

DAFTAR ISI

PERSETUJUAN SKRIPSI.....	ii
PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI.....	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	v
PERSEMBAHAN.....	v
KATA PENGANTAR	vi
ABSTRACT	x
ABSTRAK.....	xi
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR GAMBAR.....	xvi
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	11
1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian.....	13
1.3.1 Tujuan Penelitian.....	13
1.3.2 Kegunaan Penelitian.....	13
1.4 Sistematika Penulisan.....	14
BAB II TELAAH PUSTAKA	17
2.1 Landasan Teori	17
2.1.1 Teori Perilaku Terencana (Theory of Planned Behavior)	17
2.1.2 Teori Perilaku Konsumen.....	22
2.1.3 Theory of Acceptance Model (TAM)	27
2.1.4 <i>Unified Theory of Acceptance and Usage of Technology</i>	33
2.1.5 Faktor Pengaruh Minat untuk Menggunakan Aplikasi Bank Syariah Digital Hijra Bank	37
2.1.6 Bank Digital Syariah	51
2.1.7 Generasi Milenial dan Generasi Z.....	53
2.2 Hubungan Antar Variabel	57
2.2.1 Hubungan Fleksibilitas terhadap Minat Menggunakan Aplikasi Bank Digital Syariah Hijra Bank	57
2.2.2 Hubungan Fitur Produk terhadap Minat Menggunakan Aplikasi Bank Digital Syariah Hijra Bank	59
2.2.3 Hubungan <i>Social media influencer</i> terhadap Minat Menggunakan Aplikasi Bank Digital Syariah Hijra Bank	61
2.2.4 Hubungan <i>Perceived risk</i> terhadap Minat Menggunakan Aplikasi Bank Digital Syariah Hijra Bank	63
2.2.5 Hubungan <i>Digital Lifestyle</i> terhadap Minat Menggunakan Layanan Bank Digital Syariah Hijra Bank	65

2.3 Penelitian Terdahulu.....	67
2.4 Kerangka Pemikiran.....	77
2.5 Hipotesis Penelitian.....	80
BAB III METODE PENELITIAN.....	81
3.1 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel.....	81
3.1.1 Variabel Penelitian.....	81
3.1.2 Definisi Operasional Variabel.....	81
3.2 Populasi dan Sampel.....	87
3.2.1 Populasi.....	87
3.2.2 Sampel.....	88
3.2.3 Jenis dan Sumber Data.....	88
3.3 Metode Pengumpulan Data.....	88
3.4 Metode Analisis.....	89
3.4.1 Model Spesifikasi.....	90
3.4.2 Analisa Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>).....	90
3.4.3 Analisa Model Struktural (<i>Inner Model</i>).....	92
3.4.4 Pengujian Hipotesis.....	93
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN PENELITIAN.....	95
4.1 Deskripsi Objek Penelitian.....	95
4.1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	95
4.1.2 Gambaran Umum Responden.....	99
4.2 Analisis Data.....	105
4.2.1 Analisa Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>).....	105
4.2.2 Analisa Model Pengukuran (<i>Inner Model</i>).....	110
4.2.3 Uji Hipotesis.....	115
4.3 Pembahasan.....	117
4.3.1 Pengaruh Fleksibilitas terhadap Minat untuk Menggunakan Layanan Bank Digital Syariah Hijra Bank.....	117
4.3.2 Pengaruh Fitur Produk terhadap Minat untuk Menggunakan Layanan Bank Digital Syariah Hijra Bank.....	120
4.3.3 Pengaruh <i>Social media influencer</i> terhadap Minat Menggunakan Layanan Bank Digital Syariah Hijra Bank.....	123
4.3.4 Pengaruh <i>Perceived risk</i> terhadap Minat untuk Menggunakan Layanan Bank Digital Syariah Hijra Bank.....	126
4.3.5 Pengaruh <i>Digital Lifestyle</i> terhadap Minat untuk Menggunakan Bank Digital Syariah Hijra Bank.....	128
BAB V.....	131
PENUTUP.....	131
5.1 Kesimpulan.....	131
5.2 Keterbatasan Penelitian.....	134
5.3 Saran.....	135