

PENGARUH PERSEPSI KEMUDAHAN PENGGUNAAN, EFEKTIVITAS DAN RISIKO TERHADAP MINAT BERTRANSAKSI MENGGUNAKAN APLIKASI OVO STUDI PADA MAHASISWA S1 UNIVERSITAS SARJANAWIYATA TAMANSISWA

Fatma Nasir

Fakultas Ekonomi, Universitas Sarjanawiyata Tamansiswa Yogyakarta
fatmanasir96@gmail.com

ABSTRACT- *This research was conducted to analyze variables that affect the interest in transacting using OVO application. Independent variables consist of Perceived Ease of Use (X1), Effectiveness (X2) and Risk (X3). Dependent variable is Interest in Transacting Using OVO Application (Y).*

The criteria sampled in this study are undergraduate students of Sarjanawiyata Tamansiswa University for the period 2016-2020, having transacted using the OVO electronic money application with a minimum usage period of one month.

Data collection in this study was conducted online by distributing questionnaire surveys using Google Form to at least 105 people. Sampling techniques used are purposive sampling. The analysis tool used is SPSS 23. These results show that the perceived ease of use has a positive and significant effect on the interest in transacting using the OVO application. Effectiveness has a significant negative effect on the interest in transacting using the OVO application. The risk has a significant negative effect on the interest in transacting using the OVO application. Simultaneously variable perception of ease of use, effectiveness and risk jointly affect the interest in transacting using the OVO application.

Keywords: *Perceived Ease Of Use, Effectiveness, Risk, Interest in Transacting*

ABSTRAK- Penelitian ini dilaksanakan untuk menganalisis variabel-variabel yang mempengaruhi minat bertransaksi menggunakan aplikasi OVO. Variabel independen terdiri dari Persepsi Kemudahan Penggunaan (X1), Efektivitas (X2) dan Risiko (X3). Variabel dependen adalah Minat Bertransaksi Menggunakan Aplikasi OVO (Y).

Kriteria yang dijadikan sampel dalam penelitian ini adalah Mahasiswa S1 Universitas Sarjanawiyata Tamansiswa periode 2016-2020, pernah bertransaksi menggunakan aplikasi uang elektronik OVO dengan masa penggunaan minimal selama satu bulan. Pengumpulan data pada penelitian ini dilakukan secara online dengan menyebarkan survei kuisioner menggunakan Google Form kepada minimal 105 orang. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah

purposive sampling. Alat analisis yang digunakan adalah SPSS 23.

Hasil ini menunjukkan bahwa persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat bertransaksi menggunakan aplikasi OVO. Efektivitas berpengaruh signifikan negatif terhadap minat bertransaksi menggunakan aplikasi OVO. Risiko berpengaruh signifikan negatif terhadap minat bertransaksi menggunakan aplikasi OVO. Secara simultan variabel persepsi kemudahan penggunaan, efektivitas dan risiko secara bersama-sama berpengaruh terhadap minat bertransaksi menggunakan aplikasi OVO.

Kata kunci: Persepsi Kemudahan Penggunaan, Efektivitas, Risiko, Minat Bertransaksi

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi yang semakin pesat menjadikan pergerakan kemajuan inovasi di dunia bisnis meningkat khususnya dibidang keuangan, sehingga dapat meningkatkan minat perusahaan untuk bersaing dalam menciptakan aplikasi guna mempermudah proses bertransaksi secara *online*.

Pada era modern saat ini dengan memanfaatkan layanan *financial technology* masyarakat dapat melakukan transaksi non tunai seperti, *e-wallet*, *Bank Transfer*, *digital payment* dan berbagai bentuk layanan *financial technology* yang lain.

Technology Acceptance Model (TAM) adalah salah satu teori yang digunakan untuk menjelaskan dan menganalisis penerimaan individu terhadap penggunaan suatu teknologi (Wildan, 2019).

Teori yang dikembangkan oleh Davis yaitu pada tahun 1989 menjadikan variabel persepsi manfaat (*perceived usefulness*) dan kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*) sebagai alat ukur guna menganalisis penerimaan terhadap suatu penggunaan *technology* pada individu dan teori yang dikembangkan oleh Ajzen yaitu, *Theory Planned Behavior* (TPB) pada tahun 1991. Teori ini

untuk menjelaskan kepercayaan dan risiko dapat mempengaruhi seseorang terhadap penggunaan suatu teknologi (Wildan, 2019).

TINJAUAN PUSTAKA

Financial Technology (Fintech)

Fintech adalah istilah yang digunakan untuk menunjukkan penawaran teknologi modern perusahaan pada sektor keuangan (Saksonova, Svetlana & Marlino, 2017). Fintech memudahkan masyarakat dengan memberikan akses terhadap suatu produk keuangan sehingga proses bertransaksi lebih efektif dan praktis (Prastika, 2019).

Financia Technology (Fintech) didominasi oleh bisnis keuangan konvensional. Dalam perkembangannya, pada sistem pembayaran non-tunai ini sangat dipengaruhi oleh perubahan pola hidup masyarakat dan kemajuan perkembangan teknologi (Amalia, 2018).

Bank Indonesia mengemukakan bahwa aplikasi *financia technology* terdiri dari empat jenis yaitu, *Crowdfunding* dan *Peer-to-peer lending* dalam hal ini *marketplace* yang mempertemukan seseorang yang ingin mengajukan pinjaman dengan orang yang bersedia memberikan pinjaman, adapun jenis lainnya adalah *market aggregator* yaitu portal yang mengoreksi dan mengumpulkan berbagai informasi pilihan layanan keuangan untuk disajikan pada pengguna, jenis ketiga adalah manajemen risiko dan investasi yaitu aplikasi yang membantu untuk mengetahui situasi kondisi keuangan serta melakukan perencanaan keuangan secara mudah dan cepat, dan jenis aplikasi yang terakhir adalah *Payment*, *Clearing*, dan *Settlement* yaitu aplikasi yang memberikan layanan pada sistem pembayaran oleh industri perbankan dan Bank Indonesia (Christanal, 2019).

1. Teori *Technology Acceptance Model* (TAM)

Technology Acceptance Model pertama kali diperkenalkan oleh Davis yaitu pada tahun 1986 yang menyatakan bahwa *Technology Acceptance Model* menganggap niat dalam berperilaku dipengaruhi oleh sikap pribadi seseorang terhadap penggunaan sistem informasi. *Technology Acceptance Model* dianggap sebagai teori yang sangat berpengaruh dan umumnya digunakan untuk

menggambarkan penerimaan setiap individu terhadap suatu sistem informasi. *Technology Acceptance Model* diadaptasi oleh *Theory of Reasoned Action*. Pada dasarnya *Technology Acceptance Model* mengindikasikan bahwa seluruh konsumen mengadopsi teknologi berdasarkan dua faktor utama yaitu meliputi *perceived ease use* dan *perceived usefulness* (Lee, Kozar & Larsen, 2016).

Technology Acceptance Model (TAM) bertujuan untuk memberikan penjelasan mengenai faktor penentu penerimaan teknologi yang bersifat umum, sehingga mampu menjelaskan indikasi terhadap penggunaan pada teknologi informasi (Eltin, 2019). Perluasan pada konsep TAM sebagai landasan untuk membantu dalam memprediksi sikap dan penerimaan individu terhadap teknologi serta dapat memberikan informasi esensial yang diperlukan mengenai faktor-faktor yang menjadi pendorong sikap individu tersebut (Lee, J. Y. And Panteli, 2010).

2. *Mobile Payment*

Mobile payment adalah alat penyelesaian pembayaran dan transaksi antara dua pihak dengan cepat, nyaman, aman, sederhana dan dapat digunakan kapan dan dimana saja dengan perangkat seluler (Liébana-Cabanillas, F., Sánchez-Fernandez, J., Dan Muñoz-Leiva, 2014).

Pembayaran *mobile* merupakan metode pembayaran dalam bentuk digital untuk bertransaksi barang atau jasa, dengan menggunakan perangkat seluler.

Menurut Erianto Sinaga (2019) pembayaran *mobile* (*mobile payment*) adalah metode transaksi dimana uang ditransfer dari satu orang ke orang lain melalui perangkat seluler tanpa perantara.

3. *Dompot Elektronik (e-wallet)*

Dompot elektronik merupakan suatu program atau layanan web yang memungkinkan pengguna dalam menyimpan dan mengontrol informasi belanja online, seperti login, kata sandi, dan alamat pengiriman serta detail kartu kredit, di satu tempat terpusat. Program ini menyediakan metode yang cepat dan nyaman bagi konsumen untuk pembelian produk dari orang atau toko mana pun di seluruh dunia (Salah Uddin & Yesmin Akhi, 2014).

4. Market Agregator

Market aggregator merupakan media yang digunakan untuk mengumpulkan dan mengoleksi data finansial dari berbagai penyedia data untuk selanjutnya disajikan kepada pengguna (Sijabat, Hutajulu & Sihombing, 2019). Koleksi data dan informasi finansial dapat dimanfaatkan sebagai perbandingan dan menganalisa informasi keuangan pada produk keuangan. *E-aggregator* dapat dijadikan sebagai sebuah platform yang menggabungkan berbagai informasi mengenai perusahaan untuk investor seperti risiko, imbal hasil dan dampak dan kelayakan kredit dari popuasi target (Shakya & Bymes, 2007).

5. Electronic Commerce

Menurut Laudon, C.K., & Traver (2012) *e-commerce* didefinisikan sebagai transaksi perdagangan yang dimungkinkan secara digital antar organisasi dengan organisasi atau dengan individu serta antar individual dengan individual.

Tantangan utama bagi organisasi e-commerce adalah untuk memahami kebutuhan pelanggan dan mengembangkan keberadaan Web dan operasi back-office mereka sesuai kebutuhan. Organisasi dengan situs Web yang sulit digunakan dan berinteraksi akan menampilkan citra yang buruk di Internet dan melemahkan posisi organisasi. Oleh karena itu, penting bagi organisasi untuk dapat menilai kualitas penawaran e-commerce mereka, seperti yang dipersepsikan oleh pelanggan mereka dan dalam konteks industri (Roche et al., 2013).

Pengembangan Hipotesis

1. Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan Terhadap Minat Bertransaksi Menggunakan Aplikasi OVO

Penelitian yang dilakukan oleh (Eltin, 2017), menunjukkan bahwa Persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh signifikan terhadap niat berperilaku dalam mengadopsi *financial technology* (*fintech*). Pengaruh positif dan signifikan persepsi kemudahan penggunaan pada minat penggunaan dompet elektronik OVO dalam transaksi keuangan juga dijelaskan oleh (Safitri & Diana, 2020). Berdasarkan uraian dan hasil penelitian terdahulu

maka hipotesis pertama yang diajukan pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

Hipotesis 1 (H1): Persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat dalam menggunakan aplikasi OVO.

2. Pengaruh Efektivitas Terhadap Minat Bertransaksi Menggunakan Aplikasi OVO

Penelitian yang dilakukan oleh (Immawati & Dadang, 2019), hasil penelitian menunjukkan bahwa Variabel efektivitas tidak mempunyai pengaruh terhadap minat bertransaksi menggunakan fintech. Berdasarkan uraian dan hasil penelitian terdahulu maka hipotesis kedua yang diajukan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Hipotesis 2 (H2): Efektifitas berpengaruh negatif dan signifikan terhadap minat dalam menggunakan aplikasi OVO.

3. Pengaruh Risiko Terhadap Minat Bertransaksi Menggunakan Aplikasi OVO

Penelitian yang dilakukan oleh (Darista, 2020), menunjukkan bahwa

persepsi resiko berpengaruh negatif terhadap minat penggunaan *e-money* OVO. Pengaruh negatif dan signifikan persepsi risiko pada keputusan pembelian pengguna dompet digital OVO juga dijelaskan oleh (Kusumawati, Hartono, & Kustiyah, 2020). Berdasarkan uraian dan hasil penelitian terdahulu maka hipotesis ketiga yang diajukan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Hipotesis 3 (H3): Risiko berpengaruh negatif dan signifikan terhadap minat dalam menggunakan aplikasi OVO.

4. Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Efektivitas dan Risiko Terhadap Minat Dalam Menggunakan Aplikasi OVO Secara Bersama-sama

Penelitian yang dilakukan oleh (Wildan, 2019) membuktikan bahwa persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat bertransaksi menggunakan *Fintech*, variabel efektivitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat bertransaksi menggunakan *Fintech*, variabel risiko berpengaruh terhadap minat bertransaksi menggunakan *Fintech*. Persepsi kemudahan penggunaan, efektivitas dan risiko berpengaruh terhadap minat bertransaksi

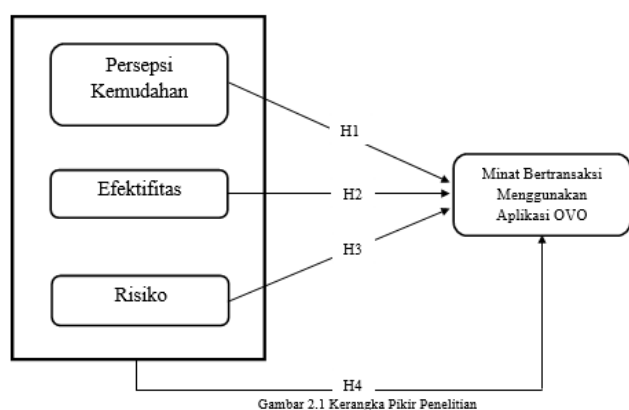
menggunakan *Fintech* secara bersama-sama. Berdasarkan uraian dan hasil penelitian terdahulu maka hipotesis keempat yang diajukan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Hipotesis 4 (H4): Persepsi kemudahan penggunaan (*Perceived Ease of Use*), efektivitas dan risiko berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat dalam menggunakan aplikasi OVO secara bersama-sama.

Kerangka Pikir Penelitian

Berdasarkan tinjauan pustaka dan hipotesis yang dikembangkan diatas maka sebuah model konseptual atau kerangka pemikiran teoritis dapat dikembangkan dan disajikan dalam diagram berikut:

METODE PENELITIAN



Gambar 2.1 Kerangka Pikir Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif yang digunakan dalam meneliti suatu populasi atau sampel tertentu..

Pengumpulan data pada penelitian ini dilakukan secara *onlinen* dengan menyebarkan survei kuisisioner menggunakan *Google Form* kepada minimal 105 orang pengguna dompet elektronik OVO.

Jumlah sampel dalam penelitian ini ditentukan berdasarkan pendapat dari Hair et al. (2010) yang menemukan bahwa ukuran sampel yang sesuai yaitu antara 100 sampai 200. Juga dijelaskan ukuran responden yang ideal adalah tergantung pada jumlah parameter pada variabel dikalikan 5-10. Pada penelitian ini terdapat 21 parameter. Batas minimal responden ini adalah $21 \times 5 = 105$, sedangkan batas maksimal $21 \times 10 = 210$ responden.

Dengan demikian jumlah responden yang akan diambil 110 responden.

Jumlah tersebut dianggap sudah mewakili populasi yang akan diteliti karena sudah memenuhi batas minimal sampel.

Metode yang digunakan untuk pengambilan sampel yaitu *purposive sampling*, yaitu teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu (Sugiyono, 2013). Pertimbangan yang dimaksud yaitu kriteria yang sudah ditentukan peneliti untuk menentukan sampel pengambilan data yaitu responden yang sudah pernah menggunakan atau sedang menggunakan aplikasi OVO.

Adapun metode pengumpulan data yang dipakai menggunakan metode kuisisioner secara *online* dengan memberikan pernyataan sebagai acuan untuk memperoleh informasi dari responden.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Data Penelitian

Karakteristik responden pada penelitian ini berdasarkan jenis kelamin dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Frekuensi (F)	Persentase
Laki-laki	45	41%
Perempuan	65	59%
Jumlah	110	100%

Sumber: data primer yang diolah, 2020

Karakteristik responden berdasarkan usia dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 2. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Usia	Frekuensi (F)	Persentase
18-20 tahun	17	15,5%
21-23 tahun	68	61,8%
24-26 tahun	22	20%
>26 tahun	3	2,7%
Jumlah	110	100

Sumber: data primer yang diolah, 2020

Karakteristik responden berdasarkan fakultas dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 3. Karakteristik Responden Berdasarkan Fakultas

Fakultas	Frekuensi (F)	Persentase
Ekonomi	42	38,2%
Keguruan dan Ilmu Pendidikan	35	31,8%
Pertanian	7	6,4%
Psikologi	17	15,4%
Teknik	9	8,2%
Jumlah	110	100%

Sumber: data primer yang diolah, 2020

Karakteristik responden berdasarkan lama penggunaan dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4. Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Penggunaan

Lama Penggunaan	Frekuensi (F)	Persentase
2-4 bulan	29	26,4%
5-11 bulan	10	9,1%
1-3 tahun	67	60,9%
>3 tahun	4	3,6%
Jumlah	110	100%

Sumber: data primer yang diolah, 2020

Analisis Data

Uji Kualitas Data

1. Uji Validitas Instrumen Penelitian

Uji validitas penelitian digunakan untuk mengetahui apakah kuesioner yang disusun sudah valid atau tidak.

Pengujian dilakukan dengan software spss dan hasilnya pada Tabel 5.

Tabel 5. Hasil Uji Validitas Instrumen Penelitian

Item Pernyataan	r hitung	r tabel	Kondisi	Nilai Signifikansi	Hasil
X1	0,572	0,279	r hitung > r tabel	0,000	Valid
X2	0,594	0,279	r hitung > r tabel	0,000	Valid
X3	0,628	0,279	r hitung > r tabel	0,000	Valid
X4	0,467	0,279	r hitung > r tabel	0,001	Valid
X5	0,599	0,279	r hitung > r tabel	0,000	Valid
X6	0,803	0,279	r hitung > r tabel	0,000	Valid
X7	0,804	0,279	r hitung > r tabel	0,000	Valid
X8	0,736	0,279	r hitung > r tabel	0,000	Valid
X9	0,799	0,279	r hitung > r tabel	0,000	Valid
X10	0,395	0,279	r hitung > r tabel	0,005	Valid
X11	0,447	0,279	r hitung > r tabel	0,001	Valid
X12	0,77	0,279	r hitung > r tabel	0,000	Valid
X13	0,386	0,279	r hitung > r tabel	0,006	Valid
X14	0,806	0,279	r hitung > r tabel	0,000	Valid
X15	0,806	0,279	r hitung > r tabel	0,000	Valid
X16	0,806	0,279	r hitung > r tabel	0,000	Valid
X17	0,901	0,279	r hitung > r tabel	0,000	Valid
X18	0,77	0,279	r hitung > r tabel	0,000	Valid
X19	0,77	0,279	r hitung > r tabel	0,000	Valid
X20	0,572	0,279	r hitung > r tabel	0,000	Valid

Sumber: data primer yang diolah, 2020

Pengujian validitas terhadap 20 item pernyataan pada kuesioner menghasilkan r hitung lebih besar dari r tabel dan nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 maka variabel keseluruhan item pernyataan pada kuesioner ini dinyatakan valid, maka dilakukan uji reliabilitas dengan hasil *cronbach's alpha* sebesar 0,937 > 0,60 maka item pada pernyataan kuesioner dinyatakan reliabel.

Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas

Tabel 6. Hasil Uji Normalitas Kolmogorov-Smirnov

Unstandardized Residual		
N		102
Normal Parameters	Mean	0,000
	Std. Deviation	2,895
Most Extreme Differences	Absolute	0,069
	Positive	0,059
	Negative	-0,069
Test Statistic		0,069
Asymp. Sig. (2-tailed)		0,200

Sumber: data primer yang diolah, 2020

Nilai signifikansi sebesar 0,200 lebih besar dari 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa data pada penelitian ini berdistribusi normal.

2. Uji Multikolinearitas

Tabel 7. Hasil Uji Multikolinearitas

Variabel Independen	Collinearity Statistics		Hasil
	Tolerance	VIF	
Persepsi Kemudahan Penggunaan	0,745	0,745	Tidak terjadi multikolinearitas
Efektivitas	0,734	0,734	Tidak terjadi multikolinearitas
Risiko	0,982	0,982	Tidak terjadi multikolinearitas

Sumber: data primer yang diolah, 2020

Dari hasil uji multikolinearitas, maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi gejala multikolinearitas.

3. Uji Heteroskedastisitas

Tabel 8. Hasil Uji Heteroskedastisitas

Variabel	Signifikansi	Hasil
Persepsi Kemudahan Penggunaan	0,512	Tidak terjadi gejala heteroskedastisitas
Efektivitas	0,065	Tidak terjadi gejala heteroskedastisitas
Risiko	0,086	Tidak terjadi gejala heteroskedastisitas

Sumber: data primer yang diolah, 2020

Nilai signifikansi dari variabel persepsi kemudahan penggunaan, efektivitas dan risiko secara berurutan sebesar 0,512, 0,065 dan 0,086 lebih besar dari 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas untuk semua variabel independen terhadap variabel dependen pada penelitian ini.

4. Uji Autokorelasi

Tabel 9. Hasil Uji Autokorelasi

Unstandardized Residual	
Test Value ^a	-0,11884
Cases < Test Value	50
Cases >= Test Value	52
Total Cases	102
Number of Runs	50
Z	-0,394
Asymp. Sig. (2-tailed)	0,693

Sumber: data primer yang diolah, 2020

Berdasarkan output tersebut diperoleh nilai probabilitas sebesar 0,693 lebih besar dari pada

0,05, sehingga hipotesis nihil menyatakan nilai residual menyebar secara acak diterima. Dengan demikian maka tidak terjadi autokorelasi.

5. Analisis Regresi Linear Berganda

Tabel 10. Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

Variabel	Koefisien	Std. Error
Konstanta	22,333	4,469
Persepsi Kemudahan Penggunaan	0,784	0,147
Efektivitas	-0,578	0,238
Risiko	-0,377	0,141

Sumber: data primer yang diolah, 2020

Berdasarkan Tabel 10 maka dapat diperoleh persamaan regresi linear berganda sebagai berikut ini:

$$MB = 22,333 + 0,748 KP - 0,578 ES - 0,377 RO$$

Hasil persamaan diatas memiliki nilai konstanta sebesar 22,333. Nilai koefisien untuk persepsi kemudahan penggunaan sebesar 0,784 poin dan bersifat positif. Nilai koefisien untuk efektivitas memiliki pengaruh terhadap minat bertransaksi sebesar 0,578 poin bersifat negatif. Nilai koefisien untuk risiko memiliki pengaruh terhadap minat bertransaksi sebesar 0,377 poin bersifat negatif. Nilai koefisien yang positif menunjukkan jika terjadi peningkatan pada variabel bebas berupa persepsi kemudahan penggunaan.

Uji Hipotesis

a. Uji t (Uji Parsial)

Tabel 11. Hasil Uji t (Uji Parsial)

Variabel	Koefisien	t hitung	t tabel	Signifikansi	Status
Persepsi Kemudahan Penggunaan	0,784	5,322	1,98447	0,000	Positif dan Signifikan
Efektivitas	-0,578	-2,427	1,98447	0,017	Negatif dan Signifikan
Risiko	-0,377	-2,664	1,98447	0,009	Negatif dan Signifikan

Sumber: data primer yang diolah, 2020

1. Pengaruh persepsi kemudahan penggunaan terhadap minat bertransaksi menggunakan aplikasi OVO.

H1: Persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat bertransaksi menggunakan aplikasi OVO.

Berdasarkan uji regresi linear berganda diperoleh koefisiennya bernilai 0,784 dan positif, nilai t hitung sebesar 5,322 > t tabel 1,98447 dan nilai signifikansi sebesar 0,000 <

0,005 sehingga dapat disimpulkan bahwa H1 diterima. Hasil uji hipotesis 1 adalah persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat bertransaksi menggunakan aplikasi OVO.

2. Pengaruh efektivitas terhadap minat bertransaksi menggunakan aplikasi OVO.

H2: Efektivitas berpengaruh negatif dan signifikan terhadap minat bertransaksi menggunakan aplikasi OVO.

Berdasarkan uji regresi linear berganda diperoleh koefisiennya bernilai 0,578 dan negatif, nilai t hitung sebesar 2,427 < t tabel 1,98447 dan nilai signifikansi sebesar 0,017 > 0,005 sehingga dapat disimpulkan bahwa H2 diterima. Hasil uji hipotesis 2 adalah efektivitas berpengaruh signifikan negatif terhadap minat bertransaksi menggunakan aplikasi OVO.

3. Risiko terhadap minat bertransaksi menggunakan aplikasi OVO.

H3: Risiko berpengaruh negatif dan signifikan terhadap minat bertransaksi menggunakan aplikasi OVO

Berdasarkan uji regresi linear berganda diperoleh koefisiennya bernilai 0,377 dan negatif, nilai t hitung sebesar 2,664 > t tabel 1,98447 dan nilai signifikansi sebesar 0,009 < 0,005 sehingga dapat disimpulkan bahwa H3 diterima. Hasil uji hipotesis ketiga adalah risiko berpengaruh signifikan negatif terhadap minat bertransaksi menggunakan aplikasi OVO.

Uji F

Tabel 12. Hasil Uji F

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F hitung	F tabel	Sig.
Regression	277,966	3	92,655	11,846	2,70	0,000
Residual	766,553	98	7,822			
Total	1044,520	101				

Sumber: data primer yang diolah, 2020

Kesimpulan dari uji F diperoleh nilai F hitung sebesar 11,846 dan nilai Sig. Sebesar 0,000. Nilai F hitung 11,846 > F tabel 2,70 dan nilai signifikansi 0,000 < 0,05. Dari hasil olah data

untuk uji F. Dapat disimpulkan bahwa variabel persepsi kemudahan penggunaan, efektivitas dan risiko secara bersama-sama berpengaruh terhadap minat bertransaksi menggunakan aplikasi OVO.

Koefisien Korelasi dan Determinasi

Tabel 13. Hasil Uji Koefisien Korelasi dan Determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	0,516	0,266	0,244	2,787

Sumber: data primer yang diolah, 2020

Nilai koefisien korelasi (R) sebesar 0,516 maka variabel persepsi kemudahan penggunaan, efektivitas dan risiko memiliki keeratan korelasi yang kuat terhadap variabel minat bertransaksi menggunakan aplikasi OVO. Untuk nilai koefisien determinasi (*R Square*) sebesar 0,266 memiliki arti kontribusi variabel minat bertransaksi menggunakan aplikasi OVO, efektivitas dan risiko secara simultan terhadap minat bertransaksi menggunakan aplikasi OVO sebesar 26,6% dan sisanya sebesar 73,4% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diamati dalam penelitian ini.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan pada penelitian mengenai pengaruh persepsi kemudahan penggunaan, efektivitas dan risiko terhadap minat bertransaksi menggunakan aplikasi OVO maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

- Uji Hipotesis berdasarkan hasil Uji t (parsial) bahwa Hipotesis satu (H1) yaitu persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh signifikan positif terhadap minat bertransaksi menggunakan aplikasi OVO. Secara parsial **Diterima**, hal ini dibuktikan dengan hasil pengujian berdasarkan uji regresi linear berganda diperoleh koefisiennya bernilai 0,784 dan positif, nilai t hitung sebesar $5,322 > t$ tabel 1,98447 dan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,005$. Hal ini menunjukkan bahwa persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh signifikan positif terhadap minat bertransaksi menggunakan aplikasi OVO.
- Uji Hipotesis berdasarkan hasil Uji t (parsial) bahwa Hipotesis dua (H2) yaitu efektivitas berpengaruh signifikan negatif terhadap minat bertransaksi menggunakan aplikasi OVO.

Secara parsial Diterima, hal ini dibuktikan dengan hasil pengujian berdasarkan uji regresi linear berganda diperoleh koefisiennya bernilai 0,578 dan negatif, nilai t hitung sebesar $2,427 < t$ tabel 1,988447 dan nilai signifikansi sebesar $0,017 > 0,005$. Hal ini menunjukkan bahwa efektivitas berpengaruh signifikan negatif terhadap minat bertransaksi menggunakan aplikasi OVO.

- Uji Hipotesis berdasarkan hasil Uji t (parsial) bahwa Hipotesis tiga (H3) yaitu risiko berpengaruh signifikan negative terhadap minat bertransaksi menggunakan aplikasi OVO. Secara parsial **Diterima**, hal ini dibuktikan dengan hasil pengujian berdasarkan uji regresi linear berganda diperoleh koefisiennya bernilai 0,377 dan negatif, nilai t hitung sebesar $2,664 < t$ tabel 1,988447 dan nilai signifikansi sebesar $0,009 < 0,005$. Hal ini menunjukkan bahwa risiko berpengaruh signifikan negatif terhadap minat bertransaksi menggunakan aplikasi OVO.
- Hasil uji R berdasarkan Tabel 4.18 maka diperoleh nilai koefisien korelasi (R) sebesar 0,516 maka variabel persepsi kemudahan penggunaan, efektivitas dan risiko memiliki keeratan korelasi yang kuat terhadap variabel minat bertransaksi menggunakan aplikasi OVO, namun kontribusi variabel persepsi kemudahan penggunaan, efektivitas dan risiko hanya sebesar 26,6% terhadap minat bertransaksi menggunakan aplikasi OVO. Hasil dari uji F diperoleh nilai F hitung sebesar 11,846 dan nilai Sig. sebesar 0,000. Nilai F hitung $11,846 > F$ tabel 2,70 dan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$. Hal ini menunjukkan bahwa variabel persepsi kemudahan penggunaan, efektivitas dan risiko secara bersama-sama berpengaruh terhadap minat bertransaksi menggunakan aplikasi OVO.

DAFTAR PUSTAKA

- Amalia, S. N. A. (2018). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Individu Terhadap Financial Technology (Fintech) Syariah

- (Paytren) Sebagai Salah Satu Alat Transaksi Pembayaran. *Iqtishaduna*, 8(1), 57–73.
- Aniswatin, Afifudin, & Junaidi. (2020). Pengaruh Persepsi Kegunaan dan Persepsi Kemudahan Penggunaan Dompot Elektronik OVO Dalam Transaksi Keuangan. *E-JRA Vol. 09 No. 02 Februari 2020 Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Islam Malang. E-Jra*, 09(02), 47–57.
- Darista, S. M. R. (2020). *Pengaruh Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan, Persepsi Kepercayaan Dan Persepsi Risiko Terhadap Minat Penggunaan Aplikasi OVO Sebagai Alat Pembayaran E-Money*.
- Eltin, G. Q. (2017). *Pengaruh Kepercayaan, Persepsi Kegunaan Dan Persepsi Kemudahan Terhadap Niat Berperilaku Dalam Mengadopsi Financial Technology (Fintech)*. 1–2.
- Immawati, Siti Asriah, & Dadang. (2019). Minat Masyarakat Bertransaksi Menggunakan Financial Technology (Fintech) Di Kota Tangerang. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 1(1), 1–8.
- Kevin Christanal. (2019). Analisis Literasi Keuangan, Penggunaan Produk Fintech, Dan Inklusi Keuangan Pada Mahasiswa Universitas Katolik Parahyangan. *Journal Of Chemical Information And Modeling*, 53(9), 1–12.
- Kusumawati, I., Hartono, S., & Kustiyah, E. (2020). Kemudahan, Kepercayaan Dan Persepsi Risiko Terhadap Keputusan Pembelian Pengguna Dompot Digital Ovo Di Surakarta. *Dk*, 11(1), 19–29.
- Laudon, C.K., & Traver, G. C. (2012). E-Commerce 2012. *Business, Technology, Society*.
- Lee, J. Y. And Panteli, N. (2010). Business Strategic Conflict In Computer-Mediated Communication. *European Journal Of Information Systems*, 19, 196–208.
- Liébana-Cabanillas, F., Sánchez-Fernandez, J., Dan Muñoz-Leiva, F. (2014). Computers In Human Behavior Antecedents Of The Adoption Of The New Mobile Payment Systems. *The Moderating Effect Of Age*, 35, 464–478.
- Prawira, Y. (2019). Pengaruh Financial Technology (Fintech) Terhadap Profitabilitas Perbankan Syariah (Studi Komparasi Bank Syariah Mandiri, Bni Syariah, Dan Bank Mega Syariah Periode 2016-2018). In *Ssrn Electronic Journal* (Vol. 5, Issue 564).
- Puspita, Y. C. (2019). Penggunaan Digital Payment Pada Aplikasi Ovo. *Jurnal Manajemen Informatika*, 09(02), 121–128.
- Risiko, P., Kredibilitas, P., Norma, D. A. N., & Terhadap, S. (2019). *Payment Linkaja Di Kota Semarang*.
- Roche, M. J., Pincus, A. L., Lukowitsky, M. R., Ménard, K. S., & Conroy, D. E. (2013). An Integrative Approach To The Assessment Of E-Commerce Quality. *Journal Of Personality Assessment*, 95(3), 237–248.
- Saksonova, Svetlana, I. K. M. (2017). Fintech As Financial Innovation - The Possibilities And Problems Of Implementation. *European Research Studies Journal*, 20(3), 961–973.
- Salah Uddin, M., & Yesmin Akhi, A. (2014). E-Wallet System For Bangladesh An Electronic Payment System. *International Journal Of Modeling And Optimization*, 4(3), 216–219.
- Shakya, C. And R. B. (2007). Turning Up The Volume: Financial Aggregation For Off-Grid Energy. *Ieed London, Iied Issue Paper*.
- Sijabat, Y. P. (2019). *Determinasi Technology Acceptance Model Terhadap Niat Penggunaan Fintech Sebagai Alat Pembayaran (Payment)*.
- Wildan, M. (2019). *Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Efektivitas Dan Risiko Terhadap Minat Bertransaksi Menggunakan Financial Technology (Fintech)*.