

DAFTAR ISI

PERSETUJUAN SKRIPSI	ii
PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI	iv
<i>ABSTRACT</i>	v
ABSTRAK	vi
MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvi
BAB I.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	10
1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian.....	11
1.3.1 Tujuan Penelitian	11
1.3.2 Kegunaan Penelitian.....	12
1.4 Sistematika Penulisan	13
BAB II.....	15
2.1 Landasan Teori.....	15
2.1.1 Perilaku Konsumen Islam.....	15
2.1.2 <i>Financial Technology</i>	17
2.1.3 Generasi Milenial	18
2.1.4 <i>Unified Theory of Acceptance and Use of Technology</i>	21
2.1.5 <i>Unified Theory of Acceptance and Use of Technology 2</i>	24
2.1.6 Konsep Zakat	26
2.2 Penelitian Terdahulu.....	28
2.3 Hubungan Antar Variabel dan Hipotesis Penelitian.....	36
2.3.1 Hubungan Ekspektasi Kinerja terhadap Niat Perilaku	36

2.3.2 Hubungan Ekspektasi Usaha terhadap Niat Perilaku.....	37
2.3.3 Hubungan Pengaruh Sosial terhadap Niat Perilaku	38
2.3.4 Hubungan Kondisi yang Memfasilitasi terhadap Niat Perilaku	38
2.3.5 Hubungan Motivasi Hedonis terhadap Niat Perilaku	39
2.3.6 Hubungan Nilai Harga terhadap Niat Perilaku	40
2.3.7 Hubungan Kebiasaan terhadap Niat Perilaku	40
2.3.8 Hubungan Niat Perilaku terhadap Perilaku Penggunaan	41
2.4 Kerangka Berpikir	42
BAB III.....	44
3.1 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel.....	44
3.1.1 Variabel Penelitian.....	44
3.1.2 Definisi Operasional Variabel	45
3.2 Populasi dan Sampel.....	50
3.2.1 Populasi	50
3.2.2 Sampel.....	51
3.3 Jenis dan Sumber Data.....	53
3.4 Metode Pengumpulan Data.....	53
3.5 Metode Analisis Data	54
3.5.1 Analisis Deskriptif	54
3.5.2 Analisis Kuantitatif	55
3.5.2.1 Evaluasi Pengukuran Model (<i>Outer Model</i>)	59
3.5.2.2 Evaluasi Struktural Model (<i>Inner Model</i>).....	61
BAB IV	64
4.1 Deskripsi Objek Penelitian	64
4.1.1 Gambaran Umum Layanan GoGive.....	64
4.1.2 Gambaran Umum Responden.....	64
4.1.2.1 Jenis Kelamin Responden	65
4.1.2.2 Usia Responden	66
4.1.2.3 Domisili Kecamatan Responden	67
4.1.2.4 Pendidikan Terakhir Responden.....	68
4.1.2.5 Pekerjaan Responden.....	69

4.1.2.6	Pendapatan Responden	70
4.1.2.7	Alasan Responden Menggunakan Layanan GoGive	72
4.2	Analisis Data	72
4.2.1	Evaluasi Pengukuran Model (<i>Outer Model</i>).....	72
4.2.2	Evaluasi Struktural Model (<i>Inner Model</i>)	77
4.2.3	Uji Hipotesis	80
4.3	Interpretasi Hasil	86
4.3.1	Pengaruh Ekspektasi Kinerja Terhadap Niat Perilaku	86
4.3.2	Pengaruh Ekspektasi Usaha Terhadap Niat Perilaku	87
4.3.3	Pengaruh Pengaruh Sosial Terhadap Niat Perilaku	88
4.3.4	Pengaruh Kondisi yang Memfasilitasi Terhadap Niat Perilaku	89
4.3.5	Pengaruh Motivasi Hedonis Terhadap Niat Perilaku	90
4.3.6	Pengaruh Nilai Harga Terhadap Niat Perilaku	92
4.3.7	Pengaruh Kebiasaan Terhadap Niat Perilaku	93
4.3.8	Pengaruh Niat Perilaku Terhadap Perilaku Penggunaan	94
4.4	Pembahasan.....	95
4.4.1	Pengaruh Ekspektasi Kinerja terhadap Niat Perilaku	95
4.4.2	Pengaruh Ekspektasi Usaha terhadap Niat Perilaku	96
4.4.3	Pengaruh Pengaruh Sosial terhadap Niat Perilaku.....	96
4.4.4	Pengaruh Kondisi yang Memfasilitasi terhadap Niat Perilaku.....	97
4.4.5	Pengaruh Motivasi Hedonis terhadap Niat Perilaku	98
4.4.6	Pengaruh Nilai Harga terhadap Niat Perilaku	99
4.4.7	Pengaruh Kebiasaan terhadap Niat Perilaku	100
4.4.8	Pengaruh Niat Perilaku terhadap Perilaku Penggunaan	101
BAB V	102
5.1	Kesimpulan	102
5.2	Keterbatasan.....	104
5.3	Saran	104
DAFTAR PUSTAKA	107
LAMPIRAN-LAMPIRAN	113