

**DETERMINAN FAKTOR-FAKTOR PENGGUNAAN FINANCIAL
TECHNOLOGY (OVO)**



SKRIPSI

Oleh :

Nama : Nur Azizah Marhatin Farhani

No.Mahasiswa : 16312407

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

YOGYAKARTA

2019

**DETERMINAN FAKTOR-FAKTOR PENGGUNAAN FINANCIAL
TECHNOLOGY (OVO)**

SKRIPSI

Disusun dan diajukan untuk memenuhi sebagai salah satu syarat untuk mencapai
derajat Sarjana Strata-1 Program Studi Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas

Islam Indonesia

Oleh :

Nama : Nur Azizah Marhatin Farhani

No. Mahasiswa : 16312407



FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

YOGYAKARTA

2019

PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME

“Dengan ini saya menyatakan bahwa dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam referensi. Apabila dikemudian hari terbukti bahwa pernyataan ini tidak benar maka saya sanggup menerima hukum/sanksi apapun sesuai peraturan yang berlaku.”

Yogyakarta, 8 Agustus 2019

Penulis,



Nur Azizah Marhatin Farhani

**DETERMINAN FAKTOR-FAKTOR PENGGUNAAN FINANCIAL
TECHNOLOGY (OVO)**

SKRIPSI



Diajukan Oleh :

Nama : Nur Azizah Marhatin Farhani

No. Mahasiswa : 16312407

Telah disetujui oleh Dosen Pembimbing

Pada tanggal 15/8/2019

Dosen Pembimbing,

(Dekar Urumsah, S.E., M.Com(IS), Ph.D., CFA)

BERITA ACARA UJIAN TUGAS AKHIR /SKRIPSI

SKRIPSI BERJUDUL

DETERMINAN FAKTOR-FAKTOR PENGGUNAAN FINANCIAL TECHNOLOGY (OVO)

Disusun Oleh : **NUR AZIZAH MARHATIN FARHANI**

Nomor Mahasiswa : **16312407**

Telah dipertahankan di depan Tim Penguji dan dinyatakan **LULUS**

Pada hari Selasa, tanggal: 10 September 2019

Penguji/ Pembimbing Skripsi : Dekar Urumsah, SE., S.Si., M.Com., Ph.D.

Penguji : Muqodim, Drs., MBA., Ak., CAI

Mengetahui
Dekan Fakultas Ekonomi
Universitas Islam Indonesia

Jaka Sriyana, SE., M.Si., Ph.D.

- MOTTO -

“ Dan Allah bersama orang-orang yang sabar ”

Allah telah meringankan kepadamu dan Dia telah mengetahui bahwa padamu ada kelemahan. Maka jika ada diantaramu seratus orang yang sabar, niscaya mereka akan dapat mengalahkan dua ratus orang yang kafir;

Dan jika diantaramu ada seribu orang (yang sabar), niscaya mereka akan dapat mengalahkan dua ribu orang (yang kafir), selain seizin Allah.

Dan Allah beserta orang-orang yang sabar.

- Qs. Al- Anfal : 66 -

“ Manusia itu asalnya dari tanah, makan hasil tanah, berdiri diatas tanah, dan akan kembali ke tanah. Lalu untuk apa jika masih bersifat langit ”

- Buya Hamka -

HALAMAN PERSEMBAHAN

Dengan mengucapkan rasa syukur akan saya persembahkan karya ini untuk :

Ayah dan Bundaku tercinta,

Mukhdir, SST, MT dan Siti Khumaedah

Suamiku dan Anakku tercinta,

M. Muhlis Hanafi dan Mezzaluna Hafizah Kirana Yasmin

Yang senantiasa mendoakan, memberikan kasih sayang, mendukung, dan selalu
memberikan motivasi Azizah.

KATA PENGANTAR



Assalamu'alaikum wr wb.

Alhamdulillahirobil'alamin, puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat serta hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Determinan Faktor-Faktor Penggunaan Layanan *Financial Technology* (OVO)” sebagai salah satu syarat kelulusan S1 di Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia.

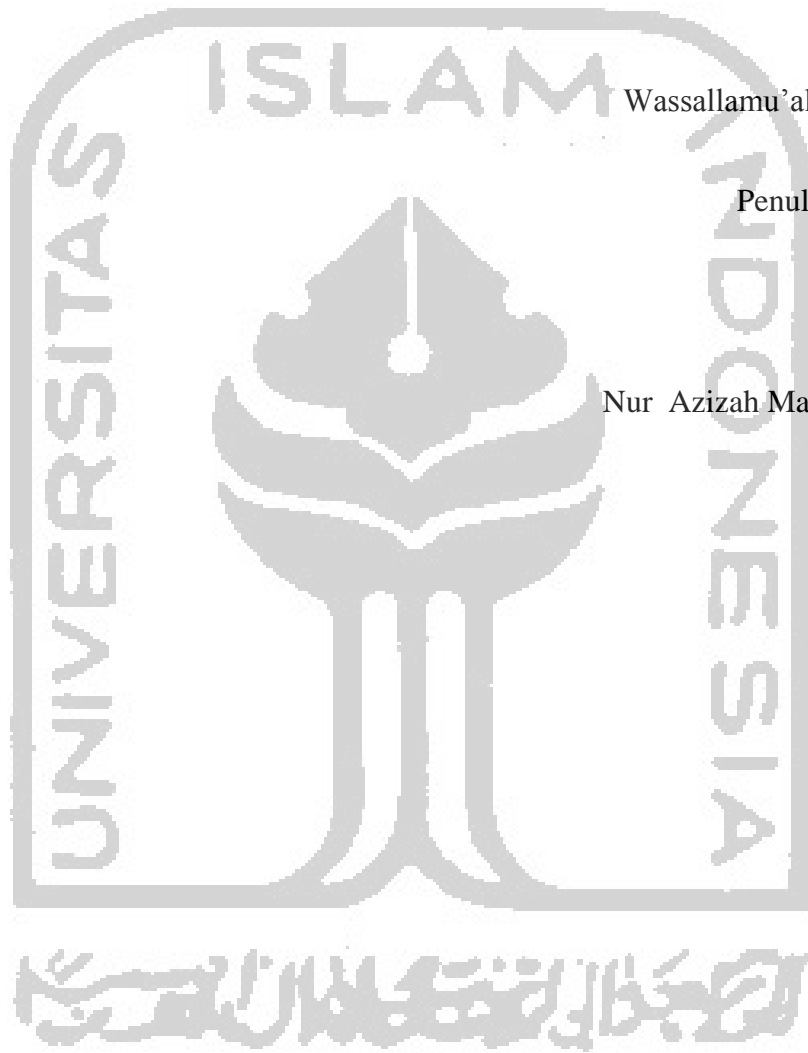
Solawat serta salam penulis panjatkan kepada Nabi Muhammad SAW yang dengan segala keistimewaannya menjadi suri tauladan bagi seluruh umat manusia di muka bumi ini dalam berperilaku, menjadi insan yang bermanfaat bagi orang lain dan sekitarnya.

Dengan segala daya dan upaya serta bantuan, bimbingan maupun pengarahan dan hasil diskusi dari berbagai pihak dalam proses penulisan skripsi ini, maka dengan segala kerendahan hati penulis menyampaikan ucapan terima kasih yang tiada batas kepada :

1. Allah SWT atas segala berkat dan rahmat-Nya sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.
2. Orang tua Nur Azizah, Ayah Mukhdir., SST., MT. dan Bunda Siti Khumaedah serta keempat saudaraku.
3. Suamiku yang tercinta karna selalu mendukung, menemani dan setia menungguku saat bimbingan.

4. Anakku tercinta yang selalu menjadi penyemangat mamanya disaat mulai hilang semangat.
5. Bapak Dekar Urumsah, S.E., M.Com(IS)., Ph.D., CfrA., selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang selalu memberikan bimbingan dan saran yang bermanfaat dalam penyusunan skripsi ini.
6. Bapak Jaka Sriyana, S.E., M.Si., Ph.D., selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia.
7. Bapak Mahmudi, Dr., S.E., M.Si., Ak., selaku Ketua Program Studi Akuntansi Program Sarjana Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia.
8. Kaka ipar semua yang telah banyak membantu dengan memberikan masukan dan mensupport dengan sejalannya skripsi ini sehingga dapat terselesaikan.
9. Teman-teman seperjuangan masa kuliah, Yohan Mien Aulia, Batika Dheby, Ferdini Inggit, Jihat Wiyoga, Bella Pratiwi, Rizki Indri Wardani, Herdiano Alfiandi Kusuma dan masih banyak lagi.
10. Mbak Wulan dan Mbak Diana yang sudah menjadi konsultan skripsi dari awal mau mulai. Pak Widodo yang udah ajarin Azizah untuk mengolah data.
11. Para responden yang telah meluangkan waktunya untuk mengisi kuesioner.
12. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu, terima kasih atas bantuannya dalam terselesaikannya skripsi ini.

Penulis beharap semoga kebaikan semua dibalas Allah SWT dan penulis berharap skripsi yang telah disusun ini memberikan manfaat bai penulis dan pihak yang berkepentingan.



Wassallamu'alaikum wr wb.

Penulis,

Nur Azizah Marhatin Farhani

DAFTAR ISI

Halaman Sampul	I
Halaman Judul	ii
Halaman Pernyataan Bebas Plagiarisme	iii
Halaman Pengesahan	iv
Berita Acara Ujian Skripsi	v
Motto	vi
Halaman Persembahan	vii
Kata Pengantar	viii
Daftar Isi	xi
Daftar Tabel	xv
Daftar Gambar	xvi
Abstrak	xvii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	6
1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian	6
1.3.1 Maksud Penelitian	6
1.3.2 Tujuan Penelitian	6
1.4 Manfaat Penelitian	7
1.5 Sistematika Penulisan	8
BAB II KAJIAN PUSTAKA	10
2.1 Adopsi Teknologi Informasi	10
2.1.1 Sistem Informasi dan Teknologi Informasi	10
2.1.2 <i>Technology Acceptance Model (TAM)</i>	11
2.1.3 <i>Unfied Theory of Acceptance and Use of Technology2</i> (UTAUT2)	13
2.1.4 <i>Theory IS SUCCES</i>	15
2.2 <i>Financial Technology (FinTech)</i>	16
2.3 Perkembangan OVO	16

2.4	Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Penggunaan Layanan OVO....	17
2.4.1	Kecemasan Penggunaan Komputer	17
2.4.2	Sikap Penggunaan Komputer.....	18
2.4.3	Ekspektasi Kinerja.....	19
2.4.4	Ekspektasi Usaha.....	20
2.4.5	Kesesuaian	21
2.5	Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Penggunaan Layanan OVO....	22
2.5.1	Penggunaan Layanan OVO	22
2.5.2	<i>Net Benefit</i>	22
2.6	Penelitian Terdahulu	23
2.7	Pengembangan Hipotesis	32
2.7.1	Konteks Individu	32
2.7.1.1	Kecemasan Penggunaan Individu	32
2.7.1.2	Sikap Penggunaan Komputer	33
2.7.2	Konteks Teknologi	34
2.7.2.1	Ekspektasi Kinerja	34
2.7.2.2	Ekspektasi Usaha	35
2.7.3	Konteks Implementasi	36
2.7.3.1	Kesesuaian	37
2.7.4	Pengaruh Penggunaan Layanan OVO terhadap Net Benefit ...	38
2.8	Kerangka Pemikiran	38
BAB III METODE PENELITIAN		40
3.1	Metode Penelitian	40
3.2	Populasi dan Sampel	40
3.2.1	Populasi	40
3.2.2	Sampel	41
3.3	Metode Pengumpulan Data	41
3.4	Obyek Penelitian	42
3.5	Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel	42
3.5.1	Kecemasan Penggunaan Komputer	42
3.5.2	Sikap Penggunaan Komputer	43

3.5.3 Ekspektasi Kinerja	44
3.5.4 Ekspektasi Usaha	45
3.5.5 Kesesuaian	46
3.5.6 Penggunaan Layanan OVO	47
3.5.7 <i>Net Benefit</i>	47
3.6 Metode Analisis	48
3.6.1 Analisis Deskriptif	48
3.6.2 Deskriptif Statistik	49
3.7 Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>)	49
3.7.1 Uji Validitas	49
3.7.2 Uji Reabilitas	50
3.8 Model Struktural (<i>Inner Model</i>)	51
3.8.1 Uji R-Square (R^2)	51
3.8.2 Uji Statistik	52
3.8.3 Path Koefisien	52
3.9 Pengujian Hipotesis Penelitian	52
3.10 Uji <i>Goodness of Fit</i> (GoF)	52
BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN	55
4.1 Karakteristik Responden	55
4.2 Analisis Deskriptif Variabel	57
4.3 Analisis <i>Structural Equation Modelling</i>	60
4.3.1 Uji Validitas Konstruk	60
4.3.1.1 <i>Convergent Validity (Outer Loading)</i>	60
4.3.1.2 <i>Discriminant Validity (Cross Loading)</i>	62
4.3.2 Uji Reabilitas Konstruk(<i>Composite Rability</i>)	64
4.3.3 Koefisien Determinan (R^2)	65
4.4 Uji Struktural (Uji Pengaruh/Uji Hipotesis)	65
4.5 Uji Hipotesis	66
4.6 Pembahasan Hasil Penelitian	70
4.6.1 Pengaruh Kecemasan terhadap Penggunaan Layanan OVO.....	70

4.6.2 Pengaruh Sikap Penggunaan Komputer terhadap Penggunaan Layanan OVO	71
4.6.3 Pengaruh Ekspektasi Kinerja terhadap Penggunaan Layanan OVO	72
4.6.4 Pengaruh Ekspektasi Usaha terhadap Penggunaan Layanan OVO	74
4.6.5 Pengaruh Kesesuaian terhadap Penggunaan Layanan OVO	75
4.6.6 Pengaruh Penggunaan Layanan OVO terhadap <i>Net Benefit</i>	76
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	78
5.1 Kesimpulan	78
5.2 Keterbatasan Penelitian	79
5.3 Saran	80
DAFTAR PUSTAKA	82
LAMPIRAN	87



DAFTAR TABEL

2.1 Penelitian Terdahulu	24
3.1 Kecemasan Komputer	43
3.2 Sikap Komputer	44
3.3 Ekspektasi Kinerja	45
3.4 Ekspektasi Usaha	46
3.5 Kesesuaian	47
3.6 Penggunaan Layanan OVO.....	47
3.7 <i>Net Benefit</i>	48
4.1 Tingkat Pengembalian Kuesioner	55
4.2 Profil Responden	56
4.3 Hasil Analisis Deskriptif.....	57
4.4 Uji Indikator Outer Loadings	61
4.5 Hasil Cross Loadings	63
4.6 Hasil Pengujian Reabilitas Konstruk	64
4.7 Hasil R-Square	65
4.8 <i>Path Coefficients</i>	67

DAFTAR GAMBAR

2.1 Kerangka Model UTAUT	14
2.2 Kerangka Model <i>IS SUCCESS</i>	15
2.3 Model Kerangka Penelitian	39
4.1 Hasil Uji-t dengan <i>Smart PLS</i>	66



ABSTRACT

This study aims to analyze the effects of computer anxiety, computer attitudes, performance expectancy, effort expectancy, compatibility and net benefit on the use of OVO services. Research data obtained from the results of collecting questionnaires distributed online through Google Form as many as 160 respondents. The tool used to test analysis uses SmartPLS.

According to the results of the study show that computer anxiety has a negative effect on the use of OVO services. While the computer attitudes, performance expectancy, effort expectancy, compatibility, and net benefit showed result that positively affected the use of OVO services. This research is important for stakeholders to understand further about the user's response to the development of financial technology (OVO).

Key words : OVO, Financial Technology, UTAUT2, IS Success, Use of OVO Services and Net Benefit.

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh dari kecemasan komputer, sikap komputer, performa kinerja, performa usaha, kesesuaian dan net benefit terhadap penggunaan layanan OVO. data penelitian diperoleh dari hasil pengumpulan kuesioner yang disebar secara *online* melalui *Google Form* sebanyak 160 responden. Alat yang digunakan untuk menguji analisis menggunakan *SmartPLS*.

Menurut hasil penelitian menunjukkan bahwa kecemasan komputer berpengaruh negatif terhadap penggunaan layanan OVO. sedangkan sikap komputer, performa kinerja, performa usaha, kesesuaian, dan *net benefit* menunjukkan hasil yang berpengaruh positif terhadap penggunaan layanan OVO. penelitian ini penting bagi pemangku kepentingan untuk memahami lebih lanjut mengenai tanggapan pengguna terhadap perkembangan *financial technology* (OVO).

Kata kunci : OVO, *Financial Technology*, UTAUT2, *IS Success*, Penggunaan Layanan OVO dan *Net Benefit*.

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan Teknologi Informasi (TI) pada era modern mendorong persaingan yang ketat dalam dunia bisnis. Manajemen perusahaan dituntut untuk bisa berinovasi dalam menentukan strategi agar dapat bertahan dalam persaingan bisnis, dan tetap bisa mempertahankan kepuasan pelanggan. Masyarakat hanya dituntut untuk mengikuti perkembangan yang terjadi untuk menunjang kebutuhan hidup. Demi hal tersebut, perusahaan saat ini banyak memanfaatkan Teknologi Informasi (TI) dalam bisnisnya. Peran teknologi informasi sangat penting, tidak hanya untuk meningkatkan komunikasi, efisiensi, dan efektivitas saja, tetapi juga sebagai kolaborasi dan kompetitif dengan aspek kehidupan lainnya, salah satunya sebagai alat bantu manajemen untuk mengambil keputusan dalam sebuah perusahaan sehingga dapat meningkatkan daya saing.

Sejak tahun 1980, sudah banyak investor yang menginvestasikan modalnya untuk pengembangan TI (Venkatesh et al., 2003). Pemanfaatan TI dapat memenuhi kebutuhan informasi bisnis dengan cepat, relevan, dan tepat waktu. Hingga saat ini sudah banyak sektor bisnis yang memanfaatkan TI sebagai pengembangan bisnisnya seperti bidang bisnis telekomunikasi, transportasi, pendidikan, kesehatan, perbankan, dan bahkan perdagangan (Guratri, 2016). Hal tersebut terbukti dengan berevolusinya bentuk pembayaran tunai (*cash*) menjadi non-tunai (*cashless*).

Gaya kehidupan masyarakat saat ini semakin modern seiring dengan perkembangan teknologi, sehingga pola pikir masyarakat pun juga berubah. Banyak masyarakat modern memiliki pola pemikiran untuk melakukan berbagai hal dengan mudah dan cepat, maka diperlukannya sebuah sistem pembayaran yang cepat, efisien, aman, dan juga handal. Salah satu sistem pembayaran yang mampu dimanfaatkan untuk mengimbangi perkembangan perekonomian saat ini adalah dengan sistem pembayaran non-tunai.

“Menurut Peraturan Bank Indonesia No.18/40/PBI/2016 bahwa perkembangan teknologi dan sistem informasi terus melahirkan berbagai inovasi, khususnya yang berkaitan dengan *financial technology (fintech)* dalam rangka memenuhi kebutuhan masyarakat, termasuk di bidang jasa sistem pembayaran, baik dari sisi instrumen, penyelenggara, mekanisme, maupun infrastruktur penyelenggaraan pemrosesan transaksi pembayaran” (Bank Indonesia, 2016).

PT Visionet Internasional merupakan perusahaan yang berkembang di bawah naungan perusahaan Lippo (*digitalpayment*), saat ini PT Visionet Internasional memiliki orientasi pada pengembangan *smart financial apps* bernama OVO, aplikasi ini mencoba mengakomodasi berbagai kebutuhan terkait dengan *cashless* dan *mobilepayment*. Aplikasi OVO kian memantapkan diri sebagai aplikasi pembayaran non tunai, dengan menjaga dan meningkatkan transaksi pengguna. Beberapa tahun belakangan ini salah satu sistem pembayaran non-tunai berbasis aplikasi OVO sedang gencar diperkenalkan kepada masyarakat Indonesia.

OVOberjanji akan memberikan kemudahan dalam berbelanja dan lebih menguntungkan kepada para pelanggannya. OVO mengatakan bahwa sudah bekerjasama dengan ratusan rekan merchant, diantaranya Hypermart, Agoda, First Media, Maxx Coffee, Matahari Mall.com dan hampir semua gerai bisnis Lippo. Layanan OVO ini terbagi ke dalam dua kategori pengguna, OVO Club (pengguna biasa) dan OVO premier. Lippo merupakan salah satu industri yang mendukung *financial technology* dengan menjadi salah satu bagian yang terlibat dalam penyelenggaraan bisnis pembayaran secara *non* tunai.

Penggunaan sistem adalah keadaan aktual dari pelaksanaan suatu sistem teknologi yang dapat diukur berdasarkan keseriusan penggunaan dan durasi waktu penggunaan (Davis, 1989). Tingkat penerimaan OVO karena penggunaannya bisa dilihat dari jumlah aspek. Adapun aspek yang berpengaruh terhadap penggunaan sistem pembayaran OVO ialah kecemasan penggunaan komputer (*Computer Anxiety*), sikap penggunaan komputer (*Computer Attitude*), ekspektansi kinerja (*Performance Expectancy*), ekspektansi usaha (*Effort Expectancy*), dan kesesuaian (*Compatibility*). Aspek-aspek tersebut diuji berdasarkan acuan konstruksi *Unified theory of Acceptance and Use of Technology 2* (UTAUT2) dan diperkenalkan oleh Venkatesh dkk (2012). Kemudian untuk teori *Information System Success Model* yang diperkenalkan oleh DeLone dan McLean (2003).

Penelitian ini dilakukan untuk menguji pengaruh dari minat penggunaan layanan *financial technology* berbasis aplikasi OVO terhadap kepercayaan konsumen untuk mengambil keputusan. Adanya layanan *financial technology* banyak sekali manfaat yang bisa dirasakan, akan tetapi ada sebagian orang yang

merasa cemas dengan adanya teknologi. Berbagai sikap yang muncul dan ditunjukkan individu terhadap keberadaan komputer atau yang lebih dikenal dengan kecemasan penggunaan komputer (*komputer anxiety*) biasanya ditunjukkan dengan sikap cemas dan gelisah dengan adanya komputer, sehingga mereka tidak bisa mendapatkan manfaat dengan keberadaan komputer (Indriantoro, 2000).

Sikap penggunaan komputer (*computer attitude*) biasanya ditunjukkan dengan sikap perasaan bahagia atau ketidaksenangan seseorang terhadap fenomena insentif (Rifa dan Gudono, 1999:193). Sebagian orang merasa yakin dengan keberadaan komputer, mereka yakin bahwa keberadaan komputer mampu memudahkan pekerjaan dan memberikan beragam manfaat. Sebagian lagi merasa tidak yakin terhadap keberadaan komputer, mereka berpendapat dengan adanya komputer akan membawa dan memenangi kehidupan manusia. Lebih-lebih jika terdapat kemungkinan timbul perasaan terancam karena keberadaan komputer yang mungkin bagi sebagian orang komputer merupakan mesin yang sangat rumit dan susah untuk dikendalikan. Sikap pengguna komputer menjadi faktor yang berpengaruh terhadap kinerja setiap individu dalam penggunaan komputer (Indriantoro, 2000). Fenomena yang muncul adalah sikap seseorang terhadap adanya komputer (*computer attitude*) dan kegelisahan seseorang terhadap komputer (*computer anxiety*) dapat mempengaruhi seseorang dalam menggunakan atau mengoperasikan komputer.

Vankatesh, *et al.* (2003) menyatakan bahwa adanya hubungan positif antara variabel ekspektasi kinerja (*performance expectancy*), ekspektasi usaha (*effort expectancy*), dan kesesuaian (*compatibility*) terhadap minat penggunaan

teknologi informasi dan hubungan positif terhadap minat penggunaan teknologi informasi dan kondisi-kondisi yang memfasilitasi pemakaian terhadap penggunaan teknologi informasi. Sedangkan *IS Success* model merupakan model kesuksesan sistem informasi yang selanjutnya disempurnakan menjadi DeLone dan McLean yang menyebutkan bahwa penggunaan (*use*) berpengaruh positif pada hasil bersih (*Net Benefit*).

Kondisi tersebut mendorong industri keuangan berkolaborasi dan berkompetisi dalam menyediakan layanan transaksi keuangan bersifat *cashless*. Hal ini didukung dengan semakin banyaknya perusahaan-perusahaan ataupun pusat perbelanjaan di Indonesia yang menerima transaksi pembayaran dengan menggunakan sistem pembayaran non-tunai. Cepat, aman, nyaman, mudah dan efisien dalam bertransaksi merupakan alasan masyarakat Indonesia memiliki respon yang besar terhadap sistem pembayaran non-tunai, perusahaan yang dapat menunjukkan tingkat kesesuaian yang tinggi akan kebutuhan masyarakat, maka dari itu banyak masyarakat tertarik untuk menggunakan layanan OVO dalam bertransaksi.

Selanjutnya, untuk mengakomodasi itu semua dilakukan penelitian dengan judul “Determinan Faktor-Faktor Penggunaan Financial Teknologi (OVO)”.

1.2 Rumusan Masalah

1. Apakah kecemasan penggunaan komputer berpengaruh terhadap penggunaan layanan OVO?
2. Apakah sikap penggunaan komputer berpengaruh terhadap penggunaan layanan OVO?
3. Apakah ekspektansi kinerja berpengaruh terhadap penggunaan layanan OVO?
4. Apakah ekspektansi usaha berpengaruh terhadap penggunaan layanan OVO?
5. Apakah kesesuaian berpengaruh terhadap penggunaan layanan OVO?
6. Apakah penggunaan aplikasi berbasis *financial technology* pada layanan OVO berpengaruh terhadap *Net Benefit*?

1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian

1.3.1 Maksud Penelitian

Maksud dari penelitian ini adalah untuk memperoleh informasi dan data mengenai pengaruh dari kualitas informasi terhadap kepercayaan pelanggan dalam menggunakan layanan OVO.

1.3.2 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui pengaruh kecemasan penggunaan komputer terhadap penggunaan layanan OVO berbasis *financial technology*.
2. Untuk mengetahui pengaruh sikap penggunaan komputer terhadap penggunaan layanan OVO berbasis *financial technology*.

3. Untuk mengetahui pengaruh ekspektasi kinerja terhadap penggunaan layanan OVO berbasis *financial technology*.
4. Untuk mengetahui pengaruh ekspektasi usahat terhadap penggunaan layanan OVO berbasis *financial technology*.
5. Untuk mengetahui pengaruh kesesuaian terhadap penggunaan layanan OVO berbasis *financial technology*.
6. Untuk mengetahui pengaruh dari penggunaan aplikasi layanan OVO berbasis *financial technology* terhadap *Net Benefit*.

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini bermanfaat untuk berbagai pihak. Adapun penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Bagi Mahasiswa

Skripsi ini diharapkan dapat menjadi acuan dalam membuat tulisan atau karya ilmiah yang jauh lebih dalam dan dapat memberikan pengetahuan tentang pengaruh dari penggunaan layanan OVO sebagai alat ukur terhadap kecurangan yang sering terjadi dalam perusahaan dan dapat dijadikan referensi untuk disempurnakan pada penelitian selanjutnya.

2. Bagi Peneliti

Menjadi wadah belajar bagi penulis khususnya melakukan penelitian dibidang sistem informasi akuntansi, dan sebagai syarat kelulusan bagi penulis.

3. Bagi Perusahaan

Hasil penelitian ini nantinya akan memberikan evaluasi dan masukan mengenai kualitas informasi dan sebagai alat ukur terhadap kepercayaan pelanggan dalam menggunakan layanan OVO.

4. Bagi Pengguna OVO

Memberikan penjelasan kepada pengguna mengenai layanan OVO sebagai alat pembayaran non-tunai yang bisa memberikan manfaat kepada pengguna baik pada aspek waktu, gaya, maupun biaya.

1.5 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan dalam penelitian terdiri dari lima bab. Masing-masing bab terdiri dari :

BAB I : PENDAHULUAN

Pada bab ini merupakan pendahuluan yang berisi latar belakang penelitian, ringkasan masalah, arah penelitian, arti penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II : LANDASAN TEORI DAN PERUMUSAN HIPOTESIS

Pada bab ini menyajikan landasan teori yang relevan lagi mendukung permasalahan yang hendak diteliti. Bab ini juga berisi hipotesa yang akan diuji dalam penelitian ini, penelitian terdahulu, pengembangan hipotesis dan kerangka penelitian yang akan diuji.

BAB III : METODE PENELITIAN

Bab ini menyajikan metode penelitian, yang berisi populasi dan sampel penelitian, sumber data dan metode pengumpulan data, variabel penelitian, dan metode analisis data.

BAB IV : ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

Bab ini menguraikan mengenai hasil pengumpulan data, karakteristik responden, analisis deskriptif dari variabel penelitian, hasil uji model pengujian struktural dan analisis hipotesa untuk menjawab rumusan masalah.

BAB V : KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini menguraikan kesimpulan, kontribusi dan implikasi mengenai penelitian secara keseluruhan, memberikan keterbatasan dan saran penelitian bagi beberapa sektor.

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

Dalam bab ini dijelaskan landasan teori yang menjadi dasar mengenai permasalahan yang akan diteliti, penelitian terdahulu, hipotesis-hipotesis yang akan diuji dalam penelitian ini, dan kerangka penelitian.

2.1 Adopsi Teknologi Informasi

Perkembangan Teknologi Informasi (TI) telah mengubah cara dan peta bisnis dunia. Penggunaan *Internet dan Electronic Data Interchange* (EDI) untuk mendukung pertukaran informasi dan transaksi merupakan contoh. Banyak penelitian telah dilakukan untuk melihat difusi dan adopsi TI oleh kalangan bisnis (Wahid dan Iswari, 2007). Teknologi informasi dapat dilihat sebagai sebuah inovasi yang proses difusinya melibatkan dua sisi, yaitu sisi penawaran (*supply side*) dan sisi permintaan (*demand side*) (Tomatzky dan Fleischer, 1990). Menurut Rogers (1995) kecepatan difusi sebuah inovasi dipengaruhi oleh empat elemen, yaitu (1) karakteristik inovasi; (2) kanal komunikasi yang digunakan untuk mengkomunikasi manfaat inovasi; (3) waktu sejak inovasi diperkenalkan; dan (4) sistem sosial tempat inovasi berdifusi.

2.1.1 Sistem Informasi dan Teknologi Informasi

sebelum menyajikan perpektif strategis, penting adanya suatu pemahaman yang jelas tentang perbedaan istilah “sistem informasi” (SI) dan “teknologi informasi” (TI). Kedua istilah tersebut sering digunakan secara bergantian maka

penting untuk membedakan antara keduanya apabila suatu dialog terjadi antara staf bisnis dan staf SI, yang pada akhirnya dapat menghasilkan pengembangan strategi-strategi SI/TI yang berhasil. Harus diingat bahwa SI ada di dalam organisasi jauh sebelum kedatangan TI. TI secara spesifik mengacu pada teknologi *hardware*, *software*, dan jaringan telekomunikasi. Dengan demikian, baik yang nyata (*personal computer*, *server*, *router*, *switch*, dan kabel-kabel jaringan), maupun yang tidak nyata (semua jenis *software*) (Urumsah, 2014).

TI merupakan sarana untuk memfasilitasi, mengakuisisi, memproses, menyimpan, menyampaikan, dan membagi informasi. Di uni eropa, istilah *Information Communication and Technology* (ICT) umumnya digunakan sebagai pengganti istilah TI untuk mengenali pertemuan TI tradisional dengan telekomunikasi yang sering sekali terlihat sebagai area yang berbeda. Dijelaskan bahwa SI akan tetap berada pada suatu keadaan perkembangan dan perubahan secara berkesinambungan dalam merespon, baik terhadap inovasi teknologi maupun saling berinteraksi dengan manusia secara keseluruhan (Urumsah, 2014).

2.1.2 *Technology Acceptance Model (TAM)*

Davis, Bagozzi, dan Warshaw pada tahun 1989 mengusulkan model penerimaan teknologi ataupun *Technology Acceptance Model* (TAM) yang dikembangkan untuk menganalisis dan memahami aspek-aspek yang mempengaruhi penggunaan sistem teknologi informasi. Dengan membuktikan bahwa teori TAM merupakan model yang teoritis dalam memprediksi dan menjelaskan penerimaan pengguna terhadap sistem teknologi informasi (Legris,

Ingham, dan Collerette, 2003). Berdasarkan definisi tersebut, TAM dapat digunakan untuk menjelaskan mengenai penerimaan maupun penolakan pada sistem teknologi informasi.

Keputusan pengguna mengenai bagaimana cara dan kapan mereka menggunakan sebuah teknologi baru ditunjukkan dengan adanya beberapa aspek yang berpengaruh pada model TAM. Terdapat 5 aspek yang dapat mempengaruhi pengguna dalam penggunaan sistem teknologi informasi ialah persepsi manfaat, persepsi kemudahan, sikap, minat perilaku, dan penggunaan sistem (Muntianah dkk, 2012). Persepsi manfaat dan kemudahan adalah faktor penentu dasar penerimaan penggunaan teknologi dalam model TAM.

Penelitian ini tidak sepenuhnya menjelaskan model TAM. Dengan menjelaskan *Net Benefit* sebagai faktor yang mempengaruhi penggunaan aplikasi berbasis *financial technology* pada layanan OVO. *Net Benefit* merupakan faktor dasar yang diperhatikan pengguna pada saat pertama kali memutuskan untuk menggunakan suatu teknologi (Davis 1989). Sebagai manfaat dan kemudahan penggunaan layanan OVO adalah pertimbangan yang dijadikan bukti pelanggan dalam menggunakan layanan OVO. Aspek-aspek lainnya yang mungkin dapat mempengaruhi penerimaan penggunaan layanan OVO yaitu kecemasan penggunaan komputer (*computer anxiety*), sikap penggunaan komputer (*computer attitude*), ekspektansi kinerja (*performance expectancy*), ekspektansi usaha (*effort expectancy*), dan kesesuaian (*compatibility*).

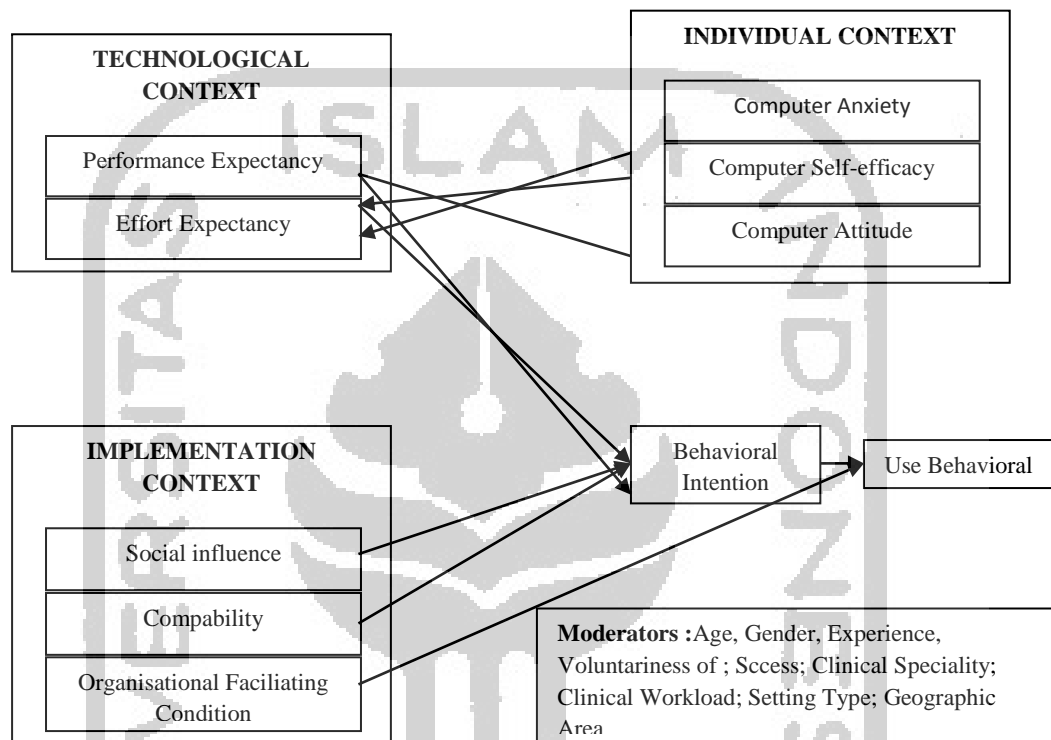
2.1.3 *Unfied Theory of Acceptance and Use of Technology2 (UTAUT2)*

Unified Theory of Acceptance and Use of Technology2(UTAUT2) ialah model teori yang dikembangkan oleh (Venkatesh *et al.*, 2003) dengan model penerimaan teknologi sebagai berikut:*Theory of Reasoned Action (TRA)*, *Technology Acceptance Model (TAM)*, *Motivational Model (MM)*, *Theory of Planned Behavior (TPB)*, *Model Combining The Technology Acceptance Model and The Theory of Planned Behavior (C-TAM-TPB)*, *The Model of PC Utilization (MPCU)*, *The Innovation Diffusion Theory (IDT)*, dan *The Social Cognitive Theoary (SCT)*.

Venkatesh, et al. (2003) kemudian menggunakan teori-teori yang sudah ada sebelumnya untuk mengembangkan sebuah model gabungan baru yang terintegrasi. Model gabungan (*unified model*) ini kemudian mereka sebut dengan nama teori gabungan penerimaan dan penggunaan teknologi (*Unified Theory of Acceptance and Use of Technology2*) atau disebut dengan singkatannya yaitu UTAUT 2.

Pengembangan teori ini berlandaskan pada tiga argumen, yaitu setiap peneliti memiliki teknologi, populasi, dan budaya yang beragam maka kemungkinan akan muncul konstruk baru pada model teori ini karena perbedaan penelitian. Pengembangan kedua adalah penambahan konstruk baru karenadapat menyesuaikan dengan konsteks tertentu yang diiteliti. Kemudian pengembangan ketiga, dengan menambah prediktor eksternal terhadap kerangka model UTAUT2 (Venkatesh dkk., 2012). Oleh karenanya pada tahun 2012, Venkatesh et al., (2012) menyempurnakan model teori UTAUT2dengan tujuan memberikan model

kerangka yang lebih spesifik lagi untuk menjelaskan tentang penerimaan dan penggunaan sistem informasi teknologi (Pervan, Schaper dkk., 2006). Disajikan pada Gambar 2.1



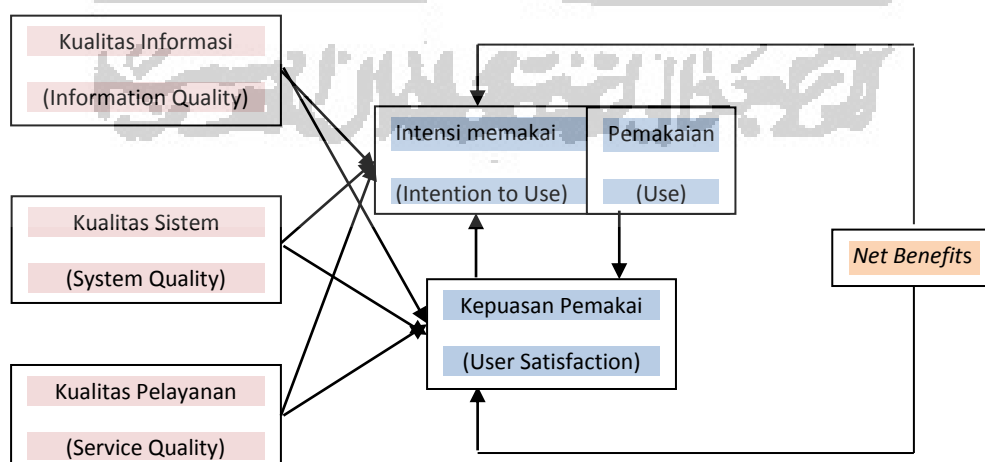
Gambar 2.1 Model UTAUT 2 Pervan, Schaper et al., (2006)

Menurut penelitian yang diajukan oleh (Pervan, Schaper dkk., 2006), penelitian ini tidak menggunakan karakter kebiasaan. Menurut Alalwan dkk, bahwa untuk menguji karakter kebiasaan, pelanggan harus memiliki pengalaman yang lama dalam menggunakan suatu teknologi dengan didasarkan pada kenyataan. kemudian, layanan OVO merupakan layanan baru yang belum banyak digunakan oleh masyarakat untuk menghasilkan kebiasaan dilihat dengan masih kurangnya volume transaksi dengan layanan OVO. Perluasan model UTAUT 2 yang baru didasarkan pada penelitian sebelumnya yang relevan dan terutama

didasarkan pada model UTAUT dan kerangka kerja untuk penerimaan teknologi yang diajukan oleh Venkatesh et., al.

2.1.4 Teori IS *SUCCESS*

DeLone dan McLean (1992) mengembangkan sebuah model yang lengkap tetapi sederhana, yang disebut dengan nama Model Kesuksesan Sistem Informasi DeLone dan McLean (ISSuccess Model). Beberapa penelitian sebelumnya serta akibat perubahan peran dan penanganan sistem informasi yang telah berkembang menyebabkan DeLone dan Mclean (2003) memperbarui modelnya dan menyebutnya sebagai Model Kesuksesan Sistem Informasi D&M Diperbarui (Updated D&M IS Success Model). Model yang diusulkan ini merefleksikan ketergantungan dari enam pengukuran kesuksesan sistem informasi. Keenam indikator kesuksesan sistem informasi tersebut adalah kualitas sistem (*system quality*), kualitas informasi (*information quality*), kualitas pelayanan (*service quality*), penggunaan informasi (*use*), kepuasan pemakai (*user satisfaction*), dan manfaat bersih (*Net Benefits*). Model kesuksesan DeLone dan McLean dapat dilihat pada Gambar 2.2



Gambar 2.2 Model Kesuksesan Sistem Informasi DeLone dan McLean (2003)

2.2 *Financial Technology (Fintech)*

Menurut Bank Indonesia (2016), *Financial Technology* (Fintech) merupakan fenomena perpaduan antara teknologi dengan fitur keuangan yang mengubah model bisnis dan melemahnya *barrier to entry*. Pertumbuhan dan perkembangan *Fintech* dalam pemakaian pembayaran digital akan semakin lebih berkembang dan banyak diminati karena penggunaan yang efisien dari segi waktu dan kepuasan pribadi. *FinTech* telah menghasilkan hasil yang positif bagi pelaku usaha *e-commerce start-up*. Dalam layanan pembayaran digital, pemakaian internet memiliki peran yang sangat penting dan menjadi faktor penting dalam penggunaan pembayaran digital (Muhammad, 2018). *FinTech* adalah sebuah gabungan produk non-bank yang digabungkan dan digerakkan oleh teknologi, sehingga membuat lingkungan baru yang lebih kompetitif untuk mempermudah jasa keuangan (Dapp, 2014). Teknologi finansial adalah istilah yang digunakan untuk menyebut suatu inovasi di bidang jasa finansial, di mana istilah tersebut berasal dari kata "*financial*" dan "*technology*" (*FinTech*) muncul dalam banyak segi keuangan ritel dan pembayaran, infrastruktur pasar keuangan, manajemen investasi, asuransi, penyediaan kredit dan peningkatan modal.

2.3 *Perkembangan OVO*

PT Visionet Internasional merupakan perusahaan yang berkembang di bawah naungan perusahaan Lippo (bergerak di bidang digital *payment*), yang memiliki orientasi terhadap perkembangan *smart financial apps* bernama OVO, aplikasi ini mencoba menampung berbagai kepentingan terkait non tunai dan *mobile payment*. Aplikasi OVO kian memantapkan diri sebagai aplikasi transaksi,

demi menjaga dan meningkatkan transaksi pengguna. OVO merupakan sebuah produk dari sistem pembayaran *cashless* yang belakangan ini gencar diperkenalkan pada kalangan masyarakat.

OVO berkomitmen untuk memberikan pengalaman berbelanja lebih menguntungkan pada para pelanggannya. OVO mengklaim sudah memiliki ratusan rekan mercant, diantaranya Hypermart, Agoda, First Media, Maxx Coffee, Matahari Mall.com dan hampir semua gerai bisnis Lippo. Layanan OVO ini terbagi ke dalam dua kategori pengguna, OVO club (pengguna biasa) dan OVO premier.

2.4 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Penggunaan Layanan OVO

2.4.1 Kecemasan Penggunaan Komputer (Computer Anxiety)

Kecemasan penggunaan komputer menurut para ilmuwan yang mengacu pada emosional negatif mendefinisikan kecemasan penggunaan komputer sebagai perasaan gelisah atau khawatir ketika menggunakan dan mempertimbangkan penggunaan komputer. Kecemasan seperti ini biasanya dialami seseorang saat pertama kali menggunakan komputer (Brosnan, 1999 :12).

Sedangkan menurut Saade dan Kira (2009 : 87) mengemukakan bahwa, kecemasan penggunaan komputer berkaitan dengan kegagalan masa lalu dan keberhasilan saat ini berkaitan dengan perangkat keras atau perangkat lunak, dan tugas-tugas yang sedang diupayakan, termasuk penggunaan aplikasi komputer baru, semua faktor-faktor penentu negara dan jenis kecemasan individu mengalami. Mahar et.,al. (1997:98) mengemukakan kecemasan penggunaan komputer dapat diartikan sebagai penolakan terhadap perubahan. Penolakan dapat

berupa gejala atau sesuatu yang lain seperti ketakutan akan sesuatu yang tidak diketahui, ketakutan akan kegagalan, atau ketidakinginan untuk mengubah keadaan sekarang. Beberapa hasil penelitian memperlihatkan adanya kecemasan penggunaan komputer yang berhubungan dengan kegiatan penggunaan sistem informasi (Igarria dan Parasuraman, 1989:6).

Mahar et.,al. (1997: 98) mengemukakan kecemasan penggunaan komputer dapat diartikan sebagai penolakan terhadap perubahan. Penolakan dapat berupa gejala atau sesuatu yang lain seperti ketakutan akan sesuatu yang tidak diketahui, ketakutan akan kegagalan, atau ketidakinginan untuk mengubah keadaan sekarang. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kecemasan berkomputer memiliki dampak negatif terhadap penggunaan komputer. Berdasarkan uraian tersebut, dapat dijelaskan bahwa kecemasan penggunaan komputer adalah ketakutan atau kecemasan yang mendalam atau berlebihan sehingga dapat mengakibatkan konsekuensi fisiologis bagi para penggunanya.

2.4.2 Sikap penggunaan komputer (*Computer Attitude*)

Sejumlah ahli mendefinisikan sikap penggunaan komputer, Menurut Rifa dan Gudono (1999: 64) sikap penggunaan komputer di artikan sebagai reaksi atau penilaian seseorang terhadap komputer berdasarkan kesenangan atau ketidak senangan terhadap komputer. Dalam hal ini terdapat sekelompok orang yang senang (optimis) dengan perkembangan dunia komputer. Di sisi lain sekelompok orang merasa tidak senang (pesimis) dengan perkembangan tersebut. Lyod dan Gressard (1984) dan Igarria (1990) menunjukkan bahwa sikap pemakai individual

terhadap komputer mempunyai pengaruh terhadap keahlian individual atau pemakai komputer dan keberhasilan suatu sistem informasi.

Menurut Nickell dan Pinto (1986) terdapat tiga attitude yang ditunjukkan seseorang dalam menghadapi komputer yaitu *optimism*, *pessimism* dan *intimidation*. Optimisme seseorang akan muncul ketika menggunakan komputer, mereka merasa bahwa kehadiran komputer mampu meringankan setiap pekerjaan dan memberikan berbagai manfaat. Mereka percaya bahwa dengan adanya komputer dalam kehidupan manusia dapat menyelesaikan pekerjaan dengan lebih cepat, semua pekerjaan yang biasanya dilakukan oleh manusia dapat digantikan oleh komputer yang mampu memberikan hasil lebih akurat. Pada akhirnya muncul anggapan bahwa komputer merupakan suatu alat yang mampu membawa kehidupan manusia kedalam suatu era yang lebih maju.

2.4.3 Ekspektasi Kinerja (*Performance Ekspektancy*)

Menurut Adenan (2015), Variabel yang dapat disebut sebagai kemampuan untuk memperoleh manfaat yang signifikan dengan menggunakan sebuah sistem adalah aspek ekspektasi kinerja. Ekspektasi kinerja diyakini bahwa seorang individu akan menggunakan SI apabila sistem tersebut dapat membantunya untuk meningkatkan kinerja (Handayani, 2007).

Venkatesh dkk (2003) mendefinisikan Ekspektasi Kinerja sebagai tingkat dimana seseorang percaya dengan penggunaan sistem tersebut akan membantu seseorang untuk memperoleh keuntungan kinerja dalam pekerjaannya. Dalam

konsep ini terdapat gabungan aspek-aspek yang diperoleh dari model penelitian sebelumnya mengenai model penerimaan dan penggunaan teknologi.

Davis (1989) menyebutkan jika kemanfaatan (*usefulness*) adalah tingkatan dimana seseorang mempercayai bahwa penggunaan suatu subyek tertentu dapat meningkatkan prestasi kerja orang tersebut. Dari beberapa penjelasan yang telah disampaikan di atas, dapat disimpulkan bahwa suatu teknologi informasi akan sangat berguna dan dapat meningkatkan kinerja dan prestasi kerja seseorang dengan mempercayai dan merasakan manfaatnya.

2.4.4 Ekspektasi Usaha (*Effort Expectancy*)

Handayani (2007) memaparkan bahwa ekspektasi usaha merupakan tingkat kemudahan dalam penggunaan suatu sistem informasi. Sementara itu menurut Venkatesh et. al. (2003) mendefinisikan variabel ini sebagai tingkat kemudahan yang dihubungkan dengan penggunaan suatu sistem informasi. Kondisi ini menurut Venkatesh et. al. (2003) akan dapat mengurangi upaya (tenaga dan waktu) individu dalam melakukan pekerjaannya. Sementara itu Hamzah (2009) mengemukakan bahwa kemudahan penggunaan sistem informasi akan menimbulkan perasaan dalam diri seseorang bahwa sistem itu mempunyai kegunaan dan karenanya menimbulkan rasa nyaman bila bekerja dengan menggunakannya.

Venkatesh dan Davis (2010) mengatakan bahwa kemudahan penggunaan teknologi informasi akan menimbulkan perasaan dalam diri seseorang bahwa sistem itu mempunyai kegunaan dan karenanya menimbulkan rasa yang nyaman

bila bekerja dengan menggunakannya. Menurut Adenan (2015), ekspektasi usaha mengacu pada seberapa mudah individu dalam menggunakan sebuah sistem informasi. ekspektasi usaha merupakan representasi dari tiga konstruk antara lain *consciousness of easy to use (Technology Acceptance Model)*, *systematic complexity (Model of Personal Computer Utilization)* dan *operating simplicity (Innovation Diffusion Theory)* (Adenan, 2015; Venkatesh dkk 2003). Chang (2012) menemukan bahwa sebuah aplikasi tersebut mudah digunakan apabila dapat diterima oleh penggunanya

2.4.5 Kesesuaian (*Compatibilty*)

Kesuaian adalah tingkat sebuah inovasi yang dianggap konsisten dengan nilai-nilai yang sudah ada, pengalaman masa lalu, serta sesuai dengan kebutuhan orang-orang. Sebuah ide yang tidak sesuai dengan nilai-nilai dan norma-norma di dalam sebuah sistem sosial, tidak akan diadopsi secepat seperti inovasi yang sesuai (Rogers, 1983). Kesesuaian layanan sistem informasi yang tinggi akan semakin menarik perhatian masyarakat individu untuk menggunakan layanan tersebut dibandingkan dengan layanan sistem informasi yang kurang kompatibilitas.

Rogers dan Shoemaker (1971) menjelaskan *compatibility* mengacu pada kesesuaian dengan nilai-nilai atau norma-norma pengadopsi potensial atau mungkin mewakili kesesuaian dengan praktek yang sudah ada pada pengadopsi. Definisi pertama berimplikasi pada macam-macam kesesuaian normatif atau kognitif (kesesuaian dengan apa yang dirasakan atau dipikirkan orang tentang

sebuah teknologi), sedangkan yang kedua pada kesesuaian yang bersifat praktis dan operasional (kesesuaian dengan apa yang dikerjakan orang).

2.5 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi *Net Benefit*

2.5.1 Penggunaan layanan OVO

DeLone dan McLean telah menyempurnakan model *IS Success* pada tahun 2003. Pada model yang baru, DeLone dan McLean melakukan perubahan, Perubahan yang dilakukan oleh DeLone dan McLean yaitu penambahan, salah satu diantaranya yaitu penggunaan (*use*). Penggunaan berfokus pada minat penggunaan aplikasi berbasis *financial technology* pada layanan OVO.

Penggunaan adalah tingkatan dan cara dimana pengguna memanfaatkan kemampuan dari suatu sistem informasi (DeLone dan McLean, 2016). DeLone dan McLean juga menyebutkan variabel penggunaan mengacu pada seberapa sering pengguna memakai sistem informasi. Mengukur penggunaan dalam sistem informasi dapat dilihat dari berbagai perspektif. Dalam kasus sistem bersifat *voluntary* atau sukarela, penggunaan sistem yang sesungguhnya akan menjadi pengukuran kesuksesan yang cocok. Dalam kasus dimana sistem bersifat *mandatory* atau wajib, pengukuran dilakukan secara subjektif dengan menanyakan tentang persepsi penggunaan sistem kepada pengguna. Indikatornya terdiri dari *frequency of use* (frekuensi penggunaan) dan *nature of use* (sifat penggunaan).

2.5.2 Hasil Bersih(*Net Benefit*)

Model *IS Success* memiliki tiga komponen yaitu : kualitas, penggunaan, dan dampak dari penggunaan (*Net Benefit*). Variabel manfaat bersih (*Net Benefit*)

merupakan dampak keberadaan dan pemakaian sistem informasi terhadap kualitas kinerja baik secara individual maupun organisasi. Pilihan dampak apa yang harus diukur tergantung dari sistem yang dievaluasi dan tujuan penelitian. Indikatornya terdiri dari *improve knowledge sharing* (meningkatkan berbagai pengetahuan) dan *reduce information search time* (mengurangi waktu pencarian informasi). Dimensi keberhasilan *Net Benefit*, merupakan sejauh mana sebuah layanan berkontribusi terhadap pemangku kepentingan (DeLone dan McLean, 2003).

2.6 Penelitian Terdahulu

Terdapat beberapa penelitian yang menyebutkan penggunaan teknologi dengan dasar teori UTAUT2. Dan beberapa diantaranya meneliti tentang kecemasan penggunaan komputer, sikap penggunaan komputer, ekspektasi kinerja, ekspektasi usaha dan kesesuaian. Penelitian-penelitian tersebut diuraikan sebagaimana berikut ini :

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu

No	Penelitian Terdahulu	Variabel		Metode, Sampel, dan Alat Analisis	Hasil
		Variabel Independen	Variabel Dependen		
1.	Diana (2018)	<ul style="list-style-type: none"> Ekspektasi kinerja Ekspektasi Usaha Pengaruh sosial Kondisi pendukung Motivasi hedonis Nilai harga Tingkat kepercayaan Persepsi keamanan 	<ul style="list-style-type: none"> Minat penggunaan electronic money 	<ul style="list-style-type: none"> Metode : Kuantitatif Sampel : Kriteria sampel dalam penelitian ini adalah masyarakat Indonesia yang menggunakan produk <i>e-money</i> yang dikeluarkan oleh 26 perusahaan yang sudah memiliki izin resmi dari BI Alat : <i>SmartPLS</i> 	<ul style="list-style-type: none"> Dalam penelitian ini Ekspektasi kinerja, ekspektasi usaha, pengaruh sosial, kondisi pendukung, motivasi hedonis, nilai harga, tingkat kepercayaan, dan persepsi keamanan memiliki pengaruh positif terhadap minat penggunaan e-money
2.	Sudibyanto, (2013)	<ul style="list-style-type: none"> Pengaruh kecemasan penggunaan komputer Pengaruh sikap penggunaan komputer Pengaruh efikasi diri komputer 	<ul style="list-style-type: none"> Minat dalam berbisnis online 	<ul style="list-style-type: none"> Metode : Metode Kuantitatif Smpel : 30 mahasiswa yang merupakan mahasiswa akuntansi S1 Fakultas Ekonomi UNY. Alat : SPSS 17.0 	<ul style="list-style-type: none"> Hasil penelitian <i>Computer Anxiety</i>, <i>Computer Attitude</i>, dan <i>Computer Self Efficacy</i> secara bersama-sama memunjukkan pengaruh positif terhadap Minat dalam berbisnis secara <i>online</i>

Tabel 2.1 Lanjutan

No	Penelitian Trdahulu	Variabel		Metode, Sampel, dan Alat	Hasill
		Variabel Independen	Variabel Dependen	Analisis	
2.	Sudibyanto, (2013)	<ul style="list-style-type: none"> • Pengaruh kecemasan penggunaan komputer • Pengaruh sikap penggunaan komputer • Pengaruh efikasi diri komputer 	<ul style="list-style-type: none"> • Minat dalam berbisnis online 	<ul style="list-style-type: none"> • Metode : Metode Kuantitatif • Smpel : 30 mahasiswa yang merupakan mahasiswa akuntansi S1 Fakultas Ekonomi UNY. • Alat : SPSS 17.0 	pada mahasiswa Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas
3.	Phonthanukitith aworn (2015)	<ul style="list-style-type: none"> • Khasiat yang dirasakan • Persepsi kemudahan penggunaan • Kesesuaian • Norma subjektif • Risiko yang dirasakan • Persepsi kepercayaan • Biaya yang dirasakan 	<ul style="list-style-type: none"> • Niat Pengguna untuk Mengadopsi Layanan Pembayaran Selular 	<ul style="list-style-type: none"> • Metode : Kuantitatif. • Sampel : Pedelitian ini berfokus pada konsumen di Thailand, sebanyak 256 pengguna ponsel yang telah berpengalaman menggunakan layanan <i>Mobile Payment</i>. • Alat : <i>Structural Equation Modelling (SEM)</i> 	<ul style="list-style-type: none"> • Hasil dari analisis mengungkapkan bahwa variabel persepsi konsumen terhadap penggunaan, kemudahan penggunaan, dan resiko yang dirasakan tidak memiliki pengaruh yang signifikan pada niat penggunaan layanan <i>M-Payment</i>.

Tabel 2.1 Lanjutan

No	Penelitian Trdahulu	Variabel		Mettode, Sampel, dan Alat Analisis	Hasill
		Variabel Independen	Variabel Dependen		
3.	Phonthanukitith aworn (2015)	<ul style="list-style-type: none"> • Khasiat yang dirasakan • Persepsi kemudahan penggunaan • Kesesuaian • Norma subjektif • Risiko yang dirasakan • Persepsi kepercayaan • Biaya yang dirasakan 	<ul style="list-style-type: none"> • Niat Pengguna untuk Mengadopsi Layanan Pembayaran Selular 	<ul style="list-style-type: none"> • Metode : Kuantitatif. • Sampel : Pedelitian ini berfokus pada konsumen di Thailand, sebanyak 256 pengguna ponsel yang telah berpengalaman menggunakan layanan <i>Mobile Payment</i>. • Alat : <i>Structural Equation Modelling</i> (SEM) 	<ul style="list-style-type: none"> • Namun hasil sebaliknya di tunjukkan pada variabel persepsi kepercayaan, norma subjektif, dan biaya yang dirasakan memiliki pengaruh positif terhadap niat penggunaan layanan <i>M-Payment</i>. • Dampak kesesuaian merupakan faktor yang paling signifikan yang mempengaruhi niat perilaku terhadap penggunaan layanan <i>M-Payment</i>.
4.	Schaper; Pervan(2007)	<ul style="list-style-type: none"> • Kecemasan penggunaan komputer • Efikasi diri penggunaan 	<ul style="list-style-type: none"> • informasi dan penerimaan teknologi komunikasi dan pemanfaatan 	<ul style="list-style-type: none"> • Metode : model yang diusulkan kuanitatif, kualitatif dan longitudinal yang substansial. • Sampel : pada penelitian ini 	<ul style="list-style-type: none"> • Ekspektasi usaha, dan kesesuaian menunjukkan pengaruh positif terhadap niat penggunaan terapis.

Tabel 2.1 Lanjutan

No	Penelitian Terdahulu	Variabel		Metode, Sampel, dan Alat Analisis	Hasil
		Variabel Independen	Variabel Dependen		
4.	Schaper; Pervan(2007)	<ul style="list-style-type: none"> Komputer Sikap penggunaan komputer ekspektasi kinerja ekspektasi usaha pengaru sosial Kecemasan kesesuain, dan kondisi fasilitas organisasi. 	<ul style="list-style-type: none"> informasi dan penerimaan teknologi komunikasi dan pemanfaatan 	<ul style="list-style-type: none"> didapat sebanyak 6.453 terapis kerja Australia untuk memberikan data cross-sectional mengenai niat perilaku dan penerimaan TIK dan masaaahnya. Alat : PLS <i>analysis with bootstraping</i> 	<ul style="list-style-type: none"> Namun pada ekspektasi knerja, pengruh sosial, sikap penggunaan komputer dan intensitas perilaku pada teknologi informasi dan komunikasi tidak ada pengaruh yang signifikan.
5.	Jati (2012)	<ul style="list-style-type: none"> Pengaruh ekspektasi kinerja Pengaruh ekspektasi usaha 	<ul style="list-style-type: none"> Pemanfaatan dan penggunaan sistem e-ticket pada biro perjalanan 	<ul style="list-style-type: none"> Metode : Kuantitatif Sampel : adalah karyawan bagian ticketing pada biro perjalanan dan travel agency masing-masing berjumlah 10 orang Alat : alat yang digunakan adalah Program SPSS 17 	<ul style="list-style-type: none"> Ekspektasi kinerja berpengaruh positif terhadap minat pemanfaatan teknologi informasi. Ekspektasi usaha mempunyai pengaruh positif terhadap minat pemanfaatan teknologi informasi

Tabel 2.1 Lanjutan

No	Penelitian Terdahulu	Variabel		Metode, Sampel, dan Alat Analisis	Hasil
		Variabel Independen	Variabel Dependen		
6.	Oliveira dkk, (2016)	<ul style="list-style-type: none"> Ekspektasi kinerja, Ekspektasi usaha 	<ul style="list-style-type: none"> Minat penggunaan dan minat merekomendasikan <i>Mobile Payment</i> 	<ul style="list-style-type: none"> Metode : metode yang digunakan adalah metode kuantitatif, dengan menyebar kuesioner. Sampel : pada penelitian ini terdapat sampel sebanyak 301 Responden, yang disebar secara online di Portugal Eropa Alat : Structural Equation Modeling (SEM). 	<ul style="list-style-type: none"> Ekspektasi kinerja, pengaruh sosial, inovasi, kesesuaian, dan persepsi keamanan teknologi berpengaruh signifikan secara langsung dan tidak langsung terhadap minat penggunaan dan minat merekomendasikan <i>mobile payment</i>. Ekspektasi usaha, kondisi pendukung, motivasi hedonis, nilai harga, tidak signifikan terhadap minat penggunaan <i>M-payment</i>.
7.	Deby dkk, (2015)	<ul style="list-style-type: none"> Kecemasan penggunaan komputer Sikap penggunaan komputer 	<ul style="list-style-type: none"> Keahlian menggunakan komputer 	<ul style="list-style-type: none"> Metode: Kuantitatif Sampel : Mahasiswa teknik informatika sebanyak 60 orang Alat : SPSS 	<ul style="list-style-type: none"> Kecemasan penggunaan komputer yang terdiri dari <i>computer fear</i> dan <i>computer anticipation</i> berpengaruh signifikan terhadap keahlian mahasiswa dalam

Tabel 2.1 Lanjutan

No	Penelitian Terdahulu	Variabel		Metode, Sampel, dan Alat Analisis	Hasill
		Variabel Independen	Variabel Dependen		
7.	Deby dkk, (2015)	<ul style="list-style-type: none"> • Kecemasan penggunaan komputer • Sikap penggunaan komputer 	<ul style="list-style-type: none"> • Keahlian menggunakan komputer 	<ul style="list-style-type: none"> • Metode : Kuantitatif • Sampel : Mahasiswa teknik informatika sebanyak 60 orang • Alat : SPSS 	<p>Menggunakan komputer.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Sikap penggunaan komputer yang terdiri dari <i>computer optimism</i> memiliki pengaruh positif sedangkan untuk <i>computer pesimism</i> memiliki pengaruh yang negatif terhadap keahlian mahasiswa dalam menggunakan komputer
8.	Mustaqim, dkk (2018)	<ul style="list-style-type: none"> • Pengaruh Sosial • Ekspektasi Kinerja • Ekspektasi Usaha • Pengaruh Sosial 	<ul style="list-style-type: none"> • Penggunaan E-Commers XYZ 	<ul style="list-style-type: none"> • Metode : Kuantitatif • Sampel : Teknik pengambilan sampel menggunakan teknik simple random sampling. Dengan pengambilan anggota sampel dari populasi yang sudah ada dan dipilih secara acak Alat : <i>Software</i> Statistik 	<ul style="list-style-type: none"> • Ekspektasi kinerja (PE) berpengaruh positif terhadap niat seseorang untuk menggunakan e-commerce XYZ (BI) • Ekspektasi usaha (EE) berpengaruh secara positif terhadap niat seseorang untuk menggunakan e-commerce XYZ (BI).

Tabel 2.1 Lanjutan

No	Penelitian Terdahulu	Variabel		Metode, Sampel, dan Alat Analisis	Hasil
		Variabel Independen	Variabel Dependen		
9.	kurniawati (2014)	<ul style="list-style-type: none"> • Persepsi kemudahan penggunaan • Khasiat yang dirasakan • Sikap terhadap penggunaan • Kesesuaian • Mobilitas Individu • Niat untuk menggunakan 	<ul style="list-style-type: none"> • Pengaruh Penggunaan <i>Onesmile</i> 	<ul style="list-style-type: none"> • Model : Kuantitatif • Sampel : Sampel yang diambil dalam penelitian ini sebanyak 120 responden. • Alat : <i>Equation Modelling (SEM)</i> dan <i>software AMOS</i> versi 22. 	<ul style="list-style-type: none"> • Hasil uji model struktural juga menunjukkan bahwa <i>perceived compatibility</i> mobile application tidak memiliki pengaruh terhadap penggunaan aplikasi <i>mobile</i>.
10.	Agustine (2009)	<ul style="list-style-type: none"> • Ekspektasi Kinerja, • Ekspektasi Usaha, • Faktor Sosial, • Kepuasan 	<ul style="list-style-type: none"> • Penggunaan SI 	<ul style="list-style-type: none"> • Metode : Metode Purposive Sampling • Sampel : terdapat jumlah sampel sebanyak 120 responden. • Alat : software SPSS 13 	<ul style="list-style-type: none"> • Dari hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel Ekspektasi kinerja, Ekspektasi usaha, faktor sosial dan kepuasan pemakai berpengaruh positif terhadap penggunaan sistem informasi.

Tabel 2.1 Lanjutan

No	Penelitian Terdahulu	Variabel		Metode, Sampel, dan Alat Analisis	Hasil
		Variabel Independen	Variabel Dependen		
11.	Wulandari (2018)	<ul style="list-style-type: none"> • Kenyamanan • Kualitas Informasi • Keamanan • Privasi • Kepercayaan • Kualitas Koneksi Internet • Kegunaan • Kemudahan • Penggunaan Layanan Go-Pay 	<ul style="list-style-type: none"> • Pengaruh Penggunaan dan Manfaat Aplikasi Go-Pay 	<ul style="list-style-type: none"> • Metode : Kuantitatif • Sampel : terdapat jumlah sampel sebanyak 220 pengguna. • Alat : alat yang digunakan adalah aplikasi <i>SmartPLS</i> 	<ul style="list-style-type: none"> • Kenyamanan dan kualitas informasi berpengaruh signifikan terhadap kegunaan maupun kemudahan pada layanan Go-Pay. • Penggunaan layanan Go-Pay berpengaruh signifikan terhadap <i>net benefit</i>. • Keamanan dan privasi tidak berpengaruh signifikan terhadap kegunaan maupun kemudahan. • Kepercayaan tidak berpengaruh signifikan terhadap kegunaan.

2.7 Pengembangan Hipotesis

2.7.1 Konteks Individu

Dari konteks individu model penelitian ini menjelaskan dua variabel yang meliputi kecemasan penggunaan komputer dan sikap penggunaan komputer. Bukti empiris dari UTAUT menunjukkan bahwa baik kecemasan penggunaan komputer maupun sikap penggunaan komputer mampu memberikan dampak yang signifikan kepada masyarakat terhadap niat dan perilaku dalam menggunakan layanan OVO.

2.7.1.1 Kecemasan Penggunaan Komputer (*Computer Anxiety*)

Kecemasan penggunaan komputer adalah kecenderungan seseorang untuk menjadi susah, khawatir atau ketakutan mengenai penggunaan komputer dimasa sekarang dan dimasa yang akan datang. Desai dan Richards (2000) mendefinisikan Kecemasan penggunaan komputer merupakan tekanan psikologis yang dialami oleh seseorang dikarenakan pemahaman terhadap teknologi, aplikasi dan metode operasinya.

Kecemasan penggunaan komputer dapat diartikan sebagai sifat individu yang mengalami kegalisan kecemasan terhadap adanya komputer. Konsep kecemasan penggunaan komputer merupakan turunan dari teori yang dikembangkan oleh Heinsen et al. (1987). Dan kecemasan yang tergabung sebagai anteseden dengan keyakinan kegunaan dan kemudahan penggunaan (Venkatesh & Davis, 2000: 27). Bahkan menurut Trisnawati (2000) bahwa tipe stress tertentu karena *computer anxiety* berhubungan dengan kepercayaan yang negatif mengenai komputer, masalah-masalah dalam menggunakan komputer atau penolakan

terhadap komputer. Sementara itu seseorang merasa perlu melakukan antisipasi terhadap kegelisahan yang muncul dengan adanya komputer. Antisipasi tersebut dapat dilakukan dengan menerapkan ide-ide pembelajaran yang menyenangkan (*anticipation*) terhadap komputer. Dapat disimpulkan bahwa penelitian menyebutkan niat perilaku mengacu pada pengguna individu untuk lebih mengantisipasi dalam penggunaan teknologi informasi.

H1 : Kecemasan penggunaan komputer mempunyai pengaruh negatif terhadap penggunaan layanan OVO.

2.7.1.2 Sikap Penggunaan Komputer (*Computer Attitude*)

Fishbein (1967) mendefinisikan sikap penggunaan komputer sebagai berikut : *“attitudes is a mental and state of readiness, organized through experience exerting and directive or dynamic influence upon the individuals responses to all objects and situation which related”*. Definisi tersebut menjelaskan bahwa sikap merupakan suatu mental dan pengetahuan perasaan yang diperoleh melalui pengalaman yang kadang mendorong adanya respon individual terhadap objek atau situasi yang saling berkaitan.

Sikap penggunaan komputer menunjukkan reaksi atau penilaian seseorang terhadap komputer berdasarkan kesenangan atau ketidaksenangannya terhadap komputer. Sikap penggunaan komputer merupakan pengembangan teori yang dilakukan oleh Nickel dan Pinto (1986). Dengan menunjukkan bahwa sikap pemakai individual terhadap komputer mempunyai pengaruh terhadap keahlian individual atau pemakai komputer dan keberhasilan suatu sistem informasi. Sikap

pemakai terhadap komputer mempunyai pengaruh terhadap keyakinan kemampuan diri dan kinerja individual yang bersangkutan. (Heinssen et al, 1987).

Berdasarkan uraian tersebut dapat disimpulkan bahwa computer attitude adalah reaksi atau penilaian seseorang terhadap komputer berdasarkan kesenangan atau ketidaksenangannya terhadap komputer.

H2 : Sikap penggunaan komputer mempunyai pengaruh positif terhadap penggunaan layanan OVO.

2.7.2 Konteks Teknologi

Pentingnya persepsi dalam evaluasi individu terhadap penerimaan teknologi untuk mengambil keputusan secara obyektif dan relevan yang merupakan fokus penyelidikan ke dalam konteks penerimaan teknologi dalam penelitian ini. Dijelaskan dalam konteks teknologi meliputi dua variabel yaitu ekspektansi kinerja dan ekspektansi usaha.

2.7.2.1 Ekspektansi Kinerja (*Performance Expectancy*)

Ekspektasi Kinerja adalah variabel yang dapat disebut sebagai kemampuan untuk memperoleh manfaat yang signifikan setelah menggunakan sebuah sistem (Adenan, 2015). Venkatesh, et al. (2003) mendefinisikan Ekspektasi Kinerja (*performance expectancy*) sebagai tingkat dimana seseorang mempercayai dengan menggunakan sistem tersebut akan membantu orang tersebut untuk memperoleh keuntungan-keuntungan kinerja pada pekerjaan.

Faktor tersebut dirumuskan berdasarkan 3 konstruk pada model atau teori sebelumnya yaitu persepsi kemudahan penggunaan (*perceived easy of use-PEOU*) dari model TAM, kompleksitas dari model *of PC utilization* (MPCU), dan kemudahan penggunaan dari teori difusi inovasi (IDT) (Venkatesh, et al. 2003). Dari beberapa penjelasan yang telah disampaikan di atas, dapat disimpulkan bahwa seseorang mempercayai dan merasakan dengan menggunakan layanan sistem informasi akan sangat berguna dan dapat meningkatkan kinerja dan prestasi kerja.

H3 : Ekspektasi kinerja mempunyai pengaruh positif terhadap penggunaan layanan OVO.

2.7.2.2 Ekspektansi Usaha (*Effort Expectancy*)

Ekspektasi usaha (*effort expectancy*) merupakan tingkat kemudahan penggunaan sistem yang akan dapat mengurangi upaya (tenaga dan waktu) individu dalam melakukan pekerjaannya. Faktor tersebut dirumuskan berdasarkan 3 konstruk pada model atau teori sebelumnya yaitu persepsi kemudahan penggunaan (*perceived easy of use-PEOU*) dari model TAM, kompleksitas dari model *of PC utilization* (MPCU), dan kemudahan penggunaan dari teori difusi inovasi (IDT) (Venkatesh, et al. 2003). Davis, et al. (1989) mengidentifikasi bahwa kemudahan pemakaian mempunyai pengaruh terhadap penggunaan teknologi informasi.

Venkatesh dan Davis (2000) mengatakan bahwa Kemudahan penggunaan teknologi informasi akan menimbulkan perasaan dalam diri seseorang bahwa sistem itu mempunyai kegunaan dan karenanya menimbulkan rasa yang nyaman

bila bekerja dengan menggunakannya. Kompleksitas yang dapat membentuk konstruk ekspektasi usaha didefinisikan oleh Rogers dan Shoemaker dalam Venkatesh, et al. (2003) adalah tingkat dimana inovasi dipersepsikan sebagai sesuatu yang relatif sulit untuk diartikan dan digunakan oleh individu. Thompson, et al. (1991) menemukan adanya hubungan yang negatif antara kompleksitas dan pemanfaatan teknologi informasi.

Davis (1989) memberikan beberapa indikator kemudahan penggunaan teknologi informasi, yaitu: TI sangat mudah dipahami, TI mengerjakan dengan mudah apa yang diinginkan oleh penggunanya, keterampilan pengguna akan bertambah dengan menggunakan TI, dan TI tersebut sangat mudah untuk dioperasikan. Dari beberapa penjelasan yang telah disampaikan di atas, pengguna layanan OVO dipercayai dapat mudah dipahami dan mudah dalam hal pengoperasiannya yang akan menimbulkan manfaat dalam penggunaan layanan OVO tersebut dan seterusnya akan menggunakan layanan OVO.

H4 : Ekspektasi Usaha mempunyai pengaruh positif terhadap penggunaan layanan OVO.

2.7.3 Konteks Implementasi

Konteks implementasi disini menjelaskan mengenai pelaksanaan atau penerapan suatu rencana yang dilakukan oleh suatu perusahaan yang telah disusun agar masyarakat mampu menerima adanya perubahan teknologi yang semakin pesat. Dalam konteks implementasi terdapat satu variabel yaitu *compatibility*(kesesuaian) yang akan menimbang suatu perilaku individu dalam mengambil keputusan untuk menggunakan suatu informasi teknologi.

Dalam model penelitian ini, kesesuaian didefinisikan sebagai tingkat dimana suatu inovasi dianggap konsisten, karena harus mempertimbangkan sebuah pengalaman dengan suatu kebutuhan seorang individu dimasa mendatang.

2.7.3.1 Kesesuaian (*Compatibility*)

Kesesuaian merupakan tingkat sebuah inovasi dipersepsikan konsisten dengan nilai-nilai yang sudah ada, pengalaman masa lalu, serta sesuai dengan kebutuhan orang-orang yang potensial sebagai pengguna. Sebuah ide yang tidak sesuai dengan nilai-nilai dan norma-norma di dalam sebuah sistem sosial, tidak akan diadopsi secepat seperti inovasi yang sesuai (Rogers, 1983).

Rogers dan Shoemaker (1971) menjelaskan kesesuaian mengacu pada nilai-nilai atau norma-norma pengadopsi potensial atau mungkin mewakili kesesuaian dengan praktek yang sudah ada pada pengadopsi. Definisi pertama berimplikasi pada macam-macam kesesuaian normatif atau kognitif (kesesuaian dengan apa yang dirasakan atau dipikirkan orang tentang sebuah teknologi), sedangkan yang kedua pada kesesuaian yang bersifat praktis dan operasional (kesesuaian dengan apa yang dikerjakan orang). Artinya penggunaan suatu teknologi akan dipengaruhi oleh nilai yang dianut seseorang dalam kesehariannya untuk dapat terus digunakan dan dimanfaatkan.

H5 : Kesesuaian mempunyai pengaruh positif terhadap penggunaan *financial technology* (OVO).

2.7.4 Pengaruh Penggunaan Layanan OVO terhadap *Net Benefit*

Konsep pengalaman pengguna disajikan oleh Norman dkk, (1995) yang menyatakan bahwa pengalaman pengguna yang sukses, yaitu memastikan kepuasan permintaan pelanggan tanpa melecehkan dan membuat bosan para pengguna; menyediakan produk yang sederhana dan elegan bagi pelanggan untuk digunakan dengan senang hati dan bahagia; menyenangkan dan mengejutkan para pengguna. Hal ini dibuktikan oleh penelitian yang dilakukan oleh Ke dan Su (2018) yang menyatakan bahwa penggunaan aplikasi perpustakaan *mobile* memiliki efek mediasi dari hubungan antara ketiga kualitas, yaitu kualitas informasi, kualitas sistem, dan kualitas layanan terhadap *net benefit*.

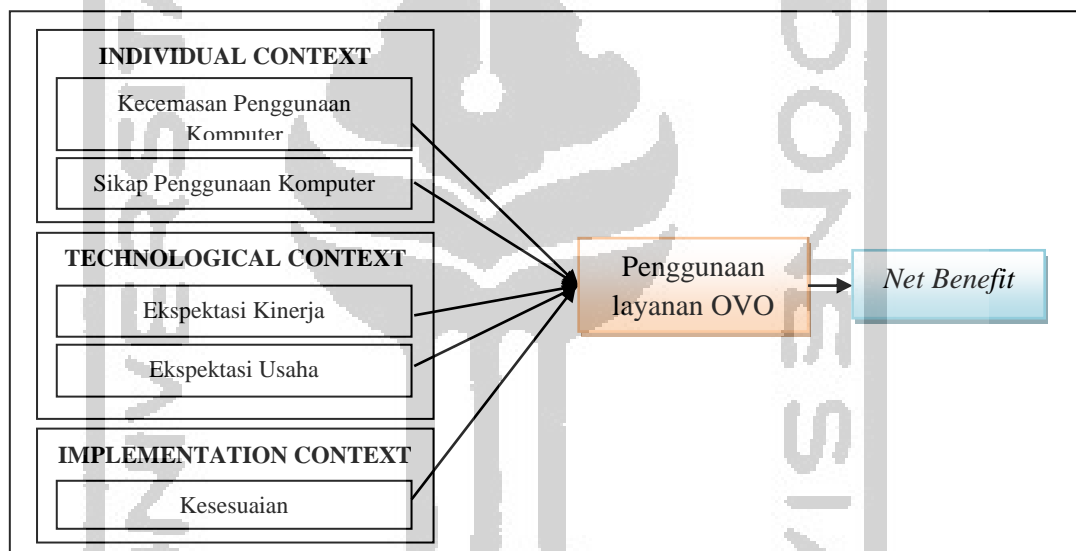
Oleh karena itu, peneliti melakukan penelitian penggunaan layanan OVO memiliki pengaruh signifikan terhadap *net benefit*. Dengan demikian hipotesis dirumuskan sebagai berikut :

H6 : Penggunaan Layanan OVO berpengaruh positif terhadap *Net Benefit*.

2.8 Kerangka Penelitian

Model kerangka penelitian pada penelitian ini merupakan gabungan dari penelitian terdahulu yaitu dengan menggabungkan 2 teori dari Pervan et al, (2007) dan menggunakan konsep UTAUT2 sebagai teori dasar penelitian. Maka hubungan antar variabel yang akan diuji dalam penelitian ini adalah *computer anxiety*(kecemasan penggunaan komputer), *computer attitude*(sikap penggunaan komputer), *performance expectancy*(ekspektasi kinerja), *effort expectancy*

(ekspektasi usaha), dan *compatibility* (kesesuaian) terhadap kepuasan penggunaan layananOVO. Dari kerangka penelitian yang mengacu pada penelitian terdahulu dan hipotesis yang telah dirumuskan diatas, maka peneliti akan melakukan penelitian variabel independen berikut sebagai faktor yang mempengaruhi penggunaan aplikasi digital berbasis *Financial Technology* pada layanana OVO, serta pengaruh penggunaan aplikasi digital berbasis *Financial Technology* pada layanan OVO terhadap *benefit* dapat dilihat pada Gambar 2.3:



Gambar 2.3 Model Kerangka Penelitian

BAB III

METODE PENELITIAN

Dalam bab ini akan dijelaskan mengenai populasi dan sampel penelitian variabel penelitian, uji instrumen penelitian, dan metode analisis data. Pada penelitian menggunakan *path analysis* untuk menguji pengaruh dari variabel independen terhadap variabel intervening maupun menguji pengaruh variabel intervening terhadap variabel dependen.

3.1 Metode Penelitian

Penelitian ini merupakan jenis penelitian yang menggunakan metode penelitian kuantitatif, kuantitatif merupakan metode yang didapat berdasarkan survei dengan teknik penyebaran kuesioner. Kuesioner yang secara khusus dibagikan kepada pengguna layanan OVO secara *online* melalui *Google Form*.

3.2 Populai dan Sampel

3.2.1 Populasi

Populasi ialah keseluruhan dari objek yang akan diteliti. Hadi (2006), Populasi merupakan seluruh data yang menjadi pusat perhatian seorang peneliti dalam ruang lingkup dan waktu yang telah ditentukan. Populasi berkaitan dengan data-data. Jika setiap manusia memberikan suatu data, maka ukuran atau banyaknya populasi akan sama dengan banyaknya manusia (Margono, 2004). Populasi dalam penelitian ini ialah para pengguna dari segala usia. dalam penelitian ini penulis mempersempit populasi yaitu jumlah seluruh pengguna dengan menghitung ukuran sampel yang dilakukan dengan menggunakan teknik Slovin menurut Sugiyono (2011).

3.2.2 Sampel

Sampel adalah bagian dari populasi yang terdiri atas sejumlah anggota yang dipilih dari populasi (Sekaran, 2003). Guna menghemat waktu dan biaya maka penelitian ini mengambil sebuah sampel. Melalui sampel, peneliti harus bisa menarik kesimpulan yang dapat mewakili dari populasi (Sekaran, 2003).

Menurut Sekaran (2006) bahwa ukuran sampel yang tepat digunakan dalam penelitian bisa berjumlah lebih dari 30 dan kurang dari 500. Sampel dalam penelitian ini adalah pengguna layanan OVO yang mempunyai karakteristik yang sesuai dengan yang dibutuhkan dalam penelitian dan dapat dijadikan responden. Penentuan jumlah sampel yang *representative* menurut Hair et al (2010) adalah tergantung pada jumlah indikator dikali 5. Jumlah sampel dalam penelitian ini adalah :

$$\begin{aligned}\text{Sampel} &= \text{jumlah indikator} \times 5 \\ &= 38 \times 5 \\ &= 190\end{aligned}$$

Sedangkan dalam penelitian ini hanya memiliki ukuran sampel berjumlah 160 responden karena banyaknya kuesioner yang tidak kembali sebanyak 40 responden dari 200 kuesioner yang telah disebar oleh peneliti.

Berikut beberapa kriteria yang harus dimiliki oleh responden pengguna layanan OVO yaitu :

1. Responden adalah pengguna layanan *financial technology* (OVO).
2. Responden harus mengetahui tentang bagaimana cara pembayaran menggunakan metode pembayaran *financial technology* (OVO).

3. Responden adalah pengguna yang sudah pernah menggunakan layanan *financial technology* (OVO) sebagai metode pembayaran.
4. Responden adalah pengguna yang masih menggunakan layanan *financial technology* (OVO) maupun sudah tidak menggunakan.
5. Responden paham dengan teknologi yang ada atau mengikuti perkembangan teknologi.

3.3 Metode Pengumpulan Data

Metode yang digunakan pada penelitian ini ialah dengan penyebaran kuesioner. Kuesioner merupakan daftar pertanyaan yang telah di siapkan secara tertulis sebelumnya oleh peneliti, dan wajib dijawab oleh responden (Hadi,2009). Kuesioner diberikan kepada para pengguna layanan OVO. Kemudian penulis menyebarkan kepada para responden sebanyak-banyaknya. Metode pengumpulan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *purposive sampling*. *purposive sampling* merupakan metode pengambilan sampel yang memiliki pertimbangan tertentu (Sugiyono, 2014). Sedangkan menurut Nursalam (2008) pengertian *purposive sampling* adalah metode penetapan sampel dengan memilih beberapa sampel tertentu yang dinilai sesuai dengan tujuan atau masalah penelitian dalam sebuah populasi.

Peneliti menggunakan *purposive sampling* karena tidak semua sampel yang digunakan sesuai terhadap ketentuan kriteria peneliti. Kriteria sampel dalam penelitian ini ialah masyarakat yang menggunakan produk OVO yang dikeluarkan oleh PT. Visionet Internasional.

3.4 Obyek Penelitian

Obyek penelitian merupakan karakteristik tertentu yang memiliki nilai, atau pertimbangan yang berbeda untuk unit atau individu dan merupakan konsep yang didapat lebih dari satu nilai (Indriantoro dan Supomo, 2007). Dalam penelitian ini pengguna layanan OVO adalah obyek penelitian yang digunakan.

3.5 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel

3.5.1 Kecemasan Penggunaan Komputer (*Computer Anxiety*)

Kecemasan penggunaan komputer (*Computer Anxiety*) adalah suatu kecenderungan seseorang untuk menjadi susah, khawatir atau ketakutan mengenai penggunaan komputer dimasa sekarang dan dimasa yang akan datang (Igbaria dan Parasuraman, 1998). Menurut Howard, Murphy, dan Thomas (1986), Kecemasan penggunaan komputer (*Computer Anxiety*) adalah ketakutan berinteraksi dimasa yang akan datang dengan komputer, dimana ketakutan tersebut tidak sebanding dengan ancaman nyata yang diperlihatkan komputer. Oleh karena itu, untuk mengetahui tingkat kecemasan dalam penggunaan layanan OVO, maka diajukan lima item pertanyaan yang dikembangkan oleh Saade dan Dennis (2009); Sun et al (2008). Adapun pernyataan yang dimaksud disajikan dalam Tabel 3.1.

Tabel 3.1 Kecemasan Penggunaan Komputer

No	Item Pertanyaan	Referensi
CAn1	Saya merasa khawatir tentang penggunaan layanan OVO	Saade dan Dennis (2009)
CAn2	Saya ragu menggunakan layanan OVO karena takut membuat kesalahan yang tidak bisa saya perbaiki.	
CAn3	Kecemasan dalam menggunakan layanan OVO cukup mengkhawatirkan bagi saya	

Tabel 3.1 Lanjutan

No	Item Pertanyaan	Referensi
CAn4	Bekerja menggunakan layanan OVO akan membuat saya cemas	Sun et al., (2008)
CAn5	Layanan OVO membuat saya merasa tidak nyaman	

3.5.2 Sikap Penggunaan Komputer (*Computer Attitude*)

Fishbein (1967) mendefinisikan: “*attitudes is a mental and state of readiness, organized through experience exerting a directive or dynamic influence upon the individuals responses to all objects and situation which related*”. Definisi tersebut menjelaskan bahwa sikap merupakan suatu mental dan pengetahuan perasaan yang diperoleh melalui pengalaman yang kadang mendorong adanya respon individual terhadap penggunaan layanan OVO. Menurut Rifa dan Gudono (1999), ada 3 sikap yang terkait dengan computer attitude yaitu : *Optimisme, Pesimisme, dan Intimidation*. Adapun pernyataan yang disajikan dalam Tabel 3.2.

Tabel 3.2 Sikap Penggunaan Komputer

No	Item Pertanyaan	Referensi
CAt1	Menggunakan layanan OVO adalah ide bagus	Lee et al. (2003)
CAt2	Saya akan merasa bahwa menggunakan layanan OVO adalah menyenangkan	
CAt3	Menggunakan layanan OVO adalah ide yang baik	Vankatesh dan Zhang., (2010)
CAt4	Saya suka bekerja dengan menggunakan layanan OVO	
CAt5	Layanan OVO bertanggung jawab atas banyak hal yang kita nikmati	
CAt6	Penggunaan layanan OVO meningkatkan standar hidup kita	

3.5.3 Ekspektasi Kinerja (*Performance Expectancy*)

Ekspektasi kinerja adalah tingkat dimana seseorang mempercayai dengan menggunakan sistem tersebut akan membantu orang tersebut untuk memperoleh keuntungan-keuntungan kinerja pada pekerjaan (Venkatesh et al,2003).Ekspektasi kinerja didefinisikan sebagai tingkat individu meyakini dengan menggunakan layanan OVO akan membantu dalam meningkatkan kinerjanya. Instrumen penelitian ini diambil dari penelitian Venkatesh et al., (2012); Zhou *et al.*, (2010); Zhou, (2012); Martins *et al.*, (2014) dan Leong et al., (2013) dengan menyajikan sebelas pertanyaan sebagai indikator dari ekspektasi kinerja. Adapun pernyataan yang disajikan dalam Tabel 3.3.

Tabel 3.3 Ekspektasi Kinerja

No	Item Pertanyaan	Referensi
PE1	Saya menemukan layanan OVO berguna dalam kehidupan sehari-hari saya	Venkatesh et al., (2012)
PE2	Menggunakan layanan OVO meningkatkan peluang saya untuk mencapai berbagai hal yang penting bagi saya	
PE3	Menggunakan layanan OVO membantu saya menyelesaikan banyak hal dengan lebih cepat	
PE4	Menggunakan layanan OVO meningkatkan produktivitas saya	
PE5	Menggunakan layanan OVO menawarkan saya keunggulan yang kompetitif.	Leong et al., (2013)
PE6	Menggunakan layanan OVO saya merasa dapat menghemat waktu	Zhou (2012); Zhou et al., (2010); Martins et al., (2014)
PE7	Menggunakan layanan OVO dapat memenuhi transaksi keuangan saya menjadi lebih cepat	
PE8	Menggunakan layanan OVO memberikan saya kenyamanan	
PE9	Menggunakan OVO saya akan menemukan layanan yang berguna dalam pekerjaan	

3.5.4 Ekspektansi Usaha (*Effort Expectancy*)

Ekspektasi usaha didefinisikan sebagai tingkat kemudahan yang dirasakan individu ketika menggunakan sistem informasi, kondisi ini akan dapat mengurangi upaya (tenaga dan waktu) individu dalam melakukan pekerjaannya (Venkatesh et al, 2003). Oleh karena itu, untuk mengetahui tingkat kualitas ekspektasi usaha dalam penggunaan layanan OVO, Instrumen penelitian ini diambil dari penelitian Junadi, Sfenrianto., (2015); dan Venkatesh et al., (2013); dengan memberikan enam pertanyaan sebagai indikator dari ekspektasi usaha. Berikut pernyataan yang disajikan dalam Tabel 3.4.

Tabel 3.4 Ekspektasi Usaha

No	Item Pertanyaan	Referensi
EE1	Layanan OVO pembayaran elektronik yang mudah digunakan	Junadi dan Sfenrianto (2015)
EE2	Layanan OVO fleksibilitas dalam transaksi	
EE3	Layanan OVO pembayaran elektronik mudah dipelajari	
EE4	Mempelajari cara menggunakan layanan OVO itu mudah bagi saya	Venkatesh et al., (2003)
EE5	Interaksi saya dengan layanan OVO jelas dan dapat dimengerti	
EE6	Mudah bagi saya untuk menjadi terampil dalam menggunakan layanan OVO.	

3.5.5 Kesesuaian (*Compatibility*)

Roger dan Shomaker (1971) menjelaskan bahwa kesesuaian mengacu pada nilai atau norma dengan aktivitas yang sudah pernah dilakukan. Oleh karena itu untuk mengetahui tingkat kesesuaian dalam penggunaan layanan OVO, maka diajukan empat item pertanyaan. Adapun pernyataan yang dimaksud disajikan pada Tabel 3.5.

Tabel 3.5 Kesesuaian

No	Item Pertanyaan	Referensi
Co1	Saya merasa layanan OVO cocok dengan gaya hidup saya.	Akturan dan Tezcan, (2012); Schierz et al, (2010).
Co2	Menggunakan layanan OVO sesuai dengan kebutuhan saya dalam berbelanja sehari-hari.	
Co3	Saya merasa menggunakan layanan OVO mendukung gaya hidup saya	Phonthanukitithaworn et al, (2016).
Co4	Saya percaya bahwa menggunakan layanan OVO akan sepenuhnya sesuai dengan situasi saya saat ini.	

3.5.6 Penggunaan Layanan OVO

Konsep pengalaman pengguna disajikan oleh Norman dkk. (1995) yang menyatakan bahwa pengalaman pengguna yang sukses, yaitu memastikan kepuasan permintaan pelanggan tanpa melecehkan dan membuat bosan para pengguna; menyediakan produk yang sederhana dan elegan bagi pelanggan untuk digunakan dengan senang hati dan bahagia; dan menyenangkan mengejutkan para pengguna. Untuk mengetahui besarnya kemampuan penggunaan layanan OVO, maka diajukan empat indikator pertanyaan yang dikemukakan oleh Davis (1989); dan Urumsah (2015) seperti yang disajikan dalam tabel 3.6

Tabel 3.6 Penggunaan Layanan OVO

No	Item Pertanyaan	Referensi
PL1	Pembayaran PLN	Davis (1989); Urumsah (2015).
PL2	Pembayaran Pulsa	
PL3	Pembayaran Paket Data	
PL4	Pembayaran Pascabayar	
PL5	Pembayaran BPJS Kesehatan	
PL6	Pembayaran TV Kabel	
PL7	Pembayaran Asuransi	
PL8	Pembayaran Iuran Lingkungan	

3.5.7 Hasil Bersih (*Net Benefit*)

DeLone dan McLean (2003) lebih memilih untuk bergerak ke arah yang berlawanan dan mengelompokkan semua dampak langkah-langkah ke dalam satu dampak atau kategori manfaat yang disebut *Net Benefit*. Untuk mengetahui besarnya kemampuan *Net Benefit* pada layanan OVO, maka diajukan empat indikator pertanyaan yang dikembangkan dari DeLone dan Mclean (2003); Ke dan Su (2018); dan Urumsah (2015) seperti yang disajikan dalam Tabel 3.7

Tabel 3.7 Net Benefit

No	Item Pertanyaan	Referensi
NB1	Menggunakan layanan OVO dapat mengurangi waktu yang saya habiskan dalam transaksi pembayaran.	DeLone dan McLean (2005); Ke dan Su (2018); Urumsah (2015).
NB2	Konsumen yang yang loyal pada layanan OVO mendapat keuntungan tambahan.	
NB3	Menggunakan layanan OVO dapat meningkatkan keuntungan saya dalam transaksi pembayaran (Contoh: lebih hemat, <i>cashback</i>).	
NB4	Secara keseluruhan, layanan OVO membantu saya untuk bertransaksi pembayaran secara <i>online</i> .	

3.6 Metode Analisis

Metode yang dilakukan pada penelitian adalah *path analysis* menggunakan program SmartPLS. dikarenakan data yang dikelompokkan, diklasifikasi, dan dikategorikan maka dari itu penulis menggunakan *path analysis* sebagai alasan untuk mengolah sebuah data. Terdapat beberapa aspek pada *path analysis* diantaranya adalah :

3.6.1 Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif merupakan sebuah metode yang berfungsi untuk menggambarkan atau menganalisis suatu hasil penelitian tetapi tidak digunakan untuk membuat kesimpulan yang lebih luas Sugiyono (2005: 21). Dapat dikatakan bahwa penelitian deskriptif merupakan penelitian yang berusaha mendeskripsikan suatu gejala, peristiwa yang terjadi pada saat sekarang atau masalah aktual.

3.6.2 Deskriptif Statistik

Pada penelitian ini menggunakan penelitian deskriptif statistik. Menurut Hadi (2009), deskriptif statistik pada data yang dianalisis harus disampaikan guna memberikan pandangan mengenai data penelitian secara umum kepada konsumen yang membaca laporan.

3.7 Model Pengukuran (*Outer Model*)

3.7.1 Uji Validitas

Dalam melaksanakan penelitian salah satu hal yang menjadi penentu kualitas dari penelitian tersebut adalah alat yang digunakan untuk mengumpulkan data. Suatu data yang dikumpulkan dikatakan berkualitas apabila alat yang digunakan sebagai alat penelitian itu valid dan reliabel. Alat penelitian disebut juga sebagai instrumen penelitian. Dalam pelaksanaan penelitian seorang peneliti akan mencoba untuk terlebih dahulu melakukan validasi terhadap instrumen yang digunakan.

Validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat-tingkat kevalidan atau kesahihan suatu instrument. Suatu instrument yang valid atau sah

mempunyai validitas tinggi, sebaliknya instrumen yang kurang valid memiliki validitas rendah. Menurut Azwar, Validitas berasal dari kata *validity* yang mempunyai arti sejauh mana ketepatan dan kecermatan suatu alat ukur dalam melakukan fungsi ukurnya (Azwar, 1986).

menyatakan bahwa uji validitas digunakan untuk mengukur sah, atau valid tidaknya suatu kuesioner Ghazali (2009). Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut.

3.7.2 Uji Realibilitas

Uji reliabilitas merupakan suatu pengukuran yang menunjukkan sejauh mana pengukuran tersebut tanpa bias dan uji reliabilitas dilakukan guna mengetahui kehandalan pada kuesioner penelitian. Dikatakan handal apabila kuesioner ini diujicobakan berulang-ulang kepada sekelompok yang sama akan menghasilkan data yang sama juga dengan katalain, kehandalan sebuah pengukuran menjadi indikasi tentang kestabilan dan konsistensi apabila instrumen membantu menilai ketepatan dan mengukur konsep sebuah pengukuran (Sekaran, 2003).

Uji reliabilitas dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui sejauh mana hasil pengukuran tetap konsisten, apabila dilakukan pengukuran dua kali atau lebih terhadap fenomena yang sama dengan menggunakan instrumen pengukur yang sama pula. Peneliti akan melakukan pengujian reliabilitas dengan menghitung reliabilitas konstruk menggunakan *composite reliability* yaitu indeks

yang menunjukkan sejauh mana suatu alat ukur dapat dipercaya dan dapat diandalkan. Suatu konstruk dikatakan reliabel jika nilai *composite reliability* di atas 0,70 (Latan dan Ghozali, 2012).

3.8 Model Struktural (*Inner Model*)

Pengujian *inner model* atau model struktural dilakukan guna melihat hubungan antar konstruk, nilai signifikan dan *R-Square* pada model penelitian (Ghozali, 2006).

3.8.1 Uji R-Square (R²)

Uji *R-Square* merupakan hubungan secara linear antara dua atau lebih variabel independen (X_1, X_2, \dots, X_n) dengan variabel dependen (Y). Uji *R-Square* dilakukan untuk mengetahui arah hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen apakah masing-masing variabel independen berhubungan positif atau negatif dan untuk memprediksi nilai dari variabel dependen apabila nilai variabel independen mengalami kenaikan atau penurunan. Adapun model persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y' = a + b_1X_1 + b_2X_2 + \dots + b_nX_n$$

Keterangan:

- Y' = Variabel Dependen (Minat Penggunaan layanan OVO)
- X_1 dan X_2 = Variabel independen
- a = Konstant (nilai Y' apabila $X_1, X_2, \dots, X_n = 0$)
- b = Koefisien regresi (nilai peningkatan ataupun penurunan)

Pengukuran prosentase mempengaruhi semua variabel independen pada nilai dependen variabel yang ditunjukkan oleh besarnya koefisien determinasi *R-Square*(R²) antara 1 dan 0, di mana nilai *R-Square*(R²) yang mendekati satu memberikan persentase pengaruh yang besar (Ghozali, 2006).

3.8.2 Uji T-Statistik

Uji T-Statistik menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel independen secara individual dalam menerangkan variasi variabel independen (Ghozali, 2005). Uji t digunakan untuk menguji signifikansi konstanta dan variabel independen yang terdapat dalam persamaan tersebut secara individu apakah berpengaruh terhadap nilai variabel dependen. Pengujian ini dilakukan dengan melihat output dengan bantuan program aplikasi PLS Graph.

3.8.3 Path Coefficients

Path Coefficient merupakan teknik analisis yang digunakan untuk menganalisis hubungan sebab akibat yang inheren antar variabel yang disusun berdasarkan urutan temporer dengan menggunakan koefisien jalur sebagai besaran nilai dalam menentukan besarnya pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. (Sarwono, 2011).

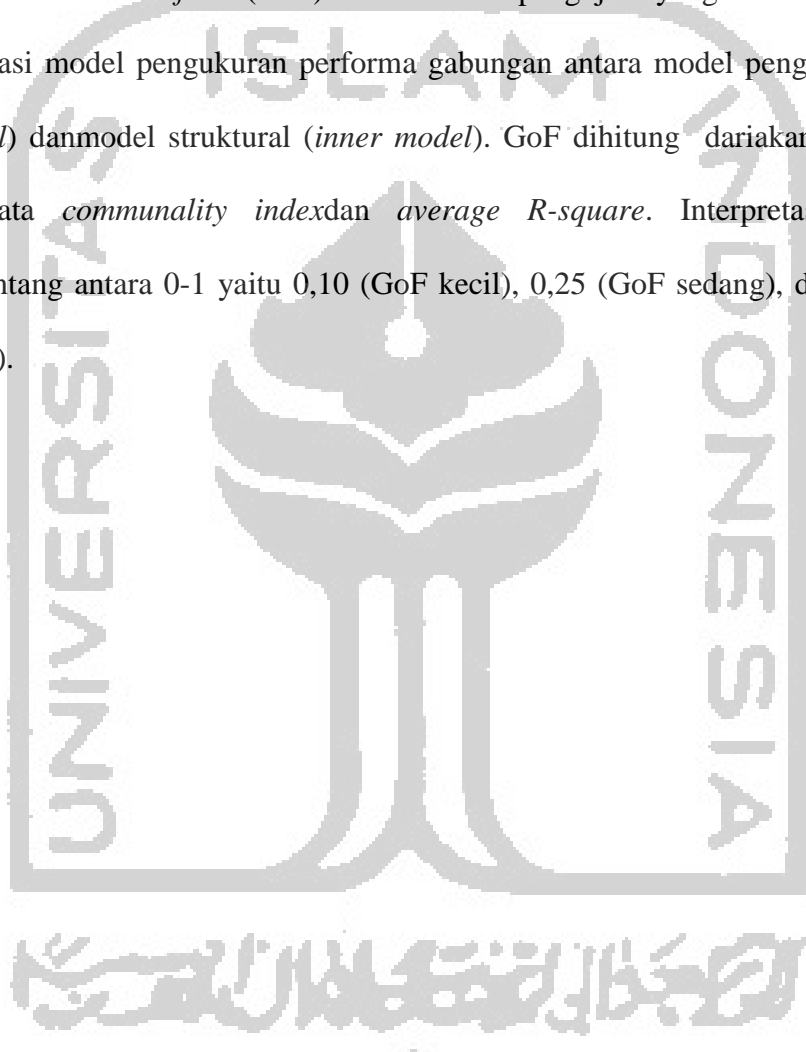
3.9 Pengujian Hipotesis Penelitian

Pengujian dalam penelitian ini seluruh hipotesis berasumsi bahwa data tidak harus berdistribusi normal, skala pengukuran dapat berupa nominal, ordinal, interval, maupun rasio. Jumlah sampel tidak harus besar dan indikator

tidak harus dalam bentuk refleksif karena dapat pula berbentuk formatif, serta model tidak harus berdasarkan teori (Ghozali, 2006).

3.10 Uji *Goodness of Fit* (GoF)

Goodness of Fit (GoF) adalah sebuah pengujian yang dimanfaatkan untuk evaluasi model pengukuran performa gabungan antara model pengukuran (*outer model*) dan model struktural (*inner model*). GoF dihitung dari akar kuadrat nilai rata-rata *communality index* dan *average R-square*. Interpretasi nilai Gof terbentang antara 0-1 yaitu 0,10 (GoF kecil), 0,25 (GoF sedang), dan 0,36 (GoF besar).



BAB IV

ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

Dalam bab ini menjelaskan hasil pengaruh kecemasan penggunaan komputer terhadap penggunaan layanan OVO, pengaruh sikap penggunaan komputer terhadap penggunaan layanan OVO, pengaruh ekspektasi kinerja terhadap penggunaan layanan OVO, pengaruh ekspektasi usaha terhadap penggunaan layanan OVO, pengaruh kesesuaian terhadap penggunaan layanan OVO, pengaruh dari penggunaan layanan OVO terhadap *Net Benefit*, dan mengetahui *Net Benefit* yang dihasilkan dari penggunaan layanan OVO. Pembahasan hasil penelitian ini dimulai dari analisis deskriptif profil pengguna layanan OVO di Indonesia, deskriptif terhadap variabel penelitian dan analisis kuantitatif yaitu analisis *Structural Equation Model* (SEM) menggunakan SMART PLS 3.2.7 dan pengujian hipotesis.

Seperti yang telah dijelaskan pada bab sebelumnya bahwa pengumpulan data penelitian dilakukan dengan cara menyebarkan kuesioner kepada responden penelitian yaitu secara *online-based* untuk memperoleh data primer dari pengguna layanan OVO, dimana *online-based* dilakukan menggunakan aplikasi *google form*. Dalam penelitian ini, kuesioner yang disebar sebanyak 200 dan direspon sebanyak 160 responden. Rincian perolehan kuesioner dalam penelitian ini dapat dilihat pada Tabel 4.1. Setelah data terkumpul, kemudian data diedit (*editing*), diberi kode (*coding*) dan ditabulasikan (*tabulating*).

Tabel 4.1 Tingkat Pengembalian Kuesioner

No	Keterangan	Jumlah	Presentase
1	Jumlah kuesioner yang disebar	200	100%
2	Jumlah kuesioner yang tidak kembali	40	20%
3	Jumlah kuesioner yang kembali	160	80%

Sumber : Data primer diolah, 2019

Berdasarkan hasil penyebaran kuesioner sebanyak 200 responden, diperoleh sebanyak 40 kuesioner tidak kembali atau sebesar 20% dan sisanya kuesioner yang kembali dan dapat diolah sebanyak 160 kuesioner atau memiliki tingkat pengembalian sebesar 80%.

4.1 Karakteristik Responden

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan terhadap 160 responden maka dapat diidentifikasi mengenai karakteristik responden ditunjukkan pada Tabel 4.2

Tabel 4.2 Profil Responden

Profil	Kelompok	Jumlah (orang)	Persentase)
Jenis Kelamin	Pria	115	71.9%
	Wanita	45	28.1%
	Total	160	100.0%
Usia	Kurang dari 20 tahun	24	15.0%
	21 s/d 30 tahun	105	65.6%
	31 s/d 40 tahun	20	12.5%
	41 s/d 50 tahun	11	6.9%
	Total	160	100.0%
Pendidikan Terakhir	Sd	1	0.6%
	SMP	1	0.6%
	SMA	70	43.8%
	D3	19	11.9%
	S1	57	35.6%
	S2	9	5.6%
	S3	3	1.9%
	Total	160	100.0%

Tabel 4.2 Lanjutan

Profil	Kelompok	Jumlah (Orang)	Presentase
Pekerjaan	Pelajar & Mahasiswa	24	15.0%
	Karyawan Swasta	43	26.9%
	Petani/Nelayan/Pedagang	11	6.9%
	Wiraswasta	19	11.9%
	PNS / BUMN	56	35.0%
	Lainnya	7	4.4%
	Total	160	100.0%
Pendapatan	Kurang dari Rp. 2.000.000,-	54	33.8%
	Rp. 2.000.001 s/d Rp. 4.000.000	68	42.5%
	Rp. 4.000.001 s/d Rp. 6.000.000	26	16.3%
	Rp. 6.000.001 s/d Rp. 8.000.000	6	3.8%
	Rp. 8.000.001 s/d Rp. 10.000.000	4	2.5%
	Lbih dari Rp. 10.000.000	2	1.3%
	Totall	160	100.0%
Lama menggunakan	Kurang dari 1 tahun	43	26.9%
	1 s/d 3 tahun	61	38.1%
	3+ s/d 6 tahun	24	15.0%
	Lebih dari 6 tahun	32	20.0%
	Total	160	100.0%
Jenis Aplikasi	Grab	31	19.4%
	T-Cash	23	14.4%
	E-Cash	21	13.1%
	Gojek	60	37.5%
	ShopeePay	23	14.4%
	Lainnya	2	1.3%
	Total	160	100.0%
Frekuensi	Belum Pernah	0	0.0%
	1 - 3 kali dalam sebulan	102	63.8%
	4 - 6 kali dalam sebulan	24	15.0%
	Lebih dari 6 kali dalam sebulan	23	14.4%
	1 - 11 kali dalam setahun	11	6.9%
	Total	160	100.0%

Sumber : Data Primer yang Diolah 2019

Berdasarkan Tabel 4.2 dapat diketahui bahwa mayoritas pengguna layanan OVO adalah pria yaitu sebesar 71,9%, berusia usia mayoritas antara 21 – 30 tahun yaitu sebesar 65,6%, dengan tingkat pendidikan responden mayoritas adalah SMA yaitu sebesar 35,6%, dan memiliki pekerjaan sebagai PNS/BUMN yaitu sebesar

35%. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian pengguna layanan OVO adalah individu yang memiliki tingkat aktivitas yang tinggi dengan usia yang masih muda dan berpendidikan menengah keatas.

Sedangkan ditinjau dari lama menggunakan layanan OVO diketahui mayoritas antara 1 – 3 tahun yaitu sebesar 38,1%, dengan Jenis aplikasi yang sering diakses yaitu Gojek yaitu sebesar 37,5%, dan frekuensi pembelian/penggunaan mayoritas adalah menggunakan financial technology (Contoh: pembayaran Grab-Food) antara 1 – 3 kali dalam sebulan sebesar 63,8%. Hal ini menunjukkan bahwa intensitas responden dalam menggunakan layanan OVO sangat tinggi.

4.2 Analisis Deskriptif Variabel

Analisis deskriptif menjelaskan seberapa besar tingkat penilaian responden terhadap keseluruhan variabel penelitian ini, sehingga dapat diketahui kecenderungan responden pada penilaian setuju atau tidak setuju terhadap variabel tersebut. Hasil analisis deskriptif dapat ditunjukkan pada Tabel 4.3.

Tabel 4.3 Hasil Analisis Deskriptif

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Kecemasan Penggunaan Komputer	160	1.00	5.60	3.4937	1.05709
Sikap Penggunaan Komputer	160	1.33	6.00	3.8240	1.04865
Ekspektasi Kinerja	160	2.11	6.00	4.1181	.87309
Ekspektasi Usaha	160	1.33	6.00	3.9854	1.05001
Kesesuaian	160	1.75	6.00	3.9344	1.00724
Penggunaan layanan	160	1.00	6.00	3.0078	1.14836
<i>Net Benefit</i>	160	1.50	6.00	4.2219	.86919

Sumber : Data Primer yang Diolah 2019

Berdasarkan Tabel 4.3 di atas dari 160 responden diketahui rata - rata responden memberikan penilaian kecemasan komputer sebesar 3,49 atau dalam kategori cukup setuju. Hal ini menunjukkan responden merasakan adanya kecemasan seperti kekhawatir tentang penggunaan layanan OVO, karena takut membuat kesalahan yang tidak bisa perbaiki, sehingga responden merasa tidak nyaman.

Berdasarkan Tabel 4.3 di atas dari 160 responden diketahui rata - rata responden memberikan penilaian sikap komputer sebesar 3,82 atau dalam kategori cukup setuju. Dengan sikap yang cukup setuju ini maka menggunakan layanan OVO adalah ide bagus, menyenangkan, sehingga terdorong untuk bekerja dengan menggunakan layanan OVO untuk meningkatkan standar hidupnya.

Berdasarkan Tabel 4.3 di atas dari 160 responden diketahui rata - rata responden memberikan penilaian ekspektasi kinerja sebesar 4,12 atau dalam kategori baik. Penilaian ini menunjukkan bahwa responden menemukan layanan OVO yang berguna dalam kehidupan sehari-hari, dapat meningkatkan peluang untuk mencapai berbagai hal yang penting dan membantu menyelesaikan banyak hal dengan lebih cepat. Dengan demikian pengguna layanan OVO dapat meningkatkan produktivitas, dapat menghemat waktu, dapat memenuhi transaksi keuangan menjadi lebih cepat sehingga berguna dalam pekerjaan.

Berdasarkan Tabel 4.3 di atas dari 160 responden diketahui rata - rata responden memberikan penilaian ekspektasi usaha sebesar 3,99 atau dalam

kategori setuju. Artinya bahwa responden dalam menggunakan layanan OVO, pembayaran elektronik menjadi lebih mudah digunakan, transaksi menjadi lebih fleksibel, layanan OVO itu mudah dimengerti dan menjadi terampil dalam menggunakan layanan OVO.

Berdasarkan Tabel 4.3 di atas dari 160 responden diketahui rata - rata responden memberikan penilaian ekspektasi usaha sebesar 3,93 atau dalam kategori cukup setuju. Hal ini berarti responden merasa bahwa layanan OVO cocok dengan gaya hidupnya, sesuai dengan kebutuhan dalam berbelanja sehari-haridan sepenuhnya sesuai dengan situasi saat ini.

Berdasarkan Tabel 4.3 di atas dari 160 responden diketahui rata - rata responden memberikan penilaian *Net Benefit* sebesar 4,22 atau dalam kategori setuju. Artinya nilai manfaat yang dirasakan responden dalam menggunakan layanan OVO cukup besar seperti dapat mengurangi waktu yang dihabiskan dalam transaksi pembayaran, mendapat keuntungan tambahan, dapat meningkatkan keuntungan dalam transaksi pembayaran dan secara keseluruhan, layanan OVO membantu bertransaksi pembayaran secara online.

Berdasarkan Tabel 4.3 di atas dari 160 responden diketahui rata - rata responden memberikan penilaian penggunaan layanan sebesar 3,01 atau dalam kategori cukup setuju. Artinya bahwa bahwa responden memiliki akses yang besar dalam menggunakan OVO untuk layanan-layanan seperti Pembayaran PLN, Pulsa, Paket Data, Pascabayar, BPJS Kesehatan, TV Kabel, Asuransi dan pembayaran Iuran Lingkungan.

4.3 Analisis Structural Equation Modelling

Analisis kuantitatif yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis *Structural Equation Modelling* dengan program SMARTPLS 3.2.7. Model analisis jalur ini digunakan analisis SEM (*Structural Equation Model*) yaitu sekumpulan teknik-teknik statistikal yang memungkinkan pengujian sebuah rangkaian hubungan yang relatif rumit secara simultan. Analisis ini dipilih untuk mengetahui pengaruh secara bertahap yaitu pengaruh kecemasan penggunaan komputer terhadap penggunaan layanan OVO, pengaruh sikap penggunaan komputer terhadap penggunaan layanan OVO, pengaruh ekspektasi kinerja terhadap penggunaan layanan OVO, pengaruh ekspektasi usaha terhadap penggunaan layanan OVO, pengaruh kesesuaian terhadap penggunaan layanan OVO, pengaruh dari penggunaan layanan OVO terhadap *Net Benefit*. Analisis ini sekaligus untuk membuktikan hipotesis penelitian ini yang telah dipaparkan pada bab sebelumnya.

Untuk melakukan analisis data dengan metode SEM PLS diperlukan tahap-tahap pengujian yaitu :

4.3.1 Uji Validitas Konstruks

Validitas konstruk digunakan untuk melihat seberapa tepat suatu pengukuran dalam merepresentasikan konsep yang sebenarnya. Pengujian Validitas Konstruk meliputi :

4.3.1.1 Convergent Validity (Outer Loading)

Convergent validity dimaksudkan untuk menguji masing-masing konstruk dari model undimensionalitas dengan melihat *convergent validity (outer*

loading) dari masing-masing indikator konstruk. Suatu indikator dikatakan mempunyai reliabilitas yang baik jika nilainya lebih besar dari 0,70. Sedangkan *loading factor* 0,50 sampai 0,60 masih dapat dipertahankan untuk model yang masih dalam tahap pengembangan. Berdasarkan kriteria-kriteria ini indikator-indikator yang nilai *loading factor*-nya kurang dari 0,50 dikeluarkan dari analisis.

Hasil pengujian didapatkan dari tabel Uji Indikator *Convergent Validity* (*outer loading*) sebagaimana di jelaskan pada tabel 4.4

Tabel 4.4 : Uji Indikator *Outer Loadings*

No	Variabel	Item	Loading Factor	AVE
1	Kecemasan Penggunaan Komputer	CAn1	0.709	0.503
2		CAn2	0.674	
3		CAn3	0.725	
4		CAn4	0.734	
5		CAn5	0.704	
6	Sikap Penggunaan Komputer	CAt1	0.717	0.533
7		CAt2	0.756	
8		CAt3	0.746	
9		CAt4	0.707	
10		CAt5	0.706	
11		CAt6	0.746	
12	Ekspektasi Kinerja	PE1	0.690	0.522
13		PE2	0.730	
14		PE3	0.590	
15		PE4	0.629	
16		PE5	0.639	
17		PE6	0.596	
18		PE7	0.677	
19		PE1	0.690	
20		PE8	0.692	
21		PE9	0.585	
22		PE8	0.692	
23	Ekspektasi Usaha	EE1	0.727	0.504
24		EE2	0.711	
25		EE3	0.703	
26		EE4	0.713	
27		EE5	0.745	
28		EE6	0.658	

Tabel 4.4 Lanjutan

No	Variabel	Item	Loading Factor	AVE
29	Kesesuaian	Co1	0.728	0.514
30		Co2	0.659	
31		Co3	0.714	
32		Co4	0.763	
33	Net Benefit	NB1	0.783	0.571
34		NB2	0.581	
35		NB3	0.757	
36		NB4	0.600	

Sumber : Data primer diolah, 2019

Menurut Chin (1998) suatu indikator dinyatakan memiliki validitas yang baik jika nilai *loading factor* nya $\geq 0,70$, sedangkan nilai 0,5 sampai 0,6 dapat dipertahankan untuk model yang masih dalam tahap pengembangan. Berdasarkan tabel 4.4 menunjukkan bahwa ketujuh variabel *Comp Anxiety*, *Comp Attitude*, *Compability*, *Effort*, *Net Benefit*, *Penggunaan layanan OVO* dan *Performance* memiliki laoding faktor diatas 0,5 dan nilai AVE>0,5, sehingga dapat dinyatakan bahwa seluruh variabel memiliki indikator yang valid dan memenuhi *convergent validity*.

4.3.1.2 *Discriminant Validity (Cross Loading)*

Pengujian validitas kedua menggunakan *Discriminant Validity* yaitu analisis untuk mengetahui validitas konstruk dengan cara *diskriminat validity* yang dapat dilihat dari nilai *cross loading* seperti pada Tabel 4.5

Tabel 4.5 Hasil Cross Loading

	Cant	CAtt	Co	EE	NB	PL	PE
CAnt1	0.709	-0.313	-0.235	-0.233	-0.154	-0.361	-0.193
CAnt2	0.674	-0.224	-0.296	-0.303	-0.133	-0.362	-0.195
CAnt3	0.725	-0.194	-0.188	-0.200	-0.253	-0.312	-0.225
CAnt4	0.734	-0.280	-0.297	-0.245	-0.164	-0.302	-0.175
CAnt5	0.704	-0.315	-0.210	-0.336	-0.293	-0.349	-0.250
CAtt1	-0.221	0.717	0.247	0.359	0.328	0.339	0.283
CAtt2	-0.238	0.756	0.267	0.308	0.247	0.440	0.318
CAtt3	-0.322	0.746	0.378	0.398	0.197	0.455	0.330
CAtt4	-0.334	0.707	0.308	0.357	0.210	0.395	0.295
CAtt5	-0.290	0.706	0.258	0.349	0.192	0.355	0.308
CAtt6	-0.246	0.746	0.335	0.387	0.262	0.483	0.437
Co1	-0.280	0.269	0.728	0.355	0.257	0.403	0.366
Co2	-0.295	0.325	0.659	0.356	0.356	0.376	0.318
Co3	-0.191	0.214	0.714	0.231	0.141	0.342	0.195
Co4	-0.224	0.369	0.763	0.302	0.313	0.417	0.268
EE1	-0.322	0.426	0.348	0.727	0.300	0.497	0.360
EE2	-0.358	0.357	0.265	0.711	0.349	0.415	0.316
EE3	-0.202	0.349	0.282	0.703	0.253	0.378	0.227
EE4	-0.267	0.314	0.388	0.713	0.204	0.483	0.175
EE5	-0.265	0.348	0.266	0.745	0.177	0.452	0.281
EE6	-0.156	0.297	0.295	0.658	0.262	0.362	0.226
NB1	-0.196	0.272	0.281	0.263	0.783	0.370	0.280
NB2	-0.105	0.217	0.247	0.251	0.581	0.150	0.210
NB3	-0.241	0.197	0.259	0.207	0.757	0.142	0.267
NB4	-0.215	0.206	0.248	0.276	0.600	0.220	0.232
PE1	-0.281	0.271	0.357	0.243	0.280	0.690	0.398
PE2	-0.143	0.268	0.299	0.189	0.198	0.730	0.385
PE3	-0.214	0.284	0.220	0.167	0.219	0.590	0.310
PE4	-0.242	0.254	0.279	0.192	0.132	0.629	0.372
PE5	-0.208	0.325	0.224	0.268	0.129	0.639	0.377
PE6	-0.108	0.364	0.252	0.350	0.218	0.596	0.360
PE7	-0.225	0.400	0.301	0.348	0.375	0.677	0.427
PE8	-0.154	0.287	0.216	0.247	0.208	0.692	0.374
PE9	-0.123	0.181	0.185	0.149	0.119	0.585	0.290
PL1	-0.385	0.342	0.403	0.505	0.326	0.413	0.772
PL2	-0.330	0.486	0.464	0.491	0.312	0.569	0.760
PL3	-0.484	0.538	0.511	0.608	0.388	0.520	0.806
PL4	-0.394	0.482	0.506	0.480	0.281	0.472	0.826
PL5	-0.388	0.453	0.321	0.403	0.277	0.369	0.713
PL6	-0.174	0.295	0.224	0.283	0.064	0.295	0.648
PL7	-0.228	0.231	0.194	0.240	0.104	0.164	0.569
PL8	-0.198	0.291	0.264	0.312	0.097	0.227	0.594

Sumber : Data primer diolah, 2019

Berdasarkan hasil *cross loading* pada Tabel 4.5 menunjukkan bahwa setiap indikator berkorelasi lebih tinggi dengan konstraknya masing-masing dibandingkan dengan konstruk lainnya, sehingga disimpulkan memiliki validitas diskriminan yang baik.

4.3.2 Uji Reliabilitas Konstruk(*Composite Reliability*)

Di samping validitas konstruk, dilakukan uji reliabilitas konstruk yang diukur dengan *Composite reliability* dari blok indikator yang mengukur konstruk. Konstruk dinyatakan reliabel jika nilai *composite reliability* di atas 0,70 (Ghozali, 2011).

Tabel 4.6 Hasil Pengujian Reliabilitas Konstruk

	CR	Cant	Catt	Co	EE	NB	PL	PE
Cant	0.835	0.709						
CAtt	0.872	-0.376	0.730					
Co	0.808	-0.347	0.415	0.717				
EE	0.859	-0.375	0.493	0.437	0.710			
NB	0.778	-0.280	0.325	0.377	0.360	0.756		
PL	0.893	-0.479	0.571	0.539	0.614	0.363	0.717	
PE	0.867	-0.294	0.456	0.404	0.374	0.328	0.568	0.722

Sumber : Data primer diolah, 2019

Berdasarkan tabel di atas -dapat diketahui bahwa semua konstruk mempunyai nilai *loading composite reliability* di atas 0,70. Dengan demikian maka dapat disimpulkan bahwa semua konstruk memenuhi persyaratan reliabilitas konstruk untuk dilakukan pengujian lebih lanjut. Selain itu nilai Akar AVE pada

masing-masing variabel lebih besar dibandingkan korelasi antar konstruk sehingga menunjukkan tingkat reliabilitas yang lebih baik.

4.3.3 Koefisien Determinasi (R^2)

Pengujian *inner model* adalah untuk mengevaluasi hubungan konstruk laten atau variabel yang telah dihipotesiskan (Ghozali, 2011). Pengujian *inner model* dilakukan untuk melihat hubungan antara konstruk dan nilai signifikansinya serta nilai *R-square*. Nilai *R-square* digunakan untuk menilai pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen apakah mempunyai pengaruh yang substantif.

Tabel 4.7 Hasil Uji R-Square

	R Square
<i>Net Benefit</i>	0.131
Penggunaan layanan OVO	0.601

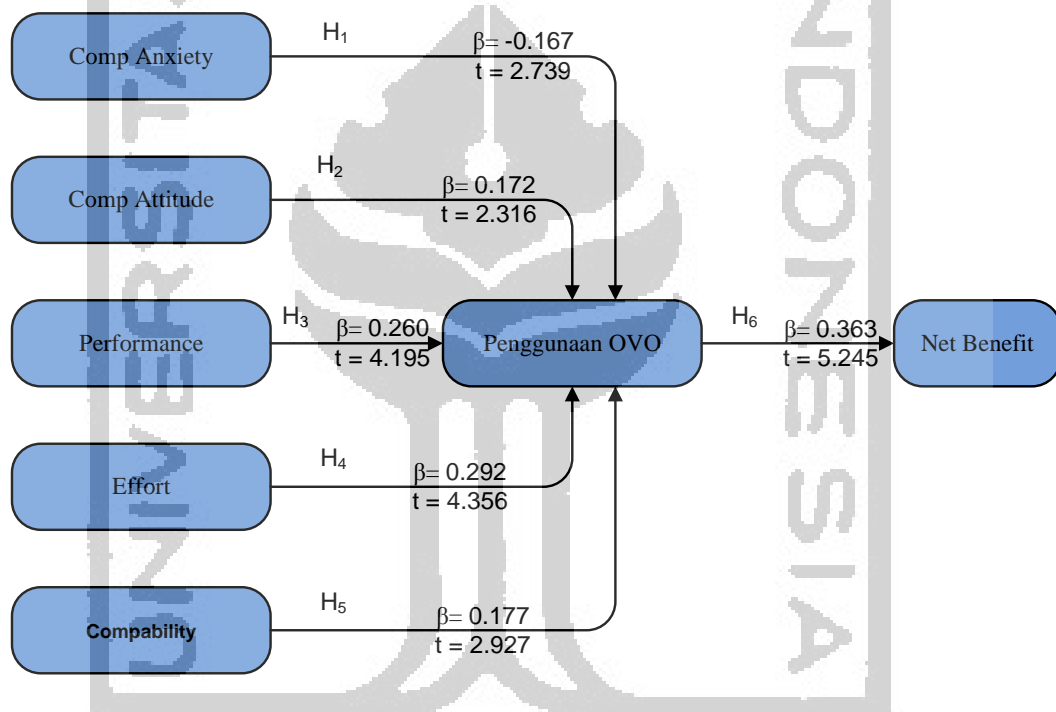
Sumber : data diolah, 2019

Model memberikan nilai *R-square* sebesar 0,131 pada variabel *Net Benefit*, berarti bahwa sumber penggunaan layanan OVO menjelaskan *Net Benefit* adalah sebesar 13,1% dan sisanya 86,9% dijelaskan oleh variabel lainnya. Begitu juga dengan pengaruh *computer anxiety*, *computer attitude*, *performance expectancy*, *effort expectancy* dan *compability* terhadap penggunaan layanan OVO sebesar 60,1% dan sisanya 39,9% dijelaskan oleh variabel lainnya.

4.4 Uji Struktural (Uji Pengaruh / Uji Hipotesis)

Pengujian hipotesis dapat dilakukan dengan memperhatikan tingkat signifikansinya dan parameter *path* antara variabel laten. Hipotesis yang diajukan

untuk mengetahui hubungan masing-masing konstruk yang dihipotesiskan. Pengambilan keputusan didasarkan pada arah hubungan dan signifikansi dari model pengujian antar konstruk yang ditunjukkan pada Tabel 4.6 yang merupakan output hasil dari *inner weight* dengan bantuan *software* PLS 3.2.7. Hasil output PLS 3.2.7 ditemukan nilai *bootstrapping* dengan *sample* sebesar 89 menghasilkan nilai estimasi dan probabilitas (*p-value*) ditunjukkan pada Gambar 4.1



Gambar 4.1 Hasil Uji t dengan SMARTPLS

4.5 Pengujian Hipotesis

Pengujian hipotesis dilakukan dengan Analisa Jalur (*Path Analysis*). Analisis jalur adalah metode analisis data multivarian yang digunakan untuk menguji hipotesis dengan tujuan untuk mengetahui pengaruh langsung dan tidak langsung seperangkat variabel penyebab terhadap variabel akibat. (Kusnendi, 2008).

Dari pengujian analisa jalur didapatkan hubungan antar konstruk sebagai berikut :

Tabel 4.8 *Path Coefficients* dan Nilai t

Hipotesis	Hubungan	Path Coefficients (β)	t Statistics	P Values	Hasil
H1	CAnt \rightarrow PL	-0.167	2.739	0.003	Diterima
H2	CAtt \rightarrow PL	0.172	2.316	0.010	Diterima
H3	PE \rightarrow PL	0.260	4.195	0.000	Diterima
H4	Ee \rightarrow PL	0.292	4.356	0.000	Diterima
H5	Co \rightarrow PL	0.177	2.927	0.002	Diterima
H6	PL \rightarrow NB	0.363	5.245	0.000	Diterima

Sumber : Data primer diolah, 2019

Tabel di atas menunjukkan hubungan antar konstruk :

- a. Hasil pengujian pengaruh kecemasan penggunaan komputer terhadap penggunaan layanan OVO didapatkan nilai koefisien estimasi sebesar -0,167 dan t hitung sebesar 2,739 dan probabilitas sebesar $0,003 < 0,05$, maka dapat disimpulkan *computer anxiety* mempunyai pengaruh negatif dan signifikan terhadap penggunaan layanan OVO di Indonesia. Hal ini berarti semakin tinggi tingkat kecemasan dalam menggunakan komputer, maka semakin rendah untuk menggunakan OVO. Dengan demikian maka hipotesis (H1) yang mengatakan **Kecemasan Penggunaan Komputermempunyai pengaruh negatif terhadap penggunaan layanan OVO, dapat didukung.**
- b. Hasil pengujian pengaruh sikap penggunaan komputer terhadap penggunaan layanan OVO didapatkan nilai koefisien estimasi sebesar 0,172 dan t hitung sebesar 2,316 dan probabilitas sebesar $0,010 < 0,05$, maka dapat sikap

penggunaan komputer mempunyai pengaruh positif terhadap penggunaan layanan OVO di Indonesia. Dengan demikian maka hipotesis (H2) yang mengatakan **Sikap Penggunaan Komputer mempunyai pengaruh positif terhadap penggunaan layanan OVO, dapat didukung.** Semakin baik sikap dalam menggunakan komputer maka semakin tinggi pula dalam menggunakan OVO.

- c. Hasil pengujian pengaruh ekspektasi kinerja terhadap penggunaan layanan OVO didapatkan nilai koefisien estimasi sebesar 0,260 dan t hitung sebesar 4,195 dan probabilitas sebesar $0,000 < 0,05$, maka dapat disimpulkan ekspektasi kinerja mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap penggunaan layanan OVO. Dengan demikian maka hipotesis (H3) yang mengatakan **Ekspektasi Kinerja mempunyai pengaruh positif terhadap penggunaan layanan OVO.** Semakin tinggi *performance expectancy* atau ekspektasi kinerja maka individu akan meyakini dengan menggunakan layanan OVO akan membantu dalam meningkatkan kinerjanya.
- d. Hasil pengujian pengaruh ekspektasi usaha terhadap penggunaan layanan OVO didapatkan nilai koefisien estimasi sebesar 0,292 dan t hitung sebesar 4,356 dan probabilitas sebesar $0,000 < 0,05$, maka dapat disimpulkan ekspektasi usaha mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap penggunaan layanan OVO di Indonesia. Dengan demikian maka hipotesis (H4) yang mengatakan **Ekspektasi Usaha mempunyai pengaruh positif terhadap penggunaan layanan OVO, dapat didukung.** Semakin baik ekspektasi usaha atau ekspektasi usaha maka individu akan merasakan tingkat

kemudahan yang dirasakan ketika menggunakan layanan OVO dan hal ini akan mendorong untuk meningkatkan dalam penggunaan OVO.

- e. Hasil pengujian pengaruh kesesuaian terhadap penggunaan layanan OVO didapatkan nilai koefisien estimasi sebesar 0,177 dan t hitung sebesar 2,927 dan probabilitas sebesar $0,002 < 0,05$, maka dapat disimpulkan kesesuaian mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap penggunaan layanan OVO di Indonesia. Dengan demikian maka hipotesis (H5) yang mengatakan **Kesesuaian mempunyai pengaruh positif terhadap penggunaan layanan OVO, dapat didukung.** Semakin baik kesesuaian atau kesesuaian maka semakin tinggi pula dalam penggunaan layanan OVO.
- f. Hasil pengujian pengaruh penggunaan layanan OVO terhadap *Net Benefit* didapatkan nilai koefisien estimasi sebesar 0,363 dan t hitung sebesar 5,245 dan probabilitas sebesar $0,000 < 0,05$, maka dapat disimpulkan penggunaan layanan OVO mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap *Net Benefit*. Dengan demikian maka hipotesis (H6) yang mengatakan **Penggunaan layanan OVO berpengaruh positif terhadap *Net Benefit*, dapat didukung.** Semakin tinggi dalam penggunaan layanan OVO maka semakin tinggi pula *Net Benefit* yang dirasakan pelanggan.

4.6. Pembahasan Hasil Penelitian

4.6.1. Pengaruh Kecemasan Penggunaan Komputer terhadap Penggunaan layanan OVO

Hasil analisis PLS menunjukkan adanya pengaruh negatif dan signifikan kecemasan penggunaan komputer terhadap penggunaan layanan OVO. Hasil ini dapat diartikan bahwa semakin tinggi kecemasan seseorang maka kecenderungan orang tersebut menjadi susah, khawatir atau ketakutan mengenai penggunaan komputer dimasa sekarang dan dimasa yang akan datang sehingga akan menurunkan dalam penggunaan layanan OVO.

Computer anxiety merupakan kecemasan seseorang saat menggunakan komputer sehingga menimbulkan rasa takut dan tidak bisa menggunakan komputer itu sendiri baik dimasa sekarang atau dimasa yang akan datang. Masalah ini bisa terjadi pada seseorang yang tidak nyaman dengan adanya kemajuan teknologi sehingga dapat menghambat orang itu sendiri termasuk pengguna OVO. Semakin tinggi kecemasan maka semakin rendah tingkat minat seseorang dalam berbisnis secara online termasuk dalam aplikasi OVO. Hal tersebut dikarenakan seseorang yang mengalami kegelisahan ketika akan menggunakan komputer akan mempengaruhi sikap orang tersebut dalam menggunakan komputer dan pada akhirnya akan berpengaruh juga terhadap minatnya dalam berbisnis secara online seperti pembayaran melalui *online (e-money)* dan salah satunya adalah pembayaran melalui OVO.

Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Harimurti dan Astuti (2016) yang menemukan bahwa kecemasan penggunaan berkomputer (*computer anxiety*) dalam menggunakan software akuntansi berpengaruh negatif terhadap mahasiswa Program Akuntansi Fakultas Ekonomi UNISRI Surakarta. Hasil penelitian juga sesuai dengan penelitian Saade dan Kira (2009) yang menemukan bahwa *computer anxiety* berpengaruh negatif dan signifikan terhadap kemudahan dalam menggunakan pada aplikasi Sistem Manajemen Pembelajaran (LMS) di Kanada.

4.6.2 Pengaruh Sikap Penggunaan Komputer terhadap Penggunaan layanan OVO

Hasil analisis PLS menunjukkan adanya pengaruh positif dan signifikan sikap penggunaan komputer terhadap penggunaan layanan OVO. Hal ini berarti semakin baik *computer attitude* atau sikap pengguna terhadap layanan online maka semakin tinggi pula dalam penggunaan layanan OVO. Sebaliknya semakin rendah sikap seseorang maka semakin kecil minat dalam menggunakan OVO.

Sikap penggunaan komputer menunjukkan reaksi atau penilaian seseorang terhadap komputer berdasarkan kesenangan atau ketidaksenangannya terhadap komputer. Sikap penggunaan terdiri dari optimisme, pesimisme, dan intimidasi. Optimisme akan berpengaruh positif terhadap keahlian dalam menggunakan komputer, sedangkan pesimisme dan intimidasi berpengaruh negatif terhadap keahlian dalam menggunakan komputer. Begitu pula pada minat mahasiswa dalam berbisnis secara online, optimisme akan berpengaruh positif sedangkan

pesimisme dan intimidation memberikan pengaruh negatif Orang yang senang terhadap komputer tentunya memiliki keahlian menggunakan komputer yang lebih baik jika dibandingkan dengan orang yang tidak senang terhadap komputer, dengan begitu paling tidak orang tersebut mempunyai minat dalam memahami teknologi yang dapat menunjang dalam pengaplikasian sistem online seperti dalam penggunaan layanan OVO.

Hasil penelitian sesuai dengan penelitian Irvan Nir Sudibyanto, (2013) yang menemukan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan *Computer Attitude* terhadap minat dalam berbisnis secara online pada mahasiswa Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta

4.6.3 Pengaruh Ekspektasi Kinerja terhadap penggunaan layanan OVO

Hasil analisis Analisis PLS menunjukkan adanya pengaruh yang positif dan signifikan ekspektasi kinerja terhadap penggunaan layanan OVO. Hal ini berarti semakin tinggi kinerja ekspektasi maka semakin tinggi pula individu untuk menggunakan OVO dimana tingkat individu meyakini dengan menggunakan layanan OVO akan membantu dalam meningkatkan kinerjanya.

Venkatesh, et al. (2003) mendefinisikan Ekspektasi Kinerja (*performance expectancy*) sebagai tingkat dimana seseorang mempercayai dengan menggunakan sistem tersebut akan membantu orang tersebut untuk memperoleh keuntungan-keuntungan kinerja pada pekerjaan. Dalam konsep ini terdapat gabungan variabel-variabel yang diperoleh dari model penelitian sebelumnya tentang model penerimaan dan penggunaan teknologi. *Performance expectancy* atau dalam

bahasa Indonesia ekspektasi kinerja merupakan kepercayaan seseorang bahwa apabila dia menggunakan teknologi maka akan meningkatkan kinerja di pekerjaannya (Venkatesh, dkk, 2003). Ekspektasi kinerja dapat menjelaskan bahwa dengan menggunakan suatu sistem akan memberikan keuntungan dalam bekerja. Handayani (2007) menambahkan bahwa konsep ini menggambarkan manfaat sistem bagi pemakainya yang berkaitan dengan produktivitas, kinerja tugas, efektivitas, pentingnya suatu tugas dan kegunaan secara keseluruhan. Indikator variabel tersebut dapat berupa frekuensi penggunaan. Menurut Sun dan Zhang (2006), bahwa ekspektasi kinerja juga dapat berupa pekerjaan lebih mudah (*makes job easier*), bermanfaat (*usefull*), meningkatkan produktifitas (*increase productivity*), mendorong efektivitas (*enhance effectiveness*), dan meningkatkan kinerja pekerjaan (*improve job performance*). Berdasarkan beberapa hasil penelitian, variabel ini dianggap sebagai faktor yang paling efektif yang dapat memprediksi sehingga mempengaruhi perilaku individu dalam menggunakan teknologi informasi (Yoo, dkk, 2012). Hal ini dikatakan sebagai faktor penting karena jika individu dihadapkan pada dua sistem informasi yang menawarkan fitur yang sama maka pengguna akan mencari yang lebih berguna dan bermanfaat bagi dirinya dibandingkan dengan yang lebih gampang digunakan.

Hasil penelitian mendukung penelitian Nur Diana, (2018) yang menemukan bahwa ekspektansi kinerja memiliki pengaruh positif terhadap minat penggunaan e-money. Hasil penelitian juga mendukung penelitian Schaper dan Pervan (2007) yang menemukan bahwa *performance expectancy* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *attitude toward accepting technology*.

4.6.4 Pengaruh Ekspektasi Usaha terhadap penggunaan layanan OVO

Hasil analisis Analisis PLS menunjukkan adanya pengaruh yang positif dan signifikan ekspektasi usaha terhadap penggunaan layanan OVO. Hal ini berarti semakin tinggi ekspektasi usahayang menunjukkan kemudahan yang dirasakanindividu ketika menggunakan layanan OVOmaka semakin tinggi pula individu tersebut akan menggunakan layanan OVO.

Effort expectancy atau ekspektasi usaha yang merupakan penggunaan teknologi atas dasar kemudahan (Venkatesh, dkk, 2003). Definisi tersebut menggambarkan bahwa ekspektasi usaha yaitu suatu tingkatan dimana seseorang percaya bahwa teknologi informasi dapat dengan mudah dipahami. Kemudahan penggunaan akan mengurangi usaha (baik waktu dan tenaga) pada pengguna dalam mempelajari seluk beluk bertransaksi melalui teknologi. Kemudahan penggunaan juga memberikan indikasi bahwa para pengguna teknologi bekerja lebih mudah dibandingkan dengan yang bekerja tanpa menggunakan teknologi tersebut. Bandura (dalam Duranova & Ohly, 2016) mengatakan bahwa kemudahan penggunaan berhubungan juga dengan self efficacy, artinya semakin mudah suatu sistem untuk digunakan maka semakin besar perasaan menguasai sistem tersebut. Ketika pengguna layanan OVO dipercayai dapat mudah dipahami dan mudah dalam hal pengoperasiannya yang akan menimbulkan manfaat dalam penggunaan layanan OVOf tersebut dan seterusnya akan menggunakan layanan OVO.

Hasil penelitian mendukung penelitianNur Diana, (2018) yang menemukan bahwa ekspektasi usaha memiliki pengaruh positif terhadap minat

penggunaan e-money. Hasil penelitian juga mendukung penelitian Schaper dan Pervan(2007) yang menemukan bahwa *Effort Expectancy* berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat menggunakan.

4.6.5 Pengaruh Kesesuaian terhadap Penggunaan layanan OVO

Hasil analisis Analisis PLS menunjukkan adanya pengaruh yang positif dan signifikan kesesuaian terhadap penggunaan layanan OVO. Hal ini berarti semakin tinggi tingkat kesesuaian dengan nilai-nilai atau norma-norma yang diadopsi potensial atau mungkin mewakili kesesuaian dengan praktek yang sudah ada pada pengadopsi kemampuan proses bisnis sehingga akan mendorong dalam penggunaan layanan OVO yang lebih besar.

Kesesuaian merupakan tingkat sebuah inovasi dipersepsikan konsisten dengan nilai-nilai yang sudah ada, pengalaman masa lalu, serta sesuai dengan kebutuhan orang-orang yang potensial sebagai pengguna. Sebuah ide yang tidak sesuai dengan nilai-nilai dan norma-norma di dalam sebuah sistem sosial, tidak akan diadopsi secepat seperti inovasi yang sesuai (Rogers, 1983). Rogers dan Shoemaker (1971) dalam studi Tornatzky dan Klein (1982) menjelaskan *compatibility* mengacu pada kesesuaian dengan nilai-nilai atau norma-norma yang diadopsi potensial atau mungkin mewakili kesesuaian dengan praktek yang sudah ada pada pengadopsi. Definisi pertama berimplikasi pada macam-macam kesesuaian normatif atau kognitif (kesesuaian dengan apa yang dirasakan atau dipikirkan orang tentang sebuah teknologi), sedangkan yang kedua pada kesesuaian yang bersifat praktis dan operasional (kesesuaian dengan apa yang dikerjakan orang).

Dalam hubungan dengan penggunaan layanan OVO jika perusahaan dapat menunjukkan tingkat kesesuaian yang tinggi dengan pengalaman masa lalu seorang individu maupun kebutuhan seorang individu maka dapat memberikan manfaat dalam menggunakan layanan OVO pada kelangsungan kehidupannya sehingga akan menggunakan OVO yang lebih tinggi.

Hasil penelitian mendukung penelitian Schaper dan Pervan(2007) yang menemukan bahwa kesesuaian berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat menggunakan.

4.6.6 Pengaruh Penggunaan layanan OVO terhadap *Net Benefit*

Hasil analisis Analisis PLS menunjukkan adanya pengaruh yang positif dan signifikan penggunaan layanan OVO terhadap *Net Benefit*. Hal ini berarti semakin besar penggunaan layanan OVO maka semakin besar juga keuntungan tambahan yang dirasakan individu tersebut seperti keuntungan waktu, keuntungan tambahan, dan lebih hemat.

Hasil penelitian ini sesuai dengan model teori *ISSuccess* yang dikembangkan oleh DeLone dan McLean (2003) menyatakan bahwa penggunaan sistem berpengaruh positif terhadap manfaat bersih (*Net Benefit*). Teori ini didukung dengan adanya penelitian dari Tam dan Oliveira (2016) yang mengatakan bahwa penggunaan memberikan pengaruh terhadap manfaat bersih (*Net Benefit*). Dari penjelasan di atas dapat disimpulkan bahwa penerapan sistem informasi dalam layanan OVO dapat merevolusi bisnis yang sudah ada dan menghasilkan manfaat terhadap akurasi, efektifitas waktu dan efisiensi biaya. Hal

ini merupakan alasan yang menguatkan bahwa keberadaan sistem informasi dapat meningkatkan manfaat yang dirasakan oleh pengguna layanan OVO.

Hasil penelitian mendukung penelitian Ardiyanti (2015) dan Saputro et al. (2015) yang menemukan bahwa terdapat pengaruh secara signifikan kepuasan dalam penggunaan terhadap *Net Benefit*.



BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian seperti yang telah diuraikan pada bab sebelumnya dapat ditarik beberapa kesimpulan yaitu :

1. Terdapat pengaruh negatif dan signifikan kecemasan penggunaan komputer terhadap penggunaan layanan OVO. Hasil ini dapat diartikan bahwa semakin tinggi kecemasan seseorang maka kecenderungan orang tersebut menjadi susah, khawatir atau ketakutan mengenai penggunaan komputer dimasa sekarang dan dimasa yang akan datang sehingga akan menurunkan dalam penggunaan layanan OVO.
2. Terdapat pengaruh positif dan signifikan sumber sikap penggunaan komputer terhadap penggunaan layanan OVO. Hal ini berarti semakin baik *computer attitude* atau sikap pengguna terhadap layanan online maka semakin tinggi pula dalam penggunaan layanan OVO.
3. Terdapat pengaruh yang positif dan signifikan ekspektasi kinerja terhadap penggunaan layanan OVO. Hal ini berarti semakin tinggi ekspektasi kinerja dari individu maka semakin tinggi pula individu untuk menggunakan OVO.
4. Terdapat pengaruh yang positif dan signifikan ekspektasi usaha terhadap penggunaan layanan OVO. Hal ini berarti semakin tinggi ekspektasi usaha yang dilakukan individu seperti kemudahan dalam menggunakan

layanan OVO maka semakin tinggi pula individu tersebut akan menggunakan layanan OVO

5. Terdapat pengaruh yang positif dan signifikan kesesuaian terhadap penggunaan layanan OVO. Hal ini berarti semakin tinggi tingkat kesesuaian dengan nilai-nilai atau norma-norma pengadopsi potensial maka semakin besar pula individu dalam penggunaan layanan OVO.
6. Terdapat pengaruh yang positif dan signifikan penggunaan layanan OVO terhadap *Net Benefit*. Hal ini berarti semakin besar penggunaan layanan OVO maka semakin tinggi pula keuntungan tambahan yang dirasakan individu tersebut seperti keuntungan waktu, keuntungan tambahan, dan lebih hemat

5.2 Keterbatasan Penelitian

Hasil penelitian ini masih terdapat beberapa kelemahan dan keterbatasan diantaranya :

1. Data yang dianalisis dalam penelitian ini berdasarkan pada kuesioner persepsi jawaban responden secara online sehingga dimungkinkan tidak mencerminkan keadaan yang sesungguhnya. Hal ini dapat terjadi dikarenakan peneliti tidak dapat mengidentifikasi akan kebenaran bahwa responden adalah benar sebagai pengguna OVO serta jawaban yang kurang serius dalam mengisi kuesioner sehingga dapat menimbulkan hasil yang bias atau menyesatkan.
2. Berdasarkan hasil penyebaran kuesioner sebanyak 200 responden, diperoleh sebanyak 40 kuesioner tidak kembali atau sebesar 20% dan sisanya kuesioner

yang kembali dan dapat diolah sebanyak 160 kuesioner atau memiliki tingkat pengembalian sebesar 80%.

3. Peneliti tidak melakukan wawancara karena responden yang diteliti adalah secara online dan jumlahnya juga cukup banyak sehingga kesimpulan yang dikemukakan hanya berdasarkan data yang terkumpul melalui penggunaan instrumen kuesioner yang diisi secara online.

5.3 Saran

Berdasarkan hasil kesimpulan diatas maka ada beberapa saran yang direkomendasikan yaitu kepada :

1. PT Visionet Internasional hendaknya mempertimbangkan faktor kecemasan penggunaan komputer (*computer anxiety*), sikap penggunaan komputer (*computer attitude*), ekspektasi kinerja (*performance expectancy*), ekspektasi usaha (*effort expectancy*), dan kessuaian (*Compatibility*), seperti yang telah dijelaskan dalam penelitian ini untuk mengembangkan sistem aplikasi finansial OVO sehingga penggunaanya dan keaktifan penggunaanya semakin meningkat. Selanjutnya bagi perusahaan diharapkan untuk selalu meningkatkan inovasi layanannya sehingga aplikasi finansial ini akan dirasakan mudah dan tidak menimbulkan keawatiran dan memberikan rasa nyaman, kesenangan, dan yang paling penting adalah meningkatkan kinerja pengguna seperti penyelesaian pekerjaan yang lebih cepat dan produktif. Inovasi hendaknya disesuaikan dengan gaya hidup saat ini, sesuai dengan kebutuhan berbelanja saat ini yang lebih berkembang pada belanja online.

2. Bagi peneliti selanjutnya diharapkan dapat menggunakan tambahan metode selain kuesioner agar memperoleh hasil yang lebih objektif, misalnya melalui wawancara atau kuesioner terbuka yang dilakukan secara off line. Selain itu penelitian selanjutnya melakukan penelitian yang sama dengan menyempurnakan model penelitian seperti menambahkan teori pendukung atau variabel tambahan dan jumlah sampel yang lebih besar. Selain itu, bisa mencoba model penelitian ini pada objek penelitian yang lain.



DAFTAR PUSTAKA

- Afriana,C. (2009).*Pengaruh Computer Anxiety dan Computer Attitude terhadap keahlian karyawan bagian akuntansi dalam menggunakan komputer (survey pada PT PLN (Persero) Distribusi Jakarta Raya dan Tangerang Khusus area pelayanan dan area jaringan)*. Skripsi. Fakultas Ilmu Sosial dan Ekonomi. Universitas Negeri Yogyakarta. Yogyakarta.
- Alalwan, A. A., Dwivedi, Y. K., dan Rana, N. P. (2017). Factors Influencing Adoption of Mobile Banking by Jordanian Bank Customers : ExtendingUTAUT2 with Trust.*International Journal of Information Management*, 37(3), 99–110.
- Azwar, S,(2011),*Metode Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar
- Bryan, B.P., (2009). *Reducing Computer Anxiety in adults to Use Microcomputers*. (www.yahoo.com). Diakses 1 Februari 2019
- Compeau, D.R dan Higgins, C.A. (1995).*Application of Social Cognitive Theory to Training for Computer Skill*, *Information Systems Research*, 6 (2), 118-143
- Davis, F.D., dan Venkatesh, V., (2000). *A Theoretical Extension of the Technology Acceptance Model: Four Longitudinal Field Studies*. *Management Science*, 46 (2), pp. 186–204
- DeLone, W. H., dan McLean, E. R., (1992). Information Systems Success: The Quest for the Dependent Variable.*Journal of Management Information System*, 3(1), 60–95.
- _____. (2003). The DeLone and McLean model of information systems success: A ten-year update. *Journal of Management Information Systems*, 19(4), 9–30.
- Ghozali, I., (2009). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Edisi Empat. Semarang:Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- _____. (2014). *Structural Equation Modeling, Metode Alternatif dengan Partial Least Square (PLS)*. Edisi Empat. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- Gunawan S, R.,(2008). *Analisis Regresi Linear Ganda dengan SPSS*.Yogyakarta: Graha Ilmu
- Guratri, J., (2016). *Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Sikap Dalam Penggunaan T-Cash*

- Hadi, S., (2006), *Metodelogi Penelitian Kuantitatif Untuk Akuntansi dan Keuangan*, Yogyakarta : Ekonisia
- Harimurti F.,Dewi S., dan Astuti P., (2016).Pengaruh Computer Anxiety Terhadap Keahlian Pemakai Komputer Dengan Internal Locus Of Control Sebagai Variabel Moderasi.*Jurnal Ilmiah Akuntansi dan Bisnis*.11(2).91-99
- Hujran, O., Al-Lozi, E., dan Al-Debei, M., (2014).“Get Ready to Mobile Learning”: Examining Factors Affecting College Students’ Behavioral Intentions to Use M-Learning in Saudi Arabia.*Jordan Journal of Business Administration*, 10, 111–128.
- Hun-Hua H., dan Kai-Yu T., (2014). Explaining undergraduates’ behavior intention of e-textbook adoption. *Library Hi Tech*, 32(1), 139–163.
- Igbaria M., dan Parasuraman S., (1998). A Path Analytic Study of Individual Characteristics, Computer Anxiety, and Attitudes Toward Microcomputer. *Jurnal of Management*, Vol 15, No 3.
- Indriantoro N., dan Bambang S., (2007).*Metodologi Penelitian Bisnis Untuk Akuntansi Dan Manajemen*, Edisi Pertama. BPFE,Yogyakarta
- Irvan, N.S., (2013). *Pengaruh Computer Anxiety, Computer Attitude Dan Computer Self Efficacy Terhadap Minat Dalam Berbisnis Secara Online Pada Mahasiswa Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta*, Skripsi Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta.
- Junadi & Sfenrianto, (2015). *A Model of Factors Influencing Consumer’s Intention To Use E-Payment System in Indonesia*. Universitas Bina Nusantara. Jakarta.
- Leong, L. Y., Ooi, K. B., Chong, A. Y. L., dan Lin, B., (2013). *Modeling The Stimulators of The Behavioral Intention to Use Mobile Entertainment: Does Gender Really Matter*. Published Computers in Human Behavior, 29(5), 2109–2121.
- Martins, C., Oliveira, T., dan Popovič, A., (2014). Understanding The Internet Banking Adoption: A unified Theory of Acceptance and Use of Technology and Perceived Risk Application.*International Journal of Information Management*, 34(1), 1–13.
- Margono, (2004). *Metodologi Penelitian Pendidikan*. Jakarta: PT Rineka Cipta
- Nazir. M, (1988), *Metode Penelitian*, Jakarta: Ghalia Indonesia

- Nur D., (2018). *Analisis Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Minat Penggunaan Electronic Money Di Indonesia*, Skripsi Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia.
- Nur I., (2000). Pengaruh Komputer Anxiety Terhadap Keahlian Dosen dalam Penggunaan Komputer. *Jurnal Akuntansi dan Auditing Indonesia*. 4 (2) 191-207.
- Nursalam., (2008). *Konsep dan Penerapan Metodologi Penelitian Ilmu Keperawatan*. Jakarta: Salemba Medika
- Orr L. V., (2009). *Computer Anxiety*. www.usm.maine.edu/~com/lindap~1htm. Diakses 1 Februari 2019
- Parasuraman, A., V.A., Zeithml dan L.L., Berry., (1998)., SERVQUAL : A Multiple Item Scale for Measuring Consumer Perception of Service Quality, *Jurnal of Retailing*.
- Pervan G.P & Shaper L.K, (2007). ICT and OTS A model of Information and Communication Technology Acceptance and Utilizations by Occupational Therapist. *International journal of Medical Informatics* .76(1): S212-S221.
- Renny M.P., (2016). *Pengaruh kualitas sistem, kualitas informasi dan kualitas layanan terhadap keberhasilan aplikasi mobile dalam bisnis Start-Up pada PT. Gojek Indonesia*. Tesis, Sanata Dharma University.
- Rifa D dan Gudono M., (1999). *Pengaruh Faktor Demografi dan Personality Terhadap Keahlian Dalam End-User Computing*. Tesis Universitas Diponegoro.
- Saadé R.G., dan Dennis K., (2009). Computer Anxiety in E-Learning: The Effect of Computer Self-Efficacy. *Journal of Information Technology Education*. 8 (1) 178-186.
- Saputri D.M., (2007). *Pengaruh Tingkat Computer Anxiety terhadap Kinerja Karyawan bagian Akuntansi (Survey pada Karyawan BPR Wilayah Surakarta)*. Skripsi tidak dipublikasikan. Universitas Sebelas Maret Surakarta.
- Schaper L.K. , Graham P. P., (2007). ICT and OTs: A model of information and communication technology acceptance and utilisation by occupational therapists. *International Journal of Medical Informatics* 76 (S) S212–S221
- Sekaran U, (2006). *Metodologi Penelitian untuk Bisnis*, Edisi 4, Buku 1, Jakarta: Salemba Empat
- Sudaryono, Eko A, dan Istiati A., (2005). *Pengaruh Computer Anxiety terhadap Keahlian Karyawan Bagian Akuntansi dalam Menggunakan Komputer*

- (Survei pada Perusahaan Tekstil di Surakarta). Simposium Nasional Akuntansi VIII 15-16 September: 894-902.
- Sugiyono, (2015). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif R&D*. Bandung: Alfabeta. Akuntansi XIII Mei 979-8433.
- Sun, H., dan Zhang P., (2006). Causal Relationship Between Perceived Enjoyment and Perceived Ease of Use: An Alternative Approach. *Journal of The Association for Information System*, 7(9) 618-639.
- Tam, C., dan Oliveira T., (2016). Performance impact of mobile banking: using the task-technology fit (TTF) approach. *International Journal of Bank Marketing*, 34(4), 434-457.
- Tornatzky, L. G., dan Klein, K. J., (1982). *Innovation characteristics and innovation adoption-implementation: A meta-analysis of findings*. IEEE Transactions on Engineering Management, EM-29(1), 28-45.
- Thompson, R. L., Higgins, C. A., Howell, J. M., Thompson, B. R. L., Higgins, C. A., Na, C., dan Howell, J. M., (1991). *Personal Computing: Toward a Conceptual Model of Utilization*, 15(1), 125-143.
- Urumsah, D. (2015). *Factors influencing consumers to use E-services in Indonesian airline companies*. *Advances in Business Marketing and Purchasing*, Vol. 23B, 5-254.
- Venkatesh, V., Morris, M. G., Davis, G. B., dan Davis, F. D., (2003). *User Acceptance of Information Technology: Toward a Unified View*. *MIS Quarterly*, 27(3), 425-478.
- Venkatesh, V., Thong, J. Y. L., dan Xu, X., (2012). *Consumer Acceptance and Use of Information Technology: Extending The Unified Theory of Acceptance and Use of Technology*. *MIS Quarterly*, 36(1), 157-178.
- Wulandari, A., (2018). *Faktor-Faktor yang Berpengaruh Terhadap Penggunaan dan Manfaat Aplikasi Berbasis Financial Technology pada Layanan Go-Pay*. Skripsi, Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia. Yogyakarta.
- Zhou, T., (2010). An Empirical Examination of Users' Post-Adoption Behaviour of Mobile Services. *Behaviour & Information Technology*, 30(2), 241-250.
- Zhao, L. *et al.*, (2012). Assessing the effects of service quality and justice on customer satisfaction and the continuance intention of mobile value-added services: an empirical test of a multidimensional model. *Decision Support Systems*, 52(3), 645-656.
- Zuldafrial., (2012). *Penelitian Kualitatif*. Surakarta: Yuma Pustaka

Bank Indonesia, (2016), Peraturan Bank Indonesia No. 18/17/PBI/2016 tanggal 29 Agustus 2016 perihal Perubahan Kedua atas Peraturan Bank Indonesia Nomor 11/12/PBI/2009 tentang Uang Elektronik (*Electronic Money*).
Bank Indonesia
http://www.bi.go.id/id/peraturan/sistempembayaran/Pages/PBI_181716.aspx





Kuesioner Penelitian
Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia
“Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Penggunaan Layanan OVO di Indonesia”

Assalamu'alaikum wr wb.

Perkenalkan saya mahasiswi Program Studi Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia yang saat ini sedang melakukan penelitian untuk memenuhi sebagian persyaratan dalam penyelesaian pendidikan. Penelitian yang sedang saya lakukan berjudul “Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Penggunaan Layanan OVO di Indonesia”. Sehubungan dengan hal tersebut, saya menyusun kuesioner yang didalamnya terdapat pertanyaan-pertanyaan yang dimaksudkan untuk memperoleh persepsi Bapak/Ibu/Saudara/i, khususnya berkenaan dengan layanan OVO.

Saya mohon kesediaan Bapak/Ibu/Saudara/i untuk mengisi kuesioner ini sesuai dengan petunjuk pengisiannya. Perlu saya sampaikan bahwa hasil penelitian ini hanya untuk kepentingan akademik dan akan terjamin kerahasiaannya. Bantuan dari Bapak/Ibu/Saudara/i untuk mengisi kuesioner ini dengan sejujur-jujurnya, secara obyektif, dan apa adanya sangat berarti bagi penelitian ini.

Atas bantuan dan kesediaan Bapak/Ibu/Saudara/i dalam mengisi kuesioner ini, saya ucapkan terimakasih.

Wassalamualaikum wr.wb.

Peneliti,

Nur Azizah Marhatin Farhani

Kuesioner penggunaan layanan ovo 1 – 7

Definisi :

Dalam kuesioner ini terdapat istilah penting yang menjadi pokok bahasan utama dalam penelitian yaitu Layanan OVO. Layanan OVO merupakan suatu alat pembayaran elektronik prabayar dimana nilai uang tertentu melekat padanya layanan OVO dapat diisi ulang dan dapat digunakan untuk membiayai berbagai transaksi pada lapak perdagangan tertentu.

Kuesioner ini terdiri dari 8 (Delapan) bagian. Tujuh (7) bagian pertama berisi aspek-aspek yang mempengaruhi konsumen dalam menggunakan layanan OVO, sedangkan bagian delapan berisi tentang informasi demografi.

Silakan jawab pernyataan-pernyataan di bawah ini dengan memberi tanda cek (√) pada tempat yang tersedia (□) untuk jawaban yang paling sesuai dengan kondisi anda.

Untuk menjawab bagian 1-7 silakan menggunakan skala sebagai berikut :

1	2	3	4	5	6
Sangat Tidak Setuju	Tidak Setuju	Agak Tidak Setuju	Agak Setuju	Setuju	Sangat Setuju

Sejauh mana anda setuju atas pernyataan-pernyataan dibawah ini. Silakan menggunakan skala diatas.

Dalam merespon pernyataan dibawah ini, silakan merujuk pada layanan ovo yang paling sering anda gunakan.

No.	Bagian 1	Kode : Can	1	2	3	4	5	6
1.	Saya merasa khawatir tentang penggunaan layanan OVO		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2.	Saya ragu menggunakan layanan OVO karena takut membuat kesalahan yang tidak bisa saya perbaiki.		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3.	Kecemasan dalam menggunakan layanan OVO cukup mengkhawatirkan bagi saya		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4.	Bekerja menggunakan layanan OVO akan membuat saya cemas		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5.	Layanan OVO membuat saya merasa tidak nyaman		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Kuesioner penggunaan layanan ovo 2 – 7

1 2 3 4 5 6
 Sangat Tidak Tidak Setuju Agak Tidak Agak Setuju Setuju Sangat Setuju
 Setuju Setuju Setuju

Sejauh mana anda setuju atas pernyataan-pernyataan dibawah ini. Silakan menggunakan skala diatas.

Dalam merespon pernyataan dibawah ini, silakan merujuk pada layanan ovo yang paling sering anda gunakan.

No.	Bagian 2	Kode : CA1	1	2	3	4	5	6
1.	Menggunakan layanan OVO adalah ide bagus		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2.	Saya akan merasa bahwa menggunakan layanan OVO adalah menyenangkan		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3.	Menggunakan layanan OVO adalah ide yang baik		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4.	Saya suka bekerja dengan menggunakan layanan OVO		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5.	Layanan OVO bertanggung jawab atas banyak hal yang kita nikmati		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
6.	Penggunaan layanan OVO meningkatkan standar hidup kita		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
No.	Bagian 3	Kode : PE	1	2	3	4	5	6
1.	Saya menemukan layanan OVO berguna dalam kehidupan sehari-hari saya		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2.	Menggunakan layanan OVO meningkatkan peluang saya untuk mencapai berbagai hal yang penting bagi saya		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3.	Menggunakan layanan OVO membantu saya menyelesaikan banyak hal dengan lebih cepat		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4.	Menggunakan layanan OVO meningkatkan produktivitas saya		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5.	Menggunakan layanan OVO menawarkan saya keunggulan yang kompetitif.		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
6.	Menggunakan layanan OVO saya merasa dapat menghemat waktu		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
7.	Menggunakan layanan OVO dapat memenuhi transaksi keuangan saya menjadi lebih cepat		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
8.	Menggunakan layanan OVO memberikan saya kenyamanan		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
9.	Menggunakan OVO saya akan menemukan layanan yang berguna dalam pekerjaan		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Kuesioner penggunaan layanan ovo 3-7

1 2 3 4 5 6
 Sangat Tidak Tidak Setuju Agak Tidak Agak Setuju Setuju Sangat Setuju
 Setuju Setuju Setuju

Sejauh mana anda setuju atas pernyataan-pernyataan dibawah ini. Silakan menggunakan skala diatas.

Dalam merespon pernyataan dibawah ini, silakan merujuk pada layanan ovo yang paling sering anda gunakan.

No.	Bagian 4	Kode : EE	1	2	3	4	5	6
1.	Layanan OVO pembayaran elektronik mudah digunakan		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2.	Layanan OVO fleksibilitas dalam transaksi		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3.	Layanan OVO pembayaran elektronik mudah dipelajari		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4.	Mempelajari cara menggunakan layanan OVO itu mudah bagi saya		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5.	Interaksi saya dengan layanan OVO jelas dan dapat dimengerti		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
6.	Mudah bagi saya untuk menjadi terampil dalam menggunakan layanan OVO.		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
No.	Bagian 5	Kode : Co	1	2	3	4	5	6
1.	Saya merasa layanan OVO cocok dengan gaya hidup saya.		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2.	Menggunakan layanan OVO sesuai dengan kebutuhan saya dalam berbelanja sehari-hari.		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3.	Saya merasa menggunakan layanan OVO mendukung gaya hidup saya		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4.	Saya percaya bahwa menggunakan layanan OVO akan sepenuhnya sesuai dengan situasi saya saat ini.		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
No.	Bagian 6	Kode : NB	1	2	3	4	5	6
1.	Menggunakan layanan OVO dapat mengurangi waktu yang saya habiskan dalam transaksi pembayaran.		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2.	Konsumen yang loyal pada layanan OVO mendapat keuntungan tambahan.		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3.	Menggunakan layanan OVO dapat meningkatkan keuntungan saya dalam transaksi pembayaran.		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4.	Secara keseluruhan, layanan OVO membantu saya untuk bertransaksi pembayaran secara <i>online</i> .		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Kuesioner penggunaan layanan ovo 4-7

Pernyataan-pernyataan berikut berkaitan dengan penggunaan layanan OVO.

1. Saya menggunakan layanan OVO paling sering di (pilih salah satu).....
- Tempat kerja Perpustakaan
- Rumah Tempat teman/saudara
- Kampus/sekolah Dimana saja via handphone
- Warung Internet Lain-lain, sebutkan.....

2. Saya menggunakan layanan OVO (misalkan membayar Grab-Food).....
- Setiap hari 1-11 kali dalam setahun
- 1-2 kali dalam sebulan 5 kali atau lebih dalam sebulan
- 3-4 kali dalam sebulan Tidak pernah

3. Biasanya, saya melakukan transaksi pembayaran pada setiap kesempatan menggunakan layanan OVO.

- 0 3
- 1 4
- 2 5 atau lebih.

4. Seberapa sering anda menggunakan layanan OVO dari pernyataan di bawah ini

	Hampir Tidak Pernah				Hampir Selalu	
	1	2	3	4	5	6
Pembayaran PLN	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Pembayaran Pulsa	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Pembayaran Paket Data	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Pembayaran Pascabayar	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Pembayaran BPJS Kesehatan	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Pembayaran TV Kabel	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Pembayaran Asuransi	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Pembayaran Iuran Lingkungan	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Bagian 8**Informasi Demografi**

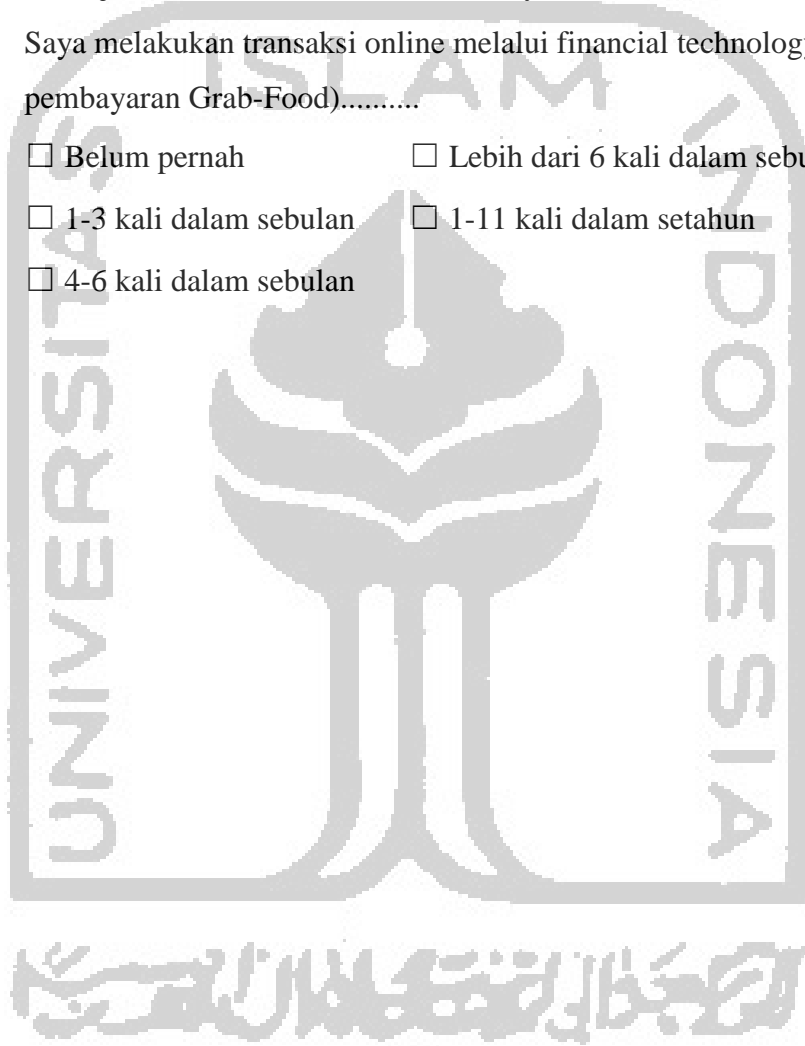
1. Nama Responden * : (Tidak wajib diisi)
2. Nomor HP Responden :
3. Jenis Kelamin
 - Pria Wanita
4. Kelompok Usia
 - Kurang dari 20 tahun 41 s/d 50 tahun
 - 21 s/d 30 tahun 51 s/d 60 tahun
 - 31 s/d 40 tahun Lebih dari 60 tahun
5. Apakah pendidikan terakhir anda?
 - SMA S2
 - D3 S3
 - S1 Lainnya (Sebutkan).....
6. Jenis Pekerjaan
 - PNS Wiraswasta
 - BUMN Karyawan Swasta
 - BUMD Lainnya (Sebutkan)
7. Pendapatan kotor per bulan
 - Kurang dari Rp. 2.000.000,-
 - Rp. 2.000.001 s/d Rp. 4.000.000
 - Rp. 4.000.001 s/d Rp. 6.000.000
 - Rp. 6.000.001 s/d Rp. 8.000.000
 - Rp. 8.000.001 s/d Rp. 10.000.000
 - Lebih dari Rp. 10.000.000
8. Seberapa lama pengalaman penggunaan *financial technology* anda?
 - Kurang dari 1 tahun 3+ s/d 6 tahun
 - 1 s/d 3 tahun lebih dari 6 tahun

9. Jenis financial technology khususnya aplikasi layanan e-payment apa saja yang pernah anda lakukan? (bisa lebih dari satu jawaban).

- Grab E-Cash
 T-Cash ShopeePay
 Gojek Lainnya (Sebutkan)

10. Saya melakukan transaksi online melalui financial technology (Contoh: pembayaran Grab-Food).....

- Belum pernah Lebih dari 6 kali dalam sebulan
 1-3 kali dalam sebulan 1-11 kali dalam setahun
 4-6 kali dalam sebulan



No	Comp Anxiety					Comp Attitude						Performance expectancy									Effort Expectancy						
	CAn1	CAn2	CAn3	CAn4	CAn5	CAt1	CAt2	CAt3	CAt4	CAt5	CAt6	PE1	PE2	PE3	PE4	PE5	PE6	PE7	PE8	PE9	EE1	EE2	EE3	EE4	EE5	EE6	
1	2	2	2	1	1	5	5	5	5	6	4	5	5	6	4	5	6	6	5	3	5	6	5	6	5	4	
2	3	3	3	2	2	5	5	5	4	5	4	5	5	5	5	4	6	6	5	5	5	5	5	5	5	5	
3	1	1	2	2	2	5	6	6	4	5	5	5	6	6	6	6	6	5	6	4	6	6	6	6	6	6	
4	5	6	5	6	5	1	2	2	2	2	2	2	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	
5	4	6	5	4	6	5	5	5	3	3	5	3	3	3	3	3	5	5	4	5	1	2	2	2	2	2	
6	6	6	5	5	6	2	2	2	2	2	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	1	2	2	1	1	1	
7	5	4	4	5	5	2	2	2	2	2	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	
8	4	4	3	4	3	6	6	6	5	6	6	6	5	6	4	4	6	6	6	3	6	6	6	6	6	6	
9	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	4	3	4	3	3	4	3	4	
10	3	4	2	2	2	4	4	4	4	3	3	4	4	4	3	3	5	5	4	4	5	5	6	4	4	5	
11	3	3	3	3	3	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	
12	6	5	5	6	5	4	4	4	4	3	4	4	5	4	5	4	5	5	4	5	1	2	2	2	2	1	
13	2	2	2	4	2	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	6	6	6	6	6	5	6	6	6	6	5	5
14	2	2	2	2	1	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	
15	1	2	1	2	2	5	5	5	4	4	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	6	5	5	
16	1	2	2	2	2	2	1	6	3	3	3	2	4	3	3	3	4	3	3	3	6	6	5	5	5	4	
17	4	4	5	3	5	2	3	3	3	3	3	4	5	4	4	5	5	5	3	5	3	4	4	4	4	5	
18	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	4	3	4	3	3	3	3	3	4	2	2	2	2	2	2	
19	3	2	2	2	2	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	5	5	5	5	
20	6	5	5	5	5	3	3	3	3	2	2	4	4	4	4	4	5	5	2	4	4	4	4	4	4	4	
21	2	2	2	2	2	4	5	5	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	
22	4	5	6	5	6	4	3	4	2	2	2	2	2	4	4	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	
23	6	5	5	5	6	3	1	2	2	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	2	2	2	2	2	
24	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	5	4	4	4	4	5	4	4	5	4	
25	5	5	5	5	5	4	4	4	3	2	3	3	3	4	4	3	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	
26	3	3	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	3	3	3	2	2	2	4	4	5	5	5	5	
27	3	4	4	3	3	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	6	5	5	5	5	5	5	5	5	5	
28	3	2	2	3	3	2	2	3	3	4	4	4	4	4	4	4	6	5	4	4	5	5	5	5	5	4	
29	1	1	1	1	1	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	
30	1	1	1	1	1	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	
31	3	3	2	2	2	5	6	5	6	6	4	5	5	4	6	6	4	5	4	5	5	4	5	5	5	4	
32	5	5	4	5	6	2	2	2	2	2	2	5	5	5	5	5	6	5	5	5	3	3	4	4	4	4	
33	4	5	5	5	6	3	3	3	3	3	3	3	5	5	5	5	5	5	5	5	2	2	1	1	2	2	
34	4	5	5	5	4	1	2	2	2	2	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	3	2	2	1	3	
35	6	6	5	4	6	2	2	2	2	2	2	5	5	6	5	5	5	5	5	6	2	3	2	2	2	3	
36	1	1	2	3	3	5	5	5	6	6	4	6	5	6	5	4	6	6	5	5	5	5	6	6	4	4	
37	3	3	3	3	3	6	5	5	5	6	4	5	5	6	5	4	6	6	5	4	5	5	4	4	3	4	
38	1	1	1	2	2	4	4	5	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	6	4	4	4	5	
39	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	6	5	4	5	4	4	6	6	6	5	5	5	5	5	5	5	
40	3	2	1	3	2	5	5	5	5	6	4	5	5	6	4	5	6	6	6	4	6	6	6	5	5	5	

No	Comp Anxiety					Comp Attitude						Performance expectancy									Effort Expectancy					
	CAn1	CAn2	CAn3	CAn4	CAn5	CAt1	CAt2	CAt3	CAt4	CAt5	CAt6	PE1	PE2	PE3	PE4	PE5	PE6	PE7	PE8	PE9	EE1	EE2	EE3	EE4	EE5	EE6
41	3	2	2	1	4	5	5	5	5	5	5	5	6	6	6	6	5	5	5	6	5	5	6	6	6	5
42	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	4	5	4	5	5	4	5	5	6	5	5	5	5	5	5	5
43	2	2	2	2	1	5	5	5	4	4	5	4	5	5	6	6	6	5	4	4	5	5	5	5	5	5
44	3	3	3	3	3	6	6	6	6	6	6	5	5	5	5	5	5	5	5	5	6	6	6	5	5	5
45	4	3	3	4	4	3	4	5	4	3	4	5	6	5	5	5	6	5	5	6	6	6	5	5	5	6
46	1	2	3	2	1	5	5	5	5	4	4	5	5	5	4	4	5	6	6	6	6	6	5	5	6	5
47	4	3	3	4	3	5	5	5	5	5	5	6	5	6	5	6	5	6	5	6	5	5	5	5	5	5
48	2	2	2	2	2	5	4	5	4	4	4	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5
49	2	3	2	2	3	3	3	3	4	4	4	4	4	5	4	4	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5
50	5	5	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	2	2	3	2	2
51	6	5	4	3	2	5	4	5	4	2	4	3	3	1	4	6	4	4	1	3	5	4	5	5	5	3
52	5	2	5	2	2	6	4	5	5	2	5	5	4	5	4	4	6	6	1	3	5	5	4	5	5	5
53	2	3	2	1	5	6	4	6	5	5	4	5	2	6	2	2	2	2	2	5	2	3	2	2	2	2
54	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	6	2	2	2	2	2	2	2	2	3	3	3	3
55	1	2	2	3	4	5	6	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	3	4	3	3	3	3	3	1
56	6	5	6	5	4	3	4	2	1	1	2	1	3	5	2	4	6	4	1	6	5	2	4	3	1	2
57	1	2	1	3	2	3	4	3	4	5	4	5	6	5	6	5	1	4	2	4	1	6	1	5	2	5
58	3	3	3	3	3	1	2	3	3	2	3	5	4	5	6	3	4	3	4	2	4	3	2	2	3	6
59	5	3	5	5	5	1	2	1	1	2	2	2	3	2	5	4	4	3	3	3	1	2	4	3	2	1
60	3	3	2	2	6	6	3	4	6	4	5	5	4	4	4	4	4	5	3	5	5	6	4	3	2	6
61	5	3	2	6	3	2	5	1	5	3	5	3	6	2	5	4	3	5	4	3	4	3	1	6	3	1
62	4	5	3	4	1	2	1	4	5	4	3	5	6	3	5	5	5	5	5	4	4	4	4	5	5	5
63	1	2	5	3	3	2	4	4	3	6	2	1	2	2	2	2	3	3	2	3	4	3	3	3	2	2
64	2	2	3	2	2	1	1	3	3	3	2	5	3	5	6	4	2	1	6	5	3	2	2	2	2	2
65	4	2	4	3	5	1	2	1	1	1	2	5	6	5	5	5	4	5	6	4	5	4	2	3	2	3
66	4	5	5	5	4	6	5	5	4	3	4	3	2	2	2	2	2	2	2	2	5	5	5	4	5	4
67	2	3	3	3	3	5	5	5	5	5	4	4	5	5	4	4	5	6	4	5	5	5	5	5	4	5
68	2	1	3	2	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	4	5	5	5	6	4	6	5
69	5	6	5	5	4	1	2	2	2	2	2	4	4	5	4	4	4	3	4	3	1	2	2	2	2	1
70	3	2	4	3	3	4	4	4	4	5	5	4	4	5	5	3	5	5	4	4	6	6	6	6	6	5
71	4	5	5	4	5	5	5	6	5	5	3	4	5	5	4	5	4	5	4	4	5	5	5	4	6	5
72	5	3	5	5	4	5	4	3	2	4	3	3	3	5	4	4	5	6	3	3	4	3	4	5	4	5
73	3	2	1	3	2	2	2	3	3	3	2	3	2	1	4	3	5	6	5	5	3	3	5	3	3	3
74	5	4	6	5	4	5	6	6	6	6	6	2	2	5	4	4	5	6	5	5	6	5	5	6	6	5
75	5	6	4	5	5	2	4	3	6	5	5	4	5	3	2	4	6	4	5	5	6	6	5	6	5	6
76	4	6	5	4	5	6	6	5	6	3	5	3	4	5	3	3	4	4	3	3	5	4	6	5	4	3
77	3	4	5	4	5	5	5	4	4	1	3	5	4	5	6	4	5	5	4	5	4	6	5	3	3	3
78	5	2	5	3	6	4	3	3	4	4	2	5	4	1	3	3	3	4	4	5	4	3	6	5	5	6
79	4	5	6	5	4	5	6	5	6	5	4	4	3	5	4	5	6	4	6	6	1	2	2	3	2	6
80	1	2	2	3	2	3	5	4	5	3	6	5	5	6	5	4	3	6	6	5	5	5	3	3	4	2

No	Comp Anxiety					Comp Attitude						Performance expectancy									Effort Expectancy					
	CAn1	CAn2	CAn3	CAn4	CAn5	CAt1	CAt2	CAt3	CAt4	CAt5	CAt6	PE1	PE2	PE3	PE4	PE5	PE6	PE7	PE8	PE9	EE1	EE2	EE3	EE4	EE5	EE6
81	4	2	6	4	5	5	4	6	5	4	6	4	6	5	4	4	6	6	5	3	5	5	4	6	3	6
82	6	5	1	4	2	5	2	3	6	4	3	1	6	4	2	4	3	5	4	2	2	2	5	3	2	1
83	6	4	3	2	5	1	3	2	3	3	2	2	2	3	3	1	4	2	2	2	2	4	2	3	3	5
84	4	2	3	3	2	2	4	3	6	5	3	5	6	3	6	5	4	5	4	4	2	3	3	2	1	1
85	1	6	3	4	2	4	6	4	2	2	4	5	6	5	4	3	2	5	4	3	6	3	4	1	2	4
86	2	5	3	5	6	2	5	3	6	6	4	2	1	2	4	6	4	3	5	6	6	6	6	6	6	6
87	3	2	6	5	2	6	5	4	3	4	4	6	5	3	2	6	3	5	4	1	6	1	3	3	1	5
88	2	5	2	1	3	1	4	2	6	3	5	2	4	2	6	4	2	5	3	3	3	5	2	6	6	5
89	5	4	6	3	5	2	4	2	1	4	3	3	5	2	3	5	6	3	4	3	2	4	6	5	6	5
90	4	6	3	3	2	1	6	4	6	4	6	6	5	5	6	5	6	5	4	4	3	5	2	5	3	4
91	4	4	6	5	6	3	6	4	4	6	5	3	6	4	5	4	3	5	3	2	2	3	6	2	5	6
92	4	6	3	2	6	6	4	2	6	4	3	6	5	5	5	3	2	5	6	4	3	2	3	2	2	2
93	3	2	5	6	5	3	2	3	3	2	2	2	4	2	2	3	5	2	2	2	2	5	3	6	4	3
94	3	5	3	5	6	3	5	3	1	6	5	5	6	5	5	2	5	5	5	5	2	1	5	6	4	3
95	4	5	2	4	3	1	4	3	2	2	2	1	2	3	3	2	2	2	3	2	2	3	3	3	2	3
96	1	4	4	2	4	2	5	3	6	3	4	2	3	3	6	3	4	1	2	4	2	2	5	4	2	5
97	5	3	5	2	6	1	4	5	3	5	2	3	3	6	4	2	6	2	3	6	3	2	2	4	5	6
98	4	2	5	3	6	5	2	6	4	5	1	4	3	2	2	3	3	3	2	2	4	4	2	6	6	6
99	3	1	5	3	6	3	2	6	3	4	3	5	3	2	5	5	6	6	6	6	5	2	5	3	6	6
100	4	2	6	4	2	6	2	5	4	1	6	6	6	6	6	6	5	6	3	5	6	4	6	5	2	2
101	3	2	4	4	6	5	4	4	3	1	1	5	3	4	6	1	3	1	6	5	3	4	3	4	4	3
102	3	6	4	2	6	4	2	6	4	6	6	1	3	2	5	4	6	3	5	1	6	4	5	5	6	3
103	4	2	6	3	5	3	6	4	2	1	4	3	2	5	3	2	5	3	3	3	1	3	5	5	6	5
104	1	6	5	4	3	4	4	2	6	4	1	1	5	5	5	6	2	4	5	4	5	5	4	3	1	4
105	3	6	4	6	4	2	3	3	2	2	2	3	2	3	3	3	2	3	3	3	4	1	2	4	3	5
106	4	2	5	2	3	5	5	6	3	4	6	3	4	5	6	6	6	4	4	2	4	3	5	6	2	3
107	3	2	4	6	5	4	6	2	1	3	3	5	3	2	5	6	2	3	5	6	4	2	3	5	6	6
108	4	4	2	5	2	6	5	5	6	4	3	2	4	4	3	1	5	6	4	3	4	3	6	5	2	3
109	1	5	1	4	6	2	4	6	5	1	2	3	6	6	5	6	5	6	4	6	2	1	4	6	3	2
110	2	3	1	4	6	3	5	6	3	4	2	5	6	3	3	5	3	4	4	6	3	2	5	4	1	4
111	3	2	5	3	6	3	1	3	4	5	6	3	5	4	6	5	5	5	5	6	4	3	2	5	4	6
112	4	2	3	1	2	4	3	5	6	6	3	3	3	4	3	3	3	3	3	2	4	3	6	5	4	2
113	3	3	3	3	1	2	5	3	5	3	5	4	2	5	6	3	4	1	2	1	5	4	3	6	4	3
114	6	5	5	5	6	3	1	2	2	2	2	1	2	2	2	2	2	2	4	3	6	5	4	6	3	5
115	2	3	2	2	2	1	2	3	2	4	5	5	6	6	5	4	4	6	5	6	4	3	1	4	5	5
116	2	4	5	6	2	3	5	3	4	4	5	2	3	5	5	3	6	5	5	5	2	4	5	5	4	5
117	2	4	3	5	6	1	3	4	2	5	6	1	3	2	5	6	5	6	6	6	5	3	5	4	2	5
118	2	4	4	6	1	3	5	2	4	4	5	2	5	3	5	6	6	6	3	6	2	4	5	5	6	6
119	3	5	6	2	4	5	2	3	4	4	5	6	4	1	2	4	5	2	4	3	3	2	1	4	5	5
120	1	2	2	1	1	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6

No	Comp Anxiety					Comp Attitude						Performance expectancy									Effort Expectancy					
	CAn1	CAn2	CAn3	CAn4	CAn5	CAt1	CAt2	CAt3	CAt4	CAt5	CAt6	PE1	PE2	PE3	PE4	PE5	PE6	PE7	PE8	PE9	EE1	EE2	EE3	EE4	EE5	EE6
121	4	4	5	5	2	6	5	4	3	6	3	2	4	2	5	6	3	4	4	4	4	6	4	3	2	5
122	2	4	1	2	3	5	4	3	6	4	3	1	2	5	3	6	6	5	2	3	5	2	4	5	6	3
123	3	4	1	6	3	3	2	4	3	3	3	4	3	5	3	1	4	3	6	6	4	3	5	6	5	4
124	4	5	4	4	4	3	2	2	1	3	3	3	3	5	6	3	2	3	5	3	3	2	6	4	6	5
125	4	5	5	5	4	4	5	4	6	4	6	2	3	3	4	3	3	2	2	3	3	2	4	4	3	5
126	2	4	3	5	6	1	2	2	2	1	2	3	3	3	2	3	3	3	3	3	1	3	5	6	2	3
127	3	2	4	3	6	1	2	5	4	6	3	2	3	2	3	3	2	2	3	3	3	5	4	3	2	5
128	3	2	5	6	5	2	4	3	6	4	5	3	4	5	6	5	3	5	2	5	4	5	4	6	6	5
129	3	2	4	2	5	3	6	5	4	3	3	5	5	5	4	6	5	4	5	5	2	4	2	1	5	4
130	3	6	4	4	1	4	4	6	4	4	5	2	4	3	5	5	2	5	5	5	2	2	5	3	6	6
131	4	2	5	5	4	5	4	4	4	6	5	2	3	4	4	5	5	2	4	1	3	1	3	3	3	3
132	4	2	1	5	4	4	4	3	4	5	6	3	2	4	3	4	5	1	3	4	2	4	3	6	4	2
133	3	2	6	5	4	2	3	4	5	6	2	3	2	5	6	4	2	4	3	4	4	6	3	5	1	5
134	1	4	5	3	4	3	5	6	2	4	5	5	4	2	2	4	3	6	5	5	3	4	5	2	5	6
135	5	2	2	2	1	5	3	4	3	3	5	2	1	4	3	5	6	6	5	6	2	3	4	5	6	2
136	5	5	4	5	4	6	4	4	5	4	3	2	5	3	4	6	3	5	6	3	3	4	5	2	6	6
137	1	4	6	4	6	3	4	3	2	5	3	2	4	5	6	3	2	3	3	4	3	4	1	3	4	2
138	4	2	1	3	2	4	4	4	4	5	6	4	5	4	4	4	5	6	5	3	5	2	4	3	5	5
139	2	5	3	4	2	4	3	2	1	3	3	5	3	5	6	3	3	4	3	5	3	5	5	3	6	4
140	3	5	6	3	3	2	2	2	5	5	4	4	4	5	5	5	5	3	5	5	1	6	5	4	3	5
141	3	1	1	2	3	3	4	2	5	3	4	2	4	3	6	5	1	4	2	4	1	3	2	5	4	6
142	1	3	3	4	6	4	4	6	5	4	4	4	5	5	5	3	5	2	5	5	1	3	5	6	5	4
143	5	3	4	4	5	2	4	5	1	4	2	5	5	2	4	6	3	1	5	3	1	2	5	5	5	3
144	1	3	4	2	1	3	4	3	5	6	3	4	1	3	3	5	3	2	5	5	2	4	3	5	6	3
145	2	5	6	4	6	5	4	3	2	5	5	2	5	4	2	4	4	2	5	4	4	2	1	3	2	2
146	2	6	5	5	6	2	3	5	3	5	5	3	5	2	4	2	3	5	5	5	2	5	3	3	2	2
147	4	2	5	4	3	6	5	3	4	3	3	5	3	2	4	5	2	5	6	1	4	5	5	5	4	3
148	3	2	4	5	6	2	2	3	5	3	1	3	6	6	4	2	4	4	6	4	1	5	4	3	2	4
149	3	6	2	1	4	2	4	5	4	3	5	2	4	4	5	2	6	4	4	2	3	5	1	6	2	3
150	3	1	5	4	5	4	5	4	4	4	6	2	5	4	4	5	6	1	5	5	3	5	4	1	5	6
151	2	4	6	4	3	5	4	5	6	4	3	2	4	6	4	2	4	5	3	2	3	4	5	2	3	6
152	3	2	6	5	4	4	3	6	4	5	5	5	5	5	5	5	6	5	5	5	4	3	6	6	4	4
153	4	4	4	4	4	4	6	3	3	6	5	3	4	2	6	4	3	4	6	3	3	5	5	2	6	4
154	3	1	1	1	3	3	2	3	3	1	2	4	2	2	3	5	3	4	4	3	4	6	5	3	2	2
155	3	1	4	6	5	3	5	6	3	3	4	4	4	4	4	4	5	4	4	3	2	2	5	3	3	
156	5	3	6	5	4	1	2	4	6	5	3	5	4	6	3	4	5	2	6	5	4	2	5	3	6	5
157	3	2	5	3	4	3	2	5	4	2	3	6	5	5	4	6	4	2	5	6	4	3	3	3	5	5
158	1	3	5	2	5	4	4	4	5	4	4	1	2	3	5	5	3	4	2	6	3	3	4	5	2	6
159	4	3	6	5	4	2	3	4	4	2	1	2	2	3	2	2	3	2	2	3	2	4	6	5	2	5
160	3	5	1	3	5	4	4	4	6	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	4	2	1	2
Rata	3.23	3.39	3.63	3.53	3.70	3.60	3.87	3.96	3.92	3.86	3.74	3.74	4.05	4.14	4.23	4.15	4.27	4.20	4.16	4.12	3.74	3.88	4.04	4.21	3.94	4.11

No	Compability				Penggunaan OVO								Net Benefit			
	Co1	Co2	Co3	Co4	PL1	PL2	PL3	PL4	PL5	PL6	PL7	PL8	NB1	NB2	NB3	NB4
1	6	6	5	5	4	5	5	5	6	3	3	3	6	5	5	6
2	5	5	5	5	4	5	5	5	3	2	3	3	5	5	5	5
3	5	4	5	5	4	4	3	4	4	2	2	2	6	5	5	5
4	5	5	5	5	1	5	1	1	1	1	1	1	2	2	2	3
5	3	3	4	4	1	1	1	1	1	1	1	1	3	3	3	5
6	1	2	2	2	1	2	1	1	1	1	1	1	4	4	4	4
7	3	3	3	3	1	1	1	1	1	1	1	1	4	4	3	3
8	5	5	4	5	4	5	5	6	5	3	3	3	6	2	4	6
9	3	3	3	3	2	2	2	2	2	2	2	2	3	3	3	3
10	4	5	4	4	4	4	4	3	2	3	3	3	5	6	5	5
11	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
12	4	4	4	4	1	3	2	1	1	1	1	1	4	4	4	4
13	5	5	5	5	4	6	6	6	5	3	4	3	5	6	6	5
14	6	6	6	6	5	6	6	4	6	3	2	3	6	6	6	6
15	6	5	4	4	6	6	5	4	5	5	4	5	5	6	5	4
16	3	4	4	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4
17	4	6	6	5	2	2	2	2	2	2	2	2	6	4	5	5
18	1	2	2	2	1	1	1	1	1	1	1	1	4	3	4	4
19	3	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4
20	2	3	3	3	3	3	3	4	3	3	2	1	5	4	4	5
21	4	5	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	5	4	4	5
22	2	4	2	2	1	3	3	1	1	1	1	1	4	5	5	4
23	4	4	4	4	1	1	1	1	1	1	1	1	3	3	3	3
24	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4
25	3	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4
26	3	3	3	3	1	1	1	1	1	1	1	1	2	3	5	5
27	6	5	5	6	3	3	3	3	3	3	3	3	6	5	5	5
28	5	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	5	4	4	4
29	6	6	6	6	6	5	6	6	3	3	3	3	1	6	6	6
30	6	6	6	6	6	6	5	5	5	3	3	3	6	5	5	6
31	5	4	4	4	6	5	5	6	6	5	4	4	5	5	4	4
32	1	1	3	2	1	1	1	1	1	1	1	1	4	3	3	3
33	3	2	2	2	1	1	1	1	1	1	1	1	5	5	5	5
34	4	4	4	4	1	4	1	1	1	1	1	1	6	6	6	6
35	3	3	3	3	1	1	1	1	1	1	1	1	3	3	3	3
36	5	6	5	6	6	5	5	6	5	4	4	4	6	5	5	6
37	3	4	4	5	4	3	6	4	4	4	2	2	5	5	5	6
38	4	5	5	4	4	6	6	4	4	3	3	3	5	5	5	5
39	4	5	5	5	3	5	6	4	4	4	4	4	6	6	5	5
40	4	5	5	5	5	6	6	6	5	5	4	3	5	4	5	6

No	Compability				Penggunaan OVO								Net Benefit			
	Co1	Co2	Co3	Co4	PL1	PL2	PL3	PL4	PL5	PL6	PL7	PL8	NB1	NB2	NB3	NB4
41	5	5	6	6	5	6	6	5	5	5	3	3	4	4	4	5
42	6	6	6	5	3	5	5	4	3	2	2	2	5	5	5	5
43	4	4	4	4	5	6	6	5	5	3	3	3	5	5	6	5
44	6	5	5	5	1	6	6	2	2	1	1	1	5	5	4	4
45	5	5	5	5	5	5	5	3	2	1	1	1	6	6	5	6
46	5	5	5	5	6	6	6	5	4	2	2	2	6	6	6	6
47	4	5	4	4	6	6	6	5	5	3	3	3	5	5	5	5
48	5	4	5	5	3	4	4	2	3	1	1	1	5	5	5	5
49	4	4	4	4	4	4	4	1	2	2	2	1	5	4	4	5
50	6	5	6	5	2	3	3	1	2	1	2	2	5	5	6	6
51	1	5	5	4	3	3	3	3	3	3	3	3	5	3	4	6
52	2	5	2	4	3	3	3	3	3	2	2	2	5	4	5	6
53	3	4	2	5	2	2	1	1	2	1	2	1	5	3	6	6
54	2	3	3	3	1	1	1	1	1	1	1	1	3	2	3	3
55	1	2	2	2	1	2	2	1	3	1	3	1	2	2	3	3
56	4	3	5	1	3	5	1	3	2	4	6	3	2	1	2	1
57	2	4	3	4	1	2	4	3	5	2	6	1	4	4	4	4
58	1	3	2	5	6	3	3	2	2	3	2	3	2	3	5	4
59	5	1	6	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	2	2
60	5	2	3	6	4	6	5	3	4	3	3	4	5	5	5	4
61	6	3	1	2	5	4	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3
62	1	2	2	3	4	4	4	4	4	1	3	1	4	3	3	6
63	5	5	4	3	4	1	1	3	5	1	5	4	3	5	6	2
64	6	1	2	3	1	1	1	2	2	2	3	1	3	1	3	4
65	3	5	4	3	1	2	2	2	1	1	3	1	6	2	5	5
66	3	3	4	4	1	1	1	1	4	2	4	1	4	5	4	6
67	5	5	4	3	2	5	5	4	4	1	3	1	4	4	5	6
68	6	5	5	6	2	2	5	5	6	5	3	3	5	4	3	4
69	3	2	3	3	1	1	1	1	1	1	1	1	5	4	5	5
70	3	4	5	4	5	4	4	5	4	5	5	5	4	3	4	6
71	1	2	1	3	2	2	2	1	5	4	4	5	3	3	2	5
72	3	5	2	2	2	1	3	2	1	2	1	1	3	3	5	6
73	3	5	3	3	5	1	3	2	5	1	1	1	5	3	3	6
74	4	3	3	5	5	6	5	5	5	4	4	4	4	4	6	5
75	3	2	3	4	5	4	5	5	6	6	5	4	2	2	3	5
76	3	4	3	4	2	2	2	1	3	2	2	2	5	5	4	5
77	5	4	3	4	5	4	4	3	5	6	3	3	5	4	5	6
78	4	4	6	5	5	2	3	3	2	5	1	5	4	6	5	2
79	4	5	3	6	3	2	1	5	6	1	2	1	4	5	4	6
80	2	4	5	3	6	6	6	6	5	4	4	3	5	3	6	6

No	Compability				Penggunaan OVO								Net Benefit			
	Co1	Co2	Co3	Co4	PL1	PL2	PL3	PL4	PL5	PL6	PL7	PL8	NB1	NB2	NB3	NB4
81	5	6	3	6	4	3	3	5	4	2	5	5	5	4	6	3
82	2	3	3	3	3	1	1	1	6	2	5	2	5	6	4	2
83	6	4	2	5	3	1	3	1	2	1	3	1	5	6	5	6
84	4	6	5	3	2	1	3	2	4	1	1	3	4	3	2	2
85	5	4	2	4	2	4	4	4	6	5	5	2	5	5	5	5
86	4	3	2	2	4	2	5	2	6	1	4	5	5	4	4	6
87	3	2	5	4	1	6	3	5	2	1	3	2	6	4	4	4
88	6	4	5	6	2	1	4	3	3	3	2	4	4	4	4	6
89	5	2	5	6	5	2	5	3	6	2	6	3	5	4	6	3
90	5	5	2	3	3	4	1	4	2	5	2	6	4	5	2	5
91	2	6	4	6	1	6	1	5	5	3	2	4	5	3	5	5
92	2	2	2	3	2	4	3	1	1	1	1	2	3	2	4	5
93	2	5	3	3	1	1	1	3	4	2	1	3	2	5	4	6
94	3	2	6	4	4	4	4	4	5	4	6	4	4	4	4	6
95	3	2	4	6	3	1	1	2	1	1	2	2	3	3	3	5
96	3	5	5	6	2	2	4	2	5	2	4	3	3	5	6	3
97	2	5	6	3	4	3	2	5	3	5	3	3	3	5	2	5
98	4	5	5	5	3	2	2	1	1	2	6	1	4	2	5	2
99	3	5	2	5	4	2	6	2	4	4	4	3	5	3	6	3
100	6	6	5	6	5	5	6	5	5	6	4	4	4	6	5	5
101	4	3	5	5	2	4	2	5	2	6	3	4	3	6	1	5
102	4	3	4	3	5	2	6	6	1	5	1	1	2	6	5	3
103	1	3	6	4	4	2	2	1	6	4	4	3	3	2	5	4
104	3	5	6	4	2	5	2	5	2	6	6	6	3	2	5	6
105	4	6	4	4	1	1	1	1	1	2	1	1	3	5	4	6
106	5	3	6	6	1	3	5	6	3	1	3	4	5	3	2	1
107	4	3	2	4	3	4	5	6	2	4	3	3	5	6	3	3
108	2	5	4	3	2	1	2	3	3	2	4	1	5	3	6	5
109	5	6	4	6	6	4	2	6	6	6	6	4	2	3	6	4
110	4	5	3	5	3	2	3	3	5	1	5	2	4	2	5	4
111	5	4	5	6	2	4	3	5	6	2	1	1	1	2	3	6
112	6	5	4	5	2	1	2	3	2	1	1	1	1	3	3	6
113	5	5	6	4	6	5	6	6	3	2	1	1	3	1	3	6
114	3	1	2	4	3	3	1	1	1	1	1	1	4	6	5	5
115	5	5	5	5	6	6	6	6	6	6	6	6	6	5	5	6
116	3	3	1	3	2	3	3	3	5	2	4	3	2	6	2	2
117	5	2	3	6	1	2	5	2	5	4	1	1	3	5	3	5
118	3	3	3	5	4	2	1	3	2	1	4	5	6	6	6	6
119	5	5	6	5	3	2	5	3	1	5	4	6	4	6	3	1
120	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	5	5	5	5

No	Compability				Penggunaan OVO								Net Benefit			
	Co1	Co2	Co3	Co4	PL1	PL2	PL3	PL4	PL5	PL6	PL7	PL8	NB1	NB2	NB3	NB4
121	2	4	3	3	2	1	2	3	1	5	3	4	4	5	2	5
122	4	3	6	5	4	3	5	2	5	3	1	1	2	5	3	6
123	3	5	6	5	5	2	2	2	3	1	4	4	4	5	4	6
124	5	2	4	3	2	1	3	2	2	2	3	3	4	4	4	5
125	3	1	6	5	2	3	4	1	2	1	1	1	4	2	4	6
126	2	5	4	6	3	2	1	2	1	1	4	3	4	4	4	6
127	3	2	5	6	2	1	4	3	2	2	2	1	4	4	5	3
128	4	4	4	4	2	2	4	4	3	2	3	4	2	3	2	4
129	3	1	6	5	6	3	5	3	2	5	4	3	3	3	2	4
130	3	2	5	6	2	4	2	6	3	5	3	4	4	2	3	6
131	1	3	2	3	2	2	1	1	3	4	2	4	3	6	4	2
132	3	4	5	6	2	4	4	6	3	1	4	3	4	4	6	6
133	5	2	4	5	3	2	4	5	3	1	2	5	5	3	5	6
134	4	2	5	4	3	2	4	2	5	2	4	2	4	3	3	3
135	1	3	4	5	2	1	4	4	5	6	6	6	4	5	5	6
136	3	6	2	4	2	3	1	2	3	4	2	5	3	5	2	4
137	3	1	4	6	3	5	2	1	2	1	1	1	3	3	3	3
138	4	3	2	6	3	4	4	4	3	5	2	2	5	5	5	4
139	4	5	2	2	3	2	5	3	4	3	1	2	5	4	5	4
140	3	1	1	2	4	1	2	1	3	1	3	2	4	4	5	4
141	2	6	5	4	4	4	4	5	3	2	2	3	5	5	6	6
142	3	3	1	4	3	5	3	4	4	3	6	4	2	3	5	2
143	2	5	2	2	4	3	1	4	3	2	1	1	2	4	5	3
144	1	3	1	5	2	2	1	3	1	2	1	4	2	5	4	3
145	2	2	2	2	1	2	1	2	1	4	1	2	3	5	5	1
146	1	4	6	5	3	3	2	1	1	4	2	2	3	5	3	4
147	5	5	4	6	4	3	3	5	6	6	3	3	5	5	5	5
148	2	2	3	5	4	2	1	2	4	3	2	3	2	5	3	5
149	4	3	5	2	2	4	3	1	6	5	4	3	4	4	4	4
150	3	1	5	3	3	3	2	1	3	4	2	2	6	4	3	5
151	6	4	1	2	3	2	3	4	3	3	2	2	5	4	5	5
152	6	6	6	6	5	5	5	6	6	4	4	4	5	5	6	5
153	3	6	5	3	3	3	3	3	2	1	1	4	4	6	3	4
154	5	1	4	3	1	3	3	2	6	2	2	3	4	3	6	6
155	2	4	4	6	2	5	4	3	5	6	2	5	4	2	3	6
156	3	2	5	4	3	3	2	1	1	2	1	1	5	3	3	3
157	6	5	5	5	5	6	5	5	3	3	3	4	2	3	2	3
158	2	6	5	4	2	3	3	1	3	3	5	3	2	3	5	5
159	4	3	6	5	4	3	2	2	2	1	2	3	3	6	5	2
160	6	2	6	6	4	3	4	4	3	3	3	4	6	3	5	5
Rata	3.71	3.84	3.96	4.22	3.08	3.17	3.24	3.11	3.26	2.74	2.78	2.68	4.06	4.07	4.22	4.54

Frequency Table

Jenis Kelamin

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Pria	115	71.9	71.9	71.9
	Wanita	45	28.1	28.1	100.0
	Total	160	100.0	100.0	

Kelompok Usia

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	21 s/d 30 tahun	105	65.6	65.6	65.6
	31 s/d 40 tahun	20	12.5	12.5	78.1
	41 s/d 50 tahun	11	6.9	6.9	85.0
	Kurang dari 20 tahun	24	15.0	15.0	100.0
	Total	160	100.0	100.0	

Apakah pendidikan terakhir anda?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	D3	19	11.9	11.9	11.9
	S1	57	35.6	35.6	47.5
	S2	9	5.6	5.6	53.1
	S3	3	1.9	1.9	55.0
	Sd	1	.6	.6	55.6
	SMA	70	43.8	43.8	99.4
	SMP	1	.6	.6	100.0
	Total	160	100.0	100.0	

Pekerjaan

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Belum bekerja	1	.6	.6	.6
Bengkel	1	.6	.6	1.3
BUMD	15	9.4	9.4	10.6
BUMN	18	11.3	11.3	21.9
Cleaning servis	1	.6	.6	22.5
Juru parkir	1	.6	.6	23.1
Karyawan indomaret	1	.6	.6	23.8
Karyawan Swasta	27	16.9	16.9	40.6
Mahasiswa	4	2.5	2.5	43.1
Mahasiswa	15	9.4	9.4	52.5
Mahasiswi	3	1.9	1.9	54.4
Montir	1	.6	.6	55.0
Nelayan	6	3.8	3.8	58.8
Part time	1	.6	.6	59.4
PDAM	2	1.3	1.3	60.6
Pedagang	5	3.1	3.1	63.7
Pelajar	2	1.3	1.3	65.0
Perhotelan	2	1.3	1.3	66.3
Petani	4	2.5	2.5	68.8
PLTU	1	.6	.6	69.4
PNS	19	11.9	11.9	81.3
Psda	1	.6	.6	81.9
Sales jalan	1	.6	.6	82.5
Satpam	2	1.3	1.3	83.8
Security	1	.6	.6	84.4
Supir	1	.6	.6	85.0
Teknik sipil	3	1.9	1.9	86.9
Tukang las	1	.6	.6	87.5
Tukang sol	1	.6	.6	88.1
Wiraswasta	19	11.9	11.9	100.0
Total	160	100.0	100.0	

Pendapatan kotor per bulan

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Kurang dari Rp. 2.000.000,-	54	33.8	33.8	33.8
Lebih dari Rp. 10.000.000	2	1.3	1.3	35.0
Rp. 2.000.001 s/d Rp. 4.000.000	68	42.5	42.5	77.5
Rp. 4.000.001 s/d Rp. 6.000.000	26	16.3	16.3	93.8
Rp. 6.000.001 s/d Rp. 8.000.000	6	3.8	3.8	97.5
Rp. 8.000.001 s/d Rp. 10.000.000	4	2.5	2.5	100.0
Total	160	100.0	100.0	

Seberapa lama pengalaman penggunaan financial technology anda?

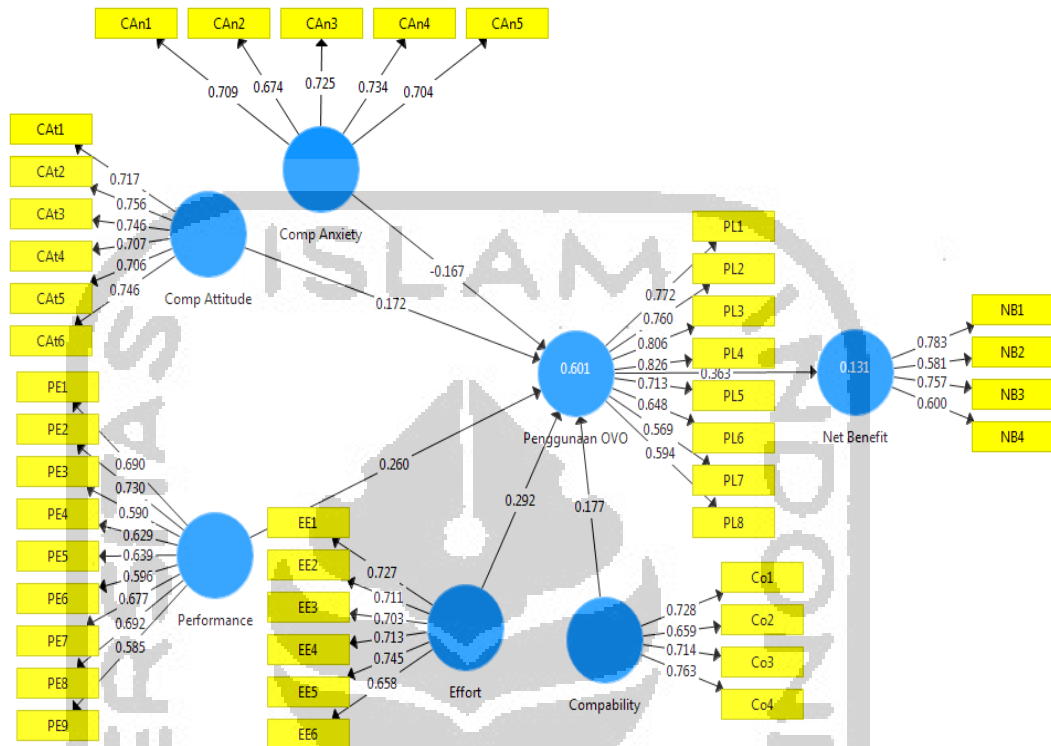
	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1 s/d 3 tahun	61	38.1	38.1
	3+ s/d 6 tahun	24	15.0	53.1
	Kurang dari 1 tahun	43	26.9	80.0
	Lebih dari 6 tahun	32	20.0	100.0
	Total	160	100.0	100.0

Jenis financial technology khususnya aplikasi layanan e-payment apa saja yang pernah anda lakukan? (bisa lebih dari satu jawaban)

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	E-Cash	21	13.1	13.1
	Gojek	60	37.5	50.6
	Gopay dan shopeepay	1	.6	51.2
	grab	3	1.9	53.1
	Grab	26	16.3	69.4
	OVO	1	.6	70.0
	Semua jawaban	1	.6	70.6
	ShopeePay	23	14.4	85.0
	T-Cash	23	14.4	99.4
	tcash, grab	1	.6	100.0
	Total	160	100.0	100.0

Saya melakukan transaksi online melalui financial technology (Contoh: pembayaran Grab-Food).....

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1 - 11 kali dalam setahun	11	6.9	6.9
	1 - 3 kali dalam sebulan	102	63.7	70.6
	4 - 6 kali dalam sebulan	24	15.0	85.6
	Lebih dari 6 kali dalam sebulan	23	14.4	100.0
	Total	160	100.0	100.0



Final Results Path Coefficients

- Mean, STDEV, T-Values, P-Values
- Confidence Intervals
- Confidence Intervals Bias Corrected
- Samples

	Original Sample (O)	Sample Mean (M)	Standard Deviation (STDEV)	T Statistics ((O/STDEV))	P Values
Comp Anxiety -> Penggunaan OVO	-0.167	-0.168	0.061	2.739	0.003
Comp Attitude -> Penggunaan OVO	0.172	0.176	0.074	2.316	0.010
Compability -> Penggunaan OVO	0.177	0.174	0.061	2.927	0.002
Effort -> Penggunaan OVO	0.292	0.288	0.067	4.356	0.000
Penggunaan OVO -> Net Benefit	0.363	0.379	0.069	5.245	0.000
Performance -> Penggunaan OVO	0.260	0.267	0.062	4.195	0.000

Total Indirect Effects

- Mean, STDEV, T-Values, P-Values
- Confidence Intervals
- Confidence Intervals Bias Corrected
- Samples

	Original Sample (O)	Sample Mean (M)	Standard Deviation (STDEV)	T Statistics (O/STDEV)	P Values
Comp Anxiety -> Net Benefit	-0.061	-0.064	0.027	2.207	0.014
Comp Anxiety -> Penggunaan OVO					
Comp Attitude -> Net Benefit	0.062	0.067	0.032	1.976	0.024
Comp Attitude -> Penggunaan OVO					
Compability -> Net Benefit	0.064	0.066	0.027	2.347	0.010
Compability -> Penggunaan OVO					
Effort -> Net Benefit	0.106	0.108	0.029	3.637	0.000
Effort -> Penggunaan OVO					
Penggunaan OVO -> Net Benefit					
Performance -> Net Benefit	0.094	0.102	0.032	2.980	0.002
Performance -> Penggunaan OVO					

Specific Indirect Effects

- Mean, STDEV, T-Values, P-Values
- Confidence Intervals
- Confidence Intervals Bias Corrected
- Samples

	Original Sample (O)	Sample Mean (M)	Standard Deviation (STDEV)	T Statistics (O/STDEV)	P Values
CAnt -> PL -> NB	-0.061	-0.064	0.027	2.207	0.014
Catt -> PL -> NB	0.062	0.067	0.032	1.976	0.024
Co -> PL -> NB	0.064	0.066	0.027	2.347	0.010
EE -> PL -> NB	0.106	0.108	0.029	3.637	0.000
PE -> PL -> NB	0.094	0.102	0.032	2.980	0.002

Total Effects

- Mean, STDEV, T-Values, P-Values
- Confidence Intervals
- Confidence Intervals Bias Corrected
- Samples

	Original Sample (O)	Sample Mean (M)	Standard Deviation (STDEV)	T Statistics ((O/STDEV))	P Values
Comp Anxiety -> Net Benefit	-0.061	-0.064	0.027	2.207	0.014
Comp Anxiety -> Penggunaan OVO	-0.167	-0.168	0.061	2.739	0.003
Comp Attitude -> Net Benefit	0.062	0.067	0.032	1.976	0.024
Comp Attitude -> Penggunaan OVO	0.172	0.176	0.074	2.316	0.010
Compability -> Net Benefit	0.064	0.066	0.027	2.347	0.010
Compability -> Penggunaan OVO	0.177	0.174	0.061	2.927	0.002
Effort -> Net Benefit	0.106	0.108	0.029	3.637	0.000
Effort -> Penggunaan OVO	0.292	0.288	0.067	4.356	0.000
Penggunaan OVO -> Net Benefit	0.363	0.379	0.069	5.245	0.000
Performance -> Net Benefit	0.094	0.102	0.032	2.980	0.002
Performance -> Penggunaan OVO	0.260	0.267	0.062	4.195	0.000

Outer Loadings

- null
- Confidence Intervals
- Confidence Intervals Bias Corrected
- Samples

	Original Sample (O)	Sample Mean (M)	Standard Deviation (STDEV)	T Statistics ((O/STDEV))	P Values
CAn1 <- Comp Anxiety	0.709	0.706	0.052	13.544	0.000
CAn2 <- Comp Anxiety	0.674	0.673	0.056	12.085	0.000
CAn3 <- Comp Anxiety	0.725	0.722	0.046	15.600	0.000
CAn4 <- Comp Anxiety	0.734	0.727	0.047	15.563	0.000
CAn5 <- Comp Anxiety	0.704	0.704	0.046	15.334	0.000
CAt1 <- Comp Attitude	0.717	0.716	0.045	15.994	0.000
CAt2 <- Comp Attitude	0.756	0.754	0.038	19.975	0.000
CAt3 <- Comp Attitude	0.746	0.744	0.038	19.705	0.000

	Original Sample (O)	Sample Mean (M)	Standard Deviation (STDEV)	T Statistics (O/STDEV)	P Values
CA4 <- Comp Attitude	0.707	0.705	0.042	16.708	0.000
CA5 <- Comp Attitude	0.706	0.703	0.050	14.058	0.000
CA6 <- Comp Attitude	0.746	0.750	0.031	24.223	0.000
Co1 <- Compability	0.728	0.725	0.054	13.480	0.000
Co2 <- Compability	0.659	0.651	0.069	9.526	0.000
Co3 <- Compability	0.714	0.709	0.052	13.785	0.000
Co4 <- Compability	0.763	0.759	0.042	18.131	0.000
EE1 <- Effort	0.727	0.728	0.042	17.227	0.000
EE2 <- Effort	0.711	0.709	0.044	16.126	0.000
EE3 <- Effort	0.703	0.703	0.049	14.481	0.000
EE4 <- Effort	0.713	0.711	0.044	16.343	0.000
EE5 <- Effort	0.745	0.743	0.038	19.785	0.000
EE6 <- Effort	0.658	0.654	0.057	11.516	0.000
NB1 <- Net Benefit	0.783	0.773	0.066	11.794	0.000
NB2 <- Net Benefit	0.581	0.573	0.098	5.901	0.000
NB3 <- Net Benefit	0.757	0.752	0.050	15.281	0.000
NB4 <- Net Benefit	0.600	0.593	0.087	6.861	0.000
PE1 <- Performance	0.690	0.688	0.048	14.336	0.000
PE2 <- Performance	0.730	0.729	0.044	16.468	0.000
PE3 <- Performance	0.590	0.581	0.069	8.526	0.000
PE4 <- Performance	0.629	0.630	0.058	10.825	0.000
PE5 <- Performance	0.639	0.646	0.050	12.910	0.000
PE6 <- Performance	0.596	0.595	0.055	10.766	0.000
PE7 <- Performance	0.677	0.679	0.048	14.230	0.000
PE8 <- Performance	0.692	0.695	0.045	15.373	0.000
PE9 <- Performance	0.585	0.579	0.062	9.496	0.000
PL1 <- Penggunaan OVO	0.772	0.770	0.036	21.448	0.000
PL2 <- Penggunaan OVO	0.760	0.758	0.040	19.097	0.000
PL3 <- Penggunaan OVO	0.806	0.807	0.025	32.212	0.000
PL4 <- Penggunaan OVO	0.826	0.826	0.021	38.599	0.000
PL5 <- Penggunaan OVO	0.713	0.712	0.046	15.370	0.000

	Original Sample (O)	Sample Mean (M)	Standard Deviation (STDEV)	T Statistics (O/STDEV)	P Values
PL6 <- Penggunaan OVO	0.648	0.645	0.051	12.632	0.000
PL7 <- Penggunaan OVO	0.569	0.564	0.064	8.836	0.000
PL8 <- Penggunaan OVO	0.594	0.593	0.059	10.039	0.000

Quality Criteria

R Square

	R Square	R Square Adjusted
Net Benefit	0.131	0.126
Penggunaan OVO	0.601	0.588

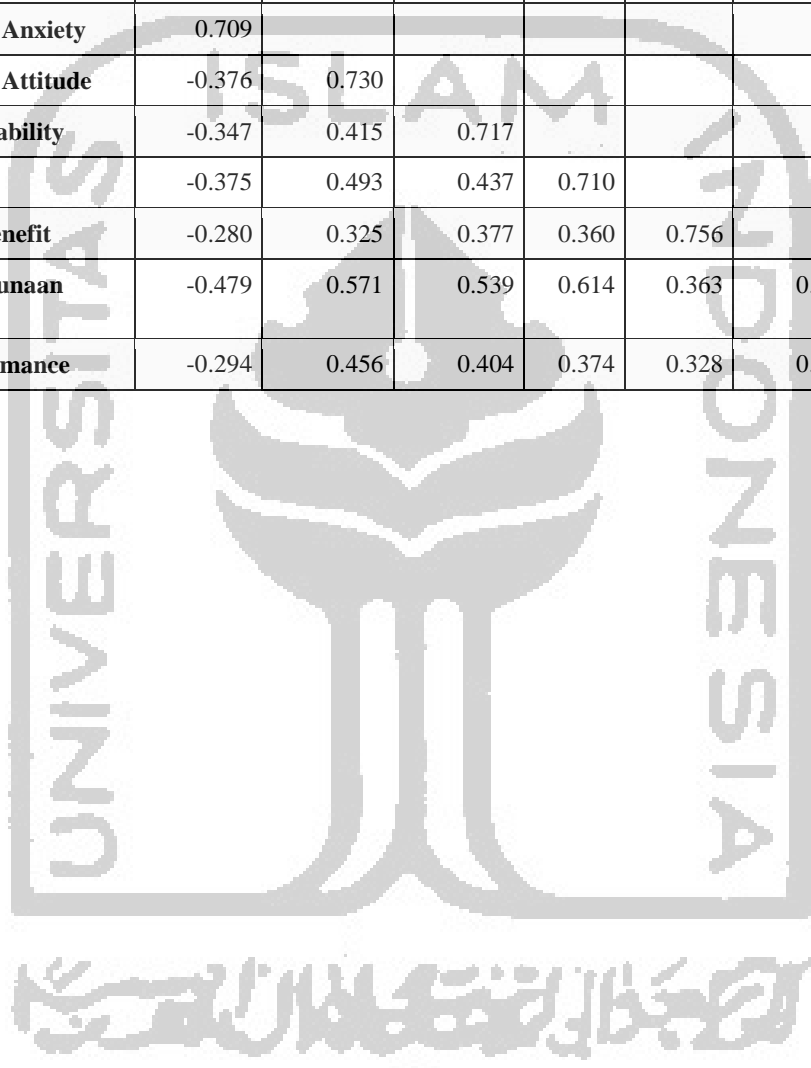
Construct Reliability and Validity

	Cronbach's Alpha	rho_A	Composite Reliability	Average Variance Extracted (AVE)
Comp Anxiety	0.753	0.752	0.835	0.503
Comp Attitude	0.825	0.831	0.872	0.533
Compability	0.684	0.687	0.808	0.514
Effort	0.804	0.808	0.859	0.504
Net Benefit	0.616	0.635	0.778	0.571
Penggunaan OVO	0.868	0.896	0.893	0.514
Performance	0.828	0.832	0.867	0.522

Discriminant Validity

- Fornell-Larcker Criterion
- Cross Loadings
- Heterotrait-Monotrait Ratio (HTMT)

	CAnt	CAtt	Co	EE	NB	PL	PE
Comp Anxiety	0.709						
Comp Attitude	-0.376	0.730					
Compability	-0.347	0.415	0.717				
Effort	-0.375	0.493	0.437	0.710			
Net Benefit	-0.280	0.325	0.377	0.360	0.756		
Penggunaan OVO	-0.479	0.571	0.539	0.614	0.363	0.717	
Performance	-0.294	0.456	0.404	0.374	0.328	0.568	0.722



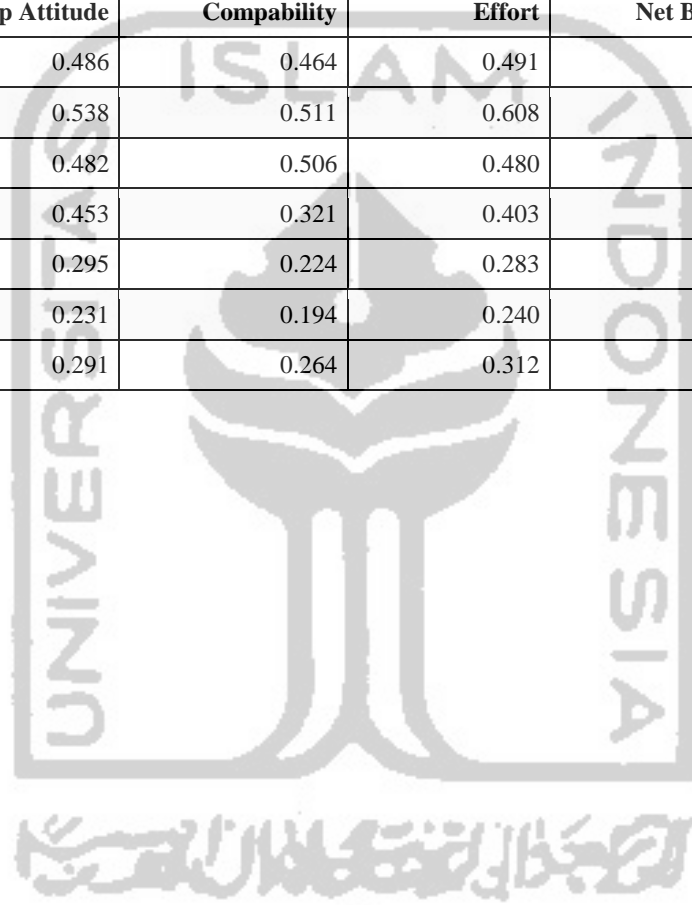
Discriminant Validity

- Fornell-Larcker Criterion
- Cross Loadings
- Heterotrait-Monotrait Ratio (HTMT)

	Comp Anxiety	Comp Attitude	Compability	Effort	Net Benefit	Penggunaan OVO	Performance
CAn1	0.709	-0.313	-0.235	-0.233	-0.154	-0.361	-0.193
CAn2	0.674	-0.224	-0.296	-0.303	-0.133	-0.362	-0.195
CAn3	0.725	-0.194	-0.188	-0.200	-0.253	-0.312	-0.225
CAn4	0.734	-0.280	-0.297	-0.245	-0.164	-0.302	-0.175
CAn5	0.704	-0.315	-0.210	-0.336	-0.293	-0.349	-0.250
CAt1	-0.221	0.717	0.247	0.359	0.328	0.339	0.283
CAt2	-0.238	0.756	0.267	0.308	0.247	0.440	0.318
CAt3	-0.322	0.746	0.378	0.398	0.197	0.455	0.330
CAt4	-0.334	0.707	0.308	0.357	0.210	0.395	0.295
CAt5	-0.290	0.706	0.258	0.349	0.192	0.355	0.308
CAt6	-0.246	0.746	0.335	0.387	0.262	0.483	0.437
Co1	-0.280	0.269	0.728	0.355	0.257	0.403	0.366
Co2	-0.295	0.325	0.659	0.356	0.356	0.376	0.318
Co3	-0.191	0.214	0.714	0.231	0.141	0.342	0.195
Co4	-0.224	0.369	0.763	0.302	0.313	0.417	0.268
EE1	-0.322	0.426	0.348	0.727	0.300	0.497	0.360

	Comp Anxiety	Comp Attitude	Compability	Effort	Net Benefit	Penggunaan OVO	Performance
EE2	-0.358	0.357	0.265	0.711	0.349	0.415	0.316
EE3	-0.202	0.349	0.282	0.703	0.253	0.378	0.227
EE4	-0.267	0.314	0.388	0.713	0.204	0.483	0.175
EE5	-0.265	0.348	0.266	0.745	0.177	0.452	0.281
EE6	-0.156	0.297	0.295	0.658	0.262	0.362	0.226
NB1	-0.196	0.272	0.281	0.263	0.783	0.280	0.370
NB2	-0.105	0.217	0.247	0.251	0.581	0.210	0.150
NB3	-0.241	0.197	0.259	0.207	0.757	0.267	0.142
NB4	-0.215	0.206	0.248	0.276	0.600	0.232	0.220
PE1	-0.281	0.271	0.357	0.243	0.280	0.398	0.690
PE2	-0.143	0.268	0.299	0.189	0.198	0.385	0.730
PE3	-0.214	0.284	0.220	0.167	0.219	0.310	0.590
PE4	-0.242	0.254	0.279	0.192	0.132	0.372	0.629
PE5	-0.208	0.325	0.224	0.268	0.129	0.377	0.639
PE6	-0.108	0.364	0.252	0.350	0.218	0.360	0.596
PE7	-0.225	0.400	0.301	0.348	0.375	0.427	0.677
PE8	-0.154	0.287	0.216	0.247	0.208	0.374	0.692
PE9	-0.123	0.181	0.185	0.149	0.119	0.290	0.585
PL1	-0.385	0.342	0.403	0.505	0.326	0.772	0.413

	Comp Anxiety	Comp Attitude	Compability	Effort	Net Benefit	Penggunaan OVO	Performance
PL2	-0.330	0.486	0.464	0.491	0.312	0.760	0.569
PL3	-0.484	0.538	0.511	0.608	0.388	0.806	0.520
PL4	-0.394	0.482	0.506	0.480	0.281	0.826	0.472
PL5	-0.388	0.453	0.321	0.403	0.277	0.713	0.369
PL6	-0.174	0.295	0.224	0.283	0.064	0.648	0.295
PL7	-0.228	0.231	0.194	0.240	0.104	0.569	0.164
PL8	-0.198	0.291	0.264	0.312	0.097	0.594	0.227



Model_Fit

- Fit Summary
- [rms Theta](#)

	Saturated Model	Estimated Model
SRMR	0.079	0.082
d_ULS	5.661	6.124
d_G1	2.123	2.140
d_G2	1.847	1.866
Chi-Square	1,467.122	1,480.113
NFI	0.559	0.555

