

PENGARUH PERSEPSI MANFAAT, KEMUDAHAN PENGGUNAAN DAN KEAMANAN TERHADAP MINAT MENGGUNAKAN APLIKASI OVO

Latifah Robaniyah¹, Heny Kurnianingsih²

^{1,2}Program Studi Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Surakarta, Sukoharjo, Jawa Tengah
tifahla23@gmail.com¹, henykurnianingsih17@gmail.com²

Abstract

This study aims to know the perception of usefulness, ease of use and security affect individually and simultaneously on the interest of using OVO application in solo raya community. This research was conducted by quantitative method, data processing is done using SPSS version 25 application. The population is people in Solo Raya area who know OVO digital application. This research sampling technique uses non probability sampling technique. This study used a sample of 120 people. This research uses multiple linear regression analysis methods as a method of data analysis. The results of the analysis in this research explain that the perception of usefulness, ease of use and safety positively and significantly and simultaneously affect the interest in using OVO applications in the Solo Raya region.

Keywords: *interest of use; perception of usefulness; ease of use; security*

Abstrak

Penelitian ini memiliki tujuan guna mengetahui persepsi manfaat, kemudahan penggunaan dan keamanan berpengaruh secara individual dan secara simultan terhadap minat menggunakan aplikasi OVO pada masyarakat Solo Raya. Riset ini dilakukan dengan metode kuantitatif, pengolahan data dilakukan dengan menggunakan aplikasi SPSS versi 25. Populasinya ialah masyarakat di wilayah Solo Raya yang mengetahui aplikasi digital OVO. Teknik sampling riset ini menggunakan teknik *non probability sampling*. Penelitian ini menggunakan sampel yang berjumlah 120 orang. Riset ini menggunakan metode analisis regresi linear berganda sebagai metode analisis data. Hasil analisis pada riset ini menerangkan bahwa persepsi manfaat, kemudahan penggunaan dan keamanan secara positif dan signifikan serta secara simultan mempengaruhi minat menggunakan aplikasi OVO di wilayah Solo Raya.

Kata kunci : minat menggunakan; persepsi manfaat; kemudahan penggunaan; keamanan

Corresponding author : tifahla23@gmail.com

History of article: Received: Desember 2020, Revised: Februari 2021, Published: April 2021

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi yang semakin modern memunculkan banyak alternatif dalam berbagai bidang, salah satunya dalam bidang transaksi keuangan. Perkembangan teknologi dalam transaksi keuangan dapat dilihat dari alat pembayaran yang digunakan. Sistem barter adalah alat pembayaran yang digunakan pada zaman dahulu, seperti tukar-menukar antar barang. Kemudian alat pembayaran berubah dari sistem barter dan berkembang menggunakan uang. Hingga sekarang, alat pembayaran yang utama dan sah digunakan adalah uang. Lalu seiring berkembangnya teknologi, alat pembayaran mengalami kemajuan dari tunai ke non tunai. Adapun jenis pembayaran non tunai antara lain yaitu : ATM, cek, bilyet giro, uang elektronik dan lainnya.

Saat ini transaksi keuangan dengan uang elektronik di Indonesia mengalami peningkatan. Berikut ini adalah tabel 1. yang menjelaskan volume dan nominal transaksi uang elektronik pada tahun 2015 sampai dengan tahun 2020 (Januari - Juli) :

Tabel 1. Volume dan Nominal Transaksi Uang Elektronik Tahun 2015-2020*

Tahun	Volume Transaksi	Nominal Transaksi
2015	535.579.528	5.283.018.000.000
2016	683.133.352	7.063.689.000.000
2017	943.319.933	12.375.469.000.000
2018	2.922.698.905	47.198.616.000.000
2019	5.226.699.919	145.165.468.000.000
2020*	2.634.957.283	109.727.772.000.000

Sumber : Bank Indonesia (* data bulan Januari - Juli)

Menurut data statistik dari Bank Indonesia pembayaran menggunakan uang elektronik mengalami peningkatan dari tahun ke tahun. Jumlah volume dan nominal transaksi penggunaan uang elektronik mengalami peningkatan sejak tahun 2015. Hal ini didukung dengan jumlah nominal transaksi uang elektronik tahun 2015 yang mencapai Rp 5,2 triliun, jumlah ini terus mengalami peningkatan setiap tahun. Hingga pada akhir tahun 2019 nilai transaksi uang elektronik telah mencapai Rp 145,1 triliun

dengan volume transaksi sebanyak 5.226.699.919 transaksi.

Singkatnya uang elektronik dapat diartikan sebagai bentuk pembayaran elektronik, yang nilai uangnya disimpan di beberapa media elektronik. Sebelum menggunakannya, pengguna terlebih dahulu harus menyetorkan uangnya ke penerbit dan menyimpan uangnya pada media elektronik. Uang elektronik memiliki dua macam jenis yaitu served based dan chip based. Contoh dari uang elektronik berbasis server adalah dompet digital, seperti Link Aja, OVO, Dana, Go-pay, Doku, dan lainnya. Adapun contoh dari uang elektronik yang berbasis chip adalah E-Money Mandiri, Flazz BCA, Mega Cash, Brizzi BRI dan lainnya.

Salah satu aplikasi dompet digital yang memberikan penawaran menarik bagi penggunanya adalah OVO. OVO diluncurkan oleh perusahaan Lippo Group pada tahun 2017, OVO memberikan kemudahan bertransaksi serta poin yang berlipat saat melakukan transaksi di tempat yang sudah bekerja sama dengan OVO. Data dari dailysocial.id, selama pandemi COVID-19 pengguna baru OVO meningkat sekitar 267%. Hal ini terjadi karena adanya pertumbuhan yang signifikan lebih dari 110% pada transaksi perdagangan online, 15% pada pengiriman makanan, dan hampir 50% dalam penyaluran pinjaman. Platform pembayaran digital OVO sendiri sudah memiliki 500.000 merchants maupun offline. OVO juga dapat digunakan untuk bertransaksi pembayaran di Grab, Tokopedia, Blibli, Layanan Disney Plus dan Spotify. Selain itu, OVO memiliki OVO Point yang dapat digunakan untuk membayar listrik dan ditukar dengan voucher lainnya. Dibandingkan dengan aplikasi pembayaran non tunai lainnya, OVO pun lebih sering memberikan promo dan diskon kepada penggunanya.

Sebelum memutuskan untuk menggunakan suatu aplikasi dompet digital, pengguna mempunyai beberapa faktor yang menjadi pertimbangan. Salah satunya adalah persepsi manfaat, apabila pengguna memutuskan untuk menggunakan suatu layanan digital, pengguna tentunya

memikirkan manfaat apa saja yang diperoleh dari menggunakan layanan digital tersebut. Penggunaan aplikasi OVO dirasa dapat memberikan manfaat yaitu proses pembayaran yang cepat dan mempersingkat waktu tanpa perlu lama menunggu antrean, selain menghemat waktu tetapi juga lebih praktis karena tidak perlu membawa banyak uang tunai saat bertransaksi (Permadi & Rinuastuti, 2020). Priambodo & Prabawani (2016) menjelaskan jika persepsi manfaat secara signifikan mempunyai pengaruh terhadap minat untuk pemakaian layanan uang elektronik. Ledesman (2018) menjelaskan persepsi manfaat ada pengaruh terhadap minat untuk menggunakan layanan *mobile banking* secara signifikan. Pratama & Suputra (2019) menjelaskan persepsi manfaat memiliki pengaruh terhadap minat untuk memanfaatkan uang elektronik secara positif dan signifikan. Permadi & Rinuastuti (2020) menerangkan persepsi manfaat mempengaruhi secara signifikan terhadap minat menggunakan dompet digital OVO.

Selain persepsi manfaat, ada faktor lain yang menjadi pertimbangan pengguna dalam menggunakan suatu layanan digital, yaitu kemudahan penggunaan. Pengguna akan menggunakan suatu sistem apabila sistem tersebut mudah diaplikasikan pengguna tanpa harus mengeluarkan usaha yang berat (Dewi et al., 2017). Berbagai fitur pada aplikasi OVO mudah untuk dipelajari, dipahami dan mudah untuk digunakan. Transaksi menggunakan aplikasi OVO dilakukan dengan metode transfer dana ataupun scan QR kode. Selain itu, terdapat video tutorial penggunaan aplikasi OVO yang akan memudahkan pengguna. Rahman & Dewantara (2017) menjelaskan kemudahan penggunaan memiliki keterikatan terhadap minat untuk menggunakan situs jual beli online “Z”. Anarjia & Rante (2018) menjelaskan bahwa kemudahan penggunaan mempengaruhi minat untuk menggunakan uang elektronik Sakuku secara signifikan. Ledesman (2018) menjelaskan jika kemudahan penggunaan mempunyai pengaruh terhadap minat untuk menggunakan layanan *mobile banking* secara

signifikan. Musfiroh (2019) menerangkan bahwa kemudahan penggunaan mempunyai pengaruh terhadap minat untuk menggunakan uang elektronik secara signifikan.

Faktor keamanan juga dijadikan pertimbangan pengguna sebelum mengambil keputusan untuk menggunakan suatu aplikasi dompet digital. Tujuan dari sistem keamanan dalam aplikasi dompet digital adalah untuk mencegah, mengatasi serta melindungi sistem informasi dari risiko terjadinya tindakan illegal. Aplikasi OVO menjamin keamanan saat bertransaksi yaitu saat membuka aplikasi OVO pengguna harus memasukkan 6 digit kode keamanan ataupun menggunakan sidik jari penggunanya yang sudah didaftarkan. Ramadhan et al., (2016) menjelaskan bahwa keamanan secara positif memiliki pengaruh terhadap minat menggunakan *e-money*. Dewi et al., (2017) menjelaskan bahwa keamanan secara signifikan mempengaruhi minat untuk menggunakan *e-banking*. Kholid (2018) menjelaskan bahwa keamanan mempengaruhi minat untuk menggunakan *e-banking* secara signifikan. Kamil (2019) menjelaskan bahwa keamanan secara signifikan memiliki pengaruh terhadap minat menggunakan Go-Pay.

Dapat dilihat dari penjelasan tersebut, maka penelitian ini memiliki tujuan guna mendapati pengaruh antara : (1) persepsi manfaat terhadap minat menggunakan aplikasi OVO, (2) kemudahan penggunaan terhadap minat menggunakan aplikasi OVO, (3) keamanan terhadap minat menggunakan aplikasi OVO, dan (4) semua variabel independen penelitian ini terhadap minat menggunakan aplikasi OVO. Oleh karena itu, penelitian ini berjudul “Pengaruh Persepsi Manfaat, Kemudahan Penggunaan dan Keamanan terhadap Minat Menggunakan Aplikasi OVO”.

KAJIAN PUSTAKA

Minat Menggunakan

Menurut Kotler (2012) minat merupakan sesuatu yang timbul setelah menerima suatu rangsangan dari mengamati

sebuah produk, lalu merasa tertarik dengan produk tersebut serta merasa ingin mempunyai produk tersebut. Djamarah (2008) menjelaskan minat sebagai suatu kecenderungan seseorang untuk memperlihatkan dan mengenang beberapa aktivitas secara terus-menerus dengan senang. Menurut Ajzen (2011) dalam Ramadhan et al., (2016) menjelaskan bahwa minat merupakan suatu keadaan seseorang dalam lingkup kemungkinan subjektif, termasuk hubungan antara orang itu sendiri dengan perilaku tertentu.

Menurut Jati (2019) dalam Ernawati & Noersanti (2020) minat dalam penggunaan teknologi informasi adalah keinginan seseorang dalam penggunaan sebuah teknologi informasi secara terus-menerus dan berasumsi bahwa seseorang itu memiliki akses terhadap teknologi informasi tersebut. Kholid (2018) mengartikan minat sebagai kecenderungan seseorang untuk melakukan tindakan pada suatu objek tertentu. Kamil (2019) menyatakan minat menggunakan ialah suatu aktivitas dan perhatian seseorang yang tertuju pada objek tertentu karena merasa terdorong dan melakukan suatu perilaku guna meraih sasaran tertentu. Ledesman (2018) menjelaskan minat dapat diukur dengan parameter berikut ini :

1. Minat seseorang untuk membeli ataupun menggunakan produk (Minat Transaksional)
2. Minat seseorang untuk memberikan rekomendasi kepada orang tentang suatu produk (Minat Referensial)
3. Minat yang memiliki kesan perilaku seseorang untuk mengumpulkan informasi yang berhubungan dengan produk yang diinginkan (Minat Eksploratif)

Persepsi Manfaat

Menurut Kotler (2016:228) persepsi bukan hanya terjadi pada rangsangan secara fisik akan tetapi juga berhubungan dengan lingkungan di sekitar serta kondisi seseorang yang bersangkutan. Dalcher & Shine (2003) menjelaskan persepsi manfaat adalah suatu konstruk keyakinan seseorang terhadap suatu

teknologi bahwa teknologi tersebut akan memberikan peningkatan kinerja dalam bekerja. Jogyanto (2007) menerangkan persepsi manfaat ialah seberapa jauh seseorang mempercayai suatu teknologi tertentu yang digunakan mampu menambah kinerjanya.

Dewi et al., (2017) menjelaskan persepsi manfaat adalah kepercayaan seseorang bahwa teknologi yang digunakan mampu meningkatkan prestasi kerja seseorang. Pratama & Suputra (2019) menjelaskan bahwa persepsi manfaat merupakan suatu pandangan subjektif pengguna terhadap manfaat yang diperolehnya dari menggunakan suatu layanan uang elektronik. Chin dan Todd (1995) dalam Permadi & Rinuastuti (2020) menjelaskan indikator dari persepsi manfaat dalam penggunaan suatu teknologi sebagai berikut :

1. Pekerjaan menjadi lebih mudah (*makes job easier*)
2. Produktivitas bertambah (*increase productivity*)
3. Efektifitas bertambah (*increase effectiveness*)
4. Kinerja dalam bekerja berkembang (*improves job performance*)
5. Memiliki guna (*use full*)

Hasil riset dari Priambodo & Prabawani (2016) menjelaskan persepsi manfaat secara signifikan mempunyai pengaruh terhadap minat untuk menggunakan uang elektronik.

Kemudahan Penggunaan

Jogyanto (2007) mendefinisikan kemudahan penggunaan ialah tingkatan seseorang yang meyakini pada suatu sistem informasi yang digunakan akan terbebas dari suatu usaha. Nasution (2004) dalam Andryanto (2016) menjelaskan bahwa karakteristik dari kemudahan penggunaan adalah teknologi yang mudah untuk digunakan, mudah untuk dipahami serta mudah dalam pengoperasiannya.

Hinati (2019) menyatakan bahwa kemudahan adalah sejauh mana seseorang dapat dengan mudah menyelesaikan suatu pekerjaannya karena memanfaatkan suatu sistem atau teknologi. Musfiroh (2019)

menjelaskan bahwa kemudahan adalah suatu keyakinan seseorang dalam mengambil sebuah keputusan mengenai kesulitan dalam penggunaan teknologi informasi. Sun dan Zhang (2011) dalam Wibowo et al., (2015) menjelaskan indikator kemudahan penggunaan sebagai berikut :

1. Kemudahan dalam mempelajarinya
2. Mudah untuk digunakan
3. Jelas dan mudah untuk dimengerti
4. Menjadikan lebih terampil

Hasil penelitian Anarjia & Rante (2018) menjelaskan bahwa kemudahan penggunaan mempunyai pengaruh terhadap minat untuk menggunakan uang elektronik secara signifikan.

Keamanan

Menurut Sarno & Iffano (2009) keamanan sistem informasi merupakan sebuah usaha untuk memberikan keamanan terhadap berbagai informasi dari ancaman yang mungkin terjadi. Menurut Sayar & Wolfe (2007) keamanan dan privasi merupakan faktor yang dipertimbangkan pengguna ketika pengguna memutuskan menggunakan suatu teknologi agar terhindar dari kerugian ekonomi. Tsiakis & Stephanides (2005) menyatakan bahwa keamanan adalah seperangkat program dan prosedur yang digunakan untuk pembuktian sumber informasi dan memastikan integritas serta privasi informasi.

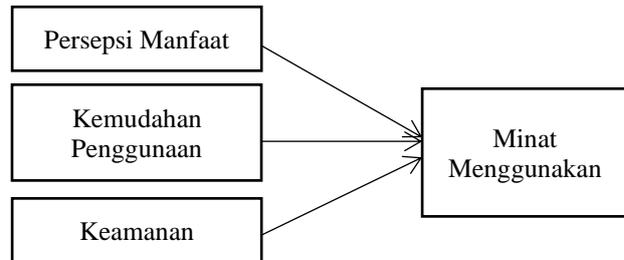
Ramadhan et al., (2016) menjelaskan bahwa keamanan dalam bertransaksi *e-money* ialah seseorang yang menggunakan teknologi informasi merasa diberi perlindungan dari kesalahan, kerusakan dan pencurian. Umaningsih & Wardani (2018) menjelaskan bahwa keamanan merupakan suatu usaha untuk mengendalikan dan mengontrol suatu aktivitas agar tetap dalam keadaan normal. Waspada (2012) menjelaskan bahwa keamanan diukur dengan beberapa parameter sebagai berikut :

1. Saat memberikan suatu informasi pengguna tidak merasa khawatir
2. Merasa yakin bahwa informasi yang diberikan akan mendapatkan perlindungan

3. Merasa yakin saat bertransaksi terjamin keamanannya

Hasil penelitian Kamil (2019) menyatakan bahwa keamanan mempengaruhi minat untuk menggunakan Go-Pay secara signifikan.

Kerangka teori



Gambar 1. Kerangka Teori Penelitian

Hipotesis

Adapun pada penelitian ini hipotesisnya ialah:

- H₁**: Variabel persepsi manfaat mempengaruhi variabel minat menggunakan aplikasi OVO.
- H₂**: Kemudahan penggunaan mempengaruhi variabel minat menggunakan aplikasi OVO.
- H₃**: Keamanan mempunyai pengaruh terhadap minat menggunakan aplikasi OVO.
- H₄**: Secara bersama-sama atau simultan variabel persepsi manfaat, kemudahan penggunaan serta keamanan mempunyai pengaruh terhadap minat menggunakan aplikasi OVO.

METODE PENELITIAN

Populasi dan Sampel

Populasi pada riset ini ialah masyarakat di yang mengetahui aplikasi digital OVO di wilayah Solo Raya. Penelitian ini diteliti menggunakan sampel karena besarnya populasi tidak diketahui secara pasti sehingga tidak mungkin semuanya diteliti. Perhitungan sampel dalam penelitian ini dihitung dengan rumus Hair et al., (2014) sebagai berikut :

$$\begin{aligned}
 \text{Sampel} &= \text{jumlah indikator} \times 5-10 \\
 &= \text{jumlah indikator} \times 7,5 \\
 &= 16 \times 7,5
 \end{aligned}$$

= 120

Hasil perhitungan dari rumus diatas diperoleh banyaknya sampel adalah 120.

Teknik Pengambilan Sampel

Penelitian ini teknik pengambilan sampelnya menggunakan dengan teknik non probability sampling, yaitu tiap anggota populasi tidak berkesempatan sama dijadikan sampel penelitian. Metode purposive sampling digunakan sebagai metode sampling pada penelitian ini, yaitu pemilihan sampel dengan berdasarkan kriteria yang sudah ditentukan. Kriterianya adalah masyarakat Solo Raya yang berusia 17-55 tahun dan mengetahui atau mengenal aplikasi digital OVO.

Sumber Data

Data pada riset ini ialah data primer dan data sekunder. Adapun data primer dihasilkan dari kuesioner yang disebarakan ke masyarakat di Solo Raya yang menggunakan aplikasi OVO, sedangkan data sekunder penelitian ini bersumber dari artikel, skripsi, kutipan buku, internet dan lainnya yang memiliki hubungan dan mengandung berbagai informasi mengenai penelitian ini. Skala *Likert* digunakan sebagai penilaian pada penyusunan kuesioner dengan skor "Sangat Tidak Setuju" sampai dengan "Sangat Setuju".

Metode Analisis Data

Analisis data riset ini ialah metode analisis regresi linear berganda menggunakan bantuan dari aplikasi SPSS versi 25. Adapun persamaan regresinya ialah:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$$

Keterangan:

Y	=	Minat Menggunakan Aplikasi
A	=	bilangan konstanta
X ₁	=	persepsi manfaat
X ₂	=	kemudahan penggunaan
X ₃	=	keamanan
b ₁ b ₂ b ₃ b _k	=	koefisien regresi
e	=	standar error

Uji Hipotesis

Uji F

Pengujian F dilakukan guna menguji pengaruh secara simultan antar variabel independen dan variabel dependen. Pengambilan keputusan uji F yaitu menentukan besarnya F_{hitung} dan F_{tabel} dengan taraf signifikansi 0,05. Apabila nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$, maka secara simultan variabel independen mempunyai pengaruh terhadap variabel dependen, sedangkan apabila $F_{hitung} < F_{tabel}$, maka secara simultan variabel independen tidak mempengaruhi variabel dependen.

Uji t

Kamil (2019) menjelaskan bahwa pengujian t dilakukan guna mengetahui antara variabel independen dengan variabel dependen apakah ada pengaruh secara individual. Pengambilan keputusan uji t dilakukan dengan menentukan besarnya $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka secara individual variabel independen memiliki pengaruh terhadap variabel dependen, sedangkan apabila nilai $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka secara individual variabel independen tidak mempengaruhi variabel dependen.

Koefisien Determinasi (R^2)

Hinati (2019) menjelaskan bahwa pengujian koefisien determinasi (R^2) dilakukan guna mengetahui variabel dependen mampu dipengaruhi seberapa besar oleh variabel independen. Pengambilan keputusan uji ini dilakukan dari melihat nilai *Adjusted R Square* pada output SPSS, jika nilainya mendekati satu artinya variabel independen pada riset ini mampu menyediakan hampir seluruh informasi yang diperlukan guna menjelaskan prediksi variabel dependennya.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik riset ini meliputi uji normalitas, uji heteroskedastisitas dan uji multikolinieritas. Hasil uji normalitas riset ini dengan metode *One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test* yang menunjukkan *Asymp. Sig.*

(2 tailed) bernilai 0,200 >0,05 yang berarti data berdistribusi normal.

Hasil uji multikolinearitas penelitian ini didapatkan nilai *tolerance* untuk persepsi manfaat 0,532, kemudahan penggunaan 0,579, keamanan 0,545 > 0,10 dan nilai VIF variabel independen (persepsi manfaat = 1,880; kemudahan penggunaan = 1,728; keamanan = 1,835) < 10 yang berarti tidak terjadi multikolinearitas pada riset ini.

Hasil uji heteroskedastisitas dengan menggunakan metode *Glejser Test* diperoleh nilai Sig. variabel independen penelitian ini (persepsi manfaat = 0,692; kemudahan penggunaan = 0,083; keamanan = 0,617) > 0,05 yang menunjukkan bahwa pada riset ini bebas dari heteroskedastisitas.

Analisis Regresi Linear Berganda

Persamaan analisis regresi linear pada riset ini ialah :

$$Y = 0,879 + 0,305X_1 + 0,240X_2 + 0,422X_3 + e$$

Berdasarkan persamaan regresi yang telah disusun artinya :

- Nilai konstanta 0,879 yang berarti jika persepsi manfaat, kemudahan penggunaan dan keamanan bernilai nol, ini berarti besarnya minat menggunakan aplikasi OVO akan meningkat sebesar 0,879.
- Persepsi manfaat (X1) secara positif mempengaruhi variabel minat menggunakan aplikasi OVO dengan nilai 0,305.
- Kemudahan penggunaan (X2) secara positif mempengaruhi variabel minat menggunakan aplikasi OVO dengan nilai 0,240.
- Keamanan (X3) secara positif mempengaruhi variabel minat menggunakan aplikasi OVO dengan nilai 0,422.

Uji F

Pengujian F dilakukan guna menguji pengaruh antara variabel independen dengan variabel dependen secara simultan.

Tabel 3. Uji Simultan

	Sum of Square	Df	Mean Square	F	Sig.
Regression	359,555	3	119,852	62,313	0,000
Residual	223,112	116	1,923		
Total	582,667	119			

Sumber : Data diolah, 2021

Hasil uji F tabel 3. diatas diketahui Sig. 0,000 < 0,05 dan nilai $F_{hitung}(62,313) > F_{tabel}(2,68)$ yang artinya pada penelitian ini ada pengaruh secara bersama-sama antara persepsi manfaat, kemudahan penggunaan dan keamanan terhadap variabel minat menggunakan aplikasi OVO.

Uji Parsial (Uji t)

Pengujian t dilakukan guna menguji pada penelitian ini adakah pengaruh antara variabel independen secara individu terhadap variabel dependen.

Tabel 4. Uji Signifikansi

	Unstandardized Coefficients	Std. Error	Standardized Coefficients	t	Sig.
	B		Beta		
(Constant)	0,879	1,127		,780	0,437
X1	0,305	0,086	0,281	3,566	0,001
X2	0,240	0,072	0,250	3,309	0,001
X3	0,422	0,086	0,384	4,934	0,000

Sumber : Data diolah, 2021

Berdasarkan tabel 4. diatas dapat diartikan :

- Nilai t_{hitung} persepsi manfaat (3,566) > t_{tabel} (1,9806) dan signifikansi 0,001 < 0,05 artinya persepsi manfaat mempengaruhi minat menggunakan aplikasi OVO secara positif dan signifikan.
- Nilai t_{hitung} kemudahan penggunaan (3,309) > t_{tabel} (1,9806) dengan Sig. 0,001 < 0,05 artinya secara positif serta signifikan kemudahan penggunaan mempengaruhi minat menggunakan aplikasi OVO.
- Nilai t_{hitung} keamanan (4,934) > t_{tabel} (1,9806) dan signifikansi 0,000 < 0,05 artinya variabel keamanan mempunyai pengaruh terhadap variabel minat

menggunakan aplikasi OVO secara positif dan signifikan.

Koefisien Determinasi (R^2)

Pengujian koefisien determinasi dilakukan guna mendapati variabel dependen pada penelitian mampu dipengaruhi seberapa besar oleh variabel independen.

Tabel 5. Uji Koefisien Determinasi

	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	0,786	0,617	0,607	1,387

Sumber : Data yang diolah, 2021

Hasil uji koefisien determinasi pada tabel 5. diatas diketahui *Adjusted R Square* dengan nilai 0,607. Artinya persepsi manfaat, kemudahan penggunaan dan keamanan mempunyai kemampuan mempengaruhi sebesar 60,7% terhadap minat menggunakan aplikasi OVO, sisanya yaitu 39,3% dipengaruhi oleh variabel lain.

Pembahasan Hasil Penelitian Pengaruh Persepsi Manfaat Terhadap Minat Menggunakan Aplikasi OVO

Berdasarkan hasil analisis, variabel persepsi manfaat mempunyai pengaruh terhadap minat menggunakan aplikasi OVO secara positif dan signifikan. Ini menjelaskan bahwa apabila semakin tinggi manfaat yang dirasakan pengguna maka minat untuk menggunakan aplikasi OVO (Studi Pada Masyarakat Solo Raya) juga akan meningkat. Adanya pengaruh secara signifikan menandakan bahwa persepsi manfaat dalam penggunaan aplikasi OVO ialah memberikan kecepatan dalam proses transaksi, lebih efisien karena tidak perlu membawa banyak uang tunai, dan menghemat waktu untuk bisa melakukan kegiatan selanjutnya. Hasil riset ini mendukung riset sebelumnya yang dilakukan oleh Pratama & Suputra (2019) yang menjelaskan bahwa persepsi manfaat mempengaruhi secara signifikan terhadap minat menggunakan uang elektronik.

Pengaruh Kemudahan Penggunaan Terhadap Minat Menggunakan Aplikasi OVO

Berdasarkan hasil analisis, kemudahan penggunaan mempunyai pengaruh secara positif dan signifikan terhadap minat menggunakan aplikasi OVO. Hal ini menjelaskan jika kemudahan penggunaan semakin meningkat maka minat menggunakan aplikasi OVO juga akan meningkat (Studi Pada Masyarakat Solo Raya). Adanya pengaruh secara signifikan menerangkan bahwa kemudahan penggunaan dalam penggunaan aplikasi OVO ialah sistem informasi yang mudah untuk dipelajari, mudah untuk dipahami, fitur yang tersedia mudah digunakan, serta mempermudah dalam transaksi kebutuhan sehari-hari. Hasil riset ini mendukung riset sebelumnya yang dilakukan oleh Musfiroh (2019) yang menerangkan kemudahan penggunaan mempunyai pengaruh secara signifikan terhadap minat menggunakan uang elektronik.

Pengaruh Keamanan Terhadap Minat Menggunakan Aplikasi OVO

Berdasarkan hasil analisis, variabel keamanan mempengaruhi minat menggunakan aplikasi OVO secara positif dan signifikan. Hal ini berarti apabila keamanan mengalami peningkatan maka minat menggunakan aplikasi OVO (Studi Pada Masyarakat Solo Raya) juga akan mengalami peningkatan. Indikator keamanan menurut Waspada (2012) ialah pengguna tidak khawatir saat memberikan suatu informasi, pengguna merasa yakin informasi yang diberikan dilindungi, serta saat bertransaksi terjamin keamanannya.

Adanya pengaruh secara signifikan menerangkan bahwa keamanan dalam penggunaan aplikasi OVO ialah pengguna merasa aman memberikan informasi pribadi, merasa yakin bahwa data pengguna tidak akan disebarluaskan, serta sistem keamanan yang menjamin proses transaksi dan melindungi data pengguna. Hasil riset ini mendukung riset sebelumnya yang dilakukan oleh Ramadhan et al., (2016) yang

menjelaskan bahwa keamanan mempunyai pengaruh secara positif terhadap minat untuk menggunakan *e-money*.

KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil riset ini, diperoleh hasil bahwa persepsi manfaat, kemudahan penggunaan serta keamanan secara positif dan signifikan mempunyai pengaruh terhadap minat menggunakan aplikasi OVO di Solo Raya. Hal ini berarti minat menggunakan aplikasi OVO akan semakin meningkat apabila persepsi manfaat, kemudahan penggunaan serta keamanan mengalami peningkatan. Persepsi manfaat, kemudahan penggunaan dan keamanan secara simultan atau bersama-sama mempunyai pengaruh terhadap minat menggunakan aplikasi OVO di Solo Raya.

Adapun saran bagi perusahaan penyedia atau penerbit OVO harus mampu mempertahankan serta meningkatkan kualitas layanan dalam aplikasi OVO seperti menambah fitur yang mampu memudahkan pengguna dalam bertransaksi agar dapat menambah manfaat, agar dapat meningkatkan minat masyarakat untuk menggunakan aplikasi OVO dan bagi peneliti selanjutnya bisa menambah sampel penelitian dan menambah variabel lain agar mengetahui aspek lain yang mempengaruhi variabel minat menggunakan aplikasi OVO.

DAFTAR PUSTAKA

- Andryanto, R. (2016). Pengaruh Kepercayaan, Persepsi Manfaat dan Persepsi Kemudahan Penggunaan Terhadap Minat Beli di Toko Online (Studi Empiris yang dilakukan pada OLX.co.id di Yogyakarta). *Skripsi*. Universitas Negeri Yogyakarta
- Dalcher, I., & Shine, J. (2003). Extending the New Technology Acceptance Model to Measure the End User Information Systems Satisfaction in a Mandatory Environment: A Bank's Treasury. (n.d.). *Technology Analysis & Strategic Management*, 441-455.
- Dewi, N. L. P. E. P., Sinarwati, N. K., & Yuniarta, G. A. (2017). Pengaruh Persepsi Kebermanfaatan, Kemudahan Penggunaan, dan Keamanan terhadap Minat Menggunakan E-Banking Pada Mahasiswa Jurusan Akuntansi Program S1 Fakultas Ekonomi Universitas Pendidikan Ganesha. *E-Journal S1 Ak Universitas Pendidikan Ganesha*, 7(1), 1-11.
- Djamarah, S. B. (2008). *Psikologi Belajar*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Ernawati, N., & Noersanti, L. (2020). Pengaruh Persepsi Manfaat, Kemudahan Penggunaan dan Kepercayaan Terhadap Minat Penggunaan Pada Aplikasi OVO. 1-15.
- Hinati, H. (2019). Pengaruh Sosial, Kemudahan, Kepercayaan dan Keamanan Terhadap Minat Menggunakan Uang Elektronik Syariah di Masyarakat DKI Jakarta. *Skripsi*. Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah.
- Jogiyanto. (2007). *Sistem Informasi Keperilakuan*. Yogyakarta: Andi.
- Kamil, L. I. (2019). Pengaruh Kepercayaan, Keamanan dan Persepsi Kemudahan Penggunaan Terhadap Minat Untuk Menggunakan Gopay. *Skripsi*. Institut Agama Islam Negeri Surakarta.
- Kevin Anarjia, J. Z. R. (2018). Pengaruh Persepsi Manfaat Dan Persepsi Kemudahan Penggunaan Terhadap Minat Menggunakan Layanan Uang Elektronik Sakuku Pt. Bank Central Asia, Tbk Kcu Cikarang. *Jurnal SISTEM INFORMASI*, 1(2), 1-7.
- Kholid, F. I. (2018). Analisis Pengaruh Keamanan, Kemudahan Penggunaan, Kepercayaan Nasabah dan Kebermanfaatan Terhadap Minat Menggunakan E-Banking Pada PT Bank BNI Syariah KCP Magelang. *Jurnal Sains Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, 8(2), 49-57. http://journal2.um.ac.id/index.php/eko_bis/article/view/2164
- Kotler, P., & Kevin Lane Keller. (2016). *Manajemen Pemasaran Edisi 12 Jilid 1 & 2*. Jakarta: PT Indeks.
- Ledesman, M. (2018). Pengaruh Manfaat,

- Kepercayaan dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Layanan Mobile Banking (Studi Pada BSM Cabang Bandar Jaya). *Skripsi*. Universitas Islam Negeri Raden Intan.
- Musfiroh, F. (2019). Pengaruh Persepsi Manfaat, Kemudahan Penggunaan dan Keamanan Terhadap Minat Menggunakan Uang Elektronik Pada Masyarakat Kota Surakarta. *Skripsi*. Institut Agama Islam Negeri Surakarta.
- Permadi, L. A., & Rinuastuti, B. H. (2020). Pengaruh Persepsi Manfaat dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Minat Menggunakan Dompot Digital OVO. 6, 54–61.
- Pratama, A. B., & Suputra, I. D. G. D. (2019). Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan, dan Tingkat Kepercayaan Pada Minat Menggunakan Uang Elektronik. *E-Jurnal Akuntansi*, 27, 927. <https://doi.org/10.24843/eja.2019.v27.i02.p04>
- Priambodo, S., & Prabawani, B. (2016). Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Dan Persepsi Risiko Terhadap Minat Menggunakan Layanan Uang Elektronik (Studi Kasus Pada Masyarakat Di Kota Semarang). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 5(2), 127–135.
- Rahman, A., & Dewantara, R. Y. (2017). Pengaruh Kemudahan Penggunaan dan Kemanfaatan Teknologi Informasi Terhadap Minat Menggunakan Situs Jual Beli Online. *Jurnal Admonistrasi Bisnis*, 52(1), 1–7. administrasibisnis.studentjournal.ub.ac.id%0A
- Ramadhan, A. F., Prasetyo, A. B., & Irviana, L. (2016). Persepsi Mahasiswa Dalam Menggunakan E-money. *Jurnal Dinamika Ekonomi & Bisnis*, 13, 1–15. <https://ejournal.unisnu.ac.id/JDEB/article/view/470/833>
- Sarno, R., & Iffano, I. (2009). *Sistem Manajemen Keamanan Informasi*. Surabaya: Itspress.
- Sayar, C., & Wolfe, S. (2007). Internet Banking Market Performance : Turkey versus the UK.
- Tsiakis, T., & Sthephanides, G. (2005). The Concept of Security and Trust in Electronic Payments. *Computers and Security*, 24(1), 10–15. <https://doi.org/10.1016/j.cose.2004.11.001>
- Umaningsih, W. P., & Wardani, D. K. (2018). Pengaruh Persepsi Manfaat, Fitur Layanan dan Keamanan Terhadap Niat Menggunakan E-Money. *Jurnal Akuntansi dan Ekonomi*, 5 (3), 113–119.
- Waspada, I. (2012). Percepatan Adopsi Sistem Transaksi Teknologi Informasi Untuk Meningkatkan Aksesibilitas Layanan Jasa Perbankan. 16(1), 122–131.
- Wibowo, S. F., Rosmauli, D., & Suhud, U. (2015). Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Fitur Layanan, Dan Kepercayaan Terhadap Minat Menggunakan E-Money Card (Studi Pada Pengguna Jasa Commuterline Di Jakarta). *JRMSI - Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia*, 6(1), 440. <https://doi.org/10.21009/jrmsi.006.1.06>