

## DAFTAR ISI

JUDUL .....	i
PERSETUJUAN USULAN PENELITIAN.....	ii
PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN .....	ii
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI .....	iii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN .....	iv
<i>ABSTRACT</i> .....	v
ABSTRAK .....	vi
KATA PENGANTAR .....	vii
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR .....	xv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	11
1.3 Tujuan Penelitian.....	11
1.4 Manfaat Penelitian.....	12
1.5 Sistematika Penulisan.....	12
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	14
2.1 Landasan Teori .....	14
2.1.1 Perilaku Konsumen.....	14
2.1.2 Teori Konsumsi Islam.....	17
2.1.3 Sistem Pembayaran.....	19
2.1.4 E-Wallet.....	22
2.1.5 Technology of Acceptance (TAM).....	22
2.1.6 Persepsi Kemudahan.....	23
2.1.7 Gaya Hidup .....	24
2.1.8 Pendapatan .....	25
2.1.9 <i>Purchase Intention</i> .....	26

2.2 Penelitian Terdahulu.....	28
2.3 Kerangka Berpikir .....	37
2.4 Hipotesis Penelitian .....	37
<b>BAB III METODE PENELITIAN.....</b>	<b>39</b>
3.1 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel.....	39
3.2 Populasi dan Sampel .....	42
3.3 Jenis dan Sumber Data .....	44
3.4 Metode Pengumpulan Data .....	44
3.4.1 Kuesioner .....	44
3.4.2 Studi Dokumentasi.....	46
3.5 Metode Analisis Regresi Linear Berganda.....	46
3.5.1 Uji Instrumen Penelitian .....	47
3.5.2 Deteksi Penyimpangan Asumsi Klasik.....	48
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>52</b>
4.1 Deskripsi Hasil Penelitian .....	52
4.1.1 Deskripsi Objek Penelitian .....	52
4.1.2 Deskripsi Responden .....	53
4.1.3 Deskripsi Variabel Penelitian .....	60
4.2 Uji Instrumen Penelitian.....	65
4.2.1 Uji Validitas .....	65
4.2.2 Uji Reliabilitas .....	67
4.3 Deteksi Penyimpangan Asumsi Klasik .....	68
4.3.1 Deteksi Heteroskedastisitas .....	68
4.3.3 Deteksi Multikolinearitas.....	71
4.4 Uji Kelayakan Model .....	72
4.4.1 Uji Simultan (Uji F).....	72
4.4.2 Uji Signifikan Parsial (Uji T).....	74
4.4.3 Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ).....	75
4.4.4 Hasil Regresi Linear Berganda .....	76
4.5 Hasil Pembahasan Penelitian.....	77

4.5.1 Pengaruh Kemudahan Pembayaran <i>Cashless</i> terhadap <i>Purchase Intention</i> .....	78
4.5.2 Pengaruh Gaya Hidup terhadap <i>Purchase Intention</i> .....	79
4.5.3 Pengaruh Pendapatan terhadap <i>Purchase Intention</i> .....	81
BAB V PENUTUP.....	85
5.1 Kesimpulan.....	85
5.2 Keterbatasan .....	86
5.3 Saran .....	88
DAFTAR PUSTAKA .....	89
LAMPIRAN.....	92

