ABSTRAK

Lonalia Liem
Tugas Akhir
Analisis Faktor-Faktor yang Dipertimbangkan Konsumen dalam Menggunakan OVO di Surabaya

Perkembangan teknologi menyebabkan munculnya berbagai bentuk layanan baru, termasuk dalam layanan pembayaran. Munculnya e-money menjadi salah satu fenomena bisnis yang diminati oleh konsumen karena mengurangi penggunaan uang tunai. Konsumen menyukai penggunaan e-money karena mengurangi risiko keamanan. OVO sebagai platform pembayaran digital pertama di Indonesia yang diterima di jaringanritel, *e-commerce*, hinggajasa online dan*on-demand*. Tujuan penelitian ini adalah mengetahuifaktor-faktor yang dipertimbangkankonsumendalammenggunakan OVO. Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif, sumber data penelitian adalah sumber data primer dari kuesioner. Jumlah sampel penelitian sebanyak 100 sampel, dan teknik analisis data menggunakan analisis faktor. Hasil penelitian menunjukkan bahwa dari keseluruhan faktor yang dilakukan analisis yaitu sebanyak 36 faktor tereduksi menjadi tujuh faktor baru. Penamaan untuk tujuh faktor baru yang terbentuk adalah: usefulness, kualitas layanan, persepsi kemudahan, tingkat keterlibatan, keamanan, daya tarik *cashback*, dan keuntungan finansial.

Kata Kunci: OVO, e-Money, Analisis Faktor, Usefulness, Kualitas Layanan, Persepsi Kemudahan, Tingkat Keterlibatan, Keamanan, Daya Tarik *Cashback*, Keuntungan Finansial

UWIKA

ABSTRACT

Lonalia Liem
Thesis
The Factors Analysis of Customer Consideration Using OVO in Surabaya.

The development of technology presented new services for consumer, include payment service. e-money presented as one of business phenomena which is interested by consumers because decrease the use of actual money, so the risk of actual money decrease. The consumers like to use e-money because give the lower safety risk. OVO as the pioneer of digital platform payment which acceptanced by retailers link, e-commerce, online trade, and online demand business. The purpose of this research is to identify the the factors which consider for consumers to use OVO. The research type is quantitative, data source from primary source data with questionnaire as collection method. The number of samples are 100 samples, data analysis technique using factor analysis. This research showing that from all of 36 factors analysis with sevent factors as reduction result. The names of factors are: usefulness, service quality, ease to use perception, involvement, sfatey, *cashback attractiveness*, and financial benefit.

Keywords: OVO, e-Money, Factor Analysis, Usefulness, Service Quality, Ease to Use Perception, Involvement, Safety, *Cashback Attractiveness*, Financial Benefit.