

SKRIPSI

**PENGARUH PERSEPSI KEMUDAHAN PENGGUNAAN,
MANFAAT YANG DIRASAKAN SERTA PENGARUH SOSIAL
TERHADAP NIAT PERILAKU PADA KONSUMEN OVO DI
JAKARTA BARAT**



DIAJUKAN OLEH :

**NAMA : KEVIN NATHANIEL
NPM : 115150064**

**UNTUK MEMENUHI SEBAGIAN DARI SYARAT-SYARAT
GUNA MENCAPAI GELAR SARJANA EKONOMI
PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN**

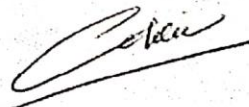
**UNIVERSITAS TARUMANAGARA
FAKULTAS EKONOMI
JAKARTA
2020**

UNIVERSITAS TARUMANAGARA
FAKULTAS EKONOMI
JAKARTA

HALAMAN TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI

NAMA : KEVIN NATHANIEL
NO. MAHASISWA : 115150064
PROGRAM/JURUSAN : SI/MANAJEMEN
BIDANG KOSENTRASI : MANAJEMEN PEMASARAN
JUDUL SKRIPSI : PENGARUH PERSEPSI KEMUDAHAN
PENGUNAAN, MANFAAT PERILAKU
DAN PENGARUH SOSIAL TERHADAP
NIAT PERILAKU PADA KONSUMEN OVO
DI JAKARTA BARAT

Jakarta, 27 Desember 2019
Pembimbing,



(Dr. Cokki, S.E, M.M.)

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS TARUMANAGARA
JAKARTA

TANDA PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Kevin Nathaniel
NIM : 115150064
Program Studi : SI Manajemen

Judul Skripsi

PENGARUH PERSEPSI KEMUDAHAN PENGGUNAAN, MANFAAT YANG DIRASAKAN
DAN PENGARUH SOSIAL TERHADAP NIAT PERILAKU PADA KONSUMEN OVO DI
JAKARTA BARAT

Telah diuji pada Ujian Skripsi dan Komprehensif tanggal 29 Januari 2020 dan dinyatakan lulus,
dengan tim penguji yang terdiri atas:

1. Ketua : Edalmen S.E., M.M.
2. Anggota : Dr. Cokki S.E., M.M.
Dra. Khairina Natsir M.M.

Jakarta, 12 Februari 2020

Pembimbing



(Dr. Cokki S.E., M.M.)

UNIVERSITAS TARUMANAGARA
FAKULTAS EKONOMI
JAKARTA

ABSTRAK

- (A) KEVIN NATHANIEL
- (B) PENGARUH PERSEPSI KEMUDAHAN PENGGUNAAN, MANFAAT YANG DIRASAKAN, DAN PENGARUH SOSIAL TERHADAP NIAT PERILAKU PADA KONSUMEN OVO DI JAKARTA BARAT
- (C) xvi + 71 Halaman, 2019, Tabel 44, Gambar 5, Lampiran 16
- (D) MANAJEMEN PEMASARAN
- (E) **Abstrak** : Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui apakah persepsi kemudahan penggunaan, manfaat yang dirasakan, dan pengaruh sosial terhadap niat perilaku pada konsumen OVO di Jakarta Barat. Populasi penelitian ini adalah orang yang pernah atau sudah memakai OVO. Ukuran Sampel dengan menggunakan teknik *convenience* yang dibagikan kepada 100 orang responden. Data diproses dengan menggunakan program *Structural Equation Modeling (PLS-SEM)*. Hasil dari penelitian ini adalah persepsi kemudahan penggunaan dan pengaruh sosial memiliki prediksi yang signifikan terhadap niat perilaku, serta manfaat yang dirasakan memiliki prediksi signifikan terhadap persepsi kemudahan penggunaan sedangkan manfaat yang dirasakan memiliki prediksi yang tidak signifikan terhadap niat perilaku.
- (F) Daftar Acuan 38 (1970-2019)
- (G) Dr. Cokki, S.E., M.M.
- (H)

UNIVERSITAS TARUMANAGARA
FAKULTAS EKONOMI
JAKARTA

ABSTRACT

- (A) KEVIN NATHANIEL
- (B) *THE INFLUENCE OF PERCEIVED EASE OF USE, PERCEIVED USEFULNESS AND SOCIAL INFLUENCE TO BEHAVIORIAL INTENTION ON OVO IN WEST JAKARTA*
- (C) xvi + 71 Halaman, 2019, Tabel 44, Gambar 5, Lampiran 16
- (D) MANAJEMEN PEMASARAN
- (E) ***Abstract:*** *The purpose of this research is to determine whether perceived ease of use, perceived usefulness, and social influence towards behaviorial intention at OVO customers in West Jakarta. The population of this research is people who have or use OVO. The sample size using convenience techniques distributed to 100 respondents. Data is processed using the Structural Equation Modeling (PLS-SEM). The results of this research are perceived ease of use and social influence that have a significant prediction of behaviorial intention, and perceived usefulness have a significant prediction of perceived ease of use while perceived usefulness has a non-significant prediction of behaviorial intention.*
- (F) *References* 38 (1970-2019)
- (G) Dr. Cokki, S.E., M.M.