

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

Deden Iwan Kusuma, Almira Belinda Tolat
Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Yayasan Keluarga Pahlawan Negara, Yogyakarta,
Indonesia
Email: dedeniwankusuma.dik@gmail.com

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 Insert

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

PENDAHULUAN

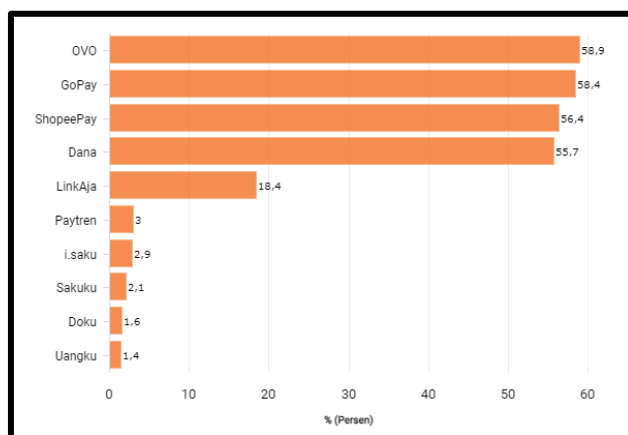
Perkembangan teknologi informasi yang semakin cepat dan pesat di era globalisasi ini membuat seluruh aktivitas manusia tidak terlepas dari teknologi. Teknologi informasi dinilai dapat membantu aktivitas manusia, salah satu kemajuan teknologi adalah teknologi pembayaran yang disebut dengan financial technology (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. Proses transaksi mengalami sedikit perubahan dari sistem manual menjadi modern, yang awalnya melakukan transaksi harus saling bertemu dan melakukan pembayaran secara tunai, namun seiring dengan perkembangan teknologi, transaksi dapat dilakukan secara online dan sistem pembayarannya tidak perlu menggunakan tunai melainkan non-tunai.

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. Crowdfunding adalah teknologi keuangan yang membantu penggalangan dana. Kitabisa dan Uangteman.com contohnya. Payment Gateway adalah platform fintech yang memungkinkan pengguna untuk memindahkan uang dan melakukan pembayaran. 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 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.

Banyaknya keunggulan yang diberikan dompet digital OVO membuat perusahaan tersebut menjadi perusahaan dengan pengguna terbanyak di Indonesia sebagai berikut:



Gambar 1 Pengguna Dompet Digital
Sumber: (Pahlevi, 2021)

Berdasarkan gambar sebelumnya menunjukkan aplikasi dompet digital OVO paling banyak digunakan dengan persentase pengguna sebesar 58,9%. Penggunaan Dompet digital dipengaruhi banyak faktor diantaranya menurut penelitian yang dilakukan (Romadloniyah & Prayitno, 2018) menyatakan Faktor kemudahan aplikasi, manfaat, dan kepercayaan yang dapat mempengaruhi seseorang dalam menggunakan dompet digital OVO.

Technology Acceptance Model (TAM) dikembangkan oleh (Davis, 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 menggunakannya. Berdasarkan hasil penelitian berhubungan dengan pengaruh kemudahan terhadap minat bertransaksi menggunakan aplikasi OVO yang telah diteliti oleh Novi (Aisha & Kurnia, 2022) mengatakan bahwa persepsi kemudahan berpengaruh signifikan terhadap keputusan menggunakan aplikasi OVO, sedangkan menurut Cindyana & Alimuddin menyatakan bahwa kemudahan tidak berpengaruh terhadap niat beli ulang e-wallet.

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) menyatakan bahwa variabel kepercayaan berpengaruh positif terhadap minat bertransaksi menggunakan dompet digital OVO, sedangkan penelitian Adrianto dan

Azizah (2021) mengungkapkan bahwa kepercayaan tidak memengaruhi penggunaan dompet digital.

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) menunjukkan bahwa persepsi manfaat mempengaruhi minat dalam menggunakan suatu perilaku tertentu. Namun berbeda dengan penelitian (Marchelina & Pratiwi, 2018) mengatakan bahwa kesan kelebihan tidak mempengaruhi keinginan mereka untuk menggunakan dompet digital OVO.

Technology Acceptance Model dikembangkan oleh (Davis, 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).

1. Persepsi Kemudahan (perceived ease of use).

Didefinisikan sejauh mana seorang individu percaya bahwa pemanfaatan inovasi teknologi dapat mengembangkan pelaksanaan pekerjaannya. Jika seorang individu percaya bahwa sistem informasi mudah digunakan maka dia akan menggunakannya atau sebaliknya.

2. Persepsi Kemanfaatan (perceived usefulness).

Didefinisikan sejauh mana seorang individu percaya bahwa penggunaan teknologi dapat meningkatkan kinerja pekerjaannya atau akan bebas dari usaha baik secara tenaga dan waktu.

3. Sikap pengguna (attitude toward using)

Didefinisikan sebagai perasaan positif atau negatif dari seseorang saat melakukan perilaku tertentu.

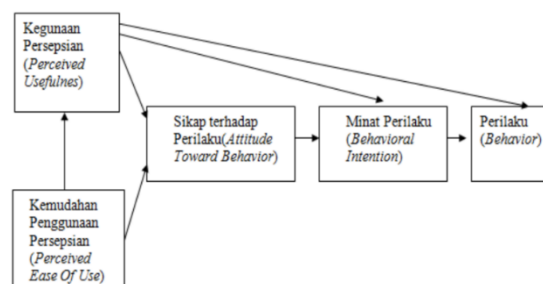
4. Minat perilaku (behavioral intention).

Minat adalah dorongan atau keinginan seseorang untuk terlibat dalam perilaku tertentu.

5. Penggunaan (actual use)

Suatu tindakan yang dilakukan seorang individu dalam konteks penggunaan teknologi informasi, perilaku merupakan penggunaan sesungguhnya (actual use) dari teknologi.

Berikut adalah gambar dari penjelasan mengenai konstruk utama dalam TAM.



Gambar 2 Technology Acceptance Model (TAM)

Sumber : (Jogiyanto, 2007)

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. Uang elektronik menurut Bank Indonesia (BI) No. 11/12/PBI/2009 adalah suatu cara pembayaran yang memenuhi komponen yang menyertainya, diberikan sebesar uang tunai yang telah diberikan sebelumnya oleh pemegangnya kepada pendukung, nilai uang kemudian disimpan secara elektronik di media seperti chip atau server yang dapat digunakan untuk tujuan pembayaran selama bertransaksi.

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, 2007). Davis dalam Guritno & Siringoringo (2013) menyatakan indikator-indikator kemudahan yaitu sebagai berikut :

1. Mudah digunakan jika sistemnya gampang dipahami dan dioperasikan.
2. Mudah digunakan ketika pelanggan dapat dengan mudah mengidentifikasi permintaan mereka.
3. Mudah dipahami tidak ada masalah yang muncul saat mengoperasikan sistem, dan tampilan yang jelas.
4. User-friendly ketika sistem mudah digunakan untuk fungsi yang dimaksudkan.

Kepercayaan adalah proses pembentukan kepercayaan dalam diri seseorang terhadap suatu layanan berdasarkan pemahaman informasi yang diketahui tentang penyelenggara layanan tersebut (Rahmad & Astuti, 2017). Indikator dari persepsi kepercayaan adalah sebagai berikut :

1. Dapat dipercaya
2. Dapat memberikan keamanan
3. Dapat menepati janji
4. Dapat memberi perlindungan

Venkatesh dalam (Devi & Suartana, 2014) mendefinisikan manfaat sebagai tingkat kepercayaan seseorang bahwa penggunaan teknologi dapat meningkatkan kinerja pekerjaannya. Indikator utilitas yang dirasakan, seperti:

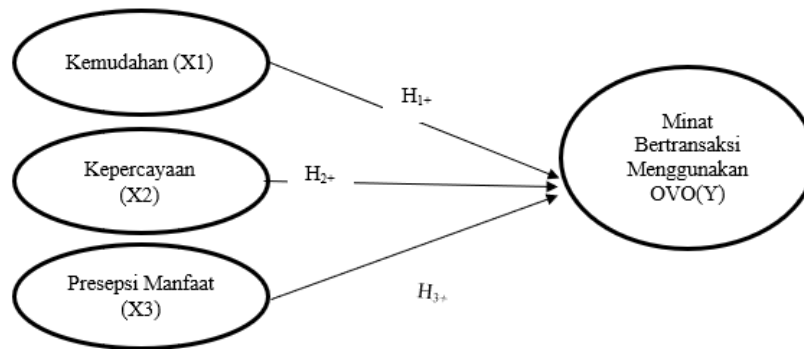
1. Menghemat waktu penggunaan situs web atau system
2. Membantu pengguna menemukan informasi
3. Kata kunci dapat meningkatkan pengetahuan pencarian dalam suatu sistem atau halaman web.
4. Kinerja situs web atau sistem dapat meningkatkan kinerja pengguna, terutama dalam penggunaannya.

Menurut pemaparan (Ryanti et al., 2016) minat didefinisikan sebagai suatu kondisi yang terjadi ketika individu melihat kualitas atau kepentingan sementara dari suatu keadaan yang menghubungkan dengan 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. Indikator minat menurut (Juhri & Dewi, 2017) antara lain yaitu:

1. Kecenderungan seseorang untuk menggunakan atau membeli produk yang diminati.
2. Kecenderungan seseorang untuk merekomendasikan produk.

3. Minat yang mencerminkan keinginan seseorang terhadap informasi produk yang disukai. 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 dependen. Berikut kerangka pemikiran dalam penelitian ini:



Gambar 3 Model Penelitian

1. Pengaruh Persepsi Kemudahan Terhadap Minat Bertransaksi Menggunakan OVO

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. Hasil penelitian Atriani, dkk (2020) menunjukkan bahwa pengertian kemudahan mempengaruhi keinginan untuk menggunakan dompet digital OVO secara positif. Semakin mudah dompet digital digunakan, maka minat pengguna untuk bertransaksi menggunakan dompet digital akan meningkat. Hal tersebut bisa terjadi karena sistem yang mudah dioperasikan dan mudah dipahami akan menarik minat pengguna untuk bertransaksi menggunakan dompet digital. Namun, jika tingkat kemudahan menggunakan dompet digital rendah, maka minat pengguna untuk bertransaksi menggunakan dompet digital akan berkurang. 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:

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

2. Pengaruh Persepsi Kepercayaan terhadap Minat Bertransaksi Menggunakan 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. Berdasarkan penelitian Indriyani et al (2020) mengatakan bahwa kepercayaan mempengaruhi minat bertransaksi

menggunakan dompet digital OVO. Semakin tinggi tingkat persepsi kepercayaan terhadap penggunaan dompet digital, maka akan mempengaruhi minat pengguna dalam bertransaksi menggunakan dompet digital. Namun sebaliknya, jika tingkat kepercayaan pengguna rendah, maka minat pengguna untuk menggunakan dompet digital akan berkurang karena masih memiliki keraguan. 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.

3. Pengaruh Persepsi Manfaat Terhadap Minat Bertransaksi Menggunakan OVO

Manfaat merupakan suatu persepsi ketika menggunakan suatu sistem aplikasi penggunaannya merasakan pekerjaannya meningkat karena manfaat yang terdapat dalam sistem tersebut (Weerasinghe & Hindagolla, 2018). (Haqiqi et al., 2020), (Husein et al., 2021) dan (Hardi, 2021) menunjukkan bahwa persepsi manfaat mempengaruhi minat dalam menggunakan suatu perilaku tertentu. Dengan demikian, semakin banyak kesan keuntungan yang diberikan, semakin besar juga minat untuk menggunakan dompet digital. Hal ini bisa terjadi karena jika dompet digital memberikan manfaat kepada pengguna berupa kemanfaatan waktu yang lebih efisien untuk bertransaksi, maka akan menarik minat pengguna untuk menggunakan dompet digital. Namun sebaliknya, jika tingkat manfaat yang didapatkan pengguna rendah, maka akan berpengaruh kurang baik terhadap minat pengguna dalam bertransaksi menggunakan dompet digital. Hal tersebut terjadi karena dompet digital tidak memberikan manfaat yang dibutuhkan oleh pengguna. 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.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini akan dilakukan pengujian untuk mengetahui dampak pengaruh persepsi kemudahan, persepsi kepercayaan dan persepsi manfaat terhadap minat bertransaksi menggunakan dompet digital OVO di Yogyakarta. Peneliti memilih dompet digital OVO karena kemudahan fitur yang diberikan, banyak point yang bisa didapatkan setelah berbelanja menggunakan OVO dan penggunaannya yang mudah dan aman.

Demografi yang diteliti dalam penelitian ini adalah mahasiswa Yogyakarta yang pernah melakukan transaksi menggunakan dompet digital OVO. Teknik pengambilan sampel menggunakan non probability sampling dengan pendekatan purposive sampling. Kriteria penelitian ini adalah Semua mahasiswa Yogyakarta yang menginstal dompet digital OVO.

Semua mahasiswa Yogyakarta yang pernah melakukan transaksi menggunakan dompet digital OVO. Jenis data dalam penelitian ini adalah data kuantitatif, yang bersumber dari jawaban kuesioner yang dibagikan kepada konsumen OVO. Proses peneliti mengumpulkan data yaitu dengan cara menyebarkan kuesioner kepada mahasiswa Yogyakarta. Kuesioner tersebut disebarkan peneliti melalui media sosial. Kuesioner ini menggunakan skala Likert,

yang menurut Akdon (2017) sering digunakan untuk menguji sikap, pandangan dan persepsi. Setiap respon pada skala Likert berkisar dari positif hingga negatif. Jawaban tersebut dapat diberikan skor yaitu :

Tabel 1 Skala Likert

Jenis Jawaban		Bobot
Sangat setuju (SS)		5
Setuju (S)		4
Kurang Setuju (KS)	Setuju	3
Tidak Setuju (TS)		2
Sangat Setuju (STS)	Tidak Setuju	1

(Sumber : Akdon, 2017)

Faktor independent adalah minat bertransaksi, sedangkan variable dependen adalah kemudahan, kepercayaan dan manfaat. Kemudahan dapat diartikan sebagai keadaan dimana seseorang yakin bahwa dengan menggunakan suatu teknologi tidak memerlukan usaha apapun atau dengan kata lain teknologi tersebut mudah dipahami oleh pengguna. Indikator-indikator kemudahan adalah sebagai berikut :

1. Mudah dipahami
2. Mudah dioperasikan
3. Mudah digunakan

Kepercayaan merupakan proses pembentukan kepercayaan dalam diri seseorang terhadap suatu layanan berdasarkan pemahaman informasi yang diketahui (Rahmad & Astuti, 2017). Berikut beberapa indikator kepercayaan, yaitu :

1. Dapat dipercaya
2. Dapat memberikan keamanan
3. Dapat menepati janji
4. Dapat memberikan perlindungan

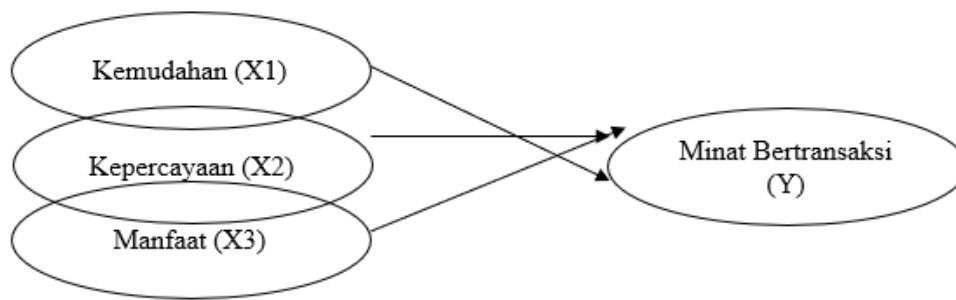
Indikator dari persepsi kemanfaatan, yaitu :

1. Efektivitas sebagai penghemat waktu dari pengguna website atau sebuah sistem
2. Bermanfaat bagi konsumen untuk mencari informasi
3. Meningkatkan kinerja dalam menggunakan sistem aplikasi

Variabel dependen dalam penelitian ini adalah minat bertransaksi. yaitu :

1. Kecenderungan seseorang untuk menggunakan atau membeli produk yang diminati.
2. Kecenderungan seseorang untuk memberikan referensi produk kepada individu lain.
3. Minat yang menggambarkan perilaku seseorang

Berikut merupakan skema model penelitian variabel yang diteliti mengenai kemudahan, kepercayaan dan manfaat bertransaksi menggunakan dompet digital OVO. Secara garis besar kategori variabel penelitian berdasarkan hipotesis yang dapat digambarkan di bawah ini:



Gambar 4 Model Penelitian

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Analisis Deskriptif

Tabel 2
Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

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

Berdasarkan tabel 2 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%. Penelitian ini memiliki karakteristik responden berdasarkan tingkat usia yang ditampilkan dalam tabel di bawah ini.

Tabel 3
Responden Berdasarkan Tingkat Usia

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

Responden Berdasarkan Usia

Berdasarkan dari table 3 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%. Penelitian ini diperoleh data berdasarkan perguruan responden yang ditampilkan dalam tabel dibawah ini.

Tabel 4
Responden Berdasarkan Perguruan

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

Berdasarkan table 4 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%. Pada penelitian ini diperoleh data dengan kriteria responden berdasarkan nama perguruan yang ditampilkan dalam tabel di bawah ini.

Tabel 5
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%
Universitas Pembangunan Nasional Veteran Yogyakarta	11	10%
Total	110	100%

Berdasarkan tabel 5 dapat dilihat bahwa mahasiswa dari STIE YKPN memiliki presentase yang paling tinggi sebesar 50,9%. Pada penelitian ini diperoleh data dengan kriteria responden berdasarkan transaksi menggunakan dompet digital OVO yang ditampilkan dalam tabel dibawah ini.

Tabel 6
Responden Berdasarkan Transaksi

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

Berdasarkan tabel 6 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%.

1. Uji Validitas

Tabel 7 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

Berdasarkan dari tabel 7 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.

2. Uji Reliabilitas

Tabel 8
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

3. Uji Normalitas

Tabel 9
Hasil Uji Normalitas

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

Berdasarkan tabel 9 dapat dikatakan bahwa nilai dari semua variabel terikat dan variabel bebas berdistribusi normal.

4. Uji Multikolinearitas

Berdasarkan table 3 dapat dikatakan bahwa tidak terjadi gejala multikolinearitas. Berikut adalah hasil dari pengujian multikolinearitas.

Tabel 10
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

5. Uji Heteroskedastisitas

Pengujian ini bertujuan untuk menilai apakah terdapat ketidaksamaan variasi melalui model regresi. Hasil dari pengujian ditampilkan pada tabel di bawah ini.

Tabel 11
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

6. 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.

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

Tabel 12
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
Presepsi 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. 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. 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.

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

7. Uji Model (Uji F)

Pengujian menggunakan uji F digunakan untuk melihat apakah variabel independen secara keseluruhan berpengaruh terhadap variabel dependen.

Tabel 13

Hasil Uji Model (Uji F)

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

Berdasarkan tabel 13 dapat dilihat bahwa nilai Sig. yang diperoleh adalah 0,000 dimana nilai tersebut $< 0,05$. Kesimpulannya adalah variabel bebas terhadap variabel terikat dinyatakan terdukung.

8. Uji Koefisien Determinasi R²

Nilai koefisien determinasi ditujukan untuk mengetahui besarnya kemampuan semua variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen. Jika nilai R² berada atau bernilai diantara nol dan satu, dapat disimpulkan bahwa variabel independen yang digunakan hampir memberikan seluruh informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen (Kuncoro, 2013). Nilai koefisien determinasi (R²) disajikan pada tabel dibawah ini.

Tabel 14

Hasil Uji Koefisien Determinasi (Adjusted R²)

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.677a	.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%.

9. 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, 2016). Berikut adalah hasil pengujian uji t yang ditampilkan dalam tabel dibawah ini:

Tabel 15
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
Kepercayaan	.141	.071	.048	H2 terdukung
Presepsi Manfaat	.192	.072	.009	H3 terdukung

Pada tabel 15 di atas dapat diketahui hasil dari pengujian yang dilakukan. Hasil tersebut memperoleh nilai signifikan. Di bawah ini adalah penjelasan mengenai setiap variabel bebas. 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. 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. 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. 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.

B. Pembahasan

1. Persepsi Kemudahan Terhadap Minat Bertransaksi Menggunakan Dompet Digital OVO

Hipotesis pertama (H1) mengatakan bahwa persepsi kemudahan berpengaruh positif terhadap minat bertransaksi menggunakan dompet digital OVO. 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. Keputusan pengujian ini menyatakan hasil hipotesis pertama terdukung atau persepsi kemudahan berpengaruh positif terhadap minat bertransaksi menggunakan dompet digital OVO. Hasil penelitian ini searah dengan penelitian yang dilakukan oleh Atriani, dkk (2020) yang mengatakan bahwa kemudahan berpengaruh positif terhadap minat.

2. Persepsi Kepercayaan Terhadap Minat Bertransaksi Menggunakan Dompet Digital OVO

Hipotesis kedua (H2) mengatakan bahwa persepsi kepercayaan berpengaruh positif terhadap minat bertransaksi menggunakan dompet digital OVO. 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. Keputusan dalam pengujian ini menyatakan bahwa hasil hipotesis kedua atau persepsi kepercayaan berpengaruh positif signifikan terhadap minat bertransaksi menggunakan dompet digital OVO. Hasil penelitian ini sejalan dengan

penelitian yang dilakukan oleh Indriyani et al (2020) yang mengatakan bahwa persepsi kepercayaan berpengaruh positif terhadap minat.

3. Persepsi Manfaat Terhadap Minat Bertransaksi Menggunakan Dompot Digital OVO

Hipotesis ketiga (H3) mengatakan bahwa persepsi manfaat berpengaruh positif terhadap minat bertransaksi menggunakan dompet digital OVO. 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. Keputusan dalam pengujian ini menyatakan bahwa hasil hipotesis ketiga atau persepsi manfaat berpengaruh positif signifikan terhadap minat bertransaksi menggunakan dompet digital OVO. Hasil dari penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Atriani & (Robaniyah & Kurnianingsih, 2021) yang mengatakan bahwa persepsi manfaat berpengaruh positif terhadap minat.

KESIMPULAN

Penelitian ini menguji pengaruh persepsi kemudahan, persepsi kepercayaan dan persepsi manfaat terhadap minat bertransaksi menggunakan dompet digital OVO. Penelitian ini mengambil sampel berupa responden yang menggunakan dompet digital OVO dan responden yang pernah melakukan transaksi menggunakan dompet digital OVO. Penelitian ini diuji dengan menggunakan program SPSS. Penelitian ini secara keseluruhan memberikan kesimpulan berupa: (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 kemudahan memperlihatkan bahwa responden merasa mudah untuk melakukan transaksi menggunakan dompet digital OVO untuk bertransaksi sehari-hari. (3). 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 pihak OVO memberikan keamanan dan dapat menjaga informasi pengguna saat melakukan transaksi. (4). 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.

BIBLIOGRAFI

- Aisha, N., & Kurnia, E. (2022). Pengaruh Persepsi Kemudahan Dan Daya Tarik Iklan Terhadap Keputusan Menggunakan Dompot Digital "Ovo." *Bursa: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 1(2), 153–163.
- Bagla, R. K., & Sancheti, V. (2018). Gaps In Customer Satisfaction With Digital Wallets: Challenge For Sustainability. *Journal Of Management Development*.
- Davis, F. D. (1989). Perceived Usefulness, Perceived Ease Of Use, And User Acceptance Of Information Technology. *Mis Quarterly*, 319–340.
- 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*, 6(1), 167–184.
- Ghozali, I. (2016). Aplikasi Analisis Multivariete Dengan Program Ibm Spss 23 (Edisi 8). *Cetakan Ke Viii. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro*, 96.

- 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 (Jsbr)*, 1(1), 317–328.
- Hardi, V. (2021). Pengaruh Kinerja Layanan Dan Promosi Ovo Terhadap Keputusan Penggunaan Dompot Digital Ovo (Survey Pada Masyarakat Surabaya). *Commercium*, 3(03), 180–191.
- Husein, Y., Isyanto, P., & Romli, A. D. (2021). Pengaruh Promosi Dan Persepsi Manfaat Terhadap Keputusan Pembelian Aplikasi Dompot Digital Ovo Pada Mahasiswa Universitas Buana Perjuangan Karawang. *Journal For Management Student (Jfms)*, 1(1), 1–9.
- Jogiyanto, H. M. (2007). Sistem Informasi Keperilakuan. *Yogyakarta: Andi Offset*.
- Juhri, K., & Dewi, C. K. (2017). Kepercayaan Dan Penerimaan Layanan Mobile Money T-Cash Di Bandung Dengan Pendekatan Technology Acceptance Model (Tam). *Probisnis (E-Journal)*, 10(1).
- Kuncoro, M. (2013). Metode Riset Untuk Bisnis & Ekonomi, Edisi Keempat. *Jakarta: Erlangga*, 2, 14.
- 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)*.
- Rahmad, A. D., & Astuti, E. S. (2017). Pengaruh Kemudahan Terhadap Kepercayaan Dan Penggunaan Sms Banking (Studi Pada Mahasiswa Jurusan Administrasi Bisnis Universitas Brawijaya). *Jurnal Administrasi Bisnis (Jab)| Vol*, 43(1).
- Robaniyah, L., & Kurnianingsih, H. (2021). Pengaruh Persepsi Manfaat, Kemudahan Penggunaan Dan Keamanan Terhadap Minat Menggunakan Aplikasi Ovo. *Image: Jurnal Riset Manajemen*, 10(1), 53–62.
- 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 Penelitian Ekonomi Dan Akuntansi (Jpensi)*, 3(2), 699–711.
- Ryanti, W. O., Sudirman, A., & Rapani, R. (2016). Penerapan Model Think Talk Write (Ttw) Untuk Meningkatkan Aktivitas Dan Hasil Belajar. *Pedagogi: Jurnal Pendidikan Dasar*, 4(2).

Copyright holders:

Deden Iwan Kusuma, Almira Belinda Tolat (2023)

First publication right:

Gema Ekonomi (Jurnal Fakultas Ekonomi)

This article is licensed under a Creative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International

