

KATA PENGANTAR

Pertama-tama saya selaku penulis hendak mengucapkan puji syukur kepada Tuhan yang Maha Esa yang senantiasa memberikan hikmat, rahmat, kebijaksanaan, dan kesehatan yang sangat luar biasa baik dari luar maupun dalam lingkungan dalam menyelesaikan tugas akhir sebagai persyaratan akademik untuk memperoleh gelar studi yaitu Strata Satu Sarjana Manajemen di Universitas Pelita Harapan Kampus Surabaya. Pada penelitian ini, saya sebagai penulis meyakini bahwa seluruh pengungkapan, penyajian, dan penggunaan kata-kata dan bahasa masih sangat jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, dengan segala bentuk kerendahan hati penulis mengharapkan saran, kritik, dan segala bentuk pengarahan dari seluruh pihak untuk perbaikan pada tugas akhir ini. Pada kesempatan ini, penulis ingin mengucapkan rasa terima kasih yang begitu besar kepada pihak-pihak yang telah membantu dan mendukung atas terselesainya penelitian ini hingga akhir. Ucapan terima kasih ini khususnya ditujukan kepada:

- 1) Bapak Dr. Ronald, S.T., M.M, CSMA, CDM, PMA, selaku *Executive Director* dan *Associate Dean* yang membantu banyak hal dalam kehidupan perkuliahan saya selama berkuliah di Universitas Pelita Harapan Kampus Surabaya.
- 2) Ibu Dr. Amelia, S.E., RFP-I, M.M, CSMA, CDM, selaku kepala program studi manajemen yang membantu banyak hal dalam kehidupan perkuliahan saya selama berkuliah di Universitas Pelita Harapan Kampus Surabaya.

- 3) Ibu Dr. Amelia, S.E., RFP-I, M.M, CSMA, CDM selaku dosen pembimbing pertama yang telah memberikan seluruh perhatian, waktu, dan tenaga serta kesabaran yang tidak ternilai, serta memberikan dorongan semangat yang mendukung dan memberikan kritik saran yang membangun kepada saya sedari awal hingga penelitian ini dapat terselesaikan.
- 4) Bapak Dr. Ronald, S.T., M.M, CSMA, CDM, PMA, selaku dosen pembimbing kedua yang telah membantu, membimbing, memberikan saran, dan pengertian, tenaga, serta semangat yang tidak pernah berhenti dari awal hingga saya dapat menyelesaikan penelitian ini dengan baik.
- 5) Bapak Hananiel Mennoverdi Gunawan, BA, MBA, AAC, selaku dosen pembimbing akademik sedar awal masuk kuliah di Universitas Pelita Harapan Kampus Surabaya, yang sangat supportif membantu dan meningkatkan serta mengajarkan berbagai hal dari awal hingga saya bisa menyelesaikan tugas akhir ini.
- 6) Ibu Dr. Oliandes Sondakh, S.E., M.M., CSMA, selaku dosen penguji pertama yang turut memberikan berbagai masukan dan arahan kepada penulis untuk penyelesaian penelitian ini.
- 7) Ibu Priskilla E.E. Napitupulu, S.Sos, M.M., CSMA, CHCSA, selaku dosen penguji kedua yang turut memberikan berbagai masukan dan arahan kepada penulis untuk penyelesaian penelitian ini.

- 8) Keluarga saya, Mama, Papa, Adik serta keluarga besar lainnya yang senantiasa mendoakan, memberikan dukungan baik secara tenaga dan waktu, dukungan yang luar biasa dalam menyelesaikan penelitian ini.
- 9) Achel yang telah menjadi *support system* yang selalu mendukung, menyemangati, menghibur, mendoakan serta membantu banyak hal dalam kehidupan perkuliahan yang saya lalui selama berkuliah di Universitas Pelita Harapan Kampus Surabaya, serta dalam menyelesaikan penelitian ini
- 10) Teman-teman seperjuangan saya, CENDOL DAWET, Sam, Bernard, Reynaldo, Thalia, Yeremia, Richard, serta teman-teman sekelompok saya yang telah menyemangati dalam kehidupan perkuliahan yang saya lalui selama berkuliah di Universitas Pelita Harapan Surabaya, terutama yang sudah membantu dan memberikan dukungan dalam penelitian ini.
- 11) Pihak-pihak lain yang tidak dapat disebut satu per satu yang telah membantu penulis menyelesaikan penelitian ini.

Hanya doa yang dapat penulis panjatkan semoga Tuhan yang Maha Esa berkenan membalas semua dukungan, kebaikan, dan semangat dari Bapak, Ibu, Saudara, dan teman-teman sekaligus. Semoga penelitian ini dapat bermanfaat terutama untuk diri pribadi serta pihak-pihak yang berkepentingan dengan topic yang sama. Segala kritik dan saran atas penelitian ini tentunya akan sangat bermanfaat bagi penyempurnaan yang selanjutnya.

Surabaya, 26 Agustus 2021



Deven



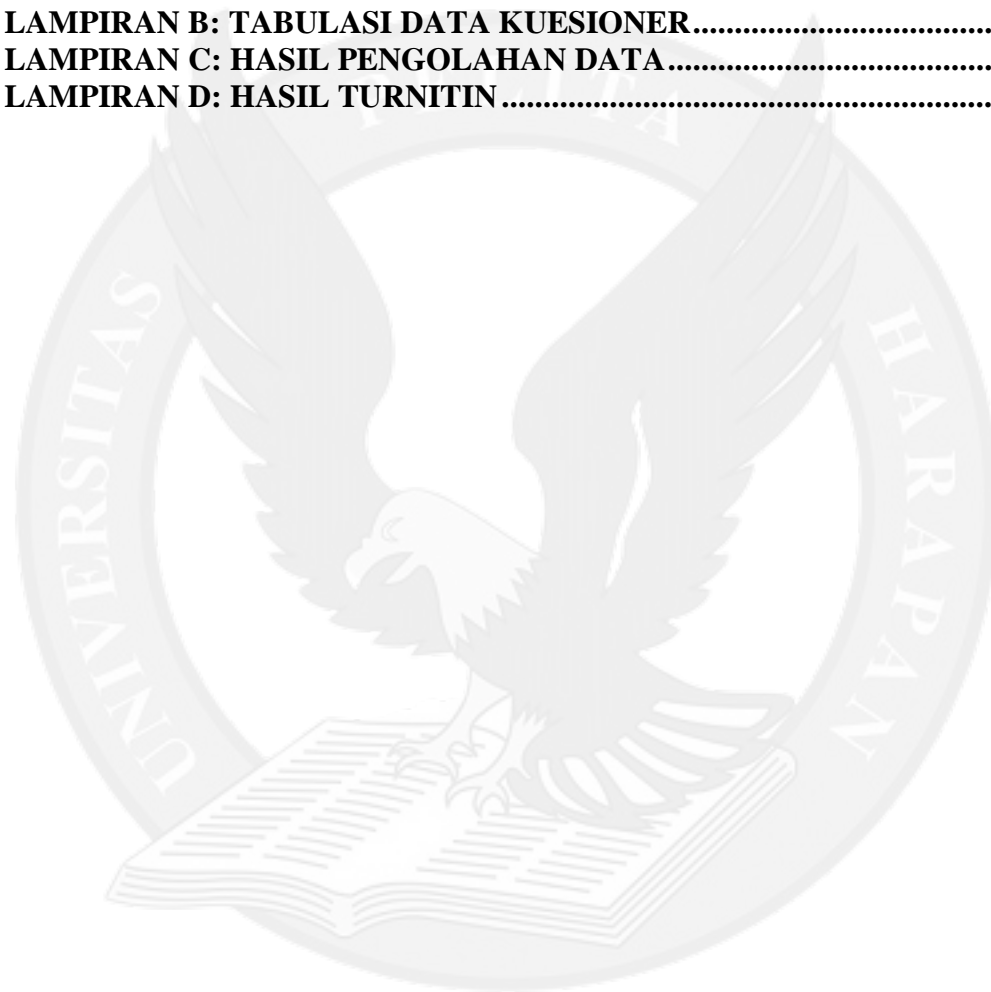
DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	
PERNYATAAN KEASLIAN TUGAS AKHIR	
PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING TUGAS AKHIR	
PERSETUJUAN TIM PENGUJI TUGAS AKHIR	
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
KATA PENGANTAR	xi
DAFTAR ISI	iii
DAFTAR GAMBAR	vi
DAFTAR TABEL	vii
DAFTAR LAMPIRAN	viii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Masalah.....	1
1.2. Batasan Masalah	23
1.3. Rumusan Masalah.....	24
1.4. Tujuan Penelitian	26
1.5. Manfaat Penelitian	27
1.5.1. Manfaat Teoritis	27
1.5.2. Manfaat Praktis.....	28
1.6. Sistematika Penulisan.....	29
BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS	31
2.1 Landasan Teori	31
2.1.1. <i>Actual Usage</i>	31
2.1.2. <i>Behavioral Intention</i>	33
2.1.3. <i>Innovation Resistance</i>	35
2.1.4. <i>Performance Expectancy</i>	36
2.1.5. <i>Effort Expectancy</i>	37
2.1.6. <i>Social Influence</i>	38
2.1.7. <i>Facilitating Condition</i>	39
2.1.8. <i>Hedonic Motivation</i>	40
2.1.9. <i>Habit</i>	42
2.1.10. <i>Usage Barrier</i>	43
2.1.11. <i>Value Barrier</i>	44
2.1.12. <i>Risk Barrier</i>	45
2.1.13. <i>Traditional Barrier</i>	46
2.1.14. <i>Image Barrier</i>	48
2.2 Penelitian Terdahulu	49
2.3 Pengembangan Hipotesis	54
2.3.1. Pengaruh <i>Performance Expectancy</i> terhadap <i>Behavioral Intention</i> ... 54	
2.3.2. Pengaruh <i>Effort Expectancy</i> terhadap <i>Behavioral Intention</i> 55	
2.3.3. Pengaruh <i>Social Influence</i> terhadap <i>Behavioral Intention</i> 56	
2.3.4. Pengaruh <i>Facilitating Condition</i> terhadap <i>Behavioral Intention</i>	56
2.3.5. Pengaruh <i>Hedonic Motivation</i> terhadap <i>Behavioral Intention</i> 57	
2.3.6. Pengaruh <i>Habit</i> terhadap <i>Behavioral Intention</i> 58	

2.3.7.	Pengaruh <i>Usage Barrier</i> terhadap <i>Innovation Resistance</i>	58
2.3.8.	Pengaruh <i>Value Barrier</i> terhadap <i>Innovation Resistance</i>	59
2.3.9.	Pengaruh <i>Risk Barrier</i> terhadap <i>Innovation Resistance</i>	60
2.3.10.	Pengaruh <i>Traditional Barrier</i> terhadap <i>Innovation Resistance</i>	60
2.3.11.	Pengaruh <i>Image Barrier</i> terhadap <i>Innovation Resistance</i>	61
2.3.12.	Pengaruh <i>Behavioral Intention</i> terhadap <i>Actual Usage</i>	62
2.3.13.	Pengaruh <i>Innovation Resistance</i> terhadap <i>Actual Usage</i>	62
2.4	Model Penelitian	63
2.5	Bagan Alur Berpikir	64
BAB III METODOLOGI PENELITIAN		66
3.1	Jenis Penelitian dan Jenis Data	66
3.1.1.	Jenis Penelitian	66
3.1.2.	Jenis Data	67
3.2	Populasi dan Sampel	68
3.2.1.	Populasi.....	68
3.2.2.	Sampel	68
3.3	Metode Pengumpulan Data	70
3.4	Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel	74
3.5	Metode Analisis Data	78
3.5.1.	Pengolahan Data.....	78
3.5.2.	Pengujian Hipotesis	79
3.5.2.1.	Uji Validitas.....	79
3.5.2.2.	Uji Reabilitas	80
3.5.2.3.	Uji Asumsi Klasik.....	81
3.5.2.4.	Analisis Linear Regresi Berganda (<i>Multiple Regression</i>).....	84
3.5.2.5.	Koefisien Korelasi (R)	87
3.5.2.6.	Koefisien Determinasi (R ₂)	88
3.5.2.7.	Uji F	89
3.5.2.8.	Uji T	89
BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN.....		90
4.1	Gambaran Umum.....	90
4.2	Analisis Data.....	91
4.2.1	Statistik Deskriptif.....	91
4.2.1.1	Karakteristik Responden	91
4.2.1.2	Gambaran Umum Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	91
4.2.1.3	Gambaran Umum Responden Berdasarkan Usia	93
4.2.1.4	Tanggapan Responden	94
4.2.2	Analisis Deskriptif Variabel	112
4.2.2.1	Penjelasan Responden Terhadap <i>Actual Usage</i>	112
4.2.2.2	Penjelasan Responden Terhadap <i>Behavioral Intention</i>	114
4.2.2.3	Penjelasan Responden Terhadap <i>Innovation Resistance</i>	116
4.2.2.4	Penjelasan Responden Terhadap <i>Performance Expectancy</i>	117
4.2.2.5	Penjelasan Responden Terhadap <i>Effort Expectancy</i>	119
4.2.2.6	Penjelasan Responden Terhadap <i>Social Influence</i>	121
4.2.2.7	Penjelasan Responden Terhadap <i>Facilitating Condition</i>	123
4.2.2.8	Penjelasan Responden Terhadap <i>Hedonic Motivation</i>	125

4.2.2.9	Penjelasan Responden Terhadap <i>Habit</i>	127
4.2.2.10	Penjelasan Responden Terhadap <i>Usage Barrier</i>	129
4.2.2.11	Penjelasan Responden Terhadap <i>Value Barrier</i>	132
4.2.2.12	Penjelasan Responden Terhadap <i>Risk Barrier</i>	133
4.2.2.13	Penjelasan Responden Terhadap <i>Traditional Barrier</i>	136
4.2.2.14	Penjelasan Responden Terhadap <i>Image Barrier</i>	139
4.2.3	Uji Validitas	141
4.2.4	Uji Realibilitas	143
4.2.5	Pengujian Asumsi Klasik Regresi	144
4.2.5.1	Uji Normalitas	144
4.2.5.2	Uji Multikolinearitas	147
4.2.5.3	Uji Heterokedastisitas	148
4.2.5.4	Uji Linearitas	151
4.3	Metode Analisis Statistik.....	153
4.3.1	Analisis Koefisien Regresi (Berganda)	153
4.3.1.1	<i>Actual Usage</i>	153
4.3.1.2	<i>Behavioral Intention</i>	154
4.3.1.3	<i>Innovation Resistance</i>	158
4.3.2	Analisis Koefisien Korelasi (Berganda)	160
4.3.2.1	Analisis Koefisien Korelasi Berganda untuk BI, IR*AU	160
4.3.2.2	Analisis Koefisien Korelasi Berganda untuk PE, EE, SI, FC, HM, HA*BI.....	161
4.3.2.3	Analisis Koefisien Korelasi Berganda untuk UB, VB, RB, TB, IB*IR	161
4.3.3	Analisis Koefisien Determinasi (R^2)	161
4.4	Metode Pengujian Hipotesis.....	163
4.4.1	Uji Signifikan Simultan (Uji-F)	163
4.4.2	Uji Signifikan Parsial (Uji-T)	164
4.5	Pembahasan	171
BAB V METODOLOGI PENELITIAN.....		224
5.1	Kesimpulan	224
5.1.1	Analisis Deskriptif Variabel	226
5.1.1.1	Pengaruh <i>Performance Expectancy</i> terhadap <i>Behavioral Intention</i>	226
5.1.1.2	Pengaruh <i>Effort Expectancy</i> terhadap <i>Behavioral Intention</i> ..	227
5.1.1.3	Pengaruh <i>Social Influence</i> terhadap <i>Behavioral Intention</i>	228
5.1.1.4	Pengaruh <i>Facilitating Condition</i> terhadap <i>Behavioral Intention</i>	229
5.1.1.5	Pengaruh <i>Hedonic Motivation</i> terhadap <i>Behavioral Intention</i>	230
5.1.1.6	Pengaruh <i>Habit</i> terhadap <i>Behavioral Intention</i>	231
5.1.1.7	Pengaruh <i>Usage Barrier</i> terhadap <i>Innovation Resistance</i>	232
5.1.1.8	Pengaruh <i>Value Barrier</i> terhadap <i>Innovation Resistance</i>	233
5.1.1.9	Pengaruh <i>Risk Barrier</i> terhadap <i>Innovation Resistance</i>	234
5.1.1.10	Pengaruh <i>Traditional Barrier</i> terhadap <i>Innovation Resistance</i>	236
5.1.1.11	Pengaruh <i>Image Barrier</i> terhadap <i>Innovation Resistance</i>	237

5.1.1.12 Pengaruh <i>Behavioral Intention</i> terhadap <i>Actual Usage</i>	238
5.1.1.13 Pengaruh <i>Innovation Resistance</i> terhadap <i>Actual Usage</i>	239
5.1.2 Kesimpulan Atas Masalah Penelitian	240
5.2 Implikasi	243
5.2.1. Implikasi Teoritis	243
5.2.2. Implikasi Manajerial	245
5.3 Rekomendasi	257
DAFTAR PUSTAKA	259
LAMPIRAN A: KUESIONER	A-1
LAMPIRAN B: TABULASI DATA KUESIONER	B-1
LAMPIRAN C: HASIL PENGOLAHAN DATA	C-1
LAMPIRAN D: HASIL TURNITIN	D-1



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Logo OVO.....	8
Gambar 1.2 Tanggapan aplikasi OVO	11
Gambar 1.3 Fitur aplikasi OVO	12
Gambar 1.4 Kemudahan penggunaan aplikasi OVO.....	13
Gambar 1.5 <i>Scan barcode</i> dengan aplikasi OVO.....	14
Gambar 1.6 Iklan OVO	15
Gambar 1.7 <i>Review</i> mengenai aplikasi OVO.....	16
Gambar 1.8 OVO hadir di pasar tradisional.....	17
Gambar 1.9 OVO Sebagai alat pembayaran pedagang kaki lima	18
Gambar 1.10 <i>Review</i> mengenai <i>Usage Barrier</i> dari OVO di twitter.....	19
Gambar 1.11 <i>Under Maintenance</i> OVO	20
Gambar 1.12 Proses kontak <i>customer service</i> karena <i>cashback</i> tidak diterima	21
Gambar 1.13 <i>Cashback</i> tidak masuk	21
Gambar 2.1 Model Penelitian Terdahulu	51
Gambar 2.2 Hasil model penelitian terdahulu	51
Gambar 2.3 Model penelitian jurnal acuan 1	52
Gambar 2.4 Hasil model penelitian jurnal acuan 1	53
Gambar 2.5 Model dan hasil penelitian jurnal acuan 2.....	54
Gambar 2.6 Model penelitian	63
Gambar 2.7 Bagan alur berpikir	64
Gambar 4.1 Diagram Pie Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	92
Gambar 4.2 Diagram Pie Responden Berdasarkan Usia.....	93
Gambar 4.3 Scatterplot Uji Normalitas <i>Behavioral Intention</i>	145
Gambar 4.4 Scatterplot Uji Normalitas <i>Innovation Resistance</i>	146
Gambar 4.5 Scatterplot Uji Normalitas <i>Actual Usage</i>	147
Gambar 4.6 Scatterplot Uji Heterokedastisitas <i>Behavioral Intention</i>	149
Gambar 4.7 Scatterplot Uji Heterokedastisitas <i>Innovation Resistance</i>	149
Gambar 4.8 Scatterplot Uji Heterokedastisitas <i>Actual Usage</i>	150
Gambar 4.9 Model Penelitian.....	170

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Daftar Lima <i>E-money</i> terpopuler di Indonesia pada tahun 2020	8
Tabel 3.1 Desain Inti Kuisisioner	71
Tabel 3.2 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel	75
Tabel 3.3 Rules of Thumb Mengenai Ukuran Koefisien Korelasi	88
Tabel 4.1 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	91
Tabel 4.2 Responden Berdasarkan Usia	93
Tabel 4.3 Derajat Penilaian Setiap Variabel	95
Tabel 4.4 Tanggapan Responden Terhadap <i>Actual Usage</i>	95
Tabel 4.5 Tanggapan Responden Terhadap <i>Behavioral Intention</i>	97
Tabel 4.6 Tanggapan Responden Terhadap <i>Innovation Resistance</i>	98
Tabel 4.7 Tanggapan Responden Terhadap <i>Performance Expecatncy</i>	99
Tabel 4.8 Tanggapan Responden Terhadap <i>Effort Expecatncy</i>	100
Tabel 4.9 Tanggapan Responden Terhadap <i>Social Influence</i>	101
Tabel 4.10 Tanggapan Responden Terhadap <i>Facilitating Condition</i>	102
Tabel 4.11 Tanggapan Responden Terhadap <i>Hedonic Motivation</i>	104
Tabel 4.12 Tanggapan Responden Terhadap <i>Habit</i>	105
Tabel 4.13 Tanggapan Responden Terhadap <i>Usage Barrier</i>	106
Tabel 4.14 Tanggapan Responden Terhadap <i>Value Barrier</i>	107
Tabel 4.15 Tanggapan Responden Terhadap <i>Risk Barrier</i>	108
Tabel 4.16 Tanggapan Responden Terhadap <i>Traditional Barrier</i>	109
Tabel 4.17 Tanggapan Responden Terhadap <i>Image Barrier</i>	111
Tabel 4.18 Distribusi Jawaban Responden Terhadap <i>Actual Usage</i>	112
Tabel 4.19 Distribusi Jawaban Responden Terhadap <i>Behavioral Intention</i>	114
Tabel 4.20 Distribusi Jawaban Responden Terhadap <i>Innovation Resistance</i>	116
Tabel 4.21 Distribusi Jawaban Responden Terhadap <i>Performance Expecatncy</i>	118
Tabel 4.22 Distribusi Jawaban Responden Terhadap <i>Effort Expecatncy</i>	119
Tabel 4.23 Distribusi Jawaban Responden Terhadap <i>Social Influence</i>	121
Tabel 4.24 Distribusi Jawaban Responden Terhadap <i>Facilitating Condition</i>	123
Tabel 4.25 Distribusi Jawaban Responden Terhadap <i>Hedonic Motivation</i>	125
Tabel 4.26 Distribusi Jawaban Responden Terhadap <i>Habit</i>	127
Tabel 4.27 Distribusi Jawaban Responden Terhadap <i>Usage Barrier</i>	126
Tabel 4.28 Distribusi Jawaban Responden Terhadap <i>Value Barrier</i>	132
Tabel 4.29 Distribusi Jawaban Responden Terhadap <i>Risk Barrier</i>	134
Tabel 4.30 Distribusi Jawaban Responden Terhadap <i>Traditional Barrier</i>	136
Tabel 4.31 Distribusi Jawaban Responden Terhadap <i>Image Barrier</i>	139
Tabel 4.32 Hasil Uji Validitas Variabel <i>Actual Usage</i>	141
Tabel 4.33 Hasil Uji Validitas Variabel <i>Behavioral Intention</i>	141
Tabel 4.34 Hasil Uji Validitas Variabel <i>Innovation Resistance</i>	141
Tabel 4.35 Hasil Uji Validitas Variabel <i>Performance Expecatncy</i>	141
Tabel 4.36 Hasil Uji Validitas Variabel <i>Effort Expecatncy</i>	141
Tabel 4.37 Hasil Uji Validitas Variabel <i>Social Influence</i>	141
Tabel 4.38 Hasil Uji Validitas Variabel <i>Facilitating Condition</i>	141
Tabel 4.39 Hasil Uji Validitas Variabel <i>Hedonic Motivation</i>	142

Tabel 4.40 Hasil Uji Validitas Variabel <i>Habit</i>	142
Tabel 4.41 Hasil Uji Validitas Variabel <i>Usage Barrier</i>	142
Tabel 4.42 Hasil Uji Validitas Variabel <i>Value Barrier</i>	142
Tabel 4.43 Hasil Uji Validitas Variabel <i>Risk Barrier</i>	142
Tabel 4.44 Hasil Uji Validitas Variabel <i>Traditional Barrier</i>	142
Tabel 4.45 Hasil Uji Validitas Variabel <i>Image Barrier</i>	143
Tabel 4.46 Uji Realibilitas	143
Tabel 4.47 Uji <i>Kolmogorov smirnov</i>	144
Tabel 4.48 Nilai <i>Tolerance</i> dan VIF.....	147
Tabel 4.49 Spearman Test Correlation	150
Tabel 4.50 Hasil Uji Linearitas	151
Tabel 4.51 Hasil Uji Regresi Berganda (BI, IR*AU).....	153
Tabel 4.52 Hasil Uji Regresi Berganda (PE, EE, SI, FC, HM, HA*BI)	154
Tabel 4.53 Hasil Uji Regresi Berganda (UB, VB, RB, TB, IB*IR)	150
Tabel 4.54 Hasil Analisis Koefisien Determinasi 1 (R^2)	162
Tabel 4.55 Hasil Analisis Koefisien Determinasi 2 (R^2)	162
Tabel 4.56 Hasil Analisis Koefisien Determinasi 3 (R^2)	162
Tabel 4.57 Hasil Uji-F	163
Tabel 4.58 Hasil Uji T.....	165
Tabel 4.59 Indikator Variabel <i>Behavioral Intention</i>	193
Tabel 4.60 Indikator Variabel <i>Habit</i>	195
Tabel 4.61 Indikator Variabel <i>Social Influence</i>	197
Tabel 4.62 Indikator Variabel <i>Performance Expectancy</i>	199
Tabel 4.63 Indikator Variabel <i>Facilitating Condition</i>	201
Tabel 4.64 Indikator Variabel <i>Hedonic Motivation</i>	203
Tabel 4.65 Indikator Variabel <i>Effort Expecatncy</i>	205
Tabel 4.66 Indikator Variabel <i>Innovation Resistance</i>	207
Tabel 4.67 Indikator Variabel <i>Image Barrier</i>	209
Tabel 4.68 Indikator Variabel <i>Risk Barrier</i>	210
Tabel 4.69 Indikator Variabel <i>Usage Barrier</i>	213
Tabel 4.70 Indikator Variabel <i>Traditional Barrier</i>	216
Tabel 4.71 Indikator Variabel <i>Value Barrier</i>	220
Tabel 4.72 Indikator Variabel <i>Actual Usage</i>	221
Tabel 5.1 Implikasi Teoritis	243
Tabel 5.2 Implikasi Manajerial.....	253

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN A: KUISIONER.....	A-1
LAMPIRAN B: TABULASI DATA KUESIONER	B-1
LAMPIRAN C: HASIL PENGOLAHAN DATA	C-1
LAMPIRAN D: HASIL TURNITIN	D-1

