

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	ii
PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN.....	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	v
ABSTRACT.....	vi
ABSTRAK.....	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR TABEL.....	xv
DAFTAR GAMBAR	xvii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xviii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	12
1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian.....	13
1.4 Sistematika Penulisan.....	15
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	16
2.1 Landasan Teori.....	17
2.1.1 Perilaku Konsumen (<i>Consumer Behavior</i>)	17
2.1.2 Dompot Digital (<i>E-Wallet</i>).....	20
2.1.3 Pengembalian dana (<i>Cashback</i>).....	21
2.1.4 Diskon (Potongan Harga).....	22
2.1.5 Kualitas Layanan (<i>Service Quality</i>)	23
2.1.6 Kepercayaan Merek (<i>Brand Trust</i>)	25
2.1.7 Keputusan Pembelian.....	26
2.2 Penelitian Terdahulu.....	30
2.3 Hubungan Antar Variabel	32
2.3.1 Hubungan Pengembalian Dana dengan Kepercayaan Merek	32
2.3.2 Hubungan Diskon dengan Kepercayaan Merek.....	33
2.3.3 Hubungan Kualitas Layanan dengan Kepercayaan Merek	34

2.3.4	Hubungan Kepercayaan Merek (<i>Brand Trust</i>) dengan Keputusan Pembelian.....	35
2.4	Kerangka Pemikiran Teoritis.....	36
2.5	Hipotesis Penelitian.....	37
BAB III METODE PENELITIAN.....		37
3.1	Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel.....	38
3.1.1	Variabel Penelitian.....	38
3.1.2	Definisi Operasional Variabel.....	39
3.2	Populasi dan Sampel.....	40
3.2.1	Populasi.....	40
3.2.2	Sampel.....	41
3.3	Skala Pengukuran.....	42
3.4	Jenis dan Sumber Data.....	43
3.4.1	Jenis Data.....	43
3.4.2	Sumber Data.....	43
3.5	Metode Pengumpulan Data.....	44
3.6	Metode Analisis Data.....	44
3.6.1	Variabel dalam SEM.....	45
3.6.2	Uji Validitas dan Reliabilitas.....	46
3.6.3	Analisa <i>Structural Equation Modeling</i> (SEM).....	47
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....		56
4.1	Deskripsi Objek Penelitian.....	57
4.1.1	Gambaran Umum GoPay PT Dompot Karya Anak Bangsa.....	57
4.1.2	Misi Perusahaan.....	58
4.1.3	Fitur GoPay.....	58
4.1.4	Identitas Responden.....	59
4.1.5	Jenis Kelamin.....	60
4.1.6	Usia.....	61
4.1.7	Domisili.....	62
4.1.8	Pekerjaan.....	62
4.1.9	Frekuensi Transaksi Menggunakan GoPay.....	63
4.2	Uji Instrumen.....	64

4.3	Proses dan Analisis SEM	65
4.3.1	CFA Variabel Eksogen	66
4.3.2	CFA Variabel Endogen	72
4.3.3	Analisis Full Model SEM	75
4.3.4	Analisis Faktor Konfirmatori Konstruk	77
4.3.5	Evaluasi Normalitas	78
4.3.6	Evaluasi <i>Outliers</i>	79
4.3.7	Evaluasi Uji Multicollinearity dan Singularity	80
4.3.8	Evaluasi Uji Nilai Residual	81
4.3.9	Evaluasi Validitas dan Reliabilitas Konstruk.....	81
4.4	Pengujian Hipotesis	84
4.5	Uji Pengaruh Langsung, Tidak Langsung, dan Total.....	86
4.6	Pembahasan Hasil.....	88
4.6.1	Pengembalian dana terhadap Kepercayaan Merek	88
4.6.2	Diskon terhadap Kepercayaan Merek	89
4.6.3	Kualitas Layanan terhadap Kepercayaan Merek.....	89
4.6.4	Kepercayaan Merek terhadap Keputusan Pembelian.....	90
BAB V PENUTUP.....		91
5.1	Kesimpulan.....	92
5.2	Implikasi Teoritis	94
5.3	Implikasi Manajerial.....	95
5.4	Keterbatasan	97
5.5	Saran Penelitian Mendatang	98
DAFTAR PUSTAKA		99
LAMPIRAN.....		103