYATAAN	iii
PRAKATA	iv
ARTI LAMBANG DAN SINGKATAN	vi
ABSTRACT	vii
INTISARI	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR TABEL	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Perumusan masalah	5
1.3 Keaslian penelitian	5
1.4 Tujuan Penelitian	13
1.5 Manfaat Penelitian	13
BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN LANDASAN TEORI	14
2.1 Tinjauan Pustaka	14
2.2 Landasan Teori	24
2.2.1 <i>Mobile Commerce (mCommerce)</i>	24
2.2.2 <i>Mobile Payment</i>	25
2.2.3 <i>Model Extended Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT2)</i>	30
2.2.4 <i>Perceived Risk (PR)</i>	34
2.2.5 <i>Alat dan Bahan</i>	35
2.2.6 <i>Instrumen Penelitian</i>	37
2.2.7 <i>Partial Least Square Structural Equation Modeling (PLS-SEM)</i>	38
2.3 Model Penelitian dan Hipotesis	40
BAB III METODOLOGI	45
3.1 Alat dan Bahan	45
3.1.1 <i>Alat</i>	45
3.1.2 <i>Bahan</i>	45
3.2 Jalan Penelitian	46
3.3 Instrumen Penelitian	47
3.4 Perancangan Variabel Operasional dan Indikator Penelitian	48
3.5 Cara Analisis	54
3.5.1 <i>Evaluasi Model Pengukuran (outer model)</i>	54

3.5.2 Evaluasi Model Struktural (<i>Inner model</i>).....	58
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	60
4.1 Karakteristik Responden	60
4.2 Analisis Deskriptif	64
4.2.1 <i>Performance Expectancy</i>	64
4.2.2 <i>Effort Expectancy</i>	66
4.2.3 <i>Social Influence</i>	68
4.2.4 <i>Facilitating Conditions</i>	70
4.2.5 <i>Hedonic Motivation</i>	72
4.2.6 <i>Price Value</i>	74
4.2.7 <i>Perceived Risk</i>	75
4.2.8 <i>Behavioral Intention</i>	81
4.3 Hasil Analisis.....	101
4.3.1 Evaluasi Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>).....	101
4.3.2 Evaluasi Model Struktural (<i>Inner Model</i>).....	106
4.4 Pembahasan	108
4.5 Keterbatasan	113
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	114
5.1 Kesimpulan.....	114
5.2 Saran	114
DAFTAR PUSTAKA	116
LAMPIRAN.....	1