

BAB I

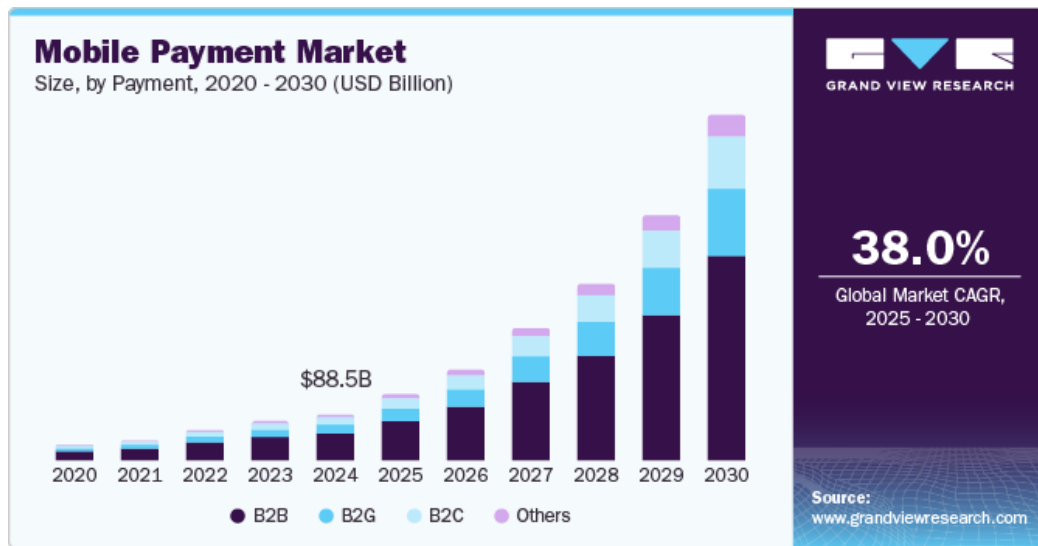
PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Perkembangan teknologi finansial (*fintech*) di era digital telah merubah cara pengguna berinteraksi dengan layanan keuangan, khususnya melalui *digital payment* dan *e-wallet*. Secara global, pasar *mobile payment* mengalami pertumbuhan yang cepat setiap tahun, diestimasikan mencapai \$88.5 miliar pada tahun 2025 dan terus meningkat secara signifikan hingga tahun 2030 (Grand View Research, 2025). Proyeksi CAGR (*Compound Annual Growth Rate*) sebesar 38.0% untuk periode 2025–2030, menunjukkan kecepatan pertumbuhan yang sangat tinggi di pasar ini.

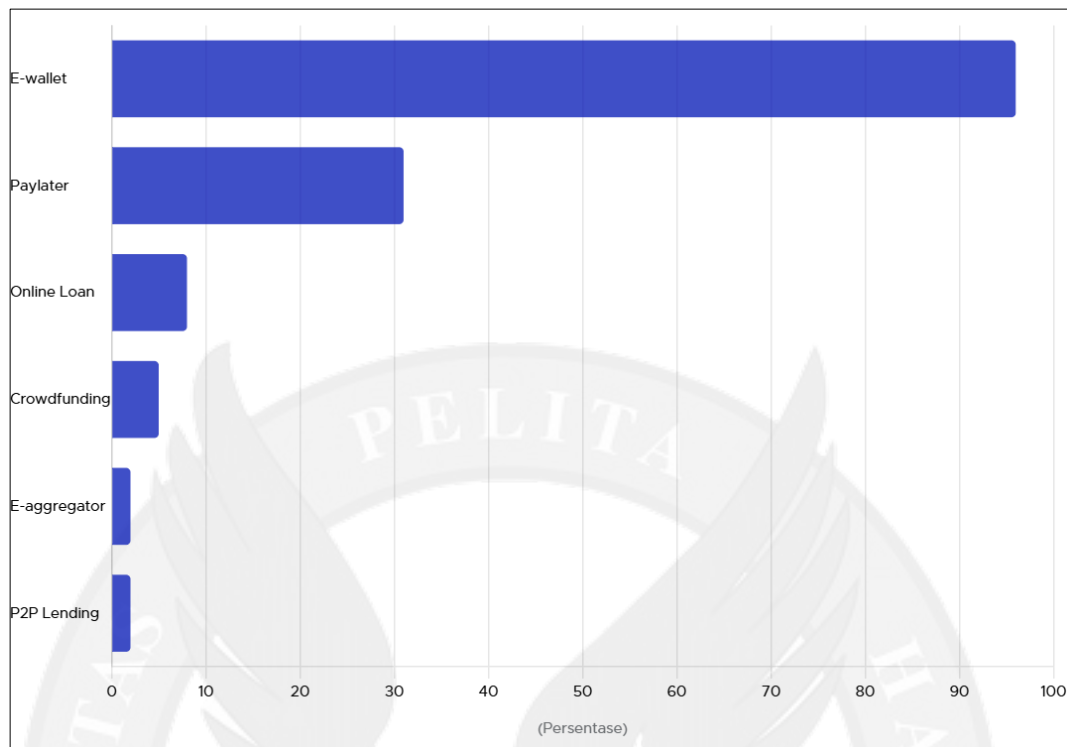
Dalam gambar 1.1 transaksi bisnis B2B (*Business to Business*) merupakan segmen terbesar dalam pasar *mobile payment*, dan terus mendominasi hingga 2030. B2G (*Business to Government*) memperlihatkan peningkatan yang stabil namun proporsinya tidak sebesar B2B. B2C (*Business to Consumer*) menunjukkan pertumbuhan yang signifikan, menandakan peningkatan adopsi *mobile payment* oleh pengguna langsung. *Others* memiliki porsi yang lebih kecil dibandingkan segmen lainnya tetapi tetap tumbuh. Pertumbuhan ini menunjukkan pergeseran ke arah digitalisasi pembayaran di berbagai sektor, mengurangi ketergantungan pada transaksi tunai. Peningkatan penggunaan *mobile payment* membuka akses keuangan yang lebih luas, terutama di negara berkembang. Penggunaan *mobile payment* pada transaksi B2B meningkatkan efisiensi rantai pasok dan pengelolaan

arus kas. Adopsi B2G yang meningkat menunjukkan adanya dorongan dari pemerintah untuk mengoptimalkan sistem pembayaran digital. Pertumbuhan pesat dipengaruhi oleh kemajuan teknologi seperti *fintech*, *blockchain*, dan internet yang semakin terjangkau.



Gambar 1.1 Grafik proyeksi pertumbuhan pasar *Mobile Payment* secara global tahun 2020 - 2030
 Sumber : <https://www.grandviewresearch.com/> (diunduh pada tanggal 4 Februari 2025)

Penggunaan dompet digital di Indonesia yang terlihat pada gambar 1.2 menunjukkan pertumbuhan yang pesat, khususnya di kalangan anak muda. Menurut hasil survei Indonesia Fintech Trends 2024 yang dilakukan oleh Jajak Pendapat (JakPat), sebanyak 96% responden menyatakan bahwa mereka telah memiliki atau menggunakan dompet digital (Reynaldy, 2024). Fenomena ini menciptakan dorongan yang kuat terhadap transformasi layanan keuangan konvensional menuju platform digital yang lebih cepat, aman, dan ramah pengguna (Afif et al., 2023). Peningkatan penggunaan e-wallet tidak hanya mempermudah proses transaksi, tetapi juga meningkatkan aksesibilitas layanan keuangan untuk masyarakat luas, menciptakan inklusi finansial yang lebih besar di dalam negeri



Gambar 1.2 Platform fintech yang paling banyak dimiliki masyarakat Indonesia

Sumber : <https://data.goodstats.id/> (diunduh pada tanggal 4 Februari 2025)

Pertumbuhan penetrasi dompet digital di Indonesia berdasarkan gambar 1.2 ini telah melampaui sekadar angka statistik. Hal ini mencerminkan sebuah fenomena sosial yang lebih luas di mana perilaku pengguna semakin beradaptasi dengan teknologi dan kebutuhan akan transaksi keuangan yang lebih efisien dan aman. Hal ini juga menunjukkan bahwa untuk mempertahankan dan memperkuat pertumbuhan ini, penyedia layanan harus terus berinovasi dan memberikan nilai tambah kepada pengguna agar mampu bersaing dengan kompetitor.

OVO, merupakan salah satu platform *e-wallet* terkemuka di Indonesia. OVO dengan logo pada gambar 1.3 pertama kali diperkenalkan pada tahun 2017 sebagai aplikasi pembayaran elektronik yang menawarkan kemudahan dalam bertransaksi tanpa uang tunai (*cashless*). Seiring dengan pertumbuhan ekonomi

digital di Indonesia, OVO berkembang menjadi salah satu aplikasi pembayaran elektronik terbesar, Dari data survei Populix pada gambar 1.4 lebih dari 70% pangsa pasar dompet digital di Indonesia dikuasai oleh empat platform utama, yakni GoPay (88%), DANA (83%), OVO (79%), dan ShopeePay (76%) (Kristardi, 2024). Faktor kemudahan akses, banyaknya merchant yang bekerja sama, serta integrasi dengan platform belanja online menjadi alasan utama tingginya adopsi OVO di kalangan masyarakat Surabaya.



Gambar 1.3 logo OVO

Sumber : <https://www.ovo.id/> (diunduh pada tanggal 5 Februari 2025)

OVO, sebagai salah satu platform e-wallet terkemuka di Indonesia, telah berhasil membangun kolaborasi dengan berbagai merchant dan layanan digital seperti Grab dan Tokopedia. Kolaborasi ini menciptakan peluang untuk menawarkan promo, *cashback*, dan akumulasi poin loyalitas kepada pengguna, yang secara signifikan meningkatkan daya tarik dan retensi pengguna (Faizal et al., 2024). Meskipun OVO terus mengalami lonjakan jumlah pengguna, masih terdapat kekosongan dalam pemahaman mengenai faktor utama yang mempengaruhi perilaku pengguna melalui niat berperilaku (Afif et al., 2023).

Peringkat	Nama Aplikasi E-Wallet	Persentase
1	GoPay	88%
2	DANA	83%
3	OVO	79%
4	ShopeePay	76%
5	LinkAja!	30%
6	I.Saku	7%
7	OCTO Mobile	5%
8	DOKU	4%
9	Sakuku	3%
10	JakOneMobile	2%

Gambar 1.4 Survey Populix Juni 2024

Sumber : <https://rankia.id/> (diunduh pada tanggal 5 Februari 2025)

Perilaku pengguna (*user behavior*) dalam konteks pembayaran digital menjadi fokus penting dalam studi teknologi finansial. User behavior dipengaruhi oleh berbagai faktor seperti kemudahan penggunaan (*effort expectancy*), ekspektasi kinerja (*performance expectancy*), dan pengaruh sosial (*social expectancy*). Teori *Unified Theory of Acceptance and Use of Technology* (UTAUT) menjelaskan bahwa ketiga variabel tersebut memiliki peran signifikan dalam membentuk niat perilaku (*behavioral intention*) dan keputusan penggunaan teknologi keuangan oleh pengguna.

User Behavior adalah tindakan yang dapat diamati dan pola pengambilan keputusan pengguna selama interaksi mereka dengan sistem teleoperasi, yang dapat dipelajari dan dimodelkan untuk meningkatkan kinerja sistem dan pengalaman pengguna (L. Wang et al., 2022). *User Behavior* adalah perilaku pengguna mengacu pada tindakan dan pola yang ditunjukkan oleh individu saat berinteraksi dengan sistem atau platform. Ini termasuk bagaimana pengguna terlibat dengan

teknologi, membuat keputusan, dan menanggapi berbagai rangsangan dalam lingkungan mereka (Shi et al., 2022). Memahami perilaku ini sangat penting untuk mengidentifikasi anomali yang dapat mengindikasikan insiden berbahaya, seperti penipuan atau pelanggaran keamanan. *User Behavior* didefinisikan sebagai tindakan dan interaksi berbagai pemangku kepentingan dalam rantai pasokan baterai lithium-ion (LiB) saat menggunakan sistem *Cloud Enterprise Resource Planning (Cloud ERP)* (Z. Wang et al., 2023). Perilaku ini mencakup bagaimana pengguna terlibat dengan sistem, termasuk proses pengambilan keputusan mereka dan urutan tindakan yang mereka ambil selama interaksi mereka. *User Behavior* terutama dalam konteks penerimaan teknologi, secara signifikan dipengaruhi oleh *behavioral intention* seperti yang dijelaskan dalam penelitian (Fitrianie et al., 2021). *Behavior Intention* dibentuk oleh 3 variabel yaitu *effort expectancy*, *performance expectancy*, dan *social expectancy*.

Effort expectancy merujuk pada tingkat kemudahan yang dirasakan pengguna saat menggunakan teknologi tertentu. Ini mencakup seberapa nyaman pengguna merasa ketika menggunakan sistem, serta usaha yang diperlukan untuk mengoperasikannya. Dalam konteks robotaxi, faktor-faktor seperti proses pemanggilan, operasi sistem, dan lokasi layanan dapat mempengaruhi persepsi pengguna tentang kemudahan penggunaan robotaxi (Wei et al., 2024). *Effort expectancy* merujuk pada sejauh mana pengguna percaya bahwa menggunakan teknologi (dalam hal ini, aplikasi CBT-I) akan mudah dan tidak memerlukan usaha yang besar. Ini mencakup persepsi tentang kemudahan penggunaan aplikasi (Chaveesuk et al., 2022). *Effort expectancy* adalah tingkat kemudahan yang

dirasakan oleh pengguna dalam menggunakan teknologi. Ini mencakup keyakinan bahwa teknologi tersebut tidak memerlukan usaha yang besar untuk dipahami dan digunakan (Ong et al., 2023). *Effort expectancy* adalah tingkat kemudahan yang dirasakan oleh pengguna dalam menggunakan teknologi. Ini mencakup keyakinan bahwa teknologi tersebut tidak memerlukan usaha yang besar untuk dipahami dan digunakan (Fitriani et al., 2021). *Effort expectancy* adalah tingkat kemudahan yang dirasakan oleh individu dalam menggunakan teknologi. Ini mencakup keyakinan bahwa teknologi tersebut tidak memerlukan usaha yang besar untuk dipahami dan digunakan (Sánchez-Holgado & Arcila-Calderón, 2024). *Effort expectancy* memiliki peran penting dalam mendorong penggunaan OVO di kalangan pengguna. Kemudahan dalam mengoperasikan aplikasi, antarmuka yang ramah pengguna, dan proses transaksi yang sederhana menjadi faktor utama yang meningkatkan persepsi positif terhadap kemudahan penggunaan OVO, sehingga mendorong adopsi yang lebih luas di masyarakat. *Performance expectancy* berpengaruh signifikan terhadap penggunaan OVO. Persepsi pengguna mengenai manfaat OVO dalam mempermudah transaksi keuangan, mempercepat proses pembayaran, dan meningkatkan efisiensi dalam bertransaksi menjadi faktor utama yang mendorong adopsi aplikasi ini di kalangan masyarakat. Semakin tinggi ekspektasi kinerja yang dirasakan, semakin besar kecenderungan pengguna untuk terus menggunakan OVO sebagai alat pembayaran digital.

Performance expectancy adalah sejauh mana pengguna percaya bahwa menggunakan teknologi tertentu akan meningkatkan efisiensi kerja mereka. Dalam hal ini, jika pengguna merasa bahwa robotaxi dapat memberikan hasil yang baik

dan meningkatkan efisiensi perjalanan, mereka lebih cenderung untuk memiliki niat menggunakan layanan tersebut (Wei et al., 2024). *Performance expectancy* adalah keyakinan pengguna bahwa menggunakan teknologi akan meningkatkan kinerja mereka dalam mencapai tujuan tertentu. Dalam konteks aplikasi CBT-I, ini berarti pengguna percaya bahwa aplikasi tersebut akan membantu mereka mengatasi masalah insomnia (Chaveesuk et al., 2022). *Performance expectancy* merujuk pada keyakinan pengguna bahwa menggunakan teknologi akan meningkatkan kinerja mereka dalam mencapai tujuan tertentu. Dalam hal ini, pengguna percaya bahwa bermain MLBB akan memberikan pengalaman yang menyenangkan dan meningkatkan keterampilan mereka (Ong et al., 2023). *Performance expectancy* merujuk pada keyakinan pengguna bahwa menggunakan teknologi akan meningkatkan kinerja mereka dalam mencapai tujuan tertentu (Fitrianie et al., 2021). *Performance expectancy* merujuk pada keyakinan pengguna bahwa menggunakan teknologi akan meningkatkan kinerja mereka dalam mencapai tujuan tertentu. Dalam konteks AI dan big data, ini berarti pengguna percaya bahwa teknologi tersebut akan memberikan manfaat dan efisiensi yang lebih baik (Sánchez-Holgado & Arcila-Calderón, 2024). Persepsi pengguna mengenai manfaat OVO dalam mempermudah transaksi keuangan, mempercepat proses pembayaran, dan meningkatkan efisiensi dalam bertransaksi menjadi faktor utama yang mendorong adopsi aplikasi ini di kalangan masyarakat.

Social influence mengacu pada pengaruh yang dirasakan dari orang lain dalam keputusan untuk menggunakan teknologi. Ini mencakup bagaimana pendapat dan perilaku orang-orang di sekitar pengguna, seperti teman, keluarga,

atau masyarakat, dapat mempengaruhi keputusan mereka untuk menggunakan robotaxi (Wei et al., 2024). *Social influence* mengacu pada pengaruh yang dirasakan dari orang lain (seperti teman, keluarga, atau rekan kerja) terhadap keputusan individu untuk menggunakan teknologi. Ini mencakup bagaimana pendapat dan dukungan sosial dapat mempengaruhi niat pengguna (Chaveesuk et al., 2022). *Social influence* adalah pengaruh yang dirasakan dari orang lain, seperti teman dan keluarga, terhadap keputusan individu untuk menggunakan teknologi. Ini mencakup bagaimana rekomendasi dan dukungan sosial dapat mempengaruhi niat pengguna (Ong et al., 2023). *Social influence* adalah pengaruh yang dirasakan dari orang lain, seperti teman, keluarga, atau rekan kerja, terhadap keputusan individu untuk menggunakan teknologi. Ini mencakup bagaimana rekomendasi dan dukungan sosial dapat mempengaruhi niat pengguna (Fitrianie et al., 2021). *Social influence* adalah sejauh mana individu merasa bahwa orang-orang di sekitar mereka (seperti teman, keluarga, atau rekan kerja) menganggap penggunaan teknologi tersebut sebagai hal yang tepat. Ini mencakup pengaruh sosial dalam keputusan untuk menggunakan teknologi (Sánchez-Holgado & Arcila-Calderón, 2024). Rekomendasi dari teman, keluarga, serta tren di lingkungan sosial mendorong individu untuk menggunakan OVO sebagai alat pembayaran digital. Semakin besar pengaruh sosial yang diterima, semakin tinggi kecenderungan seseorang untuk mengadopsi dan mempercayai OVO dalam aktivitas transaksi sehari-hari.

Dengan demikian, analisis faktor-faktor terkait pengguna OVO sangat penting untuk mempercepat adopsi dan peningkatan penggunaan e-wallet. Melalui pemahaman yang lebih mendalam mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi

behavioral intention pengguna, pemangku kepentingan dan penyedia layanan dapat lebih efektif dalam menciptakan strategi pemasaran yang sesuai untuk memenuhi kebutuhan dan harapan pengguna di Surabaya.

Tabel 1.1 Penelitian Sebelumnya

No.	Hipotesis	Hasil	Peneliti
1.	<i>Effort Expectancy</i> berpengaruh terhadap <i>Behavior Intention</i>	Berpengaruh signifikan (positif dan negatif)	(Fitrianie et al., 2021), (Sánchez-Holgado & Arcila-Calderón, 2024), (Escobar-Rodríguez et al., 2014)
		Tidak berpengaruh signifikan	(Ong et al., 2023), (Wei et al., 2024)
2.	<i>Performance Expectancy</i> berpengaruh terhadap <i>Behavior Intention</i>	Berpengaruh signifikan (positif dan negatif)	(Fitrianie et al., 2021), (Wei et al., 2024), (Andrés-Sánchez et al., 2022), (Escobar-Rodríguez et al., 2014)
		Tidak berpengaruh signifikan	(Ong et al., 2023)
3.	<i>Social Influaence</i> berpengaruh terhadap <i>Behavior Intention</i>	Berpengaruh signifikan (positif dan negatif)	(Fitrianie et al., 2021), (Ong et al., 2023), (Andrés-Sánchez et al., 2022), (Escobar-Rodríguez et al., 2014)
		Tidak berpengaruh signifikan	(Wei et al., 2024),
4.	<i>Behavioral Intention</i> berpengaruh terhadap <i>User Behavior</i>	Berpengaruh signifikan (positif dan negatif)	(Fitrianie et al., 2021)
		Tidak berpengaruh signifikan	Tidak ada

Sumber : data diolah pada 05 Februari 2025

Tabel 1.1 Perbedaan dan *Research Gap* Penelitian Sebelumnya

No.	Hasil Penelitian	<i>Research Gap</i>	Peneliti
1.	<i>Behavioral Intention</i> untuk menggunakan aplikasi keperawatan seluler secara signifikan dipengaruhi oleh <i>Effort Expectancy</i> , <i>Social Influence</i> , <i>Facilitating condition</i> , <i>Self Efficacy</i> , dan <i>insentif</i> yang dirasakan	1) Terbatas untuk perawat di Shandong, China saja. 2) Tidak ada penyelidikan perilaku <i>Actual Usage</i> .	(Pan & Gao, 2021)
2.	<i>Behavioral Intention</i> untuk menggunakan MOOC secara signifikan dipengaruhi oleh <i>Effort Expectancy</i> dan <i>Performance Expectancy</i> di Polandia, Thailand, dan Pakistan. <i>Social Influece</i> juga memainkan peran, terutama di Thailand, yang memengaruhi <i>User Behavior</i> untuk mengadopsi	1) Kurangnya penelitian tentang faktor-faktor yang mempengaruhi adopsi MOOC di setiap negara. 2) Perlunya evaluasi kondisi spesifik negara sebelum menerapkan MOOC.	(Chaveesuk et al., 2022)

	MOOC dalam konteks budaya yang berbeda.		
3.	<i>Behavioral Intention</i> mencerminkan kesediaan pengguna untuk mengadopsi teknologi, dipengaruhi oleh <i>Performance Expectancy</i> , <i>Effort Expectancy</i> , dan <i>Social Influence</i> . Namun, dalam penelitian ini, <i>Performance Expectancy</i> , <i>Effort Expectancy</i> , dan <i>Social Influence</i> tidak menunjukkan efek langsung pada <i>Behavioral Intention</i> mahasiswa pascasarjana terhadap Google Classroom.	1) Terbatas untuk perspektif mahasiswa pascasarjana EFL Yaman. 2) Tidak termasuk persepsi pendidik atau faktor demografis.	(Alotumi, 2022)
4.	<i>Behavioral Intention</i> secara signifikan mempengaruhi perilaku pengguna, dengan penelitian menunjukkan bahwa <i>Behavioral Intention</i> dan <i>Facilitating Condition</i> menyumbang 32% dari varians dalam penggunaan aplikasi. <i>Hedonic Motivation</i> adalah penentu utama <i>Behavioral Intention</i> untuk menggunakan aplikasi CBT-I.	1) Eksplorasi terbatas faktor negatif yang mempengaruhi penerimaan aplikasi. 2) Kurangnya analisis terperinci tentang demografi dan karakteristik pengguna.	(Fitrianie et al., 2021)

Sumber : data diolah pada 05 Februari 2025

Penelitian ini merupakan bentuk penelitian dengan modifikasi model dari penelitian sebelumnya oleh (Zha et al., 2022). Berdasarkan temuan masalah terkait *user behavior* dalam studi eksplorasi sebelumnya, serta adanya celah penelitian yang teridentifikasi, penelitian lanjutan akan dilakukan dengan mengusung judul yang relevan., “Analisis Pengaruh *Effort Expectancy*, *Performance Expectancy*, *Social Expectancy* terhadap *User Behavior* melalui *Behavioral Intention* pada pengguna OVO di Surabaya”.

1.2. Masalah Penelitian

Merujuk pada data dan fakta yang dijelaskan dalam latar belakang penelitian ini, masalah yang ingin dijawab dalam penelitian ini adalah faktor-

faktor apa saja yang memiliki dampak signifikan terhadap *User Behavior* melalui *Behavioral Intention* pada pengguna aplikasi OVO di Surabaya.

- 1) Apakah *Effort Expectancy* memiliki pengaruh signifikan terhadap *Behavioral Intention* pada pengguna aplikasi OVO di Surabaya?
- 2) Apakah *Performance Expectancy* memiliki pengaruh signifikan terhadap *Behavioral Intention* pada pengguna aplikasi OVO di Surabaya?
- 3) Apakah *Social Influence* memiliki pengaruh signifikan terhadap *Behavioral Intention* pada pengguna aplikasi OVO di Surabaya?
- 4) Apakah *Behavioral Intention* memiliki pengaruh signifikan terhadap *User Behavior* pada pengguna aplikasi OVO di Surabaya?

1.3. Tujuan Penelitian

Setiap penelitian tentu memiliki tujuan yang hendak dicapai. Secara umum, tujuan yang hendak dicapai dari penelitian ini adalah mengetahui faktor-faktor yang memengaruhi *User Behavior* melalui *Behavioral Intention* pada pengguna aplikasi OVO di Surabaya.

Sementara itu, tujuan spesifik dari penelitian ini yakni:

- 1) Meneliti dan menganalisa pengaruh *Effort Expectancy* terhadap *Behavioral Intention* pada pengguna aplikasi OVO di Surabaya
- 2) Meneliti dan menganalisa pengaruh *Performance Expectancy* terhadap *Behavioral Intention* pada pengguna aplikasi OVO di Surabaya
- 3) Meneliti dan menganalisa pengaruh *Social Influence* terhadap *Behavioral Intention* pada pengguna aplikasi OVO di Surabaya

- 4) Meneliti dan menganalisa pengaruh *Behavioral Intention* terhadap *User Behavior* pada pengguna aplikasi OVO di Surabaya

1.4. Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian dibagi menjadi dua kategori, yakni manfaat teoritis dan praktis, yang dapat diuraikan sebagai berikut:

1.4.1. Manfaat Teoritis

Secara teoritis, penelitian ini diharapkan dapat memperkaya literatur terkait penggunaan teknologi dari *Theory Of Reasoned Action* (TRA) hingga *Unified Theory of Acceptance and Use of Technology* (UTAUT) seperti gambar 1.5 dengan fokus pada platform dompet digital di Indonesia, khususnya OVO.

Theory of Reasoned Action (TRA)	Core Constructs	Definitions
Drawn from social psychology, TRA is one of the most fundamental and influential theories of human behavior. It has been used to predict a wide range of behaviors (see Sheppard et al. 1988 for a review). Davis et al. (1989) applied TRA to individual acceptance of technology and found that the variance explained was largely consistent with studies that had employed TRA in the context of other behaviors.	Attitude Toward Behavior	"an individual's positive or negative feelings (evaluative affect) about performing the target behavior" (Fishbein and Ajzen 1975, p. 216).
	Subjective Norm	"the person's perception that most people who are important to him think he should or should not perform the behavior in question" (Fishbein and Ajzen 1975, p. 302).
Technology Acceptance Model (TAM)		
TAM is tailored to IS contexts, and was designed to predict information technology acceptance and usage on the job. Unlike TRA, the final conceptualization of TAM excludes the attitude construct in order to better explain intention parsimoniously. TAM2 extended TAM by including subjective norm as an additional predictor of intention in the case of mandatory settings (Venkatesh and Davis 2000). TAM has been widely applied to a diverse set of technologies and users.	Perceived Usefulness	"the degree to which a person believes that using a particular system would enhance his or her job performance" (Davis 1989, p. 320).
	Perceived Ease of Use	"the degree to which a person believes that using a particular system would be free of effort" (Davis 1989, p. 320).
	Subjective Norm	Adapted from TRA/TPB. Included in TAM2 only.
Motivational Model (MM)		
A significant body of research in psychology has supported general motivation theory as an explanation for behavior. Several studies have examined motivational theory and adapted it for specific contexts. Vallerand (1997) presents an excellent review of the fundamental tenets of this theoretical base. Within the information systems domain, Davis et al. (1992) applied motivational theory to understand new technology adoption and use (see also Venkatesh and Speier 1999).	Extrinsic Motivation	The perception that users will want to perform an activity "because it is perceived to be instrumental in achieving valued outcomes that are distinct from the activity itself, such as improved job performance, pay, or promotions" (Davis et al. 1992, p. 1112).
	Intrinsic Motivation	The perception that users will want to perform an activity "for no apparent reinforcement other than the process of performing the activity per se" (Davis et al. 1992, p. 1112).

Theory of Planned Behavior (TPB)	Core Constructs	Definitions
TPB extended TRA by adding the construct of perceived behavioral control. In TPB, perceived behavioral control is theorized to be an additional determinant of intention and behavior. Ajzen (1991) presented a review of several studies that successfully used TPB to predict intention and behavior in a wide variety of settings. TPB has been successfully applied to the understanding of individual acceptance and usage of many different technologies (Harrison et al. 1997; Mathieson 1991; Taylor and Todd 1995b). A related model is the Decomposed Theory of Planned Behavior (DTPB). In terms of predicting intention, DTPB is identical to TPB. In contrast to TPB but similar to TAM, DTPB "decomposes" attitude, subjective norm, and perceived behavioral control into its underlying belief structure within technology adoption contexts.	Attitude Toward Behavior	Adapted from TRA.
	Subjective Norm	Adapted from TRA.
	Perceived Behavioral Control	"the perceived ease or difficulty of performing the behavior" (Ajzen 1991, p. 188). In the context of IS research, "perceptions of internal and external constraints on behavior" (Taylor and Todd 1995b, p. 149).
Combined TAM and TPB (C-TAM-TPB)		
This model combines the predictors of TPB with perceived usefulness from TAM to provide a hybrid model (Taylor and Todd 1995a).	Attitude Toward Behavior	Adapted from TRA/TPB.
	Subjective Norm	Adapted from TRA/TPB.
	Perceived Behavioral Control	Adapted from TRA/TPB.
	Perceived Usefulness	Adapted from TAM.
Model of PC Utilization (MPCU)	Core Constructs	Definitions
Derived largely from Triandis' (1977) theory of human behavior, this model presents a competing perspective to that proposed by TRA and TPB. Thompson et al. (1991) adapted and refined Triandis' model for IS contexts and used the model to predict PC utilization. However, the nature of the model makes it particularly suited to predict individual acceptance and use of a range of information technologies. Thompson et al. (1991) sought to predict usage behavior rather than intention; however, in keeping with the theory's roots, the current research will examine the effect of these determinants on intention. Also, such an examination is important to ensure a fair comparison of the different models.	Job-fit	"the extent to which an individual believes that using [a technology] can enhance the performance of his or her job" (Thompson et al. 1991, p. 129).
	Complexity	Based on Rogers and Shoemaker (1971), "the degree to which an innovation is perceived as relatively difficult to understand and use" (Thompson et al. 1991, p. 128).
	Long-term Consequences	"Outcomes that have a pay-off in the future" (Thompson et al. 1991, p. 129).
	Affect Towards Use	Based on Triandis, affect toward use is "feelings of joy, elation, or pleasure, or depression, disgust, displeasure, or hate associated by an individual with a particular act" (Thompson et al. 1991, p. 127).
	Social Factors	Derived from Triandis, social factors are "the individual's internalization of the reference group's subjective culture, and specific interpersonal agreements that the individual has made with others, in specific social situations" (Thompson et al. 1991, p. 126).
	Facilitating Conditions	Objective factors in the environment that observers agree make an act easy to accomplish. For example, returning items purchased online is facilitated when no fee is charged to return the item. In an IS context, "provision of support for users of PCs may be one type of facilitating condition that can influence system utilization" (Thompson et al. 1991, p. 129).
Innovation Diffusion Theory (IDT)	Core Constructs	Definitions
Grounded in sociology, IDT (Rogers 1995) has been used since the 1960s to study a variety of innovations, ranging from agricultural tools to organizational innovation (Tornatzky and Klein 1982). Within information systems, Moore and Benbasat (1991) adapted the characteristics of innovations presented in Rogers and refined a set of constructs that could be used to study individual technology acceptance. Moore and Benbasat (1996) found support for the predictive validity of these innovation characteristics (see also Agarwal and Prasad 1997, 1998; Karahanna et al. 1999; Plouffe et al. 2001).	Relative Advantage	"the degree to which an innovation is perceived as being better than its precursor" (Moore and Benbasat 1991, p. 195).
	Ease of Use	"the degree to which an innovation is perceived as being difficult to use" (Moore and Benbasat 1991, p. 195).
	Image	"The degree to which use of an innovation is perceived to enhance one's image or status in one's social system" (Moore and Benbasat 1991, p. 195).
	Visibility	The degree to which one can see others using the system in the organization (adapted from Moore and Benbasat 1991).
	Compatibility	"the degree to which an innovation is perceived as being consistent with the existing values, needs, and past experiences of potential adopters" (Moore and Benbasat 1991, p. 195).
	Results Demonstrability	"the tangibility of the results of using the innovation, including their observability and communicability" (Moore and Benbasat 1991, p. 203).
	Voluntariness of Use	"the degree to which use of the innovation is perceived as being voluntary, or of free will" (Moore and Benbasat 1991, p. 195).

Social Cognitive Theory (SCT)	Core Constructs	Definitions
One of the most powerful theories of human behavior is social cognitive theory (see Bandura 1986). Compeau and Higgins (1995b) applied and extended SCT to the context of computer utilization (see also Compeau et al. 1999); while Compeau and Higgins (1995a) also employed SCT, it was to study performance and thus is outside the goal of the current research. Compeau and Higgins' (1995b) model studied computer use but the nature of the model and the underlying theory allow it to be extended to acceptance and use of information technology in general. The original model of Compeau and Higgins (1995b) used usage as a dependent variable but in keeping with the spirit of predicting individual acceptance, we will examine the predictive validity of the model in the context of intention and usage to allow a fair comparison of the models.	Outcome Expectations—Performance	The performance-related consequences of the behavior. Specifically, performance expectations deal with job-related outcomes (Compeau and Higgins 1995b).
	Outcome Expectations—Personal	The personal consequences of the behavior. Specifically, personal expectations deal with the individual esteem and sense of accomplishment (Compeau and Higgins 1995b).
	Self-efficacy	Judgment of one's ability to use a technology (e.g., computer) to accomplish a particular job or task.
	Affect	An individual's liking for a particular behavior (e.g., computer use).
	Anxiety	Evoking anxious or emotional reactions when it comes to performing a behavior (e.g., using a computer).

Gambar 1.5 Perkembangan teori individual acceptance
Sumber : (Venkatesh et al., 2003)

Mengikuti perbandingan empiris, penelitian diatas merumuskan model terpadu yang mengintegrasikan elemen dari delapan model. Model terpadu ini, yang dikenal sebagai *Unified Theory of Acceptance and Use of Technology* (UTAUT) , menggabungkan faktor-faktor penentu utama seperti harapan kinerja, harapan upaya, pengaruh sosial, dan kondisi memfasilitasi. Ini juga mempertimbangkan moderator seperti jenis kelamin, usia, pengalaman, dan kesukarelaan (Venkatesh et al., 2003). Pengembangan model yang ada dalam penerimaan pengguna telah berkembang dari teori individu ke pendekatan yang lebih terintegrasi, yang berpuncak pada model UTAUT, yang menawarkan kerangka kerja komprehensif untuk memahami bagaimana pengguna menerima dan memanfaatkan teknologi informasi.

Penelitian ini juga dapat memperluas pemahaman mengenai hubungan antara *effort expectancy*, *performance expectancy*, dan *social influence* terhadap *user behavior* melalui *behavioral intention*. Temuan ini diharapkan dapat menjadi referensi bagi penelitian selanjutnya yang mengkaji adopsi teknologi finansial di berbagai kota atau platform lainnya.

1.4.2. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan bagi pengelola OVO dalam meningkatkan pengalaman pengguna melalui optimalisasi aspek kemudahan penggunaan (*effort expectancy*), manfaat yang dirasakan (*performance expectancy*), dan pengaruh sosial (*social influence*). Hasil penelitian ini juga dapat menjadi acuan untuk merumuskan strategi pemasaran yang lebih efektif, memperbaiki layanan aplikasi, serta meningkatkan loyalitas pengguna aplikasi OVO di Surabaya.

1.5. Batasan Masalah

Setiap penelitian perlu memiliki batasan yang jelas agar topik yang dibahas tetap terfokus dan tidak terlalu meluas. Dalam penelitian ini, fokus dibatasi pada beberapa aspek, yaitu:

- 1) Penelitian ini meliputi pembahasan mengenai pengaruh *Effort Expectancy*, *Performance Expectancy*, *Social Expectancy* terhadap *User Behavior* melalui *Behavioral Intention* pada pengguna OVO di Surabaya
- 2) Adapun karakteristik responden yang ditetapkan adalah sebagai berikut:
 - a) Pria dan wanita
 - b) Berusia 18-60 tahun
 - c) Bertempat tinggal di Surabaya
 - d) Pernah menggunakan aplikasi OVO untuk pembayaran minimal 2 kali dalam tiga bulan terakhir
 - e) Pernah mendapatkan masukan untuk menggunakan OVO dari keluarga, teman dan masyarakat sekitar?

1.6. Sistematika Penulisan

Penelitian ini disajikan dalam beberapa bagian dengan sistematika penulisan sebagai berikut:

BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini menjelaskan mengenai latar belakang permasalahan, ruang lingkup penelitian, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat yang diharapkan, serta sistematika penulisan yang akan digunakan.

BAB II : LANDASAN TEORI DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS

Bab ini memuat dasar-dasar teori yang relevan, tinjauan dari penelitian sebelumnya, pengembangan hipotesis, model penelitian yang digunakan, serta alur berpikir yang mendasari penelitian.

BAB III : METODOLOGI PENELITIAN

Pada bagian ini, dijelaskan jenis penelitian yang diterapkan, populasi dan sampel yang diteliti, teknik pengumpulan data, definisi operasional serta pengukuran variabel, dan metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini.

BAB IV: HASIL DAN PEMBAHASAN

Bagian ini memaparkan hasil analisis data kuesioner yang telah diolah secara statistik. Hasil tersebut ditampilkan dalam bentuk tabel dan grafik, serta dianalisis dengan mengaitkan teori yang relevan dan studi sebelumnya. Pembahasan mencakup evaluasi terhadap hipotesis yang diajukan dan identifikasi faktor-faktor yang memengaruhi hasil penelitian.

BAB V: SIMPULAN, IMPLIKASI, KETERBATASAN DAN SARAN

Bab ini menguraikan kesimpulan penelitian berdasarkan hasil yang diperoleh, yang dikaitkan dengan tujuan dan hipotesis penelitian. Selain itu, diuraikan juga implikasi teoritis dan praktis, keterbatasan penelitian, serta saran untuk penelitian selanjutnya, terutama terkait dengan pengembangan metodologi dan implementasi hasil penelitian di lapangan.

