

**ANALISIS FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PENGGUNAAN**

**E- WALLET OVO SEBAGAI ALAT TRANSAKSI**



Nama: Andi Alisra Fitria Quraisy

No. Mahasiswa: 16312303

**FAKULTAS BISNIS DAN EKONOMIKA**

**UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA**

**YOGYAKARTA**

**2020**

**ANALISIS FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PENGGUNAAN**

**E- WALLET OVO SEBAGAI ALAT TRANSAKSI**

**SKRIPSI**

Disusun dan diajukan untuk memenuhi sebagai salah satu syarat untuk mencapai derajat Sarjana Strata-1 Program Studi Akuntansi pada Fakultas Bisnis dan Ekonomika UII



Oleh:

Nama: Andi Alisra Fitria Quraisy

No. Mahasiswa: 16312303

**FAKULTAS BISNIS DAN EKONOMIKA**

**UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA**

**2020**

## 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 juga 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 hukuman/sanksi apapun sesuai peraturan yang berlaku”.



Yogyakarta, 03 /06 /2020

Penulis,

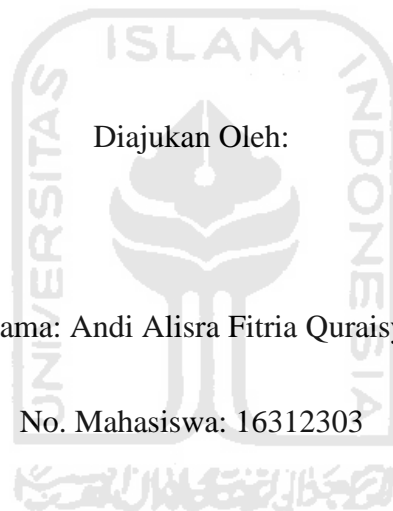


(Andi Alisra Fitria Quraisy)

**ANALISIS FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PENGGUNAAN**

**E- WALLET OVO SEBAGAI ALAT TRANSAKSI**

SKRIPSI



Diajukan Oleh:

Nama: Andi Alisra Fitria Quraisy

No. Mahasiswa: 16312303

Telah disetujui oleh Dosen Pembimbing

Pada Tanggal 05 Juni 2020

Dosen Pembimbing.



(Neni Meidawati Dra., M.Si., Ak.)

BERITA ACARA UJIAN TUGAS AKHIR /SKRIPSI

SKRIPSI BERJUDUL

ANALISIS FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PENGGUNAAN E-WALLET OVO  
SEBAGAI ALAT TRANSAKSI

Disusun Oleh : ANDI ALISRA FITRIA QURAI SY

Nomor Mahasiswa : 16312303

Telah dipertahankan di depan Tim Penguji dan dinyatakan LULUS

Pada hari, tanggal Selasa, 07 Juli 2020

Penguji/ Pembimbing Skripsi : Neni Meidawati, Dra. M.Si., Ak

Penguji : Hendi Yogi Prabowo, SE., M.For Accy., Ph.D.

Mengetahui,  
Dekan Fakultas Bisnis dan Ekonomika  
Universitas Islam Indonesia



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

## MOTTO

*“Tidak masalah jika berjalan dengan lambat, asalkan kamu tidak pernah berhenti berusaha”.*



*-Confucius*

## KATA PENGANTAR

### **Assalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh**

Alhamdulillah, puji syukur saya panjatkan kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat, hidayah serta karunia-Nya sehingga saya dapat menyelesaikan penelitian akhir berikut ini dengan judul **“ANALISIS FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PENGGUNAAN E- WALLET OVO SEBAGAI ALAT TRANSAKSI”**. Shalawat beserta salam kepada Nabi Muhammad SAW yang telah menjadikan kita sebagai insan yang berakhlak mulia serta taat kepada Allah SWT. Penelitian ini disusun untuk menyelesaikan tugas akhir dan mencapai derajat Strata-1 Program Studi Akuntansi di Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Islam Indonesia. Penulis ingin mengucapkan rasa syukur kepada Allah SWT dan terima kasih sebanyak-banyaknya kepada berbagai pihak yang telah memberikan semangat, doa, dukungan dan motivasi untuk menyelesaikan penelitian ini. Oleh karena itu penulis ingin mengucapkan terima kasih sebesar-besarnya kepada:

1. Allah SWT yang telah memberikan kesehatan, kenikmatan, kekuatan dan segala kemudahan sehingga dapat menyelesaikan proses penyusunan skripsi. Alhamdulillah terima kasih ya Allah.
2. Alm Bapak Hasbi Quraisy dan Ibu Susilawati selaku kedua orang tua penulis. Terima kasih ayah dan mama atas doa dan kasih sayang yang tidak terbatas. Terima kasih karena selalu berada disisi penulis dan selalu memberikan semangat, dukungan dan motivasi yang menjadikan penulis selalu kuat untuk menghadapi berbagai hal dalam hidup maupun dalam

menyelesaikan tugas akhir ini. Terima kasih ayah dan mama tersayang, semoga kelak dapat membanggakan dan membahagiakan keduanya Amin.

3. Andi Annisa Ussakinah Quraisy, Andi Rayhan Alfath dan Andi Muhammad Zaki selaku saudara kandung penulis. Terima kasih karena telah memberikan semangat dan dukungan serta canda tawa kepada penulis. Semoga kita berempat dapat membahagiakan kedua orang tua kita.
4. Seluruh keluarga besar penulis yang selalu memberi dukungan dan motivasi. Terima kasih atas segala dukungan yang telah diberikan yang membuat penulis selalu bersemangat. Terima kasih banyak.
5. Ibu Neni Meidawati Dra., M.Si., Ak., selaku dosen pembimbing skripsi penulis. Terima kasih banyak ibu atas bimbingannya selama ini, terima kasih atas segala ilmu, arahan dukungan serta motivasi yang diberikan selama bimbingan. Semoga ilmu yang diberikan terus bermanfaat sampai kedepannya. Sehat-sehat selalu ibu.
6. Bapak Fathul Wahid S.T., M.Sc., Ph.D. Selaku Rektor Universitas Islam Indonesia, beserta seluruh jajaran pimpinan Universitas Islam Indonesia.
7. Bapak Dr. Jaka Sriyana, S.E., M.Accy., Ak. Selaku Dekan Fakultas Bisnis dan Ekonomi Universitas Islam Indonesia, beserta seluruh jajaran pimpinan FBE UII.
8. Bapak Syamsul Hadi Drs., M. S., Ak. Selaku dosen metodologi penelitian dan audit berbasis teknologi. Terima kasih pak atas segala motivasi, arahan serta nasihat selama berada dikelas. Penulis merasakan pengalaman baru yang unik serta pengetahuan baru selama berada dikelas. Semoga segala



ilmu yang bapak berikan terus bermanfaat kedepannya. Sehat-sehat selalu ya pak.

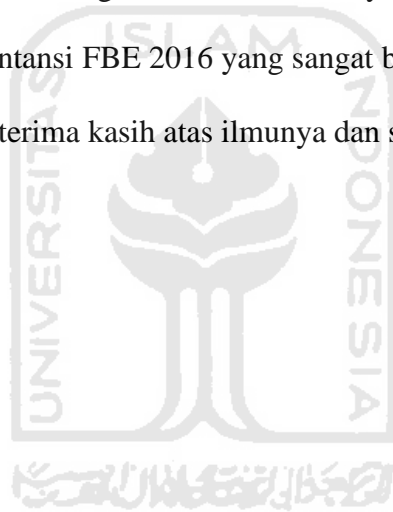
9. Sonia Handini Lubis selaku sahabat terdekat penulis semenjak SMA. Terima kasih sonia atas kebersamaan yang telah kita lalui sampai saat ini. Suka duka, canda tawa, serta segala rintangan yang kita hadapi saat hidup berdua dari semenjak bimbingan sampai kuliah di Jogja. Terima kasih atas motivasi, dukungan dan sifat ambisius yang membuat penulis bersemangat untuk terus meraih cita-cita. Semoga kelak kita dapat membahagiakan dan membanggakan kedua orang tua kita.
10. Cut Nadia Rahmi dan Fatha Fadhillah Theolr selaku sahabat terdekat penulis semenjak SMA. Terima kasih nadia dan ubit atas dukungan dan motivasinya selama ini. Walaupun kita jarang bertemu tetapi kita selalu saling menguatkan dan berbagi pahit manisnya kehidupan. Terima kasih telah menjadi sahabat yang selalu ada bagi penulis dimanapun dan kapanpun.
11. Anak-anak TIM 9 sahabat penulis dari SMA. Terima kasih karena telah berbagi motivasi dan dukungannya selama ini. Semoga kelak kita menjadi orang yang sukses dan menemukan jodoh yang sesuai Aamiin.
12. Rouzatul Sumita dan Cut Melly Agusdiani selaku sahabat penulis semenjak SMP. Terima kasih karena telah menjadi sahabat yang selalu ada bagi penulis. Walaupun kita jarang bertemu namun kita selalu berbagi dalam berbagai hal. Semoga persahabatan kita terjaga selamanya.

13. Tim IPDC selaku tim tari ratoeh jaroe dari FBE UII. Terima kasih atas berbagai pengalaman yang telah diberikan. Kalian sungguh luar biasa, wanita-wanita kuat yang kukenal dan sangat mandiri. Terima kasih teman-teman atas setiap canda tawa dan suka duka selama latihan dan tampil. Penulis sangat menyayangi kalian, semoga kelak menjadi orang-orang yang sukses Aamiin.
14. Teman-teman OC IBC 6, MAGENTA dan KKN 74. Penulis mengucapkan terima kasih karena kalian telah mengajari banyak hal dan pengalaman baru yang sangat menyenangkan. Semoga kalian sukses selalu ya.
15. Yurisya Nuriski selaku sahabat terdekat penulis dari awal perkuliahan. Terima kasih ki sudah menjadi teman yang sangat baik yang selalu ada bagi penulis dimanapun dan kapanpun setiap saat. Terima kasih atas berbagai pengalaman yang telah kita lalui selama 8 semester ini yang membuat kita belajar banyak hal. Semua canda tawa, suka cita dan tingkah laku yang selalu membuat penulis tertawa riang, penulis sangat bersyukur. Semoga persahabatan ini terjaga selamanya.
16. Debi Afliandini selaku sahabat terdekat penulis. Terima kasih deb karena sudah mengajari dan membantu penulis dalam banyak hal hingga tugas akhir ini selesai dan menjadi *partner* penulis dimanapun. Terima kasih telah menjadi pendengar, penasihat dan berbagi cerita saat senang dan sulit. Semoga kita selalu kuat ya dan persahabatan ini tetap terjaga selamanya.
17. Zahra Monica Deviyanti dan Mayang Rahma Sabila selaku anak kos pagar merah sahabat terdekat penulis dari awal perkuliahan. Terima kasih karena

selalu memberi dukungan dan semangat kepada penulis. Terima kasih telah menjadi sahabat yang sangat perhatian dan baik yang selalu berbagi saat senang dan sedih. Semoga persahabatan ini tak lekang oleh waktu.

18. Ahmad Reza Febrian, Umi Mahfiah, Elys Fitriani, Fadhillah Fitri Nurrohmah, selaku teman terdekat penulis di kampus FBE UII. Terima kasih atas segala dukungan dan motivasinya, kita telah banyak melalui rintangan selama ini. Terima kasih telah memberi banyak kebahagiaan dimasa yang sulit ini semoga kita sukses selalu ya.

19. Teman-teman Akuntansi FBE 2016 yang sangat baik dan saling membantu dalam banyak hal, terima kasih atas ilmunya dan semoga sukses.



## DAFTAR ISI

Halaman Sampul.....	i
Halaman Judul.....	ii
Halaman Pernyataan Bebas Plagiarisme.....	iii
Halaman Pengesahan.....	iv
Motto.....	v
Kata Pengantar.....	vi
Daftar Isi.....	xii
Daftar Tabel.....	xiv
Daftar Gambar.....	xv
Daftar Lampiran.....	xvi
Abstrak.....	xvii
BAB I.....	1
PENDAHULUAN .....	1
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	7
1.3 Tujuan Penelitian.....	7
1.4 Manfaat Penelitian.....	8
1.5 Sistematika Penulisan.....	8
BAB II.....	10
2.1 Landasan Teori .....	10
2.1.1 Dompot Elektronik ( <i>Electronic wallet</i> ).....	10
2.1.2 UTAUT ( <i>Unified Theory of Acceptance and Use of Technology</i> )..	11
2.1.3 Ekspektasi Kinerja ( <i>Performance Expectancy</i> ) .....	13
2.1.4 Ekspektasi Usaha ( <i>Effort Expectancy</i> ).....	13
2.1.5 Pengaruh Sosial ( <i>Social Influence</i> ) .....	14

2.1.6	Budaya ( <i>Culture</i> ).....	14
2.1.7	Persepsi Keamanan ( <i>Perceived Security</i> ).....	15
2.1.8	Niat Menggunakan ( <i>Intention to Use</i> ).....	15
2.1.9	OVO .....	16
2.2	Penelitian Terdahulu.....	17
2.3	Hipotesis Penelitian .....	22
2.3.1	Pengaruh Ekspektasi Kinerja terhadap Niat Menggunakan OVO ..	22
2.3.2	Pengaruh Ekpektasi Usaha terhadap Niat Menggunakan OVO.....	23
2.3.3	Pengaruh Sosial terhadap Niat Menggunakan OVO.....	24
2.3.4	Pengaruh Budaya terhadap Niat Menggunakan OVO .....	25
2.3.5	Pengaruh Persepsi Keamanan terhadap Niat Menggunakan OVO .	26
2.4	Kerangka Penelitian .....	28
BAB III .....		29
3.1	Populasi dan sampel .....	29
3.1.1	Populasi .....	29
3.1.2	Sampel.....	29
3.2	Metode Pengumpulan Data .....	30
3.3	Definisi dan Pengukuran Variabel Penelitian.....	31
3.3.1	Variabel Dependen.....	31
3.3.2	Variabel Independen .....	32
3.4	Metode Analisis.....	38
3.4.1	Statistik Deskriptif .....	38
3.4.2	Uji Validitas .....	39
3.4.3	Uji Reliabilitas .....	39
3.4.4	Uji Asumsi Klasik.....	40
3.4.5	Regresi Linear Berganda.....	42
BAB IV .....		45
ANALISIS DATA DAN HASIL PENELITIAN.....		45
4.1	Hasil Pengumpulan Data .....	45
4.2	Karakteristik Responden .....	45
4.2.1	Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin .....	45
4.2.2	Karakteristik Berdasarkan Usia.....	46

4.2.3	Karakteristik Berdasarkan Universitas.....	47
4.2.4	Karakteristik Berdasarkan Jenjang Pendidikan.....	47
4.3	Analisis Data .....	48
4.3.1	Analisis Statistik Deskriptif .....	48
4.3.2	Uji Validitas .....	51
4.3.3	Uji Reliabilitas .....	52
4.4	Uji Asumsi Klasik .....	54
4.4.2	Analisis Regresi Linear Berganda.....	59
4.4.3	Pembahasan.....	65
BAB V.....		73
KESIMPULAN DAN SARAN.....		73
5.1	Kesimpulan.....	73
5.2	Saran.....	74
Daftar Pustaka.....		72
Lampiran.....		77



## DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu .....	17
Tabel 3. 1 Daftar Pertanyaan Kuisisioner .....	36
Tabel 4. 1 Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin .....	46
Tabel 4. 2 Karakteristik Berdasarkan Usia .....	46
Tabel 4. 3 Karakteristik Berdasarkan Universitas.....	47
Tabel 4. 4 Karakteristik Berdasarkan Jenjang Pendidikan.....	48
Tabel 4. 5 Statistik Deskriptiv.....	49
Tabel 4. 6 Hasil Uji Validitas.....	51
Tabel 4. 7 Hasil Uji Reliabilitas .....	53
Tabel 4. 8 Hasil Uji Normalitas .....	56
Tabel 4. 9 Hasil Uji Multikolinieritas .....	57
Tabel 4. 10 Hasil Uji Regresi Berganda .....	60

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 <i>Unified Theory of Acceptance and Use of Technology</i> .....	12
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran.....	28
Gambar 4. 1 Uji Normalitas P-Plot.....	55
Gambar 4. 2 Uji Heteroskedastisitas Scatterplot.....	59





## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 : Kuisisioner Penelitian

Lampiran 2 : Tabulasi Data

Lampiran 3 : Uji Statistik Deskriptif

Lampiran 4 : Uji Validitas dan Uji Reliabilitas

Lampiran 5 : Uji Asumsi Klasik

Lampiran 6 : Uji Hipotesis



## **ABSTRACT**

*This study aims to analyze factors affecting the use of OVO electronic wallet as a transaction device. The population used in this study is students who lives in Yogyakarta. This study uses data obtained from 100 students through a questionnaire that has been released. The tool used to test hypotheses is multiple linear regression with the help of SPSS statistic 21. The result of this study showed that variable of performance expectancy, effort expectancy and perceived security have significant positive effect on the uses of OVO electronic wallet, While variable of social influence and culture has no effect on the uses of OVO elektronik wallet.*

**Keywords:** *performance expectancy, effort expectancy, social influence, culture, perceived security, intention to use OVO electronic wallet*

## **ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi penggunaan *e-wallet* OVO sebagai alat transaksi. Populasi yang digunakan pada penelitian ini adalah mahasiswa yang berada di Yogyakarta. Penelitian ini menggunakan data yang diperoleh dari 100 mahasiswa melalui kuisisioner yang telah disebar. Alat yang digunakan untuk menguji hipotesis adalah regresi linier berganda dengan bantuan SPSS *statistic* 21. Hasil penelian ini menunjukkan bahwa variabel ekspektasi kinerja, ekspektasi usaha dan persepsi keamanan secara signifikan berpengaruh positif terhadap niat menggunakan OVO, sedangkan variabel pengaruh sosial dan budaya secara signifikan tidak berpengaruh terhadap niat menggunakan OVO.

**Kata Kunci:** ekspektasi kinerja, ekspektasi usaha, pengaruh sosial, budaya, niat menggunakan OVO.

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Seiring dengan perkembangan zaman, perkembangan teknologi juga semakin pesat. Teknologi yang semakin canggih memberi kemudahan dalam memenuhi kebutuhan hidup manusia sehingga menjadi lebih mudah, nyaman, efektif dan efisien (Novitasari dan Fitriyani, 2019). Salah satu perkembangan teknologi saat ini adalah perubahan yang terjadi pada alat pembayaran. Biasanya, masyarakat menggunakan alat pembayaran tunai (*cash based*) saat melakukan transaksi. Namun seiring dengan perkembangan teknologi, alat pembayaran dapat dilakukan secara non tunai (*non cash based*). Salah satu instrumen pembayaran non tunai yang saat ini ramai digunakan oleh masyarakat di Indonesia adalah uang elektronik (*electronic money*) (Priambodo dan Prabawani, 2016).

Uang elektronik yang digunakan sehari-hari sebagai alat pembayaran baik pada toko *offline* maupun *online* disebut dengan dompet elektronik (*electronic wallet*) (Wiradimaja dan Rikumahu, 2019). Penggunaan dompet elektronik saat ini memberikan manfaat dan kemudahan karena dapat dilakukan melalui *smartphone*, hal ini memberi dampak terhadap para pengguna sehingga mereka tidak perlu membawa sejumlah uang untuk melakukan transaksi. Singh, Sinha dan Liébana-Cabanillas (2020) berasumsi bahwa konsumen lebih menyukai teknologi yang menyediakan layanan yang cepat, nyaman dan bermanfaat pada satu *platform*. Dalam hal ini, layanan pembayaran melalui seluler seperti dompet elektronik menunjukkan teknik multiguna canggih yang mencakup fitur-fitur tersebut.

Meningkatnya penggunaan dompet elektronik ditandai dengan adanya peningkatan transaksi yang dilakukan secara *online* melalui *e-commerce* yang mendorong para pengguna untuk menggunakan dompet elektronik agar dapat melakukan transaksi pembayaran. Dilansir dari Kompas.com pada studi yang dilakukan oleh Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) pada tahun 2019, pengguna internet di Indonesia meningkat dari 171,17 juta jiwa menjadi 264 juta jiwa (Pratomo, 2019). Kemudian disusul dengan peningkatan transaksi yang dilakukan melalui *e-commerce* yang mengindikasikan sekitar 86 persen pengguna internet di Indonesia melakukan transaksi belanja *online* pada berbagai macam perangkat elektronik (Wicaksono, 2019).

OVO (PT Visionet International) merupakan salah satu dompet elektronik yang didirikan oleh Lippo Group. *E-wallet* OVO dapat digunakan sebagai alat transaksi melalui *merchant-merchant* OVO dan berbagai *e-commerce* di Indonesia seperti Grab, Tokopedia, Sociolla dan Kudo. Selain transaksi yang dapat dilakukan pada berbagai *merchant* dan *e-commerce*, *e-wallet* OVO juga dapat digunakan secara langsung melalui aplikasi OVO dengan berbagai fitur yang ditawarkan seperti membeli pulsa, membayar tagihan bulanan, membayar asuransi serta membayar BPJS kesehatan. Selain pilihan dalam hal pembayaran, OVO juga memberikan *cashback* berupa point bagi pengguna yang bertransaksi melalui dompet elektronik tersebut. *Cashback* yang diperoleh kemudian dapat digunakan kembali ketika bertransaksi menggunakan OVO.

Untuk mendukung perkembangan dan inovasi sistem pembayaran non tunai di Indonesia, maka Bank Indonesia mengeluarkan peraturan dengan Nomor

18/40/PBI/2016 tentang penyelenggaraan pemrosesan transaksi pembayaran yang diselenggarakan oleh Bank maupun lembaga selain Bank (Bank Indonesia, 2016). Saat ini terdapat 38 dompet elektronik yang mendapat lisensi resmi dari Bank Indonesia dan salah satunya merupakan dompet elektronik OVO.

Pada penelitian yang dilakukan oleh Venkatesh et al. (2003) tentang penerimaan teknologi informasi menghasilkan suatu model teori yang disebut dengan UTAUT (*Unified Theory of Acceptance and Use of Technology*). Model ini dikembangkan dari beberapa gabungan model teori yang sudah ada sebelumnya sehingga diperoleh empat variabel penelitian yaitu ekspektasi kinerja (*performance expectancy*), ekspektasi usaha (*effort expectancy*), pengaruh sosial (*social influence*) dan kondisi yang memfasilitasi (*facilitating condition*). Namun, pada penelitian ini peneliti hanya menggunakan tiga faktor terkait dengan pengaruh penggunaan dompet elektronik OVO. Tiga faktor tersebut yaitu ekspektasi kinerja (*performance expectancy*), ekspektasi usaha (*effort expectancy*), dan pengaruh sosial (*social influence*). Kemudian pada penelitian yang dilakukan oleh Junadi dan Sfenrianto (2015) yang menganalisis tentang niat konsumen untuk menggunakan pembayaran elektronik memperluas dan mengembangkan model UTAUT (*Unified Theory of Acceptance and Use of Technology*) dengan menambahkan dua variabel eksternal yaitu budaya (*culture*) dan persepsi keamanan (*perceived security*). Kedua variabel ini ditambahkan karena merupakan faktor penting yang memberikan dampak dalam studi pembayaran elektronik dan *e-commerce*.

Ekspektasi kinerja atau *Performance Expectancy* merupakan salah satu faktor penentu penerimaan dan perilaku pengguna ketika menggunakan teknologi.

Ekspektasi kinerja yaitu sejauh mana seseorang percaya bahwa penggunaan sistem teknologi dapat membantu meningkatkan dan memberikan keuntungan pada kinerjanya (Venkatesh et al., 2003). Pada pemakaian dompet elektronik OVO, pengguna mendapat keuntungan yaitu dapat membayar tagihan dengan lebih cepat yang dilakukan melalui seluler dengan memindai barcode yang terdapat pada aplikasi tersebut. Hal ini tidak menyita banyak waktu sehingga waktu yang tersisa dapat digunakan untuk meningkatkan kinerja/produktifitas para pengguna *e-wallet*.

Ekspektasi usaha atau *Effort Expectancy* didefinisikan sebagai kemudahan yang diperoleh seseorang ketika menggunakan teknologi (Venkatesh et al., 2003). Ekspektasi usaha merupakan salah satu faktor penentu penerimaan dan perilaku pengguna saat menggunakan sistem teknologi. Masyarakat akan menggunakan dompet elektronik yang memberi kemudahan saat digunakan. Dompet elektronik OVO memberi kemudahan pembayaran yang dapat dilakukan melalui seluler pada aplikasi tersebut sehingga pengguna tidak berupaya untuk membawa sejumlah uang yang banyak selain itu juga terdapat cara untuk menggunakan OVO mulai dari cara *top up*, cara membayar dan cara mentransfer uang melalui OVO.

Pengaruh sosial (*social influence*) merupakan salah satu faktor penentu penerimaan dan perilaku penggunaan teknologi. Pengaruh sosial yaitu sejauh mana seseorang menganggap bahwa pengaruh orang lain itu penting dalam hal menggunakan teknologi baru (Venkatesh et al., 2003). Orang-orang terdekat seperti keluarga, kerabat atau teman yang telah menggunakan OVO dapat berbagi

pengalamannya dan mempengaruhi orang lain untuk menggunakan aplikasi tersebut.

Faktor budaya (*culture*) seperti tingkat pendidikan dan pengalaman seseorang merupakan salah satu faktor penting dalam mengadopsi teknologi baru. Budaya dari suatu daerah dengan daerah lain mungkin memiliki perbedaan. Faktor budaya yang dapat berpengaruh terhadap perilaku pengguna saat menggunakan dompet elektronik seperti pengetahuan komputer, akses internet, penggunaan internet, wilayah tempat tinggal dan kebiasaan berpergian (Junadi dan Sfenrianto, 2015). Pengetahuan seseorang dalam menggunakan teknologi dapat berpengaruh ketika menggunakan dompet elektronik, orang-orang yang terbiasa menggunakan ponsel, internet dan tinggal pada tempat yang menyediakan akses untuk menggunakan dompet elektronik akan lebih mudah untuk menerima sistem teknologi baru tersebut.

Persepsi keamanan atau *perceived security* adalah seperangkat prosedur, mekanisme dan program komputer untuk mengotentikasi sumber informasi dan memastikan integritas dan privasi pengguna untuk menghindari masalah data dan jaringan. Keamanan berkaitan dengan bagaimana sistem pembayaran elektronik dapat melindungi transaksi konsumen dan juga dikaitkan dengan perlindungan peraturan dan hukum yang dirasakan oleh konsumen (Junadi dan Sfenrianto, 2015). Dalam menggunakan dompet elektronik, para pengguna sudah pasti menginginkan keamanan yang dapat menjaga data pribadi serta melindungi transaksinya. Oleh karena itu, OVO harus memastikan keamanan dan meningkatkan pelayanan ketika

terjadi risiko yang tidak diinginkan. Semakin baik keamanan dan pelayanan yang diperoleh maka pengguna dompet elektronik OVO juga akan terus meningkat.

Sudah terdapat beberapa penelitian terkait dengan penerimaan penggunaan sistem pembayaran elektronik menggunakan model UTAUT (*Unified Theory of Acceptance and Use of Technology*). Beberapa penelitian yang dilakukan oleh Gupta dan Arora (201) di India, Suwandi dan Azis (2018) di Bandung, Abrahão, Moriguchi dan Andrade (2016) di Brazil, Indah dan Agustin (2019) di Padang, Ting et al. (2016) di Malaysia, dan Nugroho, Winarno dan Hartanto (2017) di Yogyakarta. Dari berbagai penelitian tersebut kemudian diperoleh berbagai macam kesimpulan. Penelitian-penelitian tersebut akan menjadi acuan pada penelitian ini untuk membahas mengenai pengaruh penggunaan dompet elektronik OVO sebagai alat transaksi dengan variabel sebagai berikut yaitu ekspektasi kinerja (*performance expectancy*), ekspektasi usaha (*effort expectancy*), pengaruh sosial (*social influence*), budaya (*cuture*) dan persepsi keamanan (*perceived security*). Berdasarkan latar belakang tersebut, maka judul pada penelitian ini adalah **“Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Penggunaan E-Wallet OVO Sebagai Alat Transaksi”**



## 1.2 Rumusan Masalah

Rumusan masalah disusun dari latar belakang sebagai berikut :

1. Apakah ekspektasi kinerja mempengaruhi niat menggunakan OVO sebagai alat transaksi ?
2. Apakah ekspektasi usaha mempengaruhi niat menggunakan OVO sebagai alat transaksi ?
3. Apakah pengaruh sosial mempengaruhi niat menggunakan OVO sebagai alat transaksi ?
4. Apakah budaya mempengaruhi niat menggunakan OVO sebagai alat transaksi ?
5. Apakah persepsi keamanan mempengaruhi niat menggunakan OVO sebagai alat transaksi ?

## 1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui pengaruh ekspektasi kinerja terhadap niat menggunakan OVO sebagai alat transaksi.
2. Untuk mengetahui pengaruh ekspektasi usaha terhadap niat menggunakan OVO sebagai alat transaksi.
3. Untuk mengetahui pengaruh sosial terhadap niat menggunakan OVO sebagai alat transaksi.
4. Untuk mengetahui pengaruh budaya terhadap niat menggunakan OVO sebagai alat transaksi.

5. Untuk mengetahui pengaruh persepsi keamanan terhadap niat menggunakan OVO sebagai alat transaksi.

#### **1.4 Manfaat Penelitian**

Bagi peneliti, penelitian ini bermanfaat dalam memberikan wawasan mengenai persepsi mahasiswa yang berada di Yogyakarta saat menggunakan dompet elektronik OVO sebagai alat transaksi. Penelitian ini juga bermanfaat bagi perusahaan / PT Visionet Internasional (OVO) karena penelitian ini dapat menambah informasi terkait penggunaan OVO pada mahasiswa sehingga OVO dapat dikembangkan menjadi lebih baik dan lebih diminati oleh para penggunanya. Perusahaan juga sebaiknya dapat menambah pelayanan dan fitur-fitur baru yang semakin memudahkan pada sistem dompet elektronik tersebut.

#### **1.5 Sistematika Penulisan**

Sistematika penulisan pada penelitian ini terbagi atas lima bab yaitu:

#### **BAB I PENDAHULUAN**

Bab ini membahas latar belakang masalah penelitian, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, serta sistematika penulisan.

#### **BAB II TINJAUAN PUSTAKA**

Bab ini membahas landasan teori penelitian yang menjelaskan karakter variable yang terdapat pada penelitian ini. Bab ini juga membahas tentang penelitian terdahulu, perumusan hipotesis dan kerangka penelitian.

### **BAB III METODE PENELITIAN**

Pada bab ini membahas populasi dan sampel penelitian, sumber data dan metode pengumpulan data, metode analisis data, hipotesis, pengujian hipotesis dan pembahasan.

### **BAB IV ANALISIS DATA**

Bab ini membahas hasil pengumpulan data, karakteristik responden, analisis statistik deskriptif, uji validitas dan reliabilitas, uji asumsi klasik serta pengujian hipotesis.

### **BAB V PENUTUP**

Bab ini membahas simpulan dan saran kepada pihak yang berkepentingan dari penelitian ini.



## BAB II

### KAJIAN PUSTAKA

#### 2.1 Landasan Teori

##### 2.1.1 Dompot Elektronik (*Electronic wallet*)

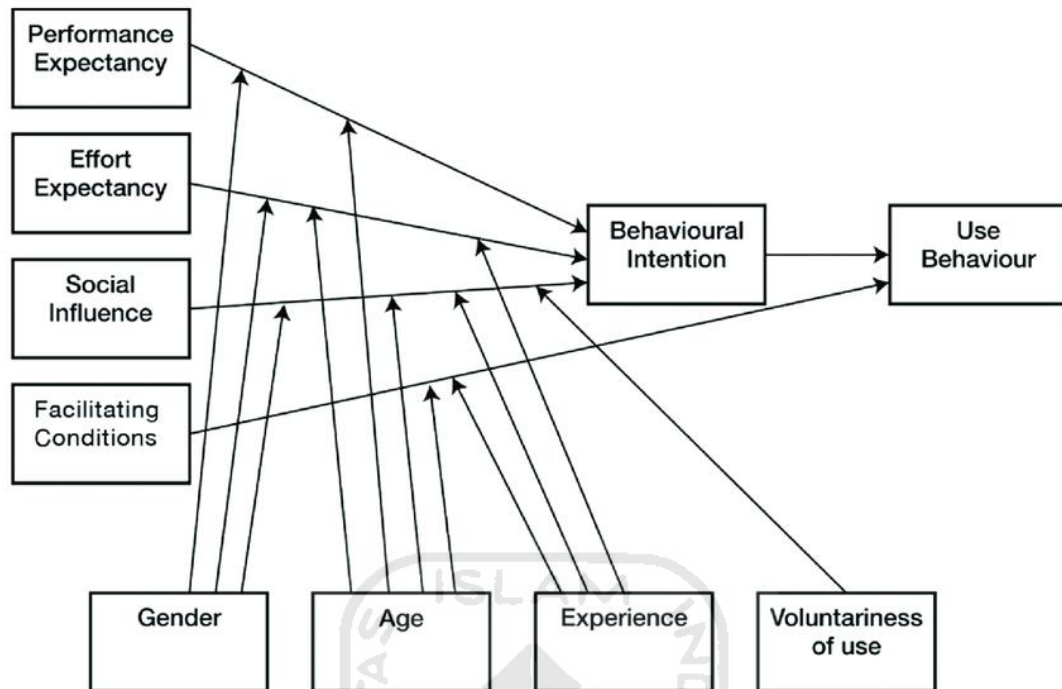
Menurut peraturan Bank Indonesia nomor 18/40/PBI/2016 tentang penyelenggaraan pemrosesan transaksi pembayaran. Dompot elektronik (*electronic wallet*) merupakan layanan elektronik untuk menyimpan data instrumen pembayaran antara lain alat pembayaran dengan menggunakan kartu dan/atau uang elektronik, yang dapat juga menampung dana, untuk melakukan pembayaran. Penyelenggaraan dompot elektronik dilakukan oleh penyelenggara jasa sistem pembayaran yaitu Bank dan lembaga selain Bank yang telah memperoleh izin sebagai penerbit uang elektronik (Bank Indonesia, 2016). Dompot elektronik yang berupa seperti dompot fisik, digunakan untuk menyimpan informasi seperti nomor kartu kredit, *e-cash* identitas pemilik, informasi kontak, informasi pengiriman atau penagihan termasuk alamat pelanggan dan informasi lain yang digunakan pada saat *checkout* di situs *e-commerce*. Melalui dompot elektronik, konsumen hanya perlu memasukkan informasi satu kali dan kemudian dapat digunakan di aplikasi manapun yang terdapat dompot elektronik ketika bertransaksi. Dengan demikian, penggunaan dompot elektronik akan meningkatkan efisiensi toko. Saat ini sudah banyak perusahaan yang mengembangkan dompot elektronik seperti OVO, Gopay, Dana dan Linkaja.

OVO merupakan sebuah aplikasi dompot *digital*, yang dapat digunakan melakukan transaksi secara tunai layaknya dompot yang berisi uang. Ada dua

aplikasi OVO yaitu *OVO Cash* dan *OVO Points*. *OVO Cash* berisi sejumlah uang yang dimiliki bagi pengguna aplikasi OVO untuk menyimpan sejumlah uang dan digunakan untuk melakukan transaksi tunai. Dengan memiliki aplikasi OVO dapat digunakan untuk mengecek saldo; mengisi saldo dengan melalui beberapa cara seperti: kartu debit, kartu kredit, ATM, internet/mobile banking, merchant; melakukan pembayaran secara tunai, melakukan investasi, menemukan promosi, mengetahui transaksi yang telah dilakukan. Cara pembayaran menggunakan OVO ada dua sistem yaitu menggunakan *barcode* dan nomor telepon. Di dalam aplikasi OVO terdapat 5 menu utama yaitu: Home, Deals, Finance, Wallet dan History.

### **2.1.2 UTAUT (*Unified Theory of Acceptance and Use of Technology*)**

UTAUT (*Unified Theory of Acceptance and Use of Technology*) merupakan model teori yang dikembangkan oleh Venkatesh et al. (2003). Teori ini muncul dengan tujuan untuk meninjau dan mendiskusikan adopsi teknologi informasi baru dari teori utama yang sudah ada yang kemudian dibandingkan, dirumuskan dan divalidasi secara empiris. UTAUT dikembangkan dari integrasi delapan model teori yang berbeda yaitu *Theory of reasoned action* (TRA), *Technology Acceptance Model* (TAM), *Motivational models* (MM), *Theory of planned behavior* (TPB), kombinasi dari TAM dan TPB (C-TAM-TPB), *The model of the PC utilization* (MPCU), *Innovation diffusion theory* (IDT), dan *Social Cognitive Theory* (SCT).



Gambar 1.1

Sumber: Venkatesh et al. (2003)

Dari pengembangan kedelapan model tersebut menghasilkan model UTAUT (*Unified Theory of Acceptance and Use of Technology*). Model UTAUT terdiri dari empat variable inti yaitu ekspektasi kinerja (*performance expectancy*), ekspektasi usaha (*effort expectancy*), pengaruh sosial (*social influence*) dan kondisi memfasilitasi (*facilitation condition*). Kemudian terdapat dua variabel yaitu niat penggunaan (*behavioral intention*) dan sikap penggunaan (*use behavior*). Serta terdapat empat variable moderat yaitu jenis kelamin, usia, pengalaman dan kesukarelaan penggunaan. UTAUT merupakan konsep penting karena memadukan delapan teori utama tersebut (Im, Hong dan Kang, 2010).

### 2.1.3 Ekspektasi Kinerja (*Performance Expectancy*)

Venkatesh et al. (2003) menyebutkan ekspektasi kinerja yaitu sejauh mana seseorang percaya bahwa penggunaan sistem teknologi dapat meningkatkan dan memberi keuntungan pada kinerjanya. Ekspektasi kinerja merupakan salah satu faktor penentu dalam penerimaan dan perilaku pengguna saat menggunakan teknologi. Ekspektasi kinerja terdiri dari lima konstruk yang tergabung dari beberapa model yang berbeda yaitu persepsi manfaat dari model TAM/TAM2 (*Technology Acceptance Model*), motivasi ekstrinsik dari model MM (*Motivational models*), kegunaan dan kesesuaian pekerjaan dari model MPCU (*The model of the PC utilization*), kegunaan dan keuntungan yang relatif dari model IDT (*Innovation diffusion theory*) dan kegunaan serta hasil yang diharapkan dari model SCT (*Social Cognitive Theory*). Ekspektasi kinerja mengacu pada konsumen yang merasa bahwa penggunaan sistem pembayaran elektronik akan membantu dan memberikan keuntungan dalam melakukan transaksi *online* seperti dalam hal kecepatan, keamanan dan kenyamanan saat bertransaksi (Junadi dan Sfenrianto, 2015).

### 2.1.4 Ekspektasi Usaha (*Effort Expectancy*)

Venkatesh et al. (2003) mendefinisikan ekspektasi usaha sebagai tingkat kemudahan yang dirasakan seseorang ketika menggunakan sistem teknologi. Ekspektasi usaha merupakan faktor penentu dalam penerimaan dan perilaku pengguna saat menggunakan teknologi. Ekspektasi usaha terdiri dari tiga konstruk yang tergabung dari beberapa model yang berbeda yaitu persepsi kemudahan dari model TAM/TAM2 (*Technology Acceptance Model*), kompleksitas dari model MPCU (*The model of the PC utilization*), dan kemudahan penggunaan dari model

IDT (*Innovation diffusion theory*). Ekspektasi usaha merupakan persepsi seseorang yang merasa bahwa menggunakan teknologi begitu sederhana dan sangat mudah untuk dipelajari. Kemudahan inilah yang mendorong individu untuk beralih menggunakan teknologi baru (Kang, 2019).

### **2.1.5 Pengaruh Sosial (*Social Influence*)**

Pengaruh sosial yaitu sejauh mana seseorang percaya bahwa orang lain dapat memotivasi dirinya untuk menggunakan suatu sistem teknologi yang baru. Pengaruh sosial merupakan faktor penentu langsung niat perilaku yang dipresentasikan sebagai norma subjektif dari beberapa konstruk yaitu TRA (*Theory of reasoned action*), TPB (*Theory of planned behavior*), kombinasi TAM dan TPB (C-TAM-TPB, MPCU) dan IDT (*Innovation diffusion theory*) (Venkatesh et al., 2003). Orang-orang yang dapat memberikan pengaruh saat menggunakan sistem teknologi dapat berasal dari teman, keluarga, pasangan maupun organisasi (Junadi dan Sfenrianto, 2015).

### **2.1.6 Budaya (*Culture*)**

Budaya merupakan suatu pola pemikiran dan hubungan manusia yang digambarkan sebagai keyakinan atau standar yang dimiliki oleh suatu kelompok yang berdampak pada perilaku seseorang (Ting et al., 2016). Faktor-faktor yang mempengaruhi budaya seperti tingkat pendidikan dan pengalaman saat menggunakan teknologi penting saat menggunakan teknologi baru. Budaya dari suatu daerah dengan daerah yang lain mungkin berbeda. Terdapat beberapa faktor budaya yang dapat mempengaruhi penggunaan teknologi seseorang seperti



penggunaan komputer, akses internet, penggunaan internet, penggunaan ponsel, wilayah tempat tinggal dan kebiasaan berpergian (Junadi dan Sfenrianto, 2015).

### **2.1.7 Persepsi Keamanan (*Perceived Security*)**

Keamanan adalah seperangkat prosedur, mekanisme dan program komputer untuk mengotentikasi sumber informasi dan memastikan integritas dan privasi untuk menghindari masalah data dan jaringan. Keamanan berkaitan dengan bagaimana sistem pembayaran elektronik dapat melindungi transaksi konsumen. Persepsi keamanan dipengaruhi oleh beberapa faktor seperti pernyataan bahwa keamanan mudah ditemukan oleh konsumen dan memberi perlindungan teknis bagi privasi konsumen serta keamanan juga dikaitkan dengan perlindungan dan peraturan hukum yang dirasakan oleh konsumen (Junadi dan Sfenrianto, 2015).

### **2.1.8 Niat Menggunakan (*Intention to Use*)**

Ting et al. (2016) menjelaskan niat sebagai kata yang sering digunakan untuk memahami bagaimana sikap seseorang dapat berdampak pada perilaku yang sebenarnya dan bagaimana sikap negatif akan mengarah pada niat dan perilaku yang tidak menguntungkan. Pada penelitian yang dilakukan oleh Goh (2011) di pasar Malaysia menunjukkan bahwa 4 dari 10 pembeli *online* bersedia melakukan pembelian ponsel secara *online*. Oleh karena itu, sangat penting mengetahui apa yang menyebabkan pengguna ponsel lokal mau menggunakan sistem *m-payment* (Ting et al., 2016). Begitu pula dengan penelitian ini yang meneliti tentang pengguna *e-wallet* OVO di Indonesia yang kian hari kian meningkat penggunaannya. Sehingga sangat penting untuk mengetahui apa yang menyebabkan semakin meningkatnya penggunaan *e-wallet* OVO.

### 2.1.9 OVO

OVO (PT Visionet International) merupakan alat pembayaran non tunai atau yang dikenal sebagai dompet elektronik yang didirikan oleh Lippo Group pada tahun 2017. OVO adalah aplikasi *smart* yang memberi kemudahan saat bertransaksi yang disebut dengan OVO *Cash* dan kesempatan yang lebih besar untuk mengumpulkan *cashback* di banyak tempat yang disebut sebagai OVO *Points*. Poin yang dikumpulkan dapat ditukarkan kembali ketika bertransaksi pada *merchant* yang bertanda OVO sehingga pengguna mendapat keuntungan yang berlipat ganda. Penggunaan OVO juga dapat dilakukan pada berbagai *e-commerce* seperti Grab, Tokopedia, Sociolla dan Doku. Terdapat banyak potongan harga apabila pengguna menggunakan OVO ketika bertransaksi pada berbagai *e-commerce* tersebut. Selain itu, pada aplikasi OVO juga terdapat berbagai fitur pembayaran yang dapat dilakukan seperti membeli pulsa, membayar tagihan bulanan, membayar asuransi serta membayar BPJS kesehatan. Adanya dompet elektronik OVO memberikan kemudahan, kenyamanan serta keamanan bagi para pengguna OVO.

## 2.2 Penelitian Terdahulu

**Tabel 2. 1**  
**Penelitian Terdahulu**

	<b>Penelitian Terdahulu</b>	<b>Variabel</b>	<b>Hasil</b>
1.	Suwandi dan Aziz (2018) “Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Penggunaan E-money Pada Generasi Millenials (Studi Kasus Pada Mahasiswa S1”	Variabel independen: •Budaya •Persepsi keamanan •Ekspektasi kinerja •Ekspektasi usaha •Pengaruh sosial Variabel dependen: •Niat menggunakan	1) Budaya tidak berpengaruh terhadap niat menggunakan 2) Persepsi keamanan berpengaruh terhadap niat menggunakan 3) Ekspektasi kinerja berpengaruh terhadap niat menggunakan 4) Ekspektasi usaha tidak berpengaruh terhadap niat menggunakan 5) Pengaruh sosial berpengaruh terhadap niat menggunakan
2.	Nugroho, Winarno dan Hartanto (2017) “Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Niat Menggunakan <i>Mobile Payment</i> Dengan Pendekatan <i>Extended The Unified Theory of Acceptance and Use of Technology</i> ”	Variabel independen: •Ekspektasi kinerja •Ekspektasi usaha •Pengaruh sosial •Kondisi memfasilitasi •Motivasi hedonis •Nilai harga •Persepsi resiko Variabel dependen: •Niat menggunakan	1) Ekspektasi kinerja tidak berpengaruh terhadap niat menggunakan. 2) Ekspektasi usaha tidak berpengaruh terhadap niat menggunakan. 3) Pengaruh sosial tidak berpengaruh terhadap niat menggunakan. 4) Kondisi memfasilitasi berpengaruh terhadap niat menggunakan. 5) Motivasi hedonis tidak berpengaruh terhadap niat menggunakan. 6) Nilai harga berpengaruh terhadap niat menggunakan. 7) Persepsi resiko tidak berpengaruh terhadap niat menggunakan.
3.	Abrahão, Moriguchi dan Andrade (2016)	Variabel Independen: •Ekspektasi kinerja	1) Ekspektasi kinerja berpengaruh positif signifikan terhadap niat menggunakan.

	<p>“Intention of Adoption of Mobile Payment: An Analysis in the light of the Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT)”</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>•Ekspektasi usaha</li> <li>•Pengaruh sosial</li> <li>•Persepsi resiko</li> <li>•Persepsi biaya</li> </ul> <p>Variabel dependen:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Niat menggunakan</li> </ul>	<p>2) Ekspektasi usaha berpengaruh positif signifikan terhadap niat menggunakan.</p> <p>3) Pengaruh sosial berpengaruh positif signifikan terhadap niat menggunakan.</p> <p>4) Persepsi risiko berpengaruh positif signifikan terhadap niat menggunakan.</p> <p>5) Persepsi biaya berpengaruh negatif signifikan terhadap niat menggunakan.</p>
4.	<p>Gupta dan Arora (2019) “Investigating consumer intention to accept mobile payment systems through unified theory of acceptance model: An Indian Perspective”</p>	<p>Variabel independen:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>•Ekspektasi kinerja</li> <li>•Ekspektasi usaha</li> <li>•Pengaruh sosial</li> <li>•Kondisi memfasilitasi</li> <li>•Motivasi hedonis</li> <li>•Kebiasaan</li> </ul> <p>Variabel dependen:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>•Niat menggunakan</li> </ul>	<p>1)Ekspektasi kinerja memberi pengaruh signifikan terhadap niat menggunakan.</p> <p>2)Ekspektasi usaha memberi pengaruh signifikan terhadap niat menggunakan.</p> <p>3)Pengaruh sosial tidak berpengaruh terhadap niat menggunakan.</p> <p>4)Kondisi memfasilitasi memberi pengaruh signifikan terhadap niat menggunakan.</p> <p>5)Motivasi hedonis tidak berpengaruh terhadap niat menggunakan.</p> <p>6)Kebiasaan memberi pengaruh signifikan terhadap niat menggunakan</p>
5.	<p>Indah dan Agustin (2019) “Penerapan Model UTAUT (<i>Unified Theory of Acceptance and Use of Technology</i>) Untuk Memahami Niat dan Perilaku Aktual Pengguna Go-Pay di Kota Padang”</p>	<p>Variabel independen:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>•Ekspektasi kinerja</li> <li>•Ekspektasi usaha</li> <li>•Pengaruh sosial</li> <li>•Kondisi memfasilitasi</li> </ul> <p>Variabel dependen:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>•Niat menggunakan</li> </ul>	<p>1)Ekspektasi kinerja berpengaruh positif terhadap niat menggunakan.</p> <p>2)Ekspektasi usaha berpengaruh positif terhadap niat menggunakan.</p> <p>3)Pengaruh sosial berpengaruh positif terhadap niat menggunakan.</p> <p>4)Kondisi memfasilitasi berpengaruh positif terhadap perilaku aktual pengguna.</p>

6.	Mustaqim, Kusyanti dan Aryadita (2018) “Analisis Faktor-Faktor yang Memengaruhi Niat Penggunaan <i>E-Commerce XYZ</i> Menggunakan Model UTAUT ( <i>Unified Theory of Acceptance and Use of Technology</i> )”	<p>Variabel independen:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>•Ekspektasi kinerja</li> <li>•Ekspektasi usaha</li> <li>•Pengaruh sosial</li> </ul> <p>Variabel dependen:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>•Niat menggunakan</li> </ul>	<p>1)Ekspektasi kinerja tidak berpengaruh terhadap niat menggunakan.</p> <p>2)Ekspektasi usaha tidak berpengaruh terhadap niat menggunakan.</p> <p>3)Pengaruh sosial berpengaruh terhadap niat menggunakan.</p>
7.	Pertiwi dan Ariyanto (2017) “Penerapan Model UTAUT2 Untuk Menjelaskan Minat dan Perilaku Penggunaan <i>Mobile Banking</i> di Kota Denpasar”	<p>Variabel independen:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>•Ekspektasi kinerja</li> <li>•Ekspektasi usaha</li> <li>•Faktor sosial budaya</li> <li>•Kondisi memfasilitasi</li> <li>•Motivasi hedonis</li> <li>•Nilai harga</li> <li>•Kebiasaan</li> </ul> <p>Variabel dependen:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>•Minat penggunaan</li> </ul>	<p>1)Ekspektasi kinerja berpengaruh positif terhadap niat menggunakan.</p> <p>2)Ekspektasi usaha tidak berpengaruh terhadap niat menggunakan.</p> <p>3)Faktor sosial budaya tidak berpengaruh terhadap niat menggunakan.</p> <p>4)Kondisi memfasilitasi tidak berpengaruh terhadap perilaku menggunakan</p> <p>5)Motivasi hedonis tidak berpengaruh terhadap niat menggunakan.</p> <p>6)Nilai harga tidak berpengaruh terhadap niat menggunakan.</p> <p>7)Kebiasaan tidak berpengaruh terhadap niat menggunakan.</p>
8.	Oliveira et al. (2016) “ <i>Mobile Payment: Understanding The Determinants of Customer Adoption and Intention to Recommend The Technology</i> ”	<p>Variabel Independen:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>•Ekspektasi kinerja</li> <li>•Ekpektasi usaha</li> <li>•Pengaruh sosial</li> <li>•Kondisi memfasilitasi</li> <li>•Inovasi</li> <li>•Kompatibilitas</li> <li>•Motivasi hedonis</li> <li>•Nilai harga</li> </ul>	<p>1) Ekspektasi kinerja berpengaruh signifikan terhadap niat menggunakan.</p> <p>2) Ekspektasi usaha tidak berpengaruh terhadap niat menggunakan.</p> <p>3) Pengaruh sosial berpengaruh signifikan terhadap niat menggunakan.</p>

		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Persepsi keamanan teknologi</li> </ul> <p>Variabel dependen:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Niat menggunakan</li> </ul>	<p>4) Kondisi memfasilitasi tidak berpengaruh terhadap niat menggunakan.</p> <p>5) Inovasi berpengaruh signifikan terhadap niat menggunakan.</p> <p>6) Kompatibilitas berpengaruh signifikan terhadap niat menggunakan.</p> <p>7) Motivasi hedonis tidak berpengaruh terhadap niat menggunakan.</p> <p>8) Nilai harga tidak berpengaruh terhadap niat menggunakan.</p> <p>9) Persepsi keamanan teknologi berpengaruh signifikan terhadap niat menggunakan.</p>
9.	Felix (2019) “Analisis Faktor yang Mempengaruhi <i>Customer’s Intention</i> Untuk Menggunakan <i>E-Wallet Gopay</i> dan <i>Ovo</i> pada Generasi X”	<p>Variabel independen</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Ekpektasi kinerja</li> <li>• Ekpektasi usaha</li> <li>• Pengaruh sosial</li> <li>• Persepsi keamanan</li> <li>• Budaya</li> </ul> <p>Variabel dependen:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Niat menggunakan</li> </ul>	<p>1) Ekpektasi kinerja tidak berpengaruh signifikan terhadap niat menggunakan.</p> <p>2) Ekspektasi usaha berpengaruh signifikan terhadap niat menggunakan.</p> <p>3) Pengaruh sosial berpengaruh signifikan terhadap niat menggunakan.</p> <p>4) Persepsi keamanan tidak berpengaruh signifikan terhadap niat menggunakan.</p> <p>5) Budaya tidak berpengaruh signifikan terhadap niat menggunakan.</p>
10.	Tan dan Lau (2016) “Behavioral Intention to Adopt Mobile Banking Among The Millennial Generation”	<p>Variabel independen:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Ekspektasi kinerja</li> <li>• Ekpektasi usaha</li> <li>• Pengaruh sosial</li> <li>• Persepsi risiko</li> </ul> <p>Variabel dependen:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Niat menggunakan</li> </ul>	<p>1) Ekspektasi kinerja berpengaruh terhadap niat menggunakan.</p> <p>2) Ekspektasi usaha berpengaruh terhadap niat menggunakan.</p> <p>3) Pengaruh sosial berpengaruh terhadap niat menggunakan.</p> <p>4) Persepsi risiko berpengaruh terhadap niat menggunakan.</p>

12.	Gupta dan Goel (2019) “Factors Influencing Adoption of Payments Banks by Indian Customers: Extending UTAUT with Perceived Credibility”	Variabel independen: •Pengaruh sosial •Ekspektasi kinerja •Kondisi memfasilitasi •Ekspektasi usaha •Persepsi kredibilitas  Variabel dependen: •Niat menggunakan	1) Pengaruh sosial berpengaruh terhadap niat menggunakan. 2) Ekspektasi kinerja berpengaruh terhadap niat menggunakan. 3) Kondisi memfasilitasi berpengaruh terhadap niat menggunakan. 4) Ekspektasi usaha berpengaruh terhadap niat menggunakan. 5) Persepsi kredibilitas berpengaruh terhadap niat menggunakan.
13.	Kang (2019) “Factors Determining The Intention to Use Mobile Payment Services: The Perspectives of Non-Users and Users”	Variabel independen: •Ekspektasi kinerja •Ekspektasi usaha •Pengaruh sosial •Persepsi kepercayaan •Persepsi risiko •Inovasi  Variabel dependen: •Niat menggunakan	1) Ekspektasi kinerja berpengaruh terhadap niat menggunakan. 2) Ekspektasi usaha tidak berpengaruh terhadap niat menggunakan. 3) Pengaruh sosial berpengaruh terhadap niat menggunakan. 4) Persepsi kepercayaan berpengaruh terhadap niat menggunakan. 5) Persepsi risiko berpengaruh negatif tidak signifikan terhadap niat menggunakan. 6) Inovasi berpengaruh terhadap niat menggunakan.
14.	Nasir (2013) “Evaluasi Penerimaan Teknologi Informasi Mahasiswa di Palembang Menggunakan Model UTAUT”	Variabel independen: •Ekspektasi kinerja •Ekspektasi usaha •Pengaruh sosial  Variabel dependen: •Penerimaan teknologi informasi	1) Ekspektasi kinerja berpengaruh positif signifikan terhadap penerimaan teknologi informasi. 2) Ekspektasi usaha berpengaruh positif signifikan terhadap penerimaan teknologi informasi. 3) Pengaruh sosial berpengaruh positif signifikan terhadap penerimaan teknologi informasi.
15.	Hadikusuma (2019)	Variabel independen: •Pengaruh sosial	1) Pengaruh sosial berpengaruh terhadap niat menggunakan.

<p>“Pengaruh <i>Social Influence</i>, <i>Perceived Usefulness</i>, dan <i>Perceived Security</i> Terhadap <i>Continue Use Intention</i> Aplikasi <i>Mobile Payment</i> OVO Melalui <i>Attitude Towards Using Mobile Payment</i> Sebagai Variabel Intervening di Kalangan Mahasiswa FBE Universitas Kristen Petra”</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>●Persepsi kegunaan</li> <li>●Persepsi keamanan</li> <li>●<i>Attitude towards using</i></li> </ul> <p>Variabel dependen:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>●Niat menggunakan</li> </ul>	<ol style="list-style-type: none"> <li>2) Persepsi kegunaan tidak berpengaruh terhadap niat menggunakan.</li> <li>3) Persepsi keamanan tidak berpengaruh terhadap niat menggunakan.</li> <li>4) <i>Attitude toward using</i> berpengaruh terhadap niat menggunakan.</li> </ol>
---	--	--

## 2.3 Hipotesis Penelitian

### 2.3.1 Pengaruh Ekspektasi Kinerja terhadap Niat Menggunakan OVO

Salah satu faktor yang mempengaruhi penggunaan dompet elektronik pada model UTAUT (*Unified Theory of Acceptance and Usage of Technology*) adalah ekspektasi kinerja. Ekspektasi kinerja yaitu sejauh mana seseorang percaya bahwa penggunaan sistem teknologi dapat meningkatkan dan memberi keuntungan terhadap kinerja penggunanya (Venkatesh et al., 2003). Berdasarkan penjelasan tersebut, dompet elektronik OVO memberikan keuntungan yaitu pelayanan yang cepat pada satu platform yang digunakan melalui *smartphone*, sehingga dalam waktu singkat transaksi pembayaran dapat diselesaikan dengan lebih cepat. Pada penelitian yang dilakukan oleh Pertiwi dan Ariyanto (2017) terhadap pengguna *mobile banking* menunjukkan hasil variabel ekspektasi kinerja berpengaruh positif signifikan. Hal ini dikarenakan penggunaan *mobile banking* sangat bermanfaat



dalam membantu menyelesaikan pekerjaan dengan lebih cepat sehingga dapat meningkatkan produktivitas nasabah. Kemudian pada penelitian yang dilakukan oleh Abrahão, Moriguchi and Andrade (2016), Suwandi dan Azis (2018), Oliveira et al. (2016) Kang (2019) serta Gupta dan Arora (2019) juga mengindikasikan ekspektasi kinerja memberikan pengaruh positif signifikan terhadap penggunaan *mobile payment*. Salah satu faktor yang mendukung hal tersebut ialah karena penggunaan *mobile payment* menjadikan transaksi lebih cepat dan tidak menyita banyak waktu para pengguna. Berdasarkan pemaparan diatas, maka hipotesis penelitian adalah sebagai berikut :

**H1 : Ekspektasi Kinerja berpengaruh positif terhadap Niat Menggunakan OVO**

### **2.3.2 Pengaruh Ekspektasi Usaha terhadap Niat Menggunakan OVO**

Ekspektasi usaha merupakan salah satu faktor penggunaan dan penerimaan teknologi UTAUT (*Unified Theory of Acceptance and Usage of Technology*). Venkatesh et al. (2003) mendefinisikan ekspektasi usaha sebagai tingkat kemudahan yang dirasakan seseorang ketika menggunakan sistem teknologi. Kemudahan dalam mengoperasikan sistem dapat mempengaruhi niat individu untuk menggunakan teknologi. Seseorang akan menggunakan sistem jika mereka merasa sistem tersebut dapat dipahami dengan mudah (Indah dan Agustin, 2019). Dalam hal ini, OVO merupakan dompet elektronik yang sangat mudah digunakan. Pada *platform e-commerce*, pengguna dapat memilih pembayaran menggunakan OVO melalui pilihan pembayaran yang tersedia pada *platform* tersebut. Selain itu, pembayaran OVO secara langsung pada *merchant* OVO dapat

dilakukan dengan memindai barcode yang terdapat pada aplikasi tersebut melalui seluler pada mesin pembayaran yang terdapat di kasir.

Penelitian oleh Gupta dan Arora (2019) mengindikasikan bahwa ekspektasi usaha berpengaruh positif signifikan. Ekspektasi usaha memberikan dampak terhadap adopsi penggunaan *mobile payment* di India. Artinya, penggunaan *mobile payment* memberi kemudahan saat digunakan untuk bertransaksi. Hal ini serupa dengan penelitian yang dilakukan oleh Abrahão, Moriguchi dan Andrade (2016), Gupta dan Goel (2019), Kang (2019), Tan dan Lau (2016) terkait penggunaan *mobile payment*, begitu pula penelitian yang dilakukan oleh Nasir (2013) ekspektasi usaha memberikan pengaruh positif signifikan terhadap penggunaan dan teknologi informasi. Mahasiswa merasakan kemudahan dengan adanya pemanfaatan teknologi di perguruan tinggi. Berdasarkan pemaparan diatas, maka hipotesis penelitian adalah sebagai berikut :

**H2 : Ekspektasi Usaha berpengaruh positif terhadap Niat Menggunakan OVO**

### **2.3.3 Pengaruh Sosial terhadap Niat Menggunakan OVO**

Pengaruh sosial merupakan salah satu faktor pada model teori UTAUT (*Unified Theory of Acceptance and Usage of Technology*) dengan definisi yaitu sejauh mana seseorang percaya bahwa orang lain dapat meyakinkan dirinya untuk menggunakan suatu sistem teknologi yang baru (Venkatesh et al., 2003). Faktor yang mempengaruhi seseorang untuk mengadopsi teknologi baru dapat berasal dari teman, keluarga maupun kerabat terdekat yang memotivasi seseorang untuk menggunakan teknologi tersebut (Nugroho, Winarno dan Hartanto, 2017). Seseorang yang telah menggunakan OVO dapat mempengaruhi orang lain dengan

membagikan pengalamannya di media sosial maupun mengajak untuk menggunakan OVO agar mendapatkan penawaran potongan harga yang lebih besar sehingga orang-orang termotivasi untuk menggunakan OVO.

Penelitian yang dilakukan oleh Abrahão, Moriguchi dan Andrade (2016) bahwa pengaruh sosial berpengaruh positif signifikan terhadap penggunaan *mobile payment*. Hal ini disebabkan karena orang-orang disekitar mampu memotivasi untuk menggunakan *mobile payment*. Begitu pula pada penelitian yang dilakukan oleh Gupta dan Arora (2019), Nasir (2013), Oliveira et al. (2016), Tan dan Lau (2016) Gupta dan Goel (2019) serta Indah dan Agustin (2019) pengaruh sosial memberikan pengaruh signifikan dalam mengadopsi teknologi informasi yang baru dan juga dalam mengadopsi *mobile payment*. Berdasarkan pemaparan diatas, maka hipotesis penelitian adalah sebagai berikut :

**H3 : Pengaruh Sosial berpengaruh positif terhadap Niat Menggunakan OVO**

#### **2.3.4 Pengaruh Budaya terhadap Niat Menggunakan OVO**

Budaya merupakan suatu pola pemikiran dan hubungan manusia yang digambarkan sebagai keyakinan atau standar yang dimiliki oleh suatu kelompok yang berdampak pada perilaku seseorang (Ting et al., 2016). Junadi dan Sfenrianto (2015) menyatakan faktor budaya dapat muncul dari perbedaan wilayah, pendidikan, penggunaan internet dan lain sebagainya. Budaya oleh Suwandi dan Azis (2018) merupakan pemrograman kolektif pikiran yang membedakan anggota sekelompok manusia berbeda dari yang lain. Mahasiswa yang berada di Yogyakarta berasal dari berbagai wilayah di Indonesia. Oleh karena itu setiap orang juga memiliki budaya yang berbeda. Pada penelitian ini budaya dapat terlihat dari

seberapa lama seseorang mengakses internet, jenjang pendidikan dan lamanya penggunaan *smartphone* yang dapat berdampak pada niat menggunakan dompet elektronik OVO.

Pada penelitian yang dilakukan oleh Keramati et al. (2012) menunjukkan hasil penelitian bahwa budaya berpengaruh terhadap niat menggunakan *e-payment*. Semakin tinggi tingkat pengetahuan dan penggunaan internet semakin tinggi pula niat untuk menggunakan *e-payment* (Junadi dan Sfenrianto, 2015). Maka penelitian ini mengindikasikan bahwa semakin tinggi pendidikan, akses internet dan penggunaan *smartphone* maka semakin tinggi pula niat pengguna untuk menggunakan sistem pembayaran elektronik terkait perkembangan teknologi dan kemudahan dalam memperoleh informasi. Berdasarkan pemaparan diatas, maka hipotesis penelitian adalah sebagai berikut :

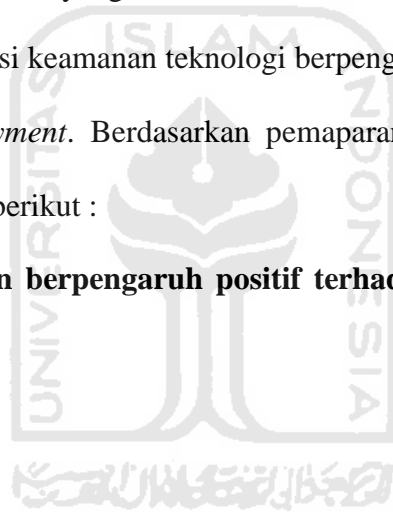
#### **H4 : Budaya berpengaruh positif terhadap Niat Menggunakan OVO**

##### **2.3.5 Pengaruh Persepsi Keamanan terhadap Niat Menggunakan OVO**

Keamanan adalah seperangkat prosedur, mekanisme dan program komputer untuk mengotentikasi sumber informasi dan memastikan integritas dan privasi untuk menghindari masalah data dan jaringan (Junadi dan Sfenrianto, 2015). Keamanan merupakan hal yang penting bagi setiap orang yang memberikan informasi mengenai identitasnya. Informasi dan privasi setiap orang akan sangat berisiko apabila tidak dilindungi. Oleh karena itu OVO yang merupakan dompet elektronik harus memastikan bahwa informasi dan privasi penggunanya terlindungi dengan baik. Hal ini terlihat dalam kebijakan privasi yang telah diatur sesuai dengan hukum yang berlaku ([www.ovo.id](http://www.ovo.id)).

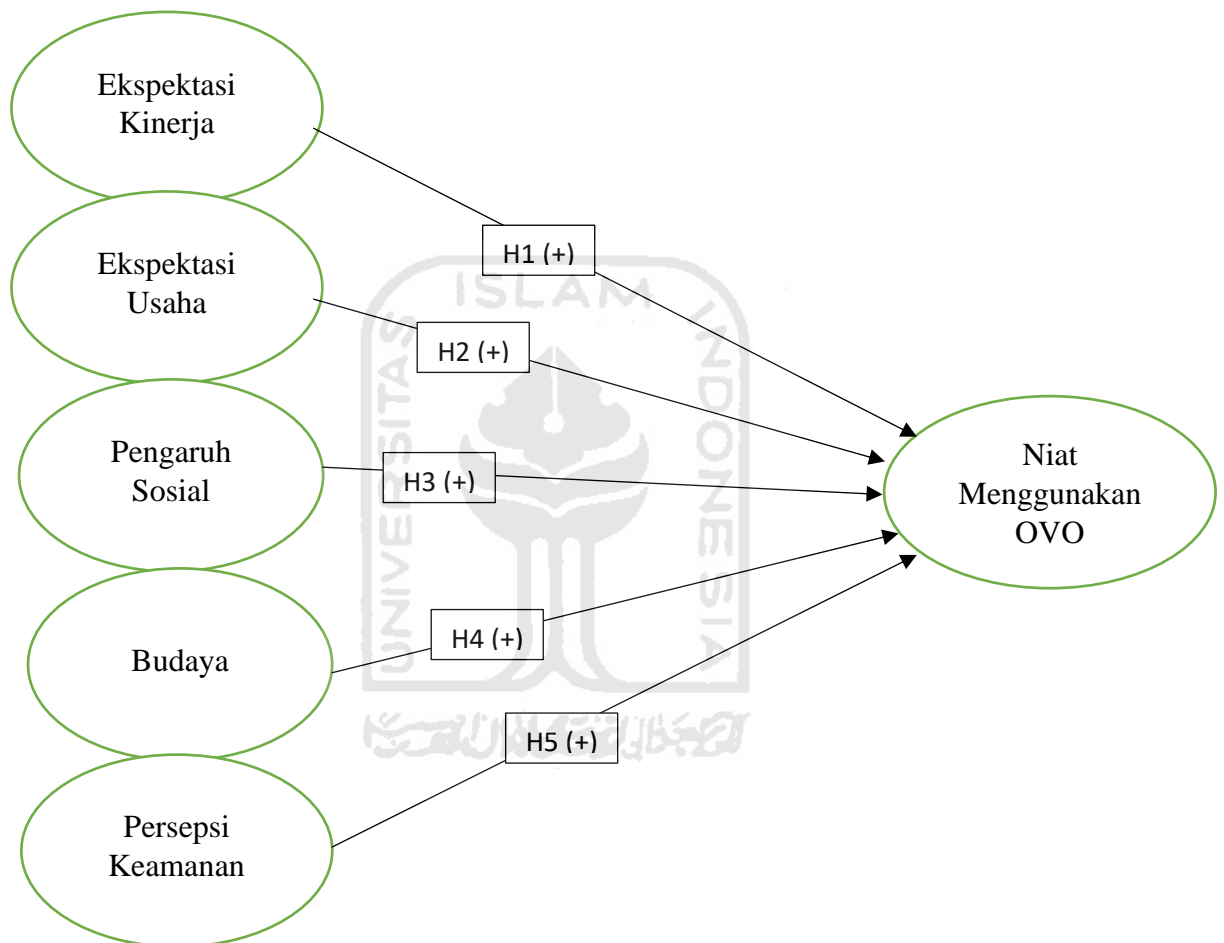
Pada penelitian yang dilakukan oleh Suwandi dan Azis (2018) persepsi keamanan memiliki pengaruh terhadap niat menggunakan sistem pembayaran elektronik. Hal ini menyatakan bahwa perlindungan teknis, laporan keamanan, dan regulasi pemerintah serta bank sentral yang disediakan oleh perusahaan berpengaruh terhadap minat pengguna untuk menggunakan *e-money*. Begitu pula pada penelitian yang dilakukan oleh Hadikusuma (2019) persepsi keamanan memberikan pengaruh yang besar untuk mempengaruhi penggunaan *mobile payment* dan pada penelitian yang dilakukan oleh Oliveira et al. (2016) yang menyatakan bahwa persepsi keamanan teknologi berpengaruh positif terhadap niat menggunakan *mobile payment*. Berdasarkan pemaparan diatas, maka hipotesis penelitian adalah sebagai berikut :

**H5 : Persepsi Keamanan berpengaruh positif terhadap Niat Menggunakan OVO**



## 2.4 Kerangka Penelitian

Penelitian menggunakan kerangka penelitian seperti pada gambar berikut ini.



Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **3.1 Populasi dan sampel**

##### **3.1.1 Populasi**

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas: obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2017). Populasi dari penelitian ini adalah mahasiswa yang berada di Yogyakarta dan pernah menggunakan transaksi pembayaran melalui dompet elektronik (*e-wallet*) OVO.

##### **3.1.2 Sampel**

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh suatu populasi (Sugiyono, 2017). Sampel pada penelitian ini ditentukan dengan kriteria yaitu mahasiswa yang berada di Yogyakarta dan pernah menggunakan *e-wallet* OVO sebagai alat transaksi pembayaran. Teknik yang digunakan dalam pengambilan sampel ialah teknik *non probability sampling* yaitu sampling kuota. *Non probability sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang yang sama pada setiap individu yang menjadi anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel. Sedangkan kuota sampling merupakan teknik dalam menentukan sampel dari populasi dengan ciri-ciri tertentu sampai jumlah yang diinginkan (Hermawan, 2019).

Penelitian ini membatasi tiga Universitas di Yogyakarta untuk dijadikan sampel penelitian. Tiga universitas tersebut adalah Universitas Islam Indonesia,

Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Yogyakarta dan Universitas Muhammadiyah Yogyakarta. Pada tahun 2019 UII memiliki lebih dari 23.000 mahasiswa aktif (UII, 2019). Dan pada tahun 2018/2019 dari data yang terdapat pada *website* Ristekdikti (2019) UMY dan UPN memiliki kurang lebih 30.000 mahasiswa. Berikut penentuan jumlah sampel yang dikemukakan oleh Hadi (2009) dengan tingkat kesalahan 10%

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

$$n = \frac{83.000}{1 + 83.000(10\%)^2}$$

$$n = \frac{83.000}{830,01}$$

$$n = 99,99$$

Berdasarkan rumus diatas maka diperoleh jumlah sampel sebesar 99,99 orang atau digenapkan menjadi 100 orang dengan tingkat kesalahan 10%. Hal ini menunjukkan bahwa sebesar apapun jumlah populasi pelanggan maka jumlah sampel yang harus diambil sebesar 100 orang (Cania, 2019).

### 3.2 Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang digunakan pada penelitian ini yaitu dengan mengumpulkan data primer menggunakan kuisioner. Metode ini dilakukan dengan menyebarkan kuisioner melalui link google form yang dibagikan melalui akses media sosial kepada mahasiswa di Yogyakarta yang menggunakan *e-wallet* OVO. Terdapat dua bagian pada kuisioner ini, bagian pertama berisi data responden dan



bagian kedua berisi pertanyaan mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi penggunaan dompet elektronik OVO. Skala yang digunakan pada kuisioner yaitu skala ordinal dalam bentuk skala Likert. Skala Likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial (Sugiyono, 2017). Pada penelitian ini peneliti memilih lima pilihan respon dalam mengukur perilaku individu terhadap setiap pernyataan yang diajukan. lima respon tersebut adalah :

1. Sangat Tidak Setuju
2. Tidak Setuju
3. Ragu-ragu
4. Setuju
5. Sangat Setuju

### **3.3 Definisi dan Pengukuran Variabel Penelitian**

Pada penelitian ini terdapat dua variabel yaitu variabel dependen dan variabel independen. Variabel dependen pada penelitian ini yaitu niat menggunakan (*intention to use*) *e-wallet* OVO dan terdapat lima variabel independen yaitu ekspektasi kinerja, ekspektasi usaha, pengaruh sosial, budaya dan persepsi keamanan.

#### **3.3.1 Variabel Dependen**

Variabel dependen pada penelitian ini yaitu niat menggunakan dompet elektronik OVO.

### 3.3.1.1 Niat Menggunakan *E-wallet* OVO (*Intention to Use*)

Niat menggunakan *e-wallet* OVO adalah pengguna yang telah menggunakan OVO sebagai alat transaksi pembayaran. Pada variabel ini akan diberikan tiga pertanyaan yang diukur dengan skala ordinal menggunakan teknik skala Likert 5 poin untuk masing-masing pertanyaan tersebut. Tiga indikator tersebut bersumber dari penelitian (Junadi dan Sfenrianto, 2015). Ketiga indikator tersebut adalah :

1. Saya bersedia untuk menggunakan OVO di masa mendatang
2. Saya akan merekomendasikan orang lain untuk menggunakan OVO.
3. Menurut saya menggunakan OVO sangat menyenangkan.

### 3.3.2 Variabel Independen

Pada penelitian ini terdapat lima variabel independen. Variabel tersebut adalah ekspektasi kinerja, ekspektasi usaha, pengaruh sosial, budaya dan persepsi keamanan.

#### 3.3.2.1 Ekspektasi Kinerja (*Performance Expectancy*)

Ekspektasi kinerja merupakan tingkat kepercayaan seseorang yang merasakan manfaat dan keuntungan dalam beraktivitas saat menggunakan sistem teknologi (Venkatesh et al., 2003). Pada *e-wallet* OVO, ekspektasi kinerja memberikan keuntungan bagi pengguna saat melakukan transaksi pembayaran karena dapat digunakan dengan cepat dalam menyelesaikan proses transaksi melalui seluler. OVO dapat digunakan sebagai alat transaksi melalui *merchant-merchant* yang bertanda OVO. OVO juga dapat digunakan sebagai alat pembayaran pada *e-commerce* lain dan juga pembayaran seperti tagihan listrik, membeli pulsa

maupun dapat digunakan untuk membayar BPJS kesehatan serta asuransi yang terdapat pada *platform* tersebut. Pada variabel ini akan diberikan empat pertanyaan yang diukur dengan skala ordinal menggunakan teknik skala Likert lima poin untuk masing-masing pertanyaan tersebut. Empat indikator tersebut bersumber dari penelitian Venkatesh et al. (2003) dan penelitian Nugroho, Winarno, dan Hartanto (2017) Keempat indikator tersebut adalah :

1. Menurut saya menggunakan OVO memberikan manfaat dalam menyelesaikan proses pembayaran saya.
2. Menurut saya menggunakan OVO akan menyelesaikan proses pembayaran saya dengan cepat.
3. Menurut saya menggunakan OVO akan mempermudah, membantu dan mendukung pekerjaan saya.
4. Menurut saya menggunakan OVO akan meningkatkan kinerja saya.

### 3.3.2.2 Ekspektasi Usaha (*Effort Expectancy*)

Venkatesh et al. (2003) mendefinisikan ekspektasi usaha sebagai tingkat kemudahan yang dirasakan oleh pengguna saat menggunakan sistem teknologi. Kemudahan yang dirasakan saat menggunakan OVO adalah pengguna dapat melakukan transaksi pembayaran melalui seluler tanpa harus membawa sejumlah uang maupun kartu elektronik. Dalam aplikasinya, OVO juga memberikan petunjuk penggunaan bagi pengguna yang baru memakai sistem *e-wallet* tersebut. Pada variabel ini akan diberikan empat pertanyaan yang diukur dengan skala ordinal menggunakan teknik skala Likert 5 poin untuk masing-masing pertanyaan tersebut. Empat pertanyaan tersebut bersumber dari penelitian Venkatesh et al. (2003) dan

penelitian Nugroho, Winarno dan Hartanto (2017). Keempat indikator tersebut adalah :

1. Saya mampu dan mengerti dengan jelas saat menggunakan OVO
2. Mudah bagi saya untuk terampil dalam menggunakan OVO.
3. Menurut saya OVO sangat mudah untuk digunakan.
4. Menurut saya belajar menggunakan OVO melalui seluler akan mudah bagi saya.

### **3.3.2.3 Pengaruh Sosial (*Social Influence*)**

Pengaruh sosial merupakan pengaruh yang dirasakan oleh seseorang dari orang lain disekitarnya baik dari keluarga maupun dari teman-temannya yang dapat mempengaruhi pengguna untuk menggunakan *e-wallet* OVO. Pada variabel ini akan diberikan tiga pertanyaan yang diukur dengan skala ordinal menggunakan teknik skala Likert 5 poin untuk masing-masing pertanyaan tersebut. Tiga pertanyaan tersebut bersembeser dari penelitian Venkatesh et al. (2003) dan penelitian Nugroho, Winarno dan Hartanto (2017). Ketiga indikator tersebut adalah:

1. Orang-orang yang mempengaruhi perilaku saya mempengaruhi saya untuk menggunakan OVO.
2. Orang yang penting bagi saya seperti keluarga, teman dan pasangan mempengaruhi saya untuk menggunakan OVO.
3. Orang-orang dengan pendapat yang saya nilai lebih, mempengaruhi saya untuk menggunakan OVO.

#### **3.3.2.4 Budaya (*culture*)**

Budaya merupakan suatu standar yang diyakini oleh suatu kelompok yang menjadi suatu keyakinan dalam kelompok tersebut. Mahasiswa yang berada di Yogya berasal dari berbagai daerah sehingga memiliki budaya yang berbeda pula. Budaya dapat dinilai dari lamanya penggunaan internet, pendidikan, penggunaan seluler dan sebagainya. Pada variabel ini akan diberikan tiga pertanyaan yang diukur dengan skala ordinal menggunakan teknik skala Likert 5 poin untuk masing-masing pertanyaan tersebut. Tiga pertanyaan tersebut bersumber dari penelitian (Junadi dan Sfenrianto, 2016). Ketiga indikator tersebut adalah :

1. Akses internet yang saya gunakan selama ini mempengaruhi saya untuk menggunakan OVO.
2. *Smartphone* yang saya gunakan selama ini mempengaruhi saya untuk menggunakan OVO.
3. Pendidikan yang saya peroleh hingga saat ini mempengaruhi saya untuk menggunakan OVO.

#### **3.3.2.5 Persepsi Keamanan (*Perceived Security*)**

Persepsi keamanan merupakan rasa aman yang dirasakan dalam menggunakan sistem *e-wallet* OVO. Pengguna yang menggunakan OVO tentunya sudah memberikan informasi pribadi dan pastinya menginginkan keamanan yang tinggi terkait privasinya tersebut. Pada variabel ini akan diberikan tiga pertanyaan yang diukur dengan skala ordinal menggunakan teknik skala Likert 5 poin untuk

masing-masing pertanyaan tersebut. Pertanyaan tersebut bersumber dari penelitian (Junadi dan Sfenrianto, 2016). Ketiga indikator tersebut adalah :

1. Saya tidak khawatir akan adanya informasi terkait pelanggan yang disalahgunakan.
2. Saya tidak khawatir akan adanya penyalahgunaan informasi tagihan.
3. Menurut saya OVO aman digunakan dalam segala jenis transaksi.

**Tabel 3. 1**  
**Daftar Pertanyaan dan Sumbernya**

Variabel	Kode	Indikator	Sumber
Ekspektasi Kinerja ( <i>performance expectancy</i> )	EK1	Menurut saya menggunakan OVO dapat memberikan manfaat dalam menyelesaikan proses pembayaran saya.	(Venkatesh et al., 2003)  (Nugroho, Winarno dan Hartanto ,2017)
	EK2	Menurut saya menggunakan OVO akan menyelesaikan proses pembayaran saya dengan cepat.	
	EK3	Menurut saya menggunakan OVO akan mempermudah, membantu dan mendukung pekerjaan saya.	
	EK4	Menurut saya menggunakan OVO akan meningkatkan kinerja saya.	
	EU1	Saya mampu dan mengerti dengan jelas saat menggunakan OVO.	

Ekspektasi Usaha ( <i>effort expectancy</i> )	EU2	Mudah bagi saya untuk terampil dalam menggunakan OVO.	(Venkatesh et al., 2003)  (Nugroho, Winarno dan Hartanto ,2017)
	EU3	Menurut saya OVO sangat mudah untuk digunakan.	
	EU4	Menurut saya belajar mengoperasikan OVO akan mudah bagi saya.	
Pengaruh Sosial ( <i>social influence</i> )	PS1	Orang-orang yang mempengaruhi perilaku saya mempengaruhi saya untuk menggunakan OVO.	(Venkatesh et al., 2003)  (Nugroho, Winarno dan Hartanto ,2017)
	PS2	Orang yang penting bagi saya seperti keluarga, teman dan pasangan mempengaruhi saya untuk menggunakan OVO.	
	PS3	Orang-orang dengan pendapat yang saya nilai lebih, mempengaruhi saya untuk menggunakan OVO.	
Budaya ( <i>culture</i> )	BU1	Akses internet yang saya gunakan selama ini mempengaruhi saya untuk menggunakan OVO.	(Junadi dan Sfenrianto, 2016)
	BU2	<i>Smartphone</i> yang saya gunakan selama ini mempengaruhi saya untuk menggunakan OVO.	
	BU3	Pendidikan yang saya peroleh hingga saat ini mempengaruhi saya untuk menggunakan OVO.	
	PK1	Saya tidak khawatir akan adanya informasi terkait pelanggan yang disalahgunakan.	

Persepsi Kemanan ( <i>perceived security</i> )	PK2	Saya tidak khawatir akan adanya penyalahgunaan informasi tagihan.	(Junadi dan Sfenrianto, 2016)
	PK3	Menurut saya OVO aman untuk digunakan pada berbagai jenis transaksi.	
Niat Menggunakan <i>E-wallet</i> ( <i>intention to use</i> )	NM1	Saya bersedia menggunakan OVO di masa mendatang.	(Junadi dan Sfenrianto, 2016)
	NM2	Saya akan merekomendasikan orang lain untuk menggunakan OVO.	
	NM3	Menurut saya menggunakan OVO sangat menyenangkan.	

### 3.4 Metode Analisis

Metode analisis data pada penelitian ini menggunakan analisis deskriptif, uji kualitas dan uji asumsi klasik. Metode pengujian data pada variabel menggunakan analisis regresi linear berganda. Pengolahan data dilakukan menggunakan SPSS.

#### 3.4.1 Statistik Deskriptif

Statistik deskriptif adalah statistik yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendiskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi (Sugiyono, 2017).



### 3.4.2 Uji Validitas

Dalam mengukur suatu keandalan atau sah/tidaknya suatu alat ukur maka dilakukan uji validitas. Pada penelitian ini validitas diuji melalui kuisioner. Kuisioner dikatakan valid apabila pertanyaan dalam kuisioner tersebut telah mengungkapkan sesuatu sesuai tujuan. Peneliti menggunakan uji validitas dengan membandingkan  $r$  hitung dan  $r$  tabel dengan tingkat signifikansi 5 persen dari *degree of freedom* ( $df$ ) =  $n - 2$  dimana  $n$  adalah jumlah sampel. Jika  $r$  hitung lebih besar dari  $r$  tabel maka suatu indikator dikatakan valid dan begitupula sebaliknya. Dengan menggunakan metode ini maka pembaca dapat mengetahui bahwa pertanyaan atau pernyataan yang digunakan pada kuisioner valid atau tidak (Haidari dan Tileng, 2018).

### 3.4.3 Uji Reliabilitas

Untuk menentukan keandalan suatu alat ukur atau sejauh mana alat ukur dapat dipercaya maka dilakukan uji reliabilitas. Jika suatu alat ukur dipakai dua kali untuk mengukur gejala yang sama dan hasil pengukuran diperoleh relative konsisten maka alat ukur tersebut reliabel (Wahyuni, 2014). Suatu alat ukur dikatakan reliabel jika :

1. Jika nilai *Cronbach's alpha*  $> 0,90$  maka reliabilitas sempurna,
2. Jika nilai *Cronbach's alpha* antara  $0,70 - 0,90$  maka reliabilitas tinggi,
3. Jika nilai *Cronbach's alpha* antara  $0,50 - 0,70$  maka reliabilitas moderat,
4. Jika nilai *Cronbach's alpha*  $< 0,50$  maka reliabilitas rendah.

### 3.4.4 Uji Asumsi Klasik

Analisis yang digunakan pada penelitian ini yaitu analisis regresi linear berganda. Terdapat beberapa asumsi yang harus dipenuhi agar data yang dimasukkan dalam regresi memenuhi syarat yaitu dengan melakukan uji normalitas, uji multikolinieritas dan uji heteroskedastisitas.

#### 3.4.4.1 Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan untuk mendeteksi apakah model regresi, variabel pengganggu atau residual telah terdistribusi normal atau tidak. Normalitas suatu variabel dapat dideteksi dengan menggunakan metode grafik dan metode statistik (Ghozali, 2005). Pada metode grafik, terdapat dua dasar pengambilan keputusan yaitu:

- Data yang menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis atau grafik histogram, hal tersebut mengindikasikan bahwa data terdistribusi normal yang artinya model regresi memenuhi asumsi normalitas.
- Data menjauh dari garis diagonal atau tidak mengikuti arah garis diagonal pada grafik histogram, hal tersebut mengindikasikan bahwa data terdistribusi tidak normal yang artinya model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas

Sedangkan pada metode statistik, uji normalitas dapat dideteksi dengan uji statistik non-parametrik Kolmogorov-Smirnov (K-S) untuk mendukung uji normalitas menggunakan grafik. Uji K-S dilakukan dengan membuat hipotesis sebagai berikut :

H<sub>0</sub> : Data residual berdistribusi normal

H<sub>a</sub> : Data residual tidak berdistribusi normal

Nilai residual berdistribusi normal apabila memiliki nilai signifikansi > 0,05 sehingga H<sub>0</sub> dapat diterima. Namun jika nilai signifikansi < 0,05 maka nilai residual tidak berdistribusi normal sehingga H<sub>a</sub> diterima atau H<sub>0</sub> ditolak (Ghozali, 2005).

#### 3.4.4.2 Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas dilakukan untuk mengetahui apakah dalam model regresi ditemukan adanya korelasi yang tinggi atau sempurna antar variabel independen. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi di antara variabel independen. Jika variabel independen saling berkorelasi, maka variabel-variabel tersebut tidak ortogonal atau variabel independen yang nilai korelasi antar sesama variabel independen sama dengan nol. Multikolinieritas tidak akan terjadi apabila nilai Tolerance > 0,100 dan nilai VIF < 10,000 (Ghozali, 2005).

#### 3.4.4.3 Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas digunakan untuk mengetahui apakah dalam suatu model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual akan satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Model regresi yang baik adalah model regresi yang tidak terdapat adanya gejala heteroskedastitas (Ghozali, 2005). Untuk menentukan adanya heteroskedastisitas dapat dideteksi dengan melihat grafik plot dengan dasar analisis sebagai berikut:

- Jika ada pola tertentu, seperti titik-titik yang membentuk pola teratur (bergelombang, melebar kemudian menyempit), maka hal tersebut mengindikasikan terjadinya heteroskedastisitas.
- Jika tidak ada pola yang jelas, serta titik-titik menyebar di atas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastitas.

### 3.4.5 Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linear berganda dilakukan untuk menguji pengaruh dua atau lebih variabel independen terhadap satu variabel dependen. Model ini mengasumsikan adanya hubungan satu garis lurus/linier antara variabel dependen dengan masing-masing prediktornya (Janie, 2012). Analisis regresi linear berganda dihitung dengan menggunakan rumus sebagai berikut :

$$NM = a + \beta_1 EK + \beta_2 EU + \beta_3 PS + \beta_4 BU + \beta_5 PK + \varepsilon$$

Keterangan :

NM : Niat Menggunakan OVO

EK : Ekspektasi Kinerja

EU : Ekspektasi Usaha

PS : Pengaruh Sosial

B : Budaya

PK : Persepsi Keamanan

$\varepsilon$  : Error

### 3.4.5.1 Uji Hipotesis

Uji t dilakukan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh satu variabel independen secara individual dalam menerangkan variasi variabel dependen. Jika nilai t hitung  $< t$  tabel atau jika nilai signifikansi  $> 0,05$  maka hasil yang diperoleh adalah variabel independen secara individu tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen begitu pula sebaliknya apabila nilai signifikansi  $< 0,05$  atau nilai t hitung  $> t$  tabel maka hasil yang diperoleh adalah variabel independen berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen (Ghozali, 2005).

Tahapan yang dilakukan pada pengujian ini adalah sebagai berikut:

- 1) Menyusun  $H_0$  (Hipotesis nol) dan  $H_a$  (Hipotesis alternatif).

- **Hipotesis 1**

$H_{01}$  : Ekspektasi Kinerja tidak berpengaruh terhadap Niat Menggunakan OVO.

$H_{a1}$  : Ekspektasi Kinerja berpengaruh positif terhadap Niat Menggunakan OVO.

- **Hipotesis 2**

$H_{02}$  : Ekspektasi Usaha tidak berpengaruh terhadap Niat Menggunakan OVO.

$H_{a2}$  : Ekspektasi Usaha berpengaruh positif terhadap Niat Menggunakan OVO.

- **Hipotesis 3**

H03 : Pengaruh Sosial tidak berpengaruh terhadap Niat Menggunakan OVO.

Ha3 : Pengaruh Sosial berpengaruh positif terhadap Niat Menggunakan OVO.

- **Hipotesis 4**

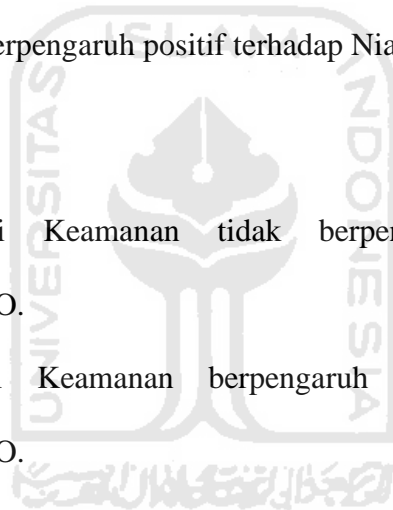
H04 : Budaya tidak berpengaruh terhadap Niat Menggunakan OVO.

Ha4 : Budaya berpengaruh positif terhadap Niat Menggunakan OVO.

- **Hipotesis 5**

H05 : Persepsi Keamanan tidak berpengaruh terhadap Niat Menggunakan OVO.

Ha5 : Persepsi Keamanan berpengaruh positif terhadap Niat Menggunakan OVO.



## **BAB IV**

### **ANALISIS DATA DAN HASIL PENELITIAN**

#### **4.1 Hasil Pengumpulan Data**

Objek pada penelitian ini adalah mahasiswa yang berasal dari universitas yang terdapat di Yogyakarta yaitu Universitas Islam Indonesia (UII), Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Yogyakarta (UPN) dan Universitas Muhammadiyah Yogyakarta (UMY). Penelitian ini membutuhkan 100 kuisisioner yang diisi oleh mahasiswa yang terdapat pada salah satu dari 3 universitas tersebut dan yang pernah menggunakan OVO. Dari kuisisioner tersebut maka data yang diperoleh yaitu 50 kuisisioner diisi oleh mahasiswa UII, 25 kuisisioner diisi oleh mahasiswa UPN dan 25 kuisisioner diisi oleh mahasiswa UMY. Para responden mengisi kuisisioner tersebut melalui link google form yang telah disediakan dengan mengisi beberapa kriteria tertentu.

#### **4.2 Karakteristik Responden**

Pada penelitian ini, karakteristik responden ditentukan berdasarkan jenis kelamin, umur, universitas dan jenjang pendidikan.

##### **4.2.1 Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin**

Dari hasil kuisisioner yang telah dikumpulkan, maka ditemukan data responden berdasarkan jenis kelamin adalah sebagai berikut :

**Tabel 4. 1**  
**Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin**

<b>Jenis Kelamin</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Persentase (%)</b>
Laki-laki	34	34%
Perempuan	66	66%
<b>Total</b>	100	100%

Sumber: Data Diolah, 2020

Dari data pada tabel 4.1 diperoleh hasil yaitu responden yang mengisi kuisisioner penelitian terdiri dari 34 laki-laki dan 66 perempuan. Sehingga pengisian kuisisioner pada penelitian ini didominasi oleh perempuan dengan persentase 66%.

#### **4.2.2 Karakteristik Berdasarkan Usia**

Dari hasil kuisisioner yang telah dikumpulkan, maka diperoleh data responden berdasarkan usia adalah sebagai berikut :

**Tabel 4. 2**  
**Karakteristik Berdasarkan Usia**

<b>Usia</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Persentase</b>
17-21 tahun	45	45%
22-26 tahun	55	55%
27-30 tahun	0	0%
>30 tahun	0	0%
<b>Total</b>	100	100%

Sumber: Data Diolah, 2020



Dari data pada tabel 4.2 diperoleh hasil yaitu responden yang mengisi kuisisioner penelitian rata-rata berusia 17-21 tahun sebanyak 45 orang dan 22-26 tahun sebanyak 55 orang. Hal ini menunjukkan bahwa penelitian ini didominasi oleh mahasiswa yang masih berusia dibawah 30 tahun.

#### 4.2.3 Karakteristik Berdasarkan Universitas

Penelitian ini membatasi tiga universitas yaitu UII, UPN dan UMY. Dari tiga universitas tersebut maka diperoleh jumlah responden yang telah mengisi kuisisioner sebagai berikut :

**Tabel 4. 3**  
**Karakteristik Berdasarkan Universitas**

Universitas	Frekuensi	Persentase
UII	50	50%
UPN	25	25%
UMY	25	25%
<b>Total</b>	100	100%

Sumber: Data Diolah, 2020

Dari data pada tabel 4.3 diperoleh hasil bahwa responden yang mengisi kuisisioner didominasi oleh mahasiswa UII yaitu sebesar 50% atau sebanyak 50 mahasiswa. Kemudian diikuti dengan mahasiswa UPN dan UMY yang masing-masing diisi oleh 25 mahasiswa dengan persentase masing-masing sebesar 25%.

#### 4.2.4 Karakteristik Berdasarkan Jenjang Pendidikan

Karakteristik jenjang pendidikan pada penelitian ini yaitu D3, S1 dan S2. Sehingga dari kuisisioner yang telah dikumpulkan ditemukan data sebagai berikut :

**Tabel 4. 4**  
**Karakteristik Berdasarkan Jenjang Pendidikan**

<b>Pendidikan</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Persentase</b>
D3	0	0%
S1	100	100%
S2	0	0%
<b>Total</b>	100	100%

Sumber: Data Diolah, 2020

Dari data pada tabel 4.4 diperoleh hasil yaitu sebanyak 100 responden diisi oleh mahasiswa yang tengah menempuh jenjang pendidikan S1 sehingga diperoleh persentase 100%. Maka pada penelitian ini hanya mahasiswa S1 yang menjadi responden untuk mengisi kuisioner penelitian.

### **4.3 Analisis Data**

#### **4.3.1 Analisis Statistik Deskriptif**

Statistik deskriptif merupakan gambaran data yang telah terkumpul tentang data penelitian. Berikut ini adalah gambaran data penelitian yang ditunjukkan pada tabel 4.5 sebagai berikut :

**Tabel 4. 5**  
**Statistik Deskriptiv**

Variabel	N	Minimum	Maximum	Mean	Median	Std. Deviation
<b>EK</b>	100	4	20	15,30	16,50	4,256
<b>EU</b>	100	4	20	16,67	18,00	4,252
<b>PS</b>	100	3	15	10,39	11,00	3,165
<b>BU</b>	100	3	15	10,73	11,00	3,001
<b>PK</b>	100	4	15	9,43	10,00	3,141
<b>NM</b>	100	3	15	11,71	12,00	3,053

Sumber: Data Diolah, 2020

Dari data pada tabel 4.5, melalui analisis *software* SPSS, hasil uji statistik deskriptif menunjukkan bahwa variabel ekspektasi kinerja (EK) memiliki nilai minimum sebesar 4 dan nilai maksimum sebesar 20 dan nilai rata-rata (*mean*) sebesar 15,30. Ini artinya sebagian besar responden setuju terhadap ekspektasi kinerja saat menggunakan *e-wallet* OVO. Analisis juga menunjukkan standar deviasi yaitu sebesar 4,256 atau ukuran penyebaran data variabel ekspektasi kinerja sebesar 4,256 dari 100 responden pengguna OVO.

Pada variabel ekspektasi usaha (EU) terhadap niat menggunakan OVO menghasilkan nilai minimum sebesar 4 dan nilai maksimum sebesar 20. Dengan nilai rata-rata (*mean*) ekspektasi usaha sebesar 16,67. Hasil *mean* menunjukkan bahwa sebagian besar responden setuju terhadap kemudahan yang dirasakan saat menggunakan OVO. Sedangkan standar deviasi memiliki nilai 4,252 yang artinya ukuran penyebaran variabel ini 4,252 dari 100 pengguna OVO yang diteliti.

Hasil penelitian variabel pengaruh sosial (PS) terhadap niat menggunakan OVO menunjukkan nilai minimum sebesar 3 dan nilai maksimum 15. Kemudian nilai rata-rata (*mean*) memiliki nilai sebesar 10,39 yang artinya sebagian besar cukup terpengaruh dengan orang-orang yang mempengaruhi perilakunya untuk menggunakan dompet elektronik OVO. Standar deviasi pada variabel ini memiliki nilai 3,165 atau ukuran penyebaran data variabel ini 3,165 dari 100 pengguna OVO yang diteliti.

Nilai minimum pada variabel budaya (BU) terhadap niat menggunakan yaitu 3 dan nilai maksimum 15. Sedangkan nilai rata-rata (*mean*) yaitu 10,73 yang artinya sebagian besar pengguna cukup berbudaya ketika menggunakan dompet elektronik OVO. Standar deviasi pada variabel ini memiliki nilai 3,001 yang artinya ukuran penyebaran data variabel budaya yaitu 3,001 dari 100 pengguna OVO yang diteliti.

Pada variabel persepsi keamanan (PK) terhadap niat menggunakan OVO dengan nilai minimum 4 dan nilai maksimum 15 dan nilai rata-rata (*mean*) memiliki nilai sebesar 9,43 yang artinya para pengguna sudah merasa cukup yakin dengan keamanan yang diperoleh ketika menggunakan OVO. Nilai standar deviasi pada variabel ini yaitu sebesar 3,141 atau ukuran penyebaran data pada variabel ini yaitu 3,141 dari 100 pengguna OVO yang diteliti.

Hasil penelitian pada variabel niat menggunakan OVO (NM) oleh pengguna OVO memiliki nilai minimum sebesar 3 dan nilai maksimum sebesar 15. Sedangkan nilai rata-rata (*mean*) yaitu sebesar 11,71 yang artinya penggunaan OVO terbilang cukup tinggi. Nilai standar deviasi pada variabel ini yaitu 3,053 atau

ukuran penyebaran data pada variabel ini sebesar 3,053 dari 100 pengguna OVO yang diteliti.

#### 4.3.2 Uji Validitas

Pada penelitian ini uji validitas diukur dengan membandingkan  $r$  hitung dan  $r$  tabel dengan tingkat signifikansi 5 persen dari *degree of freedom* ( $df$ ) =  $n - 2$  dimana  $n$  adalah jumlah sampel. Jika  $r$  hitung lebih besar dari  $r$  tabel maka suatu indikator dikatakan valid (Haidari dan Tileng, 2018). Dalam hal ini terdapat 100 sampel maka  $n = 100$ , sehingga *degree of freedom* ( $df$ ) =  $100 - 2 = 98$ . Kemudian signifikansi sebesar 5% atau  $\alpha = 0,05$  maka ditemukan  $r$  tabel = 0,1966 ( $r$  tabel pada  $df = 98$  dengan uji dua sisi). Jika  $r$  hitung lebih besar dari  $r$  tabel = 0,1966 maka suatu indikator pada kuisisioner dikatakan valid. Berikut tabel hasil uji validitas yang dilakukan melalui *software* SPSS:

**Tabel 4. 6**

**Hasil Uji Validitas**

Variabel	Item	r Hitung	r tabel	Keterangan
<b>Ekspektasi Kinerja (EK)</b>	EK 1	0,773	0,1966	Valid
	EK 2	0,754	0,1966	Valid
	EK 3	0,841	0,1966	Valid
	EK 4	0,780	0,1966	Valid
<b>Ekspektasi Usaha (EU)</b>	EU 1	0,827	0,1966	Valid
	EU 2	0,807	0,1966	Valid
	EU 3	0,883	0,1966	Valid
	EU 4	0,880	0,1966	Valid

<b>Pengaruh Sosial (PS)</b>	PS 1	0,714	0,1966	Valid
	PS 2	0,663	0,1966	Valid
	PS 3	0,682	0,1966	Valid
<b>Budaya (BU)</b>	BU 1	0,709	0,1966	Valid
	BU 2	0,668	0,1966	Valid
	BU 3	0,457	0,1966	Valid
<b>Persepsi Keamanan (PK)</b>	PK 1	0,783	0,1966	Valid
	PK 2	0,719	0,1966	Valid
	PK 3	0,483	0,1966	Valid
<b>Niat Menggunakan OVO (NM)</b>	NM 1	0,808	0,1966	Valid
	NM 2	0,741	0,1966	Valid
	NM 3	0,836	0,1966	Valid

Sumber: Data Diolah, 2020

Berdasarkan tabel 4.6 hasil uji validitas menggunakan *software* SPSS dengan menguji indikator-indikator yang terdapat pada variabel ekspektasi kinerja (EK), ekspektasi usaha (EU), pengaruh sosial (PS), budaya (BU), persepsi keamanan (PK) dan niat menggunakan OVO (NM) menunjukkan setiap indikator atau item-item pertanyaan pada seluruh variabel tersebut memiliki nilai  $r$  hitung  $>$   $r$  tabel (0,1966) sehingga seluruh item pertanyaan yang diberikan dalam kuisisioner telah memenuhi syarat valid.

### 4.3.3 Uji Reliabilitas

Untuk menentukan keandalan suatu alat ukur atau sejauh mana alat ukur dapat dipercaya maka dilakukan uji reliabilitas. Jika suatu alat ukur dipakai dua kali

untuk mengukur gejala yang sama dan hasil pengukuran diperoleh relative konsisten maka alat ukur tersebut reliabel (Wahyuni, 2014). Suatu alat ukur dikatakan reliabel jika :

- Jika nilai *Cronbach's alpha*  $> 0,90$  maka reliabilitas sempurna,
- Jika nilai *Cronbach's alpha* antara  $0,70 - 0,90$  maka reliabilitas tinggi,
- Jika nilai *Cronbach's alpha* antara  $0,50 - 0,70$  maka reliabilitas moderat,
- Jika nilai *Cronbach's alpha*  $< 0,50$  maka reliabilitas rendah.

Berikut adalah hasil analisis uji reliabilitas terhadap variabel yang terdapat pada penelitian ini sebagai berikut:

**Tabel 4. 7**

**Hasil Uji Reliabilitas**

Variabel	Cronbach's Alpha	Keterangan
Ekspektasi Kinerja	0,905	Reliabilitas-tinggi
Ekspektasi Usaha	0,936	Reliabilitas-tinggi
Pengaruh Sosial	0,828	Reliabilitas-tinggi
Budaya	0,770	Reliabilitas-tinggi
Persepsi Keamanan	0,798	Reliabilitas-tinggi
Niat Menggunakan OVO	0,896	Reliabilitas-tinggi

Sumber: Data Diolah, 2020

Berdasarkan hasil uji reliabilitas yang dilakukan menggunakan *software* SPSS, hasil yang ditunjukkan pada tabel 4.7 bahwa seluruh variabel memiliki nilai cronbach's alpha diatas 0,70 yang artinya setiap variabel penelitian ini mulai dari ekspektasi kinerja (EK), ekspektasi usaha (EU), pengaruh sosial (PS), budaya (BU), persepsi keamanan (PK) dan niat menggunakan OVO (NM) memiliki reliabilitas yang tinggi.

#### **4.4 Uji Asumsi Klasik**

Analisis yang digunakan pada penelitian ini yaitu analisis regresi linear berganda. Terdapat beberapa asumsi yang harus dipenuhi agar data yang dimasukkan dalam regresi memenuhi syarat yaitu dengan terlebih dahulu melakukan uji normalitas, uji multikolineritas dan uji heteroskedastisitas.

##### **4.4.1.1 Uji Normalitas**

###### **a) Analisis Grafik**

Uji normalitas dilakukan untuk mendeteksi apakah model regresi, variabel pengganggu atau residual telah terdistribusi normal atau tidak. Normalitas suatu variabel dapat dideteksi dengan menggunakan metode grafik dan metode statistik (Ghozali, 2005). Pada metode grafik, terdapat dua dasar pengambilan keputusan yaitu:

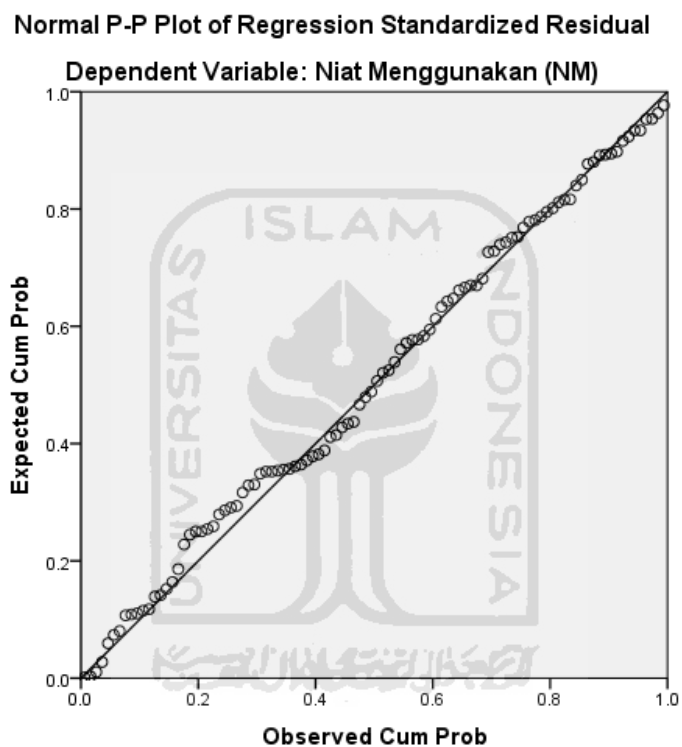
- Data yang menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis atau grafik histogram, hal tersebut mengindikasikan bahwa data terdistribusi normal yang artinya model regresi memenuhi asumsi normalitas.
- Data menjauh dari garis diagonal atau tidak mengikuti arah garis diagonal pada grafik histogram, hal tersebut mengindikasikan bahwa data



terdistribusi idak normal yang artinya model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas. Berikut adalah hasil analisis uji normalitas analisis grafik terhadap variabel yang terdapat pada penelitian ini sebagai berikut:

**Gambar 4. 1**

**Hasil Uji Normalitas (Histogram)**



Sumber: Hasil Olah Data, 2020

Berdasarkan gambar histogram 4.8, hasil uji normalitas pada variabel penelitian menunjukkan tampilan titik-titik yang terdapat pada gambar menyebar mengikuti garis diagonal dan mengikuti arah histogram, hal ini mengindikasikan bahwa data terdistribusi normal sehingga model regresi memenuhi asumsi normalitas.

### b) Analisis Statistik

Pada metode statistik, uji normalitas dapat dideteksi dengan uji statistik non-parametrik Kolmogrov-Smirnov (K-S) untuk mendukung uji normalitas menggunakan grafik. Uji K-S dilakukan dengan membuat hipotesis :

$H_0$  : Data residual berdistribusi normal

$H_a$  : Data residual tidak berdistribusi normal

Nilai residual berdistribusi normal apabila memiliki nilai signifikansi  $> 0,05$  sehingga  $H_0$  dapat diterima. Namun jika nilai signifikansi  $< 0,05$  maka nilai residual tidak berdistribusi normal sehingga  $H_a$  diterima atau  $H_0$  ditolak (Ghozali, 2005). Berikut adalah hasil analisis uji normalitas analisis statistik terhadap variabel yang terdapat pada penelitian ini sebagai berikut:

**Tabel 4. 8**  
**Hasil Uji Normalitas (Statistik)**

Asymp. Sig. (2-tailed)	Keterangan
0,200	Terdistribusi normal

Sumber: Data Diolah, 2020

Berdasarkan data pada tabel 4.9 uji normalitas analisis statistik menggunakan *software* SPSS memperoleh nilai signifikansi sebesar 0,200 dimana  $0,200 > 0,05$  sehingga  $H_0$  dapat diterima atau nilai residual terdistribusi normal.

#### 4.4.1.2 Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas digunakan untuk melihat apakah dalam model regresi ditemukan adanya korelasi yang tinggi atau sempurna antar variabel independen. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi di antara variabel independen. Jika variabel independen saling berkorelasi, maka variabel-variabel tersebut tidak ortogonal atau variabel independen yang nilai korelasi antar sesama variabel independen sama dengan nol. Multikolinieritas tidak akan terjadi apabila nilai Tolerance  $> 0,100$  dan nilai VIF  $< 10,000$  (Ghozali, 2005). Berikut adalah hasil analisis uji multikolinieritas terhadap variabel yang terdapat pada penelitian sebagai berikut:

**Tabel 4. 9**  
**Hasil Uji Multikolinieritas**

Variabel	Tolerance	VIF	Keterangan
<b>Ekspektasi Kinerja</b>	0,328	3,045	Tidak Terjadi Multikolinieritas
<b>Ekspektasi Usaha</b>	0,385	2,598	Tidak Terjadi Multikolinieritas
<b>Pengaruh Sosial</b>	0,634	1,576	Tidak Terjadi Multikolinieritas
<b>Budaya</b>	0,553	1,810	Tidak Terjadi Multikolinieritas
<b>Persepsi Keamanan</b>	0,843	1,187	Tidak Terjadi Multikolinieritas

Sumber: Data Diolah, 2020

Terlihat pada tabel 4.10 hasil analisis uji multikolinieritas menggunakan *software* SPSS menunjukkan bahwa setiap variabel independen pada penelitian ini

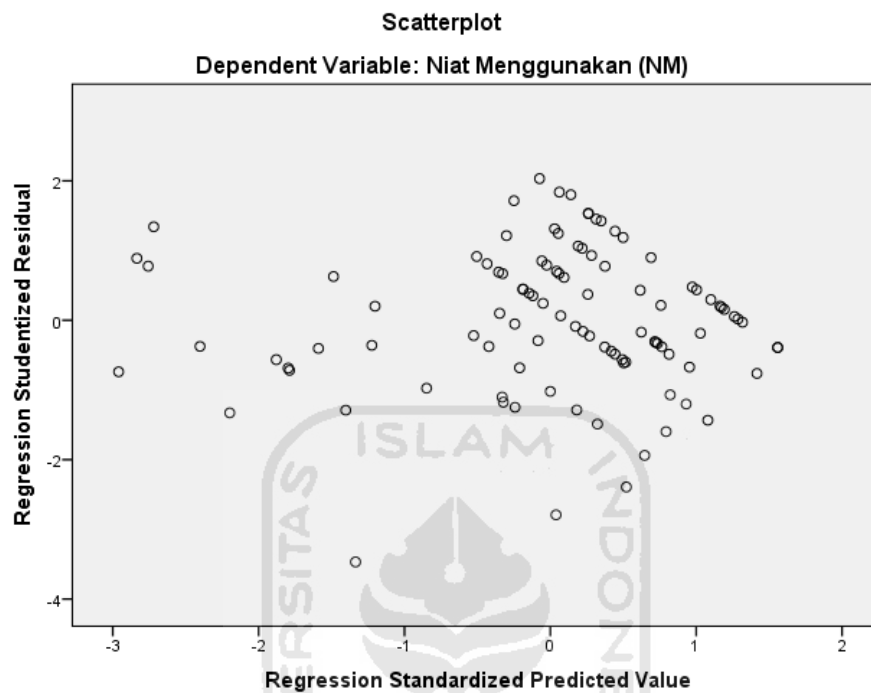
bebas dari multikolinieritas sehingga model regresi yang diajukan tidak terdapat gejala multikolinieritas.

#### 4.4.1.3 Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas digunakan untuk mengetahui apakah dalam suatu model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual akan satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Model regresi yang baik adalah model regresi yang tidak terdapat adanya gejala heteroskedastisitas. Untuk menentukan adanya heteroskedastisitas dapat dideteksi dengan melihat grafik plot dengan dasar analisis sebagai berikut:

- Jika ada pola tertentu, seperti titik-titik yang membentuk pola teratur (bergelombang, melebar kemudian menyempit), maka hal tersebut mengindikasikan terjadinya heteroskedastisitas.
  - Jika tidak ada pola yang jelas, serta titik-titik menyebar di atas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastitas.
- Berikut adalah hasil analisis uji heteroskedastisitas terhadap variabel yang terdapat pada penelitian sebagai berikut:

**Gambar 4. 2**  
**Hasil Uji Heteroskedastisitas (Scatterplot)**



Sumber: Data Diolah, 2020

Berdasarkan tabel 4.11 hasil uji heteroskedastisitas (scatterplot) menggunakan *software* SPSS menghasilkan gambar titik-titik yang tidak teratur dan menyebar serta titik-titik berada di atas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y, hal ini mengindikasikan tidak terjadi heteroskedastisitas pada penelitian ini.

#### 4.4.2 Analisis Regresi Linear Berganda

Pada model penelitian ini, yang menjadi variabel independen yaitu Ekspektasi Kinerja (EK), Ekspektasi Usaha (EU), Pengaruh Sosial (PS), Budaya (BU) dan Persepsi Keamanan (PK). Sedangkan yang menjadi variabel dependen pada penelitian ini yaitu Niat Menggunakan OVO (NM). Hasil analisis regresi menampilkan seberapa besar nilai signifikan dari semua variabel independen yang

berpengaruh terhadap variabel dependen. Berikut adalah hasil analisis regresi linear berganda terhadap variabel yang terdapat pada penelitian sebagai berikut:

**Tabel 4. 10**  
**Hasil Uji Regresi**

Variabel Independen	Koefisien Regresi ( $\beta$ )	T Hitung	Sig. T	Kesimpulan
<b>Ekspektasi Kinerja</b>	0,251	3,488	0,001	H1 gagal ditolak
<b>Ekspektasi Usaha</b>	0,224	3,375	0,001	H2 gagal ditolak
<b>Pengaruh Sosial</b>	0,107	1,532	0,129	H3 ditolak
<b>Budaya</b>	0,124	1,583	0,117	H4 ditolak
<b>Persepsi Keamanan</b>	0,180	2,961	0,004	H5 gagal ditolak
Variabel dependen	= Niat Menggunakan OVO			
Konstanta	= -0,008			
Std. Error	= 0,859			
<i>Adjusted R Square</i>	= 0,673			

Sumber: Data Diolah, 2020

Berdasarkan analisis regresi menggunakan *software* SPSS pada tabel 4.12 maka didapatkan persamaan sebagai berikut:

$$NM = a + \beta_1 EK + \beta_2 EU + \beta_3 PS + \beta_4 BU + \beta_5 PK + \varepsilon$$

$$NM = -0,008 + 0,251 + 0,224 + 0,107 + 0,124 + 0,180 + \varepsilon$$

Dari hasil analisis menggunakan *software* SPSS pada tabel 4.12 ditemukan hasil *Adjusted R Square* sebesar 0,673 atau 67,3% ini menunjukkan persentase pengaruh dari seluruh variabel independen yaitu ekspektasi kinerja (EK),

ekspektasi usaha (EU), pengaruh sosial (PS), budaya (BU) dan persepsi keamanan (PK) memberi pengaruh sebesar 0,673 atau 67,3% yang mampu menjelaskan variasi variabel dependen niat menggunakan OVO (NM) dan sisanya sebesar 32,7% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dimasukkan pada penelitian ini.

Nilai konstanta sebesar -0,008 menunjukkan bahwa variabel independen yaitu ekspektasi kinerja (EK), ekspektasi usaha (EU), pengaruh sosial (PS), budaya (BU) dan persepsi keamanan (PK) bernilai konstan, maka variabel dependen niat menggunakan OVO (NM) memiliki nilai sebesar -0,008

#### **4.4.2.1 Uji Hipotesis**

Uji t dilakukan untuk mengetahui seberapa jauh pengaruh satu variabel independen secara individual dalam menerangkan variasi variabel dependen. Jika nilai  $t$  hitung  $< t$  tabel atau jika nilai signifikansi  $> 0,05$  maka hasil yang diperoleh adalah variabel independen secara individu tidak berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen begitu pula sebaliknya apabila nilai signifikansi  $< 0,05$  atau nilai  $t$  hitung  $> t$  tabel maka hasil yang diperoleh adalah variabel independen berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen (Ghozali, 2001).

Berdasarkan data pada tabel 4.12 hasil uji analisis regresi menggunakan *software* SPSS menghasilkan uji hipotesis (uji  $t$ ) dari variabel independen yaitu ekspektasi kinerja (EK), ekspektasi usaha (EU), pengaruh sosial (PS), budaya (BU) dan persepsi keamanan (PK) terhadap variabel dependen yaitu niat menggunakan OVO (NM) adalah sebagai berikut :

### 1) Hipotesis Pertama

H01 : Ekspektasi Kinerja tidak berpengaruh terhadap Niat Menggunakan OVO.

Ha1 : Ekspektasi Kinerja berpengaruh positif terhadap Niat Menggunakan OVO.

Berdasarkan hasil pada tabel 4.12 melalui analisis menggunakan *software* SPSS, variabel independen ekspektasi kinerja (EK) secara signifikan berpengaruh positif terhadap niat menggunakan OVO (NM). Hal ini ditunjukkan oleh nilai koefisien regresi ( $\beta$ ) dan nilai p-value. Nilai koefisien regresi ( $\beta$ ) sebesar 0,251 mengindikasikan adanya hubungan pengaruh yang positif, dan menunjukkan bahwa jika variabel ekspektasi kinerja (EK) naik 1 satuan, maka variabel niat menggunakan OVO (NM) akan naik sebesar 0,251 dengan asumsi semua variabel independen konstan.

Nilai p-value hasil uji t dari variabel ekspektasi kinerja (EK) sebesar 0,001 dan tingkat signifikansi  $\alpha = 5\% / 0,05$ . Hasil menunjukkan bahwa nilai p-value  $0,001 < 0,05$  yang artinya H1 gagal ditolak, dimana terdapat pengaruh signifikan antara ekspektasi kinerja (EK) terhadap niat menggunakan OVO (NM).

### 2) Hipotesis Kedua

H02 : Ekspektasi Usaha tidak berpengaruh terhadap Niat Menggunakan OVO.

Ha2 : Ekspektasi Usaha berpengaruh positif terhadap Niat Menggunakan OVO.



Berdasarkan hasil pada tabel 4.12 melalui analisis menggunakan *software* SPSS, variabel independen ekspektasi usaha (EU) secara signifikan berpengaruh positif terhadap niat menggunakan OVO (NM). Hal ini ditunjukkan oleh nilai koefisien regresi ( $\beta$ ) dan nilai p-value. Nilai koefisien regresi ( $\beta$ ) sebesar 0,224 mengindikasikan adanya hubungan pengaruh yang positif, dan menunjukkan bahwa jika variabel ekspektasi usaha (EU) naik 1 satuan, maka variabel niat menggunakan OVO (NM) akan naik sebesar 0,224 dengan asumsi semua variabel independen konstan.

Nilai p-value hasil uji t dari variabel ekspektasi usaha (EU) sebesar 0,001 dan tingkat signifikansi  $\alpha = 5\% / 0,05$ . Hasil menunjukkan bahwa p-value  $0,001 < 0,05$  yang artinya H<sub>2</sub> gagal ditolak, dimana terdapat pengaruh signifikan antara ekspektasi usaha (EU) terhadap niat menggunakan OVO (NM).

### 3) Hipotesis Ketiga

H<sub>03</sub> : Pengaruh Sosial tidak berpengaruh terhadap Niat Menggunakan OVO.

H<sub>a3</sub> : Pengaruh Sosial berpengaruh positif terhadap Niat Menggunakan OVO.

Berdasarkan hasil pada tabel 4.12 melalui analisis menggunakan *software* SPSS, secara signifikan variabel independen pengaruh sosial (PS) tidak berpengaruh terhadap niat menggunakan OVO (NM). Nilai p-value hasil uji t dari variabel Pengaruh Sosial sebesar 0,129 dan tingkat signifikansi  $\alpha = 5\% / 0,05$ . Hasil menunjukkan bahwa p-value  $0,129 > 0,05$

yang artinya H3 ditolak, sehingga secara signifikan tidak terdapat pengaruh antara variabel pengaruh sosial (PS) terhadap niat menggunakan OVO (NM).

#### 4) Hipotesis Keempat

H04 : Budaya tidak berpengaruh terhadap Niat Menggunakan OVO.

Ha4 : Budaya berpengaruh positif terhadap Niat Menggunakan OVO.

Berdasarkan hasil pada tabel 4.12 melalui analisis menggunakan *software* SPSS, variabel independen budaya (BU) secara signifikan tidak berpengaruh terhadap niat menggunakan OVO (NM). Nilai p-value hasil uji t dari variabel budaya (BU) sebesar 0,117 dan tingkat signifikansi  $\alpha = 5\% / 0,05$ . Hasil menunjukkan bahwa p-value  $0,117 > 0,05$  yang artinya H4 ditolak, sehingga secara signifikan tidak terdapat pengaruh antara variabel budaya (BU) terhadap niat menggunakan OVO (NM).

#### 5) Hipotesis Kelima

H05 : Persepsi Keamanan tidak berpengaruh terhadap Niat Menggunakan OVO.

Ha5 : Persepsi Keamanan berpengaruh positif terhadap Niat Menggunakan OVO.

Berdasarkan hasil pada tabel 4.12 melalui analisis menggunakan *software* SPSS, variabel independen persepsi keamanan (PK) secara signifikan berpengaruh positif terhadap niat menggunakan OVO (NM). Hal ini ditunjukkan oleh nilai koefisien regresi ( $\beta$ ) dan nilai p-value. Nilai

koefisien regresi ( $\beta$ ) variabel independen persepsi keamanan (PK) sebesar 0,180 mengindikasikan adanya hubungan pengaruh yang positif, dan menunjukkan bahwa jika variabel persepsi keamanan (PK) naik 1 satuan, maka variabel niat menggunakan OVO (NM) akan naik sebesar 0,180 dengan asumsi semua variabel independen konstan.

Nilai p-value hasil uji t dari variabel persepsi keamanan (PK) sebesar 0,004 dan tingkat signifikansi  $\alpha = 5\% / 0,05$ . Hasil menunjukkan bahwa p-value  $0,004 < 0,05$  yang artinya  $H_5$  gagal ditolak, dimana terdapat pengaruh signifikan antara persepsi keamanan (PK) terhadap niat menggunakan OVO (NM).

#### **4.4.3 Pembahasan**

##### **4.4.3.1 Pengaruh Ekspektasi Kinerja terhadap Niat Menggunakan OVO**

Ekspektasi kinerja yaitu sejauh mana seseorang percaya bahwa penggunaan sistem teknologi dapat meningkatkan produktifitas dan memberi keuntungan terhadap kinerja penggunanya (Venkatesh et al., 2003). Berdasarkan penjelasan tersebut, dompet elektronik OVO memberikan keuntungan berupa pelayanan yang cepat pada satu *platform* yang dapat digunakan melalui *smartphone* sehingga dalam waktu singkat transaksi pembayaran dapat diselesaikan dengan lebih cepat.

Penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Pertiwi dan Ariyanto (2017) terhadap penggunaan *mobile banking* yang menunjukkan hasil variabel ekspektasi kinerja berpengaruh positif signifikan. Hal ini dikarenakan penggunaan *mobile banking* sangat bermanfaat dalam membantu menyelesaikan

pekerjaan dengan lebih cepat sehingga dapat meningkatkan produktivitas nasabah. Begitu pula pada penelitian yang dilakukan oleh Kang (2019) terhadap perspektif pengguna dan non pengguna *mobile payment*. Hasil menunjukkan adanya pengaruh positif yang signifikan baik dari perspektif pengguna maupun non-pengguna tentang *mobile payment*. Bagi pengguna *mobile payment* yang telah mengikuti prosedur untuk menggunakan teknologi tersebut, mereka merasakan manfaat, kenyamanan dan kegunaan dari penggunaan dan pelayanan yang tersedia pada *mobile payment*.

Pada penelitian ini, variabel ekspektasi kinerja (EK) secara signifikan berpengaruh positif terhadap niat menggunakan OVO (NM). Artinya, mahasiswa UII, UPN dan UMY di Yogyakarta merasa bahwa variabel ekspektasi kinerja memberikan manfaat dalam menyelesaikan proses transaksi secara elektronik menggunakan OVO. Penggunaan OVO meningkatkan performa kinerja penggunanya, manfaat yang dirasakan yaitu berupa proses transaksi yang cepat, nyaman serta efisiensi waktu ketika bertransaksi. Hal ini mengakibatkan transaksi yang semula membutuhkan waktu yang lama akan terasa lebih mudah dilakukan hanya melalui *smartphone*. Hal tersebut pula akan meningkatkan produktivitas bagi mahasiswa karena waktu yang sedikit digunakan ketika melakukan proses transaksi sehingga sisa waktu dapat digunakan untuk meningkatkan kinerja yang lain. Selain hal tersebut sampel penelitian adalah mahasiswa yang merupakan kaum milenial, yaitu generasi yang merupakan generasi yang beranggapan bahwa kehidupan sosial sebagai aspek yang penting dengan berbagai kemajuan teknologi yang mereka sangat familiar, sebagai generasi era milenium. Ciri generasi milenial gampang

bosan terhadap barang yang dibeli, *no gadget no life*, hobi dengan melakukan transaksi non kas, suka terhadap sesuatu termasuk barang secara cepat dan instan, multitasking, sensitif terhadap fenomena sosial dan suka posting.

#### 4.4.3.2 Pengaruh Ekspektasi Usaha terhadap Niat Menggunakan OVO

Venkatesh et al. (2003) mendefinisikan ekspektasi usaha sebagai tingkat kemudahan yang dirasakan seseorang ketika menggunakan sistem teknologi. Kemudahan dalam mengoperasikan sistem dapat mempengaruhi niat individu untuk menggunakan teknologi. Berdasarkan penjelasan tersebut, OVO adalah salah satu dompet elektronik yang sangat mudah digunakan. Hal ini terlihat pada penggunaan pembayaran transaksi secara langsung melalui seluler dan pilihan transaksi pembayaran pada *platform e-commerce*, pengguna dapat memilih pembayaran menggunakan OVO melalui pilihan pembayaran yang tersedia pada *platform* tersebut.

Penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Gupta dan Arora (2019) terhadap perspektif orang-orang India yang menggunakan *mobile payment*. Hasil menunjukkan bahwa ekspektasi usaha memberi pengaruh yang kuat dalam hal penggunaan *mobile payment* di India. Penggunaan *mobile payment* memberikan kemudahan bagi pengguna sehingga transaksi dapat dilakukan dimana saja melalui seluler. Kemudian penelitian ini juga sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Abrahao, Moriguchi dan Andrade (2016) yang menemukan bahwa faktor ekspektasi usaha merupakan salah satu variabel yang berpengaruh besar terhadap keinginan menggunakan *mobile payment* di Brazil.

Pada penelitian ini, sebagian besar mahasiswa di Yogya merasa bahwa variabel ekspektasi usaha memberi pengaruh yang besar terhadap keinginan untuk menggunakan dompet elektronik OVO. Hal ini dapat disebabkan karena kemudahan yang diperoleh pengguna saat menyelesaikan proses transaksi yang dapat dilakukan dimana saja dan kapan saja melalui *smartphone* serta pemakaian OVO yang mudah dimengerti, dan tanpa memerlukan keahlian khusus sehingga sangat mudah digunakan jika dibandingkan dengan proses transaksi yang dilakukan secara manual. Kemudahan yang dirasakan yaitu pengguna cukup melakukan transaksi pembayaran melalui aplikasi OVO dengan jumlah yang sudah tersedia secara otomatis sesuai dengan jumlah transaksi yang dilakukan. Proses penyelesaian transaksi cukup dilakukan dengan memindai barcode yang telah tersedia pada *merchant-merchant* OVO dan dapat juga digunakan sebagai pilihan pembayaran pada berbagai jenis *platform* yang lain dengan memilih pembayaran melalui OVO dan dengan demikian proses transaksi telah selesai dilakukan.

#### **4.4.3.3 Pengaruh Sosial Terhadap Niat Menggunakan OVO**

Pengaruh sosial yaitu sejauh mana seseorang percaya bahwa orang lain dapat meyakinkan dirinya untuk menggunakan suatu sistem teknologi yang baru (Venkatesh et al., 2003). Faktor yang mempengaruhi seseorang untuk mengadopsi teknologi baru dapat berasal dari orang-orang terdekat. Seseorang yang telah menggunakan OVO dapat mempengaruhi orang lain dengan membagikan pengalamannya di media sosial maupun mengajak untuk menggunakan OVO agar mendapatkan penawaran potongan harga yang lebih besar sehingga orang-orang termotivasi untuk menggunakan OVO.

Penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Pertiwi dan Ariyanto (2017) hasil menunjukkan bahwa pengaruh sosial tidak berpengaruh terhadap pengguna *m-banking*, karena mereka merasa bahwa keinginan menggunakan *m-banking* dikarenakan teknologi tersebut memiliki respon cepat terhadap perkembangan bisnis dan teknologi informasi, sehingga dapat membantu meningkatkan produktivitasnya. Begitu pula pada penelitian yang dilakukan oleh Nugroho, Winarno dan Hartanto (2017) terhadap pengguna *mobile payment*. Hasil menunjukkan pengaruh sosial tidak berpengaruh terhadap penggunaan *mobile payment*. Orang-orang yang dianggap penting belum mampu mempengaruhi calon pengguna untuk menggunakan *m-payment*.

Pada penelitian ini, secara signifikan variabel pengaruh sosial tidak mempengaruhi perilaku niat menggunakan OVO terhadap mahasiswa di Yogyakarta. Hal ini dapat disebabkan karena orang-orang yang dianggap penting seperti keluarga dan kerabat belum mampu mempengaruhi dan memotivasi perilaku pengguna untuk menggunakan OVO atau minimnya informasi yang diperoleh yang belum dapat memotivasi calon pengguna untuk menggunakan OVO. Hal ini juga dapat diakibatkan karena banyaknya informasi yang diperoleh melalui media lain seperti internet, televisi, radio maupun media sosial lain yang banyak memberikan informasi terkait proses transaksi secara elektronik melalui OVO yang terkesan lebih menarik daripada informasi yang diperoleh dari orang-orang terdekat.

#### **4.4.3.4 Pengaruh Budaya Terhadap Niat Menggunakan OVO**

Budaya merupakan suatu pola pemikiran dan hubungan manusia yang digambarkan sebagai keyakinan atau standar yang dimiliki oleh suatu kelompok

yang berdampak pada perilaku seseorang (Ting et al., 2016). Junadi dan Sfenrianto (2015) menyatakan faktor budaya dapat muncul dari perbedaan wilayah, pendidikan, penggunaan internet dan lain sebagainya. Mahasiswa yang berada di Yogyakarta berasal dari berbagai wilayah di Indonesia. Oleh karena itu setiap orang juga memiliki budaya yang berbeda. Pada penelitian ini budaya dapat terlihat dari seberapa lama seseorang mengakses internet, jenjang pendidikan dan lamanya penggunaan *smartphone*.

Penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Suwandi dan Azis (2018) terhadap pengguna *mobile payment*. Hasil menunjukkan bahwa tidak terdapat pengaruh antara budaya dengan niat menggunakan *m-payment*. Dapat dispekulasikan bahwa perkembangan teknologi dan kemudahan dalam memperoleh informasi memunculkan minat konsumen tidak terpaut pada indikator penelitian yang ada. Begitu pula pada penelitian yang dilakukan oleh Felix (2019) terhadap pengguna *e-wallet*. Hasil menunjukkan tidak ada pengaruh signifikan antara budaya dengan penggunaan *e-wallet*.

Pada penelitian ini, secara signifikan variabel budaya tidak mempengaruhi perilaku penggunaan dompet elektronik OVO. Artinya, mahasiswa yang berada di Yogya tidak terpengaruh oleh indikator yang terdapat pada variabel budaya seperti jenjang pendidikan, akses internet yang digunakan dan penggunaan *smartphone* yang tidak dapat mempengaruhi perilaku penggunaan OVO. OVO dapat digunakan tanpa memerlukan keahlian khusus sehingga jenjang pendidikan, akses internet maupun penggunaan *smartphone* tidak memengaruhi perilaku seseorang untuk menggunakan OVO karena mudahnya penggunaan dan



pengaplikasian dompet elektronik tersebut. Sehingga minat penggunaan OVO tidak semata-mata dipengaruhi oleh indikator yang telah ditentukan pada penelitian ini.

#### **4.4.3.5 Pengaruh Persepsi Keamanan Terhadap Niat Menggunakan OVO**

Keamanan adalah seperangkat prosedur, mekanisme dan program komputer untuk mengotentikasi sumber informasi dan memastikan integritas dan privasi untuk menghindari masalah data dan jaringan (Junadi dan Sfenrianto, 2015). OVO sebagai dompet elektronik harus dapat memastikan bahwa informasi dan privasi penggunanya dapat terjaga dan terlindungi dengan baik. Hal ini terlihat dalam kebijakan privasi yang telah diatur sesuai dengan hukum yang berlaku.

Hal ini sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Suwandi dan Azis (2018) terhadap pengguna *mobile payment*. Hasil menunjukkan bahwa persepsi keamanan berpengaruh terhadap penggunaan *m-payment*. Keamanan *m-payment* sudah memenuhi harapan pengguna dan pengguna percaya bahwa data pribadi mereka aman dalam penggunaan layanan teknologi tersebut. Begitu pula pada penelitian yang dilakukan oleh Hadikusuma (2019) terhadap pengguna *m-payment*. Terdapat pengaruh yang signifikan antara persepsi keamanan dengan niat menggunakan *mobile payment*.

Pada penelitian ini, variabel persepsi keamanan secara signifikan memiliki pengaruh positif terhadap niat menggunakan OVO. Ini artinya, mahasiswa di Yogya pengguna *e-wallet* OVO telah mempercayai dan yakin terhadap keamanan data pribadi yang diberikan pada *platform* tersebut. Selain itu, pengguna juga telah mempercayai informasi tagihan yang dikenakan serta merasakan keamanan untuk menggunakan OVO pada berbagai jenis transaksi. Penelitian ini menunjukkan

bahwa mahasiswa merasa sangat aman ketika melakukan proses transaksi menggunakan OVO sehingga meningkatkan minat yang tinggi untuk menggunakan dompet elektronik tersebut.



## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1 Kesimpulan

Kesimpulan berdasarkan hasil penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Ekspektasi kinerja secara signifikan berpengaruh positif terhadap niat untuk menggunakan OVO. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel ekspektasi kinerja memberi pengaruh dalam hal kenyamanan dan kecepatan saat melakukan proses transaksi pembayaran. Sehingga dapat meningkatkan produktifitas para penggunanya.
2. Ekspektasi usaha secara signifikan berpengaruh positif terhadap niat untuk menggunakan OVO. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel ekspektasi usaha memberi pengaruh dalam hal kemudahan saat bertransaksi. Transaksi melalui OVO dapat dilakukan dimana saja dan kapan saja hanya melalui *smartphone*.
3. Pengaruh sosial secara signifikan tidak berpengaruh terhadap niat untuk menggunakan OVO. Hal ini dapat disebabkan karena orang-orang yang dianggap penting belum mampu mempengaruhi perilaku pengguna untuk menggunakan OVO. Hal ini juga dapat disebabkan karena informasi yang diperoleh dari media elektronik lain dapat mempengaruhi perilaku pengguna.
4. Budaya secara signifikan tidak berpengaruh terhadap niat untuk menggunakan OVO. Hal ini dapat disebabkan karena menggunakan OVO tidak memerlukan keahlian khusus, sehingga indikator pada variabel

budaya seperti jenjang pendidikan, penggunaan *smartphone* dan akses internet tidak mempengaruhi perilaku pengguna untuk menggunakan OVO.

5. Persepsi keamanan secara signifikan berpengaruh positif terhadap niat untuk menggunakan OVO. Penelitian ini menunjukkan bahwa variabel persepsi keamanan memberi pengaruh dalam hal keamanan informasi bagi para pengguna sehingga pengguna OVO sangat yakin akan keamanan yang diperoleh baik dari data pribadi maupun keamanan pada transaksi yang dilakukan.

## 5.2 Saran

Berdasarkan penelitian ini, maka terdapat beberapa saran yang diajukan sebagai berikut:

1. Penelitian selanjutnya diharapkan dapat menambah variabel lain yang terdapat pada UTAUT2 seperti *hedonic motivation*, *price value* dan *habit*.
2. Penelitian selanjutnya diharapkan agar dapat menambah jumlah sampel agar menghasilkan analisis yang lebih akurat.
3. Diharapkan pada penelitian selanjutnya peneliti dapat menggunakan teknik analisis SEM (*Structural Equation Modelling*)

## DAFTAR PUSTAKA

- Abrahão, R. D. S., Moriguchi, S. N., dan Andrade, D. F. 2016. “Intention of adoption of mobile payment: An analysis in the light of the Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT).” *RAI Revista de Administração e Inovação* 13 (3): 221–230.
- Bank Indonesia. 2016. PBI 18/40/PBI/2016 Penyelenggaraan Pemrosesan Transaksi Pembayaran. Diakses 16 Februari 2020. [http://www.bi.go.id/id/peraturan/sistem-pembayaran/Documents/PBI\\_184016.pdf](http://www.bi.go.id/id/peraturan/sistem-pembayaran/Documents/PBI_184016.pdf).
- Cania, S. C. 2018. “Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Penggunaan Layanan Go Pay pada Pelanggan maupun Pengemudi Go-Jek.” Skripsi, Universitas Islam Indonesia.
- Felix. 2019. “Analisis Faktor yang Mempengaruhi Customer’s Intention untuk Menggunakan E-Wallet Gopay dan Ovo pad Generasi X.” Skripsi, Universitas Multimedia Nusantara.
- Ghozali. 2001. Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS. Badan Penerbit Universitas Diponegoro: Semarang.
- Goh, D. 2011. PayPal reveals Malaysian online shopping trends. Available at <http://www.hardwarezone.com.my/tech-news-paypalreveals-malaysian-online-shopping-trends>
- Gupta, K., dan Arora, N. 2019. “Investigating consumer intention to accept mobile payment systems through unified theory of acceptance model: An Indian perspective.” *South Asian Journal of Business Studies* (forthcoming)
- Gupta, K. P., Manrai, R., dan Goel, U. 2019. “Factors Influencing Adoption of Payments Banks by Indian Customers: Extending UTAUT With Perceived Credibility. *Journal of Asia Business Studies*. 13 (2019): 173-195.

- Hadi, S. 2009. *Metodologi Penelitian Kuantitatif Untuk Akuntansi & Keuangan (Kedua)*. Yogyakarta: Ekonesia
- Hadikusuma, S. 2019. "Pengaruh Social Influence, Perceived Usefulness, dan Perceived Security Terhadap Continue Use Intention Aplikasi Mobile Payment OVO Melalui Attitude Towards Using Mobile Payment Sebagai Variabel Intervening di Kalangan Mahasiswa Fakultas Bisnis dan Ekonomi Universitas Kristen Petra." *Program Studi Manajemen FBE UKP* 7 (2).
- Haidari, M. B., dan Tileng, K. G. 2018. "Analisa Faktor-Faktor Berpengaruh pada Penggunaan Go-Pay." *JUISI* 04 (01): 10-15.
- Hermawan, I. 2019. *Metodologi Penelitian Pendidikan Kuantitatif, Kualitatif Dan Mixed Methode*. Kuningan: Hidayatul Quran.
- Im. I., Hong. S., dan Kang, M.S. 2010. "An International Comparison of Technology Adoption Testing The UTAUT Model". *Journal Information & Management*. 48 (2011): 1-8.
- Indah, M., dan Agustin, H. 2019. "Penerapan Model Utaut (Unified Theory of Acceptance and Use Of Technology) Untuk Memahami Niat dan Perilaku Aktual Pengguna Go-Pay di Kota Padang." *Jurnal Eksplorasi Akuntansi* 1 (4): 1949-1967.
- Janie, D. N. A. 2012. *Analisa Faktor-Faktor Berpengaruh pada Penggunaan Go-Pay*. Semarang : Semarang University Press
- Junadi, dan Sfenrianto. 2015. "A Model of Factors Influencing Consumer's Intention to Use E-payment System in Indonesia." *Procedia Computer Science* 59 (ICCSCI 2015): 214–220.
- Kang, Y. S. 2019. "Factors Determining The Intention to Use Mobile Payment Service: The Perspectives of Non-Users and Users". *International Information Institute*. 1 (22): 5-22

- Keramati, A., et al. 2012 Adoption of Electronic Payment Services by Iranian Customers: *Successful Customer Relationship Management Programs and Technologies Issues and Trends*. 18 (2012): 268-285.
- Mustaqim, R. N., Kusyanti, A., dan Aryadita, H. 2018. “Analisis Faktor-Faktor yang Memengaruhi Niat Penggunaan E-Commerce XYZ Menggunakan Model UTAUT (Unified Theory Acceptance and Use Of Technology.” *Jurnal Pengembangan Teknologi Informasi dan Ilmu Komputer* 2 (7): 2584-2593.
- Nasir, M. “Evaluasi Penerimaan Teknologi Informasi Mahasiswa di Palembang Menggunakan Model UTAUT”. *Jurnal Fakultas Ilmu Komputer Universitas Bina Darma* (SNATI 2013).
- Novitasari, I., dan Fitriyani, R. 2016. “Pengaruh Kecocokan, Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan dan Persepsi Kenyamanan Terhadap Minat Penggunaan e-money”. *Jurnal Fakultas Ekonomi dan Bisnis*, UB.
- Nugroho, P., Winarno, W. W., dan Hartanto, R. 2017. “Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Niat Menggunakan Mobile payment dengan Pendekatan *Extended The Unified Theory of Acceptance and Use of Technology*”. *Jurnal Teknik Elektro dan Teknologi Informasi* (CITEE 2017): 2085-6350
- Oliveira, T., Thomas, M., Baptista, G., dan Campos, F. 2016 “Mobile Payment: Understanding the determinants of customer adoption and intention to recommend the technology”. *Journal Computer in Human Behavior*. 61 (2016): 404-414.
- Pangkalan Data Pendidikan Tinggi. Kementerian Riset, Teknologi dan Pendidikan Tinggi. Diakses pada 16 Februari 2020. <https://forlap.ristekdikti.go.id/perguruan tinggi/detail/OTIBM0I3QUYtNjQ3MC00RDE4LThCMDYtMDk5NDFFNjYzQjA3>
- Pertiwi, N. W. D. M. Y., dan Ariyanto, D. 2017. “Penerapan Model Utaut2 Untuk Menjelaskan Minat dan Perilaku Penggunaan Mobile Banking di Kota

- Denpasar.” *E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana* 182 (2017): 1369-1397.
- Pratomo, G. Y. 2019. APJII: Jumlah Pengguna Internet di Indonesia Tembus 171 Juta Jiwa. *Kompas Indonesia*. Diakses tanggal 16 Mei 2019. <https://tekno.kompas.com/read/2019/05/16/03260037/apjii-jumlah-penggunainternet-di-indonesia-tembus-171-juta-jiwa>.
- Priambodo, S., dan Prabawani, B. 2016. “Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan dan Persepsi Risiko Terhadap Minat Menggunakan Layanan Uang Elektronik (Studi Kasus pada Masyarakat di Kota Semarang) Pendahuluan Kajian Teori Perilaku Konsumen.” *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis* 5 (2): 1–9.
- Singh, N., Sinha, N., dan Liébana-Cabanillas, F. J. 2020. “Determining factors in the adoption and recommendation of mobile wallet services in India: Analysis of the effect of innovativeness, stress to use and social influence.” *International Journal of Information Management* 50 (April 2019): 191–205.
- Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Method)*. Alfabeta: Bandung.
- Suwandi, M. A., dan Azis, E. 2018. “Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Penggunaan E-Money pada Generasi Millenials.” *E-Proceeding of Management* 5 (3): 3104–3111.
- Tan, E., dan Lau, J. L. 2016. “Behavioural Intentio to Adopt Mobile Banking Among The Millenial Generation. 17 (2016): 1747-3616.
- Ting, H., Yacob, Y., Liew, L., dan Lau, W. M. 2016. “Intention to Use Mobile Payment System: A Case of Developing Market by Ethnicity.” *Procedia - Social and Behavioral Sciences* 224 (August 2015): 368–375.



- 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.
- Wahyuni, N. 2014. Uji Validitas dan Uji Reliabilitas *Binus Quality Management Center*.
- Website UII. 2019. Penerimaan Mahasiswa Baru. Diakses 11 Februari 2019. <https://pmb.uii.ac.id/tentang-universitas-islam-indonesia/>
- Wicaksono, A. 2019. "Netizen Indonesia Paling Gemar Belanja Online." *CNN Indonesia*. Diakses 20 Januari 2019. <https://www.cnnindonesia.com/teknologi/20190201173813-185365769/netizen-indonesia-paling-gemar-belanja-online>
- Wiradimaja, M. F., dan Rikumahu, B. 2019. "The Effect of Risk Factors and Trust Factors on Adoption of Electronic Wallet Using TAM Models (Case Study : E-Wallet Ovo in Bandung). *Proceeding of Management* 6( 2): 2457–2465.
- [www.ovo.id](http://www.ovo.id). Diakses 16 Februari 2020



**LAMPIRAN**

**LAMPIRAN 1**  
**KUISIONER PENELITIAN**  
**UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA**  
**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS – JURUSAN AKUNTANSI**  
**YOGYAKARTA 2020**

**PENGANTAR**

Assalamualaikum Wr. Wb.

Dengan Hormat,

Saya mahasiswi dari Fakultas Bisnis dan Ekonomi Jurusan Akuntansi Universitas Islam Indonesia, sedang melakukan penelitian sebagai persyaratan untuk menempuh studi S1 (Strata 1) dengan judul **“Analisis Faktor yang Mempengaruhi Penggunaan E-wallet OVO sebagai Alat Transaksi”**. Sehubungan dengan hal tersebut, saya meminta kesediaan saudara/i untuk menjadi responden pada penelitian ini dengan mengisi kuisisioner yang telah disediakan dan menjawabnya secara jujur dan obyektif. Informasi yang saudara/i berikan pada kuisisioner ini akan dijamin kerahasiaannya karena hanya digunakan untuk kepentingan penelitian saja. Atas bantuan dan partisipasinya saya ucapkan terima kasih.

Peneliti,

(Andi Alisra Fitria Quraisy)

Silahkan menjawab pertanyaan demografi di bawah ini dengan memberikan tanda (√) berdasarkan pengalaman yang anda rasakan (□).

**Identitas Responden :**

Nama : .....

Jenis Kelamin :  Laki-laki  Perempuan

Umur :  17-21 tahun  22-26 tahun  
 27-30 tahun  > 30 tahun

Universitas :  UII  UPN  UMY

Jenjang Pendidikan :  D3  S1  S2

Sudah Pernah Menggunakan OVO :  Ya  Tidak

\*Jika Ya silahkan lanjut pada pertanyaan dibawah ini :

**Variabel Penelitian**

Keterangan :

**STS : Sangat Tidak Setuju**

**TS : Tidak Setuju**

**R : Ragu-ragu**

**S : Setuju**

**SS : Sangat Setuju**

No	Variabel Ekspektasi Kinerja	STS	TS	R	S	SS
1.	Menurut saya menggunakan OVO dapat memberikan manfaat dalam menyelesaikan proses pembayaran saya.					
2.	Menurut saya menggunakan OVO akan menyelesaikan proses pembayaran saya dengan cepat.					
3.	Menurut saya menggunakan OVO akan mempermudah, membantu dan mendukung pekerjaan saya.					
4.	Menurut saya menggunakan OVO akan meningkatkan kinerja saya.					

No	Variabel Ekspektasi Usaha	STS	TS	R	S	SS
1.	saya mampu dan mengerti dengan jelas saat menggunakan OVO.					
2.	Mudah bagi saya untuk terampil dalam menggunakan OVO.					
3.	Menurut saya OVO sangat mudah untuk digunakan.					
4.	Menurut saya belajar mengoperasikan OVO akan mudah bagi saya.					

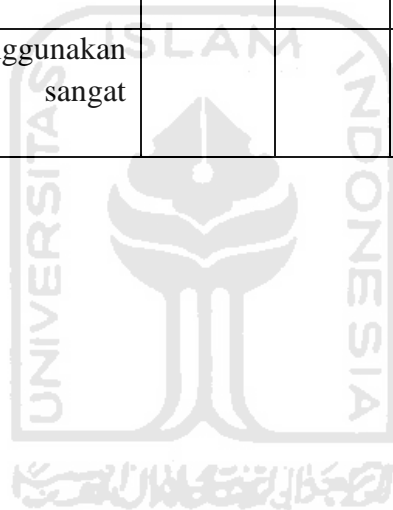
No	Variabel Pengaruh Sosial	STS	TS	R	S	SS
1.	Orang-orang yang mempengaruhi perilaku saya memengaruhi saya untuk menggunakan OVO.					
2.	Orang yang penting bagi saya seperti keluarga, teman dan pasangan mempengaruhi saya untuk menggunakan OVO.					
3.	Orang-orang dengan pendapat yang saya nilai lebih, mempengaruhi saya untuk menggunakan OVO.					

No	Variabel Budaya	STS	TS	R	ST	SS
1.	Akses internet yang saya gunakan selama ini mempengaruhi saya untuk menggunakan OVO.					
2.	<i>Smartphone</i> yang saya gunakan selama ini mempengaruhi saya untuk menggunakan OVO.					
3.	Pendidikan yang saya peroleh hingga saat ini mempengaruhi saya untuk menggunakan OVO.					

No	Variabel Persepsi Keamanan	STS	TS	R	S	SS
1.	Saya tidak khawatir akan adanya informasi terkait pelanggan yang disalahgunakan.					
2.	Saya tidak khawatir akan adanya penyalahgunaan informasi tagihan.					

3.	Menurut saya OVO aman untuk digunakan dalam segala jenis transaksi.					
----	---	--	--	--	--	--

No	Variabel Niat Menggunakan OVO	STS	TS	R	S	SS
1.	Saya bersedia untuk menggunakan OVO di masa mendatang.					
2.	Saya akan merekomendasikan orang lain untuk menggunakan OVO.					
3.	Menurut saya menggunakan OVO sangat menyenangkan.					



**LAMPIRAN 2**  
**TABULASI DATA**

<b>No Resp.</b>	<b>EK1</b>	<b>EK2</b>	<b>EK3</b>	<b>EK4</b>	<b>Total</b>
<b>1</b>	5	4	5	4	18
<b>2</b>	4	4	3	2	13
<b>3</b>	5	5	5	5	20
<b>4</b>	4	5	3	2	14
<b>5</b>	1	1	3	3	8
<b>6</b>	4	4	4	4	16
<b>7</b>	5	5	5	3	18
<b>8</b>	4	4	4	4	16
<b>9</b>	2	2	2	2	8
<b>10</b>	2	4	2	2	10
<b>11</b>	4	3	4	4	15
<b>12</b>	4	5	4	4	17
<b>13</b>	3	3	3	2	11
<b>14</b>	5	5	5	5	20
<b>15</b>	2	2	2	4	10
<b>16</b>	2	2	4	3	11
<b>17</b>	5	5	5	5	20
<b>18</b>	3	4	3	3	13
<b>19</b>	2	1	2	2	7
<b>20</b>	3	4	4	3	14
<b>21</b>	5	5	5	3	18
<b>22</b>	4	5	4	4	17
<b>23</b>	5	5	5	5	20
<b>24</b>	2	2	1	2	7
<b>25</b>	1	1	1	1	4



<b>26</b>	5	5	4	4	18
<b>27</b>	4	5	5	5	19
<b>28</b>	4	4	4	3	15
<b>29</b>	1	1	1	1	4
<b>30</b>	5	5	5	5	20
<b>31</b>	4	4	4	4	16
<b>32</b>	4	5	4	4	17
<b>33</b>	4	4	4	4	16
<b>34</b>	5	3	3	2	13
<b>35</b>	4	5	4	3	16
<b>36</b>	5	4	5	5	19
<b>37</b>	5	5	4	4	18
<b>38</b>	5	4	5	4	18
<b>39</b>	4	4	3	3	14
<b>40</b>	4	4	3	3	14
<b>41</b>	5	4	4	4	17
<b>42</b>	4	4	4	4	16
<b>43</b>	5	5	5	5	20
<b>44</b>	4	5	5	5	19
<b>45</b>	2	1	2	2	7
<b>46</b>	5	5	5	4	19
<b>47</b>	4	5	4	4	17
<b>48</b>	2	2	4	4	12
<b>49</b>	5	5	5	4	19
<b>50</b>	5	5	5	5	20
<b>51</b>	1	1	1	1	4
<b>52</b>	1	1	2	1	5
<b>53</b>	5	5	5	4	19
<b>54</b>	5	5	4	4	18
<b>55</b>	5	5	5	5	20

<b>56</b>	4	3	3	3	13
<b>57</b>	5	4	5	5	19
<b>58</b>	5	5	5	5	20
<b>59</b>	4	4	4	3	15
<b>60</b>	5	5	5	5	20
<b>61</b>	4	5	5	5	19
<b>62</b>	4	4	2	2	12
<b>63</b>	5	4	5	3	17
<b>64</b>	4	4	3	2	13
<b>65</b>	4	4	3	3	14
<b>66</b>	5	5	5	5	20
<b>67</b>	4	5	4	4	17
<b>68</b>	5	5	4	5	19
<b>69</b>	4	5	5	4	18
<b>70</b>	4	5	4	5	18
<b>71</b>	2	5	4	4	15
<b>72</b>	2	2	2	2	8
<b>73</b>	5	5	5	4	19
<b>74</b>	5	5	5	5	20
<b>75</b>	5	4	2	2	13
<b>76</b>	4	5	5	5	19
<b>77</b>	4	5	4	4	17
<b>78</b>	5	3	5	5	18
<b>79</b>	5	5	5	4	19
<b>80</b>	4	4	5	5	18
<b>81</b>	5	5	5	4	19
<b>82</b>	4	5	2	3	14
<b>83</b>	1	4	1	2	8
<b>84</b>	4	3	3	4	14
<b>85</b>	4	5	3	3	15

<b>86</b>	2	4	2	2	10
<b>87</b>	4	4	4	4	16
<b>88</b>	5	4	4	4	17
<b>89</b>	4	4	4	4	16
<b>90</b>	1	2	2	2	7
<b>91</b>	5	5	4	4	18
<b>92</b>	5	5	2	2	14
<b>93</b>	5	4	3	3	15
<b>94</b>	5	4	4	4	17
<b>95</b>	4	4	2	2	12
<b>96</b>	4	5	5	5	19
<b>97</b>	5	4	3	3	15
<b>98</b>	5	5	5	4	19
<b>99</b>	4	4	2	2	12
<b>100</b>	4	5	5	5	19

<b>No Resp.</b>	<b>EU1</b>	<b>EU2</b>	<b>EU3</b>	<b>EU4</b>	<b>Total</b>
<b>1</b>	5	4	4	5	18
<b>2</b>	5	5	4	5	19
<b>3</b>	5	5	5	5	20
<b>4</b>	4	4	4	4	16
<b>5</b>	1	1	1	1	4
<b>6</b>	4	4	3	4	15
<b>7</b>	4	4	5	4	17
<b>8</b>	4	4	4	4	16
<b>9</b>	2	2	1	2	7
<b>10</b>	2	1	2	2	7
<b>11</b>	4	4	4	4	16

<b>12</b>	4	4	4	4	16
<b>13</b>	2	2	3	3	10
<b>14</b>	5	5	5	5	20
<b>15</b>	4	4	4	3	15
<b>16</b>	2	1	4	1	8
<b>17</b>	5	5	5	5	20
<b>18</b>	4	4	4	4	16
<b>19</b>	2	2	2	2	8
<b>20</b>	4	4	4	2	14
<b>21</b>	5	5	5	5	20
<b>22</b>	5	5	5	5	20
<b>23</b>	3	5	5	5	18
<b>24</b>	3	3	3	3	12
<b>25</b>	1	1	1	1	4
<b>26</b>	4	4	5	5	18
<b>27</b>	5	5	5	5	20
<b>28</b>	4	4	4	4	16
<b>29</b>	1	1	1	1	4
<b>30</b>	5	5	5	5	20
<b>31</b>	3	4	4	4	15
<b>32</b>	5	5	5	5	20
<b>33</b>	5	4	4	4	17
<b>34</b>	4	4	4	4	16
<b>35</b>	4	4	5	5	18
<b>36</b>	5	5	5	5	20
<b>37</b>	5	4	4	4	17
<b>38</b>	5	5	5	4	19
<b>39</b>	4	4	4	4	16
<b>40</b>	5	5	5	5	20
<b>41</b>	4	5	4	4	17

<b>42</b>	4	4	4	4	16
<b>43</b>	5	5	5	5	20
<b>44</b>	5	1	5	5	16
<b>45</b>	2	5	3	1	11
<b>46</b>	5	5	5	5	20
<b>47</b>	5	5	5	5	20
<b>48</b>	4	4	4	4	16
<b>49</b>	5	5	5	5	20
<b>50</b>	5	5	5	5	20
<b>51</b>	1	1	1	1	4
<b>52</b>	1	2	1	2	6
<b>53</b>	5	5	5	5	20
<b>54</b>	5	4	5	4	18
<b>55</b>	5	5	5	5	20
<b>56</b>	5	3	4	4	16
<b>57</b>	4	5	5	5	19
<b>58</b>	5	5	5	5	20
<b>59</b>	4	4	4	4	16
<b>60</b>	4	4	5	4	17
<b>61</b>	3	4	5	4	16
<b>62</b>	5	5	5	5	20
<b>63</b>	5	5	5	4	19
<b>64</b>	5	5	5	4	19
<b>65</b>	5	5	5	5	20
<b>66</b>	1	5	5	5	16
<b>67</b>	3	3	4	4	14
<b>68</b>	4	5	5	5	19
<b>69</b>	5	4	4	5	18
<b>70</b>	4	4	4	4	16
<b>71</b>	5	3	4	4	16

<b>72</b>	4	4	4	5	17
<b>73</b>	5	4	4	4	17
<b>74</b>	4	5	5	5	19
<b>75</b>	5	5	5	5	20
<b>76</b>	5	5	5	5	20
<b>77</b>	5	4	5	5	19
<b>78</b>	5	5	5	5	20
<b>79</b>	5	5	5	5	20
<b>80</b>	5	4	5	5	19
<b>81</b>	5	5	5	5	20
<b>82</b>	4	5	5	3	17
<b>83</b>	1	1	2	1	5
<b>84</b>	5	4	4	4	17
<b>85</b>	5	4	5	5	19
<b>86</b>	4	4	5	4	17
<b>87</b>	4	4	4	4	16
<b>88</b>	5	4	4	5	18
<b>89</b>	5	5	5	5	20
<b>90</b>	4	5	5	5	19
<b>91</b>	5	5	5	5	20
<b>92</b>	5	4	5	5	19
<b>93</b>	5	5	5	5	20
<b>94</b>	5	3	5	4	17
<b>95</b>	5	5	4	4	18
<b>96</b>	5	5	5	5	20
<b>97</b>	5	5	5	5	20
<b>98</b>	4	4	5	5	18
<b>99</b>	5	4	5	5	19
<b>100</b>	5	5	5	5	20

<b>No Resp.</b>	<b>PS1</b>	<b>PS2</b>	<b>PS3</b>	<b>Total</b>
<b>1</b>	4	2	4	10
<b>2</b>	3	2	3	8
<b>3</b>	5	5	5	15
<b>4</b>	4	1	2	7
<b>5</b>	1	1	1	3
<b>6</b>	4	4	4	12
<b>7</b>	4	4	4	12
<b>8</b>	4	3	3	10
<b>9</b>	2	4	4	10
<b>10</b>	4	4	4	12
<b>11</b>	4	4	4	12
<b>12</b>	2	2	2	6
<b>13</b>	3	2	2	7
<b>14</b>	3	3	3	9
<b>15</b>	2	2	2	6
<b>16</b>	1	4	4	9
<b>17</b>	1	1	1	3
<b>18</b>	4	4	3	11
<b>19</b>	2	2	3	7
<b>20</b>	2	1	1	4
<b>21</b>	4	4	4	12
<b>22</b>	5	4	4	13
<b>23</b>	1	1	5	7
<b>24</b>	3	4	3	10
<b>25</b>	1	1	1	3
<b>26</b>	5	5	5	15
<b>27</b>	4	4	4	12
<b>28</b>	5	5	4	14

<b>29</b>	1	1	1	3
<b>30</b>	5	5	5	15
<b>31</b>	4	3	3	10
<b>32</b>	5	5	5	15
<b>33</b>	4	4	4	12
<b>34</b>	4	4	4	12
<b>35</b>	4	4	4	12
<b>36</b>	3	3	3	9
<b>37</b>	3	2	2	7
<b>38</b>	3	2	3	8
<b>39</b>	4	5	3	12
<b>40</b>	1	5	1	7
<b>41</b>	4	4	4	12
<b>42</b>	3	3	2	8
<b>43</b>	4	4	4	12
<b>44</b>	4	4	4	12
<b>45</b>	2	2	1	5
<b>46</b>	4	4	4	12
<b>47</b>	5	5	4	14
<b>48</b>	4	4	4	12
<b>49</b>	5	5	5	15
<b>50</b>	5	5	5	15
<b>51</b>	2	2	2	6
<b>52</b>	1	2	2	5
<b>53</b>	5	5	5	15
<b>54</b>	4	5	4	13
<b>55</b>	5	3	3	11
<b>56</b>	3	3	4	10
<b>57</b>	3	3	3	9
<b>58</b>	2	1	1	4



<b>59</b>	3	4	3	10
<b>60</b>	5	4	4	13
<b>61</b>	3	4	1	8
<b>62</b>	4	5	2	11
<b>63</b>	4	4	4	12
<b>64</b>	3	3	2	8
<b>65</b>	4	3	3	10
<b>66</b>	4	4	3	11
<b>67</b>	3	3	4	10
<b>68</b>	4	5	5	14
<b>69</b>	4	5	4	13
<b>70</b>	5	3	4	12
<b>71</b>	4	4	4	12
<b>72</b>	4	3	4	11
<b>73</b>	4	2	2	8
<b>74</b>	5	5	4	14
<b>75</b>	4	5	2	11
<b>76</b>	3	5	5	13
<b>77</b>	5	5	5	15
<b>78</b>	4	4	4	12
<b>79</b>	3	5	3	11
<b>80</b>	5	4	4	13
<b>81</b>	5	5	5	15
<b>82</b>	4	4	3	11
<b>83</b>	3	3	2	8
<b>84</b>	4	4	4	12
<b>85</b>	2	5	2	9
<b>86</b>	4	5	2	11
<b>87</b>	4	3	3	10
<b>88</b>	4	2	4	10

<b>89</b>	5	5	5	15
<b>90</b>	1	1	1	3
<b>91</b>	5	5	5	15
<b>92</b>	4	4	2	10
<b>93</b>	3	4	2	9
<b>94</b>	4	5	2	11
<b>95</b>	5	3	3	11
<b>96</b>	3	5	5	13
<b>97</b>	3	4	2	9
<b>98</b>	5	4	4	13
<b>99</b>	3	4	3	10
<b>100</b>	4	4	3	11

<b>No Resp.</b>	<b>BU1</b>	<b>BU2</b>	<b>BU3</b>	<b>Total</b>
<b>1</b>	1	4	2	7
<b>2</b>	4	3	3	10
<b>3</b>	5	5	5	15
<b>4</b>	4	4	5	13
<b>5</b>	3	3	3	9
<b>6</b>	4	4	4	12
<b>7</b>	2	2	4	8
<b>8</b>	4	4	4	12
<b>9</b>	2	2	3	7
<b>10</b>	3	1	2	6
<b>11</b>	4	4	4	12
<b>12</b>	3	3	3	9
<b>13</b>	2	1	1	4
<b>14</b>	3	5	1	9

<b>15</b>	5	5	5	15
<b>16</b>	2	2	4	8
<b>17</b>	4	5	2	11
<b>18</b>	3	3	2	8
<b>19</b>	3	4	3	10
<b>20</b>	4	2	1	7
<b>21</b>	4	1	3	8
<b>22</b>	5	5	3	13
<b>23</b>	5	4	4	13
<b>24</b>	4	3	2	9
<b>25</b>	1	1	3	5
<b>26</b>	5	5	3	13
<b>27</b>	5	5	4	14
<b>28</b>	4	2	4	10
<b>29</b>	1	1	1	3
<b>30</b>	5	5	5	15
<b>31</b>	3	3	3	9
<b>32</b>	5	5	5	15
<b>33</b>	4	4	4	12
<b>34</b>	2	2	4	8
<b>35</b>	3	3	3	9
<b>36</b>	4	4	3	11
<b>37</b>	5	5	4	14
<b>38</b>	5	5	4	14
<b>39</b>	5	3	3	11
<b>40</b>	4	4	2	10
<b>41</b>	5	4	4	13
<b>42</b>	3	3	2	8
<b>43</b>	5	4	4	13
<b>44</b>	5	3	3	11

<b>45</b>	4	2	4	10
<b>46</b>	4	4	4	12
<b>47</b>	4	3	3	10
<b>48</b>	3	3	3	9
<b>49</b>	5	5	5	15
<b>50</b>	5	5	5	15
<b>51</b>	2	2	2	6
<b>52</b>	1	1	2	4
<b>53</b>	5	5	3	13
<b>54</b>	5	4	4	13
<b>55</b>	3	4	2	9
<b>56</b>	3	3	3	9
<b>57</b>	5	5	5	15
<b>58</b>	4	4	2	10
<b>59</b>	3	3	3	9
<b>60</b>	4	3	3	10
<b>61</b>	5	5	5	15
<b>62</b>	2	1	5	8
<b>63</b>	5	5	2	12
<b>64</b>	2	2	2	6
<b>65</b>	4	5	4	13
<b>66</b>	5	4	5	14
<b>67</b>	4	4	3	11
<b>68</b>	5	4	2	11
<b>69</b>	5	5	5	15
<b>70</b>	4	4	4	12
<b>71</b>	3	4	3	10
<b>72</b>	4	4	4	12
<b>73</b>	5	5	4	14
<b>74</b>	5	5	5	15

<b>75</b>	2	2	5	9
<b>76</b>	5	5	4	14
<b>77</b>	5	5	5	15
<b>78</b>	4	1	3	8
<b>79</b>	5	3	4	12
<b>80</b>	5	4	4	13
<b>81</b>	5	5	3	13
<b>82</b>	2	1	5	8
<b>83</b>	2	2	2	6
<b>84</b>	4	4	4	12
<b>85</b>	5	3	3	11
<b>86</b>	2	4	3	9
<b>87</b>	4	4	4	12
<b>88</b>	5	4	2	11
<b>89</b>	5	5	5	15
<b>90</b>	1	1	1	3
<b>91</b>	5	5	3	13
<b>92</b>	4	4	3	11
<b>93</b>	5	3	3	11
<b>94</b>	5	4	4	13
<b>95</b>	4	4	4	12
<b>96</b>	2	1	2	5
<b>97</b>	5	3	3	11
<b>98</b>	5	4	4	13
<b>99</b>	4	4	3	11
<b>100</b>	4	4	4	12

<b>No Resp.</b>	<b>PK1</b>	<b>PK2</b>	<b>PK3</b>	<b>Total</b>
<b>1</b>	2	1	3	6
<b>2</b>	2	2	3	7
<b>3</b>	5	5	5	15
<b>4</b>	3	3	3	9
<b>5</b>	3	5	2	10
<b>6</b>	2	2	4	8
<b>7</b>	1	2	2	5
<b>8</b>	1	2	3	6
<b>9</b>	3	3	2	8
<b>10</b>	2	2	2	6
<b>11</b>	4	4	4	12
<b>12</b>	3	3	4	10
<b>13</b>	3	2	3	8
<b>14</b>	1	1	5	7
<b>15</b>	5	5	4	14
<b>16</b>	2	4	2	8
<b>17</b>	5	1	4	10
<b>18</b>	3	4	3	10
<b>19</b>	3	3	3	9
<b>20</b>	1	1	2	4
<b>21</b>	1	1	3	5
<b>22</b>	5	5	5	15
<b>23</b>	4	2	3	9
<b>24</b>	4	4	3	11
<b>25</b>	4	4	3	11
<b>26</b>	2	2	3	7

<b>27</b>	2	2	3	7
<b>28</b>	1	2	4	7
<b>29</b>	3	3	3	9
<b>30</b>	4	4	5	13
<b>31</b>	3	3	3	9
<b>32</b>	5	5	5	15
<b>33</b>	3	3	4	10
<b>34</b>	2	2	3	7
<b>35</b>	1	1	4	6
<b>36</b>	2	2	3	7
<b>37</b>	1	1	3	5
<b>38</b>	2	1	2	5
<b>39</b>	1	1	3	5
<b>40</b>	1	1	3	5
<b>41</b>	3	3	4	10
<b>42</b>	4	4	5	13
<b>43</b>	4	4	5	13
<b>44</b>	5	5	1	11
<b>45</b>	5	4	3	12
<b>46</b>	4	4	4	12
<b>47</b>	4	3	4	11
<b>48</b>	3	3	3	9
<b>49</b>	4	4	5	13
<b>50</b>	5	5	5	15
<b>51</b>	2	4	2	8
<b>52</b>	2	1	2	5
<b>53</b>	1	1	4	6
<b>54</b>	4	2	4	10
<b>55</b>	4	4	5	13
<b>56</b>	4	4	2	10

<b>57</b>	2	4	4	10
<b>58</b>	1	1	3	5
<b>59</b>	1	1	3	5
<b>60</b>	5	4	4	13
<b>61</b>	2	1	3	6
<b>62</b>	4	4	4	12
<b>63</b>	4	4	5	13
<b>64</b>	4	4	3	11
<b>65</b>	4	3	4	11
<b>66</b>	2	1	3	6
<b>67</b>	2	3	3	7
<b>68</b>	2	1	3	6
<b>69</b>	5	5	4	14
<b>70</b>	2	1	3	6
<b>71</b>	4	2	5	11
<b>72</b>	2	2	2	6
<b>73</b>	2	2	3	7
<b>74</b>	5	4	4	13
<b>75</b>	4	4	4	12
<b>76</b>	2	1	2	5
<b>77</b>	5	5	5	15
<b>78</b>	1	3	3	7
<b>79</b>	4	4	5	13
<b>80</b>	4	2	4	10
<b>81</b>	1	2	4	7
<b>82</b>	4	4	4	12
<b>83</b>	2	1	2	5
<b>84</b>	3	3	4	10
<b>85</b>	4	4	4	12
<b>86</b>	4	4	5	13



<b>87</b>	1	2	3	6
<b>88</b>	2	1	3	6
<b>89</b>	5	5	5	15
<b>90</b>	3	3	3	9
<b>91</b>	1	1	4	6
<b>92</b>	4	4	4	12
<b>93</b>	4	2	4	10
<b>94</b>	4	3	3	10
<b>95</b>	4	4	4	12
<b>96</b>	5	4	5	14
<b>97</b>	4	4	4	10
<b>98</b>	5	5	5	15
<b>99</b>	4	4	4	12
<b>100</b>	4	4	4	12

<b>No Resp.</b>	<b>NM1</b>	<b>NM2</b>	<b>NM3</b>	<b>Total</b>
<b>1</b>	5	4	4	13
<b>2</b>	3	2	4	9
<b>3</b>	5	5	5	15
<b>4</b>	5	5	4	14
<b>5</b>	1	2	1	4
<b>6</b>	4	4	4	12
<b>7</b>	4	3	4	11
<b>8</b>	4	4	4	12
<b>9</b>	2	2	2	6
<b>10</b>	2	2	2	6
<b>11</b>	4	4	4	12
<b>12</b>	4	4	4	12

<b>13</b>	2	2	3	7
<b>14</b>	5	5	5	15
<b>15</b>	3	3	3	9
<b>16</b>	1	5	3	9
<b>17</b>	4	4	4	12
<b>18</b>	4	4	4	12
<b>19</b>	2	2	2	6
<b>20</b>	3	2	4	9
<b>21</b>	4	3	3	10
<b>22</b>	4	4	4	12
<b>23</b>	3	4	4	9
<b>24</b>	3	3	2	8
<b>25</b>	2	3	2	7
<b>26</b>	4	4	4	12
<b>27</b>	4	4	5	13
<b>28</b>	4	4	4	12
<b>29</b>	1	1	1	3
<b>30</b>	4	5	5	14
<b>31</b>	3	3	4	10
<b>32</b>	5	5	5	15
<b>33</b>	4	4	4	12
<b>34</b>	4	3	3	10
<b>35</b>	5	5	5	15
<b>36</b>	4	4	4	12
<b>37</b>	4	3	3	10
<b>38</b>	5	4	5	14
<b>39</b>	3	4	3	10
<b>40</b>	4	4	4	12
<b>41</b>	4	4	4	12
<b>42</b>	5	4	5	14

<b>43</b>	5	5	5	15
<b>44</b>	5	5	5	15
<b>45</b>	2	2	2	6
<b>46</b>	5	5	5	15
<b>47</b>	5	5	5	15
<b>48</b>	4	4	4	12
<b>49</b>	5	5	5	15
<b>50</b>	5	5	5	15
<b>51</b>	2	2	2	6
<b>52</b>	2	2	2	6
<b>53</b>	4	4	5	13
<b>54</b>	4	2	4	10
<b>55</b>	4	5	4	13
<b>56</b>	4	3	4	11
<b>57</b>	5	4	4	13
<b>58</b>	5	5	5	15
<b>59</b>	4	4	4	12
<b>60</b>	4	4	4	12
<b>61</b>	4	4	4	12
<b>62</b>	5	4	4	13
<b>63</b>	5	4	5	14
<b>64</b>	3	3	3	9
<b>65</b>	4	4	4	12
<b>66</b>	5	5	5	15
<b>67</b>	4	4	3	11
<b>68</b>	5	2	5	12
<b>69</b>	4	5	5	14
<b>70</b>	5	4	4	13
<b>71</b>	5	5	4	14
<b>72</b>	2	4	2	8

<b>73</b>	4	5	5	14
<b>74</b>	5	5	5	15
<b>75</b>	5	5	4	14
<b>76</b>	5	4	5	14
<b>77</b>	5	5	5	15
<b>78</b>	4	3	3	10
<b>79</b>	5	5	5	15
<b>80</b>	4	5	4	13
<b>81</b>	3	3	5	11
<b>82</b>	5	4	4	13
<b>83</b>	3	1	1	5
<b>84</b>	4	4	4	12
<b>85</b>	5	5	5	15
<b>86</b>	5	3	5	13
<b>87</b>	4	4	4	12
<b>88</b>	4	2	1	7
<b>89</b>	5	5	5	15
<b>90</b>	1	1	1	3
<b>91</b>	4	4	5	13
<b>92</b>	5	3	5	13
<b>93</b>	5	5	5	15
<b>94</b>	5	4	5	14
<b>95</b>	5	5	5	15
<b>96</b>	5	3	5	13
<b>97</b>	5	5	5	15
<b>98</b>	5	5	5	15
<b>99</b>	5	4	4	13
<b>100</b>	4	4	4	12

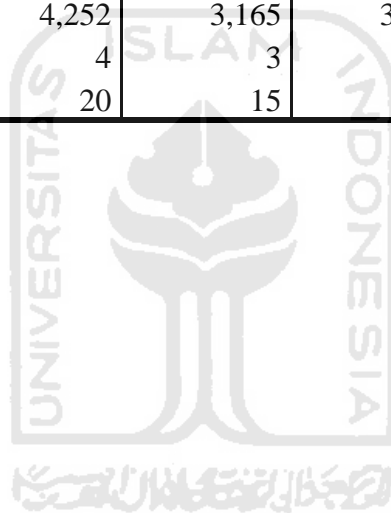
## LAMPIRAN 3

## UJI STATISTIK DESKRIPTIF

## Hasil Uji Analisis Statistik Deskriptif

## Statistics

		Ekspektasi Kinerja	Ekspektasi Usaha	Pengaruh Sosial	Budaya	Persepsi Keamanan	Niat Menggunakan
N	Valid	100	100	100	100	100	100
	Missing	0	0	0	0	0	0
Mean		15,30	16,67	10,39	10,73	9,43	11,71
Median		16,50	18,00	11,00	11,00	10,00	12,00
Std. Deviation		4,256	4,252	3,165	3,001	3,141	3,053
Minimum		4	4	3	3	4	3
Maximum		20	20	15	15	15	15



## LAMPIRAN 4

### UJI VALIDITAS DAN UJI RELIABILITAS

#### Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Ekspektasi Kinerja (EK)

Scale: ALL VARIABLES

##### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.905	4

##### Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Manfaat kinerja	11.36	10.455	.773	.882
Mempercepat pembayaran	11.25	10.735	.754	.889
Mempermudah	11.55	10.068	.841	.857
Meningkatkan	11.74	10.780	.780	.880

#### Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Ekspektasi Usaha (EU)

Scale: ALL VARIABLES

##### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.936	4

**Item-Total Statistics**

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Mampu dan mengerti	12.52	10.272	.827	.923
Terampil	12.59	10.527	.807	.930
Mudah menggunakan	12.39	10.604	.883	.906
Belajar mengoperasikan	12.51	10.151	.880	.906

**Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Pengaruh Sosial (PS)**

Scale: ALL VARIABLES

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
.828	3

**Item-Total Statistics**

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Orang yang berpengaruh	6.84	4.883	.714	.736
Kerabat dekat	6.81	4.762	.663	.787
Pendapat yang bernilai	7.13	4.862	.682	.765

### Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Budaya (BU)

Scale: ALL VARIABLES

#### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.770	3

#### Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Akses Internet	6.89	4.038	.709	.568
Smartphone	7.21	3.925	.668	.617
Pendidikan	7.36	5.425	.457	.837

### Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Persepsi Keamanan (PK)

Scale: ALL VARIABLES

#### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.798	3



**Item-Total Statistics**

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Informasi pelanggan	6.39	3.856	.783	.560
Informasi tagihan	6.57	4.086	.719	.642
Transaksi yang aman	5.90	6.535	.483	.875

**Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Niat Menggunakan OVO (NM)**

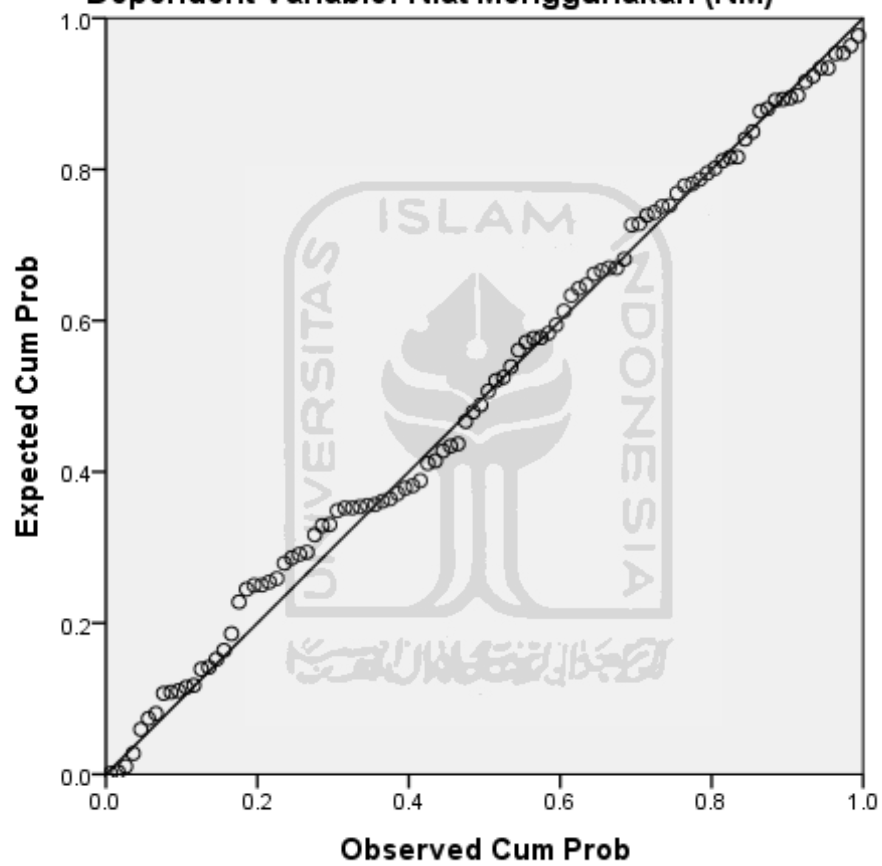
Scale: ALL VARIABLES

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
.896	3

**Item-Total Statistics**

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Menggunakan di masa depan	7.72	4.365	.808	.839
Merekomendasikan	7.93	4.551	.741	.896
Menyenangkan	7.77	4.159	.836	.814

**LAMPIRAN 5****UJI ASUMSI KLASIK****Hasil Uji Normalitas (Analisis Grafik)****Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual****Dependent Variable: Niat Menggunakan (NM)**

### Hasil Uji Normalitas (Analisis Statistik)

#### One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.70049167
	Most Extreme Differences	
	Absolute	.059
	Positive	.035
	Negative	-.059
Test Statistic		.059
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 <sup>c,d</sup>

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. This is a lower bound of the true significance.

### Hasil Uji Multikolinieritas

#### Coefficients<sup>a</sup>

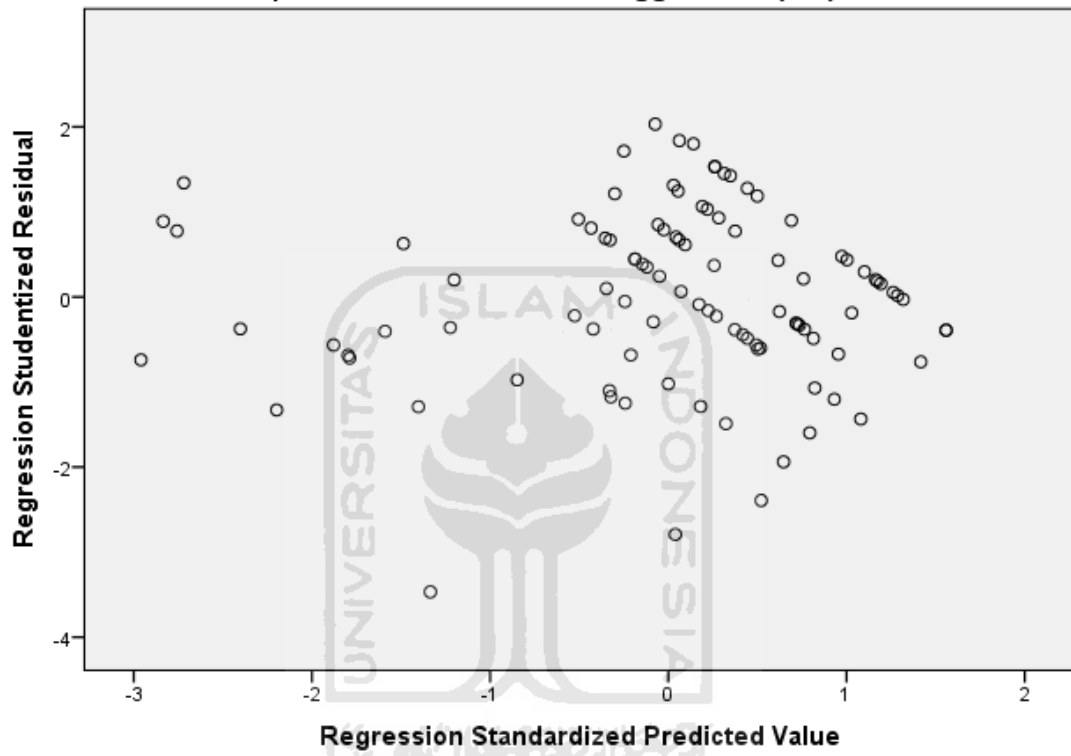
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
(Constant)	-.008	.859		-.010	.992		
Ekspektasi kinerja (EK)	.251	.072	.350	3.488	.001	.328	3.045
Ekspektasi Usaha (EU)	.224	.066	.313	3.375	.001	.385	2.598
Pengaruh Sosial (PS)	.107	.070	.110	1.532	.129	.634	1.576
Budaya (BU)	.124	.079	.122	1.583	.117	.553	1.810
Persepsi Keamanan (PK)	.180	.061	.185	2.961	.004	.843	1.187

a. Dependent Variable: Niat Menggunakan (NM)

## Hasil Uji Heteroskedastisitas

### Scatterplot

Dependent Variable: Niat Menggunakan (NM)



## LAMPIRAN 6

### UJI HIPOTESIS

#### Hasil Uji Regresi Linear Berganda

**Model Summary<sup>b</sup>**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.830 <sup>a</sup>	.690	.673	1.745

a. Predictors: (Constant), Persepsi Keamanan (PK), Ekspektasi kinerja (EK), Pengaruh Sosial (PS), Budaya (BU), Ekspektasi Usaha (EU)

b. Dependent Variable: Niat Menggunakan (NM)

**ANOVA<sup>a</sup>**

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	636.314	5	127.263	41.787	.000 <sup>b</sup>
	Residual	286.276	94	3.045		
	Total	922.590	99			

a. Dependent Variable: Niat Menggunakan (NM)

b. Predictors: (Constant), Persepsi Keamanan (PK), Ekspektasi kinerja (EK), Pengaruh Sosial (PS), Budaya (BU), Ekspektasi Usaha (EU)

Coefficients<sup>a</sup>

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	-.008	.859		-.010	.992		
Ekspektasi kinerja (EK)	.251	.072	.350	3.488	.001	.328	3.045
Ekspektasi Usaha (EU)	.224	.066	.313	3.375	.001	.385	2.598
Pengaruh Sosial (PS)	.107	.070	.110	1.532	.129	.634	1.576
Budaya (BU)	.124	.079	.122	1.583	.117	.553	1.810
Persepsi Keamanan (PK)	.180	.061	.185	2.961	.004	.843	1.187

a. Dependent Variable: Niat Menggunakan (NM)

