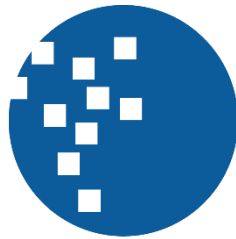


**PENGARUH *PERCEIVED EASE OF USE*, *REWARD*, DAN
PERCEIVED RISK TERHADAP *CONTINUANCE INTENTION*
DENGAN *PERCEIVED USEFULNESS* SEBAGAI MEDIASI:
TELAAH PENGGUNA OVO**



UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

SKRIPSI

Ika Wahyu Agustina

0000088527

**PROGRAM STUDI MANAJEMAN
FAKULTAS BISNIS
UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA
TANGERANG
2025**

**PENGARUH *PERCEIVED EASE OF USE*, *REWARD*, DAN
PERCEIVED RISK TERHADAP *CONTINUANCE INTENTION*
DENGAN *PERCEIVED USEFULNESS* SEBAGAI MEDIASI:
TELAAH PENGGUNA OVO**



SKRIPSI

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh

Gelar Sarjana Manajemen

Ika Wahyu Agustina

0000088527

**UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA
PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS BISNIS**

UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA

TANGERANG

2025

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Dengan ini saya,

Nama : Ika Wahyu Agustina

NIM : 00000088527

Program studi : Manajemen

Skripsi dengan judul:

PENGARUH *PERCEIVED EASE OF USE*, *REWARD*, DAN *PERCEIVED RISK* TERHADAP *CONTINUANCE INTENTION* DENGAN *PERCEIVED USEFULNESS* SEBAGAI MEDIASI: TELAAH PENGGUNA OVO

Merupakan hasil karya saya sendiri bukan plagiat dari laporan karya tulis ilmiah yang ditulis oleh orang lain, dan semua sumber, baik yang dikutip maupun dirujuk, telah saya nyatakan benar serta dicantumkan di Daftar Pustaka.

Jika di kemudian hari terbukti ditemukan kecurangan/penyimpangan, baik dalam pelaksanaan maupun dalam penulisan laporan karya tulis ilmiah, saya bersedia menerima konsekuensi dinyatakan TIDAK LULUS untuk mata kuliah yang telah saya tempuh.

Tangerang, 10 Desember 2025



(Ika Wahyu Agustina)

HALAMAN PERNYATAAN PENGGUNAAN BANTUAN KECERDASAN ARTIFISIAL (AI)

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama Lengkap : Ika Wahyu Agustina

NIM : 00000088527

Program Studi : Manajemen

Judul Laporan : PENGARUH *PERCEIVED EASE OF USE*,
REWARD, DAN *PERCEIVED RISK* TERHADAP *CONTINUANCE INTENTION*
DENGAN *PERCEIVED USEFULNESS* SEBAGAI MEDIASI: TELAAH
PENGGUNA OVO

Dengan ini menyatakan secara jujur menggunakan bantuan Kecerdasan Artifisial (AI) dalam pengerjaan Skripsi sebagai berikut:

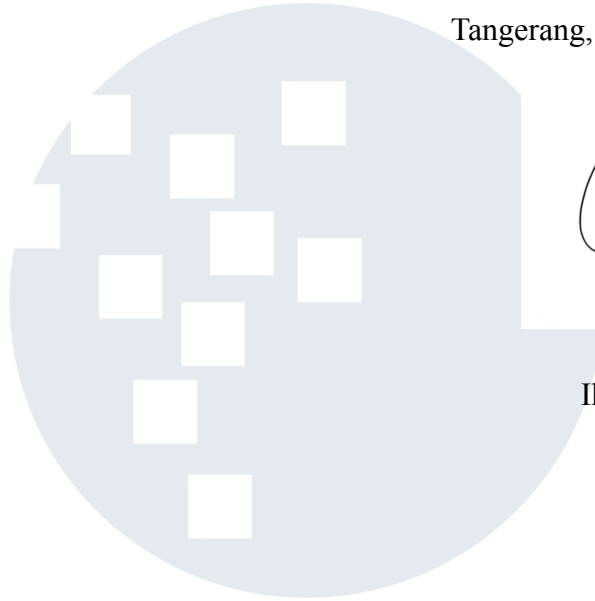
- Menggunakan AI sebagaimana diizinkan untuk membantu dalam menghasilkan ide-ide utama saja
- Menggunakan AI sebagaimana diizinkan untuk membantu menghasilkan teks pertama saja
- Menggunakan AI untuk menyempurnakan sintaksis dan tata bahasa untuk pengumpulan tugas
- Karena tidak diizinkan: Tidak menggunakan bantuan AI dengan cara apa pun dalam pembuatan tugas

Saya juga menyatakan bahwa:

- (1) Menyerahkan secara lengkap dan jujur
- (2) Penggunaan perangkat AI yang diperlukan dalam tugas melalui Formulir Penggunaan Perangkat Kecerdasan Artifisial (AI)

- (3) Mengakui telah menggunakan bantuan AI dalam tugas saya baik dalam bentuk kata, paraphrase, penyertaan ide atau fakta penting yang disarankan oleh AI dan saya telah mencantumkan dalam sitasi serta referensi
- (4) Terlepas dari pernyataan di atas, tugas ini sepenuhnya merupakan karya saya sendiri

Tangerang, 16 Desember 2025



Ika Wahyu Agustina

UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

HALAMAN PERSETUJUAN

Skripsi dengan judul

PENGARUH *PERCEIVED EASE OF USE*, *REWARD*, DAN *PERCEIVED RISK* TERHADAP *CONTINUANCE INTENTION* DENGAN *PERCEIVED USEFULNESS* SEBAGAI MEDIASI: TELAAH PENGGUNA OVO

Oleh

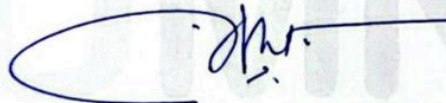
Nama : Ika Wahyu Agustina
NIM : 00000088527
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Bisnis

Telah disetujui untuk diajukan pada

Sidang Ujian Skripsi Universitas Multimedia Nusantara

Tangerang, 10 Desember 2025

Pembimbing



Dr. Yosef Budi Susanto, M.M.
NIDN: 0301056103

Ketua Program Studi Manajemen



Purnamaningsih, S.E., M.S.M., C.B.O.
NIDN: 0323047801

HALAMAN PENGESAHAN

Thesis dengan judul

**PENGARUH *PERCEIVED EASE OF USE*, *REWARD*, DAN *PERCEIVED RISK*
TERHADAP *CONTINUANCE INTENTION* DENGAN *PERCEIVED*
USEFULNESS SEBAGAI MEDIASI: TELAAH PENGGUNA OVO**

Oleh

Nama : Ika Wahyu Agustina

NIM : 00000088527

Program Studi : Manajemen

Fakultas : Bisnis


Telah diujikan pada hari Selasa, 16 Desember 2025

Pukul 09.30 s.d 11.00 dan dinyatakan


LULUS

Dengan susunan penguji sebagai berikut.


Ketua Sidang


Thomas Dwi Susmanto, S.T., M.S.M.
NIDN: 0306037103

Penguji


Trihadi Pudiawan Erhan, S.E., M.S.E., Ph.D.
NIDN: 0312028802

Pembimbing


Dr. Yosef Budi Susanto, M.M.

NIDN: 0301056103

Ketua Program Studi Manajemen


Purnamaningsih, S.E., M.S.M., C.B.O.

NIDN: 0323047801

HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Ika Wahyu Agustina

NIM : 00000088527

Program Studi : Manajemen

Jenjang : ~~D3~~/S1/S2* (coret salah satu)

Judul Karya Ilmiah : PENGARUH *PERCEIVED EASE OF USE*,
REWARD, DAN *PERCEIVED RISK* TERHADAP *CONTINUANCE*
INTENTION DENGAN *PERCEIVED USEFULNESS* SEBAGAI
MEDIASI: TELAAH PENGGUNA OVO

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa* (pilih salah satu):

- Saya bersedia memberikan izin sepenuhnya kepada Universitas Multimedia Nusantara untuk mempublikasikan hasil karya ilmiah saya ke dalam repositori Knowledge Center sehingga dapat diakses oleh Sivitas Akademika UMN/Publik. Saya menyatakan bahwa karya ilmiah yang saya buat tidak mengandung data yang bersifat konfidensial.
- Saya tidak bersedia mempublikasikan hasil karya ilmiah ini ke dalam repositori Knowledge Center, dikarenakan: dalam proses pengajuan publikasi ke jurnal/konferensi nasional/internasional (dibuktikan dengan *letter of acceptance*) **.
- Lainnya, pilih salah satu:
 - Hanya dapat diakses secara internal Universitas Multimedia Nusantara
 - Embargo publikasi karya ilmiah dalam kurun waktu 3 tahun.

Tangerang, 10 Desember 2025



(Ika Wahyu Agustina)

* Centang salah satu tanpa menghapus opsi yang tidak dipilih

** Jika tidak bisa membuktikan LoA jurnal/HKI, saya bersedia mengizinkan penuh karya ilmiah saya untuk dipublikasikan ke KC UMN dan menjadi hak institusi UMN

KATA PENGANTAR

Dengan mengucapkan rasa syukur yang mendalam kepada Tuhan Yang Maha Esa, karena dengan bantuan dan petunjuk-Nya penulis dapat menyelesaikan tugas akhir skripsi dengan baik dan tepat waktu. Penulisan tugas akhir ini bertujuan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen (S.M.) di Universitas Multimedia Nusantara.

Penulis berharap dengan selesainya penelitian ini dapat memberikan dampak positif terhadap diri sendiri sebagai bentuk kepuasan diri dan penyelesaian tanggung jawab kepada orang-orang terdekat atas dukungan yang telah diberikan selama ini. Oleh sebab itu penulis mengucapkan terima kasih yang tulus terhadap berbagai pihak yang telah memberikan dukungan dan bimbingan sebagai kontribusi selama proses pengerjaan skripsi ini.

1. Ir. Andrey Andoko, M.Sc. Ph.D., selaku Rektor Universitas Multimedia Nusantara.
2. Bapak Dr. Prio Utomo, S.T., M.P.C., selaku Dekan Fakultas Bisnis Universitas Multimedia Nusantara.
3. Ibu Purnamaningsih, S.E., M.M., C.B.O., selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Multimedia Nusantara.
4. Dr. Yosef Budi Susanto, M.M., selaku Pembimbing yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi sehingga terselesainya tugas akhir ini dengan baik.
5. Kedua orang tua, Mama dan Papa yang telah memberikan bantuan dukungan material dan moral, serta doa yang selalu menyertai dibalik proses penelitian ini, sehingga penulis dapat menyelesaikan tanggung jawab tugas akhir ini dengan baik dan cukup.
6. Kedua saudara, Sasha dan Mahesa yang telah memberikan *support* mental selama ini sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini dalam keadaan baik dan berbahagia.

7. Teman dekat perkuliahan yaitu Cindy, Gaby, dan Kelly yang telah menjadi tempat berdiskusi, dan berbagi tawa yang meringankan proses pengerjaan hingga selesainya penulisan tugas akhir ini.
8. Teman dekat semasa sekolah yang telah memberikan dukungan dan canda tawa sehingga penulis dapat melalui proses panjang penyusunan tugas akhir ini dengan suka cita. Kebersamaan, semangat, dan dukungan menjadi bagian berarti bagi penulis hingga penyusunan laporan tugas akhir ini dapat terselesaikan.
9. Seluruh responden yang telah bersedia memberikan waktu untuk berpartisipasi dalam pengisian kuesioner keperluan penelitian ini.
10. Teman-teman seperjuangan yang telah bersama-sama melalui proses panjang penyusunan tugas akhir ini.
11. Kepada diri sendiri atas komitmen & usaha yang telah dilakukan sehingga tugas akhir ini selesai tepat waktu.

Semoga dengan selesainya laporan skripsi ini dapat menjadi titik awal pembelajaran baru penulis sebagai individu dan teman-teman seperjuangan, juga dapat menjadi motivasi kepada pembaca untuk dapat menyelesaikan skripsi sebaik-baiknya, terutama mahasiswa/i Universitas Multimedia Nusantara.

Tangerang, 10 Desember 2025

U N I V E R S I T
M U L T I M E D
N U S A N T A



(Ika Wahyu Agustina)

**PENGARUH *PERCEIVED EASE OF USE*, *REWARD*, DAN
PERCEIVED RISK TERHADAP *CONTINUANCE INTENTION*
DENGAN *PERCEIVED USEFULNESS* SEBAGAI MEDIASI:
TELAAH PENGGUNA OVO**

Ika Wahyu Agustina

ABSTRAK

Pertumbuhan transaksi *digital* di Indonesia yang semakin pesat, khususnya tren *e-wallet* yang sangat akrab dengan teknologi *digital*. Namun, OVO sebagai salah satu pionir *e-wallet* di Indonesia menghadapi berbagai tantangan, seperti pengalaman pengguna yang kurang optimal akibat dari kendala layanan yang dialami. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *Perceived Ease of Use*, *Reward*, dan *Perceived Risk* terhadap *Continuance Intention* dengan *Perceived Usefulness* sebagai mediasi: Telaah pengguna OVO. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif terhadap 145 responden dengan model *Technology Acceptance Model* (TAM) yang diadaptasi oleh Davis et al. (1989) dalam penelitian (Kumar et al. (2024); Tripathi (2021)). Data dikumpulkan melalui kuesioner *online* dan kemudian dilakukan analisis menggunakan SmartPLS-4. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *Perceived Ease of Use* berpengaruh secara positif terhadap *Perceived Usefulness* dan *Continuance Intention*. Serta *Perceived Usefulness* memediasi hubungan *Perceived Ease of Use* dengan *Continuance Intention*. Selain itu, *Reward* berpengaruh secara positif terhadap *Continuance Intention* dan *Perceived Usefulness* berpengaruh secara positif terhadap *Continuance Intention*. Namun, *Reward* tidak berpengaruh positif terhadap *Perceived Usefulness*, dan *Perceived Usefulness* tidak memediasi hubungan *Reward* dengan *Continuance Intention*. Lalu *Perceived Risk* juga tidak terbukti memiliki pengaruh negatif terhadap *Continuance Intention* OVO. Temuan ini mengindikasikan pentingnya tingkat kemudahan dan kegunaan dalam aplikasi *e-wallet* untuk menggunakan OVO.

Kata kunci: *Perceived Ease of Use*, *Perceived Usefulness*, *Reward*, *Perceived Risk*, *Continuance Intention*, OVO

***INFLUENCE OF PERCEIVED EASE OF USE, REWARD, AND
PERCEIVED RISK ON CONTINUANCE INTENTION WITH
PERCEIVED USEFULNESS AS MEDIATOR: A STUDY OF OVO
USERS***

Ika Wahyu Agustina

ABSTRACT

The rapid growth of digital transactions in Indonesia, particularly the e-wallet trend, is closely associated with digital technology adoption. However, OVO, as one of the pioneers of e-wallet services in Indonesia, faces various challenges, such as suboptimal user experiences resulting from service-related constraints. This study aims to analyze the effects of Perceived Ease of Use, Rewards, and Perceived Risk on Continuance Intention, with Perceived Usefulness as a mediating variable: a study of OVO users.

This research employs a quantitative approach involving 145 respondents, using the Technology Acceptance Model (TAM) adapted from Davis et al. (1989) as applied in previous studies (Kumar et al., 2024; Tripathi, 2021). Data were collected through an online questionnaire and subsequently analyzed using SmartPLS-4. The results indicate that Perceived Ease of Use has a positive effect on Perceived Usefulness and Continuance Intention, and Perceived Usefulness mediates the relationship between Perceived Ease of Use and Continuance Intention. Furthermore, Rewards have a positive effect on Continuance Intention, and Perceived Usefulness has a significant positive effect on Continuance Intention. However, Rewards do not have a positive effect on Perceived Usefulness, and Perceived Usefulness does not mediate the relationship between Rewards and Continuance Intention. In addition, Perceived Risk is not proven to have a negative effect on Continuance Intention of OVO. These findings indicate the importance of ease of use and perceived usefulness in e-wallet applications to encourage continued use of OVO.

Keywords: *Perceived Ease of Use, Perceived Usefulness, Reward, Perceived Risk, Continuance Intention, OVO*

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT	ii
HALAMAN PERNYATAAN PENGGUNAAN BANTUAN KECERDASAN ARTIFISIAL (AI)	iii
HALAMAN PERSETUJUAN	v
HALAMAN PENGESAHAN	vi
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH	vii
KATA PENGANTAR	viii
ABSTRAK	x
<i>ABSTRACT</i>	xi
DAFTAR ISI	xii
DAFTAR TABEL	xvi
DAFTAR GAMBAR	xvii
DAFTAR LAMPIRAN	xviii
BAB I	
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Rumusan Masalah dan Pertanyaan Penelitian	14
1.3 Tujuan Penelitian	15
1.4 Manfaat Penelitian	15
1.4.1 Manfaat Teoritis/Akademis	15
1.4.2 Manfaat Praktis	16
1.5 Batasan Penelitian	16
1.6 Sistematika Penulisan	16
BAB II	
LANDASAN TEORI	18
2.1 Tinjauan Teori	18
2.1.1 Marketing Management	18
2.1.2 Technology Acceptance Model (TAM)	18
2.1.3 Perceived Ease of Use	19
2.1.4 Perceived Usefulness	20
2.1.5 Reward	20
2.1.6 Perceived Risk	20
2.1.7 Continuance Intention	21
2.2 Penelitian Terdahulu	21
2.3 Model Penelitian	25
2.4 Pengembangan Hipotesis	26
2.4.1 Pengaruh Perceived Ease of Use Terhadap Perceived Usefulness	26

2.4.2 Pengaruh Perceived Ease of Use Terhadap Continuance Intention	27
2.4.3 Pengaruh Perceived Usefulness Memediasi Hubungan Perceived Ease of Use dan Continuance Intention	27
2.4.4 Pengaruh Reward Terhadap Perceived Usefulness	28
2.4.5 Pengaruh Reward Terhadap Continuance Intention	28
2.4.6 Pengaruh Perceived Usefulness Memediasi Hubungan Reward dan Continuance Intention	29
2.4.7 Pengaruh Perceived Usefulness Terhadap Continuance Intention	29
2.4.8 Pengaruh Perceived Risk Terhadap Continuance Intention	30
BAB III	
METODOLOGI PENELITIAN	31
3.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	31
3.1.1 Profil Perusahaan	31
3.2 Desain Penelitian	32
3.2.1 Exploratory Research Design	33
3.2.2 Conclusive Research Design	33
3.3 Pendekatan Penelitian	34
3.3.1 Qualitative Research	35
3.3.2 Quantitative Research	35
3.4 Populasi dan Sampel Penelitian	35
3.3.1 Populasi	35
3.3.2 Sampel	36
3.5 Teknik Pengumpulan Data	38
3.6 Operasionalisasi Variabel	40
3.7 Teknik Analisis Data	42
3.7.1 Uji Data Pre-test	42
3.7.2 Uji Validitas Pre-test	43
3.7.3 Uji Reliabilitas Pre-test	44
3.7.4 Analisis Data Penelitian Main-Test	44
3.8 Identifikasi Variabel Penelitian	48
3.9 Uji Hipotesis	49
3.9.1 Testing Structural Relationship	49
BAB IV	
ANALISIS DAN PEMBAHASAN	51
4.1 Karakteristik Responden	51

4.1.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Kapan Terakhir Kali Menggunakan OVO	53
4.1.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi Penggunaan Dalam 6 Bulan Terakhir	54
4.2 Analisis Deskriptif	54
4.2.1 Perceived Ease of Use	55
4.2.2 Perceived Usefulness	56
4.2.3 Reward	56
4.2.4 Perceived Risk	57
4.2.5 Continuance Intention	58
4.3 Uji Instrumen Pre-test	59
4.3.1 Uji Validitas Pre-test	59
4.3.2 Uji Reliabilitas Pre-test	60
4.4 Uji Instrumen Main-Test	61
4.4.1 Hasil Uji Measurement Model	62
4.4.2 Uji Inner Model	65
4.5 Uji Hipotesis	67
4.6 Pembahasan	70
4.6.1 Pengaruh Perceived Ease of Use Terhadap Continuance Intention.	70
4.6.2 Pengaruh Perceived Ease of Use Terhadap Perceived Usefulness.	70
4.6.3 Pengaruh Perceived Usefulness Memediasi Hubungan Perceived Ease of Use dan Continuance Intention.	71
4.6.4 Pengaruh Reward Terhadap Continuance Intention.	72
4.6.5 Pengaruh Reward Terhadap Perceived Usefulness.	72
4.6.6 Pengaruh Perceived Usefulness Memediasi Hubungan Reward dan Continuance Intention.	73
4.6.7 Pengaruh Perceived Usefulness Terhadap Continuance Intention.	73
4.6.8 Pengaruh Perceived Risk Terhadap Continuance Intention.	74
4.7 Implikasi Manajerial	75
4.7.1 Upaya Dalam Meningkatkan Perceived Ease of Use Terhadap Continuance Intention.	75
4.7.2 Upaya Dalam Meningkatkan Perceived Ease of Use Terhadap Perceived Usefulness.	75
4.7.3 Upaya Dalam Meningkatkan Perceived Usefulness Memediasi Hubungan Perceived Ease of Use dan Continuance Intention.	76
4.7.4 Upaya Dalam Meningkatkan Reward Terhadap Perceived	

Usefulness.	76
4.7.5 Upaya Dalam Meningkatkan Reward Terhadap Continuance Intention.	77
4.7.6 Upaya Dalam Meningkatkan Perceived Usefulness Memediasi Hubungan Reward dan Continuance Intention.	77
4.7.7 Upaya Dalam Meningkatkan Perceived Usefulness Terhadap Continuance Intention	78
4.7.8 Upaya Dalam Meningkatkan Perceived Risk Terhadap Continuance Intention.	78
BAB V	
SIMPULAN DAN SARAN	80
5.1 Simpulan	80
5.2 Saran	81
5.2.1 Saran Untuk Perusahaan	81
5.2.2 Saran Untuk Peneliti Selanjutnya	83
DAFTAR PUSTAKA	84
LAMPIRAN	90



DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	22
Tabel 3.1 Operasionalisasi Variabel	41
Tabel 3.2 Uji Validitas Pre-test	44
Tabel 3.3 Reflective Measurement Model	46
Tabel 3.4 Structural Model Result	47
Tabel 4.1 Skala Interval	54
Tabel 4.2 Hasil Responden Perceived Ease of Use	54
Tabel 4.3 Hasil Responden Perceived Usefulness	55
Tabel 4.4 Hasil Responden Reward	56
Tabel 4.5 Hasil Responden Perceived Risk	57
Tabel 4.6 Hasil Responden Continuance Intention	57
Tabel 4.7 Uji Validitas Pre-test	59
Tabel 4.8 Uji Reliabilitas Pre-test	60
Tabel 4.9 Hasil Convergent Validity dan Reliability Main Test	62
Tabel 4.10 Hasil Cross Loading Main Test	63
Tabel 4.11 Hasil Fornell-Larcker Main Test	64
Tabel 4.12 Hasil Uji R-square (R ²)	65
Tabel 4.13 Hasil Uji Effect Size (f ²)	65
Tabel 4.14 Hasil Uji Bootstrapping Main Test	66



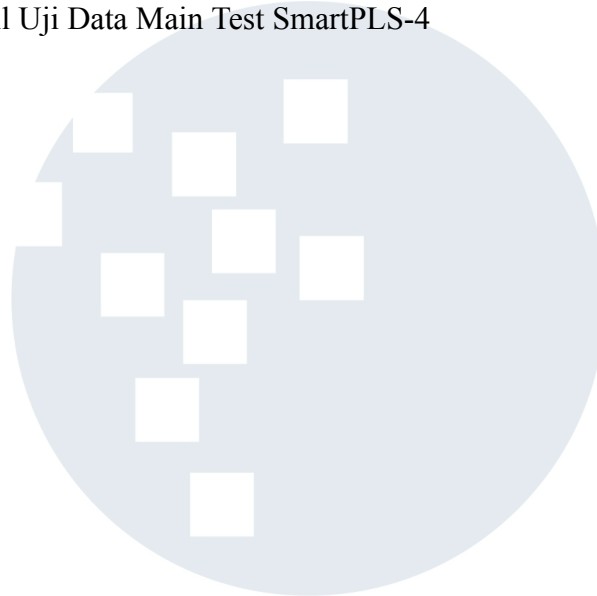
DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Data Nilai Perbandingan Uang Elektronik di Indonesia 2025	1
Gambar 1.2 Tabel Rincian Perbandingan Uang Elektronik di Indonesia 2025	2
Gambar 1.3 Data Metode Pembayaran Digital Indonesia 2025	3
Gambar 1.4 Data Jumlah Download E-Wallet 2025	4
Gambar 1.5 Data E-Wallet Paling Sering Digunakan Gen Z & Milenial	5
Gambar 1.6 OVO Gangguan	7
Gambar 1.7 Komentar Pengguna OVO	8
Gambar 1.8 Review Pengguna OVO	9
Gambar 1.9 Review Pengguna OVO	10
Gambar 1.10 Review Pengguna OVO	10
Gambar 1.11 Review Pengguna OVO	11
Gambar 1.12 Review Pengguna OVO	12
Gambar 1.13 Review Pengguna OVO	13
Gambar 1.14 Review Pengguna OVO	13
Gambar 1.15 Review Pengguna OVO	14
Gambar 2.1 Theory Acceptance Model (TAM)	20
Gambar 2.2 Model Penelitian	27
Gambar 3.1 Logo OVO	32
Gambar 3.2 Desain Penelitian	34
Gambar 3.3 Proses Sampel	37
Gambar 3.4 Teknik Sampling	39
Gambar 4.2 Data Responden Berdasarkan Kapan Terakhir Kali Menggunakan OVO	53
Gambar 4.3 Data Responden Berdasarkan Frekuensi Penggunaan Dalam 6 Bulan Terakhir	53
Gambar 4.4 Hasil Uji Measurement Model	61

U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Hasil Presentase Turnitin	89
Lampiran 2 Formulir Bimbingan	90
Lampiran 3 Kuesioner Google Form	93
Lampiran 4 Jurnal Utama	104
Lampiran 5 Hasil Uji Data Pre-test SPSS	114
Lampiran 6 Hasil Uji Data Main Test SmartPLS-4	119



UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA