

DAFTAR ISI

PERSETUJUAN SKRIPSI	ii
PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI.....	iv
ABSTRACT.....	v
ABSTRAK.....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan masalah.....	9
1.3 Tujuan penelitian	11
1.4 Manfaat Penelitian.....	11
1.4 Sistematika Penulisan.....	12
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	14
2.1 Landasan Teori	14
2.1.1 <i>Theory of Planned Behavior</i> (TPB)	14
2.1.2 <i>Technology Acceptance Model</i> (TAM)	15
2.1.3 Teori Intensi (<i>Intention Theory</i>).....	18
2.1.4 Teori Perilaku Konsumen muslim.....	19
2.1.5 Konsep Wakaf uang	21
2.1.6 <i>Social Capital Theory</i>	25
2.2 Penelitian terdahulu.....	26
2.5 Kerangka Pemikiran Teoritis.....	31
2.2 Hipotesis Penelitian dan Hubungan Antar Variabel	33
2.2.1 Pengaruh <i>Subjective Norms</i> (SN) terhadap intensi mahasiswa Ekonomi Islam UNDIP menggunakan layanan wakaf uang <i>online</i>	33

2.2.2 Pengaruh <i>Perceived Security</i> terhadap intensi untuk menggunakan wakaf uang <i>online</i>	34
2.2.3 Pengaruh <i>Perceived trust</i> (PT) terhadap intensi menggunakan layanan wakaf uang <i>online</i>	35
2.2.4 Pengaruh <i>Perceived usefulness</i> (PU) terhadap intensi untuk menggunakan wakaf uang <i>online</i>	36
2.2.5 Pengaruh <i>Perceived Ease of Use</i> (PEOU) terhadap intensi untuk menggunakan wakaf uang <i>online</i>	37
BAB III METODE PENELITIAN	38
3.1 Variabel penelitian dan definisi operasional.....	38
3.1.1 Variabel Penelitian	38
3.1.2 Defenisi Operasional.....	39
3.2 Populasi dan sampel	43
3.2.1 Populasi.....	43
3.2.2 Sampel.....	44
3.3 Jenis dan sumber data.....	46
3.4 Metode pengumpulan data	46
3.5 Metode analisis.....	48
3.5.1 Analisis kuantitatif	48
3.5.2 Analisis Statistik Deskriptif	50
3.5.3 Analisis Regresi Logistik	51
3.5.4 Analisis Statistik Data	54
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	58
4.1 Hasil Pengumpulan data.....	58
4.2 Karakteristik responden.....	58
4.2.1 Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	58
4.2.2 Profil Responden Berdasarkan Domisili.....	59
4.2.3 Profil responden Berdasarkan Usia.....	60
4.2.4 Profil Responden Berdasarkan Alasan Pilihan “Berniat” berwakaf melalui Layanan Wakaf Uang <i>Online</i>	60
4.2.4 Profil Responden Berdasarkan Alasan Pilihan “Tidak Berniat” berwakaf melalui Layanan Wakaf Uang <i>Online</i>	61

4.3 Analisis Data Indeks Jawaban Responden.....	62
4.3.1 Indeks Jawaban Responden terhadap Variabel <i>Subjective Norms</i>	63
4.3.2 Indeks Jawaban Responden terhadap Variabel <i>Perceived Security</i>	63
4.3.3 Indeks Jawaban Responden terhadap Variabel <i>Perceived trust</i>	64
4.3.4 Indeks Jawaban Responden terhadap Variabel <i>Perceived usefullness</i> .	65
4.3.5 Indeks Jawaban Responden terhadap Variabel <i>Perceived Ease of Use</i>	65
4.4 Analisis kuantitatif.....	66
4.4.1 Uji Validitas.....	66
4.4.2 Uji Reabilitas	67
4.5 Analisis data Regresi Logistik Biner.....	68
4.5.1 Uji Kelayakan Model Regresi (Hosmer and Lemshow Test)	69
4.5.2 Uji Keseluruhan Model (Overall Fit Model)	69
4.5.3 Uji Signifikansi Simultan (Omnibus Test).....	71
4.5.4 Uji Parsial Logistik (Wald Test).....	73
4.6 Interpretasi Hasil Penelitian	76
4.6.1 Pengaruh Subjective Norms (X1) Terhadap Intention to Use (Y)	76
4.6.2 Pengaruh Perceived Security (X2) Terhadap Intention to Use (Y).....	77
4.6.3 Pengaruh <i>Perceived trust</i> (X3) Terhadap Intention to Use (Y).....	79
4.6.4 Pengaruh <i>Perceived usefullness</i> (X4) Terhadap Intention to Use (Y) .	81
4.6.5 Pengaruh Perceived Ease Of Use (X5) Terhadap Intention to Use (Y)	82
.....	82
BAB V PENUTUP.....	84
5.1 Kesimpulan.....	84
5.2 Keterbatasan Penelitian	85
5.3 Saran.....	85
DAFTAR PUSTAKA.....	87
LAMPIRAN – LAMPIRAN.....	97