

DAFTAR ISI

PERSETUJUAN SKRIPSI	ii
PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN.....	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	v
KATA PENGANTAR	vi
ABSTRACT.....	ix
ABSTRAK	x
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	6
1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian.....	7
1.3.1 Tujuan Penelitian	7
1.3.2 Kegunaan Penelitian	7
1.4 Sistematika Penulisan.....	9
BAB II TELAAH PUSTAKA	10
2.1 Landasan Teori	10
2.1.1 Perilaku Konsumen.....	10
2.1.2 UTAUT-2.....	13
2.1.3 Keputusan Penggunaan (<i>decision to use</i>)	15
2.1.4 Faktor Pengaruh Keputusan Penggunaan	17
2.1.4.1 <i>Cashless Lifestyle</i>	19
2.1.4.2 <i>Competitive Pressure</i>	21
2.1.4.3 <i>Performance Expectancy</i>	22
2.1.4.4 <i>Price Value</i>	24
2.1.5 <i>Digital Payment QRIS</i>	25
2.1.6 Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Halal.....	26
2.2 Hubungan Antar Variabel	29
2.2.1 Hubungan <i>Cashless Lifestyle</i> terhadap Keputusan UMKM Halal Menggunakan <i>Digital Payment QRIS</i>	29

2.2.2 Hubungan <i>Competitive Pressure</i> terhadap Keputusan UMKM Halal Menggunakan <i>Digital Payment QRIS</i>	30
2.2.3 Hubungan <i>Performance Expectancy</i> terhadap Keputusan UMKM Halal Menggunakan <i>Digital Payment QRIS</i>	31
2.2.4 Hubungan <i>Price Value</i> terhadap Keputusan UMKM Halal Menggunakan <i>Digital Payment QRIS</i>	32
2.3 Penelitian Terdahulu.....	34
2.4 Kerangka Pemikiran	40
2.5 Hipotesis Penelitian.....	41
BAB III METODE PENELITIAN	42
3.1 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel.....	42
3.1.1 Variabel Penelitian.....	42
3.1.2 Definisi Operasional Variabel	42
3.2 Populasi dan Sampel	47
3.2.1 Populasi.....	47
3.2.2 Sampel	47
3.3 Jenis dan Sumber Data	48
3.4 Metode Pengumpulan Data	48
3.5 Metode Analisis.....	49
3.5.1 Model Spesifikasi	49
3.5.2 Analisa Model Pengukuran (Outer Model)	50
3.5.3 Analisa Model Struktural (Inner Model)	51
3.5.4 Pengujian Hipotesis	52
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	53
4.1 Deskripsi Objek Penelitian	53
4.1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	53
4.1.2 Gambaran Umum Responden.....	53
4.1.2.1 Responden berdasarkan Jenis Kelamin.....	54
4.1.2.2 Responden berdasarkan Usia	54
4.1.2.3 Responden berdasarkan Jenis Usaha.....	55
4.1.2.4 Responden berdasarkan Alamat Usaha.....	56

4.1.2.5 Responden berdasarkan Lama Penggunaan <i>Digital Payment QRIS</i>	56
4.1.2.6 Responden berdasarkan Mitra Penerbit QRIS	57
4.2 Analisis Data	58
4.2.1 Analisa Model Pengukuran (Outer Model)	58
4.2.1.1 Uji Validitas Konvergen (<i>Convergen Validity</i>)	58
4.2.1.2 Uji Validitas Diskriminan (<i>Discriminant Validity</i>)	60
4.2.1.3 Hasil Uji Reliabilitas	62
4.2.2 Analisa Model Pengukuran (Inner Model)	63
4.2.2.1 Uji R-Square	63
4.2.2.2 Uji F-Square	64
4.2.2.3 Uji Q-Square	64
4.2.2.4 Uji Goodness of Fit (GoF)	65
4.2.3 Uji Hipotesis	66
4.3 Pembahasan	68
4.3.1 Pengaruh <i>Cashless Lifestyle</i> terhadap Keputusan UMKM Halal Menggunakan <i>Digital Payment QRIS</i>	68
4.3.2 Pengaruh <i>Competitive Pressure</i> terhadap Keputusan UMKM Halal Menggunakan <i>Digital Payment QRIS</i>	70
4.3.3 Pengaruh <i>Performance Expectancy</i> terhadap Keputusan UMKM Halal Menggunakan <i>Digital Payment QRIS</i>	72
4.3.4 Pengaruh <i>Price Value</i> terhadap Keputusan UMKM Halal Menggunakan <i>Digital Payment QRIS</i>	74
BAB V PENUTUP	76
5.1 Kesimpulan	76
5.2 Keterbatasan Penelitian	77
5.3 Saran	78
DAFTAR PUSTAKA	80
LAMPIRAN-LAMPIRAN	88