

**PENGARUH KEMUDAHAN, KEPERCAYAAN DAN MANFAAT
TERHADAP MINAT BERTRANSAKSI MENGGUNAKAN DOMPET
DIGITAL OVO DI YOGYAKARTA**

RINGKASAN SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Gelar Sarjana



Disusun Oleh:

ALMIRA BELINDA TOLAT

1118 30092

PROGRAM STUDI AKUNTANSI

SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI

YAYASAN KELUARGA PAHLAWAN NEGARA

YOGYAKARTA

2022

TUGAS AKHIR

PENGARUH KEMUDAHAN, KEPERCAYAAN DAN MANFAAT TERHADAP MINAT BERTRANSAKSI MENGGUNAKAN DOMPET DIGITAL OVO DI YOGYAKARTA

Dipersiapkan dan disusun oleh:

ALMIRA BELINDA TOLAT

Nomor Induk Mahasiswa: 111830092

telah dipresentasikan di depan Tim Penguji pada tanggal 13 Desember 2022 dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar

Sarjana Akuntansi (S.Ak.)

Susunan Tim Penguji:

Pembimbing



Deden Iwan Kusuma, Drs., M.Si., Ak., CA.

Penguji



Theresia Trisanti, Dr., M.B.A., Ak., CA.

Yogyakarta, 13 Desember 2022
Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi YKPN Yogyakarta
Ketua



Wisnu Prajogo, Dr., M.B.A.

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh persepsi kemudahan, persepsi kepercayaan dan persepsi manfaat terhadap minat bertransaksi menggunakan dompet digital OVO.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan mengumpulkan data melalui metode *survey*. Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa Yogyakarta yang pernah bertransaksi menggunakan dompet digital OVO. Pengambilan sampel menggunakan metode *purposive sampling* dengan kriteria yang pernah bertransaksi menggunakan dompet digital OVO. Sampel dalam penelitian ini berjumlah 110 responden yang diperoleh dari penyebaran kuesioner. Teknik analisis data penelitian ini menggunakan teknik analisis deskriptif dan regresi linear berganda.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa: Persepsi kemudahan, Persepsi kepercayaan dan Persepsi manfaat berpengaruh positif terhadap minat bertransaksi menggunakan dompet digital OVO.

Kata Kunci: Persepsi Kemudahan, Persepsi Kepercayaan, Persepsi Manfaat, Minat Bertransaksi.

ABSTRACT

This study aims to analyze the effect of perceived convenience, perceived trustworthiness and perceived benefits on requesting transactions using the OVO digital wallet.

This research uses a quantitative approach by collecting data through the survey method. The population in this study were Yogyakarta students who had transacted using the OVO digital wallet. Sampling using the purposive sampling method with criteria that have been transacted using the OVO digital wallet. The sample in this study amounted to 110 respondents obtained from the distribution of questionnaires. The data analysis technique of this study uses descriptive analysis techniques and multiple linear regression.

The results of this study show that: Perception of convenience, Perception of trust and Perception of benefits have a positive effect on the interest in transacting using the OVO digital wallet.

Keywords: Perception of Ease, Perception of Trust, Perception of Benefits, Transaction Interest.

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

Latar Belakang Masalah

Perkembangan teknologi informasi yang semakin cepat dan pesat di era globalisasi ini membuat seluruh aktivitas manusia tidak terlepas dari teknologi. Teknologi informasi dinilai dapat membantu aktivitas manusia, salah satu kemajuan teknologi adalah teknologi pembayaran yang disebut dengan *financial technology (fintech)*. *Fintech* merupakan inovasi teknologi industry keuangan. *Fintech* memungkinkan individu melakukan transaksi tanpa uang tunai, dengan adanya *fintech* membuat masyarakat lebih tertarik pada metode pembayaran yang lebih cepat, mudah dan aman.

Adapun beberapa jenis-jenis *fintech* yaitu *Peer to Peer Lending*, *Crowdfunding*, *Payment Gateway* dan Manajemen Risiko dan Investasi. *Peer to Peer Lending* (P2PL) merupakan sebuah platform yang menyambungkan pemberi pinjaman dengan peminjam melalui internet. Kredivo dan Modalku adalah P2PL terdaftar OJK yang memberikan pengawasan kredit dan risiko. *Payment Gateway* menghubungkan perusahaan *e-commerce* dengan bank sehingga penjual dan pembeli dapat melakukan transaksi dan *fintech* lainnya termasuk *e-wallet* atau dompet digital seperti OVO, DANA, LinkAja dan Shopeepay. Banyaknya jenis-jenis *fintech* yang beredar saat, kenyataannya dompet gital adalah salah satu bentuk *fintech* yang paling banyak penggunaannya pada masyarakat.

Sistem pembayaran menggunakan dompet digital semakin berkembang dan banyak diminati oleh masyarakat umum. Dompet digital merupakan aplikasi elektronik untuk melakukan transaksi secara online dan tidak menggunakan kartu ataupun uang tunai cukup menggunakan *smartphone*. Dompet digital memiliki

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

fitur-fitur agar pengguna dapat melakukan proses transaksi dengan mudah dan cepat hanya menggunakan internet, selain menawarkan kemudahan dalam bertransaksi dompet digital dinilai juga lebih aman karena dilindungi oleh kata sandi masing-masing pengguna.

Banyak manfaat yang diberikan oleh dompet digital sebelumnya, maka pada tahun 2017 terbentuklah perusahaan dompet digital yaitu OVO. Lippo Group menciptakan OVO pada tahun 2017, dan pada 25 September 2017, Bank Indonesia memberikan lisensi e-money untuk beroperasi sebagai perusahaan *fintech* di Indonesia. OVO memiliki beberapa keunggulan, diantara lain bisa digunakan untuk membeli pulsa listrik, pulsa, pulsa data, membayar asuransi dan BPJS Kesehatan.

Technology Acceptance Model (TAM) dikembangkan oleh Davis tahun 1989. TAM adalah teori yang mempelajari ilmu tentang minat atau tidaknya seseorang untuk menggunakan sistem teknologi informasi atau digitalisasi. Teori ini dapat digunakan untuk mengetahui pendapat masyarakat dalam penggunaan teknologi, karena TAM merupakan model penerimaan sistem teknologi informasi yang akan digunakan oleh pemakai. Pada teori TAM terdapat beberapa faktor yang memicu seseorang dalam penggunaan sistem teknologi informasi, faktor tersebut adalah persepsi kemudahan, persepsi kemanfaatan, sikap pengguna dan minat perilaku.

Pengertian dari persepsi kemudahan adalah ketika seseorang percaya jika teknologi informasi akan bebas dari usaha. Seorang pengguna akan lebih memanfaatkan sistem informasi jika dia percaya itu sederhana. Namun, jika seseorang berpikir sistem informasi sulit untuk digunakan, mereka tidak akan

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

menggunakannya. Berdasarkan hasil penelitian berhubungan dengan pengaruh kemudahan terhadap minat bertransaksi menggunakan aplikasi OVO yang telah diteliti oleh Novi Aisha et al., (2022).

Kepercayaan adalah faktor yang paling penting dalam pemasaran internet karena mendorong orang untuk membeli secara online. Berdasarkan hasil penelitian berhubungan dengan pengaruh kepercayaan terhadap minat bertransaksi menggunakan aplikasi OVO yang telah di analisis oleh Indriyani et al., (2020)

Pengertian dari persepsi manfaat dapat diartikan sebagai sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan teknologi dapat meningkatkan kinerja pekerjaannya. Jika seseorang merasa percaya sistem informasi berguna, maka dia akan menggunakannya. Sebaliknya, jika seseorang merasa percaya bahwa sistem informasi tidak berguna maka dia tidak akan menggunakannya. Haqiqi et al., (2020), Husein et al., (2021) dan Hardi (2021)

Berdasarkan penjelasan sebelumnya mengenai penggunaan dompet digital, maka peneliti ingin mempelajari keterkaitan antara kemudahan, kepercayaan dan manfaat terhadap penggunaan dompet digital OVO.

Rumusan Masalah

Bersumber pada latar belakang yang sudah diuraikan, penulis Menyusun beberapa masalah yaitu:

1. Apakah persepsi kemudahan berpengaruh positif terhadap penggunaan dompet digital OVO di Yogyakarta?
2. Apakah persepsi kepercayaan berpengaruh positif terhadap penggunaan dompet digital OVO di Yogyakarta?

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

3. Apakah persepsi manfaat berpengaruh positif terhadap penggunaan dompet digital OVO di Yogyakarta?

Tujuan Penelitian

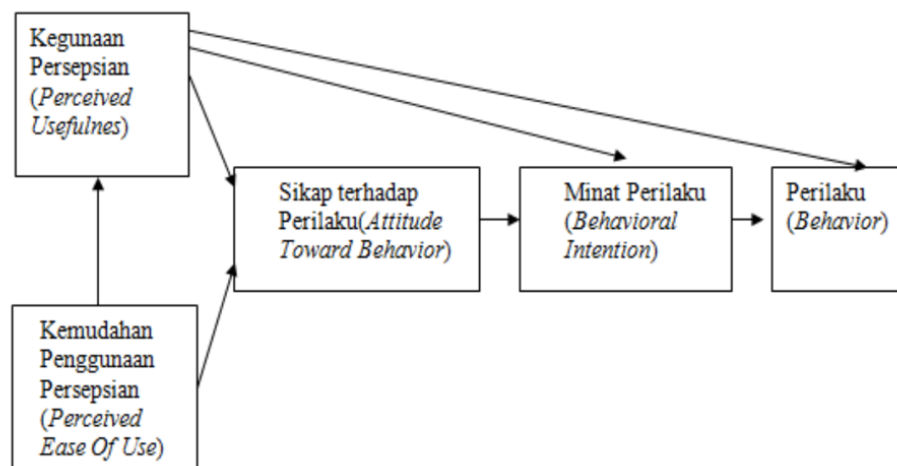
Menurut rumusan masalah di atas, maka tujuan dari penelitian ini yaitu:

1. Mengetahui dan menganalisis pengaruh persepsi kemudahan mahasiswa terhadap dompet digital OVO di Yogyakarta?
2. Mengetahui dan menganalisis pengaruh persepsi kepercayaan mahasiswa terhadap dompet digital OVO di Yogyakarta?
3. Mengetahui dan menganalisis pengaruh persepsi manfaat mahasiswa terhadap dompet digital OVO di Yogyakarta?

TAM (*Technology Acceptance Model*)

Technology Acceptance Model dikembangkan oleh Davis, et al, (1989) berdasarkan dari model TRA (*Theory of Reasoned Action*). TAM memiliki beberapa faktor model diantaranya yaitu persepsi kemudahan (*perceived ease of use*), persepsi kemanfaatan (*perceived usefulness*), sikap pengguna (*attitude toward using*), minat perilaku (*behavioral intention*) dan penggunaan (*actual use*).

Berikut adalah gambar dari penjelasan mengenai konstruk utama dalam TAM.



Technology Acceptance Model (TAM)

Dompot Digital

Dompot digital merupakan pembayaran yang dilakukan menggunakan aplikasi yang terdapat di *smart phone*. Dompot digital memberikan layanan yang begitu banyak seperti transfer uang, pengisian ulang, belanja, dan pembayaran tagihan (Bagla & Sancheti, 2018). Dompot digital menurut Bank Indonesia (BI) adalah layanan elektronik untuk menyimpan informasi instrument pada alat pembayaran, seperti kartu yang menyimpan uang atau alat pembayaran elektronik.

Persepsi Kemudahan

Kemudahan dapat diartikan sebagai suatu keadaan dimana individu yakin jika dengan menggunakan suatu teknologi tidak memerlukan usaha apapun atau dengan kata lain teknologi tersebut mudah dimengerti (Jogiyanto, 2009).

Persepsi Kepercayaan

Kepercayaan adalah proses pembentukan kepercayaan dalam diri seseorang terhadap suatu layanan berdasarkan pemahaman informasi yang diketahui tentang penyelenggara layanan tersebut (Rahmad, dkk, 2017).

Persepsi Manfaat

Venkatesh dalam Devi & Suartana (2014) mendefinisikan manfaat sebagai tingkat kepercayaan seseorang bahwa penggunaan teknologi dapat meningkatkan kinerja pekerjaannya.

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

Minat

Sudirman (2016) menyatakan minat didefinisikan sebagai suatu kondisi yang terjadi ketika individu melihat kualitas atau kepentingan sementara dari suatu keadaan yang menghubungkan dengan keinginan atau kepentingan sementara dari suatu keadaan yang menghubungkan keinginan atau kebutuhan sendiri. Dapat disimpulkan minat adalah suatu keinginan yang luar biasa terhadap sesuatu, dengan minat yang digerakkan oleh seseorang akan membuat seseorang melakukan suatu kegiatan.

Pengembangan Hipotesis dan Kerangka Pemikiran

Berdasarkan penjelasan sebelumnya, maka dalam penelitian ini terdapat hubungan variabel independen dan dependen dalam penelitian. Tujuan kerangka pemikiran dalam penelitian ini menggambarkan hubungan variabel independen dengan dengan dependen.

Kemudahan menurut Davis (2018:701) merupakan tingkat dimana seseorang meyakini penggunaan terhadap suatu sistem merupakan hal yang tidak sulit untuk dipahami dan tidak membutuhkan usaha yang berat dari pemakainya untuk bisa menggunakannya. Menurut Jogiyanto (2007) kemudahan dapat diartikan sebagai sejauh mana seseorang percaya jika menggunakan suatu teknologi akan bebas dari usaha. Jika sistem tersebut tidak mudah dipahami dan digunakan oleh pengguna, maka akan berakibat terhadap minat penggunaan dompet digital, karena pengguna merasa tidak dapat memahaminya dengan mudah, maka penelitian ini merumuskan hipotesis sebagai berikut:

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

H1 (+): Persepsi kemudahan berpengaruh positif terhadap minat bertransaksi menggunakan dompet digital OVO.

Ba dan Pavlou (2002) menggambarkan kepercayaan sebagai evaluasi hubungan individu dengan orang lain yang akan melakukan transaksi tertentu sesuai dengan harapan dalam lingkungan yang tidak terduga. Jogiyanto (2007) menyatakan bahwa kemanfaatan merupakan suatu tingkatan-tingkatan mengenai kepercayaan pengguna terhadap teknologi baru. Oleh sebab itu, kepercayaan adalah hal yang penting dalam melakukan sebuah transaksi antara kedua pihak ataupun mitra bisnis dalam memberikan kepuasan terhadap satu sama lain, maka dirumuskan hipotesis sebagai berikut :

H2 (+): Persepsi kepercayaan berpengaruh positif terhadap minat bertransaksi menggunakan dompet digital OVO.

Manfaat merupakan suatu persepsi ketika menggunakan suatu sistem aplikasi penggunaannya merasakan pekerjaannya meningkat karena manfaat yang terdapat dalam sistem tersebut (Weerasinghe & Hindagolla, 2018). Tingkat manfaat dalam dompet digital berperan penting dalam menarik minat penggunaan dompet digital, maka hipotesis yang dirumuskan adalah sebagai berikut :

H3 (+): Persepsi manfaat berpengaruh positif terhadap minat bertransaksi menggunakan dompet digital OVO.

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

Metode Penelitian

Populasi yaitu area generalisasi yang terdiri dari subjek/objek dengan kualitas dan Karakteristik tertentu. Sampel pada penelitian ini yakni seluruh mahasiswa Yogyakarta yang pernah melakukan transaksi menggunakan dompet digital OVO. Sampel penelitian ini dipilih dengan menggunakan pendekatan *purposive sampling* dengan mengumpulkan sampel berdasarkan kriteria yang telah ditentukan. Kriteria pada penelitian ini ditentukan sebagai berikut:

1. Semua mahasiswa Yogyakarta yang menginstal dompet digital OVO.
2. Semua mahasiswa Yogyakarta yang pernah melakukan transaksi menggunakan dompet digital OVO.

Analisis Data

Penelitian ini dilakukan untuk menganalisis pengaruh kemudahan, kepercayaan, dan manfaat terhadap minat bertransaksi menggunakan dompet digital OVO. Objek yang dipilih yakni mahasiswa seluruh Yogyakarta yang pernah bertransaksi menggunakan dompet digital OVO.

Pada bab sebelumnya telah diketahui bahwa untuk mengumpulkan data, peneliti menggunakan kuesioner berupa link melalui google form kepada calon responden khususnya mahasiswa yang pernah bertransaksi menggunakan dompet digital OVO di Yogyakarta.

Penyebaran link kuesioner dilakukan melalui platform media sosial seperti WhatsApp, Instagram, dan sebagainya. Survei berupa kuesioner online didistribusikan pada Oktober 2022 menggunakan teknik *purposive sampling*.

Penelitian ini membagi responden menurut jenis kelamin, usia, perguruan, nama perguruan, dan transaksi.

A. Jenis Kelamin

Data responden berdasarkan jenis kelamin dapat mempermudah untuk mendapatkan informasi mengenai jumlah responden yang terpilih menjadi sampel penelitian. Berikut adalah tabel kategori karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin yang diuji menggunakan aplikasi SPSS.

Tabel 4. 1
Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Karakteristik	Jumlah	Presentase
Laki-laki	46	41,8%
Perempuan	64	58,2%
Total	110	100%

Berdasarkan tabel 4.1 bisa dikatakan dari 110 responden, jenis kelamin perempuan adalah responden yang terbesar berjumlah 64 responden dan memiliki presentase sebesar 58,2%. Urutan selanjutnya yaitu jenis kelamin laki-laki berjumlah 46 responden dan presentase 41,8%.

B. Usia

Penelitian ini memiliki karakteristik responden berdasarkan tingkat usia yang ditampilkan dalam tabel di bawah ini.

Tabel 4. 2

Responden

Karakteristik	Jumlah	Presentase
< 20 tahun	5	4,5%
20-24 tahun	97	88,2%
> 24 tahun	8	7,3%
Total	110	100%

Berdasarkan Usia

Berdasarkan dari tabel 4.2 dapat disimpulkan bahwa karakteristik usia responden terbagi menjadi tiga kategori. Pembagian kategori ini berguna untuk memudahkan peneliti untuk menganalisis data. Responden dengan usia <20 tahun memperoleh jumlah sebesar 5 responden dan presentase sebesar 4,5%. Kategori kedua dengan rentang usia 20-24 tahun memperoleh jumlah tertinggi sebesar 97 responden dengan presentase 88,2%. Usia >24 tahun memperoleh jumlah sebesar 8 responden dan presentase sebesar 7,3%.

C. Perguruan

Penelitian ini diperoleh data berdasarkan perguruan responden yang ditampilkan dalam tabel dibawah ini.

Tabel 4. 3

Responden Berdasarkan Perguruan

Karakteristik	Jumlah	Presentase
PTN	24	21,8%
PTS	86	78,2%
Total	110	100%

Berdasarkan tabel 4.3 menjelaskan tentang perguruan responden yang terbagi menjadi 2 kategori. Pada kategori PTN memperoleh jumlah sebesar 24 responden dengan presentase sebesar 21,8% dan kategori PTS memperoleh jumlah tertinggi sebesar 86 responden dengan presentase 78,2%.

D. Nama Perguruan

Pada penelitian ini diperoleh data dengan kriteria responden berdasarkan nama perguruan yang ditampilkan dalam tabel di bawah ini.

Tabel 4. 4

Responden Berdasarkan Nama Perguruan

Asal Kampus	Jumlah	Presentase
STIE YKPN	56	50.9%
Universitas Ahmad Dahlan	8	7,3%
Universitas Atma Jaya Yogyakarta	10	9,1%
Universitas Gadjah Mada	4	3,6%
Universitas Mercu Buana Yogyakarta	8	7,3%
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta	4	3,6%
Universitas Negeri Yogyakarta	9	8,2%

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

Universitas Pembangunan Nasional Veteran Yogyakarta	11	10%
Total	110	100%

Berdasarkan tabel 4.4 dapat dilihat bahwa mahasiswa dari STIE YKPN memiliki presentase yang paling tinggi sebesar 50,9%.

E. Transaksi

Pada penelitian ini diperoleh data dengan kriteria responden berdasarkan transaksi menggunakan dompet digital OVO yang ditampilkan dalam tabel dibawah ini.

Tabel 4. 5
Responden Berdasarkan Transaksi

Transaksi	Jumlah	Presenatase
> 1 kali	98	89,1%
1 kali	12	10,9%
Total	110	100%

Berdasarkan tabel 4.5 tentang transaksi ini dibagi menjadi dua kategori. Dapat disimpulkan bahwa kategori transaksi paling banyak berada pada kategori lebih dari 1 kali transaksi (>1 kali) dengan jumlah sebesar 98 responden dengan presentase 89,1%. Responden dengan transaksi hanya 1 kali memperoleh jumlah sebesar 12 dengan presentase 10,9%.

Uji Validitas

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

Uji validitas adalah uji yang dilakukan untuk menguji validan atau keakuratan setiap item pertanyaan variabel. Pada setiap item variabel dinyatakan valid jika nilai R hitung lebih besar dari nilai R tabel (Ghozali, 2018). Cara untuk mencari nilai r tabel dengan rumus $df = n-2$ dengan signifikan 5%.

Tabel 4. 6
Hasil Uji Validitas

Variabel	Item	R hitung	R tabel	Keterangan
Persepsi Kemudahan	PKM1	0,840	0,1576	Valid
	PKM2	0,836	0,1576	Valid
	PKM3	0,835	0,1576	Valid
	PKM4	0,775	0,1576	Valid
Persepsi Kepercayaan	PKN 1	0,874	0,1576	Valid
	PKN2	0,868	0,1576	Valid
	PKN3	0,876	0,1576	Valid
	PKN4	0,849	0,1576	Valid
Persepsi Manfaat	PEM1	0,814	0,1576	Valid
	PEM2	0,853	0,1576	Valid
	PEM3	0,841	0,1576	Valid
	PEM4	0,881	0,1576	Valid
Minat	MIN1	0,753	0,1576	Valid
	MIN2	0,821	0,1576	Valid
	MIN3	0,818	0,1576	Valid
	MIN4	0,760	0,1576	Valid

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

Berdasarkan dari tabel 4.6 menunjukkan bahwa seluruh nilai yang dihasilkan dari r hitung mempunyai nilai yang lebih besar dengan nilai dari r tabel. Nilai tersebut mengindikasikan bahwa seluruh item pertanyaan yang diberikan untuk responden adalah valid.

Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dilakukan untuk membuktikan suatu instrumen tersebut dapat diandalkan atau tidak. Instrumen atau item pertanyaan reliabilitas dapat dikatakan reliabel jika nilai *Alpha Cronbach* $> 0,6$ (Ghozali, 2018).

Tabel 4. 7

Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	Standar	Keterangan
Persepsi Kemudahan	0,839	0,6	Reliable
Persepsi Kepercayaan	0,889	0,6	Reliable
Persepsi Manfaat	0,856	0,6	Reliable
Minat Bertransaksi	0,791	0,6	Reliable

Uji Normalitas

Pada pengujian ini dapat dikatakan berdistribusi normal jika nilai signifikan $> 0,05$. (Ghozali, 2018). Hasil perhitungan menggunakan bantuan program SPSS.

Tabel 4. 8

Hasil Uji Normalitas

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

	Unstandardized Residual
Asymp. Sig. (2-tailed)	.200

Berdasarkan tabel 4.8 mengenai hasil pengujian normalitas yang telah dilakukan, terdapat nilai Asymp. Sig. (2-tailed) diperoleh nilai sebesar 0,200 dimana nilai tersebut lebih besar dari nilai signifikan 0,05. Kesimpulannya dapat dikatakan bahwa nilai dari semua variabel terikat dan variabel bebas berdistribusi normal.

Uji Multikolinearitas

Penelitian ini untuk mengetahui terdapat atau tidaknya gejala multikolinearitas adalah dengan melihat nilai *Tolerance* dan *Variance Inflation Factor* (VIF). Apabila tingkat *Tolerance* $>0,10$ dan *VIF* <10 (Ghozali, 2018). Dapat dikatakan bahwa tidak terjadi gejala multikolinearitas. Berikut adalah hasil dari pengujian multikolinearitas.

Tabel 4. 9

Hasil Uji Multikolinearitas

Variabel	Collinearity Statistics		Keputusan
	Tolerance	VIF	
Persepsi Kemudahan	0,819	1,222	Tidak terjadi multikolinearitas
Persepsi Kepercayaan	0,784	1,275	Tidak terjadi multikolinearitas
Persepsi Manfaat	0,675	1,482	Tidak terjadi multikolinearitas

Dari tabel 4.9 diatas dapat dilihat bahwa seluruh nilai *Tolerance* dari tiga variabel bebas memiliki nilai yang lebih besar dari 0,10 ($>0,10$). Selanjutnya, dapat dilihat

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

juga bahwa nilai VIF dari tiga variabel independen memiliki nilai yang kurang dari 10 (<10), maka dapat disimpulkan bahwa seluruh variabel independen tidak terdapat gejala multikolinearitas.

Uji Heteroskedastisitas

Pengujian ini bertujuan untuk menilai apakah terdapat ketidaksamaan variasi melalui model regresi. Pengambilan keputusan adalah jika asumsi nilai signifikan dari variabel independen $>0,05$ (Ghozali, 2018). Hasil dari pengujian ditampilkan pada tabel di bawah ini.

Tabel 4. 10
Hasil Uji Heteroskedastisitas

Variabel	Sig	Keterangan
Persepsi Kemudahan	0,269	Tidak terjadi heteroskedastisitas
Persepsi Kepercayaan	0,085	Tidak terjadi heteroskedastisitas
Persepsi Manfaat	0,707	Tidak terjadi heteroskedastisitas

Berdasarkan dari tabel 4.10 diatas terlihat bahwa seluruh nilai dari masing-masing variabel bebas memperoleh nilai signifikan $>0,05$. Dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi gejala heteroskedastisitas.

Analisis Regresi Linear Berganda

Pada penelitian ini, uji analisis regresi linear berganda bertujuan untuk menguji pengaruh dua atau lebih variabel independen terhadap satu variabel dependen. Konstanta dalam uji regresi linear berganda terbagi menjadi 2 yaitu bernilai positif dan negatif. Apabila konstanta tersebut bernilai positif, maka konstanta tersebut berpengaruh positif. Di bawah ini merupakan hasil dari persamaan regresi linear.

$$Y = 3,996 + 0,406 \text{ PKM} + 0,141 \text{ PKN} + 0,192 \text{ PEM} + e$$

Tabel 4. 11

Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
V1	(Constant)	3.966	1.360		2.916	.004
	Kemudahan	.406	.069	.467	5.915	.000
	Kepercayaan	.141	.071	.161	2.000	.048
	Persepsi Manfaat	.192	.072	.232	2.671	.009

Berikut ini adalah penjelasan dari setiap nilai koefisien variabel bebas yaitu persepsi kemudahan, persepsi kepercayaan dan persepsi manfaat.

1. Konstanta bernilai positif 3,966. Artinya, jika variabel persepsi kemudahan, persepsi kepercayaan dan persepsi manfaat sama dengan nol, maka minat bertransaksi menggunakan dompet digital OVO adalah 3,966.
2. Koefisien dari variabel persepsi kemudahan bernilai positif. Artinya, variabel persepsi kemudahan berpengaruh positif terhadap minat bertransaksi. Jika nilai variabel persepsi kemudahan meningkat satu satuan, maka nilai minat bertransaksi menggunakan dompet digital OVO akan bertambah atau meningkat sebesar 0,406.
3. Koefisien dari variabel persepsi kepercayaan bernilai positif. Artinya, jika nilai variabel persepsi kepercayaan meningkat satu satuan, maka nilai minat bertransaksi akan bertambah atau meningkat sebesar 0,141.

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

4. Koefisien dari variabel persepsi manfaat bernilai positif. Jika nilai persepsi manfaat meningkat satu satuan, maka nilai minat bertransaksi bertambah sebesar 0,192.

Uji Model (Uji F)

Pengujian menggunakan uji F digunakan untuk melihat apakah variabel independen secara keseluruhan berpengaruh terhadap variabel dependen. Kriteria pengujian hipotesis menggunakan uji F dengan nilai ($\alpha=5\%$). Dasar untuk pengambilan keputusan uji F dapat dilihat dari apabila nilai signifikan $<0,05$ (Ghozali, 2018). Berikut adalah hasil pengujian yang ditampilkan pada tabel di bawah

Tabel 4. 12
Hasil Uji Model (Uji F)

	Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	191.070	3	63.690	29.923	.000 ^b
	Residual	225.621	106	2.128		
	Total	416.691	109			

Berdasarkan tabel 4.12 dapat dilihat bahwa nilai Sig. yang diperoleh adalah 0,000 dimana nilai tersebut $<0,05$. Kesimpulannya adalah variabel bebas terhadap variabel terikat dinyatakan terdukung.

Uji Koefisien Determinasi R^2

Nilai koefisien determinasi ditujukan untuk mengetahui besarnya kemampuan semua variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen. Jika nilai R^2 berada atau bernilai diantara nol dan satu, dapat disimpulkan bahwa variabel independen yang digunakan hampir memberikan seluruh informasi yang

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen (Kuncoro, 2013). Nilai koefisien determinasi (R^2) disajikan pada tabel dibawah ini.

Tabel 4. 13

Hasil Uji Koefisien Determinasi (Adjusted R2)

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.677 ^a	.459	.443	1.459

Hasil tabel diatas merupakan hasil pengujian koefisien determinasi yang menghasilkan nilai *adjusted R square* 0,443/44,3% hal tersebut bisa dikatakan variabel independen dapat berpengaruh terhadap variabel dependen sebesar 44,3%.

Uji Parsial (Uji t)

Pengujian dengan uji t dilakukan untuk menilai apakah variabel bebas (X) berpengaruh terhadap variabel terikat (Y). Dalam pengujian ini, digunakan kriteria pengujian yaitu dengan melihat nilai signifikan. Apabila nilai signifikan kurang dari 0,05 maka variabel bebas yang diuji berpengaruh terhadap variabel terikat (Ghozali, 2018). Berikut adalah hasil pengujian uji t yang ditampilkan dalam tabel dibawah ini:

Tabel 4. 14

Hasil Uji Parsial (Uji t)

Model		Unstandardized Coefficients		Sig.	Hasil Uji
		B	Std. Error		
	(Constant)	3.966	1.360	.004	
	Kemudahan	.406	.069	.000	H1 terdukung

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

	Kepercayaan	.141	.071	.048	H2 terdukung
	Presepsi Manfaat	.192	.072	.009	H3 terdukung

Pada tabel 4.14 di atas dapat diketahui hasil dari pengujian yang dilakukan. Hasil tersebut memperoleh nilai signifikan. Di bawah ini adalah penjelasan mengenai setiap variabel bebas.

1. Konstanta bernilai positif 3,966. Artinya, jika variabel persepsi kemudahan, persepsi kepercayaan dan persepsi manfaat sama dengan nol, maka minat bertransaksi menggunakan dompet digital OVO adalah 3,966.
2. Nilai signifikan yang diperoleh dari pengujian ini adalah 0,000 lebih kecil dari 0,05. Artinya bahwa variabel persepsi kemudahan berpengaruh terhadap minat bertransaksi menggunakan OVO.
3. Nilai signifikan yang diperoleh dari pengujian ini adalah 0,048 lebih kecil dari 0,05. Artinya bahwa variabel persepsi kepercayaan berpengaruh positif terhadap minat bertransaksi menggunakan OVO.
4. Nilai signifikan yang diperoleh dari pengujian ini adalah 0,009 lebih kecil dari 0,05. Artinya bahwa variabel persepsi manfaat berpengaruh positif terhadap minat bertransaksi menggunakan OVO.

Simpulan

Penelitian ini menguji pengaruh persepsi kemudahan, persepsi kepercayaan dan persepsi manfaat terhadap minat bertransaksi menggunakan dompet digital OVO.

Kesimpulan yang diperoleh yakni:

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

1. Hasil pengujian menunjukkan bahwa variabel persepsi kemudahan, persepsi kepercayaan dan persepsi manfaat berpengaruh positif terhadap minat bertransaksi menggunakan dompet digital OVO.
2. Pengujian variabel persepsi kepercayaan menunjukkan bahwa pengguna telah memiliki rasa kepercayaan terhadap penggunaan dompet digital OVO untuk melakukan transaksi sehari-hari dan pengguna juga merasa bahwa
3. Pengujian variabel persepsi manfaat memperlihatkan bahwa responden atau pengguna mendapatkan manfaat dalam penggunaan OVO, dengan menggunakan dompet digital OVO pengguna merasa lebih efektif dan efisien untuk bertransaksi sehari-hari.

Saran

1. Bagi penelitian selanjutnya, diharapkan menambahkan variabel lain dalam penelitiannya. Misalnya menambahkan variabel persepsi resiko, persepsi keamanan atau fitur layanan untuk melihat apakah terdapat pengaruh variabel tersebut terhadap minat. Selain itu, penelitian selanjutnya dapat melakukan penelitian pada ruang lingkup yang lebih luas sehingga dapat menghasilkan hasil penelitian yang lebih maksimal.
2. Saran bagi pihak OVO adalah meningkatkan dan mempertahankan layanan serta kinerja untuk memberikan kemudahan, kepercayaan dan manfaat bagi pengguna mengingat faktor tersebut berpengaruh terhadap minat bertransaksi menggunakan dompet digital OVO.

DAFTAR PUSTAKA

- Aisha, N., & Kurnia, E. (2022). Pengaruh Persepsi Kemudahan dan Daya Tarik Iklan Terhadap Keputusan Menggunakan Dompot Digital “OVO.” *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 153–163.
- Akdon. (2017). *Daftar Pustaka Referensi*. Alfabeta.
- Algifari. (2013). *Analisis regresi: Teori, kasus dan solusi*. BPFE Yogyakarta.
- Andhika Bayu Pratama, & Saputra, I. D. G. D. (2019). Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan, dan Tingkat Kepercayaan pada Minat Menggunakan Uang Elektronik. *E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana*, 27(2).
- Ardianto, K., & Azizah, N. (2021). Analisis Minat Penggunaan Dompot Digital Dengan Pendekatan Technology Acceptance Model (TAM) Pada Pengguna di Kota Surabaya. *Jurnal Pengembangan Wiraswasta*, 23(1), 13.
- Ba, S., & Pavlou, P. A. (2002). Evidence of the Effect of Trust Building Technology in Electronic Market: Price Premiums and Buyer Behavior. *MIS Quarterly*, 26, 243–246.

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

- Bagla, R. K., & Sancheti, V. (2018). Gaps in customer satisfaction with digital wallets: challenge for sustainability. *Journal of Management Development*, 37(6), 442–451.
- Davis, F.D. (1989). Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology. *MIS Quarterly*, 13(5), 319–339.
- Davis, Fred D. (1989). User Acceptance of Computer Technology: A Comparison of Two Theoretical Models. *Management Science*, 35(8), 982–1002.
- Devi, N. L. N. S., & Suartana, I. W. (2014). Analisis Technology Acceptance Model (Tam) Terhadap Penggunaan Sistem Informasi Di Nusa Dua Beach Hotel & Spa. *E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana*, 6(1), 167–184.
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariete Dengan Program IBM SPSS 23* (Edisi 8). Badan Penerbit.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*. Universitas Diponegoro Press.
- Ghozali, I., & Ratmono, D. (2017). *Analisis Multivariat dan Ekonometrika dengan Eviews 10*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Haqiqi, N., Lasiyono, U., & Prabowo, T. A. (2020). Pengaruh Kemudahan, Manfaat Dan Persepsi Risiko Terhadap Kepuasan Belanja Online Dalam Menggunakan E-Commerce Shopee Di Kelurahan Tanjungsari, Kecamatan Taman Sidoarjo. *Journal of Sustainability Bussiness Research*, 1(1), 317–328.
- Hardi, V. (2021). Pengaruh Kinerja Layanan dan Promosi Ovo Terhadap Keputusan Penggunaan Dompot Digital Ovo (Survey Pada Masyarakat

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

- Surabaya). *Commercium*, 3(3), 180–191.
- Husein, Y., Isyanto, P., & Darojatul Romli, A. (2021). Pengaruh Promosi Dan Persepsi Manfaat Terhadap Keputusan Pembelian Aplikasi Dompot Digital OVO Pada Mahasiswa Universitas Buana Perjuangan Karawang. *Journal for Management Student*, 1(1), 1–9.
- Jogiyanto. (2007). *Sistem Informasi Keperilakuan*. Andi Offset.
- Juhri, J., & Dewi, C. . (2017). Kepercayaan dan Penerimaan Layanan Mobile Money T-Cash di Bandung dengan Pendekatan Technology Acceptance Model (TAM). *Jurnal Universitas Telkom*, 10(1), 36–49.
- Kuncoro, M. (2013). *Metode Riset untuk Bisnis dan Ekonomi*. Erlangga.
- Marchelina, D., & Pratiwi, R. (2018). Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Persepsi Risiko dan Fitur Layanan terhadap Minat Penggunaan E- Money (Studi Kasus Pada Pengguna E-Money Kota Palembang). *Jurnal Akuntansi Dan Keuangan*, 1(1), 1–17.
- Pahlevi, R. (2021). *Survei DailySocial: OVO Jadi Dompot Digital Paling Banyak Dipakai Masyarakat*. Katadata.Co.Id.
<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/01/12/survei-dailysocial-ovo-jadi-dompot-digital-paling-banyak-dipakai-masyarakat>
- Palagan, G. P., Fisher, B., & Darto. (2018). *Analisis Data Statistik Menggunakan SPSS*. UM Press.
- Permadi, L. A., & Rinuastuti, B. H. (2020). Pengaruh Persepsi Manfaat, Kemudahan Penggunaan Dan Keamanan Terhadap Minat Menggunakan Aplikasi OVO. *Business*.

- Rahmad, A. D., Astuti, E. S., & Riyadi, R. (2017). Pengaruh Kemudahan Terhadap Kepercayaan Dan Penggunaan SMS Banking (Studi Pada Mahasiswa Jurusan Administrasi Bisnis Universitas Brawijaya). *Jurnal Administrasi Bisnis S1 Universitas Brawijaya*, 43(1), 1–14.
- Renny, Guritno, S., & Siringoringo, H. (2013). Perceived Usefulness, Ease of Use, and Attitude Towards Online Shopping Usefulness Towards Online Airlines Ticket Purchase. *Procedia*, 81, 212–216.
- Romadloniyah, A. L., & Prayitno, D. H. (2018). Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Daya Guna, Persepsi Kepercayaan, Dan Persepsi Manfaat Terhadap Minat Nasabah Dalam Menggunakan E-Money Pada Bank Bri Lamongan. *Jurnal Akuntansi*, 3(3), 699.
- Saputri, C. N., & Rivai, A. R. (2022). Pengaruh Kemudahan Penggunaan , Sikap Konsumen dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Niat Beli Ulang E-Wallet ShopeePay. *Journal of Management & Business*, 5(1), 153–163.
- Setyawati, I. (2020). *Pengaruh Kepercayaan Dan Kepuasan Pengguna Terhadap Niat Penggunaan Berkelanjutan Dompot Digital Ovo Pada Pengguna Di Jakarta*. Universitas Negeri Jakarta.
- Sudirman, A. . (2016). *Interkasi dan Motivasi Belajar Mengajar*. Rajawali.
- Sugiyono. (2007). *Metodologi Penelitian Bisnis*. PT. Gramedia.
- Sugiyono. (2013). *Metodelogi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Pendidikan*. CV Alfabeta.
- Walgito, B. (1987). *Psikologi Sosial*. Yayasan Penerbit Fakultas UGM.

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

Weerasinghe, S., & Hindagolla, M. C. B. (2018). Technology acceptance model and social network sites (SNS): a selected review of literature. *Global Knowledge, Memory and Communication*, 67(3), 142–153.

