

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
HALAMAN PERNYATAAN	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
ABSTRAK.....	vi
ABSTRACT.....	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR TABEL	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	1
1.1.1 Livin' by Mandiri	1
1.1.2 Generasi Z	3
1.2 Latar Belakang Penelitian.....	4
1.3 Perumusan Masalah.....	13
1.4 Tujuan Penelitian	15
1.5 Kegunaan Penelitian.....	15
1.5.1 Aspek Teoritis	15
1.5.2 Aspek Praktis.....	16
1.6 Sistematika Penulisan Tugas Akhir	16
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	18
2.1 Teori dan Penelitian Terdahulu.....	18
2.1.1 <i>Financial Behavior</i>	18
2.1.2 Literasi Keuangan.....	18
2.1.3 <i>Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT)</i>	19
2.1.4 <i>Digital Finance</i>	19
2.1.5 Keamanan.....	20
2.1.6 Layanan Pelanggan	21
2.1.7 Informasi <i>Website</i>	22
2.1.8 Perlindungan Konsumen	22
2.1.9 Kepercayaan Konsumen.....	23

2.1.10 Penelitian Terdahulu	24
2.2 Kerangka Pemikiran	44
2.3 Hipotesis Penelitian	47
BAB III METODE PENELITIAN	48
3.1 Jenis Penelitian	48
3.2 Operasional Variabel	49
3.3 Tahapan Penelitian	55
3.4 Populasi dan Sampel	57
3.5 Pengumpulan Data	58
3.6 Uji Validitas dan Reliabilitas	58
3.6.1 Uji Validitas	58
3.6.2 Uji Reliabilitas	60
3.7 Teknik Analisis Data	62
3.7.1 Analisis Deskriptif	62
3.7.2 Uji Asumsi Klasik	63
3.7.3 Analisis Regresi Linear Berganda	64
3.7.4 Uji Hipotesis	65
3.7.5 Koefisien Determinasi	67
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	68
4.1 Karakteristik Responden	68
4.1.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	69
4.1.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Generasi Z	69
4.1.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan	70
4.1.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Kepemilikan <i>Smartphone</i>	70
4.1.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Penggunaan <i>Livin' by Mandiri</i>	71
4.1.6 Karakteristik Responden Berdasarkan Penggunaan Transaksi pada <i>Livin' by Mandiri</i>	72
4.2 Hasil Penelitian	73
4.2.1 Hasil Analisis Deskriptif	73
4.2.2 Hasil Analisis Uji Asumsi Klasik	81
4.2.3 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda	84

4.2.4 Hasil Uji Hipotesis.....	86
4.2.5 Hasil Koefisien Determinasi	88
4.3 Pembahasan Hasil Penelitian	89
4.3.1 Pengaruh Keamanan Terhadap Kepercayaan Konsumen	90
4.3.2 Pengaruh Layanan Pelanggan Terhadap Kepercayaan Konsumen ..	91
4.3.3 Pengaruh Informasi <i>Website</i> Terhadap Kepercayaan Konsumen	92
4.3.4 Pengaruh Perlindungan Konsumen Terhadap Kepercayaan Konsumen	92
4.3.5 Pengaruh Kepercayaan, Layanan Pelanggan, Informasi <i>Website</i> , dan Perlindungan Konsumen Terhadap Kepercayaan Konsumen.....	94
BAB 5 KESIMPULAN DAN SARAN	95
5.1 Kesimpulan.....	95
5.2 Saran.....	95
5.2.1 Aspek Teoritis	95
5.2.2 Aspek Praktis.....	96
DAFTAR PUSTAKA.....	99
LAMPIRAN	109