

KATA PENGANTAR

Puji syukur diberikan kepada Tuhan yang Maha Esa atas penyertaan-Nya selama ini, hanya karena kasih karunia yang diberikan oleh-Nya sehingga Tugas Akhir ini dapat terselesaikan.

Tugas Akhir dengan judul “PENGARUH PERSEPSI KEMUDAHAN PENGGUNAAN, PERSEPSI KEBERMANFAATAN, DAN PERSEPSI KREDIBILITAS TERHADAP MINAT PENGGUNAAN LAYANAN PEMBAYARAN DIGITAL OVO” ini dilakukan untuk memenuhi syarat akademik yang telah ditetapkan agar memperoleh gelar Sarjana Ekonomi Strata Satu Universitas Pelita Harapan, Tangerang.

Penulis sangat senang dan bersyukur serta berterima kasih kepada semua pihak yang telah membantu dalam menyelesaikan Tugas Akhir ini. Dengan tulus penulis mengucapkan terima kasih yang setulus-tulusnya kepada yang terhormat:

1. Ibu Dra. Gracia Shinta S. Ugut, MBA., Ph.D., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pelita Harapan.
2. Ibu Isana S. C. Meranga, S.P., M.M., selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pelita Harapan.
3. Bapak Hendra Achmadi, S.Kom., M.M., selaku Dosen Pembimbing yang sangat baik, membimbing dan meluangkan waktu serta tenaga untuk memberikan pengarahan yang sangat bermanfaat kepada penulis dalam menyelesaikan Tugas Akhir ini.
4. Ibu Vina Christina Nugroho, S.E., M.M, sebagai pembimbing akademik

yang telah membimbing saya dengan baik dan tulus selama perkuliahan di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pelita Harapan.

5. Seluruh Dosen dan staf Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pelita Harapan yang telah memberikan ilmu yang sangat berharga selama masa perkuliahan di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pelita Harapan.
6. Staf Karyawan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pelita Harapan yang telah membantu penulis dalam kegiatan administratif.
7. Anggota keluarga dan pacar dari penulis yaitu Natasha Adeline Mulyadi, yang dimana telah memberikan dukungan dalam penyusunan Tugas Akhir ini.
8. Kepada banyak sekali teman-teman seperjuangan Tugas Akhir, tidak bisa saya sebutkan satu-satu.
9. Seluruh pihak yang namanya tidak bisa disebutkan satu - persatu.

Akhir kata, penulis menyadari bahwa Tugas Akhir ini masih memiliki banyak kekurangan karena keterbatasan yang dimiliki penulis. Karena itu penulis berharap agar pembaca dapat memberikan masukan, baik itu kritik maupun saran sehingga Tugas Akhir ini bisa menjadi lebih baik lagi. Semoga Tugas Akhir yang dibuat oleh penulis ini dapat berguna dan bermanfaat bagi orang yang membaca.

DAFTAR ISI

PERNYATAAN DAN PERSETUJUAN UNGGAH TUGAS AKHIR..	ii
PERSETUJUAN TIM PENGUJI TUGAS AKHIR	iv
ABSTRAK	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL	vii
DAFTAR GAMBAR	viii
DAFTAR DIAGRAM.....	xiv
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah.....	7
1.3 Tujuan Penelitian.....	7
1.4 Manfaat Penelitian.....	7
1.5 Sistematika Penulis	8
BAB II KAJIAN PUSTAKA	10
2.1 Konsep Variabel.....	10
2.1.1 <i>Theory of Reasoned Action (TRA)</i>	10
2.1.2 <i>Theory of Planned Behaviour (TPB)</i>	12
2.1.3 <i>Technology Acceptance Model (TAM)</i>	14
2.1.4 Persepsi Kemudahan Penggunaan	17
2.1.5 Persepsi Kebermanfaatan	19
2.1.6 Persepsi Kredibilitas	20
2.1.7 Minat Penggunaan	23
2.2 Penelitian Relevan.....	25

2.3 Hubungan Antar Konstruk.....	29
2.3.1 Pengaruh persepsi kemudahan penggunaan terhadap minat penggunaan OVO	29
2.3.2 Pengaruh persepsi kemudahan penggunaan terhadap persepsi kebermanfaatan OVO	31
2.3.3 Pengaruh persepsi kebermanfaatan terhadap minat penggunaan OVO	33
2.3.4 Pengaruh Persepsi Kredibilitas terhadap minat menggunakan OVO	35
2.4 Model Penelitian.....	37
2.5 Hipotesis	38
BAB III METODE PENELITIAN	39
3.1 Objek Penelitian	39
3.2 Unit Analisis	39
3.3 Tipe Penelitian.....	40
3.4 Populasi dan Sampel.....	42
3.4.1 Populasi	42
3.4.2 Sampel.....	43
3.4.3 Metode Penarikan Sampel	44
3.5 Pengukuran Variabel.....	45
3.6 Definisi Konseptual dan Operasional.....	46
3.7 Metode Pengumpulan Data	49
3.8 Metode Analisis Data.....	50
3.8.1 Studi Pendahuluan (<i>Pre-test</i>)	51
3.9 Pengujian Instrumen Penelitian	51
3.9.1 Uji Validitas.....	51
3.9.2 Uji Reliabilitas	52
3.9.3 Partial Least Square-Structural Equation Model (PLS-SEM).....	

.....	52
3.10 Model Evaluasi	53
3.10.1 Kriteria Uji Validitas	54
3.10.2 Kriteria Uji Reliabilitas	54
3.11 Hasil Uji Instrumen Dalam <i>Pre-test</i>	55
3.11.2 Model Penelitian <i>Pre-test</i>	55
3.11.3 Pengujian Validitas <i>Pre-test</i>	56
BAB IV PEMBAHASAN.....	59
4.1 Profil Responden	60
4.1.1 Profil Responden Pengguna OVO	60
4.1.2 Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	61
4.1.3 Profil Responden Berdasarkan Usia.....	62
4.1.4 Profil Responden Berdasarkan Status Pekerjaan	63
4.2 Analisis Data Penelitian Aktual	64
4.2.1 Statistik Deskriptif	64
4.2.2 Evaluasi <i>Outer Model</i>	72
4.2.3 Evaluasi <i>Inner Model</i>	78
4.3 Pembahasan.....	81
4.3.1 Hipotesis 1: Persepsi Kemudahan Penggunaan berpengaruh positif terhadap Minat Penggunaan OVO	81
4.3.2 Hipotesis 2: Persepsi Kemudahan Penggunaan berpengaruh positif terhadap Persepsi Kebermanfaatan	82
4.3.3 Hipotesis 3: Persepsi Kebermanfaatan berpengaruh positif terhadap Minat Penggunaan OVO.....	83
4.3.4 Hipotesis 4: Persepsi Kredibilitas berpengaruh positif terhadap Minat Penggunaan OVO.....	83
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	85
5.1 Kesimpulan	85
5.2 Implikasi Manajerial.....	86

5.3 Keterbatasan Penelitian.....86

5.4 Saran untuk Penelitian Selanjutnya87

DAFTAR PUSTAKA.....88

LAMPIRAN

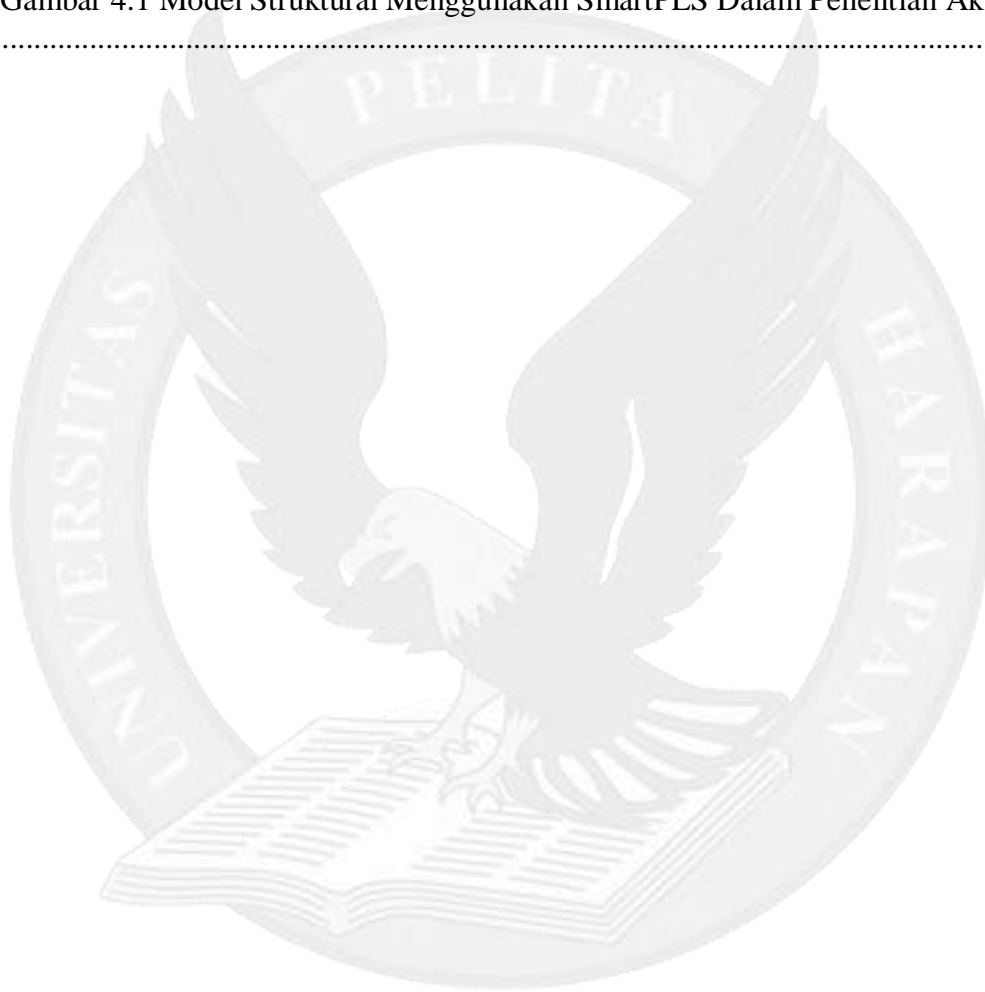


DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Perbandingan OVO dan GoJek pada Akhir Tahun 2018.....	4
Tabel 3.1 Skala <i>Likert</i>	46
Tabel 3.2 Definisi Konseptual dan Definisi Operasional.....	46
Tabel 3.3 <i>Average Variance Extracted (AVE) SmartPLS (Pre-test)</i>	56
Tabel 3.4 <i>Loading Factor SmartPLS (Pre-test)</i>	57
Tabel 3.5 <i>Fornell-lacker criterion (FLc) SmartPLS (Pre-test)</i>	58
Tabel 4.1 Profil Responden Pengguna OVO.....	60
Tabel 4.2 Statistik Deskriptif Persepsi Kemudahan Penggunaan	65
Tabel 4.3 Statistik Deskriptif Persepsi Kebermanfaatan.....	67
Tabel 4.4 Statistik Deskriptif Persepsi Kredibilitas	69
Tabel 4.5 Statistik Deskriptif Minat Penggunaan OVO.....	71
Tabel 4.6 <i>Loading Factor Penelitian Aktual</i>	74
Tabel 4.7 <i>Average Variance Extracted (AVE) Penelitian Aktual</i>	75
Tabel 4.8 <i>Fornell-Lacker Criterion (FLc) Penelitian Aktual</i>	76
Tabel 4.9 Uji Reliabilitas Penelitian Aktual.....	77
Tabel 4.10 Koefisien Determinasi (R^2 Test) Penelitian Aktual.....	79
Tabel 4.11 Hasil Uji Hipotesis Penelitian Aktual.....	80

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Peringkat Jumlah Pengguna Dompot Digital Di Indonesia	5
Gambar 2.1 Model Penelitian.....	37
Gambar 3.1 Model Struktural SmartPLS	56
Gambar 4.1 Model Struktural Menggunakan SmartPLS Dalam Penelitian Aktual	73



DAFTAR DIAGRAM

Diagram 4.1 Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	61
Diagram 4.2 Profil Responden Berdasarkan Usia	62
Diagram 4.3 Profil Responden Berdasarkan Status Pekerjaan	63

