

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL.....	ii
PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
BERITA ACARA UJIAN TUGAS AKHIR /SKRIPSI.....	v
MOTTO	vi
HALAMAN PERSEMBAHAN	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR GAMBAR	xvii
DAFTAR TABEL.....	xviii
ABSTRAK.....	xix
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah.....	8
1.3 Tujuan Penelitian	9
1.4 Manfaat Penelitian	9
1.5 Sistematika Penulisan	10

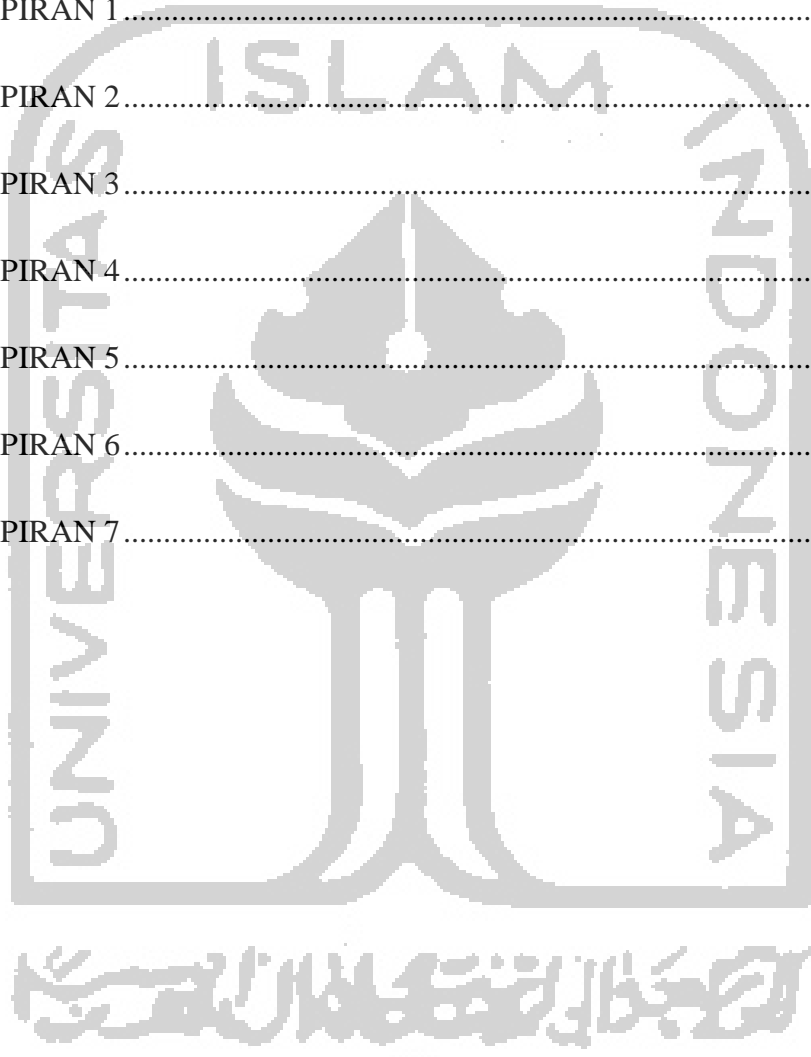
BAB II KAJIAN PUSTAKA	12
2.1 E-Money	12
2.2 Adopsi Teknologi Informasi	14
2.2.1. Technology Acceptance Model (TAM)	15
2.2.2. <i>Unified Theory of Acceptance and Use of Technology 2 (UTAUT2)</i>	17
2.2.3. <i>Initial Trust Model</i>	20
2.3 <i>Financial Technology (FinTech)</i>	22
2.4 Gambaran Umum dan Perkembangan OVO di Indonesia	23
2.5 Pengertian Variabel	25
2.5.1. Pengaruh Sosial (<i>Social Influence</i>)	25
2.5.2. Motivasi Hedonis (<i>Hedonic Motivation</i>)	25
2.5.3. Persepsi Manfaat (<i>Perceived Usefulness</i>)	26
2.5.4. Persepsi Kemudahan (<i>Perceived Ease of Use</i>)	26
2.5.5. Kepercayaan (<i>Trust</i>)	27
2.5.6. Persepsi Keamanan Teknologi (<i>Perceived Technology Security</i>) ...	27
2.6 Penelitian Terdahulu	28
2.7 Hipotesis Penelitian	31
2.7.1. Pengaruh Pengaruh Sosial Terhadap Minat Penggunaan Aplikasi OVO	31

2.7.2. Pengaruh Motivasi Hedonis Terhadap Minat Penggunaan Aplikasi OVO.....	32
2.7.3. Pengaruh Persepsi Manfaat Terhadap Minat Penggunaan Aplikasi OVO.....	33
2.7.4. Pengaruh Persepsi Kemudahan Terhadap Minat Penggunaan Aplikasi OVO	34
2.7.5. Pengaruh Kepercayaan Terhadap Minat Penggunaan Aplikasi OVO	34
2.7.6. Penerimaan Keamanan Teknologi Terhadap Minat Penggunaan Aplikasi OVO	36
2.8 Efek Moderasi Gender	37
2.9 Model Penelitian	39
BAB III METODE PENELITIAN.....	41
3.1. Populasi dan sample penelitian.....	41
3.1.1 Populasi.....	41
3.1.2 Sampel	41
3.2. Sumber Data dan Metode Pengumpulan Data	42
3.2.1 Sumber Data	42
3.2.2 Metode Pengumpulan Data.....	42
3.3. Variabel Penelitian dan Pengukuran Variabel	43
3.3.1 Variabel Dependen (Variabel Terikat)	43

3.3.2	Variabel Independen (Variabel Bebas).....	44
3.3.3	Variabel <i>Moderating</i>	48
3.4.	Metode Analisis Data.....	49
3.4.1	Alat Analisis Data.....	49
3.4.2	Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>).....	50
3.4.2.1	Uji Validitas	50
3.4.2.2	Uji Reliabilitas.....	51
3.4.3	Model Struktural (<i>Inner Model</i>).....	51
BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN.....		52
4.1	Hasil Pengumpulan Data.....	52
4.2	Deskripsi Responden	53
4.2.1	Klasifikasi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	53
4.2.2	Klasifikasi Responden Berdasarkan Usia	53
4.3	Deskriptif Variabel Penelitian.....	54
4.4.1	Uji Validitas.....	58
4.4.2	Uji Reliabilitas	62
4.5	Evaluasi <i>Inner Model</i>	64
4.5.1	Pengujian Hipotesis	65
4.5.2	Analisis Hipotesis	69

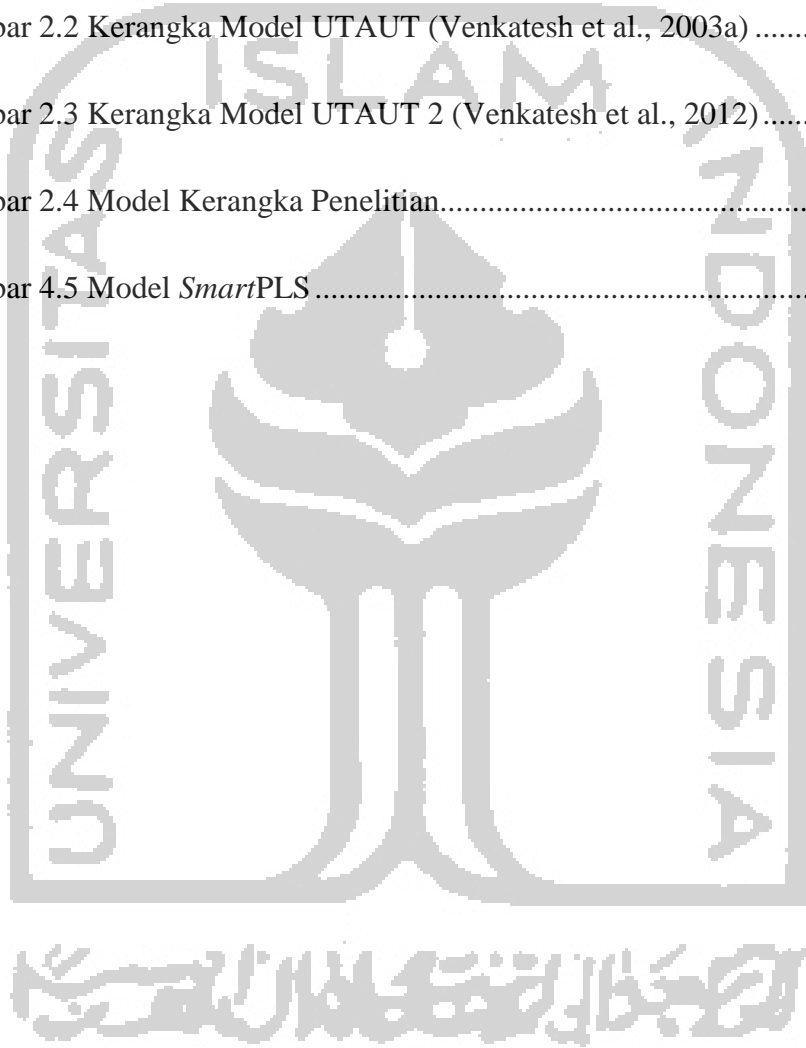
4.5.2.1H1. Pengaruh sosial memiliki pengaruh positif terhadap minat penggunaan aplikasi OVO.....	69
4.5.2.2H2. Motivasi hedonis memiliki pengaruh positif terhadap minat penggunaan aplikasi OVO.....	70
4.5.2.3H3. Persepsi manfaat memiliki pengaruh positif terhadap minat penggunaan aplikasi OVO.....	71
4.5.2.4H4. Persepsi kemudahan memiliki pengaruh positif terhadap minat penggunaan aplikasi OVO.....	72
4.5.2.5H5. Kepercayaan memiliki pengaruh positif terhadap minat penggunaan aplikasi OVO.....	73
4.5.2.6H6. Penerimaan keamanan teknologi memiliki pengaruh positif terhadap minat penggunaan aplikasi OVO.....	74
4.5.2.7H7. Gender memoderasi hubungan antara pengaruh sosial terhadap minat penggunaan aplikasi OVO.....	75
4.5.2.9H9. Gender memoderasi hubungan antara persepsi manfaat terhadap minat penggunaan aplikasi OVO.....	76
4.5.2.10H10. Gender memoderasi hubungan antara persepsi kemudahan terhadap minat penggunaan aplikasi OVO.....	77
BAB V PENUTUP.....	79
5.1 Kesimpulan.....	79
5.2 Implikasi Penelitian.....	80

5.3 Keterbatasan Penelitian.....	82
5.4 Saran	82
DAFTAR PUSTAKA	84
LAMPIRAN 1.....	94
LAMPIRAN 2.....	98
LAMPIRAN 3.....	101
LAMPIRAN 4.....	102
LAMPIRAN 5.....	104
LAMPIRAN 6.....	105
LAMPIRAN 7.....	106



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Jumlah Perusahaan <i>FinTech</i> di Indonesia tahun 2006-2016.....	5
Gambar 2.1 <i>Technology of Acceptance Model</i> (Davis, 1989)	16
Gambar 2.2 Kerangka Model UTAUT (Venkatesh et al., 2003a)	18
Gambar 2.3 Kerangka Model UTAUT 2 (Venkatesh et al., 2012).....	20
Gambar 2.4 Model Kerangka Penelitian.....	40
Gambar 4.5 Model <i>SmartPLS</i>	65



DAFTAR TABEL

Tabel 4.1 Hasil Pengumpulan Data.....	52
Tabel 4.2 Klasifikasi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	53
Tabel 4.3 Klasifikasi Responden Berdasarkan Usia	53
Tabel 4.4 Hasil Analisis Deskriptif Variabel Penelitian	55
Tabel 4.5 Nilai <i>Outer Loading</i> Hitungan Pertama.....	58
Tabel 4.6 Nilai <i>Outer Loading</i> (akhir).....	60
Tabel 4.7 Nilai <i>Cross Loading</i>	61
Tabel 4.8 Nilai <i>Composite Reliability</i> , <i>Cronbach's Alpha</i> dan AVE	62
Tabel 4.9 Nilai <i>R-Square</i>	64
Tabel 4.10 Hasil Uji Hipotesis.....	66