

## DAFTAR ISI

<b>PERNYATAAN.....</b>	<b>iii</b>
<b>HALAMAN PERSETUJUAN.....</b>	<b>iv</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN.....</b>	<b>v</b>
<b>PERSEMBAHAN.....</b>	<b>vi</b>
<b>MOTTO.....</b>	<b>vii</b>
<b>ABSTRAK.....</b>	<b>viii</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>x</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>xii</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xiv</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xv</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	10
1.3 Ruang Lingkup Penelitian .....	10
1.3.1 Ruang Lingkup Subjek .....	10
1.3.2 Ruang Lingkup Objek.....	10
1.3.3 Ruang Lingkup Tempat .....	10
1.3.4 Ruang Lingkup Waktu.....	10
1.3.5 Ruang Lingkup Ilmu Pengetahuan .....	10
1.4 Tujuan Penelitian .....	10
1.5 Manfaat Penelitian .....	10
1.5.1 Manfaat Bagi Peneliti .....	10
1.5.2 Manfaat Bagi Perusahaan .....	11
1.5.3 Manfaat Bagi Institusi.....	11
1.6 Sistem Penulisan.....	11
<b>BAB II LANDASAN TEORI .....</b>	<b>13</b>
2.1 Strategi Pemasaran .....	13
2.2 <i>Segmenting</i> (Segmentasi) .....	13
2.3 <i>Targeting</i> (Target Pasar).....	14

2.4	<i>Positioning</i> (Penempatan Posisi) .....	15
2.5	<i>Perceived ease of use</i> (Persepsi Kemudahan Penggunaan) .....	17
2.6	<i>Perceived Usefulness</i> (Persepsi Manfaat).....	18
2.7	<i>Trust</i> (Kepercayaan) .....	19
2.8	<i>Promotion</i> (Promosi) .....	20
2.9	<i>Price</i> (Harga) .....	21
2.10	<i>Perceived Of Risk</i> (Persepsi Risiko).....	23
2.11	Penelitian Terdahulu .....	24
2.12	Kerangka Fikir .....	26
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>		<b>27</b>
3.1	Jenis Penelitian .....	27
3.2	Sumber Data .....	27
3.3	Metode Pengumpulan Data.....	27
3.4	Populasi Dan Sampel .....	28
3.4.1	Populasi .....	28
3.4.2	Sampel .....	29
3.5	Variabel Penelitian.....	29
3.6	Definisi Operasional Variabel .....	30
3.7	Metode Analisis Data .....	31
3.7.1	<i>Multidimensional Unfolding</i> (MDU).....	31
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....</b>		<b>36</b>
4.1	Deskripsi Data .....	36
4.1.1	Deskripsi Objek Penelitian .....	36
4.2	Analisis Data.....	41
4.2.1	Riset Peta <i>Positioning E-wallet</i> di Indonesia.....	41
4.3	Pembahasan .....	59
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>		<b>63</b>
5.1	Kesimpulan .....	63
5.2	Saran .....	66
<b>DAFTAR PUSTAKA</b>		
<b>LAMPIRAN</b>		

## DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Hasil <i>Pra-Survey</i> .....	7
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu .....	24
Tabel 3. 1 Tabel Skala Likert .....	28
Tabel 3. 2 Kriteria Pemilihan Sampel .....	29
Tabel 3. 3 Definisi Operasional Variabel .....	30
Tabel 3. 4 Contoh Matriks <i>Proximities Two-Mode</i> .....	32
Tabel 3. 5 Contoh Matriks <i>Proximities One-Mode</i> .....	32
Tabel 3. 6 Nilai Stress untuk MDU .....	35
Tabel 4. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	36
Tabel 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia .....	37
Tabel 4. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan .....	37
Tabel 4. 4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	38
Tabel 4. 5 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan .....	39
Tabel 4. 6 Karakteristik Responden Berdasarkan Jumlah Penggunaan Transaksi .....	39
Tabel 4. 7 Karakteristik Responden Berdasarkan Penggunaan Transaksi .....	40
Tabel 4. 8 Nilai Stress dengan lambda 0,5 dan omega 1,0 .....	42
Tabel 4. 9 Ukuran-ukuran dalam MDU dengan lambda=0,5 dan omega= 1,0 .....	42
Tabel 4. 10 Nilai Stress dengan lambda 0,5 dan omega 1,0 .....	45
Tabel 4. 11 Ukuran-ukuran dalam MDU dengan lambda=0,5 dan omega= 1,0 .....	45
Tabel 4. 12 Nilai Stress dengan lambda 0,5 dan omega 1,0 .....	48
Tabel 4. 13 Ukuran-ukuran dalam MDU dengan lambda=0,5 dan omega= 1,0 .....	48
Tabel 4. 14 Nilai Stress dengan lambda 0,5 dan omega 1,0 .....	51
Tabel 4. 15 Ukuran-ukuran dalam MDU dengan lambda=0,5 dan omega= 1,0 .....	51
Tabel 4. 16 Nilai Stress dengan lambda 0,5 dan omega 1,0 .....	54
Tabel 4. 17 Ukuran-ukuran dalam MDU dengan lambda=0,5 dan omega= 1,0 .....	54
Tabel 4. 18 Nilai Stress dengan lambda 0,5 dan omega 1,0 .....	56
Tabel 4. 19 Ukuran-ukuran dalam MDU dengan lambda=0,5 dan omega= 1,0 .....	57
Tabel 4. 20 Peta <i>Positioning</i> Berdasarkan Pernyataan Atribut <i>Perceived of risk</i> .....	58

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Jumlah Uang Elektronik yang Beredar (2010-2022) .....	2
Gambar 1. 2 Jenis <i>Financial Technology</i> yang Sering Digunakan Masyarakat Indonesia .....	3
Gambar 1. 3 <i>E-wallet</i> yang Paling Sering Digunakan Di Indonesia.....	4
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran.....	26
Gambar 4. 1 Peta <i>Positioning</i> Berdasarkan Pernyataan Atribut <i>Perceived ease of use</i> .....	43
Gambar 4. 2 Peta <i>Positioning</i> Berdasarkan Pernyataan Atribut <i>Perceived usefulness</i> .....	46
Gambar 4. 3 Peta <i>Positioning</i> Berdasarkan Pernyataan Atribut <i>Trust</i> .....	49
Gambar 4. 4 Peta <i>Positioning</i> Berdasarkan Pernyataan Atribut <i>Promotion</i> .....	52
Gambar 4. 5 Peta <i>Positioning</i> Berdasarkan Pernyataan Atribut <i>Price</i> .....	55
Gambar 4.6 Peta <i>Positioning</i> Berdasarkan Pernyataan Atribut <i>Perceived of risk</i> .....	58