

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL.....	ii
LEMBAR PERSETUJUAN	iii
PENGESAHAN PENGUJI	iv
PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN	v
MOTTO	vi
PERSEMBAHAN.....	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
ABSTRAK	xvi
ABSTRACT	xvii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	10
C. Tujuan Penelitian.....	10
D. Manfaat Penelitian.....	11
E. Ruang Lingkup dan Keterbatasan Penelitian	12
F. Penegasan Istilah	13
G. Sistematika Penulisan Skripsi	15
BAB II LANDASAN TEORI	18
A. Ekonomi dan Bisnis Digital	18
B. <i>Technology Acceptance Model</i> (TAM)	19
C. Persepsi kegunaan	21
D. Kepercayaan	22

E. <i>PayLater</i>	25
F. Gaya hidup	26
G. Penelitian Terdahulu	29
H. Kerangka Konseptual	43
I. Hipotesis Penelitian	46
BAB III METODE PENELITIAN	48
A. Pendekatan dan Jenis Penelitian	48
B. Lokasi Penelitian	51
C. Variabel dan Pengukuran	49
D. Populasi, Sampling, dan Sampel Penelitian	51
E. Instrumen Penelitian	54
F. Teknik Pengumpulan data	54
G. Analisis data	54
H. Tahapan Penelitian	54
BAB IV HASIL PENELITIAN	60
A. Gambaran Umum Objek Penelitian	60
B. Hasil Analisis Deskripsi Responden Penelitian	68
C. Analisis Outer Model	72
D. Analisa Model Struktural (<i>Inner model</i>)	77
E. GOF	85
BAB V PEMBAHASAN	86
A. Pengaruh Persepsi kegunaan terhadap keputusan penggunaan fitur <i>Paylater</i>	86
B. Pengaruh Kepercayaan terdapat pengaruh terhadap keputusan penggunaan fitur <i>Paylater</i>	88
C. Pengaruh keputusan penggunaan fitur <i>Paylater</i> terhadap Gaya hidup.	92
D. Kemampuan Gaya hidup dalam memediasi pengaruh Persepsi kegunaan terhadap keputusan penggunaan fitur <i>Paylater</i>	94
E. Kemampuan Gaya hidup mampu memediasi pengaruh Kepercayaan terhadap keputusan penggunaan fitur <i>PayLater</i>	96
BAB VI PENUTUP	99
A. Kesimpulan	99

B. Saran.....	100
DAFTAR PUSTAKA	103
LAMPIRAN-LAMPIRAN.....	110