

SKRIPSI

**ANALISIS FAKTOR - FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT
CUSTOMER OVO SEBAGAI ALAT PEMBAYARAN DENGAN
PENDEKATAN *TECHNOLOGY ACCEPTANCE MODEL (TAM)***

Diajukan Untuk Memenuhi Syarat Guna Mencapai Gelar

Sarjana Akuntansi di Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Universitas Katolik Soegijapranata

Semarang



Enrico Setia Abadi

15.G1.0013

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS KATOLIK SOEGIJAPRANATA

SEMARANG

2019

SKRIPSI

**Analisis Faktor- Faktor yang Mempengaruhi Minat *Customer* OVO Sebagai
Alat Pembayaran Dengan Pendekatan *Technology Acceptance Model (TAM)***

Oleh:

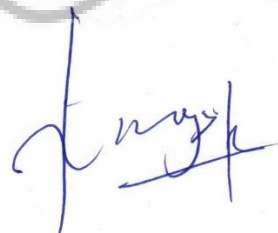
Enrico Setia Abadi

15.G1.0013

Disetujui dan diterima baik oleh pembimbing:

Semarang, 6 Maret 2019

Pembimbing



B. Linggar Yekti Nugraheni, MComm., PhD., CA.

Telah diterima dan disahkan oleh panitian penguji pada:
Selasa, 6 Maret 2019 skripsi dengan judul:

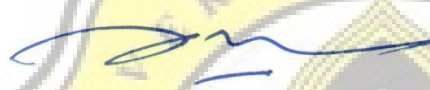
**Analisis Faktor- Faktor yang Mempengaruhi Minat *Customer* OVO Sebagai
Alat Pembayaran Dengan Pendekatan *Technology Acceptance Model (TAM)***

Oleh:

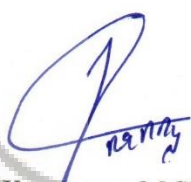
Enrico Setia Abadi

15.G1.0013

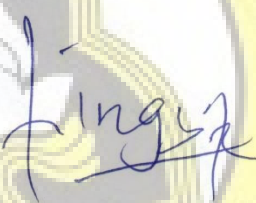
Tim Penguji



(Drs. Hudi Prawoto, MM)



(Freddy Koeswoyo, M.Si., CPA.)



(B. Linggar Yekti Nugraheni, MComm., PhD., CA.)

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Unika Soegijapranata



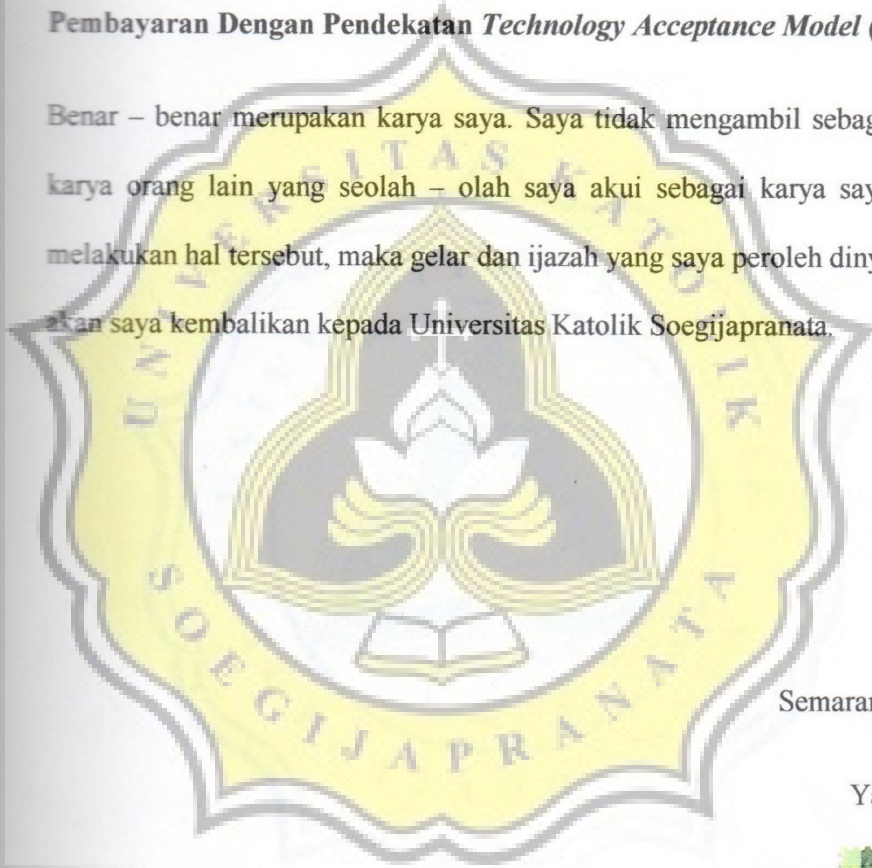
(Dr. Octo Digo Hartomo, SE., Msi., Akt)

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya, yang bertanda tangan dibawah ini dengan sesungguhnya menyatakan bahwa skripsi dengan judul:

Analisis Faktor- Faktor yang Mempengaruhi Minat *Customer* OVO Sebagai Alat Pembayaran Dengan Pendekatan *Technology Acceptance Model (TAM)*

Benar – benar merupakan karya saya. Saya tidak mengambil sebagian atau seluruh karya orang lain yang seolah – olah saya akui sebagai karya saya. Apabila saya melakukan hal tersebut, maka gelar dan ijazah yang saya peroleh dinyatakan batal dan akan saya kembalikan kepada Universitas Katolik Soegijapranata.



Semarang, 6 Maret 2019

Yang menyatakan,



Enrico Setia Abadi

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN DATA SKRIPSI

Saya yang bertandatangan dibawah ini:

Nama : Enrico Setia Abadi
NIM : 15.G1.0013
Alamat Lengkap Di Semarang : Jl. Tanggul Mas Barat 1 no 252
CMA
Nama orang tua : Juli Mulyani Abadi
Nomor Telepon orangtua : 08122911816
Nomor Handphone mahasiswa : 081328773885
Nomor Handphone anggota keluarga terdekat : 081226294541 (Kakak)

Dengan ini menyatakan bahwa seluruh data penelitian yang tertulis dalam skripsi saya yang berjudul **"Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Customer OVO Sebagai Alat Pembayaran Dengan Pendekatan Technology Acceptance Model (TAM)"** Merupakan data yang sebenarnya. Bila suatu saat terbukti bahwa data yang saya cantumkan dalam skripsi adalah data fiktif maka saya bersedia menerima sanksi apapun dari Universitas Katolik Soegijapranata.

Hormat saya,

Semarang, 26 Februari 2019



(Enrico Setia Abadi)

PERSEMBAHAN DAN MOTTO

Skripsi ini dipersembahkan kepada:

1. Tuhan Yesus karena telah memberikan kesempatan, kesehatan, berkat, kasih, kekuatan untuk menjalani masa studi ini.
2. Keluarga yang saya sayangi dan kasihi yaitu Mama, Papa, dan Cicik saya yang selalu memberi bantuan semangat, motivasi, dan doa kepada saya tanpa henti dalam menyelesaikan skripsi ini.
3. Dosen Wali saya yaitu Dr. Agnes Advensia C, SE., M.Si., CA, CPA dengan memberikan motivasi untuk saya dalam membuat skripsi ini.
4. Dosen Pembimbing saya yaitu B. Linggar Yekti Nugraheni, MComm., PhD., CA. yang membantu saya dari awal hingga akhir dalam proses menyelesaikan skripsi ini.
5. Sahabat saya SMA dan Kuliah yang membantu menghibur serta memberi semangat kepada saya.
6. Sahabat sejati saya yaitu Dota 2 dan CSGO yang selalu menemani saya dan menghibur hingga skripsi saya dapat terselesaikan.
7. Teman – Teman dan seluruh dosen akuntansi yang terlibat dalam menyelesaikan skripsi saya.

MOTTO:

Berusaha keras demi mencapai tujuan dalam hidup.

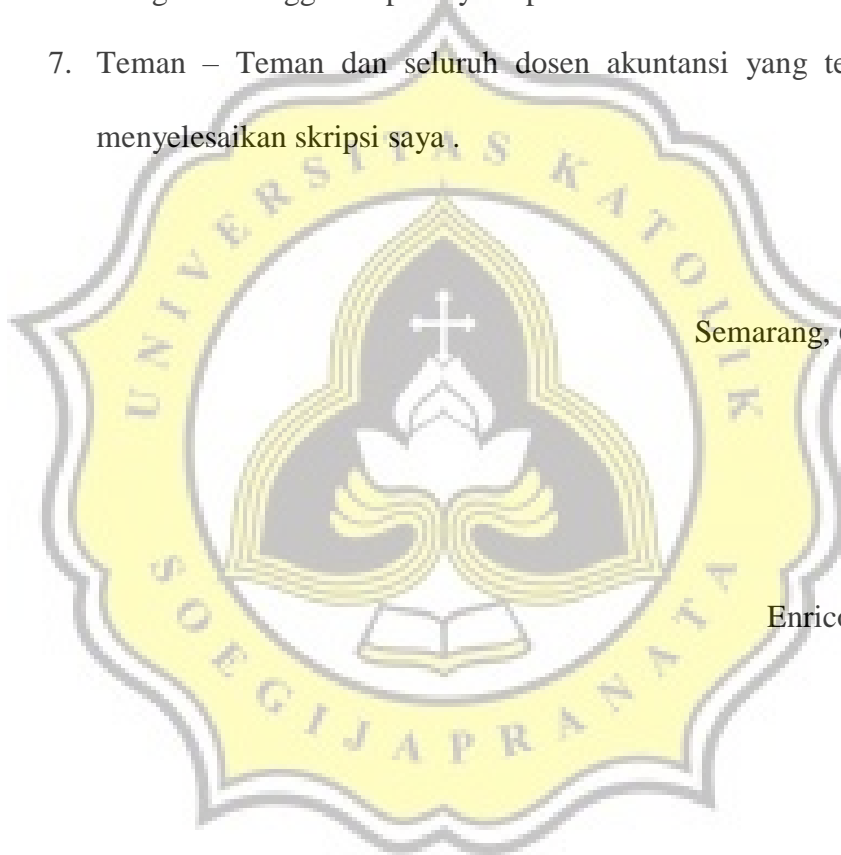
KATA PENGANTAR

Puji Syukur kepada Tuhan yang Maha Esa, penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “**Analisis Faktor- Faktor yang Mempengaruhi Minat Customer OVO Sebagai Alat Pembayaran Dengan Pendekatan *Technology Acceptance Model (TAM)***”. Skripsi ini disusun untuk memenuhi syarat guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis di Unika Soegijapranata, Semarang. Topik ini dipilih karena banyaknya pengguna e-money OVO yang sedang berkembang di kota Semarang yang dimana dengan menggunakan e-money dapat membantu dan mempermudah dalam pembayaran kebutuhan sehari-hari. Skripsi ini berhasil menemukan bukti empiris bahwa persepsi manfaat, persepsi kemudahan, resiko, kepercayaan dan jenis kelamin memiliki pengaruh terhadap minat penggunaan e-money OVO dengan Pendekatan Technology Acceptance Model (TAM).

Selesainya skripsi ini tidak terlepas dari dukungan dan bantuan dari beberapa pihak. Untuk itu penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Tuhan Yesus karena telah memberikan kesempatan, kesehatan, berkat, kasih, kekuatan untuk menjalani masa studi ini.
2. Keluarga yang saya sayangi dan kasihi yaitu Mama, Papa, dan Cicik saya yang selalu memberi bantuan semangat, motivasi, dan doa kepada saya tanpa henti dalam menyelesaikan skripsi ini.
3. Dosen Wali saya yaitu Dr. Agnes Advensia C, SE., M.Si., CA, CPA dengan memberikan motivasi untuk saya dalam membuat skripsi ini.

4. Dosen Pembimbing saya yaitu B. Linggar Yekti Nugraheni, MComm., PhD., CA. yang membantu saya dari awal hingga akhir dalam proses menyelesaikan skripsi ini.
5. Sahabat saya SMA dan Kuliah yang membantu menghibur serta memberi semangat kepada saya.
6. Sahabat sejati saya yaitu Dota 2 yang selalu menemani saya dan menghibur hingga skripsi saya dapat terselesaikan.
7. Teman – Teman dan seluruh dosen akuntansi yang terlibat dalam menyelesaikan skripsi saya .



Semarang, 6 Maret 2019

Enrico Setia Abadi

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	iv
PERNYATAAN KEASLIAN DATA SKRIPSI.....	v
PERSEMBAHAN DAN MOTTO.....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xv
ABSTRAK.....	xvi
BAB I : PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	6
1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian.....	6
1.3.1 Tujuan Penelitian.....	6
1.3.2 Manfaat Penelitian.....	7
1.4 Kerangka Pikir.....	8
BAB II : LANDASAN TEORI.....	10
2.1 Technology Acceptance Model.....	10
2.1.1 Perceived Usefulness.....	11

2.2.2 Perceived Ease of Use.....	12
2.2 E-Money.....	13
2.3 Resiko.....	15
2.4 Kepercayaan.....	17
2.5 Gender.....	18
2.6 Minat.....	18
2.7 Pengembangan Hipotesis.....	18
2.7.1 Pengaruh Perceived Usefulness Terhadap Minat Pengguna OVO	18
2.7.2 Pengaruh Perceive Ease of Use Terhadap Minat Pengguna OVO	20
2.7.3 Pengaruh Resiko Terhadap Minat Pengguna OVO.....	21
2.7.4 Pengaruh Kepercayaan Terhadap Minat Pengguna OVO.....	23
2.7.5 Pengaruh Gender Terhadap Minat Pengguna OVO.....	24
BAB III : METODE PENELITIAN.....	26
3.1 Populasi dan Sampel Penelitian.....	26
3.2 Jenis dan Sumber Data.....	27
3.2.1 Jenis Data.....	27
3.2.2 Sumber Data.....	28
3.3 Teknik Pengumpulan Data.....	28
3.4 Definisi Operasional dan Variabel Penelitian.....	29
3.4.1 Perceived Usefulness (Persepsi Kegunaan)	29
3.4.2 Perceived Ease of Use (Persepsi Kemudahan)	29
3.4.3 Resiko.....	30

3.4.4 Kepercayaan.....	30
3.4.5 Minat.....	31
3.4.6 Gender.....	31
3.5 Alat Analisis Data.....	32
3.5.1 Uji Validitas.....	32
3.5.2 Uji Reliabilitas.....	32
3.5.3 Uji Asumsi Klasik.....	33
3.5.3.1 Uji Normalitas.....	33
3.5.3.2 Uji Multikolinearitas.....	33
3.5.3.3 Uji Heterokedastisitas.....	34
3.5.3.4 Analisis Regresi Berganda.....	34
3.6 Uji Hipotesis.....	36
3.6.1 Uji F.....	36
3.6.2 Uji Koefisien Determinasi (Adjusted R ²).....	36
3.6.3 Uji T.....	37
BAB IV : HASIL ANALISIS.....	38
4.1 Karakteristik Responden.....	38
4.2 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas.....	39
4.2.1 Uji Validitas.....	39
4.2.2 Uji Reliabilitas.....	42
4.3 Uji Asumsi Klasik.....	44
4.3.1 Uji Normalitas.....	44

4.3.2 Uji Multikolinearitas.....	44
4.3.3 Uji Heterokedastisitas.....	46
4.4 Statistik Deskriptif.....	47
4.4.1 Analisis Indeks Jawaban Responden Terhadap Persepsi Manfaat.....	49
4.4.1 Analisis Indeks Jawaban Responden Terhadap Persepsi Kemudahan.....	50
4.4.1 Analisis Indeks Jawaban Responden Terhadap Variabel Resiko.....	50
4.4.1 Analisis Indeks Jawaban Responden Terhadap Variabel Kepercayaan.....	51
4.4.1 Analisis Indeks Jawaban Responden Terhadap Variabel Minat.....	52
4.5 Analisis Regresi Linier Berganda.....	53
4.6 Uji Hipotesis.....	55
4.6.1 Uji F.....	55
4.6.2 Koefisien Determinan (Adjusted R ²)	56
4.6.3 Uji T.....	57
BAB V : KESIMPULAN DAN SARAN.....	62
5.1 Kesimpulan.....	62
5.2 Saran.....	63
DAFTAR PUSTAKA.....	65
LAMPIRAN.....	68

DAFTAR TABEL

Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	38
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi Penggunaan OVO...	39
Tabel 4.3 Hasil Pengujian Validitas Variabel Minat Penggunaan OVO.....	40
Tabel 4.4 Hasil Pengujian Validitas Variabel Perceived Usefulness.....	40
Tabel 4.5 Hasil Pengujian Validitas Variabel Perceived Ease of Use.....	41
Tabel 4.6 Hasil Pengujian Validitas Variabel Resiko.....	41
Tabel 4.7 Hasil Validitas Variabel Kepercayaan.....	42
Tabel 4.8 Kategori Koefisien Reliabilitas.....	43
Tabel 4.9 Hasil Pengujian Reliabilitas.....	43
Table 4.10 Hasil Uji Normalitas.....	44
Tabel 4.11 Hasil Uji Multikolinearitas.....	45
Tabel 4.12 Hasil Uji Heterokedastisitas.....	46
Tabel 4.13 Rumus Kategori.....	47
Tabel 4.14 Statistik Deskriptif.....	47
Tabel 4.15 Hasil Tanggapan Responden Terhadap Persepsi Manfaat.....	49
Tabel 4.16 Hasil Tanggapan Responden Terhadap Persepsi Kemudahan.....	50
Tabel 4.17 Hasil Tanggapan Responden Terhadap Variabel Resiko.....	51
Tabel 4.18 Hasil Tanggapan Responden Terhadap Variabel Kepercayaan.....	52
Tabel 4.19 Hasil Tanggapan Responden Terhadap Minat.....	53
Tabel 4.20 Hasil Analisis Regresi Berganda.....	54
Tabel 4.21 Hasil Uji F.....	55

Tabel 4.22 Hasil Uji Koefisien Determinasi (Adjusted R²)56
Tabel 4.23 Hasil Uji T.....57



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Kerangka Pikir.....8



ABSTRAK

Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Minat *Customer OVO* Dengan Pendekatan *Technology Acceptance Model*

Pada penggunaan teknologi informasi di era modern yang sangat berkembang ini sistem sudah merupakan suatu kesatuan. Sistem informasi dalam teknologi sendiri dapat menghasilkan informasi dan data yang dibutuhkan dengan cepat dan tepat akurat. Sebuah informasi sangat diperlukan untuk membantu organisasi dalam menjalankan setiap aktivitas yang dilakukan. Sistem informasi yang berbasis teknologi juga diterapkan pada proses akuntansi, yang disebut dengan Sistem Informasi Akuntansi (SIA). Penelitian ini menggunakan teori dari Davis F.D yaitu *Technology Acceptance Model (TAM)* yang sangat populer dalam penelitian tentang persepsi pengguna terhadap penerimaan teknologi. Dalam penelitian ini digunakan 2 variabel independen, yaitu *Perceived Usefulness (Persepsi manfaat)* dan *Perceived Ease Of Use (Persepsi Kemudahan dalam penggunaan)*. Dari kaitan tersebut munculnya modifikasi TAM yang lain yaitu *Resiko (Risk)* dan *Kepercayaan (Trust)* yang disebut dengan *Trust and Risk in Technology Acceptance Model (TRITAM)*. Penelitian yang dilakukan dengan menyebarkan 100 buah kuesioner kepada para pengguna e-money OVO di Kota Semarang. Dalam penelitian ini *Perceived Usefulness*, *Perceived Ease of Use*, *Resiko* dan *Kepercayaan* secara signifikan mempengaruhi minat para pengguna e-money OVO dalam menggunakan aplikasi.

Kata Kunci: Teknologi Informasi, Sistem Informasi Akuntansi, *Technology Acceptance Model*