

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	v
<i>ABSTRACT</i>	vi
ABSTRAK	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah	11
1.3 Pertanyaan Penelitian	13
1.4 Tujuan Penelitian	13
1.5 Manfaat Penelitian	14
1.6 Sistematika Penulisan.....	15
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	16
2.1 Landasan Teori.....	16
2.1.1 Uang Elektronik	16
2.1.2 Perilaku Konsumen	20
2.1.3 Kemudahan Penggunaan	26
2.1.4 Manfaat	27
2.1.5 Promosi <i>Cashback</i>	28
2.1.6 Kepuasan Pelanggan	34
2.1.7 Minat Menggunakan Ulang.....	36
2.2 Pengaruh Antar Variabel.....	37
2.2.1 Pengaruh Kemudahan Penggunaan terhadap Kepuasan Pelanggan.....	37
2.2.2 Pengaruh Manfaat terhadap Kepuasan Pelanggan	38

2.2.3 Pengaruh Promosi <i>Cashback</i> terhadap Minat Menggunakan Ulang.....	39
2.2.4 Pengaruh Kepuasan Pelanggan terhadap Minat Menggunakan Ulang ..	40
2.3 Kerangka Pemikiran.....	42
BAB III METODE PENELITIAN.....	43
3.1 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel	43
3.1.1 Variabel Penelitian	43
3.1.2 Definisi Operasional Variabel.....	44
3.2 Populasi dan Sampel	46
3.2.1 Populasi	46
3.2.2 Sampel.....	46
3.3 Jenis dan Sumber Data.....	47
3.3.1 Data Primer	47
3.3.2 Data Sekunder	47
3.4 Metode Pengumpulan Data	48
3.5 Metode Analisis Data.....	49
3.5.1 <i>Structural Equation Modeling</i>	49
3.5.2 Uji Reliabilitas	59
3.5.3 Uji Validitas	59
BAB IV HASIL DAN ANALISIS.....	61
4.1 Deskripsi Objek Penelitian.....	61
4.1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	61
4.1.2 Gambaran Umum Responden	62
4.1.2.1 Jenis Kelamin Responden	63
4.1.2.2 Usia Responden.....	63
4.1.2.3 Pekerjaan Responden	64
4.1.2.4 Domisili Responden.....	64
4.1.2.5 Pendapatan Responden.....	65
4.1.2.6 Frekuensi Penggunaan Responden.....	66
4.2 Analisis Data	67
4.2.1 Uji Instrumen	67
4.2.2 Analisis Konfirmatori.....	69
4.2.2.1 Analisis Konfirmatori Konstruk Eksogen.....	69
4.2.2.2 Analisis Konfirmatori Konstruk Endogen	71
4.2.3 Asumsi SEM	75

4.2.3.1 Normalitas Data	75
4.2.3.2 <i>Outliers</i>	76
4.2.3.3 Multikolinearitas	77
4.2.4 Analisis <i>Full Model</i>	78
4.2.5 Uji Hipotesis.....	84
4.2.6 Analisis Pengaruh Langsung, Tidak Langsung, dan Total	85
4.3 Interpretasi Hasil Penelitian	88
4.3.1 Pengaruh Kemudahan Penggunaan terhadap Kepuasan Pelanggan.....	88
4.3.2 Pengaruh Manfaat terhadap Kepuasan Pelanggan	89
4.3.3 Pengaruh Promosi <i>Cashback</i> terhadap Minat Menggunakan Ulang.....	90
4.3.4 Pengaruh Kepuasan Pelanggan terhadap Minat Menggunakan Ulang ..	91
BAB V PENUTUP.....	93
5.1 Kesimpulan	93
5.2 Keterbatasan Penelitian.....	94
5.3 Saran.....	94
5.3.1 Implikasi Teoritis	94
5.3.2 Implikasi Manajerial	95
5.3.3 Saran bagi Penelitian Mendatang.....	98
DAFTAR PUSTAKA	99
LAMPIRAN	103

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Daftar Penyelenggara Uang Elektronik yang telah Memperoleh Izin dari Bank Indonesia	2
Tabel 1.2 Jumlah Transaksi dengan Uang Elektronik (dalam Juta Rupiah)	4
Tabel 1.3 Kesenjangan Penelitian	11
Tabel 2.1 Perbedaan <i>Cashback</i> dengan Diskon	31
Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel.....	44
Tabel 3.2 Indeks <i>Goodness of Fit</i>	57
Tabel 4.1 Jenis Kelamin Responden	63
Tabel 4.2 Usia Responden.....	63
Tabel 4.3 Pekerjaan Responden	64
Tabel 4.4 Domisili Responden.....	65
Tabel 4.5 Pendapatan per Bulan Responden.....	66
Tabel 4.6 Frekuensi Penggunaan GoPay per Bulan Responden	66
Tabel 4.7 Reliabilitas Instrumen	67
Tabel 4.8 Validitas Instrumen	68
Tabel 4.9 <i>Goodness of Fit</i> Konstruk Eksogen	70
Tabel 4.10 <i>Regression Weights</i> Konstruk Endogen.....	70
Tabel 4.11 <i>Standarized Regression Weights</i> Konstruk Eksogen	71
Tabel 4.12 <i>Goodness of Fit</i> Konstruk Endogen	72
Tabel 4.13 <i>Goodness of Fit</i> Konstruk Endogen Modifikasi	73
Tabel 4.14 <i>Regression Weights</i> Konstruk Endogen.....	74
Tabel 4.15 <i>Standarized Regression Weights</i> Konstruk Endogen.....	74
Tabel 4.16 Normalitas Data	75
Tabel 4.17 <i>Outliers</i>	77
Tabel 4.18 <i>Goodness of Fit Full Model</i>	78
Tabel 4.19 <i>Goodness of Fit Full Model</i> Modifikasi.....	80
Tabel 4.20 <i>Regression Weights</i>	80
Tabel 4.21 <i>Standarized Regression Weights</i>	81
Tabel 4.22 Reliabilitas Konstruk dan <i>Average Variance Extracted</i>	82
Tabel 4.23 Validitas Diskriminan	82
Tabel 4.24 Pengaruh Langsung.....	86
Tabel 4.25 Pengaruh Tidak Langsung	86
Tabel 4.26 Pengaruh Total	87

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Alasan Menggunakan Layanan <i>Fintech</i>	5
Gambar 1.2 Peringkat Dompet Digital Berdasarkan Pengguna Aktif Bulanan di Indonesia.....	8
Gambar 1.3 Promosi Favorit di Indonesia.....	10
Gambar 2.1 Cara Kerja <i>Cashback</i>	32
Gambar 2.2 Kerangka Pemikiran.....	42
Gambar 3.1 Model Diagram Jalur.....	50
Gambar 4.1 Konstruk Eksogen	69
Gambar 4.2 Konstruk Endogen.....	72
Gambar 4.3 Konstruk Endogen Modifikasi	73
Gambar 4.4 <i>Full Model</i>	78
Gambar 4.5 <i>Full Model</i> Modifikasi	79

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran A Kuesioner Penelitian.....	104
Lampiran B Tabulasi Data	111
Lampiran C Hasil Olah Data	123