

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN TESIS.....	i
SURAT PERNYATAAN.....	ii
PENGESAHAN TUGAS AKHIR.....	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
<i>ABSTRACT</i>	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Identifikasi Masalah.....	4
C. Ruang Lingkup.....	5
D. Rumusan Masalah.....	6
E. Tujuan dan Manfaat Penelitian.....	6

F. Kerangka Penulisan.....	7
BAB II TELAAH KEPUSTAKAAN	9
A. Landasan Teori.....	9
1. <i>Confirmation</i>	11
2. <i>Perceived Usefulness</i>	11
3. <i>Trust</i>	12
4. <i>Satisfaction</i>	13
5. <i>Continuance Intention</i>	14
B. Kaitan antar Variabel.....	14
1. Kaitan antara a) <i>perceived usefulness</i> , b) <i>trust</i> , c) <i>confirmation</i> , dan <i>continuance intention</i>	14
2. Kaitan antara a) <i>perceived usefulness</i> , b) <i>trust</i> , c) <i>confirmation</i> dan <i>satisfaction</i>	16
3. Kaitan antara <i>satisfaction</i> dan <i>continuance intention</i>	17
4. Kaitan antara a) <i>perceived usefulness</i> , b) <i>trust</i> , c) <i>confirmation</i> , dan <i>continuance intention</i> melalui <i>satisfaction</i>	18
C. Penelitian Terdahulu.....	20
D. Kerangka Pemikiran.....	33

E.	Hipotesis Penelitian.....	36
BAB III	METODOLOGI PENELITIAN.....	38
A.	Jenis dan Periode Penelitian.....	38
B.	Sumber dan Pengumpulan Data.....	38
C.	Populasi dan Sampel Penelitian.....	38
D.	Variabel Penelitian dan Operasionalisasi Variabel.....	39
1.	<i>Confirmation</i>	39
2.	<i>Perceived Usefulness</i>	40
3.	<i>Trust</i>	40
4.	<i>Customer Satisfaction</i>	41
5.	<i>Continuance Intention</i>	41
E.	Uji Validitas dan Reliabilitas.....	42
1.	Uji Validitas.....	42
2.	Uji Reliabilitas.....	42
F.	Teknik Analisis Data.....	43
1.	Analisis <i>Outer-Model</i>	43

2.	Analisis <i>Inner-Model</i>	43
a.	Koefisien Determinasi (R^2)	43
b.	<i>Effect size (f2)</i>	43
c.	<i>Path Coefficient</i>	44
d.	<i>Goodness of fit index (GoF)</i>	44
G.	Pengujian Hipotesis Penelitian.....	44
BAB IV	ANALISIS DAN PEMBAHASAN.....	45
A.	Profil Responden.....	45
1.	Jenis Kelamin.....	45
2.	Pendidikan Terakhir.....	46
3.	Pekerjaan.....	47
4.	Lama Penggunaan Aplikasi Pembayaran Digital.....	47
5.	Aplikasi Pembayaran Digital yang Digunakan.....	48
6.	Aplikasi Pembayaran Digital yang Paling Sering Digunakan.....	49
7.	Alasan Menggunakan Aplikasi Pembayaran Digital.....	49
8.	Tujuan Menggunakan Aplikasi Pembayaran Digital.....	50
B.	Deskripsi Objek Penelitian.....	51

1. <i>Confirmation</i>	51
2. <i>Perceived Usefulness</i>	52
3. <i>Trust</i>	53
4. <i>Customer Satisfaction</i>	53
5. <i>Continuance Intention</i>	54
C. Hasil Analisis Data.....	55
<i>Analisis Outer Model</i>	55
a. Uji Validitas.....	55
b. Uji Reliabilitas.....	60
<i>Analisis Inner Model</i>	60
a. Uji Koefisien Determinasi (R^2)	60
b. Uji <i>Effect size</i> (f^2)	61
c. <i>Path Coefficient</i>	62
d. <i>Goodness of fit index</i> (GoF).....	63
e. Hasil Pengujian Hipotesis.....	64
D. Pembahasan.....	68

BAB V	KESIMPULAN DAN SARAN.....	77
A.	Kesimpulan.....	77
B.	Keterbatasan dan Saran Penelitian.....	78
1.	Keterbatasan.....	78
2.	Saran Penelitian.....	78
C.	Implikasi Manajerial.....	79
	DAFTAR PUSTAKA.....	80
	LAMPIRAN.....	86