

DAFTAR ISI

PERSETUJUAN SKRIPSI	ii
PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN.....	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI.....	iv
ABSTRACT	v
ABSTRAK	vi
MOTTO DAN PESEMBAHAN	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR GAMBAR.....	xvi
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	7
1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian	10
1.3.1 Tujuan Penelitian	10
1.3.2 Manfaat Penelitian	11
1.4 Sistematika Penulisan	12
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	12
2.1 Landasan Teori.....	12
2.1.1 Unified Theory of Acceptance and Use of Technology 2 (UTAUT 2)	12
2.1.2 Quick Response Code Indonesian Standard (QRIS).....	16
2.1.3 Performance Expectancy.....	18
2.1.4 Effort Expectancy	19
2.1.5 Social Influence.....	20
2.1.6 Facilitating Conditions	21
2.1.7 Hedonic Motivation	22
2.1.8 Price Value.....	23

2.1.9 <i>Habit</i>	24
2.1.10 Behavioral Intention.....	25
2.1.11 Use Behavior.....	26
2.1.12 Perceived Risk	26
2.2 Penelitian Terdahulu	29
2.3 Kerangka Penelitian	34
2.4 Pengembangan Hipotesis	36
2.4.1 Hubungan antara <i>Performance Expectancy</i> dan <i>Behavioral Intention</i> dalam Penggunaan QRIS.....	36
2.4.2 Hubungan antara <i>Effort Expectancy</i> dan <i>Behavioral Intention</i> dalam Penggunaan QRIS.....	37
2.4.3 Hubungan antara <i>Social Influence</i> dan <i>Behavioral Intention</i> dalam Penggunaan QRIS	38
2.4.4 Hubungan antara <i>Facilitating Conditions</i> , <i>Behavioral Intention</i> , dan <i>Use Behavior</i> dalam Penggunaan QRIS.....	40
2.4.5 Hubungan antara <i>Hedonic Motivation</i> dan <i>Behavioral Intention</i> dalam Penggunaan QRIS.....	41
2.4.6 Hubungan antara <i>Price Value</i> dan <i>Behavioral Intention</i> dalam Penggunaan QRIS	42
2.4.7 Hubungan antara <i>Habit</i> , <i>Behavioral Intention</i> , dan <i>Use Behavior</i> dalam Penggunaan QRIS.....	44
2.4.8 Hubungan antara <i>Behavioral Intention</i> dan <i>Use Behavior</i> dalam Penggunaan QRIS	45
2.4.9 Hubungan <i>Perceived Risk</i> sebagai Variabel Moderasi terhadap Determinan-Determinan <i>Behavioral Intention</i> dan <i>Use Behavior</i> dalam Penggunaan QRIS.....	46
2.4.10 Hubungan <i>Ages</i> sebagai Variabel Moderasi terhadap Determinan-Determinan <i>Behavioral Intention</i> dan <i>Use Behavior</i> dalam Penggunaan QRIS.....	51
BAB III METODE PENELITIAN	55
3.1 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel	55
3.1.1 Variabel Dependen.....	55
3.1.2 Variabel Independen	56
3.1.3 Variabel Moderasi.....	61
3.2 Populasi dan Sampel	67
3.3 Response Rate.....	69
3.4 Jenis dan Sumber Data.....	70
3.5 Metode Pengumpulan Data.....	70
3.6 Metode Analisis Data.....	71

3.6.1 Partial Least Squares-Structural Equation Modeling (PLS-SEM).....	71
3.6.2 Analisis Statistik Deskriptif	72
3.6.3 Analisis Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>).....	72
3.6.4 Analisis Model Struktural (<i>Inner Model</i>).....	75
3.6.5 Pengujian Hipotesis.....	77
BAB IV HASIL DAN ANALISIS	78
4.1 Deskripsi Objek Penelitian.....	78
4.2 Analisis Data.....	81
4.2.1 Analisis Statistik Deskriptif	81
4.2.2 Analisis Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>).....	85
4.2.3 Analisis Model Struktural (<i>Inner Model</i>).....	95
4.2.4 Pengujian Hipotesis.....	99
4.3 Interpretasi Hasil.....	105
4.3.1 Hubungan antara <i>Performance Expectancy</i> dan <i>Behavioral Intention</i> (H1)..	105
4.3.2 Hubungan antara <i>Effort Expectancy</i> dan <i>Behavioral Intention</i> (H ₂).....	106
4.3.3 Hubungan antara <i>Social Influence</i> dan <i>Behavioral Intention</i> dalam Penggunaan QRIS (H ₃).....	107
4.3.4 Hubungan antara <i>Facilitating Conditions</i> dan <i>Behavioral Intention</i> (H ₄)	107
4.3.5 Hubungan antara <i>Facilitating Conditions</i> dan <i>Use Behavior</i> (H ₅).....	108
4.3.6 Hubungan antara <i>Hedonic Motivation</i> dan <i>Behavioral Intention</i> (H ₆).....	109
4.3.7 Hubungan antara <i>Price Value</i> dan <i>Behavioral Intention</i> (H ₇).....	110
4.3.8 Hubungan antara <i>Habit</i> dan <i>Behavioral Intention</i> (H ₈)	111
4.3.9 Hubungan antara <i>Habit</i> dan <i>Use Behavior</i> (H ₉).....	111
4.3.10 Hubungan antara <i>Behavioral Intention</i> dan <i>Use Behavior</i> dalam Penggunaan QRIS (H ₁₀)	112
4.3.11 Pengaruh Moderasi Variabel <i>Perceived Risk</i> terhadap Hubungan <i>Performance Expectancy</i> dan <i>Behavioral Intention</i> (H ₁₁)	113
4.3.12 Pengaruh Moderasi Variabel <i>Perceived Risk</i> terhadap Hubungan <i>Effort Expectancy</i> dan <i>Behavioral Intention</i> (H ₁₂)	113
4.3.13 Pengaruh Moderasi Variabel <i>Perceived Risk</i> terhadap Hubungan <i>Social Influence</i> dan <i>Behavioral Intention</i> (H ₁₃).....	114
4.3.14 Pengaruh Moderasi Variabel <i>Perceived Risk</i> terhadap Hubungan <i>Facilitating Conditions</i> dan <i>Behavioral Intention</i> (H ₁₄)	114
4.3.15 Pengaruh Moderasi Variabel <i>Perceived Risk</i> terhadap Hubungan <i>Facilitating Conditions</i> dan <i>Use Behavior</i> dalam Penggunaan QRIS (H ₁₅)	115

4.3.16 Pengaruh Moderasi Variabel <i>Perceived Risk</i> terhadap Hubungan <i>Hedonic Motivation</i> dan <i>Behavioral Intention</i> (H ₁₆)	115
4.3.17 Pengaruh Moderasi Variabel <i>Perceived Risk</i> terhadap Hubungan <i>Price Value</i> dan <i>Behavioral Intention</i> (H ₁₇).....	115
4.3.18 Pengaruh Moderasi Variabel <i>Perceived Risk</i> terhadap Hubungan <i>Habit</i> dan <i>Behavioral Intention</i> (H ₁₈)	116
4.3.19 Pengaruh Moderasi Variabel <i>Perceived Risk</i> terhadap Hubungan <i>Habit</i> dan <i>Use Behavior</i> (H ₁₉).....	116
4.3.20 Pengaruh Moderasi Variabel <i>Perceived Risk</i> terhadap Hubungan <i>Behavioral Intention</i> dan <i>Use Behavior</i> (H ₂₀)	116
4.3.21 Pengaruh Moderasi Variabel <i>Ages</i> terhadap Hubungan <i>Performance Expectancy</i> dan <i>Behavioral Intention</i> (H ₂₁)	117
4.3.22 Pengaruh Moderasi Variabel <i>Ages</i> terhadap Hubungan <i>Effort Expectancy</i> dan <i>Behavioral Intention</i> (H ₂₂)	117
4.3.23 Pengaruh Moderasi Variabel <i>Ages</i> terhadap Hubungan <i>Social Influence</i> dan <i>Behavioral Intention</i> (H ₂₃)	118
4.3.24 Pengaruh Moderasi Variabel <i>Ages</i> terhadap Hubungan <i>Facilitating Conditions</i> dan <i>Behavioral Intention</i> (H ₂₄)	118
4.3.25 Pengaruh Moderasi Variabel <i>Ages</i> terhadap Hubungan <i>Facilitating Conditions</i> dan <i>Use Behavior</i> (H ₂₅)	119
4.3.26 Pengaruh Moderasi Variabel <i>Ages</i> terhadap Hubungan <i>Hedonic Motivation</i> dan <i>Behavioral Intention</i> (H ₂₆).....	119
4.3.27 Pengaruh Moderasi Variabel <i>Ages</i> terhadap Hubungan <i>Price Value</i> dan <i>Behavioral Intention</i> (H ₂₇)	120
4.3.28 Pengaruh Moderasi Variabel <i>Ages</i> terhadap Hubungan <i>Habit</i> dan <i>Behavioral Intention</i> (H ₂₈)	120
4.3.29 Pengaruh Moderasi Variabel <i>Ages</i> terhadap Hubungan <i>Habit</i> dan <i>Use Behavior</i> (H ₂₉).....	121
4.3.30 Pengaruh Moderasi Variabel <i>Ages</i> terhadap Hubungan <i>Behavioral Intention</i> dan <i>Use Behavior</i> (H ₃₀)	121
BAB V PENUTUP	128
5.1 Simpulan	128
5.2 Keterbatasan.....	131
5.3 Saran	132
DAFTAR PUSTAKA	134
LAMPIRAN-LAMPIRAN	141