

DAFTAR ISI

PERSETUJUAN SKRIPSI	ii
PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN.....	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	v
KATA PENGANTAR	vi
<i>ABSTRACT</i>	ix
ABSTRAK	x
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR TABEL.....	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	12
1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian.....	14
1.3.1 Tujuan Penelitian	14
1.3.2 Kegunaan Penelitian.....	15
1.4 Sistematika Penelitian	16
BAB II TELAAH PUSTAKA	18
2.1 Landasan Teori	18
2.1.1 <i>Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT)</i> ..	18
2.1.2 <i>Mobile Banking</i>	31
2.1.3 Generasi.....	36
2.2 Penelitian Terdahulu.....	40
2.3 Hubungan Antar Variabel.....	48
2.3.1 Hubungan <i>Performance Expectancy</i> terhadap <i>Behavioral Intention</i>	48
2.3.2 Hubungan <i>Effort Expectancy</i> terhadap <i>Behavioral Intention</i>	48
2.3.3 Hubungan <i>Social Influence</i> terhadap <i>Behavioral Intention</i>	49
2.3.4 Hubungan <i>Facilitating Conditions</i> terhadap <i>Behavioral Intention</i> dan <i>Use Behavior</i>	50
2.3.5 Hubungan <i>Hedonic Motivation</i> terhadap <i>Behavioral Intention</i>	51
2.3.6 Hubungan <i>Price Value</i> terhadap <i>Behavioral Intention</i>	52

2.3.7	Hubungan <i>Habit</i> terhadap <i>Behavioral Intention</i> dan <i>Use Behavior</i>	52
2.3.8	Hubungan <i>Perceived Credibility</i> terhadap <i>Behavioral Intention</i>	53
2.3.9	Hubungan Religiusitas terhadap <i>Behavioral Intention</i>	54
2.3.10	Hubungan <i>Behavioral Intention</i> terhadap <i>Use Behavior</i>	54
2.4	Kerangka Pemikiran	55
2.5	Hipotesis	56
BAB III METODE PENELITIAN.....		58
3.1	Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel.....	58
3.1.1	Variabel Penelitian	58
3.1.2	Definisi Operasional Variabel.....	59
3.2	Populasi dan Sampel.....	63
3.2.1	Populasi	63
3.2.2	Sampel.....	64
3.3	Jenis dan Sumber Data	65
3.3.1	Jenis Data	65
3.3.2	Sumber Data.....	65
3.4	Metode Pengumpulan Data	66
3.4.1	Kuesioner	66
3.4.2	Studi Kepustakaan.....	67
3.5	Metode Analisis	67
3.5.1	Evaluasi Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>)	68
3.5.2	Evaluasi Model Struktural (<i>Inner Model</i>).....	70
3.5.3	Pengujian Hipotesis.....	71
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN		72
4.1	Gambaran Umum Responden.....	72
4.1.1	Responden Berdasarkan Usia.....	72
4.1.2	Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	73
4.1.3	Responden Berdasarkan Domisili	74
4.1.4	Responden Berdasarkan Pekerjaan	75
4.1.5	Responden Berdasarkan <i>Mobile Banking</i> Syariah yang Digunakan	76
4.1.6	Responden Berdasarkan Pendapatan atau Uang Saku Tiap Bulan .	77
4.2	Analisis Data	78

4.2.1	Evaluasi Model Pengukuran	78
4.2.2	Evaluasi Model Struktural (<i>Inner Model</i>).....	86
4.2.3	Pengujian Hipotesis.....	88
4.3	Interpretasi Hasil	92
4.3.1	Pengaruh <i>Performance Expectancy</i> Terhadap <i>Behavioral Intention</i> 92	
4.3.2	Pengaruh <i>Effort Expectancy</i> Terhadap <i>Behavioral Intention</i>	94
4.3.3	Pengaruh <i>Social Influence</i> Terhadap <i>Behavioral Intention</i>	96
4.3.4	Pengaruh <i>Facilitating Conditions</i> Terhadap <i>Behavioral Intention</i> .	97
4.3.5	Pengaruh <i>Facilitating Conditions</i> Terhadap <i>Use Behavior</i>	99
4.3.6	Pengaruh <i>Hedonic Motivation</i> Terhadap <i>Behavioral Intention</i>	100
4.3.7	Pengaruh <i>Price Value</i> Terhadap <i>Behavioral Intention</i>	102
4.3.8	Pengaruh <i>Habit</i> Terhadap <i>Behavioral Intention</i>	103
4.3.9	Pengaruh <i>Habit</i> Terhadap <i>Use Behavior</i>	105
4.3.10	Pengaruh <i>Perceived Credibility</i> Terhadap <i>Behavioral Intention</i> ..	106
4.3.11	Pengaruh Religiusitas Terhadap <i>Behavioral Intention</i>	108
4.3.12	Pengaruh <i>Behavioral Intention</i> Terhadap <i>Use Behavior</i>	109
BAB V PENUTUP.....		111
5.1	Kesimpulan.....	111
5.2	Keterbatasan Penelitian	114
5.3	Saran.....	115
DAFTAR PUSTAKA		117
LAMPIRAN - LAMPIRAN.....		122