

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Waktu Penelitian.	14
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu 1.....	22
Tabel 2. 2 Penelitian Terdahulu 2.....	23
Tabel 2. 3 Penelitian Terdahulu 3.....	24
Tabel 2. 4 Penelitian Terdahulu 4.....	24
Tabel 2. 5 Penelitian Terdahulu 5.....	25
Tabel 2. 6 Jurnal Nasional 6.....	25
Tabel 2. 7 Jurnal Nasional 7.....	26
Tabel 2. 8 Jurnal Nasional 8.....	26
Tabel 2. 9 Jurnal Nasional 9.....	27
Tabel 2. 10 Jurnal Nasional 10.....	27
Tabel 2. 11 Jurnal Internasional 11.....	28
Tabel 2. 12 Jurnal Internasional 12.....	29
Tabel 2. 13 Jurnal Internasional 13.....	29
Tabel 2. 14 Jurnal Internasional 14.....	30
Tabel 2. 15 Jurnal Internasional 15.....	30
Tabel 2. 16 Tabel Kerangka Pemikiran.....	32
Tabel 3. 1 Operasional Variabel.....	35
Tabel 3. 2 Skala Pengukuran.....	39
Tabel 3. 3 Hasil Uji Validitas Variabel X.....	42
Tabel 3. 4 Hasil Uji Validitas Variabel Y.....	43
Tabel 3. 5 Hasil Uji Reliabilitas Variabel X.....	44
Tabel 3. 6 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Y.....	45

Tabel 4 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	46
Tabel 4 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	47
Tabel 4 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Status	47
Tabel 4 4 DANA memberikan kemudahan dalam transaksi	48
Tabel 4 5 Fitur yang tersedia pada aplikasi membuat penggunaanya merasa aman dan nyaman	49
Tabel 4 6 Biaya yang dikeluarkan untuk seluruh transaksi masih terjangkau	50
Tabel 4 7 Informasi yang disajikan melalui website dan social media DANA efektif dan efisien	51
Tabel 4 8 Layanan customer service 24 jam melalui website yang disediakan oleh DANA merupakan strategi yang tepat.....	51
Tabel 4 9 DANA sigap dalam menangani kebutuhan konsumen.....	52
Tabel 4 10 DANA cepat dan tanggap dalam menangani keluhan konsumen.....	53
Tabel 4 11 Promosi yang dilakukan DANA melalui iklan dan social media merupakan langkah tepat mengetahui produk dan layanan.....	54
Tabel 4 12 DANA banyak memberikan promo cashback.....	55
Tabel 4 13 DANA banyak memberikan potongan harga atau diskon.....	55
Tabel 4 14 DANA konsisten terhadap seluruh layanan yang disediakan.....	56
Tabel 4 15 Kerjasama yang dilakukan dengan merchant sudah tepat.....	57
Tabel 4 16 Promosi yang dilakukan oleh DANA mampu membujuk untuk menggunakan aplikasi DANA.....	58
Tabel 4 17 Aplikasi DANA dikenal oleh masyarakat.....	58
Tabel 4 18 Target atau sasaran DANA sudah tepat.....	59
Tabel 4 19 Logo yang digunakan oleh DANA membuat lebih mudah diingat.....	60
Tabel 4 20 Strategi brand yang dilakukan DANA adalah langkah tepat untuk membangun citra positif perusahaan.....	61
Tabel 4 21 Kerjasama yang dilakukan oleh DANA dengan beberapa merchant offline dan mitra Kartu Prakerja merupakan langkah efektif dan efisien untuk terus bersaing terutama dalam bidang fintech.....	62
Tabel 4 22 DANA di resmikan menjadi mitra pembayaran Kartu Prakerja oleh Manajemen Pelaksana Program Kartu Prakerja (MPPKP), merupakan langkah tepat Pemerintah untuk meningkatkan performa DANA di mata masyarakat.....	62

Tabel 4 23 Interaksi yang dilakukan oleh DANA dengan konsumen melalui website dan social media merupakan strategi yang paling tepat	63
Tabel 4 24 Saya merasa puas terhadap pelayanan yang diberikan DANA	64
Tabel 4 25 Saya merasa puas terhadap layanan yang disediakan oleh DANA	65
Tabel 4 26 Aplikasi DANA banyak memberikan manfaat	66
Tabel 4 27 DANA mampu menyaingi Go-Pay, OVO, dan LinkAja.....	66
Tabel 4 28 Hasil Uji Linieritas Variabel	67
Tabel 4 29 Hasil Uji Normalitas	68
Tabel 4 30 Hasil Uji Heteroskedastisitas	69
Tabel 4 31 Hasil Uji Koefisien Determinasi	69
Tabel 4 32 Hasil Uji Regresi Linear Sederhana	70
Tabel 4 33 Hasil Uji Hipotesis	71