

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
PERYATAAN DAN PERSETUJUAN UNGGAH TUGAS AKHIR.....	ii
PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING TUGAS AKHIR	iii
PERSETUJUAN TIM PENGUJI TUGAS AKHIR.....	iv
KATA PENGANTAR	v
ABSTRAK.....	vii
ABSTRACT.....	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Batasan Masalah.....	14
1.3 Rumusan Masalah.....	14
1.4 Tujuan Penelitian.....	15
1.5 Manfaat Penelitian.....	16
1.5.1 Manfaat Teoritis.....	16
1.5.2 Manfaat Praktis	16
1.6 Sistematika Penulisan.....	16
BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS.....	18
2.1 Landasan Teori.....	18
2.1.1 <i>Relative Advantage</i>	18
2.1.2 <i>Compatibility</i>	20
2.1.3 <i>Low Complexity</i>	21
2.1.4 <i>Observability</i>	23
2.1.5 <i>Trialability</i>	24
2.1.6 <i>Intention To Use</i>	26

2.1.7	<i>Satisfaction</i>	27
2.1.8	<i>Intention to Recommend</i>	28
2.2	Penelitian Terdahulu.....	30
2.3	Pengembangan Hipotesis.....	31
2.3.1	Pengaruh <i>Relative Advantage</i> terhadap <i>Intention To Use</i>	31
2.3.2	Pengaruh <i>Compatibillity</i> terhadap <i>Intention To Use</i>	32
2.3.3	Pengaruh <i>Complexity</i> terhadap <i>Intention To Use</i>	33
2.3.4	Pengaruh <i>Observability</i> terhadap <i>Intention To Use</i>	33
2.3.5	Pengaruh <i>Trialabillity</i> terhadap <i>Intention To Use</i>	34
2.3.6	Pengaruh <i>Intention To Use</i> terhadap <i>Intention To Recommend</i> ...35	
2.3.7	Pengaruh <i>Satisfaction</i> terhadap <i>Intention To Recommend</i>	36
2.3.8	Pengaruh <i>Intention To Use</i> terhadap <i>Satisfaction</i>	36
2.4	Model Penelitian.....	37
2.5	Bagan Alur Berpikir.....	38
BAB III	METODOLOGI PENELITIAN	41
3.1	Jenis Penelitian.....	41
3.2	Populasi dan Sampel.....	41
3.2.1	Populasi.....	41
3.2.2	Sampel.....	41
3.3	Metode Penelitian Data.....	43
3.3.1	Jenis dan Sumber Data.....	43
3.3.2	Teknik Pengumpulan Data.....	44
3.4	Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel.....	47
3.5	Metode Analisis Data.....	49
3.5.1	Pengolahan Data.....	49
3.5.2	Pengujian Hipotesis.....	49
3.5.3	Uji Reabilitas.....	61
BAB IV	ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN	63
4.1	Gambaran Umum Obyek Penelitian.....	63
4.1.1	OVO.....	63
4.2	Profil Responden.....	64

4.2.1 Statistik Deskriptif	65
4.2.1.1 Karakteristik Responden	65
4.2.1.2 Gambaran Umum Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	65
4.2.1.3 Gambaran Umum Responden Berdasarkan Usia Responden	66
4.2.1.4 Tanggapan Responden	67
4.2.2 Analisis Deskriptif Variabel.....	78
4.2.2.1 Penjelasan Responden terhadap <i>Relative Advantage</i>	78
4.2.2.2 Penjelasan Responden terhadap <i>Compatibillity</i>	80
4.2.2.3 Penjelasan Responden terhadap <i>Low Complexity</i>	81
4.2.2.4 Penjelasan Responden terhadap <i>Observability</i>	82
4.2.2.5 Penjelasan Responden terhadap <i>Trialability</i>	84
4.2.2.6 Penjelasan Responden terhadap <i>Intention To Use</i>	85
4.2.2.7 Penjelasan Responden terhadap <i>Satisfaction</i>	86
4.2.2.8 Penjelasan Responden terhadap <i>Intention To Recommend</i>	87
4.2.3 Hasil Pengujian Kualitas Data	89
4.2.3.1 Evaluasi Normalitas Data.....	90
4.2.3.2 <i>Evaluasi Outliners</i>	92
4.2.3.3 <i>Univariate Outliers</i>	92
4.2.3.4 <i>Multivariate Outliers</i>	93
4.2.3.5 Evaluasi <i>Multicollinearity</i> dan <i>Singularity</i>	96
4.2.3.6 Analisis Faktor Konfirmatori (<i>Confirmatory Factor Analysis</i>)	97
4.2.3.7 Analisis Faktor Konfirmatori Variabel Eksogen.....	97
4.2.3.8 Analisis Faktor Konfirmatori Variabel Endogen	99
4.2.4 Analisis Full Structural Equation Modeling	100
4.2.5 Uji Reliability.....	102
4.2.6 Hasil Pengujian Hipotesis	104
4.2.6.1 Pengujian Hipotesis.....	105

4.3 Pembahasan	108
BAB V KESIMPULAN	124
5.1 Simpulan.....	124
5.1.1 Simpulan Atas Hipotesis	125
5.1.1.1 Pengaruh <i>Relative Advantage</i> terhadap <i>Intention To Use</i>	125
5.1.1.2 Pengaruh <i>Compatibillity</i> terhadap <i>Intention To Use</i>	126
5.1.1.3 Pengaruh <i>Low Complexity</i> terhadap <i>Intention To Use</i>	127
5.1.1.4 Pengaruh <i>Observabillity</i> terhadap <i>Intention To Use</i>	128
5.1.1.5 Pengaruh <i>Trialabillity</i> terhadap <i>Intention To Use</i>	128
5.1.1.6 Pengaruh <i>Intention To Use</i> terhadap <i>Intention To Recommend</i>	129
5.1.1.7 Pengaruh <i>Satisfaction</i> terhadap <i>Intention To Recommend</i>	130
5.1.1.8 Pengaruh <i>Intention To Use</i> terhadap <i>Satisfaction</i>	131
5.1.2 Simpulan Atas Masalah Penelitian.....	131
5.2 Implikasi	132
5.2.1 Implikasi Teoritis	132
5.2.2 Implikasi Manajerial	134
5.3 Rekomendasi	143
DAFTAR PUSTAKA	145
LAMPIRAN.....	155

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1	Hasil Penelitian Terdahulu	30
Tabel 3.1	<i>Likert Scale Point</i>	44
Tabel 3.2	Desain Inti Kuisisioner	44
Tabel 3.3	Operasional Variabel	47
Tabel 3.4	Keterangan Indikator Konstruk	54
Tabel 3.5	Keterangan Hubungan Antar Konstruk	55
Tabel 3.6	Konversi kedalam Persamaan Model Pengukuran Konstruk Eksogen dan Endogen	57
Tabel 3.7	Indeks Pengujian Kelayakan Sebuah Mode	61
Tabel 4.1	Statistik Deskriptif Profil Responden	66
Tabel 4.2	Statistik Deskriptif Usia Responden	66
Tabel 4.3	Derajat Penilaian Setiap Variabel	68
Tabel 4.4	Tanggapan Responden Terhadap <i>Relative Advantage</i>	69
Tabel 4.5	Tanggapan Responden Terhadap <i>Compatibillity</i>	70
Tabel 4.6	Tanggapan Responden Terhadap <i>Low Complexity</i>	71
Tabel 4.7	Tanggapan Responden Terhadap <i>Observabillity</i>	72
Tabel 4.8	Tanggapan Responden Terhadap <i>Trialabillity</i>	73
Tabel 4.9	Tanggapan Responden Terhadap <i>Intention To Use</i>	75
Tabel 4.10	Tanggapan Responden Terhadap <i>Satisfaction</i>	76
Tabel 4.11	Tanggapan Responden Terhadap <i>Intention To Recommend</i>	77
Tabel 4.12	Distribusi Jawaban Responden Terhadap Variabel <i>Relative Advantage</i>	78
Tabel 4.13	Distribusi Jawaban Responden Terhadap Variabel <i>Compatibillity</i>	80
Tabel 4.14	Distribusi Jawaban Responden Terhadap Variabel <i>Low Complexity</i>	81
Tabel 4.15	Distribusi Jawaban Responden Terhadap Variabel <i>Observabillity</i>	82
Tabel 4.16	Distribusi Jawaban Responden Terhadap Variabel <i>Trialabillity</i>	84

Tabel 4.17	Distribusi Jawaban Responden Terhadap Variabel <i>Intention To Use</i>	85
Tabel 4.18	Distribusi Jawaban Responden Terhadap Variabel <i>Satisfaction</i>	86
Tabel 4.19	Distribusi Jawaban Responden Terhadap Variabel <i>Intention To Recommend</i>	88
Tabel 4.20	<i>Goodness of Fit Index</i>	90
Tabel 4.21	Evaluasi Normalitas Data.....	91
Tabel 4.22	Statistik Deskriptif Z-Score.....	92
Tabel 4.23	<i>Mahalanobis Distance</i>	94
Tabel 4.24	Uji Bobot Faktor dan Nilai Faktor <i>Loading Relative Advantage, Compatibillity, Low Complexity, Observabillity dan Trialabillity</i>	98
Tabel 4.25	Uji Bobot Faktor dan Nilai Faktor <i>Loading Intention To Use, Satisfaction dan Intention To Recommend</i>	99
Tabel 4.26	Index Pengujian Kelayakan.....	101
Tabel 4.27	<i>Regression Weight Full Structural Equation Model</i>	101
Tabel 4.28	Uji Reliability	103
Tabel 4.29	Hasil Uji Hipotesis	104
Tabel 4.30	Indikator yang Paling Mempengaruhi <i>Relative Advantage</i>	113
Tabel 4.31	Indikator yang Paling Mempengaruhi <i>Compatibillity</i>	115
Tabel 4.32	Indikator yang Paling Mempengaruhi <i>Low Complexity</i>	116
Tabel 4.33	Indikator yang Paling Mempengaruhi <i>Observabillity</i>	117
Tabel 4.34	Indikator yang Paling Mempengaruhi <i>Trialabillity</i>	118
Tabel 4.35	Indikator yang Paling Mempengaruhi <i>Intention To Use</i>	120
Tabel 4.36	Indikator yang Paling Mempengaruhi <i>Satisfaction</i>	121
Tabel 4.37	Indikator yang Paling Mempengaruhi <i>Intention To Recommend</i>	122
Tabel 5.1	Implikasi Teori	133
Tabel 5.2	Implikasi Manajerial	139

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Pengguna Pembayaran Non Tunai di Indonesia	2
Gambar 1.2 Logo OVO	3
Gambar 1.3 SOS (Sepuasnya <i>Online Shopping</i>)	6
Gambar 1.4 Transaksi menggunakan OVO.....	8
Gambar 1.5 CEO OVO.....	10
Gambar 1.6 Proteksi Asuransi OVO	12
Gambar 1.7 Penggunaan OVO saat ini.....	13
Gambar 2.1 Model Penelitian	37
Gambar 2.2 Bagan Alur Berpikir.....	38
Gambar 3.1 Diagram Alur Kerangka Pemikiran Teoritis.....	53
Gambar 4.1 Fitur Transfer OVO	64
Gambar 4.2 Diagram Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	66
Gambar 4.3 Diagram Profil Responden Berdasarkan Usia	67
Gambar 4.4 <i>Relative Advantage, Compatibillity, Low Complexity, Observabillity</i> dan <i>Trialabillity</i>	97
Gambar 4.5 <i>Intention To Use, Satisfaction dan Intention To Recommend</i>	99
Gambar 4.6 <i>Full Structural Equation Model</i>	100

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran A : Kuesioner OVO Surabaya	155
Lampiran B : Tabulasi Data Kuesioner.....	158
Lampiran C : Hasil Uji Statistik.....	160
Lampiran D : Hasil Pengujian	167
Lampiran E : Hasil Turnitin Halaman Terakhir.....	181

