

**PENERAPAN TEORI *TECHNOLOGY ACCEPTANCE MODEL*
(TAM) PADA MINAT PENGGUNA *FINANCIAL TECHNOLOGY*
OVO DI KALANGAN GENERASI Z
(Studi pada pengguna Fintech OVO di mall Jakarta Barat)**

Skripsi Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Memperoleh Gelar
Sarjana Ekonomi Pada Fakultas Ekonomi Dan Bisnis
Program Studi Manajemen Universitas Mercu Buana
Jakarta

SKRIPSI



UNIVERSITAS
MERCU BUANA
Nama : Rozan Fauzi Hadiano
Nim : 43116010299

PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MERCUBUANA
JAKARTA

2020

SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Rozan Fauzi Hadianto

Nim : 43116010299

Program Studi : S1 Manajemen

Menyatakan bahwa skripsi ini adalah murni hasil karya sendiri apabila saya mengutip dari hasil karya orang lain, maka saya mencatumkan sumbernya sesuai dengan ketentuan yang berlaku. Saya bersedia dikenai sanksi pembatalan skripsi ini apabila terbukti melakukan tindakan plagiat (penjiplakan).

Demikianlah pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Jakarta, 28 April 2020



Rozan Fauzi Hadianto

Nim: 43116010299

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Rozan Fauzi Hadiano
NIM : 43116010299
Program Studi : S1 Manajemen
Judul Skripsi : Penerapan Teori *Technology Acceptance Model* (TAM) pada minat pengguna *Financial Technology* OVO di kalangan Generasi Z
Tanggal Lulus Ujian : 29 Agustus 2020

Disahkan oleh:

Pembimbing



Dr. Mafizatun Nurhayati SE, MM

Tanggal : 9/9/2020

Ketua Penguji



Iwan Firdaus, S.Kom, MM.

Tanggal : 9/9/2020

Dekan



Dr. Harnovinsah, Ak., M.Si., CA., CIPSA

Tanggal : 9/9/2020

Ketua Program Studi
S1 Manajemen



Dr. Daru Asih, M.Si

Tanggal : 9/9/2020

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh persepsi kemudahan pengguna, persepsi kegunaan, terhadap perilaku pengguna dan minat pengguna *fintech* OVO. Populasi dalam penelitian ini adalah generasi Z di mall Jakarta Barat. Metode pengumpulan data menggunakan metode survei, dengan instrumen penelitian adalah kuesioner. Metode penarikan sampel yang digunakan yaitu sampel purposive sampling dengan mengambil seberapa banyak di generasi Z yang menggunakan aplikasi OVO saat bertransaksi atau berniat untuk menggunakan aplikasi OVO. Metode analisis data menggunakan *Structural Equation Model-Partial Least Square*. Penelitian ini membuktikan bahwa persepsi kemudahan pengguna berpengaruh positif dan signifikan terhadap sikap pengguna OVO, persepsi kegunaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap sikap pengguna OVO, persepsi kemudahan pengguna tidak berpengaruh signifikan terhadap minat pengguna OVO, persepsi kegunaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat pengguna OVO, sikap pengguna OVO berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat pengguna OVO.

Kata Kunci: Persepsi Kemudahan Pengguna, Persepsi Kegunaan, Sikap Terhadap Pengguna, Minat Pengguna OVO.



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

ABSTRACT

The purpose of this research is to analyze the user convenience and the utility of OVO on OVO user's behavior and interest. Generation Z in a mall around West Jakarta was the object of this research. Data collection methods using survey methods, the research instrument is a questionnaire. The sampling method used was purposive sampling by taking a large amount of the Z generation that uses the OVO application or intends to use the application. The data analysis method using Structural Equation Model-Partial Least Square. This research proves that user convenience and the utility has a positive and significant effect on OVO user's attitudes, and user convenience have no significant effect on OVO user's interests, the utility has a positive and significant effect on OVO user's attitudes, the attitudes of OVO users have a positive and significant effect on the interests of OVO users

Keywords: User Convenience, Utility, User's Attitudes, OVO User Interest.



KATA PENGANTAR

Puji dan Syukur penulis panjatkan kehadiran ALLAH SWT atas karunia dan rahmat-Nya maka penulis dapat menyelesaikan penelitian ini. Penulisan penelitian ini merupakan salah satu syarat untuk mencapai Gelar Sarjana Ekonomi pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana Jakarta. Melalui berbagai data dan dengan kemampuan yang masih terbatas dalam penelitian ini, sehingga penulis dapat menyelesaikan penelitian ini dengan judul “Penerapan Teori *Technology Acceptance Model (TAM)* Pada Minat Pengguna *Financial Technology* OVO di Kalangan Generasi Z ”.

Penulis menyadari sebagai manusia biasa dalam penelitian ini tidak lepas dari kesalahan dan kekurangan akibat keterbatasan pengetahuan serta pengalaman. Penyusunan proposal ini tidak lepas dari bimbingan, bantuan dan dukungan yang sangat berarti dari berbagai pihak, khususnya Dr. Mafizatul Nurhayati, SE., MM, selaku dosen pembimbing skripsi yang telah memberikan saran, waktu, bimbingan, semangat, pengetahuan dan nasehat-nasehat yang sangat bermanfaat yang telah diberikan kepada penulis. Untuk itu pada kesempatan ini penulis mengucapkan terimakasih yang tak terhingga kepada :

1. Prof. Dr. Ngadino Surip, MS selaku Rektor Universitas Mercu Buana.
2. Dr. Harnovinsah ,Ak. ,M.Si. ,CA. ,CIPSAS. ,CMA. ,CSRS, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.
3. Dr. Daru Asih, M.Si selaku Kaprodi S1 Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.
4. Terimakasih kepada kedua orang tua saya dan kakak yang telah memberikan semangat, doa, dukungan, motivasi, pengertian, dan kasih sayang yang tiada batas sehingga penulis bisa mencapai pada pendidikan hingga saat ini.
5. M. Soelton Ibrahim, S.Psi. ,MM. ,CHRMP. ,Psikolog selaku Wakil Kepala Program Studi S1 Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Mercu Buana.
6. Seluruh dosen dan staf Program Studi Manajemen S1 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercubuana yang telah banyak memberikan segenap ilmu dan pengetahuan yang bermanfaat dan tidak terbatas kepada penulis.
7. Seluruh teman-teman Manajemen S1 angkatan 2016 terimakasih atas segala perhatian, dukungan dan doa restunya.
8. Terima kasih kepada teman seperjuangan saya Anggara Prima Nanda, Muhammad Zul Qisthi, Doni Satriyo Utomo, Gerry Naldo, Kurniawan Ramadhan, Rega Dwi Mudjiatmo dan Musa Dapit atas dukungannya dan motivasi selama pengerjaan proposal ini.
9. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu namun turut membantuk kelancaran penulis dalam menyelesaikan penelitian ini.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna, dikarenakan keterbatasannya pengalaman dan pengetahuan yang dimiliki penulis. Oleh karena itu, penulis mengharapkan segala bentuk saran serta masukan dan kritik yang membangun dari berbagai pihak. Semoga skripsi ini bermanfaat dan dapat menambah pengetahuan khususnya bagi penulis dan pembaca pada

umumnya. Akhir kata dengan segala ketulusan dan kerendahan diri, penulis mohon maaf apabila ada kesalahan dan kelemahan dalam skripsi ini.

Jakarta , 28 April 2020

Rozan Fauzi Hadianto



DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI	ii
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	iii
ABSTRAK	iv
ABSTRACT	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1. Latar Belakang Penelitian	1
2. Rumusan Masalah Penelitian	13
3. Tujuan Penelitian	13
4. Kontribusi Penelitian	14
BAB II KAJIAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS	15
A. Behavioral Finance	15
B. <i>Financial Technology</i> (Fintech)	15
C. <i>Technolgy Acceptance Model</i> (TAM)	16
1. Pengertian <i>Technolgy Acceptance Model</i> (TAM)	16
2. Perkembangan <i>Technolgy Acceptance Model</i> (TAM)	17
3. Model TAM Davis (1989)	18
D. Persepsi Kemudahan Penggunaan (<i>Perceived Ease Of Use</i>)	21
1. Pengertian Persepsi Kemudahan Pengguna	21
2. Dimensi dan Indikator Persepsi Kemudahan Pengguna	21
E. Persepsi Kegunaan Pengguna (<i>Perceived Usefulness</i>)	22
1. Pengertian Persepsi Kegunaan Pengguna	22
2. Dimensi dan Indikator Persepsi Kegunaan Pengguna	22
F. Sikap Terhadap Penggunaan (<i>Attitude Toward Using</i>)	23
1. Pengertian Sikap Terhadap Penggunaan	23
2. Dimensi dan Indikator Sikap Terhadap Penggunaan	23

G.	Minat Perilaku Penggunaan (<i>Behavioral Intention to Use</i>).....	24
1.	Pengertian Minat Perilaku Penggunaan.....	24
2.	Dimensi dan Indikator Minat Perilaku Penggunaan	24
H.	Penelitian Terdahulu	25
I.	Pengembangan Hipotesis	34
1.	Pengaruh Kemudahan Penggunaan terhadap Sikap Terhadap Penggunaan.....	34
2.	Pengaruh Kegunaan Pengguna terhadap Sikap Terhadap Penggunaan.....	34
3.	Pengaruh Kemudahan Penggunaan terhadap Minat Perilaku Menggunakan	35
4.	Pengaruh Kegunaan Pengguna terhadap Minat Perilaku Menggunakan	36
5.	Pengaruh Sikap Terhadap Pengguna terhadap Minat Perilaku Menggunakan	36
BAB III METODE PENELITIAN		38
1.	Waktu dan Tempat Penelitian.....	38
2.	Desain Penelitian	38
3.	Dimensi dan Operasionalisasi Variabel	39
4.	Skala Pengukuran Variabel.....	41
5.	Populasi dan Sampel Penelitian.....	41
6.	Metode Pengumpulan Data.....	42
7.	Metode Analisis Data.....	43
a.	Analisis Deskriptif.....	43
b.	Uji Instrumen	45
c.	<i>Structural Equation Model – Partial Least Square</i>	46
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN		51
A.	Gambaran Umum Objek Penelitian.....	51
B.	Statistik Deskriptif	52
1.	Deskriptif Responden	52
2.	Deskriptif Variabel	58
C.	Hasil Analisis Data <i>Partial Least Square</i> (PLS)	62
1.	Pengujian Uji Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>)	62
2.	Pengujian Uji Model Struktural (<i>Inner Model</i>)	70

D. Evaluasi Pengujian Hipotesa	73
E. Pembahasan	75
1. Pengaruh Kemudahan Penggunaan terhadap Sikap Terhadap Penggunaan	75
2. Pengaruh Kegunaan Pengguna terhadap Sikap Terhadap Penggunaan	76
3. Pengaruh Kemudahan Penggunaan terhadap Minat Perilaku Menggunakan	76
4. Pengaruh Kegunaan Pengguna terhadap Minat Perilaku Menggunakan	77
5. Pengaruh Sikap Terhadap Pengguna terhadap Minat Perilaku Menggunakan	78
BAB V SIMPULAN DAN SARAN	79
A. Simpulan	79
B. Saran	80
1. Saran Untuk Perusahaan	80
2. Bagi Peneliti Selanjutnya	82
DAFTAR PUSTAKA	84
LAMPIRAN	88

DAFTAR TABEL

Tabel	Judul	Halaman
1.1	Kuesioner Pra Survei Perilaku Pengguna OVO	9
2.1	Penelitian Terdahulu	25
3.1	Dimensi dan Operasional Variabel	39
3.2	Instrumen Skala Interval	41
3.3	Pedoman Kategorisasi Rata-rata Skor Penilaian Responden	44
3.4	<i>Rule of Thumb Discriminat Validity</i>	48
4.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	53
4.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	53
4.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili / Tempat Tinggal	54
4.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	55
4.5	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	56
4.6	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan	56
4.7	Karakteristik Responden Berdasarkan Fitur yang Digunakan	57
4.8	Deskripsi Jawaban Responden Variabel Persepsi Kemudahan	58
4.9	Deskripsi Jawaban Responden Variabel Persepsi Kegunaan	59
4.10	Deskripsi Jawaban Responden Variabel Sikap Pengguna	60
4.11	Deskripsi Jawaban Responden Variabel Minat Pengguna	61
4.12	Hasil Pengujian <i>Convergent Validity</i> Responden	63
4.13	Hasil Pengujian <i>Convergent Validity</i> (Modifikasi)	65
4.14	Hasil Uji <i>Discriminant Validity</i> (<i>Cross Loading</i>) Responden OVO	67

4.15	Hasil Uji <i>Discriminant Validity (Fornell-Larcker)</i> Responden OVO	68
4.16	Hasil Uji <i>Average Variance Extracted (AVE)</i>	69
4.17	Hasil Pengujian <i>Composite Reliability dan Cronbach's Alpha</i>	70
4.18	Hasil Uji Nilai <i>R-Square (R²)</i> Responden OVO	71
4.19	Hasil Uji Nilai (<i>f²</i>) Responden OVO	71
4.20	Hasil Pengujian Hipotesis Responden OVO	73



DAFTAR GAMBAR

Gambar	Judul	Halaman
1.1	Perkembangan Fintech di wilayah Internasional	4
1.2	Literasi Keuangan yang ada di Asia	6
1.3	Data Pengguna Fintech pada tahun 2018	7
2.1	Model <i>Technology Acceptance Model</i> (TAM)	19
2.2	Skema Kerangka Konseptual	37
4.1	Hasil Uji Instrumen Algoritma PLS	64
4.2	Hasil Pengujian Instrumen dengan Algoritma PLS (Modifikasi)	66
4.3	Hasil Uji Bootstrapping	75



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Judul	Halaman
1	Kuesioner Pra Survei	89
2	<i>E- Survey</i> Kuesioner Penelitian	90
3	Hasil Kuesioner	95
4	Hasil Statistik Dekriptif	110
5	Hasil Uji Instrumen	114
6	Hasil Uji Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>)	116
7	Hasil Uji Model Struktural (<i>Inner Model</i>)	121

