

PENGARUH *INFORMATION VALUE*, *TRANSACTION VALUE*, *SOCIAL VALUE* TERHADAP *USER ATTITUDE* DAN *BEHAVIORAL INTENTION* PADA PENGGUNA *OVO DIGITAL WALLET* DI SURABAYA



OLEH :

FIRLLY SAGITA PUTRI

3103015204

JURUSAN MANAJEMEN

FAKULTAS BISNIS

UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA

SURABAYA

2018

**PENGARUH *INFORMATION VALUE*, *TRANSACTION VALUE*,
SOCIAL VALUE TERHADAP *USER ATTITUDE* DAN *BEHAVIORAL
INTENTION* PADA PENGGUNA *OVO DIGITAL WALLET*
DI SURABAYA**

SKRIPSI

Diajukan kepada

FAKULTAS BISNIS

UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA SURABAYA

Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen
Jurusan Manajemen

OLEH :

FIRLLY SAGITA PUTRI

3103015204

JURUSAN MANAJEMEN

FAKULTAS BISNIS

UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA

SURABAYA

2018

HALAMAN PERSETUJUAN

SKRIPSI

**PENGARUH *INFORMATION VALUE*, *TRANSACTION VALUE*,
SOCIAL VALUE TERHADAP *USER ATTITUDE* DAN *BEHAVIORAL*
INTENTION PADA PENGGUNA *OVO DIGITAL WALLET*
DI SURABAYA**

Oleh :

FIRLLY SAGITA PUTRI

3103015204

Telah Disetujui dan Diterima untuk Diajukan Kepada Tim Penguji

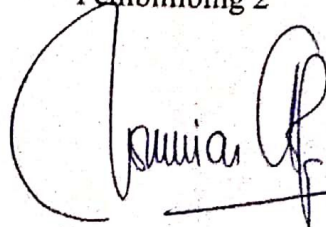
Pembimbing 1



Drs.ec. Yulius Koesworo, M.M

Tanggal : ..11/1/2019.....

Pembimbing 2



Monica Adjeng, S.Sos.,MM

Tanggal : ..11/1/2019.....

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi yang ditulis oleh Firly Sagita Putri dengan NRP. 3103015204. Telah diuji pada tanggal 24 Januari 2019 dan dinyatakan LULUS oleh Tim Penguji.

Ketua Tim Penguji



Drs.ec. Yulius Koesworo, M.M
NIK. 311.89.0152

Mengetahui



Dekan
UNIVERSITAS MANDALA SIRIHATI
KALIJATI BINTANG

Dr. Lodovicus Lasdi, M.M
NIK. 321. 99. 0370

Ketua Jurusan



Robertus Sigit H.L, SE.,M.Se
NIK: 311.11.0678

**PERNYATAAN KEASLIAN DAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
KARYA ILMIAH**

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Firilly Sagita Putri

NRP : 3103015204

Judul : *PENGARUH INFORMATION VALUE, TRANSACTION VALUE, SOCIAL VALUE TERHADAP USER ATTITUDE DAN BEHAVIORAL INTENTION PADA PENGGUNA OVO DIGITAL WALLET DI SURABAYA*

Menyatakan bahwa tugas akhir ini adalah ASLI karya Tulis saya. Apabila karya ini merupakan plagiarism, saya bersedia menerima sanksi yang akan diberikan oleh Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.

Saya menyetujui bahwa karya tulis ini dipublikasikan atau ditampilkan di internet atau media lain (*Digital Library* Perpustakaan Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya) untuk kepentingan akademik sesuai dengan Hak Cipta.

Demikian pernyataan keaslian dan persetujuan publikasi karya ilmiah ini saya buat dengan sebenarnya.

Surabaya, 2018

Yang menyatakan,

A yellow postage stamp with the text "METERAI TEMPEL" at the top, "6000" in large numbers, and "ENAM RIBU RUPIAH" at the bottom. A signature is written over the stamp.

Firilly Sagita Putri

KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa atas anugerahNya. Limpahan kasi, karunia dan rahmatNya yang selalu diberikan kepada penulis sehingga dapat menyusun dan menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh *Information Value, Social Value, Transaction Value* Terhadap *User Attitude* dan *Behavioral Intention* Pada Pengguna Aplikasi *OVO Digital Wallet* di Surabaya” yang dapat selesai dengan tepat waktu.

Dan tidak hanya itu saja, skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik berkat dukungan dan bantuan dari berbagai pihak yang secara langsung maupun tidak langsung membantu penyusunan skripsi ini. Oleh karena itu, penulis ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bpk. Dr. Lodovicus Lasdi, MM selaku Dekan Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.
2. Bpk. Robertus Sigit H.L., SE., M.Sc selaku Ketua Jurusan Manajemen Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.
3. Bpk. Drs. Ec. Julius Koesworo, MM selaku dosen pembimbing yang telah meluangkan waktunya untuk membimbing, memberikan pengarahan dan ide cemerlang yang sangat berguna sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
4. Ibu. Monica Adjeng Erwin, S.Sos., MM selaku dosen pembimbing yang juga telah meluangkan waktunya untuk membimbing, memberikan pengajaran dan pengarahan yang sangat membantu, ide dan saran-saran yang sangat berguna. Terima kasih kepada Bu adjeng yang senantiasa sabar dan tidak pernah marah atas kesalahan-kesalahan yang penulis lakukan.
5. Semua dosen dan tata usaha Universitas Katolik Widya Mandala yang selama ini telah banyak membantu penulis dalam banyak hal.

6. Staff Perpustakaan Universitas Katolik Widya Mandala yang selalu memberikan fasilitas yang nyaman untuk mengerjakan skripsi.
7. Papa Yuswo dan Mama Wiwiwk. Terima kasih untuk papa dan mama yang selama ini telah memberikan doa dan membiayai sekolah dan selalu mengusahakan yang terbaik bagi anak-anaknya. Terima kasih untuk selalu mengingatkan terus berjuang dan bersemangat, motivasi serta dukungan yang sangat besar dalam menyelesaikan skripsi ini.
8. Kakak Winda, Kakak Bella, Adik Guntur dan Dhefin yang selalu mengingatkan untuk terus berjuang dan bersemangat, memberikan doa, motivasi serta dukungan yang besar dalam menyelesaikan skripsi ini.
9. Warga BAAK baik Student Staff maupun Staff Internal yang selalu memberikan pengertian, dukungan serta doa bagi penulis untuk menyelesaikan skripsi ini.
10. Kawan-kawan di grup Bimbingan Pak Koes, Doping 2 Bu Adjeng, IIA, Ngosip Comeback, Fam Artis, Class E, Asdos Manajemen dan Belajar Bersama atas bantuan, dukungan, doa, motivasi, saran, kasih sayang, dan keceriaan untuk kelancaran skripsi ini. Terima kasih untuk yang selalu berbagi ide-ide dan informasi yang berarti serta yang memberikan kesabaran dan ketulusannya menemani penulis dalam penyelesaian skripsi ini.
11. Terima kasih kepada lagu-lagu Wanna One dan IU yang selalu menemani dan memberikan motivasi serta semangat kepada penulis dalam pengerjaan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa tugas akhir ini masih jauh dari sempurna, oleh karena itu kritik maupun saran yang membangun sangat diharapkan demi perbaikan skripsi ini. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat dan berguna bagi pihak yang memerlukannya.

Surabaya, Januari 2019

Penulis

DAFTAR ISI

| | |
|---|------|
| HALAMAN JUDUL..... | |
| HALAMAN PERSETUJUAN..... | i |
| HALAMAN PENGESAHAN..... | ii |
| PERNYATAAN KEASLIAN DAN PERSETUJUAN PUBLIKASI | iii |
| KATA PENGANTAR | iv |
| DAFTAR ISI..... | vii |
| DAFTAR TABEL..... | x |
| DAFTAR GAMBAR | xi |
| DAFTAR LAMPIRAN..... | xii |
| ABSTRAK | xiii |
| ABSTRACT..... | xiv |
| BAB 1 PENDAHULUAN | 1 |
| 1.1. Latar Belakang | 1 |
| 1.2. Perumusan Masalah | 8 |
| 1.3. Tujuan Penelitian | 8 |
| 1.4. Manfaat Penelitian | 9 |
| 1.5. Sistematika Penulisan | 9 |
| BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA | 11 |
| 2.1. Landasan Teori..... | 11 |
| 2.1.1. <i>Information Value</i> | 11 |
| 2.1.2. <i>Transaction Value</i> | 13 |
| 2.1.3. <i>Social Value</i> | 13 |
| 2.1.4. <i>User Attitude</i> | 14 |
| 2.1.5. <i>Behavioral Intention</i> | 16 |
| 2.2. Penelitian Terdahulu | 17 |
| 2.3. Pengembangan Hipotesis | 20 |

| | | |
|--------|--|----|
| 2.3.1. | Pengaruh Variabel <i>Perceived Value (Perceived Information Value, Transaction Value dan Social Value)</i> Terhadap <i>User Attitude</i> | 20 |
| 2.3.2. | Pengaruh Variabel <i>User Attitude</i> Terhadap <i>Behavioral Intention</i> | 21 |
| 2.4. | Model Penelitian | 22 |
| 2.5. | Hipotesis Penelitian | 22 |
| BAB 3 | METODE PENELITIAN..... | 23 |
| 3.1. | Desain Penelitian..... | 23 |
| 3.2. | Identifikasi, Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel..... | 23 |
| 3.2.1. | Variabel Independen (<i>Information Value, Social Value, Transaction Value</i>) | 23 |
| 3.2.2. | Variabel Dependen (<i>User Attitude dan Behavioral Intention</i>) | 25 |
| 3.2.3. | Pengukuran Variabel | 26 |
| 3.3. | Jenis dan Sumber Data | 26 |
| 3.4. | Metode Pengumpulan Data | 26 |
| 3.5. | Populasi, Sampel dan Teknik Penyampelan | 27 |
| 3.6. | Teknik Analisis Data..... | 29 |
| 3.6.1. | Uji Normalitas Data | 29 |
| 3.6.2. | Uji Kecocokan Model Keseluruhan | 30 |
| 3.6.3. | Uji Validitas | 32 |
| 3.6.4. | Uji Reliabilitas | 32 |
| 3.6.5. | Uji Kecocokan Model Struktural | 33 |
| 3.6.6. | Uji Hipotesis | 33 |
| BAB 4 | ANALISIS DAN PEMBAHASAN | 34 |
| 4.1. | Gambaran Umum Objek Penelitian | 34 |
| 4.1.1. | Pengguna aplikasi OVO <i>digital wallet</i> | 34 |
| 4.1.2. | Domisili Responden | 34 |
| 4.1.3. | Frekuensi penggunaan aplikasi OVO <i>digital wallet</i> | 35 |
| 4.1.4. | Jenis Kelamin | 36 |

| | |
|---|----|
| 4.1.5. Usia..... | 36 |
| 4.1.6. Pendidikan | 37 |
| 4.1.7. Status/Pekerjaan..... | 37 |
| 4.2. Deskripsi Data..... | 38 |
| 4.2.1. Statistik Deskriptif Variabel <i>Information Value</i> | 39 |
| 4.2.2. Statistik Deskriptif Variabel <i>Transaction Value</i> | 40 |
| 4.2.3. Statistik Deskriptif Variabel <i>Social Value</i> | 41 |
| 4.2.4. Statistik Deskriptif Variabel <i>User Attitude</i> | 42 |
| 4.2.5. Statistik Deskriptif Variabel <i>Behavioral Intention</i> | 42 |
| 4.3. Hasil Analisis Data | 44 |
| 4.3.1. Uji Normalitas | 44 |
| 4.3.2. Uji Kecocokan Model Keseluruhan | 46 |
| 4.3.3. Uji Validitas..... | 46 |
| 4.3.4. Uji Realibilitas | 47 |
| 4.3.5. Uji Kecocokan Model Struktural..... | 49 |
| 4.3.6. Uji Hipotesis | 50 |
| 4.4. Pembahasan..... | 51 |
| 4.4.1. Pengaruh <i>Information Value</i> terhadap <i>User Attitude</i> | 51 |
| 4.4.2. Pengaruh <i>Transaction Value</i> terhadap <i>User Attitude</i> | 52 |
| 4.4.3. Pengaruh <i>Social Value</i> terhadap <i>User Attitude</i> | 54 |
| 4.4.4. Pengaruh <i>User Attitude</i> terhadap <i>Behavioral Intention</i> | 55 |
| BAB 5 KESIMPULAN, KETERBATASAN DAN SARAN..... | 57 |
| 5.1. Kesimpulan..... | 57 |
| 5.2. Keterbatasan | 58 |
| 5.3. Saran | 58 |
| DAFTAR PUSTAKA | |
| LAMPIRAN..... | |

DAFTAR TABEL

| | |
|--|----|
| Tabel 1.1. Jumlah Transaksi Uang Elektronik di Indonesia | 2 |
| Tabel 1.2. Lembaga Penerbit Uang Elektronik di Indonesia | 3 |
| Tabel 2.1. Penelitian Terdahulu | 17 |
| Tabel 3.1. Uji Kecocokan Keseluruhan Model..... | 31 |
| Tabel 4.1. Pengguna Aplikasi OVO <i>digital wallet</i> | 34 |
| Tabel 4.2. Domisili Responden..... | 35 |
| Tabel 4.3. Frekuensi penggunaan aplikasi OVO <i>digital wallet</i> di Surabaya | 35 |
| Tabel 4.4. Jenis Kelamin..... | 36 |
| Tabel 4.5. Usia | 36 |
| Tabel 4.6. Pendidikan Terakhir | 37 |
| Tabel 4.7. Status/Pekerjaan | 38 |
| Tabel 4.8. Interval Rata-rata Skor | 38 |
| Tabel 4.9 Statistik Deskriptif Variabel <i>Information Value</i> | 39 |
| Tabel 4.10. Statistik Deskriptif Variabel <i>Transaction Value</i> | 40 |
| Tabel 4.11. Statistik Deskriptif Variabel <i>Social Value</i> | 41 |
| Tabel 4.12. Statistik Deskriptif Variabel <i>User Attitude</i> | 42 |
| Tabel 4.13. Statistik Variabel <i>Behavioral Intention</i> | 43 |
| Tabel 4.14. Hasil Uji Normalitas Data <i>Univariate</i> | 44 |
| Tabel 4.15. <i>Test of Multivariate Normality for Continuous Variables</i> | 45 |
| Tabel 4.16. Ikhtisar <i>Goodness of Fit</i> Indeks | 46 |
| Tabel 4.17. Hasil Uji Validitas..... | 47 |
| Tabel 4.18. Hasil Perhitungan Uji <i>Construct Reliability</i> | 48 |
| Tabel 4.19 <i>Structural Equation</i> | 49 |
| Tabel 4.20 Pengujian Hipotesis | 50 |

DAFTAR GAMBAR

| | |
|--|----|
| Gambar 1.1. Jalur Pembayaran yang Memiliki Peningkatan | 2 |
| Gambar 1.2. Lima Jenis Harapan Terbesar Konsumen pada Sistem Pembayaran Non Tunai di Masa Depan | 5 |
| Gambar 2.1. Model Penelitian | 22 |

DAFTAR LAMPIRAN

| | |
|-------------|--|
| Lampiran 1. | Kuesioner |
| Lampiran 2. | Data Responden |
| Lampiran 3. | Tabel Deskripsi Responden |
| Lampiran 4. | <i>Output Prelis</i> |
| Lampiran 5. | <i>Output Lisrel</i> |
| Lampiran 6. | <i>Path Diagram T-Value</i> |
| Lampiran 7. | <i>Path Diagram Standardize Solution</i> |
| Lampiran 8. | <i>Path Diagram Estimates</i> |

**PENGARUH *INFORMATION VALUE*, *TRANSACTION VALUE*,
SOCIAL VALUE TERHADAP *USER ATTITUDE* DAN *BEHAVIORAL
INTENTION* PADA PENGGUNA *OVO DIGITAL WALLET*
DI SURABAYA**

ABSTRAK

Perkembangan teknologi modern memberikan dampak bagi kehidupan menjadi lebih praktis, cepat dan ekonomis. Seiring dengan perkembangan teknologi tersebut memunculkan berbagai macam jenis pembayaran elektronik yang ada, salah satu jenisnya adalah *digital wallet*. Di Indonesia sudah banyak produk *digital wallet* yang dikeluarkan oleh pihak bank maupun pihak swasta. OVO, sebagai salah satu produk *digital wallet*. Meskipun OVO sudah diluncurkan sejak tahun 2016, penggunaannya oleh masyarakat masih minim. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh nilai atau *value* yang diberikan oleh aplikasi OVO dapat membuat masyarakat menggunakan *OVO digital wallet* sebagai alternatif pembayaran.

Data responden didapat dari pengisian *form* secara online di *Google form*, yang *link*-nya disebarluaskan melalui media sosial seperti Line, Whatsapp dan Instagram serta penyebaran juga dilakukan secara manual. Target respondennya ialah orang yang menggunakan aplikasi OVO. Dari pengumpulan data selama satu minggu, mulai tanggal 12 November 2018 sampai 19 November 2018, terkumpul sebanyak 150 responden yang telah dilakukan proses seleksi. Data tersebut kemudian dianalisis dengan teknik *Structural Equation Modeling* (SEM) menggunakan software LISREL 8. Hasil pengolahan menunjukkan bahwa *information value*, *transaction value*, *social value* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *user attitude*, serta *user attitude* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *behavioral intention*. Diharapkan aplikasi *OVO digital wallet* dapat memberikan lebih banyak fitur yang tersedia didalam aplikasi sehingga dapat mempengaruhi nilai yang dirasakan oleh konsumen untuk tetap menggunakan maupun merekomendasikan aplikasi.

Kata Kunci : *Information Value*, *Transaction Value*, *Social Value*, *User Attitude*, *Behavioral Intention*.

INFLUENCE OF INFORMATION VALUE, TRANSACTION VALUE,
SOCIAL VALUE ON USER ATTITUDE AND BEHAVIORAL INTENTION IN OVO
USHER DIGITAL WALLET IN SURABAYA

ABSTRACT

The development of modern technology has an impact on culture to be more practical, fast and economical. Along with the development of these technologies, there are various types of electronic payments available, one of which is digital wallet. In Indonesia there are many digital wallet products issued by banks and private parties. OVO, as one of the digital wallet products. Although OVO has been launched since 2016, its use by the community is still minimal. This research was conducted to find out how much influence the value or value provided by the OVO application can make people use OVO digital wallet as an alternative payment.

Respondents data were obtained from filling out forms online on the Google form, whose links were disseminated via social media such as Line, Whatsapp and Instagram and the distribution was also done manually. The target respondents are people who use the OVO application. From data collection for one week, from November 12, 2018 to November 19, 2018, 150 respondents were collected who had been selected. The data was then analyzed using the Structural Equation Modeling (SEM) technique using LISREL 8 software. The results of processing showed that information value, transaction value, social value had a positive and significant effect on user attitude, and user attitude had a positive and significant influence on behavioral intention. It is expected that the OVO digital wallet application can provide more features available within the application so that it can affect the value perceived by consumers to continue to use and recommend the application.

Keywords: Information Value, Transaction Value, Social Value, User Attitude,
Behavioral Intention.