

Evaluasi User Experience Terhadap Aplikasi OVO Dengan Metode Technology Acceptance Model (TAM)

Puji Purwanto¹, Jefi²

^{1,2}Teknologi Informasi, Universitas Bina Sarana Informatika
Jakarta, Indonesia

email korespondensi: pujipurwanto999@gmail.com, jefi.jfi@bsi.ac.id

Submit: 09-10-2024 | Revisi : 21-10-2024 | Terima : 29-11-2024 | Publikasi: 29-11-2024

Abstrak

Aplikasi OVO telah menjadi salah satu layanan pembayaran digital terkemuka di Indonesia, menawarkan solusi transaksi keuangan yang praktis dan efisien. Namun, pengguna menghadapi tantangan seperti antarmuka yang rumit dan kecepatan transaksi yang lambat. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi niat perilaku pengguna terhadap aplikasi OVO, dengan menggunakan kerangka kerja *Technology Acceptance Model* (TAM). Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan data yang dikumpulkan melalui kuesioner. Variabel kunci yang dianalisis meliputi Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Kemanfaatan, Sikap Terhadap Penggunaan, dan Niat Perilaku untuk Menggunakan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Persepsi Kemudahan Penggunaan tidak berpengaruh signifikan terhadap Niat Perilaku untuk Menggunakan, dengan tingkat signifikansi sebesar 0,314. Sebaliknya, Persepsi Kemanfaatan dan Sikap Terhadap Penggunaan menunjukkan pengaruh positif dan signifikan terhadap Niat Perilaku untuk Menggunakan, dengan tingkat signifikansi masing-masing sebesar 0,000. Regresi linier berganda menunjukkan bahwa variabel-variabel independen secara kolektif mempengaruhi variabel dependen, yaitu Niat Perilaku untuk Menggunakan. Penelitian ini menyarankan agar pengembang aplikasi lebih fokus pada peningkatan kemudahan penggunaan dan penambahan fitur-fitur yang bernilai untuk meningkatkan keterlibatan dan kepuasan pengguna.

Kata Kunci: Niat Perilaku, Persepsi Kemanfaatan, *Technology Acceptance Model*

Abstract

OVO app has emerged as a leading digital payment service in Indonesia, offering practical and efficient financial transaction solutions. However, users face challenges such as a complex interface and slow transaction speeds. This study aims to analyze factors affecting users' behavioral intentions toward the OVO app, utilizing the Technology Acceptance Model (TAM) framework. The research employs a quantitative method with data collected through questionnaires. Key variables analyzed include Perceived Ease of Use, Perceived Usefulness, Attitude Toward Using, and Behavioral Intention to Use. The results reveal that Perceived Ease of Use does not significantly affect Behavioral Intention to Use, with a significance level of 0.314. In contrast, Perceived Usefulness and Attitude Toward Using both show a positive and significant impact on Behavioral Intention to Use, with significance levels of 0.000. Multiple linear regression indicates that the independent variables collectively influence the dependent variable, Behavioral Intention to Use. The study suggests that app developers focus on enhancing user-friendliness and adding valuable features to increase user engagement and satisfaction.

Keywords: *Perceived Usefulness, Behavioral Intention, Technology Acceptance Model*

1. PENDAHULUAN

Beragam aplikasi daring, baik dalam bentuk web maupun *smartphone*, seperti aplikasi penjualan *online* dan media sosial, manusia modern dapat dengan mudah mengakses berbagai layanan hanya dengan mengklik tombol aplikasi. Contoh penerapan yang sudah umum terjadi di Indonesia adalah penggunaan *e-wallet*, yang menjadi alternatif populer bagi masyarakat dalam melakukan transaksi non-tunai yang lebih praktis. Melalui *e-wallet*, berbagai pembayaran dapat dilakukan dengan mudah tanpa perlu menggunakan uang tunai, memberikan solusi praktis dalam bertransaksi (Rosalina Siahaan et al., 2023).

OVO adalah salah satu dari aplikasi *e-wallet* yang paling digemari di Indonesia. OVO berhasil menarik perhatian masyarakat dengan menawarkan beragam layanan yang ramah pengguna, mulai dari pembayaran tagihan hingga transfer uang yang cepat dan aman. Keberhasilan OVO sebagai salah satu pemimpin di industri pembayaran digital menunjukkan besarnya potensi aplikasi ini dalam memenuhi kebutuhan konsumen di era digital.

Meski OVO sudah sangat populer, namun masih terdapat tantangan dalam memahami elemen-elemen yang memengaruhi penggunaan aplikasi ini. Penggunaan aplikasi OVO tidak hanya terpengaruh oleh elemen eksternal

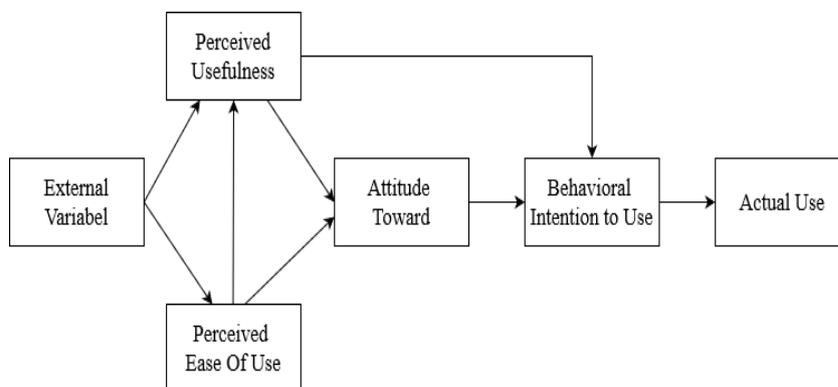


seperti promosi serta aksesibilitas, tetapi juga elemen internal pengguna. Persepsi pengguna terhadap kegunaan dan kemudahan penggunaan, serta sikap pengguna terhadap aplikasi tersebut, menjadi faktor penting dalam memahami niat pengguna untuk terus menggunakan OVO.

Pengalaman pengguna yang baik dapat meningkatkan kepuasan dan mendorong niat pengguna untuk terus menggunakan aplikasi, yang pada akhirnya meningkatkan kemungkinan penggunaan kembali aplikasi tersebut. Dalam konteks aplikasi dompet digital, pengalaman pengguna yang positif ditandai oleh antarmuka yang intuitif, kecepatan transaksi, keamanan data, serta layanan pelanggan yang responsif. Namun, dalam kasus aplikasi OVO, masih sedikit penelitian yang secara spesifik menyelidiki dampak pengalaman pengguna terhadap niat pengguna dalam menggunakan aplikasi ini.

Penelitian ini bertujuan untuk menyajikan analisis komprehensif tentang beberapa faktor yang memengaruhi niat penggunaan aplikasi OVO dengan menggabungkan konsep TAM dan analisis pengalaman pengguna. Diharapkan bahwa pengetahuan yang lebih komprehensif mengenai elemen-elemen yang memengaruhi penggunaan OVO dapat memberikan pemahaman yang berharga tentang kemajuan aplikasi dompet digital di masa mendatang dan turut berkontribusi pada penelitian tentang adopsi teknologi di Indonesia.

Menurut Jogianto, *Technology Acceptance Model* (TAM) merupakan sebuah kerangka kerja yang disusun untuk mengidentifikasi serta memahami elemen-elemen berpengaruh pada adopsi suatu teknologi. Fred Davis pertama kali memperkenalkan model ini di tahun 1986. Tujuan utama dari model ini adalah untuk menguraikan dan menyimpulkan sejauh mana pengguna akan menerima suatu teknologi tertentu. Sebagai model yang sangat berpengaruh, TAM sering digunakan untuk memahami bagaimana individu menerima sistem teknologi secara personal (Fahlevi et al., 2019).



Sumber : (Nurlaila et al., 2022)
Gambar 1. Kerangka Kerja TAM

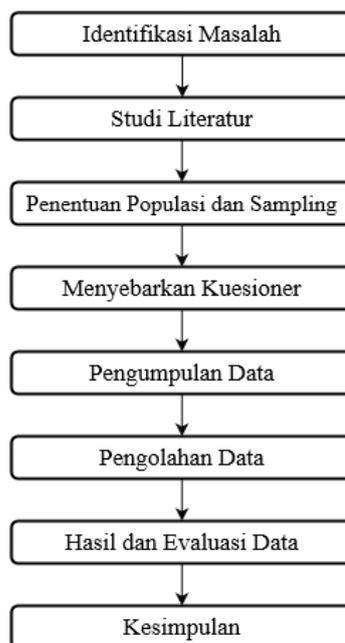
Konsep pendekatan TAM (Minaan, 2021), antara lain:

1. *Perceived Usefulness* (Persepsi Manfaat Penggunaan)
Persepsi keuntungan penggunaan adalah seberapa yakin seseorang bahwa penggunaan teknologi akan meningkatkan hasil kerjanya. Ini mencerminkan seberapa yakin pengguna bahwa memanfaatkan teknologi tertentu dapat memperbaiki efisiensi mereka, menandakan bahwa teknologi informasi memiliki potensi untuk meningkatkan produktivitas dan pencapaian individu yang memanfaatkannya.
2. *Perceived Ease of Use* (Persepsi Kemudahan Pemakaian)
Tanggapan terhadap kenyamanan pemakaian mengacu pada pemahaman pengguna bahwa sistem Teknologi Informasi bisa diterapkan secara mudah tanpa memerlukan usaha yang berarti. Ini mencerminkan seberapa yakin individu bahwa mereka dapat menggunakan suatu sistem tanpa mengalami kesulitan yang berarti atau tanpa perlu upaya yang berlebihan.
3. *Attitude Towards Using* (Tanggapan Terhadap Penggunaan)
Tanggapan Terhadap Penggunaan mencerminkan penerimaan atau penolakan individu terhadap penggunaan suatu sistem teknologi dalam mendukung pekerjaan mereka. Sikap ini mencakup respons individu terhadap teknologi informasi, yang terdiri dari elemen-elemen kognitif (*cognitive*), afektif (*affective*), dan perilaku (*behavioral*). Elemen-elemen ini membentuk sikap yang menentukan apakah individu cenderung menerima atau menolak penggunaan teknologi tertentu.
4. *Behavioral Intention* (Minat Perilaku)
Minat perilaku mencerminkan kecenderungan atau niat individu untuk terlibat dalam suatu tindakan atau perilaku tertentu. Tingkat penerimaan suatu teknologi komputer oleh individu dapat diprediksi dari seberapa besar tingkat perhatian yang diberikan oleh pengguna terhadap suatu teknologi, dorongan untuk meningkatkan perlengkapan pendukung, motivasi yang mempertahankan penggunaan berkelanjutan, serta keinginan untuk mempengaruhi pengguna lainnya.

5. *Actual System Use* (Pemakaian Sistem yang Sebenarnya)
Kondisi faktual pemakaian sistem diwakili melalui pengukuran seberapa sering dan seberapa lama teknologi digunakan. Kepuasan seseorang terhadap suatu sistem didasarkan pada keyakinan mereka akan kemudahan penggunaannya dan kemampuannya untuk meningkatkan efisiensi, yang terlihat dari cara mereka langsung menggunakannya.

2. METODE PENELITIAN

2.1 Alur Penelitian



Sumber: Penelitian 2024

Gambar 2. Tahapan Penelitian

Penjelasan dari tahapan penelitian, sebagai berikut:

- Identifikasi Masalah**
Mengidentifikasi masalah utama, yaitu bagaimana *user experience* (UX) dapat memengaruhi penggunaan aplikasi OVO.
- Studi Literatur**
Melakukan pengumpulan dan peninjauan literatur yang relevan, termasuk teori *Technology Acceptance Model* (TAM) dan konsep *user experience*, untuk membangun dasar teori yang kuat.
- Penentuan Populasi dan Sampling**
Menetapkan populasi penelitian, yakni seluruh pengguna aplikasi OVO, serta memilih sampel responden yang aktif menggunakan aplikasi ini.
- Menyebarkan Kuesioner**
Menyusun dan mendistribusikan kuesioner kepada responden untuk mengumpulkan data mengenai *user experience* dan variabel-variabel dalam TAM.
- Pengumpulan Data**
Menghimpun data dari kuesioner yang telah diisi oleh partisipan dalam periode waktu yang telah ditentukan.
- Pengolahan Data**
Data yang sudah terkumpul, selanjutnya diproses memakai perangkat lunak SPSS. Adapun pengujiannya, yaitu: uji statistik deskriptif, uji validitas, uji reliabilitas, uji regresi linier sederhana, dan uji regresi linier berganda.
- Hasil Data dan Evaluasi**
Menyajikan dan mengevaluasi hasil analisis data berdasarkan teori TAM untuk memahami pengaruh *user experience* terhadap penggunaan OVO.
- Kesimpulan**
Langkah terakhir dalam penelitian adalah memverifikasi apakah kesimpulan yang dihasilkan sesuai dengan tujuan awal penelitian.

2.2 Teknik Pengumpulan Data

Berikut adalah penjelasan mengenai teknik pengumpulan data yang digunakan:

a. Studi Literatur

Studi literatur merupakan upaya untuk merangkum gagasan-gagasan yang penting dan memperoleh pemahaman yang lebih mendalam mengenai riset-riset terdahulu yang relevan pada topik penelitian. Proses tersebut melibatkan eksplorasi serta pengumpulan data dari berbagai sumber seperti artikel, jurnal ilmiah, buku, maupun referensi lain yang berhubungan pada permasalahan penelitian. Data yang diperoleh dari studi literatur mencakup temuan, teori, dan hasil-hasil penelitian sebelumnya yang dapat memperkuat argumen dan analisis pada studi ini.

b. Kuesioner

Kuesioner atau angket merupakan teknik pengumpulan data di mana responden disajikan sejumlah pernyataan atau pertanyaan tertulis dan diminta untuk menjawab sesuai dengan petunjuk yang disediakan oleh peneliti (Herlina et al., 2023). Kuesioner yang dipakai dalam penelitian ini terdiri dari beberapa segmen, meliputi data demografis responden, persepsi tentang pengalaman pengguna, serta variabel-variabel yang diukur berdasarkan *Technology Acceptance Model* (TAM).

1) Skala Likert

Skala Likert adalah alat evaluasi yang dipakai untuk mengukur persepsi, sikap, atau opini pribadi maupun kelompok mengenai suatu kejadian atau fenomena sosial (Husnaeni & Susanti, 2023).

Tabel 1. Skala Likert

Kriteria Penelitian	Bobot Nilai
Sangat Tidak Setuju	1
Tidak Setuju	2
Netral	3
Setuju	4
Sangat Setuju	5

Sumber: (Darwati, Lilis, 2022)

2.3 Populasi

Populasi adalah kumpulan seluruh objek yang menjadi fokus penelitian atau pengamatan dan memiliki karakteristik yang seragam. Populasi pada penelitian ini merupakan seluruh pengguna aplikasi OVO di Indonesia.

2.4 Sampel

Sampel merupakan representasi dari atribut serta ukuran yang terdapat dalam populasi. Ketika populasi memiliki skala yang luas, mengambil data dari seluruh populasi menjadi tidak praktis, sehingga disarankan untuk menggunakan sampel yang mewakili populasi tersebut (Masitah & Ilhamsyah, 2020). Ukuran sampel ditentukan berdasarkan rumus Slovin atau aturan praktis lainnya yang sesuai, dengan mempertimbangkan tingkat kepercayaan serta toleransi kesalahan yang diinginkan. Rumusnya sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1+N(e)^2} \quad (1)$$

n = ukuran sampel

N = ukuran populasi

e = toleransi kesalahan

2.5 Hipotesis

Berikut adalah beberapa hipotesis yang diambil dari penelitian ini:

H₁: Persepsi kemudahan penggunaan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap niat perilaku untuk menggunakan aplikasi OVO.

H₂: Persepsi kemanfaatan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap niat perilaku untuk menggunakan aplikasi OVO.

H₃: Sikap pengguna memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap niat perilaku untuk menggunakan aplikasi OVO.

2.6 Alat Analisis Data

a. SPSS

SPSS adalah program pemrosesan data statistik yang banyak digunakan dan unggul dalam menyelesaikan berbagai masalah penelitian kuantitatif. SPSS memungkinkan untuk menentukan mean, deviasi standar, dan skor terkecil atau terbesar dari informasi yang dimiliki (Handrianto & Pratama, 2024).

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1 Data Karakteristik Responden

Data responden yang diperoleh pada penelitian ini mencakup berbagai aspek demografis dan karakteristik penggunaan aplikasi OVO.

a. Jenis Kelamin

Tabel 3. Jenis Kelamin Responden

No	Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase
1	Laki-laki	56	56%
2	Perempuan	44	44%
Total		100	100%

Sumber: Penelitian 2024

Diketahui bahwa jumlah responden laki-laki berjumlah 56 orang, dengan persentase 56%, dan responden perempuan berjumlah 44 orang, dengan persentase 44%. Hal tersebut menunjukkan bahwa jumlah responden laki-laki lebih besar daripada jumlah responden perempuan.

b. Usia Responden

Tabel 4. Usia Responden

No	Usia	Jumlah	Persentase
1	17 – 20 tahun	8	8%
2	21 – 30 tahun	71	71%
3	31 – 40 tahun	16	16%
4	41 – 50 tahun	5	5%
Total		100	100%

Sumber: Penelitian 2024

Hasil tabulasi menunjukkan bahwa responden dari penelitian ini mayoritas berusia 21 – 30 tahun dengan persentase sebesar 71%, usia 31 – 40 tahun dengan persentase sebesar 16%, usia 17 – 20 tahun dengan persentase sebesar 8%, dan usia 41 – 50 tahun dengan persentase sebesar 5%.

c. Pekerjaan

Tabel 5. Pekerjaan Responden

No	Lama Penggunaan	Jumlah	Persentase
1	Pelajar/Mahasiswa	23	23%
2	Pegawai Swasta	43	43%
3	Pegawai Negeri	13	13%
4	Wirausaha	10	10%
5	<i>Freelance</i>	11	11%
6	Tidak/Belum Bekerja	0	0%
Total		100	100%

Sumber: Penelitian 2024

Hasil tabulasi menunjukkan bahwa responden dari penelitian ini mayoritas bekerja sebagai pegawai swasta dengan persentase 43%, pelajar/mahasiswa dengan persentase 23%, pegawai negeri dengan persentase 13%, *freelance* dengan persentase 11%, dan wirausaha dengan persentase 10%.

d. Penghasilan dalam sebulan

Tabel 6. Penghasilan Responden

No	Penghasilan Bulanan	Jumlah	Persentase
1	Kurang dari Rp 3.000.000	29	29%
2	Rp 3.000.000 – Rp 7.000.000	58	58%
3	Lebih dari Rp 7.000.000	6	6%
4	Belum berpenghasilan	7	7%
Total		100	100%

Sumber: Penelitian 2024

Hasil tabulasi menunjukkan bahwa sebagian besar responden dari penelitian ini berpenghasilan Rp 3.000.000 - 7.000.000 per bulan dengan persentase sebesar 58%, kurang dari Rp 3.000.000 per bulan dengan persentase sebesar 29%, belum berpenghasilan dengan persentase sebesar 7%, dan lebih dari Rp 7.000.000 per bulan dengan persentase sebesar 6%.

e. Lama penggunaan aplikasi OVO

Tabel 7. Lama Penggunaan Aplikasi

No	Lama Penggunaan	Jumlah	Persentase
1	Kurang dari 6 bulan	16	16%
2	6 bulan – 1 tahun	11	11%
3	1 – 2 tahun	14	14%
4	Lebih dari 2 tahun	59	59%
Total		100	100%

Sumber: Penelitian 2024

Hasil tabulasi menunjukkan bahwa sebagian besar responden dari penelitian ini sudah memakai aplikasi OVO lebih dari 2 tahun dengan persentase sebesar 59%, kurang dari 6 bulan dengan persentase sebesar 16%, 1-2 tahun dengan persentase sebesar 14%, dan 6 bulan - 1 tahun dengan persentase sebesar 11%.

3.2 Uji Instrumen Penelitian

a. Analisis Statistik Deskriptif

Analisis deskriptif diterapkan untuk menggambarkan karakter responden dan distribusi data penelitian. Statistik ini meliputi nilai rata-rata (*mean*), simpangan baku (*standard deviation*), nilai terendah, dan nilai tertinggi.

Tabel 8. Hasil Analisis Deskriptif

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Perceived Ease of Use (X1)	100	15	25	22.11	2.601
Perceived Usefulness (X2)	100	12	20	17.55	2.022
Attitude Toward Using (X3)	100	13	25	22.06	2.632
Behavioral Intention to Use (Y)	100	10	20	17.41	2.421
Valid N (listwise)	100				

Sumber: Hasil Olah Data SPSS

Dari data tersebut, dapat disimpulkan bahwa responden menunjukkan pandangan yang positif terhadap kemudahan penggunaan (88.44%), kegunaan (87.75%), sikap terhadap penggunaan (88.24%), dan niat untuk menggunakan (87.05%), dengan aplikasi OVO. Meskipun terdapat variasi dalam penilaian responden, nilai rata-rata yang tinggi pada semua variabel menunjukkan bahwa aplikasi OVO diterima dengan baik oleh pengguna.

b. Uji Validitas

Validitas adalah evaluasi terhadap seberapa besar suatu instrumen penelitian dapat mengukur dengan tepat dan akurat mengenai sifat-sifat atau kondisi yang sebenarnya dari objek yang diukur (Safitri et al., 2022).

Tabel 9. Hasil Uji Validitas

No	Variabel	R Hitung	R Tabel	Keterangan
1	X1.1	0.780	0,195	Valid
2	X1.2	0.818	0,195	Valid
3	X1.3	0.789	0,195	Valid
4	X1.4	0.818	0,195	Valid
5	X1.5	0.834	0,195	Valid
6	X2.1	0.735	0,195	Valid
7	X2.2	0.782	0,195	Valid
8	X2.3	0.782	0,195	Valid
9	X2.4	0.818	0,195	Valid
10	X3.1	0.777	0,195	Valid
11	X3.2	0.691	0,195	Valid
12	X3.3	0.829	0,195	Valid
13	X3.4	0.762	0,195	Valid
14	X3.5	0.851	0,195	Valid
15	Y1.1	0.839	0,195	Valid
16	Y1.2	0.865	0,195	Valid
17	Y1.3	0.851	0,195	Valid
18	Y1.4	0.890	0,195	Valid

Sumber: Penelitian 2024

c. Uji Reliabilitas

Reliabilitas menggambarkan keandalan suatu instrumen, sehingga instrumen tersebut dianggap dapat dipercaya sebagai alat ukur. Instrumen dikatakan reliabel jika dapat digunakan dalam berbagai kondisi dan tidak memengaruhi arah pilihan jawaban responden (Wahyuni, 2020).

Tabel 10. Hasil Uji Reliabilitas

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
0.944	18

Sumber: Hasil Olah Data SPSS

Berdasarkan tabel diatas, nilai Cronbach's Alpha sebesar 0.944 menunjukkan bahwa instrumen penelitian yang digunakan untuk mengukur indeks penggunaan aplikasi OVO bersifat reliabel.

3.3 Analisis Regresi Linier Sederhana

Analisis Regresi Linear Sederhana diterapkan untuk menilai dampak dari satu variabel bebas terhadap satu variabel terikat.

Tabel 11. Uji Regresi Linier Sederhana

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-1.440	1.267		-1.137	0.258
	Perceived Ease of Use (X1)	0.069	0.069	0.074	1.011	0.314
	Perceived Usefulness (X2)	0.455	0.108	0.380	4.200	0.000
	Attitude Toward Using (X3)	0.423	0.089	0.460	4.732	0.000

a. Dependent Variable: Behavioral Intention to Use (Y)

Sumber: Hasil Olah Data SPSS

Berdasarkan Tabel IV.13, dapat disimpulkan bahwa dari tiga variabel independen yang diuji, dua variabel (*Perceived Usefulness* dan *Attitude Toward Using*) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap *Behavioral Intention to Use*. Variabel *Perceived Usefulness* (X2) dan *Attitude Toward Using* (X3) menunjukkan pengaruh positif yang signifikan terhadap *Behavioral Intention to Use* (Y) dengan nilai signifikansi masing-masing sebesar 0,000. Sedangkan variabel *Perceived Ease of Use* (X1) tidak menunjukkan pengaruh yang signifikan dengan nilai signifikansi sebesar 0,314.

3.4 Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis ini bertujuan untuk mengetahui sejauh mana dampak kolektif dari variabel-variabel bebas terhadap variabel terikat.

Tabel 12. Uji Regresi Linier Berganda

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	417.741	3	139.247	82.289	0.000 ^b
	Residual	162.449	96	1.692		
	Total	580.190	99			

a. Dependent Variable: Behavioral Intention to Use (Y)

b. Predictors: (Constant), Attitude Toward Using (X3), Perceived Ease of Use (X1), Perceived Usefulness (X2)

Sumber: Hasil Olah Data SPSS

Berdasarkan hasil pengujian tersebut, diketahui nilai signifikansi (Sig.) dari uji regresi linier berganda adalah 0.000, yang lebih kecil dari 0.05. Hal ini menunjukkan bahwa seluruh variabel bebas (*Perceived Ease of Use*, *Perceived Usefulness*, dan *Attitude Toward Using*) secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel terikat (*Behavioral Intention to Use*).

3.5 Uji Hipotesis

Berdasarkan dari hasil uji regresi linier sederhana dan uji regresi linier berganda, terdapat hasil pengujian hipotesis sebagai berikut:

- a. Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan (*Perceived Ease of Use*) terhadap Niat Perilaku untuk Menggunakan Aplikasi OVO

Berdasarkan hasil pengujian, variabel Persepsi Kemudahan Penggunaan (X1) memiliki tingkat signifikansi sebesar 0,314 > 0,05, yang menunjukkan bahwa Persepsi Kemudahan Penggunaan tidak berpengaruh signifikan

terhadap Niat Perilaku untuk menggunakan aplikasi OVO. Dengan demikian, hipotesis kedua yang menyatakan bahwa persepsi kemudahan penggunaan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap niat perilaku untuk menggunakan aplikasi OVO ditolak.

b. Pengaruh Persepsi Kemanfaatan (*Perceived Usefulness*) terhadap Niat Perilaku untuk Menggunakan Aplikasi OVO

Berdasarkan hasil pengujian, variabel Persepsi Kemanfaatan (X2) memiliki tingkat signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$, yang menunjukkan adanya pengaruh positif dan signifikan antara Persepsi Kemanfaatan dan Niat Perilaku untuk menggunakan aplikasi OVO. Oleh karena itu, hipotesis pertama yang menyatakan bahwa persepsi kemanfaatan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap niat perilaku untuk menggunakan aplikasi OVO diterima.

c. Pengaruh Sikap Pengguna (*Attitude Toward Using*) terhadap Niat Perilaku untuk Menggunakan Aplikasi OVO

Berdasarkan hasil pengujian, variabel Sikap Pengguna (X3) memiliki tingkat signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$, yang menunjukkan adanya pengaruh positif dan signifikan antara Sikap Pengguna dan Niat Perilaku untuk menggunakan aplikasi OVO. Oleh karena itu, hipotesis ketiga yang menyatakan bahwa sikap pengguna memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap niat perilaku untuk menggunakan aplikasi OVO diterima.

4. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis data dari penelitian ini, berikut adalah kesimpulan yang dapat diambil:

1. Persepsi kemudahan penggunaan (*Perceived Ease of Use*) tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap niat perilaku untuk menggunakan aplikasi OVO. Hasil penelitian menunjukkan nilai signifikansi sebesar 0,314, yang mengindikasikan bahwa kemudahan penggunaan tidak cukup mempengaruhi niat pengguna untuk menggunakan aplikasi OVO.
2. Persepsi kemanfaatan (*Perceived Usefulness*) memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap niat perilaku untuk menggunakan aplikasi OVO. Dengan nilai signifikansi sebesar 0,000, dapat disimpulkan bahwa persepsi kemanfaatan berperan penting dalam mendorong pengguna untuk berniat menggunakan aplikasi OVO.
3. Sikap pengguna (*Attitude Toward Using*) memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap niat perilaku untuk menggunakan aplikasi OVO. Dengan nilai signifikansi sebesar 0,000, dapat disimpulkan bahwa sikap pengguna terhadap aplikasi OVO merupakan faktor yang signifikan dalam menentukan niat perilaku untuk menggunakan aplikasi ini.

REFERENSI

- Darwati, Lilis, F. (2022). Analisis Pengukuran Tingkat Kepuasan Pengguna Aplikasi Ovo Menggunakan Metode End User Computing Satisfaction (Eucs). *Just It: Jurnal Sistem Informasi, Teknologi Informasi Dan Komputer*, 12(2), 34–42. <https://jurnal.umj.ac.id/index.php/just-it/index>
- Fahlevi, P., Octaviani, A., & Dewi, P. (2019). Analisis Aplikasi Ijateng Dengan Menggunakan Teori Technology Acceptance Model (Tam).
- Handrianto, Y., & Pratama, L. F. (2024). Analisis Tingkat Kepuasan Pengguna Terhadap Aplikasi Jaksehat Menggunakan Metode End User Computing Satisfaction. *Jurnal Infotech*, 6(1), 1–8. <https://doi.org/10.31294/infotech.V6i1.21622>
- Herlina, Fernandes Andry, J., & Marcellus Susanto, F. (2023). Analisis Deskriptif Perilaku Konsumen Shopee: Technology Acceptance Model (Tam). *Journal Of Technology And Informatics (Joti)*, 4(2), 63–68. <https://doi.org/10.37802/Joti.V4i2.318>
- Husnaeni, L. A., & Susanti, A. S. (2023). Analisis Penerimaan Simrs Menggunakan Metode Tam (Technology Acceptance Model) Di Rs Hermina Arcamanik Bandung. *Jurnal Ilmu Kesehatan Bhakti Husada: Health Sciences Journal*, 14(01), 107–116. <https://doi.org/10.34305/jikbh.V14i01.731>
- Masitah, K. N. M. N., & Ihamsyah, I. (2020). Evaluasi Kepuasan Pengguna Siakad Universitas Tanjungpura Menggunakan Integrasi Technology Acceptance Model (Tam) Dan End-User Computing Satisfaction (Eucs). *Coding Jurnal Komputer Dan Aplikasi*, 8(2). <https://doi.org/10.26418/coding.V8i2.41217>
- Minan, K. (2021). Analisis Pendekatan Metode Tam Pada Penggunaan Aplikasi E-Commerce. *Ekonomi, Keuangan, Investasi Dan Syariah (Ekuitas)*, 3(2), 181–187. <https://doi.org/10.47065/ekuitas.V3i2.1118>
- Nurlaila, Setyadi, H. J., & Widagdo, P. P. (2022). Penerapan Metode Technology Acceptance Model (Tam) Untuk Mengukur Penerimaan Website Pejabat Pengelola Informasi Dan Dokumentasi (Ppid) Di Diskominfo Kota Samarinda. *Adopsi Teknologi Dan Sistem Informasi (Atasi)*, 1(2), 91–99. <https://doi.org/10.30872/atasi.V1i2.347>

- Rosalina Siahaan, H., Budihartanti, C., Nusa Mandiri, S., & Selatan, J. (2023). Analisa Penerimaan Pengguna E-Wallet Sebagai Transaksi Digital Menggunakan Metode Tam (Technology Acceptance Model) A R T I C L E I N F O Abstract. *Jcse Journal Of Computer Science An Engineering*, 4(1), 42–49. [Http://icsejournal.com/index.php/http://dx.doi.org/10.36596/jcse.v4i1.28](http://icsejournal.com/index.php/http://dx.doi.org/10.36596/jcse.v4i1.28)
- Safitri, H., Rakhmadani, D. P., & Alike, S. D. (2022). Analisis Penerimaan Penggunaan Aplikasi Wetv Di Pulau Jawa Menggunakan Metode Technology Acceptance Model (Tam). *Jurikom (Jurnal Riset Komputer)*, 9(4), 996. <https://doi.org/10.30865/jurikom.v9i4.4557>
- Wahyuni, M. (2020). *Statistik Deskriptif Untuk Penelitian Olah Data Manual Dan Spss Versi 25*. Bintang Pustaka Madani.