

## DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN .....	ii
PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN.....	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI.....	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN .....	v
ABSTRACT.....	vi
ABSTRAK.....	vii
KATA PENGANTAR .....	viii
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR TABEL.....	xv
DAFTAR GAMBAR .....	xvii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xviii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	12
1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian.....	13
1.4 Sistematika Penulisan.....	15
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	16
2.1 Landasan Teori .....	17
2.1.1 Perilaku Konsumen ( <i>Consumer Behavior</i> ) .....	17
2.1.2 Dompot Digital ( <i>E-Wallet</i> ).....	20
2.1.3 Pengembalian dana ( <i>Cashback</i> ).....	21
2.1.4 Diskon (Potongan Harga).....	22
2.1.5 Kualitas Layanan ( <i>Service Quality</i> ) .....	23
2.1.6 Kepercayaan Merek ( <i>Brand Trust</i> ) .....	25
2.1.7 Keputusan Pembelian.....	26
2.2 Penelitian Terdahulu.....	30
2.3 Hubungan Antar Variabel .....	32
2.3.1 Hubungan Pengembalian Dana dengan Kepercayaan Merek .....	32
2.3.2 Hubungan Diskon dengan Kepercayaan Merek.....	33
2.3.3 Hubungan Kualitas Layanan dengan Kepercayaan Merek .....	34

2.3.4	Hubungan Kepercayaan Merek ( <i>Brand Trust</i> ) dengan Keputusan Pembelian.....	35
2.4	Kerangka Pemikiran Teoritis.....	36
2.5	Hipotesis Penelitian.....	37
BAB III METODE PENELITIAN.....		37
3.1	Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel.....	38
3.1.1	Variabel Penelitian.....	38
3.1.2	Definisi Operasional Variabel.....	39
3.2	Populasi dan Sampel.....	40
3.2.1	Populasi.....	40
3.2.2	Sampel.....	41
3.3	Skala Pengukuran.....	42
3.4	Jenis dan Sumber Data.....	43
3.4.1	Jenis Data.....	43
3.4.2	Sumber Data.....	43
3.5	Metode Pengumpulan Data.....	44
3.6	Metode Analisis Data.....	44
3.6.1	Variabel dalam SEM.....	45
3.6.2	Uji Validitas dan Reliabilitas.....	46
3.6.3	Analisa <i>Structural Equation Modeling</i> (SEM).....	47
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....		56
4.1	Deskripsi Objek Penelitian.....	57
4.1.1	Gambaran Umum GoPay PT Dompot Karya Anak Bangsa.....	57
4.1.2	Misi Perusahaan.....	58
4.1.3	Fitur GoPay.....	58
4.1.4	Identitas Responden.....	59
4.1.5	Jenis Kelamin.....	60
4.1.6	Usia.....	61
4.1.7	Domisili.....	62
4.1.8	Pekerjaan.....	62
4.1.9	Frekuensi Transaksi Menggunakan GoPay.....	63
4.2	Uji Instrumen.....	64

4.3	Proses dan Analisis SEM .....	65
4.3.1	CFA Variabel Eksogen .....	66
4.3.2	CFA Variabel Endogen .....	72
4.3.3	Analisis Full Model SEM .....	75
4.3.4	Analisis Faktor Konfirmatori Konstruk .....	77
4.3.5	Evaluasi Normalitas .....	78
4.3.6	Evaluasi <i>Outliers</i> .....	79
4.3.7	Evaluasi Uji Multicollinearity dan Singularity .....	80
4.3.8	Evaluasi Uji Nilai Residual .....	81
4.3.9	Evaluasi Validitas dan Reliabilitas Konstruk .....	81
4.4	Pengujian Hipotesis .....	84
4.5	Uji Pengaruh Langsung, Tidak Langsung, dan Total .....	86
4.6	Pembahasan Hasil .....	88
4.6.1	Pengembalian dana terhadap Kepercayaan Merek .....	88
4.6.2	Diskon terhadap Kepercayaan Merek .....	89
4.6.3	Kualitas Layanan terhadap Kepercayaan Merek .....	89
4.6.4	Kepercayaan Merek terhadap Keputusan Pembelian .....	90
BAB V PENUTUP .....		91
5.1	Kesimpulan .....	92
5.2	Implikasi Teoritis .....	94
5.3	Implikasi Manajerial .....	95
5.4	Keterbatasan .....	97
5.5	Saran Penelitian Mendatang .....	98
DAFTAR PUSTAKA .....		99
LAMPIRAN .....		103