**DAFTAR ISI**

JUDUL i

PENGESAHAN ii

ABSTRAK iii

ABSTRACT iv

KATA PENGANTAR v

DAFTAR ISI vii

DAFTAR TABEL x

DAFTAR GAMBAR xii

DAFTAR LAMPIRAN xiii

BAB I PENDAHULUAN 1

A. Latar Belakang Masalah 1

B. Indentifikasi Masalah 6

C. Batasan Masalah 7

D. Batasan Penelitian 7

E. Rumusan Masalah 8

F. Tujuan Penelitian 8

G. Manfaat Penelitian 8

BAB II KAJIAN PUSTAKA 10

A. Landasan Teoritis 10

1. *Technology Acceptance Model* (TAM) 10

a. Definisi TAM 10

b. Konsep TAM 10

c. Kelebihan-kelebihan TAM 11

2. Dompet Elektronik (*Electronic Wallet*) 12

3. Bauran Promosi 12

a. Definisi Promosi 12

b. Definisi Bauran Promosi 13

c. Alat Bauran Promosi 13

4. Iklan 14

a. Tujuan Iklan 14

b. Media Utama Iklan 15

c. Indikator Iklan 15

5. Promosi Penjualan 15

a. Tujuan Promosi Penjualan untuk Pengguna 15

b. Alat Utama Promosi Pengguna 16

c. Indikator Promosi Penjualan 18

6. Persepsi Kemudahan Penggunaan 18

a. Definisi Persepsi Kemudahan Penggunaan 18

b. Faktor-faktor Persepsi Kemudahan Penggunaan 19

7. Minat Memakai Ulang 20

a. Konsep Minat (*Intention*) 20

b. Definisi Minat Perilaku (*Behavioral Intention*) 20

c. Definisi Minat Memakai Ulang (*Reuse Intention*) 21

d. Pengukuran Minat Memakai Ulang 21

B. Penelitian Terdahulu 22

C. Kerangka Pemikiran 26

D. Hipotesis 29

BAB III METODOLOGI PENELITIAN 30

A. Objek Penelitian 30

B. Desain Penelitian 31

C. Variabel Penelitian 33

1. Dimensi dan Indikator Variabel Iklan 33

2. Dimensi dan Indikator Variabel Promosi Penjualan 34

3. Dimensi dan Indikator Variabel Persepsi Kemudahan Penggunaan 35

4. Dimensi dan Indikator Variabel Minat Memakai Ulang 35

D. Teknik Pengambilan Sampel 35

E. Teknik Pengumpulan Data 36

F. Teknik Analisis Data 37

1. Uji Validitas dan Reliabilitas 37

2. Statistik Deskriptif 39

3. Analisis Linier Berganda 42

BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN 48

A. Gambaran Umum Objek Penelitian 48

B. Analisis Data 50

1. Uji Validitas dan Reliabilitas 50

2. Profil Responden 56

C. Analisis Deskriptif 59

1. Iklan 59

2. Promosi Penjualan 61

3. Persepsi Kemudahan Penggunaan 63

4. Minat Memakai Ulang 64

D. Uji Asumsi Klasik 65

1. Uji Multikolonieritas 65

2. Uji Autokorelasi 65

3. Uji Heteroskedastisitas 66

4. Uji Normalitas 67

E. Analisis Regresi Berganda 67

1. Uji Statistik F 67

2. Uji Statistik t 68

3. Koefisien Determinasi (R2) 69

F. Hasil Penelitian 69

G. Pembahasan 72

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN 75

A. Kesimpulan 75

B. Saran 75

DAFTAR PUSTAKA 77

LAMPIRAN 80