

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN PENGESAHAN</b>	<b>1</b>
<b>HALAMAN PERNYATAAN</b>	<b>2</b>
<b>HALAMAN PERSEMBAHAN</b>	<b>4</b>
<b>DAFTAR ISI</b>	<b>5</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b>	<b>10</b>
<b>DAFTAR TABEL</b>	<b>11</b>
<b>ABSTRAK</b>	<b>12</b>
<b>ABSTRACT</b>	<b>13</b>
<b>BAB I</b>	<b>15</b>
1.1 Latar Belakang	15
1.2 Rumusan Masalah	26
1.3 Pertanyaan Penelitian	27
1.4 Tujuan Penelitian	28
1.5 Manfaat Penelitian	29
<b>BAB II</b>	<b>30</b>
2.1 Landasan Teori	30
2.1.1 Perilaku Konsumen	30
2.1.2 Unified Theory of Acceptance and Use of Technology 2 (UTAUT2)	33
2.1.3 Ekspektasi Kinerja	34
2.1.4 Ekspektasi Upaya	34
2.1.5 Pengaruh Sosial	35
2.1.6 Kondisi yang Memfasilitasi	35
2.1.7 Motivasi Hedonis	36
2.1.8 Kebiasaan	37
2.1.9 Nilai Harga	37
2.1.10 Niat Berperilaku	38

2.1.11 Perilaku Penggunaan	38
2.2 Pengembangan Hipotesis	39
2.2.1 Hubungan antara ekspektasi kinerja dengan niat konsumen dalam penggunaan sistem pembayaran seluler.	39
2.2.2 Hubungan antara ekspektasi upaya dengan niat konsumen dalam penggunaan sistem pembayaran seluler	39
2.2.3 Hubungan antara pengaruh sosial dengan niat konsumen dalam penggunaan sistem pembayaran seluler	40
2.2.4 Hubungan antara kondisi yang memfasilitasi dengan niat konsumen dalam penggunaan sistem pembayaran seluler	41
2.2.5 Hubungan antara motivasi hedonis dengan niat konsumen dalam penggunaan sistem pembayaran seluler	42
2.2.6 Hubungan antara kebiasaan dengan niat konsumen dalam penggunaan sistem pembayaran seluler	42
2.2.7 Hubungan antara nilai harga dengan niat konsumen dalam penggunaan sistem pembayaran seluler	43
2.2.8 Hubungan antara niat penggunaan pada perilaku penggunaan pembayaran seluler	43
2.3 Model Riset	44
<b>BAB III</b>	<b>46</b>
3.1 Strategi Penelitian	46
3.2 Metode Pengumpulan Data	46
3.3 Populasi dan Sampel	47
3.3.1 Populasi	47
3.3.2 Sampel dan Desain Pengambilan Sampel	47
3.3.3 Ukuran Sampel	48
3.4 Definisi Operasional dan Pengukuran	48
3.4.1 Ekspektasi Kinerja	48
3.4.2 Ekspektasi Upaya	49
3.4.3 Pengaruh Sosial	50
3.4.4 Kondisi yang Memfasilitasi	51
3.4.5 Motivasi Hedonis	52

3.4.6 Kebiasaan	52
3.4.7 Nilai Harga	53
3.4.8 Niat Berperilaku	54
3.4.9 Perilaku Penggunaan	54
3.5 Objek Penelitian	55
3.5.1 GoPay	55
3.5.2 OVO	56
3.5.3 DANA	57
3.6 Instrumen Penelitian	58
3.7 Pengujian Instrumen	58
3.7.1 Uji Validitas	59
3.7.2 Uji Reliabilitas	61
3.8 Metode Analisis Data	63
3.8.1 Analisis Regresi Sederhana	63
3.8.2 Analisis Regresi Berganda	64
3.8.3 Multikolinearitas	64
3.8.4 Uji Normalitas	65
<b>BAB IV</b>	<b>65</b>
4.1 Karakteristik Responden	66
4.1.1 Jenis Kelamin	66
4.1.2 Usia	66
4.1.3 Asal Domisili	67
4.1.4 Pekerjaan	68
4.1.5 Pengeluaran setiap Bulan	69
4.1.6 Sistem Pembayaran Seluler yang Dimiliki	70
4.2 Analisis Statistik Deskriptif	71
4.3 Uji Normalitas	74
4.4 Uji Multikolinearitas	75
4.5 Analisis Regresi Sederhana	79
4.5.1 Uji R-Square	79

4.5.2	Hasil Analisis Regresi Sederhana	80
4.6	Analisis Model Penelitian	83
4.6.1	Uji R-Square (Regresi Berganda)	83
4.6.2	Analisis Varians (ANOVA)	84
4.6.3	Hasil Uji Hipotesis	86
4.6.3.1	Pengaruh Ekspektasi Kinerja pada Niat Konsumen dalam Penggunaan Sistem Pembayaran Seluler.	87
4.6.3.2	Pengaruh Ekspektasi Upaya pada Niat Konsumen dalam Penggunaan Sistem Pembayaran Seluler.	87
4.6.3.3	Pengaruh Pengaruh Sosial pada Niat Konsumen dalam Penggunaan Sistem Pembayaran Seluler.	88
4.6.3.4	Pengaruh Kondisi yang Memfasilitasi pada Niat Konsumen dalam Penggunaan Sistem Pembayaran Seluler.	89
4.6.3.5	Pengaruh Motivasi Hedonis pada Niat Konsumen dalam Penggunaan Sistem Pembayaran Seluler.	89
4.6.3.6	Pengaruh Kebiasaan pada Niat Konsumen dalam Penggunaan Sistem Pembayaran Seluler.	90
4.6.3.7	Pengaruh Nilai Harga pada Niat Konsumen dalam Penggunaan Sistem Pembayaran Seluler.	91
4.6.3.8	Pengaruh Niat berperilaku pada Perilaku dalam Penggunaan Sistem Pembayaran Seluler	91
4.6.4	Rangkuman Hasil Uji Hipotesis	92
4.9	Pembahasan	93
<b>BAB V</b>		<b>98</b>
5.1	Kesimpulan	98
5.2	Implikasi Penelitian	99
5.2.1	Implikasi Praktis	99
5.2.2	Implikasi Teoritis	101
5.3	Keterbatasan Penelitian	101
5.4	Saran	102
<b>Daftar Pustaka</b>		<b>103</b>
<b>Lampiran</b>		<b>108</b>

## **DAFTAR GAMBAR**

Gambar 1.1 Daftar Dompot Digital Terbesar di Indonesia	18
Gambar 1.2 Transaksi Nontunai Negara Kawasan Asia Tenggara	19
Gambar 2.1 Model Perilaku Konsumen	30
Gambar 2.2 Model Penelitian	45
Gambar 3.1 Halaman Website GoPay	56
Gambar 3.2 Halaman Website OVO	57
Gambar 3.3 Halaman Website DANA	58

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Pendapat Perihal Sistem Pembayaran Seluler	22
Tabel 1.2 Frekuensi Penggunaan dan Alasan Memilih Sistem Pembayaran Seluler	23
Tabel 1.3 Siapa Penyebab Ketertarikan Awal pada Sistem Pembayaran Seluler	25
Tabel 1.4 Dampak Penggunaan Sistem Pembayaran Seluler	26
Tabel 3.1 Butir Pertanyaan Ekspektasi Kinerja	51
Tabel 3.2 Butir Pertanyaan Ekspektasi Upaya	51
Tabel 3.3 Butir Pertanyaan Pengaruh Sosial	52
Tabel 3.4 Butir Pertanyaan Kondisi yang Memfasilitasi	53
Tabel 3.5 Butir Pertanyaan Motivasi Hedonis	54
Tabel 3.6 Butir Pertanyaan Kebiasaan	55
Tabel 3.7 Butir Pertanyaan Nilai Harga	55
Tabel 3.8 Butir Pertanyaan Niat Berperilaku	56
Tabel 3.9 Butir Pertanyaan Perilaku Penggunaan	57
Tabel 3.10 Hasil Uji KMO and Bartlett's Tes	61
Tabel 3.11 Hasil Analisis Faktor Setelah Rotasi Sampel Besar	62
Tabel 3.12 Hasil Uji Reliabilitas	64
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	68
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	69
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Asal Domisili	69
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	70
Tabel 4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Pengeluaran setiap Bulan	71
Tabel 4.6 Karakteristik Responden Berdasarkan Sistem Pembayaran Seluler yang Dimiliki	72
Tabel 4.7 Statistik Deskriptif Data Responden Berdasarkan Variabel	73
Tabel 4.8 Statistik Deskriptif Data Responden Berdasarkan Indikator Variabel	74
Tabel 4.9 Hasil Uji Normalitas	76
Tabel 4.10 Hasil Uji Multikolinearitas	77
Tabel 4.11 Hasil Uji Korelasi Variabel	79
Tabel 4.12 Rangkuman Hasil Uji R	81
Tabel 4.13 Rangkuman Hasil Analisis Regresi Sederhana	83



UNIVERSITAS  
GADJAH MADA

**ANALISIS NIAT KONSUMEN PADA PENGGUNAAN SISTEM PEMBAYARAN SELULER  
MENGUNAKAN UNIFIED THEORY OF  
ACCEPTANCE MODEL**

GENDIS WAHYU STYAIDA, Sari Winahjoe Siswomihardjo, Dr., M.B.A.,  
Universitas Gadjah Mada, 2021 | Diunduh dari <http://etd.repository.ugm.ac.id/>

Tabel 4.13 Hasil Uji R Rangkuman Model Regresi I	85
Tabel 4.14 Hasil Uji R Rangkuman Model Regresi II	86
Tabel 4.15 Hasil Anova dan Rasio F Model Regresi I	86
Tabel 4.16 Hasil Anova dan Rasio F Model Regresi II	87
Tabel 4.17 Hasil Uji Hipotesis Model Regresi I	88
Tabel 4.18 Hasil Uji Hipotesis Model Regresi II	88
Tabel 4.23 Rangkuman Kesimpulan Hasil Uji Hipotesis	94