

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Transaksi <i>E-money</i> tahun 2011-2017	7
Tabel 1.2 Transaksi pembayaran elektronik Bank BCA.....	9
Tabel 2.1 Perbandingan dengan penelitian terdahulu	33
Tabel 3.1 Karakteristik penelitian.....	38
Tabel 3.2 Operasional variabel	39
Tabel 3.3 Hasil Validitas	48
Tabel 3.4 Hasil Reliabilitas	49
Tabel 3.5 Kriteria Interpretasi skor faktor positif	51
Tabel 3.6 Kriteria Interpretasi skor faktor negatif	52
Tabel 3.7 Parameter Uji Validitas Dalam Model Pengukuran PLS	55
Tabel 3.8 Parameter Uji Reliabilitas Dalam Model Pengukuran PLS	55
Tabel 3.9 Parameter Model struktural	57
Tabel 4.1 Responden Berdasarkan <i>Screening Question</i>	60
Tabel 4.2 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	61
Tabel 4.3 Responden Berdasarkan Usia	62
Tabel 4.4 Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	63
Tabel 4.5 Responden Berdasarkan Pekerjaan	64
Tabel 4.6 Responden Berdasarkan Pendapatan perbulan	66
Tabel 4.7 Responden Berdasarkan Frekuensi Penggunaan Dalam Sebulan	67
Tabel 4.8 Tanggapan Responden Terhadap <i>Performance Expectancy</i>	69
Tabel 4.9 Tanggapan Responden Terhadap <i>Effort Expectancy</i>	71
Tabel 4.10 Tanggapan Responden Terhadap <i>Social Influence</i>	73
Tabel 4.11 Tanggapan Responden Terhadap <i>Perceived Risk</i>	75
Tabel 4.12 Tanggapan Responden Terhadap <i>Perceived Cost</i>	77
Tabel 4.13 Tanggapan Responden Terhadap <i>Behavioral Intention</i>	80
Tabel 4.14 Hasil <i>Loading Factor</i>	82
Tabel 4.15 Hasil <i>Average Variance Extracted (AVE)</i>	83
Tabel 4.16 Hasil <i>Cross Loading</i>	85

Tabel 4.17 Hasil Akar AVE	86
Tabel 4.18 Hasil Nilai Korelasi Antar Variabel Laten	86
Tabel 4.19 Hasil <i>Cornbach's Alpha</i> dan <i>Composite Reliability</i>	87
Tabel 4.20 Hasil R-Square	88
Tabel 4.21 Hasil Q-Square	89
Tabel 4.22 Pengaruh <i>Performance Expectancy</i> Terhadap <i>Behavioral Intention</i> ..	90
Tabel 4.23 Pengaruh <i>Effort Expectancy</i> Terhadap <i>Behavioral Intention</i>	91
Tabel 4.24 Pengaruh <i>Social Influence</i> Terhadap <i>Behavioral Intention</i>	91
Tabel 4.25 Pengaruh <i>Perceived Risk</i> Terhadap <i>Behavioral Intention</i>	92
Tabel 4.26 Pengaruh <i>Perceived Cost</i> Terhadap <i>Behavioral Intention</i>	93