

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	v
<i>ABSTRACT</i>	vi
ABSTRAK.....	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah	13
1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian.....	15
1.3.1 Tujuan Penelitian	15
1.3.2 Kegunaan Penelitian	15
1.4 Sistematika Penulisan.....	16
BAB II TELAAH PUSTAKA	18
2.1 Landasan Teori dan Penelitian Terdahulu	18
2.1.1 <i>Theory of Planned Behaviour</i>	18
2.1.2 <i>Unified Theory of Acceptance and Use of Technology 2</i>	20
2.1.3 Niat Penggunaan Teknologi.....	25
2.1.4 ShopeePay.....	26
2.1.5 Penelitian Terdahulu	28
2.2 Kerangka Pemikiran	38
2.3 Hipotesis	39
2.3.1 Pengaruh Ekspektasi Kinerja terhadap Niat Penggunaan ShopeePay ..	39
2.3.2 Pengaruh Ekspektasi Usaha terhadap Niat Penggunaan ShopeePay	40

2.3.3 Pengaruh Pengaruh Sosial terhadap Niat Penggunaan ShopeePay	41
2.3.4 Pengaruh Kondisi yang Memfasilitasi terhadap Niat Penggunaan ShopeePay.....	42
2.3.5 Pengaruh Kebiasaan terhadap Niat Penggunaan ShopeePay.....	44
2.3.6 Pengaruh Motivasi Hedonis terhadap Niat Penggunaan ShopeePay....	45
BAB III METODE PENELITIAN.....	46
3.1 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel.....	46
3.1.1 Variabel Dependen	46
3.1.2 Variabel Independen	47
3.2 Populasi dan Sampel	51
3.2.1 Populasi.....	51
3.2.2 Sampel	51
3.3 Jenis dan Sumber Data	53
3.4 Metode Pengumpulan Data	53
3.5 Metode Analisis.....	54
3.5.1 Analisis Deskriptif	55
3.5.2 Pengujian Model Pengukuran (Outer Model).....	56
3.5.3 Pengujian Model Struktural (Inner Model)	58
BAB IV HASIL DAN ANALISIS.....	61
4.1 Deskripsi Objek Penelitian	61
4.1.1 Demografi Responden	61
4.2 Analisis Data	64
4.2.1 Statistik Deskriptif	65
4.2.2 Pengujian Model Pengukuran	67
4.2.3 Pengujian Model Struktural	74
4.3 Pengujian Hipotesis	76
4.3.1 Uji Koefisien Determinasi (R-Square)	76
4.3.2 Uji <i>Effect Size</i> (f^2)	77
4.3.3 Uji <i>Predictive Relevance</i> (Q-Square)	78
4.3.4 Uji Hipotesis (t-statistik).....	79
4.4 Interpretasi Hasil	84
4.4.1 Pengaruh Ekspektasi Kinerja terhadap Niat Penggunaan ShopeePay ..	84

4.4.2 Pengaruh Ekspektasi Usaha terhadap Niat Penggunaan ShopeePay	86
4.4.3 Pengaruh Pengaruh Sosial terhadap Niat Penggunaan ShopeePay	87
4.4.4 Pengaruh Kondisi yang Memfasilitasi terhadap Niat Penggunaan ShopeePay.....	88
4.4.5 Pengaruh Kebiasaan terhadap Niat Penggunaan ShopeePay.....	89
4.4.6 Pengaruh Motivasi Hedonis terhadap Niat Penggunaan ShopeePay....	90
BAB V PENUTUP.....	92
5.1 Simpulan.....	92
5.2 Keterbatasan	92
5.3 Saran.....	93
DAFTAR PUSTAKA	95
LAMPIRAN-LAMPIRAN.....	100