

**SKRIPSI**

**DAMPAK *SOCIAL INFLUENCE*, PERSEPSI  
KEGUNAAN, DAN RISIKO KEUANGAN TERHADAP  
MINAT PENGGUNAAN OVO**



**DIAJUKAN OLEH:**

**NAMA: MARCELINA AUDRINA TIFFANY**

**NIM: 115180197**

**UNTUK MEMENUHI SEBAGIAN DARI SYARAT – SYARAT  
GUNA MENCAPAI GELAR SARJANA EKONOMI**

**PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN**

**FAKULTAS EKONOMI & BISNIS**

**UNIVERSITAS TARUMANAGARA**

**JAKARTA**

**2021**

**SKRIPSI**

**DAMPAK *SOCIAL INFLUENCE*, PERSEPSI  
KEGUNAAN, DAN RISIKO KEUANGAN TERHADAP  
MINAT PENGGUNAAN OVO**



**DIAJUKAN OLEH:**

**NAMA: MARCELINA AUDRINA TIFFANY**

**NIM: 115180197**

**UNTUK MEMENUHI SEBAGIAN DARI SYARAT – SYARAT  
GUNA MENCAPAI GELAR SARJANA EKONOMI**

**PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN**

**FAKULTAS EKONOMI & BISNIS**

**UNIVERSITAS TARUMANAGARA**

**JAKARTA**

**2021**

### SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama mahasiswa : Marcelina Audrina Tiffany

NPM (Nomor Pokok Mahasiswa) : 115180259

Program Studi : S1 Manajemen

Alamat : Jl. Ruby Utara 1 No.55

Gading Serpong, Tangerang Selatan, Banten - 15810

Telp.

HP: 085777386220

Dengan ini saya menyatakan, apabila dalam pembuatan skripsi ternyata saya:

1. Melakukan plagiat/menyontek;
2. Mengutip tanpa menyebut sumbernya;
3. Menggunakan data fiktif atau memanipulasi data;
4. Melakukan riset perusahaan fiktif (hal ini Jurusan Akuntansi/Manajemen dapat konfirmasi langsung ke perusahaan terkait sesuai dengan surat risetnya).

Saya bersedia dikenakan sanksi berupa pembatalan skripsi dan diskors maksimal 2 (dua) semester. Kemudian apabila hal di atas terbukti setelah lulus ujian skripsi/komprehensif saya bersedia dinyatakan batal skripsi dan kelulusannya.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya tanpa ada paksaan dari pihak manapun.

Jakarta, 31 Desember 2021



Marcelina Audrina Tiffany

#### Catatan:

1. Asli dikembalikan ke jurusan Akuntansi/Manajemen dan difotocopy untuk mahasiswa yang bersangkutan.
2. Harap disertakan pada skripsi sebelum maupun setelah lulus ujian dan revisi.

**UNIVERSITAS TARUMANAGARA  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
JAKARTA**

**HALAMAN TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI**

NAMA : Marcelina Audrina Tiffany  
NIM : **115180259**  
PROGRAM / JURUSAN : S1/Manajemen dan Bisnis  
KONSENTRASI : Manajemen Keuangan  
JUDUL SKRIPSI : Dampak *Social Influence*, Persepsi Kegunaan,  
dan Risiko Keuangan terhadap Minat  
Penggunaan Ovo

Jakarta, 30 Desember 2021



**(Dr. Nuryasman M.N., SE., MM)**

**UNIVERSITAS TARUMANAGARA**  
**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**  
**JAKARTA**

**HALAMAN TANDA PENGESAHAN SKRIPSI**

NAMA : Marcelina Audrina Tiffany  
N. P. M. : 115180259  
PROGRAM/JURUSAN : S1 / Manajemen dan Bisnis  
KONSENTRASI : Keuangan  
JUDUL SKRIPSI : Dampak *Social Influence*, Persepsi Kegunaan,  
dan Risiko Keuangan terhadap Minat  
Penggunaan Ovo

Telah diuji pada Ujian Skripsi dan Komprehensif tanggal 25 Januari 2021 dan dinyatakan lulus, dengan tim penguji yang terdiri atas:

1. Ketua Penguji : Dr. Ir. Agus Zainul Arifin, MM.
2. Anggota Penguji : Dra. Yusbardini, MM.

Jakarta, 25 Januari 2021

Pembimbing,



Dr. Nuryasman M.N., SE., MM

## **ABSTRACT**

**TARUMANAGARA UNIVERSITY**  
**FACULTY OF ECONOMICS AND BUSINESS**  
**JAKARTA**

(A) MARCELINA AUDRINA TIFFANY (115180259)

(B) *THE EFFECT OF SOCIAL INFLUENCE, PERCEIVED USEFULNESS,  
AND FINANCIAL RISK ON INTENTION IN USING OVO*

(C) xvii + 84 pages, 2021, 20 tables, 12 pictures, 11 attachments

(D) *FINANCIAL MANAGEMENT*

(E) **Abstract:** *The purpose of this study was to examine the effect of social influence, perceived usefulness and financial risk, as well as age-moderated social influence on the behavioural intention in using OVO from Tarumanagara University students. This study uses data collected from 68 respondents. The method used in this study is cross sectional with a sample selection technique using purposive sampling. The data in this study were obtained by distributing online questionnaires which were then processed using smartPLS software version 3.3.3. The results of this study are that social influence and perceived usefulness have a positive influence on behavioural intention in using Ovo, and age successfully moderates social influence on behavioural intention in using Ovo. Meanwhile, financial risk has no effect on behavioural intention in using Ovo.*

(F) **Keywords:** *Social Influence, Perceived Usefulness, Financial Risk, Behavioural Intention*

(G) *Reference list: 52 (1988 – 2021)*

(H) Dr. Nuryasman MN., SE., MM

## ABSTRAK

UNIVERSITAS TARUMANAGARA  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
JAKARTA

(A) MARCELINA AUDRINA TIFFANY (115180259)

(B) DAMPAK *SOCIAL INFLUENCE*, PERSEPSI KEGUNAAN, DAN  
RISIKO KEUANGAN TERHADAP MINAT PENGGUNAAN OVO

(C) xvii + 84 halaman, 2021, 20 tabel, 12 gambar, 11 lampiran

(D) MANAJEMEN KEUANGAN

(E) Abstrak: Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui *social influence*, persepsi kegunaan dan risiko keuangan, serta *social influence* yang dimoderasi usia terhadap minat penggunaan Ovo dari Mahasiswa Universitas Tarumanagara. Penelitian ini menggunakan data yang dikumpulkan dari 68 responden. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah *cross sectional* dengan teknik pemilihan sampel menggunakan *purposive sampling*. Data dalam penelitian ini diperoleh dengan menyebarkan kuesioner secara *online* yang lalu diolah menggunakan *software smartPLS* versi 3.3.3. Hasil dari penelitian ini adalah *social influence* dan persepsi kegunaan memiliki pengaruh yang positif terhadap minat penggunaan Ovo, serta usia berhasil memoderasi *social influence* terhadap minat penggunaan Ovo. Sedangkan risiko keuangan tidak memiliki pengaruh terhadap minat penggunaan Ovo.

(F) **Kata kunci:** *Social Influence, Persepsi Kegunaan, Risiko Keuangan, Minat Penggunaan*

(G) Daftar Pustaka: 52 (1988 – 2021)

(H) Dr. Nuryasman MN., SE., MM

## HALAMAN MOTTO

*"Segala perkara dapat kutanggung di dalam Dia yang memberi kekuatan kepadaku."*

- Filipi 4:13

*"Bukankah telah Kuperintahkan kepadamu: kuatkan dan teguhkanlah hatimu? Janganlah kecut dan tawar hati, sebab TUHAN, Allahmu, menyertai engkau, ke mana pun engkau pergi."*

- Yosua 1:9



## **HALAMAN PERSEMBAHAN**

*Skripsi ini saya persembahkan untuk keluarga  
serta semua orang yang saya kasihi*

## KATA PENGANTAR

Puji dan Syukur kepada Tuhan yang Maha Esa atas kasih dan karunianya sehingga skripsi ini yang berjudul “Dampak *Social Influence*, Persepsi Kegunaan, dan Risiko Keuangan terhadap Minat Penggunaan Ovo” dapat diselesaikan dengan baik guna syarat untuk mendapatkan gelar Sarjana Ekonomi di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tarumangara.

Dalam Penyusunan skripsi ini, penulis menyadari bahwa terselesaikannya skripsi ini tidak lepas dari bantuan dan kerjasama dari berbagai pihak. Maka, pada kesempatan kali ini, penulis ingin mengucapkan terimakasih kepada seluruh pihak yang telah turun membantu dalam penyelesaian skripsi ini, khususnya kepada:

1. Bapak Nuryasman MN S.E, M.M, Dr. selaku Dosen Pembimbing yang telah memberikan waktu dan tenaganya untuk membimbing dan mengarahkan penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
2. Bapak Dr. Sawidji Widoatmodjo, S.E., M.M., MBA. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tarumanagara.
3. Bapak Ronnie Resdianto Masman, S.E., M.A., M.M. selaku Wakil Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tarumanagara.
4. Bapak Dr. Keni, S.E., M.M. selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tarumanagara.
5. Bapak Franky Slamet, SE., MM. selaku Ketua Program Studi Sarjana Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tarumanagara.
6. Seluruh Dosen dan Staf pengajar Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tarumangara yang telah membimbing dan mendidik penulis selama berkuliah.
7. Papa, mama, dan adik saya yang selalu mendoakan dan memberikan dukungan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
8. Keluarga besar yang senantiasa selalu memberikan nasehat dan dukungan hingga terselesaikannya skripsi ini.

9. Kevin yang selalu dengan sabar mendukung, menemani dan menghibur penulis dalam pembuatan skripsi ini.
10. Teman – teman Apet, Sontek, dan seluruh teman – teman penulis yang telah membantu penulis dalam penyusunan skripsi ini.
11. Teman – teman bimbingan yang turut membantu dalam pembuatan skripsi ini.
12. Seluruh pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu yang telah turut membantu penulis menyelesaikan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih terdapat banyak kekurangan. Maka dari itu, penulis mengharapkan kritik dan saran dari pembaca yang akan bermanfaat bagi penulis. Akhir kata, semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembacanya. Terimakasih.

Jakarta, 30 Desember 2021

Penulis,



Marcelina Audrina Tiffany

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
SURAT PERNYATAAN TIDAK MELAKUKAN PLAGIAT.....	ii
HALAMAN TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI.....	iii
HALAMAN TANDA PENGESAHAN SKRIPSI.....	iv
<i>ABSTRACT</i> .....	v
ABSTRAK.....	vi
HALAMAN MOTTO.....	vii
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	viii
KATA PENGANTAR.....	ix
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xv
DAFTAR GAMBAR.....	xvi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvii
BAB I: PENDAHULUAN.....	1
A. PERMASALAHAN.....	1
1. Latar Belakang Masalah.....	1
2. Identifikasi Masalah.....	3
3. Batasan Masalah.....	4
4. Rumusan Masalah.....	6
B. TUJUAN DAN MANFAAT.....	6
1. Tujuan Penelitian.....	6
2. Manfaat Penelitian.....	7
BAB II: LANDASAN TEORI.....	9
A. GAMBARAN UMUM TEORI.....	9
B. DEFINISI KONSEPTUAL VARIABEL.....	11
1. Social Influence.....	11
2. Persepsi Kegunaan.....	11
3. Risiko Keuangan .....	12
4. Minat Penggunaan.....	12

5. Usia.....	13
C. KAITAN ANTARA VARIABEL-VARIABEL.....	13
1. Kaitan antara <i>Social Influence</i> dengan Minat Penggunaan.....	13
2. Kaitan antara Persepsi Kegunaan dengan Minat Penggunaan.....	14
3. Kaitan antara Risiko Keuangan dengan Minat Penggunaan.....	14
4. Kaitan antara Usia yang memoderasi <i>Social Influence</i> terhadap Minat Penggunaan.....	15
D. PENELITIAN YANG RELEVAN.....	15
E. KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS.....	28
BAB III: METODE PENELITIAN.....	25
A. DESAIN PENELITIAN.....	30
B. POPULASI.....	30
1. Populasi.....	30
2. Teknik Pemilihan Sampel.....	30
3. Ukuran Sampel.....	31
C. OPERASIONALISASI VARIABEL DAN INSTRUMEN.....	31
1. <i>Social Influence</i> .....	32
2. Persepsi Kegunaan.....	33
3. Risiko Keuangan.....	34
4. Minat Penggunaan.....	34
D. ANALISIS VALIDITAS DAN RELIABILITAS.....	35
1. Validitas.....	35
a. Validitas Konvergen.....	35
b. Validitas Diskriminan.....	35
2. Reliabilitas.....	36
a. Reliabilitas Indikator.....	36
b. Reliabilitas Konsistensi Internal.....	36
E. ANALISIS DATA.....	36
1. Koefisien Determinasi ( <i>R-Square</i> ).....	36
2. <i>Effect Size (F<sup>2</sup>)</i> .....	37
3. <i>Predictive Relevance (Q-Square)</i> .....	37

4. <i>Goodness of Fit</i> .....	37
F. ANALISIS HIPOTESIS.....	37
1. <i>Path Coefficient</i> .....	38
2. <i>P-value</i> .....	38
3. <i>t-statistic</i> .....	38
G. ANALISIS VARIABEL MODERASI.....	38
H. MODEL PENELITIAN.....	39
BAB IV: ANALISIS DAN PEMBAHASAN.....	44
A. DESKRIPSI SUBYEK PENELITIAN.....	44
1. Karakteristik Responden Berdasarkan Umur.....	44
2. Karakteristik Responden Berdasarkan Pengguna Ovo.....	45
B. DESKRIPSI OBJEK PENELITIAN.....	45
1. <i>Social Influence</i> .....	45
2. Persepsi Kegunaan.....	46
3. Risiko Keuangan.....	47
4. Minat Penggunaan.....	48
C. HASIL ANALISIS VALIDITAS DAN RELIABILITAS.....	49
1. Validitas.....	49
a. Validitas Konvergen.....	50
b. Validitas Diskriminan.....	50
2. Reliabilitas.....	50
a. Reliabilitas Indikator.....	51
b. Reliabilitas Konsistensi Internal.....	51
D. HASIL ANALISIS DATA.....	51
1. Hasil Analisis Koefisien Determinasi ( <i>R-Square</i> ).....	52
2. Hasil Analisis dari <i>Effect Size</i> ( $F^2$ ).....	52
3. Hasil Analisis dari <i>Predictive Relevance</i> ( <i>Q-Square</i> ).....	53
4. Hasil Analisis <i>Goodness of Fit</i> .....	53
E. HASIL UJI HIPOTESIS DAN MODERASI.....	53
1. Uji Hipotesis Pertama.....	54
2. Uji Hipotesis Kedua.....	55

3. Uji Hipotesis Ketiga.....	56
4. Uji Hipotesis Keempat.....	56
F. PEMBAHASAN.....	57
BAB V: PENUTUP.....	64
A. KESIMPULAN.....	64
B. KETERBATASAN DAN SARAN.....	64
1. Keterbatasan.....	64
2. Saran.....	65
DAFTAR PUSTAKA.....	68
LAMPIRAN.....	73
DAFTAR RIWAYAT HIDUP.....	83
HASIL PEMERIKSAAN TURNITIN.....	84

## DAFTAR PUSTAKA

- Abramova, S., & Böhme, R. (2016). *Perceived Benefit and Risk as Multidimensional Determinants of Bitcoin Use: A Quantitative Exploratory Study*. 1.
- Abushanab, E., & Pearson, J. M. (2007). Internet banking in Jordan: The unified theory of acceptance and use of technology (UTAUT) perspective. *Journal of Systems and Information Technology*, 9(1), 78–97. <https://doi.org/10.1108/13287260710817700>
- Almarashdeh, I., & Alsmadi, M. K. (2017). How to make them use it? Citizens acceptance of M-government. *Applied Computing and Informatics*, 13(2), 194–199. <https://doi.org/10.1016/J.ACI.2017.04.001>
- Badan Pusat Statistik. (2021). <https://www.bps.go.id/pressrelease/2021/02/05/1811/ekonomi-indonesia-2020-turun-sebesar-2-07-persen--c-to-c-.html>
- Bashir, I., & Madhavaiah, C. (2015). Consumer attitude and behavioural intention towards Internet banking adoption in India. *Journal of Indian Business Research*, 7(1), 67–102. <https://doi.org/10.1108/JIBR-02-2014-0013>
- Boku. (2021). *Mobile Wallets Report*.
- Chawla, D., & Joshi, H. (2019). Consumer attitude and intention to adopt mobile wallet in India – An empirical study. *International Journal of Bank Marketing*, 37(7), 1590–1618. <https://doi.org/10.1108/IJBM-09-2018-0256>
- Cheng, T. C. E., Lam, D. Y. C., & Yeung, A. C. L. (2006). Adoption of internet banking: An empirical study in Hong Kong. *Decision Support Systems*, 42(3), 1558–1572. <https://doi.org/10.1016/J.DSS.2006.01.002>
- Cohen, J. (1988). *Statistical Power Analysis for the Behavioral Sciences Second Edition* (Vol. 2).
- Davis, F. D. (1989). Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology. In *Source: MIS Quarterly* (Vol. 13, Issue 3).
- Fadare, O., Ibrahim, M., & Edogbanya, A. (2016). Journal of Internet Banking and Commerce A Survey on Perceived Risk and Intention of Adopting



- Internet Banking. In *Journal of Internet Banking and Commerce* (Vol. 21, Issue 1). <http://www.icommercecentral.com>
- Featherman, M. S., & Pavlou, P. A. (2003). Predicting e-services adoption: a perceived risk facets perspective. *Int. J. Human-Computer Studies*, 59, 451–474. [https://doi.org/10.1016/S1071-5819\(03\)00111-3](https://doi.org/10.1016/S1071-5819(03)00111-3)
- Ferrika, S. (2021). *Riset UBS Global ungkap OVO kuasai 30% transaksi pembayaran digital di Indonesia*. <https://keuangan.kontan.co.id/news/riset-ubs-global-ungkap-ovo-kuasai-30-transaksi-pembayaran-digital-di-indonesia>
- Forsythe, S., Liu, C., Shannon, D., Liu, A., & Gardner, C. (2006). 55 Development Of A Scale To Measure The Perceived Benefits And Risks Of Online Shopping. *Journal Of Interactive Marketing*, 20. <https://doi.org/10.1002/dir.20061>
- Fulgoni, G., & Lipsman, A. (2016). The future of retail is mobile: how mobile marketing dynamics are shaping the future of retail. *J Advert Res*.
- Giovanis, A. N., Binioris, S., & Polychronopoulos, G. (2012). An extension of TAM model with IDT and security/privacy risk in the adoption of internet banking services in Greece. *EuroMed Journal of Business*, 7(1), 24–53. <https://doi.org/10.1108/14502191211225365/FULL/PDF>
- Hair, J. F., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2011). PLS-SEM: Indeed a silver bullet. *Journal of Marketing Theory and Practice*, 19(2), 139–152. <https://doi.org/10.2753/MTP1069-6679190202>
- Hair, J. F., Risher, J. J., Sarstedt, M., & Ringle, C. M. (2019). When to use and how to report the results of PLS-SEM. *European Business Review*, 31(1), 2–24. <https://doi.org/10.1108/EBR-11-2018-0203>
- Hair, J. F., Sarstedt, M., Hopkins, L., & Kuppelwieser, V. G. (2014). Partial least squares structural equation modeling (PLS-SEM): An emerging tool in business research. In *European Business Review* (Vol. 26, Issue 2, pp. 106–121). Emerald Group Publishing Ltd. <https://doi.org/10.1108/EBR-10-2013-0128>
- Helmi. (2021). *Kuartal IV 2020, Ekonomi Indonesia Masih Kontraksi -2,07%*. <https://bisnisnews.id/detail/berita/kuartal-iv-2020-ekonomi-indonesia-masih-kontraksi-207>
- Jakpat. (2021). *Indonesia Digital Wallet Trend 2020*.

- Kim, B. (2011). Understanding Antecedents of Continuance Intention in Social-Networking Services. *Https://Home.Liebertpub.Com/Cyber, 14(4)*, 199–205. <https://doi.org/10.1089/CYBER.2010.0009>
- Kim, G. S., Park, S. B., & Oh, J. (2008). An examination of factors influencing consumer adoption of short message service (SMS). *Psychology & Marketing, 25(8)*, 769–786. <https://doi.org/10.1002/MAR.20238>
- LeeMing-Chi. (2009). Factors influencing the adoption of internet banking. *Electronic Commerce Research and Applications, 8(3)*, 130–141. <https://doi.org/10.1016/J.ELERAP.2008.11.006>
- Liu, Y., Yang, Y., & Li, H. (2012). *A Unified Risk-Benefit Analysis Framework For Investigating Mobile Payment Adoption*. 20. <http://aisel.aisnet.org/icmb2012http://aisel.aisnet.org/icmb2012/20>
- Naufaldi, I., & Tjokrosaputro, M. (2020). Pengaruh Perceived Ease of Use, Percieved... Pengaruh Perceived Ease Of Use, Perceived Usefulness, dan Trust terhadap Intention To Use. *Jurnal Manajerial Dan Kewirausahaan, II(3)*, 715–722.
- Nor, K. M., Sutanonpaiboon, J., & Mastor, N. H. (2010). Malay, Chinese, and internet banking. *Chinese Management Studies, 4(2)*, 141–153. <https://doi.org/10.1108/17506141011053069/FULL/PDF>
- Oliveira, T., Thomas, M., Baptista, G., & Campos, F. (2016). Mobile payment: Understanding the determinants of customer adoption and intention to recommend the technology. *Computers in Human Behavior, 61*, 404–414. <https://doi.org/10.1016/J.CHB.2016.03.030>
- Peraturan Bank Indonesia Nomor 20/6/PBI/2018 tentang Uang Elektronik*. (2021). <https://www.bi.go.id/id/publikasi/peraturan/Pages/PBI-200618.aspx>
- Pinjol Ilegal Marak Selama Pandemi, Begini Ciri-Cirinya dan Cara Laporkan ke OJK - Bisnis Tempo.co*. (2021). <https://bisnis.tempo.co/read/1497030/pinjol-ilegal-marak-selama-pandemi-begini-ciri-cirinya-dan-cara-lapor-ke-ojk/full&view=ok>
- Putritama, A. (2019). The Mobile Payment Fintech Continuance Usage Intention in Indonesia. *Jurnal Economia, 15(2)*, 243–258. <https://journal.uny.ac.id/index.php/economia>
- Rahman, M. S., Das, S., Hossain, G. M. S., & Tajrin, T. (2021). Teenagers' behavioural intention towards wearable technologies and intention to recommend others: an empirical study in Bangladesh. *Journal of Science*

*and Technology Policy Management*. <https://doi.org/10.1108/JSTPM-05-2020-0088>

Ryu, H. S. (2018). What makes users willing or hesitant to use Fintech?: the moderating effect of user type. *Industrial Management and Data Systems*, 118(3), 541–569. <https://doi.org/10.1108/IMDS-07-2017-0325>

Sangwan, V., Harshita, Prakash, P., & Singh, S. (2020). Financial technology: a review of extant literature. In *Studies in Economics and Finance* (Vol. 37, Issue 1, pp. 71–88). Emerald Group Holdings Ltd. <https://doi.org/10.1108/SEF-07-2019-0270>

Sekaran, U., & Bougie, R. (2013). . *Research methods for business: A skill-building approach* (6th ed.). Wiley.

Sekaran, U., & Bougie, R. (2016). *Research methods for business: A skill-building approach* (7th ed.).

*Selamat Tinggal Cash, Ini Sederet Keuntungan Sistem Pembayaran Digital : Okezone Economy.* (2021). <https://economy.okezone.com/read/2018/08/18/320/1938227/selamat-tinggal-cash-ini-sederet-keuntungan-sistem-pembayaran-digital>

Shen, J. (2012). Social Comparison, Social Presence, and Enjoyment in the Acceptance of Social Shopping Websites. *Journal of Electronic Commerce Research*.

Shiau, H.-C. (2017). The Impact of Product Innovation on Behavior Intention: The Measurement of the Mediating Effect of the Brand Image of Japanese Anime Dolls. *Kamla Raj Enterprises*, 17(3), 777–788. <https://doi.org/10.1080/09720073.2014.11891492>

Shih-Tse Wang, E., & Pei-Yu Chou, N. (2014). Consumer Characteristics, Social Influence, and System Factors on Online Group Buying Repurchasing Intention. Graduate institute of bio-industry management. *Journal of Electronic Commerce Research*, 15. [www.ihergo.com.tw](http://www.ihergo.com.tw)

Shin, S., & Lee, W.-J. (2021). Factors affecting user acceptance for NFC mobile wallets in the U.S. and Korea. *Innovation & Management Review*, ahead-of-print(ahead-of-print). <https://doi.org/10.1108/inmr-02-2020-0018>

Sivathanu, B. (2019). Adoption of digital payment systems in the era of demonetization in India: An empirical study. *Journal of Science and Technology Policy Management*, 10(1), 143–171. <https://doi.org/10.1108/JSTPM-07-2017-0033>

- Sobti, N. (2019). Impact of demonetization on diffusion of mobile payment service in India: Antecedents of behavioral intention and adoption using extended UTAUT model. *Journal of Advances in Management Research*, 16(4), 472–497. <https://doi.org/10.1108/JAMR-09-2018-0086>
- Sondakh, J. J. (2017). Behavioral Intention to Use E-Tax Service System: An Application of Technology Acceptance Model. *European Research Studies Journal*, XX, 48–64.
- Sukis Warningsih, & Nuryasman MN. (2021). Determining Factors of Digital Wallet Usage. *Jurnal Manajemen*, 25(2), 271. <https://doi.org/10.24912/jm.v25i2.740>
- Venkatesh, V., Morris, M. G., Davis, G. B., & Davis, F. D. (2003). User acceptance of information technology: Toward a unified view. *MIS Quarterly: Management Information Systems*, 27(3), 425–478. <https://doi.org/10.2307/30036540>
- Venkatesh, V., Thong, J. Y. L., & Xu, X. (2012). Consumer acceptance and use of information technology: Extending the unified theory of acceptance and use of technology. *MIS Quarterly: Management Information Systems*, 36(1), 157–178. <https://doi.org/10.2307/41410412>
- Wawan, A., & Dewi, M. (2010). *Teori & Pengukuran Pengetahuan Sikap Dan Prilaku Manusia* (Cetakan 2). Nuha Medika.
- Wibowo, A. (2021). *Presiden Tetapkan COVID-19 Sebagai Bencana Nasional - BNPB*. <https://bnpb.go.id/berita/presiden-tetapkan-covid19-sebagai-bencana-nasional>
- Widyanto, H. A., Kusumawardani, K. A., & Septyawanda, A. (2020). Encouraging Behavioral Intention To Use Mobile Payment: An Extension Of Utaut2. *Jurnal Muara Ilmu Ekonomi Dan Bisnis*, 4(1), 87. <https://doi.org/10.24912/jmieb.v4i1.7584>
- Wu, J., Liu, L., & Huang, L. (2016). Exploring User Acceptance Of Innovative Mobile Payment Service In Emerging Market: The Moderating Effect Of Diffusion Stages Of Wechat Payment In China. *PACIS 2016 Proceedings*. <https://aisel.aisnet.org/pacis2016/238>
- Yang, H., Yu, J., Zo, H., & Choi, M. (2016). User acceptance of wearable devices: An extended perspective of perceived value. *Telematics and Informatics*, 33(2), 256–269. <https://doi.org/10.1016/J.TELE.2015.08.007>

## DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Nama : Marcelina Audrina Tiffany  
Jenis Kelamin : Perempuan  
Kewarganegaraan : Indonesia  
Agama : Katolik  
Tempat / Tanggal Lahir : Yogyakarta, 14 Maret 2000  
Alamat : Jl. Ruby Utara 1 No.55, Gading Serpong,  
Tangerang Selatan  
Riwayat Pendidikan :

2018 - Sekarang	Universitas Tarumanagara
2015 - 2018	SMAK Penabur Gading Serpong
2012 - 2015	SMPK Penabur Gading Serpong
2008 - 2012	SD Dian Harapan Lippo Village
2007 - 2008	SD Gracia Lippo Village
2006 - 2007	SD Education 21
2004 - 2006	TK Mutiara Persada

# HASIL PEMERIKSAAN TURNITIN

12/31/21, 11:45 AM

Turnitin

**Turnitin Originality Report**

Processed on: 31-Dec-2021 11:00 WIB  
ID: 1736575389  
Word Count: 12669  
Submitted: 1

**PENGARUH SOSIAL, PERSEPSI KEGUNAAN, DAN RISIKO KEUANGAN TERHADAP MINAT PENGGUNAAN OVO By Sm Marcelina Audrina Tiffany**



(Lerbin R. Aritonang R.)  
Manajemen Litbang FE UNTAR

Similarity Index	Similarity by Source
<b>8%</b>	Internet Sources: 8% Publications: 1% Student Papers: N/A

1% match (Internet from 02-Dec-2021) <a href="http://repository.untar.ac.id/28616/1/Sukis%20Warningsih%20115170469%20JA.pdf">http://repository.untar.ac.id/28616/1/Sukis%20Warningsih%20115170469%20JA.pdf</a>
1% match (Internet from 02-Dec-2021) <a href="http://repository.untar.ac.id/29496/1/IVAN%20NAUFALDI%20115150455%20JA.pdf">http://repository.untar.ac.id/29496/1/IVAN%20NAUFALDI%20115150455%20JA.pdf</a>
1% match (Internet from 28-Oct-2021) <a href="http://repository.untar.ac.id/13368/1/bukti%20penelitian_10191031_10A210730.pdf">http://repository.untar.ac.id/13368/1/bukti%20penelitian_10191031_10A210730.pdf</a>
1% match (Internet from 23-Nov-2021) <a href="https://www.researchgate.net/publication/320470564_Factors_influencing_the_behavioral_intention_to_use_food_delivery_ar">https://www.researchgate.net/publication/320470564_Factors_influencing_the_behavioral_intention_to_use_food_delivery_ar</a>
1% match (Internet from 28-Dec-2021) <a href="https://www.sciencegate.app/document/10.2196/26063">https://www.sciencegate.app/document/10.2196/26063</a>
1% match (Internet from 20-Jan-2020) <a href="http://eprints.perbanas.ac.id/6056/6/BAB%20II.pdf">http://eprints.perbanas.ac.id/6056/6/BAB%20II.pdf</a>
1% match (Internet from 11-Nov-2020) <a href="http://lib.ibs.ac.id/materi/Prosiding/SNA%20XVI/makalah/sesi%201.pdf">http://lib.ibs.ac.id/materi/Prosiding/SNA%20XVI/makalah/sesi%201.pdf</a>
1% match (Internet from 14-Dec-2021) <a href="https://journal.untar.ac.id/index.php/JMDK/article/download/13472/8227">https://journal.untar.ac.id/index.php/JMDK/article/download/13472/8227</a>
1% match (Internet from 28-Jul-2021) <a href="https://jurnal.syntax-idea.co.id/index.php/syntax-idea/article/download/1306/811/">https://jurnal.syntax-idea.co.id/index.php/syntax-idea/article/download/1306/811/</a>
1% match (Internet from 04-Nov-2020) <a href="https://dspace.uii.ac.id/bitstream/handle/123456789/17997/15312538.pdf?isAllowed=y&amp;sequence=13">https://dspace.uii.ac.id/bitstream/handle/123456789/17997/15312538.pdf?isAllowed=y&amp;sequence=13</a>
1% match (Internet from 12-Nov-2020) <a href="http://repository.ub.ac.id/20471/Maharani%20Essraningtyas.pdf">http://repository.ub.ac.id/20471/Maharani%20Essraningtyas.pdf</a>
<p>SKRIPSI PENGARUH SOSIAL, PERSEPSI KEGUNAAN, DAN RISIKO KEUANGAN TERHADAP MINAT PENGGUNAAN OVO DIAJUKAN OLEH: NAMA: MARCELINA AUDRINA TIFFANY NIM: 115180197 UNTUK MEMENUHI SEBAGIAN DARI SYARAT – SYARAT GUNA MENCAPAI GELAR SARJANA EKONOMI PROGRAM STUDI SI MANAJEMEN FAKULTAS EKONOMI &amp; BISNIS UNIVERSITAS TARUMANAGARA JAKARTA 2021 BAB I PENDAHULUAN A. Permasalahan 1. Latar Belakang Masalah Dampak dari pandemi Covid -19 telah dirasakan oleh seluruh dunia, tidak terkecuali Indonesia. Presiden Joko Widodo telah menetapkan pandemi virus corona ini sebagai bencana nasional melalui penerbitan Keputusan Presiden Nomor 12 Tahun 2020 (Wibowo, 2021). Sektor perekonomian dari Indonesia pun tidak luput dari dampak pandemi ini. Perekonomian Indonesia triwulan IV pada tahun 2020 terhadap triwulan IV pada tahun 2019 mengalami kontraksi pertumbuhan sebesar 2,19% (Helmi, 2021). Gambar 1.1 Grafik Pertumbuhan Ekonomi Indonesia Triwulan IV-2020 Sumber: (Badan Pusat Statistik, 2021) Selama pandemi, penggunaan digital payment di Indonesia terus meningkat. Salah satu digital payment di Indonesia, yaitu OVO memiliki peningkatan performa dan pangsa pasar yang mencapai 31% di tahun 2020, yaitu naik 20% sebelumnya di tahun 2019 (Ferrika, 2021). Menurut Mobile Wallets Report (2021), OVO sendiri telah memimpin dalam sektor digital payment dengan pangsa pasar sebesar 38,2%. Pangsa Pasar ditahun 2020 6.90% OVO 12.20% ShopeePay 38.20% LinkAja 13.20% Gopay 13.90% Dana 15.60% Lainnya Gambar 1.2 Grafik Pangsa Pasar ditahun 2020 Sumber: (Mobile Wallets Report, 2021) Pembayaran digital adalah bagian dari teknologi keuangan yang diperkirakan akan berdampak pada moneter stabilitas dan sistem keuangan (Oliveira et al., 2016). Teknologi keuangan mengacu pada penerapan computer dan teknologi digital yang relevan dalam jasa keuangan (Sangwan et al., 2020). Pemerintah menerbitkan Kebijakan Peraturan Bank Indonesia Nomor 20/6/PBI/2018 mengenai uang elektronik, dimana kebijakan tersebut menghimbau masyarakat untuk menggunakan digital payment sebagai sistem pembayaran mereka (BI, 2021). Hal ini didukung juga dengan adanya pandemi covid-19 yang mengharuskan masyarakat untuk mengurangi kontak fisik secara langsung. Menurut survey yang dilakukan oleh Jakpat (2021) bahwa mayoritas pengguna digital payment adalah remaja dibawah umur 25 tahun, yaitu hampir 37% dari total keseluruhan pengguna di Indonesia. Gambar 1.3 Survey Pengguna Digital Payment di Indonesia Sumber: (Jakpat, 2021) Berdasarkan penelitian Widyanto et al. (2020), bahwa pengaruh sosial (social influence), hedonic motivation, dan trust mempengaruhi behavioral intention (minat penggunaan) digital payment secara langsung. Selain itu, penelitian yang dilakukan oleh Warningsih &amp; Nuryasman (2021) mengungkapkan bahwa perceived usefulness (Persepsi kegunaan) dan trust berpengaruh positif terhadap niat penggunaan digital payment. Terdapat juga penelitian yang dilakukan oleh Putritama (2019), bahwa risiko keuangan memiliki pengaruh pada niat kelanjutan penggunaan pembayaran seluler FinTech. Selain</p>

[https://www.turnitin.com/newreport\\_printview.asp?eq=1&eb=1&esm=1&oid=1736575389&sid=0&n=0&m=2&svr=27&r=19.317404253384353&l...](https://www.turnitin.com/newreport_printview.asp?eq=1&eb=1&esm=1&oid=1736575389&sid=0&n=0&m=2&svr=27&r=19.317404253384353&l...) 1/13