



DAFTAR ISI

PRAKATA.....	iv
ARTI LAMBANG DAN SINGKATAN	vi
ABSTRACT	vii
INTISARI.....	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR TABEL.....	xii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Perumusan masalah.....	3
1.3 Keaslian penelitian.....	3
1.4 Tujuan Penelitian	6
1.5 Manfaat Penelitian	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN LANDASAN TEORI.....	7
2.1 Tinjauan Pustaka	7
2.2 Landasan Teori	10
2.2.1 Pengenalan <i>Mobile Commerce (M-Commerce)</i>	10
2.2.2 <i>Mobile Banking</i>	10
2.2.3 Keuntungan <i>Mobile Banking</i>	10
2.2.4 Manfaat terhadap Bank	11
2.2.5 Manfaat Terhadap Pelanggan	11
2.2.6 Layanan <i>Mobile Banking</i> di Indonesia	11
2.2.7 Daerah Istimewa Yogyakarta	22
2.2.8 Penggunaan dan Jenis <i>Mobile Banking</i> di Daerah Istimewa Yogyakarta	22
2.2.9 <i>User Acceptance</i> (Penerimaan Pengguna)	23
2.2.10 <i>Unified Theory Acceptance and Use of Technology</i> (UTAUT)	25
2.2.11 <i>Unified Theory Acceptance and Use of Technology 2</i>	28
2.2.12 Penggabungan Metode Evaluasi SI/TI	30
2.3 Teknik Analisis Data	31
2.4 <i>Structural Equation Modeling</i> (SEM).....	31
2.5 Kerangka Konsep Penelitian.....	33
2.6 Hipotesis Penelitian	34
BAB III METODOLOGI.....	36
3.1 Alat dan Bahan.....	36
3.1.1 Alat.....	36



3.1.2	Bahan.....	36
3.2	Populasi dan Sampel.....	36
3.3	Jalan Penelitian.....	37
3.4	Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel.....	38
3.5	Instrumen Penelitian.....	42
3.6	Pengolahan dan Analisis Data.....	43
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....		47
4.1	Karakteristik Responden.....	47
4.1.1	Usia.....	47
4.1.2	Jenis Kelamin.....	47
4.1.3	Lama Waktu Penggunaan <i>Mobile Banking</i>	48
4.2	Analisis Deskriptif Hasil Kuesioner.....	48
4.2.1	Kinerja yang diharapkan (<i>Performance expectancy</i>).....	48
4.2.2	Kemudahan yang diharapkan (<i>Effort expectancy</i>).....	50
4.2.3	Pengaruh Sosial (<i>Social influence</i>).....	52
4.2.4	Kondisi Fasilitas (<i>Facilitating condition</i>).....	54
4.2.5	Motivasi Hedonis (<i>Hedonic Motivation</i>).....	56
4.2.6	<i>Price Value</i>	58
4.2.7	Kebiasaan (<i>Habit</i>).....	60
4.2.8	Niat Keperilakuan (<i>Behavioral Intention</i>).....	62
4.2.9	Penerimaan <i>User</i> (<i>User Acceptance</i>).....	64
4.3	Analisis Deskriptif Hasil Kuesioner.....	66
4.3.1	Uji <i>Outer Model</i>	66
4.3.2	Uji <i>Outer Model</i>	70
4.4	Pembahasan.....	78
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....		83
5.1	Kesimpulan.....	83
5.2	Saran.....	84
DAFTAR PUSTAKA.....		85
LAMPIRAN.....		1