

**PENERAPAN MODEL *UNIFIED THEORY OF ACCEPTANCE  
AND USE OF TECHNOLOGY* (UTAUT) TERHADAP  
BEHAVIORAL INTENTIONS PENGGUNAAN E-WALLET OVO  
DI KOTA BEKASI**

(Studi Kasus Pengguna *E-Wallet* OVO Kota Bekasi)

**APPLICATION OF *UNIFIED THEORY OF ACCEPTANCE AND  
USE OF TECHNOLOGY* (UTAUT) MODEL TO BEHAVIORAL  
INTENTIONS USING OVO E-WALLET IN BEKASI CITY**

(*Case Study of OVO E-Wallet Users in Bekasi City*)

Oleh :

Mayang Fatihah Sari  
2018410164

**SKRIPSI**



**PROGRAM SARJANA  
FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS DARMA PERSADA  
JAKARTA  
2022**

**PENERAPAN MODEL UNIFIED THEORY OF ACCEPTANCE  
AND USE OF TECHNOLOGY (UTAUT) TERHADAP  
BEHAVIORAL INTENTIONS PENGGUNAAN E-WALLET OVO  
DI KOTA BEKASI**

(Studi Kasus Pengguna *E-wallet* OVO di Kota Bekasi)

**APPLICATION OF UNIFIED THEORY OF ACCEPTANCE AND  
USE OF TECHNOLOGY (UTAUT) MODEL TO BEHAVIORAL  
INTENTIONS USING OVO E-WALLET IN BEKASI CITY**  
(*Case Study of OVO E-Wallet Users in Bekasi City*)

Oleh  
Mayang Fatihah Sari  
2018410164

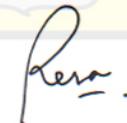
**SKRIPSI**

Untuk memenuhi salah satu syarat ujian guna memperoleh gelar Sarjana dalam Ilmu Ekonomi Program Studi Manajemen pada Universitas Darma Persada

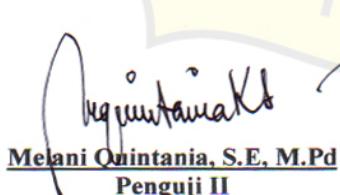
Telah di setujui oleh Tim Penguji pada tanggal 23 Februari 2022

Seperti tertera dibawah ini

Jakarta, 23 Februari 2022



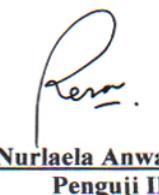
Resa Nurlaela Anwar S.E., M.M.  
Dosen Pembimbing



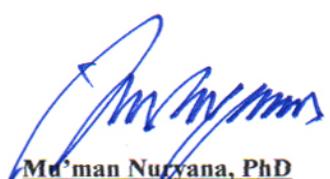
Melani Quintania, S.E., M.Pd  
Penguji II



Dr. Firsan Nova  
Penguji I



Resa Nurlaela Anwar S.E., M.M.  
Penguji III



Mu'man Nurwana, PhD  
Dekan Fakultas Ekonomi



Dian Anggraeni Rahim, SE, M.Si  
Ketua Program Studi

## LEMBAR PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Mayang Fatihah Sari

NIM : 2018410164

Jurusan/Peminatan : Manajemen / Pemasaran

Dengan ini menyatakan karya tulis yang dibuat dengan judul “Penerapan Model *Unified Theory Of Acceptance And Use Of Technology* (UTAUT) Terhadap *Behavioral Intentions Penggunaan E-wallet OVO di Kota Bekasi*” yang di bimbing oleh ibu Resa Nurlaela Anwar S.E.,M.M. adalah benar merupakan bukti karya tulis murni saya sendiri dan bukan merupakan hasil karya tulis orang lain. Apabila di kemudian hari saya terbukti melanggar, maka saya akan bersedia mempertanggung jawabkannya. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya.

Jakarta, 23 Februari 2022

yang menandatangani,



Mayang Fatihah Sari

## Abstrak

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengukur serta mengetahui bagaimana tingkat niat perilaku berkelanjutan dalam penggunaan *e-wallet* OVO di Kota Bekasi. Penelitian ini dilakukan dengan metode pengumpulan data dengan kuesioner 100 responden konsumen aktif pengguna *e-wallet* OVO. Sampel di ambil menggunakan rumus kountur. Pengujian kualitas data didalam penelitian ini menggunakan uji keabsahan data yaitu uji validitas dan uji realibilitas. Data di analisis menggunakan alat analisis regresi berganda. Hasil dari penelitian ini :bahwa setelah dilakukan hasil pengujian bahwa setelah dilakukan analisis bahwa dari keempat variabel pendukung Ekspetasi Kinerja, Ekspetasi Usaha, Pengaruh Sosial dan Kondisi Pemfasilitas yang signifikansi variabelnya lebih besar. Ekspetasi Kinerja ( $0,013 < 0,05$ ), Ekspetasi Usaha ( $0,046 < 0,05$ ), Pengaruh Sosial ( $0,000 < 0,05$ ) Kondisi Pemfasilitas ( $0,013 < 0,05$ ). Oleh karena itu Model *Unified Theory Of Acceptance And Use Of Technology* (UTAUT) sangat berdominan terhadap *behavioral intentions*.

Kata Kunci : UTAUT, *Behavioral Intentions*, *E-wallet* OVO, Kota Bekasi.

## ***Abstract***

*The purpose of this study was to measure and find out how the level of sustainable behavioral intention in the use of OVO e-wallet in Bekasi City. This research was conducted using a data collection method with a questionnaire of 100 active consumer respondents using OVO e-wallet. Samples were taken using the contour formula. Testing the quality of the data in this study used the validity of the data, namely the validity test and the reliability test. The data were analyzed using multiple regression analysis tools. The results of this study: that after the test results have been carried out after analyzing that of the four supporting variables of Performance Expectations, Business Expectations, Social Influences and Facilitating Conditions, the significance of the variables is greater. Performance Expectations ( $0,013 < 0,05$ ), Business Expectations ( $0,046 < 0,05$ ), Social Influence ( $0,000 < 0,05$ ) Facilitator Conditions ( $0,013 < 0,05$ ). Therefore, the Unified Theory Of Acceptance And Use Of Technology (UTAUT) Model is very dominant on behavioral intention.*

*Keywords:* UTAUT, Behavioral Intentions, OVO E-wallet, Bekasi City.

## KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “**Penerapan Model Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT) Terhadap Behavioral Intentions Penggunaan E-Wallet OVO di Kota Bekasi**”. Skripsi merupakan salah satu syarat wajib yang harus ditempuh di Fakultas Ekonomi Universitas Darma Persada. Penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini tidak akan terwujud tanpa adanya bantuan dan dorongan dari berbagai pihak. Oleh karena itu pada kesempatan ini penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada yang terhormat :

1. Ibu Resa Nurlaela Anwar, S.E., M.M selaku dosen pembimbing penulisan skripsi yang telah memberikan bimbingan dan pengarahan dalam penulisan proposal skripsi.
2. Bapak Mu'man Nuryana, Ph.D. selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Darma Persada
3. Ibu Dian Anggraeny Rahim, S.E., M.Si. selaku Ketua Jurusan Manajemen Universitas Darma Persada.
4. Bapak Prayitno dan Ibu Wiwik sudah memberikan dukungan serta doa sehingga terlancarnya dalam penyusunan proposal skripsi.

5. Baiq Dinda, Selvi Pusparini, Devi Indriyani, Tasya Humairoh, Aulia Setiani, Salma Ayu, Bandtrok, Keluarga Besar Bahari, Bumanari dan Aqil yang memberikan dukungan dan semangat dalam penulisan skripsi.
6. Indah Permata Sari, Alda Ivanka, Siska Regita, Nia Aprlia, Nuryanah Rahmawati, Choirun Nabila, dan Lianti, selaku rekan saya selama di bangku kuliah yang saling membantu memberikan dukungan dan teman-teman saya semua yang telah memberikan semangat serta dukungan yang tidak bisa saya sebutkan satu per satu.
7. *Last but not least, i wanna thank me. I wanna thank me for believing in me, i wanna thank me for doing all these hard work, i wanna thank me for having no days off. I wanna thank me for never quitting. I wanna thank me for always being a giver. I wanna thank me and trying to give more than i receive. I wanna thank me for trying to do more right than wrong. I wanna thank me for just being me all the time.*

Demikian skripsi ini dibuat, saran dan kritik yang sifatnya membangun sangat peneliti harapkan. Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi pengembangan ilmu pengetahuan.

Bekasi, 23 Februari 2022

Mayang Fatihah Sari

DAFTAR ISI

<b>JUDUL .....</b>	<b>.....</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN .....</b>	<b>i</b>
<b>LEMBAR PERNYATAAN .....</b>	<b>ii</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>iii</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>iv</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>v</b>
<b>DAFTAR ISI .....</b>	<b>vii</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xiv</b>
<b>DAFTAR GAMBAR .....</b>	<b>xx</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xxi</b>
<b>BAB I : PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Identifikasi, Batasan dan Rumusan Masalah .....	21
1.2.1 Identifikasi Masalah .....	21
1.2.2 Batasan Masalah.....	21
1.2.3 Rumusan Masalah .....	22
1.3 Tujuan Penelitian .....	22
1.4 Manfaat Penelitian .....	23
<b>BAB II : LANDASAN TEORI DAN KERANGKA PEMIKIRAN .....</b>	<b>25</b>
2.1 Perilaku Konsumen .....	25
2.1.1 Diagnosa Perilaku Konsumen.....	26
2.1.2 Faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen .....	26
2.2 <i>Unified Theory Of Acceptance And Use Of Technology</i> (UTAUT).....	28
2.2.1 <i>Performance Expectancy</i> (Ekspetasi Kinerja) .....	30
2.2.3 <i>Effort Expectancy</i> (Ekspetasi Usaha).....	33
2.2.4 <i>Social Influence</i> (Pengaruh Sosial) .....	35
2.2.5 <i>Facilitating Conditions</i> (Kondisi Pemfasilitas) .....	38

2.2.6 <i>Behavioral Intentions</i> (Niat Perilaku dan Penggunaan).....	40
2.3 <i>E-Wallet</i> .....	44
2.4 OVO .....	45
2.5 Penelitian Terdahulu .....	46
2.6 Kerangka Pemikiran.....	50
2.7 Hipotesis Penelitian.....	51
2.8 Paradigma Penelitian.....	52
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN .....</b>	<b>53</b>
3.1 Metode Yang Digunakan .....	53
3.2 Lokasi dan Waktu Penelitian .....	53
3.3 Variabel Penelitian & Definisi Operasional .....	54
3.3.1 Variabel Penelitian .....	54
3.3.2 Definisi Operasional.....	55
3.4 Sumber dan Cara Penentuan Data .....	61
3.4.1 Jenis Penelitian.....	61
3.4.2 Sumber Data yang Digunakan.....	62
3.4.3 Cara Penentuan Data .....	63
3.4.4 Teknik <i>Sampling</i> .....	64
3.5 Teknik Pengumpulan Data.....	65
3.5.1 Skala Likert .....	66
3.6 Rancangan Analisis Data .....	68
3.6.1 Uji Keabsahan Data.....	69
3.6.2 Uji Asumsi Klasik .....	71
3.7 Alat Analisis.....	74
3.7.1 Analisis Regresi Linier Berganda .....	74
3.7.2 Koefisien Korelasi Ganda ( <i>R</i> ) .....	75
3.7.3 Analisis Koefisien Determinasi.....	76

3.7.4 Uji Hipotesis.....	77
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>80</b>
4.1 Gambaran Umum .....	80
4.1.1 Sejarah Singkat <i>e-wallet</i> OVO .....	81
4.2 Hasil Penelitian dan Karakteristik Responden .....	81
4.2.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	82
4.2.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	83
4.2.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir .....	83
4.2.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Status Pekerjaan.....	84
4.2.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Jumlah Penghasilan Perbulan .....	85
4.2.6 Karakteristik Responden Berdasarkan Sumber Mengetahui <i>E-wallet</i> OVO .....	86
4.2.7 Karakteristik Responden Berdasarkan Jangka waktu pemakaian <i>E-wallet</i> OVO .....	86
4.2.8 Karakteristik Responden Berdasarkan Alasan Menggunakan ....	87
4.2.9 Karakteristik Responden Berdasarkan Rata-Rata Pengeluaran Perbulan Untuk Bertransaksi Menggunakan <i>E-wallet</i> OVO .....	88
4.2.10 Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Keseringan Dalam Menggunakan <i>E-wallet</i> OVO .....	89
4.3 Analisis Statistik Deskriptif Variabel.....	90
4.3.1 Variabel <i>Unified Theory Of Acceptance And Use Of Technology</i> (UTAUT) pada pengguna <i>e-wallet</i> OVO .....	90
4.3.2 Variabel <i>Behavioral Intentions</i> pada pengguna <i>E-wallet</i> OVO .....	120
4.4 Uji Keabsahan Data.....	124
4.4.1 Uji Validitas .....	124
4.4.2 Uji Realibilitas .....	127
4.5 Uji Asumsi Klasik .....	128
4.5.1 Uji Normalitas .....	128
4.5.2 Uji Multikolinieritas.....	130

4.5.3 Uji Heteroskedastisitas .....	131
4.5.4 Uji Autokorelasi .....	133
<b>4.6 Alat Analisis.....</b>	<b>134</b>
4.6.1 Analisis Regresi Linier Berganda .....	134
4.6.2 Koefisien Korelasi Ganda .....	135
4.6.3 Uji Koefisien Determinasi.....	136
<b>4.7 Uji Hipotesis .....</b>	<b>137</b>
4.7.1 Uji Statistik F .....	137
4.7.2 Uji Statistik T .....	138
<b>4.8 Pembahasan dan Pemecahan Masalah .....</b>	<b>143</b>
4.8.1 Hubungan Ekspetasi Kinerja, Ekspetasi Usaha , Pengaruh Sosial dan Kondisi Pemfasilitas terhadap <i>Behavioral intentions</i> .....	144
4.8.2 Hubungan Ekspetasi Kinerja terhadap <i>Behavioral Intentions</i> .....	145
4.8.3 Hubungan Ekspetasi Usaha terhadap <i>Behavioral Intentions</i> .....	146
4.8.4 Hubungan Pengaruh Sosial terhadap <i>Behavioral Intentions</i> .....	147
4.8.5 Hubungan Kondisi Pemfasilitas terhadap <i>Behavioral Intentions</i> .....	147
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>149</b>
5.1 Kesimpulan .....	149
5.2 Saran.....	150
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>152</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>155</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 <i>Mobile Wallets Report</i> .....	2
Tabel 1.2 Ulasan Positif terhadap layanan <i>e-wallet</i> OVO .....	6
Tabel 1.3 Ulasan Netral terhadap layanan <i>e-wallet</i> OVO.....	8
Tabel 1.4 Ulasan Negatif terhadap layanan <i>e-wallet</i> OVO.....	9
Tabel 1.5 Tanggapan Responden terhadap <i>Performance Expectancy</i> Konsumen <i>e-wallet</i> OVO di Kota Bekasi .....	15
Tabel 1.6 Tanggapan Responden terhadap <i>Effort Expectancy</i> Konsumen <i>e-wallet</i> OVO di Kota Bekasi .....	16
Tabel 1.7 Tanggapan Responden terhadap <i>Social Influence</i> Konsumen <i>e-wallet</i> OVO di Kota Bekasi .....	17
Tabel 1.8 Tanggapan Responden terhadap <i>Facilitating Conditions</i> Konsumen <i>e-wallet</i> OVO di Kota Bekasi .....	18
Tabel 1.9 Tanggapan Responden terhadap <i>Behavioral Intentions</i> Konsumen <i>e-wallet</i> OVO di Kota Bekasi .....	19
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu .....	46
Tabel 3.1 Operasional Tabel .....	56
Tabel 3.2 Skala <i>Likert</i> .....	67
Tabel 3.3 Rentan Skala .....	68
Tabel 3.4 Interpretasi Koefisien Korelasi .....	76
Tabel 4.1 Data yang di peroleh .....	82
Tabel 4.2 Berdasarkan Jenis Kelamin .....	82
Tabel 4.3 Berdasarkan Usia .....	83
Tabel 4.4. Berdasarkan Pendidikan Terakhir .....	84
Tabel 4.5 Berdasarkan Status Pekerjaan .....	84
Tabel 4.6 Berdasarkan Jumlah Penghasilan Perbulan.....	85
Tabel 4.7 Berdasarkan Mengetahui <i>E-wallet</i> OVO .....	86

Tabel 4.8 Berdasarkan Jangka Waktu Pemakaian <i>e-wallet</i> OVO .....	87
Tabel 4.9 Berdasarkan Alasan Menggunakan.....	87
Tabel 4.10 Berdasarkan Rata-Rata Pengeluaran Perbulan Untuk bertransaksi menggunakan <i>e-wallet</i> OVO .....	88
Tabel 4.11 Tingkat Keseringan dalam menggunakan <i>e-wallet</i> OVO .....	89
Tabel 4.12 Saya menggunakan <i>e-wallet</i> OVO karena merupakan aplikasi yang berguna dalam transaksi. ....	90
Tabel 4.13 <i>E-wallet</i> OVO mempunyai sistem yang sangat cepat untuk melakukan transaksi non tunai. ....	91
Tabel 4.14 Menggunakan <i>e-wallet</i> OVO sangat berguna dalam kehidupan sehari-hari.....	92
Tabel 4.15 Saya menggunakan <i>e-wallet</i> OVO karena untuk melakukan transaksi dengan lebih mudah. ....	92
Tabel 4.16 Menggunakan <i>e-wallet</i> OVO karena cepat melakukan transaksi seperti (Transfer, Beli Pulsa) .....	93
Tabel 4.17 Menggunakan <i>e-wallet</i> OVO karena dapat meningkatkan efektifitas saya dalam bertansaksi. ....	94
Tabel 4.18 Saya menggunakan <i>e-wallet</i> OVO untuk melakukan transaksi lebih cepat. ....	95
Tabel 4.19 Menggunakan <i>e-wallet</i> OVO membuat saya bisa melakukan transaksi apa saja yang di inginkan. ....	95
Tabel 4.20 Saya menggunakan <i>e-wallet</i> OVO karena sistem yang dapat meningkatkan kualitas dalam pekerjaan.....	96
Tabel 4.21 <i>E-wallet</i> OVO memungkinkan saya untuk merasakan perbandingan kualitas dari aplikasi sebelumnya.....	97
Tabel 4.22 Menggunakan <i>e-wallet</i> OVO memungkinkan saya untuk mendapatkan keuntungan seperti <i>cashback</i> . ....	98
Tabel 4.23 <i>E-wallet</i> OVO dapat di akses secara gratis. ....	99

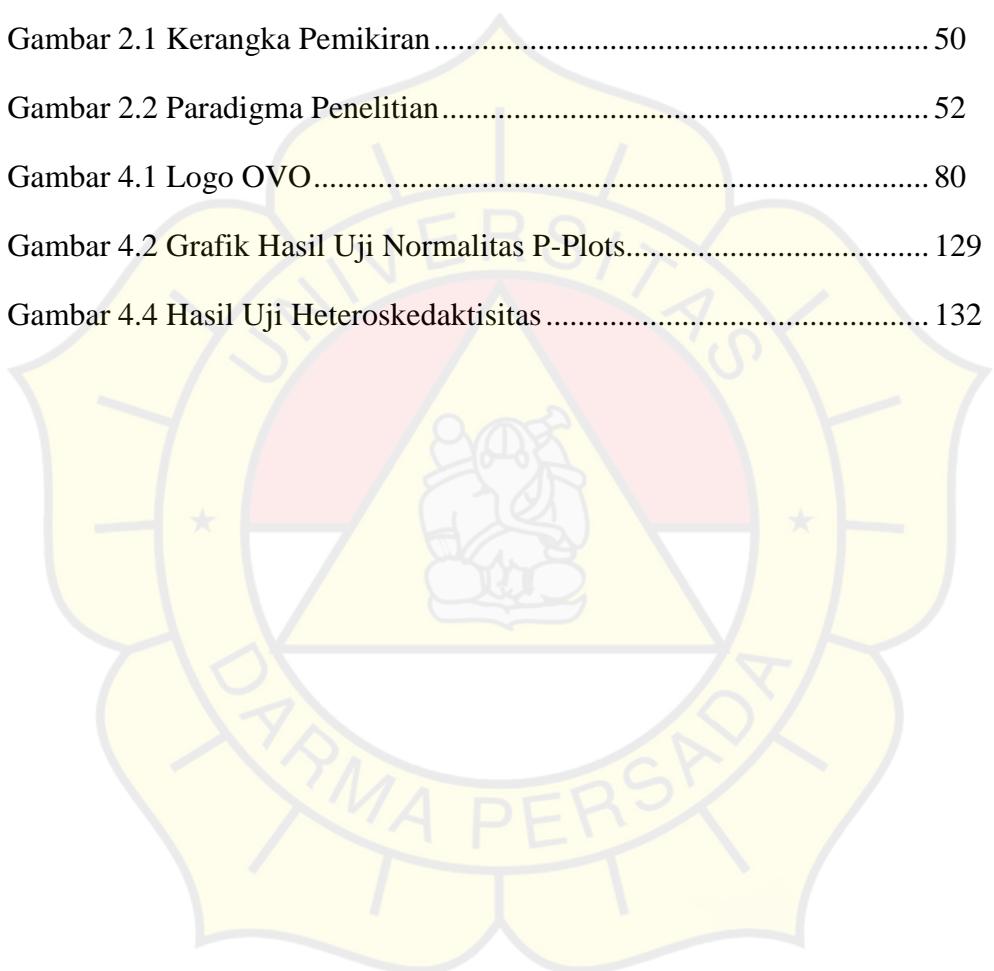
Tabel 4.24 Saya menggunakan <i>e-wallet</i> OVO karena dapat meningkatkan efektivitas dalam pekerjaan.....	99
Tabel 4.25 Saya menggunakan <i>e-wallet</i> OVO karena dapat meningkatkan produktifitas saya dalam bertransaksi .....	100
Tabel 4.26 Saya menggunakan <i>e-wallet</i> OVO karena memungkinkan saya untuk mendapatkan promosi.....	101
Tabel 4.27 Saya menggunakan <i>e-wallet</i> OVO karena mudah dalam pelayanan sistem.....	101
Tabel 4.28 Saya merasa mudah untuk mengoperasikan <i>e-wallet</i> OVO .....	102
Tabel 4.29 Mudah bagi saya untuk menjadi terampil dalam menggunakan <i>e-wallet</i> OVO.....	103
Tabel 4.30 Memerlukan waktu yang singkat untuk mengakses <i>e-wallet</i> OVO.....	103
Tabel 4.31 Banyaknya petunjuk dalam menggunakan <i>e-wallet</i> OVO....	104
Tabel 4.32 Membutuhkan waktu yang banyak untuk memahami fitur <i>e-wallet</i> OVO .....	105
Tabel 4.33 Saya mudah memahami fitur yang terdapat pada <i>e-wallet</i> OVO.....	105
Tabel 4.34 Saya menggunakan <i>e-wallet</i> OVO karena percaya sangat mudah digunakan.....	106
Tabel 4.35 Interaksi saya dengan <i>e-wallet</i> OVO secara jelas mudah dipahami.....	107
Tabel 4.36 Orang disekitar saya lebih suka saya melakukan transaksi dengan <i>e-wallet</i> OVO.....	107
Tabel 4.37 Keluarga/kerabat terdekat merekomendasikan saya menggunakan <i>e-wallet</i> OVO.....	108
Tabel 4.38 Saya merekomendasikan orang lain untuk melakukan transaksi menggunakan layanan <i>e-wallet</i> OVO .....	109
Tabel 4.39 Saya menggunakan <i>e-wallet</i> OVO karena rekan saya juga menggunakan.....	109

Tabel 4.40 Menggunakan <i>e-wallet</i> OVO karena ketentuan dari instansi tempat pengguna beraktifitas /bekerja. ....	110
Tabel 4.41 <i>Public figure</i> telah mendorong saya untuk menggunakan <i>e-wallet</i> OVO. ....	111
Tabel 4.42 Dilingkungan sekitar saya menggunakan <i>E-wallet</i> OVO karena sedang Trend. ....	111
Tabel 4.43 Menggunakan <i>e-wallet</i> OVO karena memiliki tingkat penggunaan yang lebih tinggi. ....	112
Tabel 4.44 Menggunakan <i>e-wallet</i> OVO dapat meningkatkan percaya diri.....	113
Tabel 4.45 Saya memiliki sumber daya ( <i>Smartphone/Internet/Aplikasi</i> ) yang di perlukan untuk menggunakan <i>e-wallet</i> OVO.....	114
Tabel 4.46 Saya menggunakan <i>e-wallet</i> OVO karena memiliki tampilan menu fitur yang menarik. ....	114
Tabel 4.47 Saya menggunakan <i>e-wallet</i> OVO karena mengerti cara menggunakannya.....	115
Tabel 4.48 Saya bisa mendapatkan bantuan dari orang lain ketika saya kesulitan dalam menggunakan <i>e-wallet</i> OVO. ....	116
Tabel 4.49 Tersedia instruksi/petunjuk khusus tentang penggunaan <i>e-wallet</i> OVO. ....	116
Tabel 4.50 Tersedia fitur khusus yang membantu saya jika mengalami kesulitan menggunakan <i>e-wallet</i> OVO. ....	117
Tabel 4.51 Saya merasa puas terhadap fitur-fitur <i>e-wallet</i> OVO yang sesuai kebutuhan. ....	118
Tabel 4.52 <i>E-wallet</i> OVO kompatibel (mampu bekerja) dengan sistem lain ( <i>e-commerce</i> ) yang saya gunakan. ....	118
Tabel 4.53 Saya menggunakan <i>e-wallet</i> OVO karena sesuai dengan gaya hidup saya. ....	119
Tabel 4.54 Saya Berniat menggunakan layanan <i>e-wallet</i> OVO dimasa yang akan datang.....	120

Tabel 4.55 Saya akan tetap menggunakan <i>e-wallet</i> OVO dalam bertransaksi secara <i>online</i> .....	121
Tabel 4.56 Saya memperkirakan bahwa saya akan menggunakan <i>e-wallet</i> OVO ditahun berikutnya.....	121
Tabel 4.57 Saya berniat akan terus menggunakan <i>e-wallet</i> OVO karena kinerja sistem yang berjalan baik.....	122
Tabel 4.58 Saya akan sering menggunakan <i>e-wallet</i> OVO.....	123
Tabel 4.59 Saya akan merekomendasikan orang lain agar selalu menggunakan layanan <i>e-wallet</i> OVO didalam keseharian. ..	123
Tabel 4.60 Hasil Uji Validitas.....	125
Tabel 4.61 Hasil Uji Realbilitas .....	127
Tabel 4.62 Uji Normalitas Kolmogorov .....	129
Tabel 4.63 Hasil Uji Multikolinieritas .....	131
Tabel 4.64 Hasil Uji Autokorelasi .....	133
Tabel 4.65 Hasil Variabel Penelitian .....	134
Tabel 4.66 Hasil Korelasi ganda .....	135
Tabel 4.67 Hasil Korelasi.....	136
Tabel 4.68 Hasil Uji F .....	137
Tabel 4.69 Hasil ParameterUji T .....	139
Tabel 4.70 Hasil Analisi Regresi Berganda .....	142
Tabel 4.71 Ringkasan Hasil Uji Hipotesis .....	144

## **DAFTAR GAMBAR**

Gambar 1.1 <i>E-wallet</i> yang paling sering digunakan .....	3
Gambar 1.2 Fitur-Fitur yang terdapat <i>E-wallet</i> OVO .....	4
Gambar 1.3 Penggunaan Layanan <i>E-wallet</i> OVO .....	5
Gambar 1.4 Grafik Hasil Pra Survey Secara Keseluruhan .....	19
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran.....	50
Gambar 2.2 Paradigma Penelitian.....	52
Gambar 4.1 Logo OVO.....	80
Gambar 4.2 Grafik Hasil Uji Normalitas P-Plots.....	129
Gambar 4.4 Hasil Uji Heteroskedaktisitas .....	132



## **DAFTAR LAMPIRAN**

Lampiran 1 Kuesioner penelitian Pra survey .....	156
Lampiran 2 Tabulasi hasil Pra survey .....	159
Lampiran 3 Daftar Profil Responden Kuesioner Pra Survey .....	164
Lampiran 4 Kuesioner Penelitian .....	165
Lampiran 5 Profil Responden .....	173
Lampiran 6 Hasil Tabulasi Data Variabel <i>Performance Expectancy</i> (Ekspetasi Kinerja) (X1) .....	180
Lampiran 7 Hasil Tabulasi Data Variabel <i>Effort Expectancy</i> (Ekspetasi Usaha) (X2) .....	184
Lampiran 8 Hasil Tabulasi Data Variabel <i>Social Influence</i> (Pengaruh Sosial) (X3).....	186
Lampiran 9 Hasil Tabulasi Data Variabel <i>Facilitating Conditions</i> (Kondisi Pemfasilitas (X4).....	192
Lampiran 10 Hasil Tabulasi Data Variabel <i>Behavioral Intentions</i> (Y) .....	196
Lampiran 11 Hasil Uji Validitas .....	200
Lampiran 12 Hasil Uji Realibilitas.....	209
Lampiran 13 Hasil Uji Asumsi Klasik .....	210
Lampiran 14 Hasil Analisis Regresi Berganda .....	212
Lampiran 15 Tabel R .....	214
Lampiran 16 Tabel Durbin Watson.....	215
Lampiran 17 Tabel F.....	216
Lampiran 18 Tabel T .....	217
Lampiran 19 Bukti Penyebaran Kuesioner .....	218
Lampiran 20 Ulasan-Ulasan Pengguna e-wallet OVO di Playstore .....	220
Lampiran 21 Daftar Riwayat Hidup.....	225