



MINAT PENGGUNAAN OVO DI KOTA PONTIANAK MENGUNAKAN MODEL *UNIFIED THEORY OF ACCEPTANCE AND USE TECHNOLOGY*

Wendy Suhendry

Politeknik Tonggak Equator, Jalan Fatimah no. 1 - 2, Pontianak, Kalimantan Barat, Indonesia

wendyalph4@yahoo.com

Diterima: 24 Maret 2020. Disetujui: 20 Mei 2020. Dipublikasikan: 31 Mei 2020.

ABSTRACT

The purpose of this study was to determine whether the factor of performance expectancy, effort expectancy, social influence, and facilitating condition have a positive effect on intention to use OVO. The research location is in Pontianak. This research is an explanatory research with research variables consist of independent variables that factor performance expectancy, effort expectancy, social influence, and facilitating condition and the dependent variable is intention to use OVO. The sampling technique is accidental sampling method, combined with the snowball sampling method. The collection of data through questionnaires. Methods of data analysis using Multiple Regression Analysis. The results of this study are expected to contribute to the development of science, particularly theories of consumer behavior in intention to use OVO relating to the identification of factors that affect the intention to use OVO. The results showed that the variables of performance expectancy, effort expectancy, social influence, and facilitating condition simultaneously influence the variable intention to use OVO. This indicates that the four variables influencing factor of intention to use OVO.

Keywords: *e-wallet; OVO; Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT)*

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah untuk menentukan apakah faktor harapan kinerja (*performance expectancy*), harapan usaha (*effort expectancy*), pengaruh sosial (*social influence*), dan kondisi pendukung (*facilitating condition*) mempunyai pengaruh yang positif terhadap minat penggunaan OVO. Lokasi penelitian yang dipilih adalah kota Pontianak. Penelitian ini termasuk jenis penelitian *explanatory* dengan variabel penelitian yang terdiri atas variabel bebas yaitu faktor *performance expectancy*, *effort expectancy*, *social influence*, dan *facilitating condition* serta variabel terikat yaitu minat penggunaan OVO. Adapun teknik pengambilan sampling adalah metode *sampling aksidental* yang dipadukan dengan metode *snowball sampling*. Pengumpulan data melalui kuesioner. Metode analisis data menggunakan Analisis Regresi Berganda. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi terhadap pengembangan ilmu pengetahuan, khususnya teori-teori perilaku konsumen dalam minat penggunaan OVO yang berkaitan dengan pengidentifikasian faktor-faktor yang mempengaruhi minat penggunaan OVO. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel *performance expectancy*, *effort expectancy*, *social influence*, dan *facilitating condition* secara bersama-sama berpengaruh terhadap variabel minat penggunaan OVO. Hal ini menunjukkan bahwa keempat variabel tersebut mempengaruhi faktor minat penggunaan OVO.

Kata Kunci: *e-wallet; OVO; Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT)*

PENDAHULUAN

Memasuki era Industri 4.0 yang dimulai sejak awal tahun 2018, industri mulai menyentuh dunia virtual, berbentuk konektivitas manusia, mesin, dan data. Istilah ini dikenal dengan *Internet of Things*. Ini merupakan tren otomatisasi dan pertukaran data dalam teknologi manufaktur.

Transformasi teknologi yang terjadi sekarang secara tidak langsung mengubah kebiasaan dan gaya orang untuk memenuhi kebutuhan hidupnya. Dahulu untuk membeli barang konsumen harus datang ke toko dan harus bertransaksi secara tunai. Sekarang dengan adanya teknologi dalam bentuk internet, pembayaran dapat dilakukan melalui pembayaran non tunai menggunakan uang elektronik baik yang berupa kartu (*e-money*) atau berbasis aplikasi (*e-wallet*).

Dompet Elektronik (*Electronic Wallet*) yang selanjutnya disebut Dompet Elektronik adalah 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. Penyelenggara Dompet Elektronik adalah Bank atau Lembaga Selain Bank yang menyelenggarakan Dompet Elektronik. (Peraturan Bank Indonesia)

Di bawah naungan LippoX sebagai perusahaan *digital payment* milik grup perusahaan Lippo, sebuah *smart financial apps* diluncurkan. Bernama OVO, aplikasi ini mencoba mengakomodasi berbagai kebutuhan terkait dengan *cashless* dan *mobile payment*. Aplikasi OVO saat ini tersedia untuk platform Android dan iOS. OVO menggunakan sistem poin *reward*, yang disebut dengan OVO Point, untuk menjaga dan meningkatkan transaksi pengguna.

Jumlah pengguna OVO telah mencapai 115 juta hingga akhir 2018 sejak resmi beroperasi pada Agustus 2017. Basis

pengguna tumbuh lebih dari 400%. Jumlah transaksi platform OVO juga mengalami pertumbuhan yang eksponensial, yaitu mencapai 1 miliar transaksi selama satu tahun terakhir. (www.investor.id)

Penggunaan OVO paling banyak untuk transportasi, ritel, dan e-commerce. Kerja sama dengan berbagai merchant dan aplikasi juga membantu memperluas jangkauan OVO. OVO menggandeng Grab dan Tokopedia sebagai alat pembayaran. Hal itu menjadikan OVO sebagai platform pembayaran digital pertama di Indonesia yang diterima di jaringan ritel, warung, *e-commerce*, hingga jasa *online* dan *on-demand*, dengan lebih dari 500.000 gerai *offline*. (www.amp.kompas.com)

iPrice Group berkolaborasi dengan perusahaan analisis data terpercaya App Annie, berusaha merangkum olahan data yang lebih baik mengenai aplikasi e-wallet paling populer di Indonesia. Menggunakan data jumlah download aplikasi dan pengguna aktif bulanan, riset ini menghadirkan statistik yang lebih konkret untuk mengetahui siapa saja aplikasi e-wallet di Indonesia. aplikasi e-wallet lokal berhasil menduduki peringkat 5 teratas dengan Go-Pay pada urutan pertama, OVO di posisi kedua, diikuti oleh DANA peringkat ketiga, LinkAja peringkat keempat dan iSaku urutan kelima. (iprice.co.id)

Di tengah persaingan ewallet yang ada di Indonesia, OVO mampu mempertahankan posisi di tiga besar sejak diluncurkan pada Agustus 2017. Untuk memenangkan persaingan, OVO menerapkan strategi-strategi yang bertujuan untuk meningkatkan jumlah pengguna.

Peningkatan jumlah pengguna OVO dapat dipengaruhi oleh beberapa faktor. Salah satu model teori yang dapat digunakan untuk mengetahui faktor yang mempengaruhi minat penggunaan suatu teknologi adalah model teori UTAUT (*Unified Theory of Acceptance and Use Technology*) yang terdiri dari empat faktor

penentu harapan kinerja (*performance expectancy*), harapan usaha (*effort expectancy*), pengaruh sosial (*social influence*), dan kondisi yang mendukung (*facilitating condition*).

Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT) merupakan model teori yang dikembangkan oleh (Venkatesh et al., 2003) dengan menginterngrasikan delapan teori model penerimaan teknologi (*technology acceptance*), yaitu *Theory of Reasoned Action* (TRA), *Technology Acceptance Model* (TAM), *Motivational Model* (MM), *Theory of Planned Behavior* (TPB), *A Model Combining The Technology Acceptance Model and The Theory of Planned Behavior* (C-TAM-TPB), *The Model of PC Utilization* (MPCU), *The Innovation Diffusion Theory* (IDT), dan *The Social Cognitive Theory* (SCT).

Harapan kinerja berhubungan dengan persepsi kegunaan (*perceived usefulness*) pada TAM, sejauh individu percaya sistem akan membantu mereka melakukan pekerjaan mereka lebih baik (Oye et al., 2014).

Effort Expectancy didefinisikan sebagai tingkat kemudahan terkait dengan penggunaan sistem. Harapan usaha berhubungan dengan (*perceived ease of use*) dari TAM, bagaimana meringankan seorang individu dengan menggunakan sistem (Oye et al., 2014).

Social influence adalah sejauh mana seorang individu merasakan bahwa orang lain penting untuk percaya dalam menggunakan sistem baru. Konstruksi yang sama terkait *social influence* yaitu *subjective norms* (TRA, TAM2, TPB/DTPB, dan *combined TAM-TPB*), *social factors* (MPCU), dan *image* (DOI). (Al-Qeisi & Ibrahim, 2009)

Kondisi pendukung (*facilitating condition*) didefinisikan sebagai sejauh mana seorang individu percaya bahwa organisasi dan infrastruktur teknis ada untuk mendukung penggunaan sistem. (Oye et al., 2014).

Behavioral intention didefinisikan sebagai tingkat keinginan pengguna untuk menggunakan teknologi secara terus menerus (Venkatesh et al., 2012).

Tujuan penelitian ini adalah untuk menentukan apakah faktor harapan kinerja (*performance expectancy*), harapan usaha (*effort expectancy*), pengaruh sosial (*social influence*), dan kondisi pendukung (*facilitating condition*) mempunyai pengaruh yang positif terhadap minat penggunaan OVO.

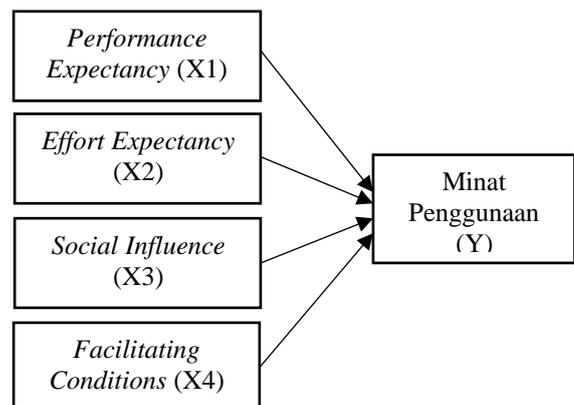
Penelitian Al Bachri et al. (2017) dengan judul pengaruh adopsi teknologi layanan uang elektronik telkomsel cash menggunakan pendekatan UTAUT2 menyatakan bahwa variabel *Performance Expectancy*, *Effort Expectancy*, dan *Social Influence* memiliki pengaruh signifikan terhadap *Behavioral Intention*.

Penelitian Nur (2018) dengan judul analisis faktor-faktor yang mempengaruhi minat penggunaan *electronic money* di Indonesia menyatakan bahwa *Social Influence* dan *Facilitating Condition* memiliki pengaruh signifikan terhadap minat penggunaan.

Berdasarkan penjelasan di atas, maka penulis melakukan penelitian tentang minat penggunaan OVO di kota Pontianak menggunakan model UTAUT.

METODE PENELITIAN

Model yang digunakan dalam penelitian ini sebagai berikut:



Gambar 1. Kerangka Model Penelitian

Berdasarkan kerangka diatas, maka hipotesis dalam penelitian ini adalah:

- H₁: Terdapat pengaruh positif antara faktor harapan kinerja (*performance expectancy*), harapan usaha (*effort expectancy*), pengaruh sosial (*social influence*), dan kondisi pendukung (*facilitating conditions*) secara simultan terhadap minat penggunaan OVO.
- H₂: Faktor harapan kinerja (*performance expectancy*) mempunyai pengaruh yang positif terhadap minat penggunaan OVO.
- H₃: Faktor harapan usaha (*effort expectancy*) mempunyai pengaruh yang positif terhadap minat penggunaan OVO.
- H₄: Faktor pengaruh sosial (*social influence*) mempunyai pengaruh yang positif terhadap minat penggunaan OVO.
- H₅: Faktor kondisi pendukung (*facilitating conditions*) mempunyai pengaruh yang positif terhadap minat penggunaan OVO.

Penelitian ini termasuk jenis penelitian *explanatory*. Populasi dalam penelitian ini adalah semua penduduk kota Pontianak yang pernah menggunakan OVO dalam bertransaksi. Di dalam penelitian ini, metode pengambilan sampel menggunakan metode *sampling aksidental* di mana pengambilan sampel dilakukan berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data.

Selain metode *sampling aksidental* yang digunakan, peneliti juga memadukan metode tersebut dengan metode *snowball sampling*. Metode *snowball sampling* yaitu sebuah prosedur pengambilan sampel di mana responden pertama dipilih dengan metode probabilitas, dan kemudian responden berikutnya diperoleh dari informasi yang diberikan oleh responden yang pertama.

Jumlah sampel yang digunakan sebanyak 85 responden. Responden merupakan masyarakat Kota Pontianak yang sudah berumur di atas 17 tahun dan pernah menggunakan OVO dalam bertransaksi. Metode analisis data yang digunakan adalah analisis kuantitatif dengan menggunakan model Regresi Berganda.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas

Menurut Priyatno (2008), Uji validitas dilakukan untuk mengetahui ketepatan suatu instrumen dalam mengukur apa yang ingin diukur. Uji validitas dalam penelitian ini menggunakan *product moment pearson correlation*. Kriteria dalam uji validitas adalah sebagai berikut:

- 1) Jika $r \text{ hitung} \geq r \text{ tabel}$ maka instrumen atau item-item pertanyaan berkorelasi signifikan terhadap skor total (dinyatakan valid).
- 2) Jika $r \text{ hitung} < r \text{ tabel}$ maka instrumen atau item-item pertanyaan tidak berkorelasi signifikan terhadap skor total (dinyatakan tidak valid).

Tabel 1. Hasil Uji Validitas Variabel Bebas (Xi)

Variabel	Item	r hitung	r tabel	Keterangan
Harapan Kinerja	X1a	0,765	0,213	Valid
	X1b	0,855	0,213	Valid
	X1c	0,856	0,213	Valid
	X1d	0,819	0,213	Valid
	X1e	0,736	0,213	Valid
Harapan Usaha	X2a	0,861	0,213	Valid
	X2b	0,850	0,213	Valid
	X2c	0,885	0,213	Valid
	X2d	0,896	0,213	Valid
	X2e	0,556	0,213	Valid
Pengaruh Sosial	X3a	0,588	0,213	Valid
	X3b	0,820	0,213	Valid
	X3c	0,802	0,213	Valid
	X3d	0,703	0,213	Valid
	X3e	0,736	0,213	Valid
Kondisi Pendukung	X4a	0,729	0,213	Valid
	X4b	0,736	0,213	Valid
	X4c	0,788	0,213	Valid
	X4d	0,837	0,213	Valid
	X4e	0,576	0,213	Valid

Sumber: Output SPSS (2019)

Tabel 2. Hasil Uji Validitas Variabel Terikat (Y)

Variabel	Item	r hitung	r tabel	Keterangan
Minat Penggunaan	Ya	0,810	0,213	Valid
	Yb	0,935	0,213	Valid
	Yc	0,860	0,213	Valid
	Yd	0,871	0,213	Valid
	Ye	0,735	0,213	Valid

Sumber: Output SPSS (2019)

Berdasarkan Tabel 1 dan Tabel 2, diperoleh bahwa nilai r hitung dari semua item kuesioner variabel penelitian menunjukkan lebih besar dari r tabel sehingga semua item kuesioner tersebut dinyatakan valid.

Uji reliabilitas digunakan untuk mengetahui konsistensi alat ukur, apakah alat pengukur yang digunakan dapat diandalkan dan tetap konsisten jika pengukuran tersebut diulang. Pengukuran ini menggunakan uji reliabilitas dengan metode *Cronbach's Alpha*. Menurut Priyatno (2008:26) kuesioner dianggap reliabel jika nilai *Cronbach's Alpha* >0,6.

Tabel 3. Hasil Analisis Reliabilitas Variabel Bebas (Xi)

Cronbach's Alpha	N of Items
,898	20

Sumber: Output SPSS (2019)

Berdasarkan Tabel 3, diperoleh nilai *Cronbach's Alpha* lebih besar dari 0,6 sehingga dapat disimpulkan bahwa semua butir instrumen dinyatakan reliabel.

Tabel 4. Hasil Analisis Reliabilitas Variabel Terikat (Y)

Cronbach's Alpha	N of Items
,895	5

Sumber: Output SPSS (2019)

Berdasarkan Tabel 4, diperoleh nilai *Cronbach's Alpha* lebih besar dari 0,6 sehingga dapat disimpulkan bahwa semua butir instrumen dinyatakan reliabel.

Hasil Uji Asumsi Klasik

Untuk memenuhi syarat *Best Linear Unbiased Estimator* (BLUE), maka perlu dilakukan uji multikolinearitas, uji heteroskedastisitas, uji linearitas, dan uji normalitas.

Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya hubungan linear antar variabel independen dalam model regresi.

Pada umumnya jika VIF lebih besar dari 5, maka variabel tersebut mempunyai persoalan multikolinearitas dengan variabel bebas lainnya. (Priyatno, 2008). Hasil pengujian terhadap multikolinearitas dapat dilihat pada Tabel 5 berikut:

Tabel 5. Hasil Uji Multikolinearitas

Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
1 Harapan Kinerja	,638	1,568
Harapan Usaha	,616	1,623
Pengaruh Sosial	,664	1,506
Kondisi Pendukung	,470	2,127

a. Dependent Variable: Minat Penggunaan

Sumber: Output SPSS (2019)

Berdasarkan Tabel 5 dapat diketahui bahwa nilai *variance inflation factor* (VIF) variabel bebas (Xi) lebih kecil dari 5 sehingga dapat dinyatakan bahwa antarvariabel bebas tidak terjadi multikolinearitas.

Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain.

Metode pengujian yang digunakan adalah uji Glejser. Glejser mengusulkan untuk meregres nilai absolut residual terhadap variabel independen. Jika variabel independen signifikan secara statistik mempengaruhi variabel dependen, maka ada indikasi terjadi heteroskedastisitas.

Tabel 6. Hasil Uji Heteroskedastisitas

Variabel	Sig.	Keterangan
Harapan Kinerja	0,138	Tidak Terjadi Heteroskedastisitas
Harapan Usaha	0,972	Tidak Terjadi Heteroskedastisitas
Pengaruh Sosial	0,135	Tidak Terjadi Heteroskedastisitas
Kondisi Pendukung	0,504	Tidak Terjadi Heteroskedastisitas

Sumber: Output SPSS (2019)

Dari Tabel 6 di atas dapat diketahui bahwa nilai probabilitas signifikansi variabel independen di atas tingkat kepercayaan 5% atau 0,05. Maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi masalah heteroskedastisitas pada model regresi.

Uji Linieritas

Uji linieritas bertujuan untuk mengetahui apakah dua variabel mempunyai hubungan yang linear atau tidak secara signifikan. Kriteria dalam uji linearitas adalah sebagai berikut:

- 1) Jika nilai *Sig. deviation from linearity* > 0,05 maka terdapat hubungan yang linear antara variable bebas dengan variable terikat.
- 2) Jika nilai *Sig. deviation from linearity* < 0,05 maka tidak terdapat hubungan yang linear antara variable bebas dengan variable terikat.

Tabel 7. Hasil Uji Linieritas

Variabel	Sig. deviation from linearity	Keterangan
Minat Penggunaan * Harapan Kinerja	0,389	Terdapat hubungan linear
Minat Penggunaan * Harapan Usaha	0,165	Terdapat hubungan linear
Minat Penggunaan * Pengaruh Sosial	0,402	Terdapat hubungan linear
Minat Penggunaan * Kondisi Pendukung	0,776	Terdapat hubungan linear

Sumber: Output SPSS (2019)

Dari Tabel 7 dapat diketahui bahwa nilai *Sig. deviation from linearity* di atas 0,05. Maka dapat disimpulkan bahwa

terdapat hubungan yang linear antara variable bebas dengan variable terikat.

Uji Normalitas

Uji normalitas merupakan salah satu bagian dari uji analisis data. Model regresi yang baik adalah yang memiliki distribusi data normal atau mendekati normal. Apabila nilai signifikan yang dihasilkan > 0,05 maka distribusi dapat dikatakan normal. Sebaliknya, jika nilai signifikan yang di hasilkan < 0,05 maka data tidak terdistribusi dengan normal.

Tabel 8. Hasil Uji Normalitas *One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test*

		Unstandardized Residual
N		85
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.5245
Most Extreme Differences	Absolute	.091
	Positive	.081
	Negative	-.091
Test Statistic		.091
Asymp. Sig. (2-tailed)		.080 ^c

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

Sumber: Output SPSS (2019)

Hasil pengujian normalitas dengan uji *One-Sample Kolmogorov Smirnov* menunjukkan nilai signifikansi lebih besar dari 0,05. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa residual berdistribusi normal.

Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda digunakan untuk mengetahui arah hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen, apakah masing-masing variabel independen berhubungan positif atau negatif dan untuk memprediksi nilai dari variabel dependen apabila nilai variabel independen mengalami kenaikan atau penurunan. Variabel bebas dalam penelitian ini adalah harapan kinerja (*performance expectancy*), harapan usaha (*effort expectancy*), pengaruh sosial (*social influence*), dan kondisi yang mendukung

(*facilitating condition*). Sedangkan variabel tidak bebas adalah minat penggunaan (Y). Untuk mengestimasi koefisien regresi digunakan sistem pengolahan data dengan bantuan program SPSS 24.0 yang hasilnya dapat dilihat pada Tabel 9 berikut:

Tabel 9. Hasil Analisis Regresi Pengaruh Variabel Bebas (Xi) Terhadap Variabel Tidak Bebas (Y)

Model		Unstandardized Coefficients		Standar	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-2.314	2.761		-.838	.404
	Harapan Kinerja (X1)	.352	.096	.327	3.676	.000
	Harapan Usaha (X2)	.218	.125	.158	1.750	.084
	Pengaruh Sosial (X3)	.229	.081	.248	2.843	.006
	Kondisi Pendukung (X4)	.290	.125	.240	2.322	.023

a. Dependent Variable: Minat Penggunaan (Y)
Sumber: Output SPSS (2019)

Berdasarkan hasil analisis pada Tabel 9, maka persamaan regresi yang dihasilkan adalah:

$$Y = -2,314 + 0,352X_1 + 0,218X_2 + 0,229X_3 + 0,290X_4$$

Dimana:

Y = Minat Penggunaan

X₁ = Harapan Kinerja (*Performance Expectancy*)

X₂ = Harapan Usaha (*Effort Expectancy*)

X₃ = Pengaruh Sosial (*Social Influence*)

X₄ = Kondisi yang Mendukung (*Facilitating Condition*)

- 1) Konstanta sebesar -2,314 menyatakan bahwa jika nilai harapan kinerja (*performance expectancy*), harapan usaha (*effort expectancy*), pengaruh sosial (*social influence*), dan kondisi yang mendukung (*facilitating condition*)

adalah 0 (nol), maka nilai minat penggunaan adalah -2,314.

- 2) Koefisien regresi X₁ sebesar 0,352 menyatakan bahwa setiap penambahan (karena tanda +) nilai sebesar 1%, maka variabel harapan kinerja (*performance expectancy*) akan meningkatkan nilai minat penggunaan sebesar 35,2%.
- 3) Koefisien regresi X₂ sebesar 0,218 menyatakan bahwa setiap penambahan (karena tanda +) nilai sebesar 1%, maka variabel harapan usaha (*effort expectancy*) akan meningkatkan nilai minat penggunaan sebesar 21,8%.
- 4) Koefisien regresi X₃ sebesar 0,229 menyatakan bahwa setiap penambahan (karena tanda +) nilai sebesar 1%, maka variabel pengaruh sosial (*social influence*) akan meningkatkan nilai minat penggunaan sebesar 22,9%.
- 5) Koefisien regresi X₄ sebesar 0,290 menyatakan bahwa setiap penambahan (karena tanda +) nilai sebesar 1%, maka variabel pengaruh sosial (*social influence*) akan meningkatkan nilai minat penggunaan sebesar 29%.

Hasil Analisis Korelasi Ganda (r) dan Determinasi (R²)

Analisis Korelasi Ganda digunakan untuk mengetahui hubungan antara dua atau lebih variabel independen terhadap variabel dependen secara serentak. Koefisien ini menunjukkan seberapa besar hubungan yang terjadi antara variabel independen secara serentak terhadap variabel dependen. Nilai R berkisar antara 0 – 1, dimana nilai semakin mendekati 1 berarti hubungan yang terjadi semakin kuat, sebaliknya mendekati 0 maka hubungan yang terjadi semakin lemah.

Menurut Sugiyono (2006) pedoman untuk memberikan interpretasi koefisien korelasi sebagai berikut:

0,00 – 0,199	= sangat lemah
0,20 – 0,399	= lemah
0,40 – 0,599	= sedang
0,60 – 0,799	= kuat
0,80 – 1,000	= sangat kuat

Dari hasil analisis regresi, dilihat dari output *model summary*, maka hasil analisis korelasi ganda dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel 10. Hasil Analisis Korelasi Ganda

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,773 ^a	0,597	0,577	2,58683

a. Predictors: (Constant), Harapan Kinerja, Harapan Usaha, Pengaruh Sosial, Kondisi yang Mendukung

b. Dependent Variable: Minat Penggunaan

Sumber: Output SPSS (2019)

Berdasarkan Tabel 10 diperoleh angka R sebesar 0,773. Hal ini menunjukkan bahwa terjadi hubungan yang kuat antara variabel independen harapan kinerja (*performance expectancy*), harapan usaha (*effort expectancy*), pengaruh sosial (*social influence*), dan kondisi yang mendukung (*facilitating condition*) terhadap variabel dependen minat penggunaan.

Analisis Determinasi (R^2) dalam regresi linier berganda digunakan untuk mengetahui prosentase sumbangan pengaruh variabel independen secara serentak terhadap variabel dependen. Koefisien ini menunjukkan seberapa besar prosentase variasi variabel independen yang digunakan dalam model mampu menjelaskan variasi variabel dependen.

Jika $R^2 = 0$, maka tidak ada sedikitpun prosentase sumbangan pengaruh yang diberikan variabel independen terhadap variabel dependen, atau variasi variabel independen yang digunakan dalam model tidak menjelaskan sedikitpun variasi variabel dependen.

Sebaliknya, jika $R^2 = 1$, maka prosentase sumbangan pengaruh yang diberikan variabel independen terhadap variabel dependen adalah sempurna, atau variasi variabel independen yang digunakan dalam model menjelaskan 100% variasi variabel dependen.

Dari Tabel 10, yang dilihat dari output *model summary*, maka hasil analisis determinasi adalah nilai yang diperoleh

angka *R Square* sebesar 0,597 atau 59,7%. Hal ini menunjukkan bahwa prosentase sumbangan pengaruh variabel independen harapan kinerja (*performance expectancy*), harapan usaha (*effort expectancy*), pengaruh sosial (*social influence*), dan kondisi yang mendukung (*facilitating condition*) terhadap variabel dependen minat penggunaan adalah sebesar 59,7%. Atau variasi variabel independen yang digunakan dalam model harapan kinerja (*performance expectancy*), harapan usaha (*effort expectancy*), pengaruh sosial (*social influence*), dan kondisi yang mendukung (*facilitating condition*) mampu menjelaskan sebesar 59,7% variasi variabel dependen (minat penggunaan). Sedangkan sisanya sebesar 40,3% dipengaruhi atau dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model penelitian ini.

Hasil Uji Koefisien Regresi secara Bersama-sama (Uji F)

Uji ini digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen secara bersama-sama berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen. Atau untuk mengetahui model regresi dapat digunakan untuk memprediksi variabel dependen atau tidak. Dari hasil output analisis regresi dapat diketahui nilai F pada tabel dibawah ini:

Tabel 11. Hasil Uji F

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
Regression	793.557	4	198.389	29.647	.000 ^b
Residual	535.337	80	6.692		
Total	1328.894	84			

a. Dependent Variable: Minat Penggunaan (Y)

b. Predictors: (Constant), Kondisi Pendukung (X4), Pengaruh Sosial (X3), Ekspektasi Kinerja (X1), Harapan Usaha (X2)

Sumber: Output SPSS (2019)

Hipotesis:

H₁: Terdapat pengaruh positif antara faktor harapan kinerja (*performance expectancy*), harapan usaha (*effort expectancy*), pengaruh sosial (*social*

influence), dan kondisi pendukung (*facilitating conditions*) secara simultan terhadap minat penggunaan OVO.

Dengan menggunakan tingkat keyakinan 95%, $\alpha = 5\%$, $df 1 = 4$, dan $df 2 (n-k-1) = 80$, maka didapatkan F tabel = 2,49. Dikarenakan nilai F hitung $> F$ tabel ($29,647 > 2,49$), maka H_1 diterima. Artinya, terdapat pengaruh positif antara faktor harapan kinerja (*performance expectancy*), harapan usaha (*effort expectancy*), pengaruh sosial (*social influence*), dan kondisi pendukung (*facilitating conditions*) secara simultan terhadap minat penggunaan OVO. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa variabel variabel manfaat (*perceived usefulness*), kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*), dan resiko (*perceived risk*) secara bersama-sama berpengaruh terhadap variabel penggunaan *e-money*.

Hasil Uji Koefisien Regresi secara Parsial (Uji t)

Uji ini digunakan untuk mengetahui apakah model regresi variabel independen secara parsial berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen. Dari hasil output analisis regresi dapat diketahui nilai t pada tabel dibawah ini:

Tabel 12. Hasil Uji t

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	-2.314	2.761		-.838	.404
Harapan Kinerja (X1)	.352	.096	.327	3.676	.000
Harapan Usaha (X2)	.218	.125	.158	1.750	.084
Pengaruh Sosial (X3)	.229	.081	.248	2.843	.006
Kondisi Pendukung (X4)	.290	.125	.240	2.322	.023

a. Dependent Variable: Minat Penggunaan (Y)
Sumber: Output SPSS (2019)

Tabel distribusi t dicari pada $\alpha = 5\%$: 2 = 2,5% (uji 2 sisi), dengan $df (n-k-1) = 80$. Dengan pengujian 2 sisi, hasil diperoleh untuk t tabel sebesar 1,990.

Pengujian Koefisien Regresi Variabel Harapan Kinerja (*Performance Expectancy*)

Hipotesis:

H_2 : Faktor harapan kinerja (*performance expectancy*) mempunyai pengaruh yang positif terhadap minat penggunaan OVO.

Dikarenakan nilai t hitung $> t$ tabel ($3,676 > 1,990$) maka H_2 diterima. Artinya, secara parsial faktor harapan kinerja (*performance expectancy*) mempunyai pengaruh yang positif terhadap minat penggunaan OVO. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa secara parsial variabel harapan kinerja (*performance expectancy*) berpengaruh terhadap variabel minat penggunaan OVO. Hal ini menunjukkan bahwa semakin baik tingkat harapan kinerja OVO, maka faktor minat penggunaan OVO juga semakin besar.

Semakin meningkatnya manfaat yang dirasakan dalam penggunaan sistem, maka semakin meningkatkan minat pengguna menggunakan sistem. Manfaat penggunaan OVO dalam transaksi pembayaran di berbagai merchant yang bekerja sama meningkatkan minat penggunaan OVO.

Pengujian Koefisien Regresi Variabel Harapan Usaha (*Effort Expectancy*)

Hipotesis:

H_3 : Faktor harapan usaha (*effort expectancy*) mempunyai pengaruh yang positif terhadap minat penggunaan OVO.

Dikarenakan nilai t hitung $< t$ tabel ($1,750 < 1,990$) maka H_3 ditolak. Artinya, secara parsial faktor harapan usaha (*effort expectancy*) tidak mempunyai pengaruh yang positif terhadap minat penggunaan OVO. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa secara parsial variabel harapan usaha (*effort expectancy*) tidak

berpengaruh terhadap variabel minat penggunaan OVO. Hal ini menunjukkan bahwa harapan usaha tidak selalu mempengaruhi tingkat minat penggunaan OVO.

Walaupun tidak selalu berpengaruh secara parsial, namun OVO tetap harus memperhatikan kemudahan yang dirasakan pengguna. Kemudahan yang ditawarkan OVO seperti kemudahan top up saldo masih perlu ditingkatkan agar dapat meningkatkan minat penggunaan OVO.

Pengujian Koefisien Regresi Variabel Pengaruh Sosial (*Social Influence*)

Hipotesis:

H₄: Faktor pengaruh sosial (*social influence*) mempunyai pengaruh yang positif terhadap minat penggunaan OVO.

Dikarenakan nilai t hitung $>$ t tabel (2,843 $>$ 1,990) maka H₄ diterima. Artinya, secara parsial pengaruh sosial (*social influence*) mempunyai pengaruh yang positif terhadap minat penggunaan OVO. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa secara parsial variabel pengaruh sosial (*social influence*) berpengaruh terhadap variabel minat penggunaan OVO. Hal ini menunjukkan bahwa semakin banyak pengaruh sosial (*social influence*), maka faktor minat penggunaan OVO juga semakin besar.

Semakin meningkatnya pengaruh sosial dalam penggunaan sistem, maka semakin meningkatkan minat pengguna menggunakan sistem. Kepuasan menggunakan OVO yang dirasakan akan membuat pengguna merekomendasikan OVO kepada orang-orang di lingkungan sekitar.

Pengujian Koefisien Regresi Variabel Kondisi Pendukung (*Facilitating Conditions*)

Hipotesis:

H₅: Faktor kondisi pendukung (*facilitating conditions*) mempunyai pengaruh

yang positif terhadap minat penggunaan OVO.

Dikarenakan nilai t hitung $>$ t tabel (2,322 $>$ 1,990) maka H₅ diterima. Artinya, secara parsial kondisi pendukung (*facilitating conditions*) mempunyai pengaruh yang positif terhadap minat penggunaan OVO. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa secara parsial variabel kondisi pendukung (*facilitating conditions*) berpengaruh terhadap variabel minat penggunaan OVO. Hal ini menunjukkan bahwa semakin baik kondisi pendukung (*facilitating conditions*), maka faktor minat penggunaan OVO juga semakin besar.

Semakin meningkatnya fasilitas pendukung dalam penggunaan sistem, maka semakin meningkatkan minat pengguna menggunakan sistem. Fasilitas pendukung yang ditawarkan OVO seperti dapat digunakan dalam pembayaran Tokopedia membuat minat penggunaan OVO semakin meningkat.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan dapat ditarik beberapa kesimpulan sebagai berikut:

- 1) Variabel harapan kinerja (*performance expectancy*), harapan usaha (*effort expectancy*), pengaruh sosial (*social influence*), dan kondisi pendukung (*facilitating conditions*) secara bersama-sama berpengaruh terhadap variabel minat penggunaan OVO. Hal ini menunjukkan bahwa keempat variabel tersebut mempengaruhi faktor minat penggunaan OVO.
- 2) Faktor harapan kinerja (*performance expectancy*) mempunyai pengaruh yang positif terhadap minat penggunaan OVO. Hal ini menunjukkan bahwa semakin baik tingkat harapan kinerja OVO, maka faktor minat penggunaan OVO juga semakin besar.

- 3) Faktor harapan usaha (*effort expectancy*) tidak mempunyai pengaruh yang positif terhadap minat penggunaan OVO. Hal ini menunjukkan bahwa harapan usaha tidak selalu mempengaruhi tingkat minat penggunaan OVO.
 - 4) Faktor pengaruh sosial (*social influence*) mempunyai pengaruh yang positif terhadap minat penggunaan OVO. Hal ini menunjukkan bahwa semakin banyak pengaruh sosial (*social influence*), maka faktor minat penggunaan OVO juga semakin besar.
 - 5) Faktor kondisi pendukung (*facilitating conditions*) mempunyai pengaruh yang positif terhadap minat penggunaan OVO. Hal ini menunjukkan bahwa semakin baik kondisi pendukung (*facilitating conditions*), maka faktor minat penggunaan OVO juga semakin besar.
- Berdasarkan hasil pembahasan dan pengamatan selama penelitian, berikut ini dikemukakan saran-saran bagi para pelaku usaha dan para peneliti yang ingin mengembangkan penelitian sejenis:
- 1) Untuk lebih meningkatkan faktor harapan kinerja (*performance expectancy*), pihak penyedia OVO seharusnya menambah layanan yang dibutuhkan masyarakat seperti pembayaran tagihan PDAM dan fitur transfer saldo antar *e-wallet*.
 - 2) Untuk lebih meningkatkan faktor harapan usaha (*effort expectancy*), pihak penyedia OVO tidak membebani konsumen dengan biaya *top up* dan transfer ke bank.
 - 3) Untuk lebih meningkatkan pengaruh sosial (*social influence*), pihak penyedia OVO dapat membuat program khusus untuk komunitas tertentu sehingga dapat meningkatkan pengguna OVO.
 - 4) Untuk lebih meningkatkan kondisi pendukung (*facilitating conditions*), pihak penyedia OVO dapat menambah

kerja sama dengan *online shop* dan meningkatkan kualitas jaringan.

Untuk penelitian selanjutnya yang sejenis, peneliti dapat menambah jumlah variabel yang akan diteliti serta memperbanyak jumlah responden sesuai karakteristiknya.

REFERENSI

- Al-Qeisi, Kholoud Ibrahim. (2009). *Analyzing the Use of UTAUT Model in Explaining an Online Behaviour: Internet Bank-ing Adoption*. Department of Marketing and Branding, Brunel University.
- Ambaranie Nadia Kemala Movanita. (2018). *Dalam Setahun, Pengguna OVO Melonjak 400 Persen*, diakses 22 April 2019 dari <http://www.amp.kompas.com/ekonomi/read/2018/12/20/153600326/dalam-setahun-pengguna-ovo-melonjak-400-persen/>.
- Indah Handayani. (2019). *Pengguna OVO Sudah Capai 115 Juta*, diakses 22 April 2019 dari www.investor.id/it-and-telecommunication/pengguna-ovo-sudah-capai-115-juta/.
- Nur Diana. (2018). *Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Penggunaan Electronic Money di Indonesia*. Skripsi, Program Studi Akuntansi. Universitas Islam Indonesia.
- Oye, N. D., N. A. Iahad dan N. Ab. Rahim. (2014). *The history of UTAUT model and its impact on ICT acceptance and usage by academicians*. *Educ Inf Technol* (2014) 19:251–270 DOI 10.1007/s10639-012-9189-9.
- Peraturan Bank Indonesia Nomor: 16/ 8 /PBI/2014 tentang Perubahan Atas Peraturan Bank Indonesia Nomor: 11/12/PBI/2009 Tentang Uang Elektronik (*Electronic Money*).
- Peraturan Bank Indonesia Nomor: 18/40/PBI/2016 tentang

- Penyelenggaraan Pemrosesan Transaksi Pembayaran. Bandung: Penerbit Alfabeta.
- Priyatno, Duwi. 2008. *Mandiri Belajar SPSS Untuk Analisis Data dan Uji Statistik*. Cetakan Pertama. Yogyakarta: Mediakom.
- PT Visionet Internasional. (2017). *FAQ*, diakses 22 April 2019 dari www.ovo.id/faq
- Ramdhani, Al Bachri, Indira Rachmawati & Fajar Sidiq Adi Prabowo. (2017). *Pengaruh Adopsi Teknologi Layanan Uang Elektronik Telkomsel Cash Menggunakan Pendekatan UTAUT2*, (hal. 53-61). Jakarta: Universitas Telkom
- Sugiyono. 2010. *Metode Penelitian Bisnis (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif*
- dan R & D*. Bandung: Penerbit Alfabeta.
- Venkatesh, V., Thong, J. Y., & Xin, X. (2012). *Consumer Acceptance and Use of Information Technology*. *MIS Quarterly*.
- Venkatesh, Viswanath., Morris, Michael G., Davis, Gordon B., dan Davis, Fred D. 2003. *User Acceptance of Information Technology: Toward A Unified View*. *MIS Quarterly*, 27 (3).
- Vivin Dian Devita. (2019). *Siapa Aplikasi E-wallet dengan Pengguna Terbanyak di Indonesia?* diakses 30 April 2020 dari www.iprice.co.id/trend/insights/e-wallet-terbaik-di-indonesia/