

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR.....	iii
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Identifikasi Masalah	12
1.3 Pembatasan Masalah	13
1.4 Rumusan Masalah	13
1.5 Tujuan Penelitian.....	14
1.6 Manfaat Penelitian.....	14
BAB II KAJIAN PUSTAKA	16
2.1 Landasan Teori	16
2.1.1 Minat Penggunaan	16
2.1.1.1 Pengertian Minat Penggunaan.....	16
2.1.1.2 Unsur-unsur Minat Penggunaan.....	17
2.1.1.3 Faktor Yang Mempengaruhi Minat Penggunaan	18
2.1.1.4 Indikator Minat Penggunaan	18
2.1.2 Dompot Digital ShopeePay.....	20
2.1.3 Promosi Penjualan	21
2.1.3.1 Pengertian Promosi Penjualan.....	21
2.1.3.2 Tujuan Promosi Penjualan	22
2.1.3.3 Manfaat Promosi Penjualan	23
2.1.3.4 Indikator Promosi Penjualan	23
2.1.4 Persepsi Kemudahan.....	24
2.1.4.1 Pengertian Persepsi Kemudahan	24
2.1.4.2 Faktor Yang Mempengaruhi Persepsi Kemudahan.....	25
2.1.4.3 Indikator Persepsi Kemudahan	26

2.2 Penelitian Relevan	27
2.3 Kerangka Berpikir	33
2.4 Hipotesis Penelitian	35
BAB III METODE PENELITIAN	37
3.1 Lokasi dan Waktu Penelitian.....	37
3.2 Populasi dan Sampel.....	37
3.2.1 Populasi.....	37
3.2.2 Sampel	38
3.3 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional	40
3.3.1 Variabel Penelitian.....	40
3.3.2 Definisi Operasional	41
3.4 Sumber Data	42
3.5 Teknik Pengumpulan Data	43
3.5.1 Observasi	43
3.5.2 Studi Kepustakaan	43
3.5.3 Angket (Kuesioner).....	43
3.6 Teknis Analisis Data.....	45
3.6.1 Uji Analisis Regresi Linear Berganda	46
3.6.2 Uji Instrumen Penelitian	46
3.6.3.1 Uji validitas	46
3.6.3.2 Uji Reliabilitas	47
3.6.3 Uji Asumsi Klasik.....	48
3.6.4.1 Uji Normalitas.....	48
3.6.4.2 Uji Multikoleniaritas	49
3.6.4.3 Uji Heteroskedastisitas.....	49
3.6.4 Uji Hipotesis	50
3.6.5.1 Uji t (Parsial).....	50
3.6.5.2 Uji F (Silmutan)	51
3.6.5.3 Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	52
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	53
4.1 Hasil Penelitian.....	53

4.1.1 Deskripsi Objek Penelitian	53
4.1.1.1 Gambaran Umum ShopeePay	53
4.1.1.2 Fitur-fitur ShopeePay	54
4.2 Pembahasan Penelitian	56
4.2.1 Identifikasi Responden	56
4.2.1.1 Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	56
4.2.1.2 Deskripsi Responden Berdasarkan Program Studi	57
4.2.1.3 Deskripsi Responden Berdasarkan Tahun Angkatan	58
4.2.1.4 Deskripsi Responden Berdasarkan Jawaban Indikator Pernyataan Kuesioner	59
4.3 Uji Instrumen Penelitian.....	62
4.3.1 Uji Validitas dan Reliabilitas Kuesioner	62
4.3.1.1 Uji Validitas dan Reliabilitas Variabel Promosi Penjualan (X1)....	62
4.3.1.2 Uji Validitas dan Reliabilitas Variabel Persepsi Kemudahan Transaksi Non Tunai (X2)	63
4.3.1.3 Uji Validitas dan Reliabilitas Variabel Minat Penggunaan (Y)	65
4.4 Uji Asumsi Klasik	67
4.4.1 Uji Normalitas.....	67
4.4.2 Uji Multikolinearitas.....	68
4.4.3 Uji Heterokedastisitas	69
4.5 Uji Analisis Regresi Linear Berganda	70
4.6 Uji Hipotesis.....	72
4.6.1 Uji t (Parsial).....	72
4.6.2 Uji F (Simultan)	73
4.6.3 Uji Koefisien Determinasi (R ²).....	74
4.7 Pembahasan Hasil Penelitian.....	75
4.7.1 Pengaruh Promosi Penjualan Terhadap Minat Penggunaan ShopeePay Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Unuversitas Negeri Medan	75
4.7.2 Pengaruh Persepsi Kemudahan Transaksi Non Tunai Terhadap Minat Penggunaan ShopeePay Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Medan	76

4.7.3 Pengaruh Promosi Penjualan Dan Persepsi Kemudahan Transaksi Non Tunai Terhadap Minat Penggunaan ShopeePay Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Medan.....	77
BAB V HASIL DAN PEMBAHASAN	79
5.1 Kesimpulan.....	79
5.2 Saran	80
DAFTAR PUSTAKA	81
RIWAYAT HIDUP	86
LAMPIRAN.....	87