

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	1
<b>PERSETUJUAN SKRIPSI</b> .....	ii
<b>PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN</b> .....	iii
<b>PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI</b> .....	iv
<b>MOTTO DAN PERSEMBAHAN</b> .....	v
<b>ABSTRACT</b> .....	vi
<b>ABSTRAK</b> .....	vii
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	viii
<b>DAFTAR ISI</b> .....	xi
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	xiv
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	xv
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	1
1.1    Latar Belakang Penelitian .....	1
1.2    Research Gap .....	6
1.3    Perumusan Masalah .....	11
1.4    Masalah Penelitian .....	12
1.5    Pertanyaan Penelitian .....	13
1.6    Tujuan Penelitian .....	15
1.7    Manfaat Penelitian .....	16
1.7.1    Manfaat Teoritis .....	16
1.7.2    Manfaat Praktis .....	16
1.8    Sistematika Penulisan .....	16
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	18
2.1    Landasan Teori .....	18
2.1.1 <i>Theory of Consumption Values (TCV)</i> .....	18
2.1.2 <i>Technology of Acceptance Model (TAM)</i> .....	21
2.2    Pengembangan Variabel.....	24
2.2.1 <i>Social Value</i> .....	24
2.2.2 <i>Monetary value</i> .....	25
2.2.3 <i>Perceived usefulness</i> .....	26
2.2.4 <i>Perceived trust</i> .....	28
2.2.5 <i>Customer satisfaction</i> .....	29
2.2.6 <i>Green loyalty</i> .....	30

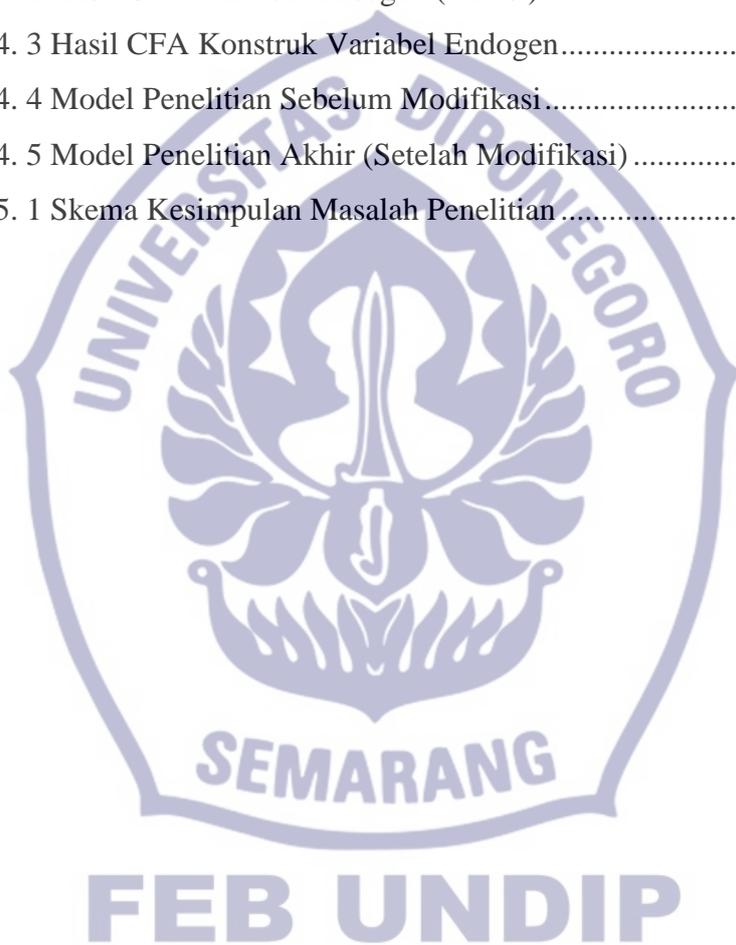
2.3	Hubungan Antar Variabel dan Pengembangan Hipotesis.....	32
2.3.1	Hubungan <i>Social Value</i> dengan <i>Green loyalty</i> .....	32
2.3.2	Hubungan <i>Social Value</i> dengan <i>Customer satisfaction</i> .....	33
2.3.3	Hubungan <i>Customer satisfaction</i> dengan <i>Green loyalty</i> .....	34
2.3.4	Hubungan Monetary Value dengan <i>Green loyalty</i> .....	35
2.3.5	Hubungan <i>Perceived usefulness</i> dengan <i>Green loyalty</i> .....	36
2.3.6	Hubungan <i>Perceived trust</i> dengan <i>Green loyalty</i> .....	37
2.4	Kerangka Penelitian .....	38
<b>BAB III METODE PENELITIAN</b> .....		40
3.1	Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel .....	40
3.1.1	Variabel Penelitian .....	40
3.1.2	Definisi Operasional Variabel.....	41
3.2	Populasi dan Sampel .....	44
3.2.1	Populasi .....	44
3.2.2	Sampel .....	44
3.3	Jenis dan Sumber Data .....	46
3.3.1	Jenis Data .....	46
3.3.2	Sumber Data.....	46
3.4	Metode Pengumpulan Data.....	47
3.4.1	Kuesioner .....	47
3.4.2	Studi Kepustakaan.....	48
3.5	Metode Analisis .....	48
3.6	Analisis Univariat.....	49
3.6.1	Analisis Multivariat.....	49
<b>BAB IV HASIL DAN ANALISIS</b> .....		59
4.1	Deskripsi Objek Penelitian.....	59
4.1.1	Deskripsi Umum Objek Penelitian .....	59
4.1.2	Deskripsi Umum Responden.....	60
4.1.3	Analisis Indeks Jawaban Responden .....	71
4.2	Analisis SEM .....	80
4.2.1	Uji Confirmatory Factor Analysis (CFA) .....	80
4.2.2	Uji Struktural.....	92
4.2.3	Pengujian Hipotesis.....	105
4.2.4	Analisis Direct Effect, Indirect Effect dan Total Effect.....	109
4.3	Interpretasi Hasil .....	111

4.3.1	Pengaruh <i>Social Value</i> terhadap <i>Green loyalty</i> .....	111
4.3.2	Pengaruh <i>Social Value</i> terhadap <i>Customer satisfaction</i> ....	112
4.3.3	Pengaruh <i>Customer satisfaction</i> terhadap <i>Green loyalty</i> ..	113
4.3.4	Pengaruh Monetary Value terhadap <i>Green loyalty</i> .....	114
4.3.5	Pengaruh <i>Perceived usefulness</i> terhadap <i>Green loyalty</i> ...	115
4.3.6	Pengaruh <i>Perceived trust</i> terhadap <i>Green loyalty</i> .....	116
<b>BAB V PENUTUP</b> .....		118
5.1	Simpulan .....	118
5.1.1	Kesimpulan Atas Diterimanya Hipotesis .....	118
5.1.2	Kesimpulan Masalah Penelitian .....	123
5.2	Implikasi Teoritis .....	124
5.3	Implikasi Manajerial.....	125
5.4	Keterbatasan .....	127
5.5	Saran Untuk Penelitian Mendatang .....	128
<b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....		130
<b>LAMPIRAN</b> .....		140
LAMPIRAN A KUESIONER PENELITIAN.....		140
LAMPIRAN B .....		147
LAMPIRAN C.....		148
LAMPIRAN D .....		149

**FEB UNDIP**

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Metode Pembayaran yang Paling Banyak Digunakan di Indonesia .....	3
Gambar 1. 2 Data Survei Dompet Digital Favorit .....	4
Gambar 1. 3 Adoption of Wallets In Asia.....	5
Gambar 4. 1 Hasil CFA Variabel Eksogen .....	82
Gambar 4. 2 Hasil CFA Variabel Eksogen (Revisi) .....	85
Gambar 4. 3 Hasil CFA Konstruk Variabel Endogen.....	87
Gambar 4. 4 Model Penelitian Sebelum Modifikasi.....	92
Gambar 4. 5 Model Penelitian Akhir (Setelah Modifikasi).....	98
Gambar 5. 1 Skema Kesimpulan Masalah Penelitian.....	123



## DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Research Gap .....	8
Tabel 3. 1 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional.....	42
Tabel 3. 2 Kriteria Penilaian Skala .....	48
Tabel 3. 3 Indeks Pengujian Kelayakan SEM.....	57
Tabel 4. 1 Responden berdasarkan Jenis Kelamin.....	61
Tabel 4. 2 Responden Berdasarkan Usia.....	62
Tabel 4. 3 Responden berdasarkan Pekerjaan.....	63
Tabel 4. 4 Responden berdasarkan Pendidikan Terakhir.....	64
Tabel 4. 5 Domisili/Tempat Tinggal di Jawa Tengah.....	65
Tabel 4. 6 Responden berdasarkan Pendapatan per Bulan.....	65
Tabel 4. 7 Responden berdasarkan Pengeluaran per Bulan.....	67
Tabel 4. 8 Penggunaan Mobile Payment E-Wallet.....	68
Tabel 4. 9 Frekuensi Penggunaan Mobile Payment E-Wallet dalam Satu Minggu Terakhir.....	69
Tabel 4. 10 Jenis Mobile Payment yang Paling Sering Digunakan.....	70
Tabel 4. 11 Hasil Tanggapan Responden terhadap <i>Social Value</i> .....	72
Tabel 4. 12 Hasil Tanggapan Responden terhadap Monetary Value .....	73
Tabel 4. 13 Hasil Tanggapan Responden terhadap <i>Perceived usefulness</i> ....	75
Tabel 4. 14 Hasil Tanggapan Responden terhadap <i>Perceived trust</i> .....	76
Tabel 4. 15 Hasil Tanggapan Responden terhadap <i>Customer satisfaction</i> ..	78
Tabel 4. 16 Hasil Tanggapan Responden terhadap <i>Green loyalty</i> .....	79
Tabel 4. 17 Hasil Uji Fit Variabel Eksogen .....	82
Tabel 4. 18 Kriteria Normalitas Transformasi Data dalam Confirmatory Factor Analysis .....	83
Tabel 4. 19 Regression Weights Confirmatory Factor Analysis.....	84
Tabel 4. 20 Hasil Uji Fit Variabel Eksogen (Revisi) .....	85
Tabel 4. 21 Kriteria Normalitas Transformasi Data dalam Confirmatory Factor Analysis (Revisi).....	86
Tabel 4. 22 Regression Weights Confirmatory Factor Analysis (Revisi)....	86
Tabel 4. 23 Hasil Uji Fit Variabel Endogen.....	88

Tabel 4. 24 Kriteria Normalitas dalam Confirmatory Factor Analysis.....	88
Tabel 4. 25 Regression Weights Confirmatory Factor Analysis.....	89
Tabel 4. 26 Hasil CFA Konstruksi Variabel Endogen (Revisi).....	90
Tabel 4. 27 Hasil Uji Fit Variabel Endogen (Revisi).....	90
Tabel 4. 28 Kriteria Normalitas Transformasi Data dalam Confirmatory Factor Analysis .....	91
Tabel 4. 29 <i>Regression Weights Confirmatory Factor Analysis</i> .....	91
Tabel 4. 30 Hasil Uji Fit Variabel Eksogen .....	93
Tabel 4. 31 Kriteria Normalitas Transformasi Data dalam Confirmatory Factor Analysis .....	93
Tabel 4. 32 Regression Weights Confirmatory Factor Analysis.....	94
Tabel 4. 33 Evaluasi Goodness of Fit Model.....	98
Tabel 4. 34 Regression Weights Full Model SEM .....	99
Tabel 4. 35 Uji Normalitas Data .....	101
Tabel 4. 36 Uji Validitas dengan Uji Validitas Konvergen .....	103
Tabel 4. 37 Uji Construct Reliability dan Variance Extracted.....	104
Tabel 4. 38 Standardized Regression Weight & Regression Weight Full Model .....	106
Tabel 4. 39 Nilai Standardized Direct Effect .....	109
Tabel 4. 40 Nilai Standardized Indirect Effect.....	110
Tabel 4. 41 Nilai Standardized Total Effect.....	110
Tabel 5. 1 Rata-Rata Nilai Indeks tiap Variabel .....	127

**FEB UNDIP**