

ANALISIS PERILAKU *MERCHANT* DI SURABAYA DALAM MEMILIH OVO SEBAGAI INSTRUMEN PEMBAYARAN ELEKTRONIK

Nama : Elen Thiodora Pah
Jurusan/Program Studi : Ilmu Ekonomi/ Perbankan dan Jasa Keuangan
Pembimbing 1 : Hariadi, S.E., M.Si.,
Pembimbing 2 : Dra.ec. Mintarti Ariani, M.Si.,

ABSTRAK

Kemajuan teknologi informasi dan komunikasi yang semakin canggih saat ini merambah ke bidang ekonomi, dalam hal ini adalah metode pembayaran. Proses transaksi dapat dilakukan dengan mudah dan cepat dengan menggunakan kartu atau *smartphone*. Hal ini sesuai dengan keadaan generasi *millineals*. Banyak pengusaha di Surabaya turut mengambil bagian dalam kemajuan teknologi informasi dan komunikasi ini, sehingga bisa dilihat terdapat begitu banyak *merchant* OVO di berbagai pusat perbelanjaan dan pelayanan jasa, maupun tempat makan. Studi ini menggunakan metode kualitatif deskriptif eksplorasi, bertujuan untuk mengidentifikasi faktor apa saja yang mempengaruhi perilaku *merchant* di Surabaya dalam memilih OVO sebagai instrumen pembayaran elektronik. Data yang dikumpulkan merupakan data primer dari hasil wawancara secara semi-terstruktur dengan tiga pihak, yaitu *sales merchant* OVO, lima *merchant* OVO dan lima *non-merchant* OVO. Data dari hasil wawancara dikaitkan dengan teori faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian (Zeithaml dan Bitner, 2013), menunjukkan bahwa terdapat tiga faktor yang mendasari *merchant* memilih OVO sebagai instrumen pembayaran elektronik yaitu *promotion*, *product* dan *people*.

Kata kunci : OVO, *merchant*, instrumen pembayaran elektronik

***AN ANALAYSIS OF MERCHANT BEHAVIOUR IN SURABAYA IN
CHOOSING OVO AS ELECTRONIC PAYMENT INSTRUMENT***

Name : Elen Thiodora Pah

Discipline/Study Program : Economics/Banking and Financial institue

1st Contributor : Hariadi, S.E., M.Si.,

2nd Contributor : Dra.ec Mintarti Ariani, M.Si.,

ABSTRACT

The development of information and communication technology has become more sophisticated nowadays, such in payment method. The transaction process can be done in easily and rapidly using card or smartphone. This is in accordance with the condition of millennial generation. Many businessmen in Surabaya take a part in that development, so it can be seen that there are a lot of OVO merchants in many shopping and services centres, also in restaurants. This study uses descriptive qualitative exploration methods, aiming to identify what factors influence the behavior of merchants in Surabaya in choosing OVO as an electronic payment instrument. The data were the primer data gathered from the semi-structured personal interview with three parties, they are one OVO merchant sales, five OVO merchant and non-merchant. The result of this research after being related with factors which influenced the buying decision (Zeithaml dan Bitner, 2013), showed that there are three basic factors which influenced OVO merchant in choosing OVO as electronic payment instrument such as promotion, product dan people.

Keywords: OVO, merchant, electronic payment instrument