

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
Pernyataan dan Persetujuan Unggah Tugas Akhir	ii
PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING TUGAS AKHIR	iii
DAFTAR GAMBAR	ix
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR LAMPIRAN.....	xi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.2. Batasan Masalah.....	13
1.2. Rumusan Masalah.....	14
1.3. Tujuan Penelitian	15
1.4. Manfaat Penelitian.....	15
1.6 Sistematika Penulisan.....	16
BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS	17
2.1. Landasan Teori.....	17
2.1.1. Generasi di Surabaya.....	17
2.1.2. Cashless Payment ShopeePay	18
2.1.3. Performance Expectancy	18

2.1.4.	<i>Effort Expectancy</i>	20
2.1.5.	<i>Social Influence</i>	21
2.1.6.	<i>Facilitating Conditions</i>	23
2.1.7.	<i>Hedonic Motivation</i>	24
2.1.8.	<i>Price Value</i>	25
2.1.9.	<i>Habit</i>	26
2.1.10.	<i>Behavioral Intention</i>	27
2.1.11.	<i>Use Behavior</i>	28
2.2.	Penelitian Terdahulu.....	29
2.3.	Pengembangan Hipotesis	30
2.3.1.	Pengaruh <i>Performance Expectancy</i> terhadap <i>Behavioral Intention</i>	30
2.3.2	Pengaruh <i>Effort Expectancy</i> terhadap <i>Behavioral Intention</i>	30
2.3.2	Pengaruh <i>Social Influence</i> terhadap <i>Behavioral Intention</i>	31
2.3.3	Pengaruh <i>Facilitating Conditions</i> terhadap <i>Behavioral Intention</i> ..	31
2.3.5	Pengaruh Hedonic Motivation terhadap Behavioral Intention	32
2.3.6	Pengaruh <i>Price Value</i> terhadap <i>Behavioral Intention</i>	32
2.3.7	Pengaruh <i>Habit</i> terhadap <i>Behavioral Intention</i>	33
2.3.8	Pengaruh <i>Behavioral Intention</i> terhadap <i>Use Behavior</i>	33
2.4	Model Penelitian	35

2.5 Bagan Alur Berpikir	36
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	40
3.1. Jenis Penelitian	40
3.2. Populasi dan Sampel	41
3.2.1. Populasi	41
3.2.2. Sampel	41
3.3. Metode Pengumpulan Data	42
3.4. Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel	46
3.5. Metode Analisis Data	50
3.5.1 Uji Reliabilitas	64
BAB IV	66
ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN	66
4.1 Gambaran Umum.....	66
4.1.1 ShopeePay	66
4.1.2 Profil Responden	67
4.1.2.1 Jenis Kelamin Responden	67
4.2 Analisis Data	69
4.2.1 Tanggapan Responden.....	69
4.2.2 Analisis Deskriptif Variabel.....	84
4.2.2.1 Penjelasan Responden terhadap Performance Expectancy	84

4.2.2.2	Penjelasan Responden terhadap <i>Effort Expectancy</i>	86
4.2.2.3	Penjelasan Responden terhadap <i>Social Influence</i>	87
4.2.2.4	Penjelasan Responden terhadap <i>Facilitating Conditions</i>	89
4.2.2.5	Penjelasan Responden terhadap <i>Hedonic Motivation</i>	90
4.2.2.6	Penjelasan Responden terhadap <i>Price Value</i>	91
4.2.2.8	Penjelasan Responden terhadap <i>Habit</i>	93
4.2.2.8	Penjelasan Responden terhadap <i>Behavioral Intention</i>	94
4.2.2.9	Penjelasan Responden terhadap <i>Use Behavior</i>	95
4.2.3	Hasil Pengujian Kualitas Data.....	97
4.2.3.1	Evaluasi Normalitas Data.....	99
4.2.2.3	Evaluasi Outliners.....	101
4.2.2.3.2	Multiverse Outliers	103
4.2.2.4	Evaluasi <i>Multicollinearity</i> dan <i>Singularity</i>	110
4.2.2.5	Analisis Faktor Konfirmatori	110
4.2.5	Uji Reliability.....	119
4.2.6	Hasil Pengujian Hipotesis.....	121
4.3	Pembahasan	127
BAB V	140
KESIMPULAN	140
5.1	Simpulan	141

5.1.1 Simpulan Atas Hipotesis.....	142
5.1.2 Simpulan Atas Masalah Penelitian.....	147
5.2 Implikasi	148
5.2.1 Implikasi Teoritis	148
DAFTAR PUSTAKA	159

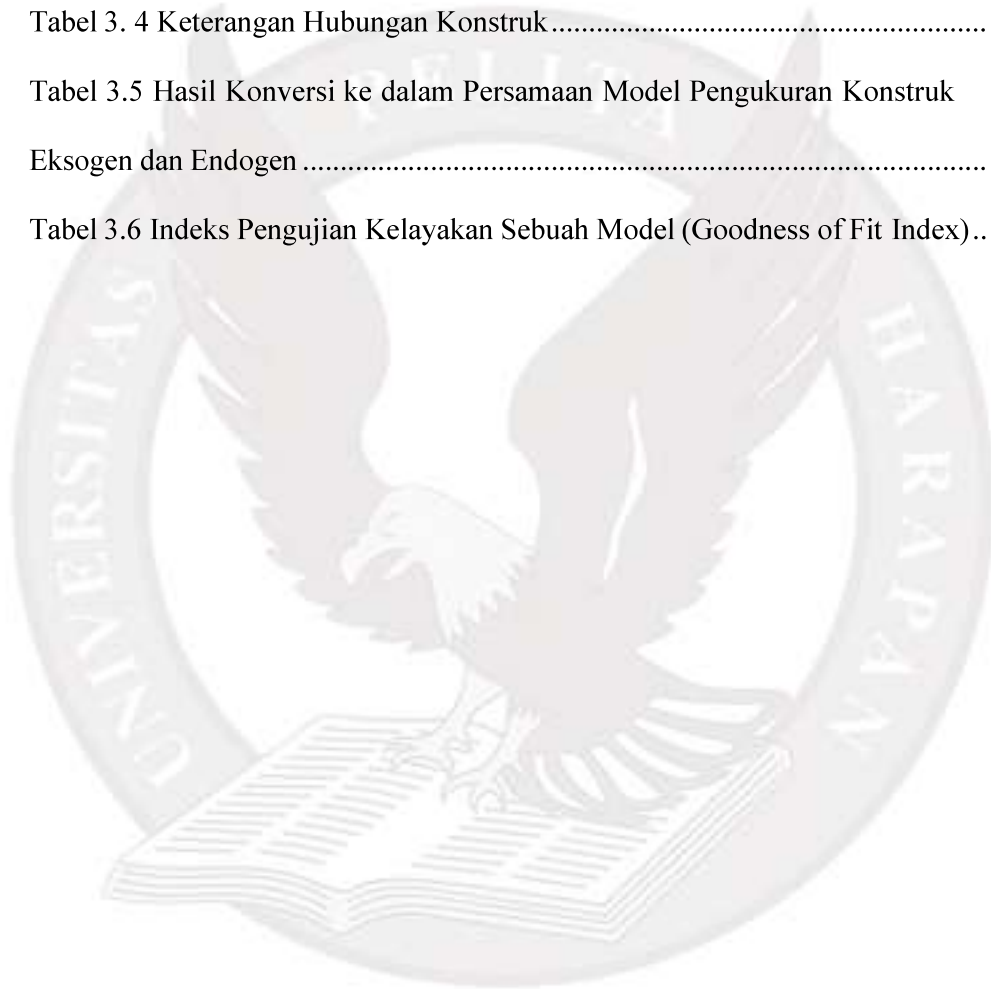


DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Jumlah Transaksi Non Tunai Dunia Tahun 2018-2023.....	2
Gambar 1.2 Nilai Transaksi uang elektronik pada juli 2018 hingga may 2021 di Indonesia	3
Gambar 1.3 Logo ShopeePay.....	5
Gambar 1.4 Survei Dompot Digital di Indonesia	6
Gambar 1.5 Daftar Promo ShopeePay	7
Gambar 1.6 Petunjuk Pengiriman Saldo	8
Gambar 1.7 Iklan ShopeePay	9
Gambar 1.8 Gambar Orang Yang Menggunakan ShopeePay.....	11
<u>Gambar 2.1 Model Penelitian.....</u>	<u>35</u>
Gambar 3. 1 Diagram Alur Kerangka Penelitian Teoritis	55

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Tabel Desain Inti Kuesioner.....	44
Tabel 3.2 Desain Inti Kuesioner.....	46
Tabel 3. 3 Keterangan Indikator Konstruk.....	52
Tabel 3. 4 Keterangan Hubungan Konstruk.....	56
Tabel 3.5 Hasil Konversi ke dalam Persamaan Model Pengukuran Konstruk Eksogen dan Endogen	57
Tabel 3.6 Indeks Pengujian Kelayakan Sebuah Model (Goodness of Fit Index)..	63



DAFTAR LAMPIRAN

