

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL DALAM.....	i
HALAMAN PENGESAHAN TESIS.....	ii
HALAMAN PERNYATAAN DEWAN PENGUJI.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN TESIS.....	iv
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TESIS.....	v
ABSTRAK.....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvii
BAB 1 PENDAHULUAN	
1.1 LATAR BELAKANG.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	13
1.3 Tujuan Penelitian.....	14
1.4 Sistematika Penulisan.....	15
BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Manajemen Pemasaran.....	16
2.2 Competitive Advantage.....	18
2.3 Theory Reasoned Action (TRA).....	19
2.4 <i>Theory of Planned Behaviour</i>	20
2.5 Perilaku konsumen.....	22
2.6 Fintech.....	22
2.7 Mobile payment.....	28
2.8 Theory Acceptance Model (TAM).....	33

2.9	Perceived Ease Of Use (PEOU).....	35
2.10	Promosi Online	39
2.11	Literatur Penelitian Terdahulu	43
BAB 3. METODE PENELITIAN		
3.1	Jenis Penelitian	51
3.2	Lokasi dan Waktu Penelitian	53
3.3	Model Konseptual Penelitian	54
3.4	Variabel Penelitian	59
3.5	Operasional Variabel.....	62
3.6	Hubungan Antar Variabel dan Hipotesa.....	66
3.7	Unit Analisis, Populasi dan Sampel.....	69
3.8	Uji Pendahuluan Kuesioner.....	70
3.9	<i>Main Test</i> dalam Penelitian	71
BAB 4 ANALISIS DAN PEMBAHASAN		
4.1	Analisis Hasil Pretest.....	76
4.2	Analisis Hasil Main – test	88
4.3	Pembahasan Hasil Penelitian.....	138
BAB 5 SIMPULAN DAN SARAN		
5.1	Kesimpulan.....	148
5.2	Keterbatasan Penelitian.....	149
5.3	Saran	149
5.4	Implikasi untuk aplikasi OVO dan Go-Pay	150
DAFTAR PUSTAKA.....		155
RIWAYAT HIDUP PENULIS.....		160
LAMPIRAN		161