

No Daftar FPEB : 465/UN.A7.DI/PI/2019

**ANALISIS PERILAKU ADOPSI TEKNOLOGI *MOBILE WALLET*
MENGUNAKAN MODEL *UNIFIED THEORY OF ACCEPTANCE
AND USE OF TECHNOLOGY*3 (UTAUT3)**

(Survei Pengguna OVO pada Generasi Milenial di Indonesia)

SKRIPSI

Diajukan untuk Memperoleh Gelar Sarjana Pendidikan
Pada Program Studi Pendidikan Bisnis



Oleh

Didit Ramadhan

1504420

**FAKULTAS PENDIDIKAN EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PENDIDIKAN INDONESIA
2019**

**ANALISIS PERILAKU ADOPTSI TEKNOLOGI *MOBILE WALLET*
MENGUNAKAN MODEL *UNIFIED THEORY OF ACCEPTANCE*
AND USE OF TECHNOLOGY3 (UTAUT3)**

(Survei Pengguna OVO pada Generasi Milenial di Indonesia)

Oleh :
Didit Ramadhan
1504420

Sebuah skripsi yang diajukan untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana Pendidikan pada Fakultas Pendidikan Ekonomi dan Bisnis

©Didit Ramadhan 2019
Universitas Pendidikan Indonesia 2019
Juli 2019

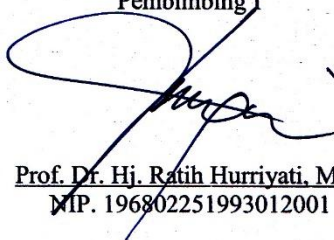
Hak Cipta dilindungi undang-undang. Skripsi ini tidak boleh diperbanyak seluruhnya atau sebagian, dengan di cetak ulang, difotokopi, atau cara lainnya tanpa ijin dari penulis

LEMBAR PENGESAHAN

Analisis Perilaku Adopsi Teknologi *Mobile Wallet* Menggunakan Model *Unified Theory of Acceptance And Use of Technology*³ (UTAUT3) (Survei Pengguna OVO pada Generasi Milenial di Indonesia)

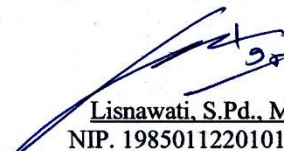
Skripsi ini disetujui dan disahkan oleh:

Pembimbing I



Prof. Dr. Hj. Ratih Hurriyati, M.P.
NIP. 196802251993012001

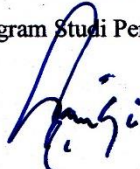
Pembimbing II



Lisnawati, S.Pd., M.M.
NIP. 198501122010122005


Mengetahui,

Ketua Program Studi Pendidikan Bisnis



Dr. H. Hari Mulyadi, M.Si.
NIP. 195905151986011001

Tanggung Jawab Yuridis
Ada Pada Penulis



Didit Ramadhan
NIM. 1504420

ABSTRAK

Didit Ramadhan (1504420) “**Analisis Perilaku Adopsi Teknologi *Mobile Wallet* Menggunakan Model *Unified Theory Of Acceptance And Use Of Technology3* (UTAUT3) (Survei Pengguna OVO pada Generasi Milenial Indonesia)**”. Di bawah bimbingan Prof. Dr. Hj. Ratih Hurriyati, M.P. dan Lisnawati S.Pd., M.M.

Berkembangnya teknologi memicu terjadinya perkembangan di seluruh sektor industri, termasuk peredaran uang. Terdapat tiga jenis uang yang beredar saat ini yaitu uang kartal, uang giral dan uang elektronik (*e-money*). OVO merupakan salah satu penerbit *e-money* berbasis server yang dapat diakses melalui *smartphone* atau yang biasa dikenal dengan *mobile wallet*. Rendahnya pengguna *mobile wallet* (*m-wallet*) di Indonesia terinterpretasi dari masih banyaknya masyarakat yang menggunakan uang tunai dibandingkan *m-wallet*. Beberapa faktor menjadi pengaruh rendahnya penggunaan *m-wallet* di Indonesia. Generasi milenial dianggap sebagai generasi yang paling dekat dengan teknologi, kehadiran teknologi yang baru merupakan suatu keharusan yang dimiliki oleh generasi milenial. Dengan adanya generasi milenial tersebut, diharapkan mampu meningkatkan kinerja ataupun efektivitas dari hadirnya *m-wallet* ini. Jenis penelitian yang digunakan adalah deskriptif verifikatif yaitu dengan penggambaran dan pemaparan variabel-variabel yang diteliti dan kemudian ditarik kesimpulan. Objek penelitian yang menjadi variabel yang terdapat pada model UTAUT3. Populasi dalam penelitian ini adalah pengguna OVO di Indonesia. Pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan metode *non-probability sampling* (pengambilan sampel secara acak) dengan menggunakan teknik *purposive sampling* dengan *judgement sampling* terhadap 114 pengguna OVO pada generasi milenial di Indonesia. Uji instrumen dilakukan dengan uji validitas dan uji reliabilitas dan teknik analisis yang digunakan adalah analisis *Structural Equation Modeling* berbasis *Partial Least Square* (SEM-PLS).

Kata Kunci : *Mobile Wallet*, Model UTAUT3, Generasi Milenial

ABSTRACT

Didit Ramadhan (1504420) “*Behavioral Analysis of Adoption of Mobile Wallet Technology Using the Unified Theory of Acceptance And Use Of Technology Model 3 (UTAUT3) (OVO User Survey on the Indonesian Millennial Generation)*”. Under the Guidance of Prof. Dr. Hj. Ratih Hurriyati, M.P. and Lisnawati S.Pd., M.M.

The development of technology has triggered developments in all industrial sectors, including circulation of money. There are three types of money currently circulating, namely currency, demand deposits and e-money. OVO is one of the server-based e-money publishers that can be accessed via a smartphone or commonly known as a mobile wallet. The low number of mobile wallet (m-wallet) users in Indonesia is interpreted from the number of people who use cash compared to m-wallets. Several factors influence the low use of m-wallet in Indonesia. Millennials are considered the generation closest to technology, the presence of new technology is a necessity that is owned by millennials. With this millennial generation, it is expected to be able to improve the performance or effectiveness of the presence of this m-wallet. The type of research used is descriptive verification, namely by describing and exposing the variables studied and then drawing conclusions. The research object is the variable found in the UTAUT3 model. The population in this study were OVO users in Indonesia. Sampling in this study uses non-probability sampling (random sampling) using a purposive sampling technique with judgement sampling for 114 OVO users in the millennial generation in Indonesia. Instrument test is done by validity test and reliability test and the analysis technique used is analysis of Structural Equation Modeling based on Partial Least Square (SEM-PLS).

Keywords: *Mobile Wallet, UTAUT3 Model, Millennial Generation*

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa yang telah memberikan berkah, rahmat karena atas karunia dan kehendak-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi tepat pada waktunya.

Skripsi yang berjudul “Analisis Perilaku Adopsi Teknologi *Mobile Wallet* Menggunakan Model *Unified Theory Of Acceptance And Use Of Technology*3 (UTAUT3)” (Survei Pengguna OVO Pada Generasi Milenial di Indonesia). Yang disusun untuk memperoleh temuan mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi adopsi teknologi *mobile wallet* menggunakan model UTAUT3.

Skripsi ini dikerjakan penulis dengan sebaik dan seoptimal mungkin dengan harapan dapat bermanfaat serta menjadi sumbangan yang berarti bagi kemajuan dunia pemasaran. Namun apabila, masih terdapat kekurangan dan kesalahan, dengan segala rendah hati penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun untuk menjadikan landasan perbaikan yang berguna bagi pengembangan ilmu pengetahuan.

Bandung, Juli 2019

Didit Ramadhan

UCAPAN TERIMA KASIH

Puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT yang telah memberikan nikmat, karunia serta kekuatan-Nya sehingga penulis mampu menyelesaikan skripsi ini. Pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih yang sebanyak-banyaknya kepada pihak-pihak yang telah terlibat dalam membantu menyelesaikan skripsi ini, khususnya kepada:

1. Bapak Prof. Dr. H. Rd. Asep Kadarohman, M.Si. selaku Rektor Universitas Pendidikan Indonesia.
2. Bapak Prof. Dr. H. Agus Rahayu, M.P. selaku Dekan Fakultas Pendidikan Ekonomi dan Bisnis Universitas Pendidikan Indonesia.
3. Bapak Dr. H. Hari Mulyadi, M.Si. selaku Ketua Program Studi Pendidikan Bisnis Fakultas Pendidikan Ekonomi dan Bisnis Universitas Pendidikan Indonesia.
4. Bapak Drs. Bambang Widjajanta, M.M. selaku Ketua Tim Pengembangan Penulisan Skripsi Program Studi Pendidikan Bisnis Fakultas Pendidikan Ekonomi dan Bisnis Universitas Pendidikan Indonesia.
5. Bapak Drs. Girang Razati., M.Si. selaku Dosen Pembimbing Akademik yang senantiasa meluangkan waktunya dalam membimbing dan mengarahkan penulis dalam hal akademik sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan waktu yang tepat. Semoga Allah SWT memberikan pahala yang berlipat ganda dan senantiasa memberikan perlindungan dan keberkahan-Nya. *Aamiin allahumma aamiin.*
6. Ibu Prof. Dr. Hj. Ratih Hurriyati, M.P. selaku Pembimbing I Skripsi yang telah membimbing, mengarahkan serta memotivasi penulis dengan penuh kesabaran dalam menyusun skripsi ini, sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik di waktu yang tepat. Semoga Allah SWT membalasnya dengan pahala yang lebih baik, senantiasa diberikan limpahan rahmat, karunia, dan keberkahan-Nya. *Aamiin allahumma aamiin.*
7. Ibu Lisnawati., S.Pd., M.M. selaku Dosen Pembimbing II Skripsi yang telah membimbing, mengarahkan serta memotivasi penulis dengan penuh kesabaran dalam menyusun skripsi ini, sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik di waktu yang tepat. Semoga Allah SWT membalasnya dengan pahala yang lebih

baik, senantiasa diberikan limpahan rahmat, karunia, dan keberkahan-Nya. *Aamiin allahumma aamiin.*

8. Bapak/Ibu Dosen, karyawan beserta staf Program Studi Pendidikan Bisnis Fakultas Pendidikan Ekonomi dan Bisnis Universitas Pendidikan Indonesia yang telah mendidik, mengajar, membimbing, mengarahkan serta membantu penulis dalam hal akademik dan hal-hal lainnya selama masa perkuliahan. Semoga Allah SWT membalas segala kebaikannya dengan pahala yang berlipat ganda. *Aamiin allahumma aamiin.*
9. Keluarga tercinta; Bapak Sunarto, Mamah Basiem, Mbak Erni, A Rivian, Ade Naysilla, beserta seluruh anggota keluarga lainnya yang tidak dapat disebutkan satu persatu, terimakasih telah mengasih dan menyayangi, selalu mendukung, memotivasi dan tiada henti mendo'akan penulis dalam menyelesaikan studi S1 hingga penulis bisa lulus tepat waktu. Semoga Allah SWT senantiasa merahmati dan memberkahi kita, serta mengumpulkan kembali di Jannah-Nya kelak. *Aamiin allahumma aamiin.*
10. Bapak Dedi, M.Pd., Ibu Wiwi Atikah, Rahmatika Saphira dan keluarga yang senantiasa menemani disaat akhir masa perkuliahan serta terus memberikan dukungan moril serta mendoakan kepada penulis agar dapat menyelesaikan studi S1 ini. Mudah-mudahan segala kebaikannya dibalas oleh Allah SWT dengan pahala yang berlipat ganda. *Aamiin allahumma aamiin.*
11. Bapak dan Ibu di lingkungan RT 06/07/08 yang senantiasa menyayangi, mendukung, memotivasi, juga tak henti-hentinya mendo'akan penulis agar dapat menyelesaikan studi S1 ini. Mudah-mudahan segala kebaikannya dibalas oleh Allah SWT dengan pahala yang berlipat ganda. *Aamiin allahumma aamiin.*
12. Teman-teman seperjuangan Pendidikan Bisnis angkatan 2015, terimakasih atas kebersamaannya selama kuliah, kerjasama, motivasi, dukungan serta do'a dari semuanya sehingga penulis dapat menyelesaikan studi. Semoga semakin kompak dan silaturahmi tetap terjaga tidak hanya di dunia tetapi sampai ke surga-Nya kelak.
13. Sahabat-sahabat TIMSES (Ilham Karim, Ahmad Fahmi, Raden Bowo, Baghir Anjar, Taufik Adytia, dan Yera Ichsana) serta Keluarga Cemara (Argi Bintang, Vicky Nurul, Arif Barnas, Sultan Diwangkara, Ilyasa Kautsar, Farhan Maulana,

Dio Ibrahim, Fauzan Rahman, Adil Purwa, dan Syakir) yang senantiasa mendukung, mendo'akan, dan memberi semangat dalam menuntaskan tahap-tahap perkuliahan. Semoga silaturahmiya tetap terjaga tidak hanya di dunia tetapi sampai ke surga-Nya kelak.

14. Kelompok KKN Tematik Citarum Harum Dayeuhkolot 2 dan Kelompok PPL SMK Negeri 1 Bandung Tahun 2018 yang telah kebersamai, senantiasa mendo'akan dan memberi semangat dalam menyelesaikan amanah akademik. Semoga silaturahmiya tetap terjaga tidak hanya di dunia tetapi sampai ke surga-Nya kelak.
15. Keluarga kampus tercinta BESA UPI terimakasih telah memberikan banyak pembelajaran dan pengalaman selama menjadi mahasiswa, membimbing, kebersamai, memberi semangat serta mendo'akan penulis dalam menyelesaikan amanah (baik amanah organisasi maupun akademik). Semoga silaturahmiya tetap terjaga tidak hanya di dunia tetapi sampai ke surga-Nya kelak.
16. Responden yang telah membantu mengisi angket penelitian penulis, terimakasih banyak atas bantuannya semoga Allah membalas segala kebaikannya.
17. Pihak-pihak lain yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini dan tidak bisa disebutkan satu persatu, terimakasih atas bantuannya semoga Allah membalas segala kebaikannya.

DAFTAR ISI

ABSTRAK	iii
ABSTRACT	iv
KATA PENGANTAR.....	v
UCAPAN TERIMAKASIH	vi
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	13
1.3 Rumusan Masalah	14
1.4 Tujuan Penelitian	14
1.5 Kegunaan Penelitian	14
BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN, DAN HIPOTESIS	16
2.1 Kajian Pustaka.....	16
2.1.1 Konsep Perilaku Adopsi Teknologi.....	16
2.1.2 Penelitian Terdahulu.....	25
2.2 Kerangka Pemikiran.....	27
2.3 Hipotesis.....	30
BAB III OBJEK DAN METODE PENELITIAN.....	31
3.1 Objek Penelitian	31
3.2 Metode Penelitian	31
3.2.1 Jenis Penelitian dan Metode yang Digunakan.....	31
3.2.2 Operasionalisasi Variabel	32
3.2.3 Jenis dan Sumber Data	38
3.2.4 Populasi dan Sampel.....	40
3.2.5 Teknik Pengumpulan Data	42
3.1.1 Hasil Pengujian Validitas dan Reliabilitas	43
3.1.2 Metode Analisis Data	46
3.1.3 Evaluasi Model	53
3.1.4 Pengujian Hipotesis	57
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	61
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	61

4.1.1	Profil Perusahaan	61
4.1.2	Hasil Pengumpulan Data	62
4.1.3	Karakteristik Responden.....	62
4.2	Analisis Deskriptif Variabel Penelitian.....	67
4.2.1	Klasifikasi Tanggapan Responden <i>Performance Expectancy</i>	67
4.2.2	Distribusi Pendapat Responden <i>Effort Expectancy</i>	70
4.2.3	Distribusi Pendapat Responden <i>Social Influence</i>	72
4.2.4	Distribusi Pendapat Responden <i>Facilitating Condition</i>	74
4.2.5	Distribusi Pendapat Responden <i>Hedonic Motivation</i>	76
4.2.6	Distribusi Pendapat Responden <i>Price Value</i>	78
4.2.7	Distribusi Pendapat Responden <i>Habit</i>	79
4.2.8	Distribusi Pendapat Responden <i>Personal Innovativeness</i>	81
4.2.9	Distribusi Pendapat Responden <i>Behavioral Intention</i>	83
4.2.10	Distribusi Pendapat Responden <i>Use Behavior</i>	84
4.3	Hasil Uji Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>)	88
4.3.1	Hasil Uji Validitas	88
4.3.2	Hasil Uji Reliabilitas	91
4.4	Hasil Uji Model Struktural (<i>Inner Model</i>)	92
4.4.1	Analisis Pengujian <i>R-Square</i> (R^2)	92
4.4.2	<i>F-square</i>	93
4.4.3	<i>Goodness of Fit</i> (<i>GoF</i>) <i>Index</i>	93
4.4.4	Pengujian Hipotesis	95
4.5	Implikasi Penelitian.....	101
4.5.1	Temuan Penelitian Bersifat Teoritis	101
4.5.2	Temuan Penelitian Bersifat Empiris.....	104
4.5.3	Implikasi Hasil Penelitian Analisis Perilaku Adopsi Teknologi <i>Mobile Wallet</i> Menggunakan model <i>Unified Theory of Acceptance and Use of Technology</i> ³ pada Program Studi Pendidikan bisnis	108
BAB V KESIMPULAN DAN REKOMENDASI.....		111
5.1	Kesimpulan	111
5.2	Rekomendasi	113
DAFTAR PUSTAKA.....		115
LAMPIRAN 1		122
LAMPIRAN 2		127
LAMPIRAN 3		131
LAMPIRAN 4		139

LAMPIRAN 5	142
LAMPIRAN 6 KODING.....	145
LAMPIRAN 7 KODING.....	151
LAMPIRAN 8	156

DAFTAR TABEL

No. Tabel	Judul Tabel	Hal
1.1	data pengguna m-wallet di indonesia.....	8
1.2	tahun kelahiran milenial.....	12
2.1	penelitian terdahulu.....	25
3.1	operasionalisasi variabel.....	32
3.2	skala likert.....	38
3.3	jenis dan sumber data.....	39
3.4	hasil perhitungan validitas.....	44
3.5	standar penilaian reliabilitas.....	46
3.6	hasil perhitungan reliabilitas.....	46
3.7	lambang statistik diagram jalur hipotesis.....	52
3.8	ringkasan rule of thumb evaluasi model pengukuran.....	55
3.9	ringkasan rule of thumb evaluasi model struktural.....	57
4. 1	hasil pengumpulan data.....	62
4. 2	klasifikasi responden berdasarkan jenis kelamin.....	62
4. 3	klasifikasi responden berdasarkan usia.....	62
4. 4	klasifikasi responden berdasarkan pendidikan terakhir.....	63
4. 5	klasifikasi responden berdasarkan jenis pekerjaan.....	64
4. 6	klasifikasi responden berdasarkan lama penggunaan ovo.....	64
4. 7	klasifikasi responden berdasarkan intensitas top-up.....	65
4. 8	klasifikasi responden berdasarkan banyaknya melakukan top-up.....	65
4. 9	kategori variabel performance expectancy tiap item pertanyaan.....	67
4. 10	distribusi pendapat responden performance expectancy.....	68
4. 11	kategori variabel effort expectancy tiap item pertanyaan.....	70
4. 12	distribusi pendapat responden effort expectancy.....	70
4. 13	kategori variabel social influence tiap item pertanyaan.....	72
4. 14	distribusi pendapat responden social influence.....	72
4. 15	kategori variabel facilitating condition tiap item pertanyaan.....	74
4. 16	distribusi pendapat responden facilitating condition.....	74
4. 17	kategori variabel hedonic motivation tiap item pertanyaan.....	76
4. 18	distribusi pendapat responden hedonic motivation.....	76
4. 19	kategori variabel price value tiap item pertanyaan.....	78
4. 20	distribusi pendapat responden price value.....	78
4. 21	kategori variabel habit tiap item pertanyaan.....	80
4. 22	distribusi pendapat responden variabel habit.....	80
4. 23	kategori variabel personal innovativeness tiap item pertanyaan.....	81
4. 24	distribusi pendapat responden personal innovativeness.....	82
4. 25	kategori variabel behavioral intention tiap item pertanyaan.....	83
4. 26	distribusi pendapat responden behavioral intention.....	83
4. 27	kategori variabel use behavior tiap item pertanyaan.....	85
4. 28	distribusi pendapat responden use behavior.....	85
4. 29	hasil analisis deskriptif variabel penelitian.....	85
4. 30	nilai loading factor.....	88
4. 31	nilai cross loading.....	89
4. 32	nilai ave dan $\sqrt{\text{ave}}$	91
4. 33	nilai composite reliability dan cronbach alpha.....	91

4. 34 nilai r-square adjusted	92
4. 35 nilai f-square	93
4. 36 hasil path coefficients	96

DAFTAR GAMBAR

No. Gambar	Judul Gambar	Hal
1.1	penetrasi pembayaran di indonesia tahun 2017	3
1.2	pengakses aplikasi berbasis bank dan bukan bank via smartphone tahun 2017	3
1.3	perbandingan pengguna e-money dan uang cash tahun 2017.....	4
1.4	alasan tidak menggunakan m-wallet tahun 2017	5
1.5	metoda pembayaran berdasarkan aktivitas tahun 2017	6
1.6	klasifikasi m-wallet di indonesia tahun 2018	7
2.1	<i>Innovation Decision Process</i>	17
2.2	<i>Technology Acceptance Model</i>	19
2.3	Model UTAUT	21
2.4	Model UTAUT2	22
2.5	Model UTAUT3	23
2.6	Kerangka Pemikiran Adopsi Model UTAUT3.....	29
2.7	Paradigma Penelitian Adopsi Model UTAUT3.....	30
3.1	tahapan analisis menggunakan pls	49
3.2	diagram jalur hipotesis.....	51
4.1	logo ovo	61
4.2	output perhitungan model	95

DAFTAR LAMPIRAN

No. Lampiran	Judul Lampiran
1	SK Pembimbing Skripsi
2	Rekapitulasi Bimbingan Skripsi
3	Angket Penelitian
4	Koding Uji Validitas dan Reliabilitas
5	Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas
6	Koding Karakteristik dan Pengalaman Responden
7	Koding Tiap Variabel Penelitian
8	Hasil Pengolahan Data Verifikatif Menggunakan <i>SMARTPLS</i> 3.2.8

DAFTAR PUSTAKA

- Abdillah, W., & Hartono, J. (2015). *Partial Least Square (PLS): alternatif structural equation modeling (SEM) dalam penelitian bisnis*. Yogyakarta: Penerbit ANDI.
- Abrahão, R. de S., Moriguchi, S. N., & Andrade, D. F. (2016). Intention of adoption of mobile payment: An analysis in the light of the Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT). *RAI Revista de Administração e Inovação*, 13(3), 221–230. <https://doi.org/10.1016/j.rai.2016.06.003>
- Agusta, J., & Hutabarat, K. (2018). *Mobile Payment in Indonesia*. Jakarta.
- Ajzen, I. (1975). Belief, attitude, intention and behaviour: An introduction to theory and research, (July).
- Albar, A. M., & Hoque, R. (2017). Information Technology for Development Factors affecting the adoption of information and communication technology in small and medium enterprises: a perspective from rural Saudi Arabia. *Information Technology for Development*, 0(0), 1–24. <https://doi.org/10.1080/02681102.2017.1390437>
- Ali, H., & Purwandi, L. (2016). Indonesia 2020: The Urban Middle-Class Millennials, (Februari), 33. Retrieved from <https://www.bps.go.id/statictable/2014/09/05/974/penduduk-berumur-15-tahun-ke-atas-menurut-golongan-umur-dan-jenis-kegiatan-selama-seminggu-yang-lalu-1986-1996.html>
- Ali, M. (2013). *Penelitian Kependidikan Prosedur dan Strategi*. Bandung: CV Angkasa.
- Aria, P. (2018). OVO dan GrabPay Siapkan Dompot Elektronik Terpadu. Retrieved April 14, 2018, from <https://katadata.co.id/berita/2018/04/13/ovo-dan-grabpay-siapkan-dompot-elektronik-terpadu>
- Azizah, N., Handayani, P. W., & Azzahro, F. (2018). Factors Influencing Continuance Usage of Mobile Wallets in Indonesia. *International Conference on Information Management and Technology (ICIMTech)*, (September), 1–9. <https://doi.org/10.1109/ICIMTech.2018.8528157>
- Barker, C., Pistrang, N., & Elliott, R. (2002). *Research Methods in Clinical Psychology: An Introduction for Students and Practitioners*. London: Wiley & Sons.
- BI. (2013). Uang Elektronik. Retrieved January 10, 2019, from <https://www.bi.go.id/id/edukasi-perlindungan-konsumen/edukasi/produk-dan-jasa-sp/uang-elektronik/Pages/default.aspx>
- BI. (2018). *Teknologi Finansial*. Jakarta. Retrieved from <https://www.bi.go.id/id/sistem-pembayaran/fintech/Contents/default.aspx>
- Brown, S., Carter, B., Collins, M., & Gallerson, C. (2009). *Generation Y in the Workplace*. The Bush School, Texas.
- Budiati, I., Susianto, Y., Adi, P. W., Ayuni, S., Reagan, A. H., Larasaty, P., ... Saputri, G. V. (2018). Statistik Gender Tematik: Profil generasi Milenial Indonesia, 129.
- Büllingen, F., & Stamm, P. (2012). Mobile Commerce via Smartphone & Co Analysis and outlook of the future market from the user's point of view Summary, (November).
- Burkard, S. (2014). Near Field Communication in Smartphones. *Berlin Institute of Technology*, 1000.
- Chandra, E. (2019). Zaman Now, Para Milenial Wajib Tahu Keuntungan Dompot

- Virtual (e-Wallet). Retrieved April 1, 2019, from <https://www.finansialku.com/keuntungan-dompot-virtual/>
- Chandra, Y. U., Suhartono, J., Kristin, D. M., Sutarto, F. S., & Sung, M. (2018). Analysis of Determinant Factors of User Acceptance of Mobile Payment System in Indonesia (a case study of go-pay mobile payment). *International Conference on Information Management and Technology (ICIMTech)*, (September), 1–6. <https://doi.org/10.1109/ICIMTech.2018.8528182>
- Chen, Y. R. R. (2017). Perceived values of branded mobile media, consumer engagement, business-consumer relationship quality and purchase intention: A study of WeChat in China. *Public Relations Review*, (May), 0–1. <https://doi.org/10.1016/j.pubrev.2017.07.005>
- Christiono, A. T., & Tambotoh, J. J. C. (2014). Analisis Pemanfaatan Teknologi Informasi Menggunakan Pendekatan Unified Theory of Acceptance and Use of Technology 2 (Studi Kasus: Flexible Learning (F-Learn) UKSW). *Konferensi Nasional Sistem Informasi 2014*, 2(Utut 2), 1–7.
- Corrons, A., Garay, L., & Font, X. (2018). Sustainability-oriented innovation in tourism: an analysis based on the decomposed theory of planned behavior. *Journal of Travel Research*. <https://doi.org/10.1177/0047287518771215>
- Dadiara, H. S. (2016). *Perlindungan Hukum terhadap Pemegang Uang Elektronik (E-Money) dalam Transaksi Elektronik*. Universitas Satya Wacana.
- Dahwilani, D. M. (2016). Alasan Generasi Millennial Percaya Transaksi Online. Retrieved April 1, 2019, from <https://autotekno.sindonews.com/read/1094867/133/alasan-generasi-millennial-percaya-transaksi-online-1458630315>
- Davis, FD, Bagozi, R., & Warshaw, P. (1989). User Acceptance of Computer Technology : A Comparison of Two Theoretical Models. *Management Science*, 38(8), 982–1003.
- Davis, Fred. (1989). Perceived usefulness, perceived ease of use, and user acceptance of information technology. *MIS Quarterly*, 13(3), 319–340. [https://doi.org/10.1016/S0305-0483\(98\)00028-0](https://doi.org/10.1016/S0305-0483(98)00028-0)
- Dewar, R. D., & Dutton, J. E. (1986). The Adoption of Radical and Incremental Innovations : An Empirical Analysis, (December 2014).
- Dewi, N. W., & Ariyanto, D. (2017). Penerapan Model UTAUT2 Untuk Menjelaskan Minat dan Perilaku Penggunaan Mobile Banking di Kota Denpasar. *Akuntansi*, 18, 1369–1397.
- Dodds, W. B., Monroe, K. B., & Grewal, D. (1991). Effects of Price, Brand, and Store Information on Buyers' Product Evaluations, 28(3), 307–319.
- Dong, Y., Song, S., Venkataraman, S., & Yao, Y. O. (2018). Mobile Technology and Financial Service Bundling : A Structural Estimation of Mobile Money. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.3213744>
- Dzulhaida, R., Rifaldi, R., & Giri, W. (2015). Analisis Minat Masyarakat Terhadap Penggunaan Layanan E-Money Di Indonesia Dengan Menggunakan Model Modifikasi Unified Theory of Acceptance and Use Technology 2 (Utut 2), 15(2), 155–166.
- Eka, R. (2016). OVO dan Evolusi Layanan Pembayaran Mobile.
- Eka, R. (2017). OVO Memantapkan Diri Jadi Platform Akomodasi Loyalitas Pengguna. Retrieved April 14, 2018, from <https://dailysocial.id/post/ovo-mantapkan-diri-jadi-platform-akomodasi-loyalitas-pengguna>

- Engel, J. F., Blackwell, R. D., & Miniard, P. W. (2000). *Consumer Behavior* (9th Editio). South Western.
- Espinoza, C & Ukleja, M. (2016). *Managing the Millennials: Discover the Core Competencies for Managing Today's Workforce* (Second Edi). New Jersey: John Wiley & Sons, Inc.
- Falk, R. F., & Miller, N. B. (2014). A Primer for Soft Modeling, (January 1992).
- Farooq, M. S., Salam, M., Jaafar, N., Fayolle, A., Ayupp, K., Radovic, M., & Sajid, A. (2017). Acceptance and use of lecture capture system (LCS) in executive business studies: extending UTAUT2. <https://doi.org/10.1108/17415651311326419>
- Fathema, N., Shannon, D., & Ross, M. (2015). Expanding The Technology Acceptance Model (TAM) to Examine Faculty Use of Learning Management Systems (LMSs) In Higher Education Institutions, *11*(2), 210–232.
- Fathi, S. (2014). Analisis Penerimaan E-Wallet Di Indonesia: Studi Kasus Doku Wallet.
- FII. (2017). Financial Inclusion Insights Indonesia. *Financial Inclusion Insights*, (November 2016), 54. Retrieved from http://finclusion.org/uploads/file/reports/Indonesia Wave 3 Report_11-July-2017.pdf
- Ghozali, I. (2014). *Structural Equation Modeling Metode Alternatif dengan Partial Least Squares (PLS)* (4th ed.). Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- GSMA. (2012). White Paper: The Mobile Wallet, (September).
- Gu, J., Li, L., Xu, Z., & Fujita, H. (2015). Knowledge-Based Systems Construction of a technology adoption decision-making model and its extension to understanding herd behavior, *89*, 471–486. <https://doi.org/10.1016/j.knosys.2015.08.014>
- Gundawati, T. S. (2011). Analisis Proses Adopsi Electronic Payment System Dengan Menggunakan Utaut Model, 1–17.
- Haekal, A., & Widjajanta, B. (2016). PENGARUH KEPERCAYAAN DAN PERSEPSI RISIKO TERHADAP MINAT MEMBELI SECARA ONLINE PADA PENGUNJUNG WEBSITE CLASSIFIEDS DI INONESIA, *1*(1), 181–193. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.17509/jbme.v1i1.2287>
- Hair, J. F. (2011). *Multivariat Data Analysis* (5th ed.). New Jersey: Prentice Hall.
- Handayani, T. (2015). Analisis Penerapan Model Utaut (Unified Theory of Acceptance and Use of Technology) Terhadap Perilaku Pengguna Sistem Informasi (Studi Kasus : Sistem Informasi Akademik Pada Sttnas Yogyakarta). *Teknik Elektro*, *7*(2), 165–180.
- Hidayat, A. A. N. (2019). Riset Morgan&Stanley: Transaksi Digital Didominasi Go-Pay dan Ovo. Retrieved June 1, 2019, from <https://bisnis.tempo.co/read/1178350/riset-morganstanley-transaksi-digital-didominasi-go-pay-dan-ovo/full&view=ok>
- Hobart, B. (2017). *What You Need to Know About the Millennials*.
- Indrawati. (2015). *Metode Penelitian Manajemen dan Bisnis : Konvergensi Teknologi Komunikasi dan Informasi*. Bandung: Refika Aditama.
- JakPat. (2017). *Are You Cash or Cashless Society?* Jakarta.
- Jeong, N., Yoo, Y., & Heo, T. Y. (2009). Moderating effect of personal innovativeness on mobile-RFID services: Based on Warshaw's purchase intention model. *Technological Forecasting and Social Change*, *76*(1), 154–164.

- <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2008.08.007>
- Juliandi, A. (2018). Struktural Equation Model Partial Least Square (SEM-PLS) Menggunakan SmartPLS, 16–17. <https://doi.org/10.5281/zenodo.2538001>
- Junaidi. (2015). *Memahami Skala-Skala Pengukuran*. <https://doi.org/10.13140/RG.2.1.2837.2645>
- Kominfo. (2016). UU ITE Nomor 19 Tahun 2016.
- Kotler, Philip & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management*.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2018). *Principles of Marketing* (Seventeenth). United Kingdom: Pearson Education Limited. <https://doi.org/10.2307/1250103>
- Lee, H. J., & Kang, M. S. (2017). The Effect of Positivity of the Blog on Brand Attitude and Purchase Intention. *Academy of Marketing Studies Journal*, 17(2), 85–98. [https://doi.org/Sirdeshmukh, Singh and Sabol \(2002\). Commitment was measured by three questions formulated](https://doi.org/Sirdeshmukh, Singh and Sabol (2002). Commitment was measured by three questions formulated)
- Limayem, M., Hirt, S. G., & Cheung, C. M. K. (2007). How Habit Limits The Predictive Power Of Intention: The Case Of Information Systems Continuance, 31(4), 705–737.
- Lu, Y., Yang, S., Chau, P. Y. K., & Cao, Y. (2011). Dynamics between the trust transfer process and intention to use mobile payment services: A cross-environment perspective. *Information and Management*, 48(8), 393–403. <https://doi.org/10.1016/j.im.2011.09.006>
- Mahendra, M. M., & Ardani, I. G. A. K. S. (n.d.). PENGARUH UMUR, PENDIDIKAN DAN PENDAPATAN TERHADAP NIAT BELI KONSUMEN PADA PRODUK KOSMETIK THE BODY SHOP DI KOTA DENPASAR, 442–456.
- Martono, N. (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif* (2nd ed.). Jakarta: Rajawali Pers.
- Megadewandanu, S. (2016). *Adopsi Teknologi Mobile Wallet di Indonesia Menggunakan Model UTAUT2*.
- Mehmet Erdem Örs. (2018). *Development of a Technology Acceptance Model For Mobile Payment Systems*.
- Miller, R. K. (2014). *Consumer Behavior* (Tenth Edit). Atlanta: Richard K. Miller & Associates.
- Misbahudin, & Hasan, I. (2013). *Analisis Data Penelitian Dengan Statistik*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Mothersbaugh, D. L., & Hawkins, D. I. (2016). *Consumer behavior: Building Marketing Strategy* (Thirteenth). New York: Mc Graw Hill Education.
- Mutlu, H. M., & Der, A. (2017). Unified theory of acceptance and use of technology : the adoption of mobile messaging application. *Megatrend Review*, 14(1), 169–186. <https://doi.org/10.1080/1097198X.2010.10856507>
- Nabila, M. (2018). Ovo Segera Perluas Layanan Finansial di Tahun 2019. Retrieved June 1, 2019, from <https://dailysocial.id/post/ovo-perluas-layanan-finansial-2019>
- Narimawati, U. (2010). *Metodologi Penelitian: Dasar Penyusunan Penelitian Ekonomi*. Jakarta: Genesis.
- Ngoc Doan. (2014). *Consumer Adoption in Mobile Wallet: A Study of Consumers in Finland. Turku University of Applied Sciences International Business Bachelor's Thesis*. Turku University of Applied Sciences.
- Octaviani, E. (2016). *Faktor-Faktor Yang Berpengaruh Terhadap Penerimaan Dan Penggunaan Sistem Manajemen Pembelajaran Exelsa Universitas Sanata Dharma*. Universitas Sanata Dharma.

- OJK. (2018). Fintech Report 2018 - Daily Social.
- Pitroda, S., & Desai, M. (2010). *The march of mobile money : the future of lifestyle management*.
- Prakosa, H., & Rifaldi, R. (2019). Prior Experience, Trust, Performance Expectancy, Social Influence dan Facilitation Condition in Modified UTAUT Model for Adoptment E-Money Services in Indonesia, 1–22. Retrieved from <https://repository.telkomuniversity.ac.id/home/catalog/id/146684/slug/faktor-faktor-yang-mempengaruhi-penggunaan-e-money-pada-generasi-millennials-studi-kasus-pada-mahasiswa-s1-ipb-.html>
- Premkumar, G., Ramamurthy, K., & Nilakanta, S. (2016). Implementation of Electronic Data Interchange: An Innovation Diffusion Perspective Implementation of Electronic Data Interchange: An Innovation Diffusion Perspective, 1222(March). <https://doi.org/10.1080/07421222.1994.11518044>
- Radiansyah, E. (2017). ANALISIS PENGARUH PENGGUNAAN TCASH MENGGUNAKAN UNIFIED THEORY TELKOM, ACCEPTANCE AND USE OF TECHNOLOGY 2 (UTAUT2) STUDI PADA MAHASISWA PENGGUNA TCASH DI UNIVERSITAS TELKOM, 4(1), 281–290.
- Rahadian, L. (2019). Industri Pembayaran Digital : Bank dan Fintech Berebut Pasar? Retrieved April 1, 2019, from <https://finansial.bisnis.com/read/20190225/90/893062/industri-pembayaran-digital-bank-dan-fintech-berebut-pasar>
- Rahmi, Y., Soedijono, B., Fatta, H. Al, Road, J. R., & Catur, C. (2017). Analisis Penerapan Sistem Informasi Dosen Dan Karyawan (Simdoskar) Menggunakan Model Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (Utaut), 2(2), 109–117.
- Ramdhan, M. R. P. (2015). *Pengaruh Performance Expectancy, Effort Expectancy, Dan Social Influence Terhadap Behavioral Intention Instagram*. Universitas Pendidikan Indonesia.
- Ramdhani, A. B., Rachmawati, I., Sidiq, F., & Prabowo, A. (2017). Pengaruh Adopsi Teknologi Layanan Uang Elektronik Telkomsel Cash Menggunakan Pendekatan Utaut2 the Effect of Technology Adoption Electronic Money Services Telkomsel Cash Using Utaut2, 4(1), 53–61.
- Rivai, M. B. (2014). Penerapan model the unified theory of acceptance and use of technology (UTAUT) untuk memahami tingkat penerimaan dan penggunaan E-learning (Be smart), 58–62.
- Riverola, C., Llull, U. R., & Dedehayir, O. (2017). Who are the early adopters in the diffusion of innovations ? A literature review Stream : Technology , Innovation and Supply Chain Management Competitive session Abstract only in program Who are the early adopters in the diffusion of innovations ? A liter, (December 2016).
- Rogers, E. M. (1983). *Diffusion of Innovations*. (T. F. Press, Ed.). New York.
- Samaradiwakara, M. N., & Gunawardena, C. G. (2014). Comparison of Existing Technology Acceptance Theories and Models To Suggest a Well Improved Theory/Model. *International Technical Sciences Journal (ITSJ)*, 1(1), 21–36. Retrieved from <http://elpjournal.eu/wp-content/uploads/2016/03/itsj-spec-1-1-3.pdf>
- Sandhu, P. (2012). Mobile Commerce : Beyond E-Commerce. *International Journal of Computer Science and Technology*, 3(1), 759–763.

- Sarwono, J. (2012). *Mengenal PLS-SEM*. Yogyakarta: CV. Andi Offset.
- Setiadjie, R. P. (2017). ANALISIS ANTESEDEN BEHAVIORAL INTENTION DAN PENGARUHNYA TERHADAP USE BEHAVIOR PADA LAYANAN MUSIK ONLINE BERBASIS Studi Dengan Menggunakan Unified Theory of Acceptance and Use of Technology 2, 4(2), 1343–1350.
- Setyowati, D., & Reily, M. (2017). Grab gandeng OVO. Retrieved April 14, 2017, from <https://katadata.co.id/berita/2017/12/15/grab-gandeng-ovo-e-money-tokopedia-dan-bukalapak-masih-tertahan>
- Sholahuddin, Setyawan, A. A., & Trisnawati, R. (2017). Pengaruh Karakteristik Inovasi Terhadap Niat Mengadopsi Solopos Epaper, (2005), 63–84.
- Silalahi, U., & Atif, N. F. (2015). *Metode Penelitian Sosial Kuantitatif*. Bandung: Refika Aditama.
- Simanjuntak, M., & Musyifah, I. (2016). GLOBAL BUSINESS & FINANCE REVIEW Online Shopping Behavior on Generation Y in Indonesia, 1(Spring), 33–45.
- Slade, E., Williams, M., & Dwivdei, Y. (2013). Extending UTAUT2 To Explore Consumer Adoption Of Mobile Payments. *UK Academy for Information Systems Conference Proceedings*, 23. Retrieved from <http://aisel.aisnet.org/ukais2013/36/>
- Solomon, M. R. (2017). *Consumer Behavior: Buying, Having, and Being* (Twelfth Ed). England: Pearson Education Limited.
- Song, J. H., & Woo, H. Y. (2015). A study on AQ (adversity quotient), job satisfaction and turnover intention according to work units of clinical nursing staffs in Korea. *Indian Journal of Science and Technology*, 8(February), 74–78. <https://doi.org/10.17485/ijst/2015/v8i>
- Stephens, D. L. (2017). *Essentials of Consumer Behavior*.
- Sugiyono, P. D. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Sukma, D. (2019). 3 Keuntungan OVO PayLater, Fitur Pinjaman Untuk Belanja Ritel. Retrieved June 1, 2019, from <https://arenalte.com/berita/industri/3-keuntungan-ovo-paylater-fitur-pinjaman-untuk-belanja-ritel/>
- Suwandi, M. A., & Azis, E. (2018). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Penggunaan E-Money Pada Generasi Millenials, 1–8. Retrieved from <https://repository.telkomuniversity.ac.id/home/catalog/id/146684/slug/faktor-faktor-yang-mempengaruhi-penggunaan-e-money-pada-generasi-millenials-studi-kasus-pada-mahasiswa-s1-ipb-.html>
- Tarmedi, E., Sulastris, S., & Dirgantari, P. D. (2018). SOCIAL SCIENCES & HUMANITIES Factors Affecting Customer Trust and Their Impact on Customer Behavioural Intention : A Study of Social Commerce in Indonesia, 26, 63–74.
- Tenenhaus, M., Amato, S., & Vinzi, V. E. (2004). A global Goodness – of – Fit index for PLS structural.
- Thakur, R., & Srivastava, M. (2014). Adoption readiness, personal innovativeness, perceived risk and usage intention across customer groups for mobile payment services in India. *Internet Research*, 24(3), 369–392. <https://doi.org/10.1108/IntR-12-2012-0244>
- Thong, J. Y. L. (2016). An Integrated Model of Information Systems Adoption in Small Businesses An Integrated Model of Information Systems Adoption in Small Businesses, 1222(February). <https://doi.org/10.1080/07421222.1999.11518227>
- Tjiwijanarko, R. (2018, April). Bisakah Kolaborasi OVO dan GrabPay Kuasai Pasar

- e-Wallet Indonesia. *Marketeers*. Retrieved from <http://marketeers.com/bisakah-kolaborasi-ovo-dan-grabpay-kuasai-pasar-e-wallet-indonesia/>
- Triyanto, H. (2018). *IDC Financial Insights Unveils Top Fintech Startups That Will Mature Fast in Indonesia*. Retrieved from <https://www.idc.com/getdoc.jsp?containerId=prAP43703318>
- Turan, A., Tunç, A. Ö., & Zehir, C. (2015). A Theoretical Model Proposal: Personal Innovativeness and User Involvement as Antecedents of Unified Theory of Acceptance and Use of Technology. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 210, 43–51. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2015.11.327>
- Venkatesh, V., Morris, M. G., Davis, G. B., & Davis, F. D. (2003). User Acceptance of Information Technology: Toward a Unified View. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 425–478. <https://doi.org/10.1017/CBO9781107415324.004>
- Venkatesh, V., Thong, J., & Xu, X. (2012). Consumer acceptance and user of information technology: Extending the unified theory of acceptance and use of technology. *MIS Quarterly*, 36(1), 157–178. <https://doi.org/10.1111/j.1365-2729.2006.00163.x>
- Venture, D. (2018). *Indonesia digital landscape 2018*. Retrieved from <https://www.slideshare.net/rumahide/indonesia-digital-landscape-2018>
- Wibisono, D. (2003). *Riset Bisnis: Panduan Bagi Praktisi dan Akademisi*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Wibowo, L. A., Fitriani, F. N., & Ridwanudin, O. (2016). The Influence of Perceived Value Against Behavioral Intentions, 15, 506–509.
- Workman, M. (2014). New media and the changing face of information technology use: The importance of task pursuit, social influence, and experience. *Computers in Human Behavior*, 31(1), 111–117. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2013.10.008>