



## ETNIK : Jurnal Ekonomi – Teknik

ISSN: 2808-6694 (Online); 2808-7291 (Print)

Jurnal Homepage <https://etnik.rifainstitute.com>

# Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan dan Persepsi Risiko Terhadap Keputusan Minat Penggunaan Ulang E-Wallet OVO

Rahmatiyani<sup>1</sup>, Eka Bertuah<sup>2</sup>

Universitas Esa Unggul

### Informasi Artikel

#### Histori Artikel:

Submit 10 Mei 2023

Accepted 15 Mei 2023

Published 20 Mei 2023

#### Email Author:

[rahmatiyani13@gmail.com](mailto:rahmatiyani13@gmail.com)

[eka.bertuah@esaunggul.ac.id](mailto:eka.bertuah@esaunggul.ac.id)

### ABSTRACT

*The revolution towards digitalization has changed most aspects of people's lives. Along with technological developments, new innovations are also needed that can make various activities more practical, efficient and comfortable, especially in the financial sector. New innovations are also needed, especially in the financial sector. The Covid-19 pandemic has limited all direct contact activities and has had an impact on changing people's habits towards the payment system from cash to non-cash. Technology Acceptance Model (TAM) is a research model conducted to analyze the factors that influence the use of information technology. This study aims to analyze the effect of perceived benefits, perceived convenience, perceived risk on interest in reusing Ovo e-wallet in this study using a quantitative research approach. The design of this study used survey measurements using a data collection tool using a questionnaire through a Likert scale. Based on the results of research that has been conducted online using Google Forms, questionnaires were distributed to respondents who have used the ovo e-wallet application at least 2 times or more than the last 6 months, then respondents are domiciled in DKI Jakarta and surrounding areas. Respondents who were collected in this study were 101 respondents, then the data was processed using the multiple linear regression method. The results of data analysis carried out with the help of SPSS software version 28.0.0.0 Based on the results of data analysis to measure the validity test in this study, the variables of perceived benefits, perceived convenience, perceived risk and interest in reusing OVO e-wallet were declared valid with significant values and reliability tests. by using Cronbach's Alpha coefficient that the four variables are declared reliable with a significance value. Then the classical assumption test is carried out which includes the Normality Test, Multicollinearity Test, and Heteroscedasticity Test. Based on the results of the analysis, it is known that the perceived benefits variable, perceived convenience simultaneously and partially have a positive and significant effect on the interest in reusing the ovo e-wallet, while*

*the risk perception variable has no effect on interest. in reusing ovo e-wallet. Determination ( $R^2$ ) based on the value can be seen from the analysis of the effect of perceived benefits, perceived comfort, perceived risk of interest in reusing ovo e-wallet with a value of 0.524. The dependent variable to determine the results of the statistical test showed that the hypothesis was accepted, namely perceived benefits, perceived convenience, interest in reuse, while the hypothesis was rejected, namely perceived risk because it had no significant effect. Then from the analysis results obtained that the perceived benefit variable is the dominant variable..*

**Keyword**– *perceived usefulness, perceived ease, Perceived risk, Behavioral intent to reuse, Ovo e-wallet users*

## **ABSTRAK**

Revolusi kearah digitalisasi mengubah sebagian besar aspek kehidupan masyarakat. Seiring dengan berkembangnya teknologi, dibutuhkan juga inovasi baru dapat mengakibatkan berbagai aktivitas menjadi lebih praktis, efisien dan nyaman terutama di sektor finansial. dibutuhkan juga inovasi baru terutama di sektor finansial. Pandemi Covid-19 membuat semua kegiatan kontak langsung dibatasi serta berdampak pada perubahan habit masyarakat terhadap sistem pembayaran dari tunai menjadi non tunai. Technology Acceptance Model (TAM) merupakan model penelitian dilakukan untuk menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi penggunaan teknologi informasi. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh dari Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Persepsi Risiko terhadap minat penggunaan ulang e-wallet Ovo dalam penelitian ini menggunakan pendekatan riset yang digunakan adalah penelitian kuantitatif. Desain penelitian ini menggunakan pengukuran survei yang menggunakan alat pengumpulan data menggunakan kuesioner melalui skala likert. Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan penyebaran secara online dengan menggunakan Google Form, kuesioner disebar kepada responden sudah pernah menggunakan aplikasi e-wallet ovo minimal 2 kali pengguna atau lebih dari 6 bulan terakhir kemudian responden berdomisili di wilayah DKI Jakarta dan sekitarnya. Responden yang terkumpul pada penelitian ini sebanyak 101 responden, Kemudian data diolah menggunakan metode regresi linier berganda. Hasil analisis data yang dilakukan dengan bantuan software SPSS versi 28.0.0.0 Berdasarkan hasil analisis data untuk mengukur uji validitas pada penelitian ini diantara variabel persepsi manfaat, persepsi kemudahan, persepsi risiko dan minat penggunaan ulang e-wallet ovo dinyatakan valid dengan nilai signifikan dan Uji reliabilitas dengan menggunakan koefisien Alpha Cronbach bahwa dari keempat variabel tersebut dinyatakan reliabel dengan nilai signifikan. Kemudian dilakukan Uji asumsi klasik meliputi Uji Normalitas, Uji Multikolinearita, dan Uji Heteroskedastisitas. Berdasarkan hasil analisis tersebut diketahui bahwa variabel persepsi manfaat, persepsi kemudahan secara simultan dan parsial

berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan ulang e-wallet ovo sedangkan variabel persepsi risiko terbukti tidak berpengaruh terhadap minat penggunaan ulang e-wallet ovo. Determinasi ( $R^2$ ) berdasarkan nilai dapat dilihat hasil analisis pengaruh persepsi manfaat, persepsi kemudahan, persepsi risiko terhadap minat penggunaan ulang e-wallet ovo dengan nilai sebesar 0,524. Variabel terikat untuk mengetahui hasil uji statistik menunjukkan hipotesis diterima yaitu persepsi manfaat, persepsi kemudahan, minat penggunaan ulang sedangkan hipotesis ditolak yaitu persepsi risiko karena tidak berpengaruh signifikan. Kemudian dari hasil analisis tersebut menghasilkan bahwa variabel persepsi manfaat adalah variabel dominan..

**Kata Kunci** – Persepsi manfaat, Persepsi kemudahan, Persepsi risiko, Minat penggunaan ulang

## PENDAHULUAN

Revolusi kearah digitalisasi mengubah sebagian besar aspek kehidupan masyarakat. Seiring dengan berkembangnya teknologi dibutuhkan inovasi baru, hal ini dapat mengakibatkan berbagai aktivitas menjadi lebih praktis, efisien dan nyaman terutama di sektor finansial. Salah satu aspek yang mengalami perubahan yaitu sistem transaksi pembayaran berasal dari pembayaran tunai menjadi pembayaran elektronik sebagai alat pembayaran dengan menggunakan sistem *digital*.. Keseharian masyarakat yang selalu menggunakan *smartphone* dan *internet* dalam melakukan kegiatan melalui pembayaran elektronik mulai diterima oleh masyarakat sebab dapat melakukan pembayaran secara mudah, cepat serta lebih efisien (Romadloniyah & Prayitno, 2018).

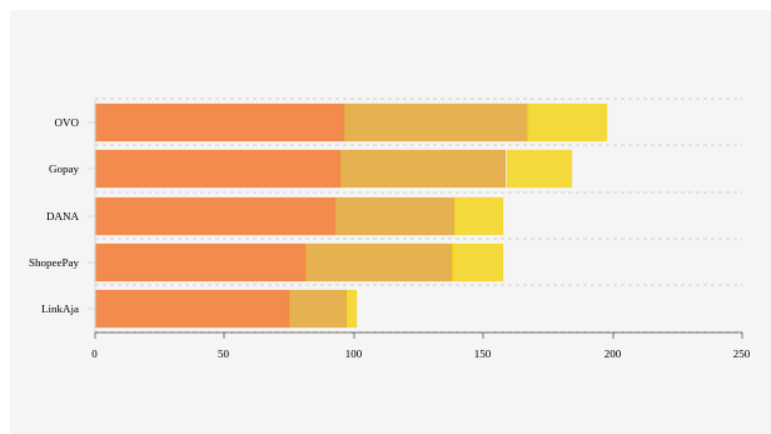
Pandemi *covid-19* membuat semua kegiatan kontak langsung dibatasi serta berdampak pada perubahan habit masyarakat terhadap sistem pembayaran. Pembayaran non tunai dengan sistem *digital* semakin meningkat menurut (Latifah & Heny, 2021). Uang elektronik merupakan bentuk uang tanpa uang fisik (*cashless money*) yang dalam menyimpan nilai uang dalam bentuk data *server*. Perkembangan uang elektronik di Indonesia terbilang cukup cepat pada sistem *digital* telah menjadi bagian dari kehidupan sehari-hari masyarakat dimana dalam waktu seminggu sekitar satu hingga dua kali menggunakan pembayaran transaksi mencapai 68% (Haryati, 2021).



### Sumber 1. Survei pengguna cashless money

Berdasarkan data di atas dapat dilihat bahwa uang elektronik untuk transaksi harian seperti transportasi, pengiriman makanan cepat saji dan belanja telah populer di kalangan pengguna di Indonesia (Haryati, 2021). Sistem pembayaran non tunai dengan nama lain *digital e-wallet* menjadi prioritas utama pengguna dalam melakukan transaksi pembayaran. Kecenderungan pengguna memilih pembayaran langsung akan timbulnya kekhawatiran dikarenakan uang tunai menjadi sumber penyakit yang penularannya dikarenakan adanya kontak langsung dapat terjadi penularan *virus* setelah munculnya vaksin yang belum tentu menjamin sehat. Sehingga dengan adanya pembayaran cara bertransaksi dengan menggunakan metode baru membuat masyarakat penasaran untuk menggunakannya (Databoks.katadata.co.id, n.d.)

Terkait adanya uang elektronik sebagai dasar hukum terhadap sistem pembayaran di Indonesia, maka ada Otoritas Jasa Keuangan (OJK) memiliki peran untuk memantau, mengontrol industri serta melindungi pengguna uang elektronik dengan menerbitkan aturan baru yakni Peraturan OJK No. 13/POJK.02/2018 mengenai Inovasi Keuangan Digital (IKD) pada Sektor Jasa Keuangan. Peraturan ini diterbitkan dikarenakan pesatnya kemajuan teknologi pada industri keuangan digital yang tidak dapat diabaikan serta perlu dikendalikan agar bisa memberikan keuntungan bagi masyarakat (Izza, 2021). Ovo merupakan sebagai salah satu *e-wallet (electronic wallet) smart* aplikasi dalam memberikan kemudahan untuk melakukan pembayaran. Menurut (Saraswati & Purnamawati, 2020) *e-wallet ovo* menyimpan berbagai dana dari uang *digital* sehingga dapat dijangkau oleh masyarakat melalui aplikasi ovo. Dapat digunakan sebagai media pembayaran terhadap sistem yang telah disediakan oleh pihak *e-wallet ovo* menjadi aplikasi transaksi keuangan yang praktis, dapat bekerja secara berkelanjutan sehingga dapat dengan selaras adanya gerakan sosial dikembangkan melalui program pemerintah “Gerakan Nasional Non Tunai”. Ovo menjadi *platform* pembayaran *digital* yang paling populer menurut hasil *survei* pembayaran *digital* dan layanan keuangan di Indonesia oleh *Kadence International* pada tahun 2021 telah mengungkapkan bahwa responden menilai bahwa *e-wallet ovo* merupakan dompet *digital e-wallet* memiliki 96% tingkat *brand awareness* (Databoks.katadata.co.id, n.d.).



Sumber 2. Survei platform Kadence International (2021)

Penggunaan *e-wallet ovo* menurut (Haryati, 2021) menjadi daya tarik tersendiri bagi

pengguna. Pertama, adanya diskon ataupun *cashback* yang ada di aplikasi membuat pembayaran makan, minuman, berbelanja dan sebagainya menjadi lebih hemat, Kemudian pada minat pengguna sesuai dengan *budget* pengguna. Kedua, waktu yang bisa kapan saja dalam melakukan pembayaran. Ketiga, antusias atau ajakan sebagai salah satu dapat mempengaruhi para pengguna aplikasi ovo diantaranya beranggapan bahwa ketika menggunakan aplikasi ovo lebih aman ketimbang uang tunai karena kecil kemungkinannya tertular *virus*.

Model TAM (*Technology Acceptance model*) dalam teori yang dikembangkan oleh Davis menurut (Marey & Purwanto, 2020) bahwa ada dua faktor mempengaruhi pengguna teknologi informasi tersebut yaitu: Persepsi manfaat yang dirasakan pengguna saat menggunakan teknologi tersebut; Persepsi kemudahan penggunaan teknologi informasi, artinya menggunakan uang elektronik sebagai pengganti uang tunai pada sistem pembayaran. Jika penggunaan sistem bisa meningkatkan kinerja, maka pengguna akan mempertimbangkan penggunaan sistem tersebut. Menurut (Nainggolan & Andrian, 2021) Model TAM berguna untuk memprediksi penerimaan seseorang untuk menggunakan teknologi canggih. Menurut (Purba et al., 2020) bahwa seorang pengguna *software* berpendapat teknologi memberi kemudahan jika tidak banyak memerlukan upaya yang rumit. Menurut Jogiyanto (2008) dalam (Sulfina et al., 2022) bahwa individu yakin untuk memakai suatu teknologi jika dapat memberi peningkatan pada kinerja pengguna serta mampu meningkatkan performa pada penggunaannya. Oleh sebab itu seseorang akan menggunakan suatu teknologi jika membawa manfaat bagi penggunanya (Akbar, 2019). *E-wallet* ovo telah memberi kemudahan yang ditawarkan dalam bentuk *software* seperti pembayaran, *transfer*, penggunaan ulang *top-up* saldo dan tarik dana yang tersimpan dalam aplikasi *e-wallet* ovo. Menurut (Priyani et al., 2020) menyampaikan bahwa suatu sistem di desain bukan untuk mempersulit penggunanya tetapi justru suatu sistem di desain menggunakan tujuan memberikan kemudahan bagi penggunanya.

Adapun faktor lain menurut (Musyaffi & Kayati, 2020) dapat menimbulkan niat seseorang untuk menggunakan teknologi adalah dari faktor risiko. Menurut (Achadi & Winarto, 2020) persepsi risiko yang merupakan sebuah kekhawatiran akan ketidakpastian atau kemungkinan timbulnya kerugian saat bertransaksi secara online, sehingga persepsi risiko dalam pengguna *e-wallet* ovo diartikan sebagai suatu kekhawatiran dari pengguna terhadap ketidakpastian yang mungkin terjadi sebagai akibat dari penggunaan. Meskipun *e-wallet* menawarkan banyak manfaat dan kemudahan bagi pengguna, beberapa pengguna yang memilih untuk tidak menggunakan *e-wallet* untuk transaksi guna mengurangi risiko. Menurut (Ginting & Indradewi, 2021) *e-wallet* rentan terhadap masalah keamanan kriminal seperti; *cyber*, *virus* dan penyalahgunaan data. Menurut (Widyanto et al., 2020) terdapat berbagai faktor yang dapat mempengaruhi minat individu dalam menggunakan *e-wallet*.

Menurut Ajzen (1975) dalam (Pratama & Suputra, 2019) minat penggunaan ulang terjadi karena adanya dorongan yang dimiliki oleh seseorang sebab adanya keinginan setelah melihat, mengkaji serta membandingkan dan memperhitungkan dengan kebutuhan yang diinginkan oleh pengguna sesudah mendapatkan apa yang diharapkan. Berdasarkan uraian diatas, penelitian ini bertujuan untuk menguji apakah terdapat pengaruh persepsi manfaat (*perceived usefulness*), persepsi kemudahan (*perceived ease*), persepsi risiko (*perceived risk*) terhadap minat penggunaan ulang (*Behavioral intent to reuse*) pada *e-wallet* ovo baik secara simultan maupun secara parsial dan menguji apakah persepsi manfaat merupakan faktor yang paling dominan mempengaruhi minat penggunaan ulang *e-wallet* ovo.

## METODE

Penelitian asosiatif kausal yaitu penelitian yang hubungannya bersifat sebab akibat dari variabel independen dan dependen. Desain penelitian ini menggunakan pengukuran survei yang menggunakan alat pengumpulan data menggunakan kuesioner dalam penyebaran secara online yang akan disebar sebanyak satu kali, yang mana data-data yang sudah dikumpulkan dari skor jawaban para responden. Dalam penelitian ini menggunakan empat variabel menggunakan Technology Acceptance Model (TAM) untuk menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi penggunaan teknologi informasi. Bahwa hal ini terdapat tiga variabel independen yaitu; Persepsi manfaat (perceived usefulness), Persepsi kemudahan (perceived ease), Persepsi risiko (Perceived risk), serta satu variabel dependen yaitu; Minat penggunaan ulang (Behavioral intent to reuse). Pengukuran variabel persepsi manfaat (perceived usefulness). Menggunakan indikator variabel persepsi manfaat peneliti menentukan indikator menurut (Setiawan & Sulistiowati, 2018) dapat diukur dengan indikator tersebut: 1. Kerja lebih mudah artinya mempermudah penggunaanya dalam menyelesaikan pekerjaan; 2. Meningkatkan produktifitas artinya mampumembantu penggunaanya dalam menyelesaikan pekerjaan; 3. Sistem berguna arinya mempercepat suatu pekerjaan agar lebih efisien waktu dan tenaga serta biaya bagi para penggunaanya tingginya manfaat. Pengukuran variabel persepsi kemudahan menggunakan indikator menurut Davis dalam penelitian (Hasdani et al., 2021) terdapat beberapa indikator persepsi kemudahan (perceived ease) diantaranya sebagai berikut: 1. Mudah dipelajari (easy to learn), 2. Dapat dikontrol (controllable), 3. Jelas dan dapat dipahami (clear and understandable), 4. Fleksibel (flexible), 5. Mudah untuk menjadi mahir (easy to become skillful), 6. Mudah digunakan (easy to use). Pengukuran variabel persepsi risiko (Perceived risk) menggunakan indikator menurut indikator menurut Utami (2016) dalam penelitian (Noviatun & Riptiono, 2021) yaitu: 1. Tingginya risiko, 2. Keamanan bertransaksi, 3. Keamanan system. Kemudian pengukuran variabel minat penggunaan ulang (Behavioral intent to reuse) menggunakan indikator menurut (Wonok & Loindong, 2018) bahwa minat penggunaan ulang diukur berdasarkan indikator: 1. Minat Transaksional, 2. Minat Referensial, 3. Minat Eksploratif. Populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat yang sudah pernah menggunakan aplikasi e-wallet Ovo di wilayah jabodetabek dengan populasi menggunakan rumus hair (Tanzeh & Arikunto, 2019) yang jumlahnya tidak dapat diketahui secara pasti karena banyaknya jumlah masyarakat yang sudah menggunakan aplikasi e-wallet Ovo. Sampel pada penelitian ini ada 30 dan populasi yang dibutuhkan ada 101 responden. Penelitian ini yaitu masyarakat pengguna aplikasi e-wallet Ovo secara terus menerus dalam penggunaannya. Penelitian ini menggunakan teknik purposive sampling yaitu pengambilan data menggunakan pertimbangan peneliti sendiri dalam memilih anggota populasi yang dapat memberikan informasi yang diperlukan atau sampel sesuai dengan kriteria tertentu yang diinginkan oleh peneliti. Menentukan sampel dengan kriteria yang telah ditetapkan : 1. Pengguna e-wallet dalam penggunaannya aplikasi ovo minimal dua kali penggunaan atau lebih dalam waktu enam bulan terakhir. 2. Berdomisili di Jabodatabek dan berusia lebih dari 17 tahun. Instrumen yang digunakan dalam penelitian ini berupa kuesioner maka diperlukan adanya alat ukur untuk mengukur uji validitas dan uji reliabilitas yang berguna untuk mengukur data penelitian dapat dikatakan valid suatu data jika data tersebut signifikan  $< 0,05$  dan Uji reliabilitas menggunakan koefisien Alpha Cronbach  $> 0,600$  maka semua variabel yang digunakan dalam penelitian ini dapat dikatakan reliabel (Romadloniyah & Prayitno, 2018). Kemudian dilakukan metode Analisis linier berganda. Adapun Uji asumsi klasik meliputi Uji Normalitas, Uji Multikolinearitas dan Uji Heteroskedastisitas. Kemudian Uji statistik F (Uji Kelayakan Model), Uji statistik t dimana setiap hipotesis akan diuji menggunakan menggunakan uji t dengan syarat hipotesis diterima jika nilai signifikasinya dimana  $< 0,05$ . Menurut Ghozali (2013) dalam (Yogananda & Dirgantara, 2017) Determinasi ( $R^2$ ) digunakan untuk menilai sejauh mana kemampuan model dalam menerangkan

variasi variabel terikat. Nilai koefisien determinasi yaitu antara 0 dan 1. Nilai  $R^2$  yang mendekati 1 menandakan variabel-variabel bebas memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan dalam memprediksi variabel terikat.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Demografi Responden

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan penyebaran secara *online* dengan *Google Form* dan data terkumpul sebanyak 101 responden dapat dijelaskan dengan kriteria sebagai berikut ; Kriteria responden pada penelitian ini adalah yang sudah berusia > 17 tahun, sudah pernah menggunakan aplikasi *e-wallet* ovo minimal 2 kali pengguna atau > dari 6 bulan terakhir. Responden berdomisili di wilayah DKI Jakarta dan sekitarnya. Berdasarkan dari hasil perhitungan dapat diketahui bahwa responden paling banyak yaitu jenis kelamin wanita sebanyak 65 orang (63,7%) dan usia terbanyak dengan *range* 17 – 25 tahun sebanyak 51 orang (51%) yang pada usia tersebut diminati oleh generasi z yang dimana generasi ini sudah mengikuti perkembangan teknologi dengan melakukan akses keuangan dalam mencukupi beberapa kebutuhan mereka serta mampu mengaplikasikan semua kegiatan dalam satu waktu (Priyani et al., 2020), dengan jenis pekerjaan karyawanswasta terbanyak 46 orang (45,5%) yang dapat dikatakan bahwa dengan adanya keterbatasan waktu kerja karyawan swasta dengan jam kerja yang harus tepat waktu sehingga memilih untuk menggunakan *e-wallet* ovo sebagai aplikasi efisien dalam penggunaannya serta frekuensi responden dalam penggunaan *e-wallet* ovo selama 1 bulanterakhir dengan *range* 1 – 3 kali penggunaan sebanyak 57 orang (56,9%) hasil dapat dilihat di lampiran.

### Hasil Uji Validitas dan Uji Reliabilitas

Penelitian ini melakukan uji validitas dan uji reabilitas dilakukan menguji korelasi *Regresi Linier* dengan melakukan kuesioner kepada 101 responden untuk mengetahui persepsi manfaat, persepsi kemudahan dan persepsi risiko sehingga dapat mengetahui minat penggunaan ulang. Hasil validitas menunjukkan bahwa seluruh pernyataan dalam kuesioner diperoleh tingkat signifikan < 0,05 dan berikutnya untuk menguji reabilitas dengan cara melihat koefisien *Alpha Cronbach* lebih besar > 0,600 maka semua variabel yang digunakan dalam penelitian ini dari semua pernyataan dalam penelitian pada minat penggunaan ulang pada variabel persepsi manfaat yaitu 0,783, kemudian variabel persepsikemudahan yaitu 0,902 dan variabel persepsi risiko yaitu 0,935 berdasarkan koefisien

*Alpha Cronbach* lebih besar > 0,600 nilai tersebut lebih besar sehingga dapat dikatakan sistem pernyataan pada variabel di nyatakan reliabel.

### Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik terdiri atas Uji Normalitas, Uji Multikolinearitas dan Uji Heteroskedastisitas. Distribusi nilai pada untuk mengetahui normal atau tidaknya regresi berganda penyebaran data pada sumber diagonal grafik. Hasil uji normalitas data menggunakan metode diagonal grafik *Normal P - P Plot of regression standardized*. Pada penelitian ini bahwa pada output SPSS melalui metode regresi linier berganda dengantampak jelas bahwa titik

penyebarannya mengikuti garis pada diagonal maka dapat dikatakan bahwa model tersebut mempunyai keterangan normal kemudian, Suatu Uji Multikolinearitas dapat mengalami fungsi linier yang sempurna pada Gejala dengan melihat nilai signifikan bersyarat pada *Variance Inflation Factor* (VIF) dan *Tolerance* nya. Jika nilai VIF < 10 dan *Tolerance* > 0,1 sehingga pada variabel tersebut tidak terjadi multikolinearitas. Dari hasil uji heteroskedastisitas mempunyai arti bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas pada model regresi dikarenakan diketahui bahwa titik-titik tersebar tidak beraturan pada di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y, sehingga bisa digunakan untuk memprediksi minat menggunakan berdasarkan variabel yang mempengaruhinya yaitu persepsi manfaat, persepsi kemudahan dan persepsi risiko.

### Hasil Uji Regresi linier berganda

Model atau hubungan antara satu atau lebih variabel bebas X dengan sebuah variabel respon Y serta digunakan untuk menaksir hubungan antar variabel yang telah ditetapkan sebelumnya (Afolo & Dewi, 2022). Dalam penelitian ini menggunakan variabel independent yaitu persepsi manfaat, persepsi kemudahan, persepsi risiko dan satu variabel dependen yaitu minat penggunaan ulang. Persamaan regresi linier berganda pada minat penggunaan ulang *e-wallet* ovo tersebut menjelaskan persepsi manfaat (X1) berpengaruh positif terhadap minat penggunaan ulang *e-wallet* ovo. Persepsi kemudahan (X2) sebesar berpengaruh positif terhadap minat penggunaan ulang *e-wallet* ovo. Persepsi risiko (X3) berpengaruh positif terhadap minat penggunaan ulang *e-wallet* ovo.

Berdasarkan uji statistik F hasil persepsi manfaat, persepsi kemudahan dan persepsi risiko memperoleh nilai signifikan sebesar  $0,000 < 0,05$ . Bahwa nilai tersebut menunjukkan model regresi linier berganda dinyatakan fit atau layak, artinya minat penggunaan ulang *e-wallet* ovo dapat dijelaskan dengan persepsi manfaat, persepsi kemudahan dan persepsi risiko.

### Hasil Uji Determinasi (R Square):

Analisis determinasi merupakan ukuran yang menunjukkan seberapa besar variabel X memberikan kontribusi terhadap variabel Y. Nilai *R square* dapat dikatakan baik apabila jika nilai tersebut memiliki *range* nilai antara 0 sampai 1. (Maharama & Kholis, 2018). Berdasarkan nilai koefisien determinasi ( $R^2$ ) dapat dilihat hasil analisis pengaruh persepsi manfaat, persepsi kemudahan, persepsi risiko terhadap minat penggunaan ulang *e-wallet* ovo dengan nilai sebesar 0,524. Artinya sebesar 52,4% variabel Minat penggunaan ulang *e-wallet* ovo dapat dijelaskan oleh persepsi manfaat, persepsi kemudahan, persepsi risiko sedangkan sisanya sebesar 47,6% dapat dijelaskan oleh variabel lain yang tidak ada dalam penelitian seperti promo yang ditawarkan, pengaruh keamanan terhadap minat penggunaan *e-wallet*, pengaruh fitur layanan terhadap pengguna *e-wallet*, pengaruh ingin mencoba teknologi baru yang ditawarkan minat pengguna *e-wallet*, pengaruh promosi pada media digital.

Berdasarkan tabel uji t di dapat nilai konstanta 2,047. Variabel persepsi manfaat (X1) memiliki nilai signifikansi  $0,007 < 0,05$  dengan nilai *Unstandardized Beta* sebesar 0,300 yang di artikan bahwa variabel persepsi manfaat memiliki pengaruh positif terhadap Minat penggunaan ulang *e-wallet* ovo.

Pada variabel persepsi kemudahan (X2) memiliki nilai signifikansi  $0,000 < 0,05$  dengan nilai *Unstandardized Beta* 0,258 yang di artikan bahwa persepsi kemudahan memiliki pengaruh positif terhadap Minat penggunaan ulang *e-wallet ovo*. Pada Variabel persepsi risiko (X3) memiliki nilai signifikansi  $0,085 > 0,05$  dengan nilai *Unstandardized Beta* -0,065 yang di artikan bahwa persepsi risiko tidak memiliki pengaruh terhadap Minat penggunaan ulang *e-wallet ovo*. Selanjutnya Variabel persepsi manfaat merupakan variabel yang dominan dalam mempengaruhi Minat penggunaan ulang *e-wallet ovo* karena memiliki nilai pengaruh yang paling besar dibandingkan dengan variabel lainnya yaitu sebesar 0,570.

Berdasarkan nilai koefisien determinasi ( $R^2$ ) dapat dilihat hasil analisis pengaruh persepsi manfaat, persepsi kemudahan, persepsi risiko terhadap minat penggunaan ulang *e-wallet ovo* dengan nilai sebesar 0,524. Artinya sebesar 52,4% variabel Minat penggunaan ulang *e-wallet ovo* dapat dijelaskan oleh persepsi manfaat, persepsi kemudahan, persepsi risiko sedangkan sisanya sebesar 47,6% dapat dijelaskan oleh variabel lain yang tidak ada dalam penelitian seperti promo yang ditawarkan, pengaruh keamanan terhadap minat penggunaan *e-wallet*, pengaruh fitur layanan terhadap pengguna *e-wallet*, pengaruh ingin mencoba teknologi baru yang ditawarkan minat pengguna *e-wallet*, pengaruh promosi pada media *digital*.

**Tabel 1. Hasil Pengujian Hipotesis Model Penelitian**

| Hipotesis | Pernyataan Hipotesis                                                                                                          | Nilai Sig | Nilai Beta | Keterangan                     | Kesimpulan  |
|-----------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------|------------|--------------------------------|-------------|
| H1        | Terdapat pengaruh persepsi manfaat, persepsi kemudahan, persepsi risiko terhadap minat penggunaan ulang <i>e-wallet ovo</i> . | 0,001     | -          | Data Mendukung Hipotesis       | H1 Diterima |
| H2        | Terdapat berpengaruh positif persepsi manfaat terhadap minat penggunaan ulang <i>e-wallet ovo</i> .                           | 0.007     | 0.300      | Data Mendukung Hipotesis       | H2 Diterima |
| H3        | Terdapat pengaruh positif persepsi kemudahan terhadap minat penggunaan ulang <i>e-wallet ovo</i> .                            | 0.000     | 0.258      | Data Mendukung Hipotesis       | H3 Diterima |
| H4        | Terdapat pengaruh negatif persepsi risiko terhadap minat penggunaan ulang <i>e-wallet ovo</i> .                               | 0,085     | -0,065     | Data Tidak Mendukung Hipotesis | H4 Ditolak  |

|    |                                                                                                 |   |       |                          |             |
|----|-------------------------------------------------------------------------------------------------|---|-------|--------------------------|-------------|
| H5 | Persepsi Manfaat berpengaruh paling dominan terhadap minat penggunaan ulang <i>e-wallet ovo</i> | - | 0,300 | Data mendukung hipotesis | H5 Diterima |
|----|-------------------------------------------------------------------------------------------------|---|-------|--------------------------|-------------|

## DISKUSI

Dalam penelitian ini menghasilkan beberapa temuan, temuan yang pertama ialah pada variabel persepsi manfaat, persepsi kemudahan, persepsi risiko memiliki pengaruh secara bersama-sama terhadap minat penggunaan ulang *e-wallet ovo*. Mengartikan apabila persepsi manfaat, persepsi kemudahan, persepsi risiko ditingkatkan maka akan meningkat juga minat penggunaan ulang *e-wallet ovo*. Responden yang Sebagian besar dengan jenis kelamin wanita sebanyak 65 orang artinya dapat dikatakan bahwa kaum wanita memiliki cara pandang terhadap aplikasi *e-wallet ovo* lebih *simple* penggunaannya, dengan usia terbanyak *range* 17 – 25 tahun sebanyak 51 orang diikuti oleh generasi z bahwa dengan karakteristik lebih senang mengerjakan suatu waktu secara bersamaan, kemudian dengan jenis pekerjaan karyawan swasta terbanyak 46 orang mempunyai persepsi manfaat terhadap aplikasi *e-wallet ovo* karena mempermudah pengguna dalam menyelesaikan pekerjaan, mempercepat suatu pekerjaan agar lebih efisien waktu, persepsi kemudahan karena *ewallet ovo* dapat memberikan fasilitas yang mudah saat mengontrol penggunaan *e-wallet ovo* dan persepsi risiko karena dapat mengurangi rasa takut yang dirasakan ketika menggunakannya aplikasi *e-wallet ovo*. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian (Khadijah & Janrosl, 2022), (Priyani et al., 2020), (Achadi & Winarto, 2020), (Wijaya, 2019) yang menyatakan bahwa persepsi manfaat, persepsi kemudahan, persepsi risiko memiliki pengaruh secara bersama-sama terhadap minat penggunaan ulang *e-wallet ovo*.

Temuan kedua pada penelitian ini menunjukkan bahwa variabel persepsi manfaat secara parsial berpengaruh positif serta signifikan terhadap minat penggunaan ulang *e-wallet ovo*. Hasil penelitian ini sesuai model TAM menyatakan salah satu penentu dasar individu dalam menggunakan teknologi sehingga model tersebut mendukung penelitian ini. Responden dengan jenis pekerjaan karyawan swasta terbanyak 46 orang dimana dengan keterbatasan jam kerja pada karyawan swasta sehingga memilih *e-wallet ovo* frekuensi responden dalam penggunaan *e-wallet ovo* selama 1 bulan terakhir dengan *range* 1 – 3 kali penggunaan sebanyak 57 orang. Responden penelitian ini merasakan manfaat seperti mempermudah pengguna dalam menyelesaikan pekerjaan, mempercepat suatu pekerjaan agar lebih efisien waktu dan tenaga serta biaya bagi para penggunanya. Semakin tingginya persepsi manfaat yang dirasakan oleh pengguna *ovo* maka semakin tinggi minat penggunaan ulang yang dirasakan oleh pengguna pada saat melakukan pembayaran dengan *e-wallet ovo*. Responden kemudian menyatakan bahwa penggunaan *ovo* sebagai media pembayaran *digital* dapat membantu dalam transaksi keuangan karena telah memberikan manfaat meningkatkan efisiensi dalam menyelesaikan transaksi, serta manfaat adanya syarat dan ketentuan yang mudah dimengerti oleh pengguna (Latifah & Heny, 2021), (Rahmawati & Yuliana, 2020), (Pratama & Suputra, 2019), (Purba et al., 2020).

Temuan ketiga ialah bahwa persepsi kemudahan berpengaruh signifikan terhadap minat penggunaan ulang *e-wallet ovo*. Dalam hal ini menunjukkan bahwa semakin tingginya persepsi

kemudahan yang dirasakan oleh pengguna maka akan semakin tinggi minat penggunaan ulang pada aplikasi *e-wallet* ovo sehingga aplikasi *ewallet* ovo dapat mudah saat mengontrol penggunaan *e-wallet* ovo. Responden yang sebagian besar karyawan swasta yang tertarik pada saat menggunakan *e-wallet* ovo dapat dengan mudah mengatur *user* dan *id password* pada saat menggunakannya dan pengguna dapat mengontrol aplikasi *e-wallet* ovo agar tetap terjaga privasi penggunanya, maka akan membuat minat penggunaan ulang *e-wallet* ovo yang semakin meningkat. Hasil dari penelitian ini sesuai dengan model TAM. Penelitian ini didukung oleh penelitian sebelumnya yang telah dilakukan oleh (Prasetya & Putra, 2020), (Anarjia & Zenas Rante, 2019), (Purba et al., 2020), (Afolo & Dewi, 2022). Temuan keempat adalah Persepsi risiko tidak berpengaruh terhadap minat penggunaan ulang *e-wallet* ovo. Responden yang jenis pekerjaan karyawan swasta, frekuensi dalam penggunaan *e-wallet* ovo dalam 1 bulan dengan *range* 1 – 3 kali, menunjukkan bahwa responden yang memiliki pandangan terhadap persepsi risiko yang dapat dikendalikan sehingga tidak mempengaruhi minat penggunaan ulang *e-wallet* ovo dikarenakan bahwa aplikasi *e-wallet* ovo telah didukung dan terlindungi oleh pihak Otoritas Jasa Keuangan (OJK) sehingga masyarakat yang menggunakan aplikasi tersebut merasa aman dan tidak perlu khawatir. Semakin rendah persepsi risiko yang dirasakan oleh pengguna maka semakin tinggi minat penggunaan ulang yang dirasakan oleh pengguna *e-wallet* ovo. Responden pada penelitian ini telah merasakan bahwa tidak mengalami atas pengurangan saldo tanpa sebab, dimana pengguna *e-wallet* ovo dapat mengatur saldo secara mandiri sehingga pengguna tidak perlu merasa khawatir jika menggunakan aplikasi tersebut. Demikian pula dengan data pribadi dimana pada akun *e-wallet* ovo telah menjamin akan kerahasiaan data pengguna sehingga aplikasi *e-wallet* ovo sudah terlindungi oleh pihak Otoritas Jasa Keuangan (OJK) yang tertera pada peraturan perbankan di Indonesia supaya masyarakat yakin dan merasa aman ketika menggunakan aplikasi tersebut. Penelitian ini didukung oleh penelitian sebelumnya yang telah dilakukan oleh (Achadi & Winarto, 2020), (Unsera et al., 2021), (Maharama & Kholis, 2018), (Mtsweni et al., 2020), (Inggiharti, 2020).

Temuan terakhir, persepsi manfaat merupakan variabel paling dominan pada minat penggunaan ulang *e-wallet* ovo. Mengartikan bahwa paling banyak responden dengan jenis pekerjaan karyawan swasta yang memiliki keterbatasan waktu serta telah merasakan manfaat bahwa *e-wallet* ovo dapat meningkatkan efisiensi waktu dalam menyelesaikan transaksi, pengguna mampu menyelesaikan banyak transaksi dalam satu waktu serta adanya syarat dan ketentuan *e-wallet* ovo yang mudah dimengerti oleh pengguna sehingga responden merasa bahwa *e-wallet* ovo sangat praktis sehingga cocok digunakan untuk jangka waktu masa depan. Menurut (Kumala et al., 2020) menjadi faktor yang paling dominan dalam mempengaruhi minat penggunaan ulang *e-wallet* ovo sebab mempermudah melakukan transaksi. Persepsi manfaat juga penting menurut (Rahmawati & Yuliana, 2020) dalam menggunakan *e-wallet*, Responden juga merasakan bahwa *e-wallet* ovo telah memberikan banyak manfaat saat melakukan transaksi secara non tunai.

## KESIMPULAN

Dari hipotesis yang terdapat dalam penelitian ini, memberikan bukti bahwa variabel persepsi manfaat, persepsi kemudahan dan persepsi risiko berpengaruh secara bersama – sama terhadap minat penggunaan ulang *e-wallet* ovo, yang berarti, jika memperhatikan dan

meningkatkan ketiga faktor tersebut dapat dengan mudah untuk menarik minat penggunaan ulang. Selanjutnya dapat disimpulkan variabel persepsi manfaat memberikan manfaat dalam meningkatkan efisiensi dalam menyelesaikan transaksi, serta manfaat adanya syarat dan ketentuan yang mudah dimengerti oleh pengguna. Selanjutnya variabel persepsi kemudahan dimana user dan id password dapat diatur dengan mudah dan pengguna dapat mengontrol agar tetap terjaga privasi penggunaannya terbukti berpengaruh terhadap minat penggunaan ulang e-wallet ovo. Variabel persepsi risiko terbukti tidak berpengaruh terhadap minat penggunaan ulang e-wallet ovo. Hal ini berarti pengurangan saldo tanpa sebab, dimana pengguna dapat mengatur saldo, sehingga pengguna tidak perlu merasa kuatir. Hal ini berarti risiko tidak menjadi faktor yang dipertimbangkan responden dalam minat penggunaan ulang e-wallet ovo sebagai aplikasi pembayaran digital. Selain itu persepsi manfaat merupakan variabel paling dominan pada minat penggunaan ulang e-wallet ovo.

## BIBLIOGRAFI

- Achadi, A., & Winarto, H. (2020). Menggunakan Layanan Go Pay Pada Pelanggan. *Manajemen Bisnis*, 17(1), 11–23.
- Afola, S. C. M., & Dewi, N. N. S. R. T. (2022). Minat Mahasiswa Akuntansi Untrim Sebagai Pengguna E-Wallet Dengan Mempertimbangkan Persepsi Kemanfaatan, Persepsi Kemudahan, Dan Persepsi Kepercayaan. *Krisna: Kumpulan Riset Akuntansi*, 13(2), 267–277. <https://doi.org/10.22225/kr.13.2.2022.267-277>
- Akbar, N. F. (2019). Analisis Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pengguna Aplikasi Komunikasi Snaapp pada SD Ignatius Slamet Riyadi Karawang. *Indikator*, 3(3), 353468.
- Anarjia, K., & Zenas Rante, J. (2019). Uang Elektronik Sakuku Pt. Bank Central Asia, Tbk Kcu Cikarang. *Jurnal Sistem Informasi*, 1(2), 1–8. [www.journal.ibmamsi.ac.id](http://www.journal.ibmamsi.ac.id)
- Databoks.katadata.co.id. (n.d.). OVO Jadi Platform Pembayaran Digital Terpopuler di Indonesia Menurut Survei Kadence (2021). <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/12/22/kadence-ovo-jadi-platform-pembayaran-digital-terpopuler-di-indonesia>
- Davis, F. D. (1989). Perceived usefulness, perceived ease of use, and user acceptance of information technology. *MIS Quarterly: Management Information Systems*, 13(3), 319–339. <https://doi.org/10.2307/249008>
- Dirwan, & Latief, F. (2020). Aspek Yang Mempengaruhi Minat Penggunaan Uang Digital di Kota Makassar. *Jurnal Mirai Management*, 6(1), 288–298. <https://journal.stieamkop.ac.id/index.php/mirai>
- Ginting, Y. P., & Indradewi, A. A. (2021). Transaksi Keuangan Mencurigakan dari Uang Elektronik Pada Masa Pandemi Covid-19. *Seminar Nasional Hukum ...*, 7(2). <https://proceeding.unnes.ac.id/index.php/snh/article/view/724>
- Hartaroe, B. P., Mardani, R. M., & Abs, M. K. (2016). *Prodi manajemen*. 82–94.
- Haryati, D. (2021). Fenomena Cashless Society Pada Generasi Milenial dalam Menghadapi COVID-19. *Business Innovation and Entrepreneurship Journal*, 3(1), 32–37. <https://doi.org/10.35899/biej.v3i1.202>
- Hasdani, H., Nasir, M., & Burhanuddin, B. (2021). Persepsi Kemudahan Penggunaan Aplikasi Shopee Terhadap Keputusan Pembelian Online Pada Users Di Kabupaten Bungo. *Jurnal Manajemen Sains*, 1(3), 187–196. <https://ojs.umb-bungo.ac.id/index.php/JMS/article/view/614>
- Inggiharti, N. (2020). Pengaruh Electronic Wallet terhadap Kegiatan Keuangan Indonesia (Perbandingan Aplikasi Electronic Wallet Milik Perusahaan Financial Technology terhadap

- Aplikasi Electronic Wallet Milik BUMN). University Of Bengkulu Law Journal, 5(1), 74–88. <https://doi.org/10.33369/ubelaj.5.1.74-88>
- Irawati, A. E., & Suhartono, E. (2020). Analisis Technology Acceptance Model Aplikasi Linkaja. Jurnal Riset Ekonomi Dan Bisnis, 13(3), 164. <https://doi.org/10.26623/jreb.v13i3.2861>
- Izza, M. N. (2021). Pengaruh Pengetahuan Produk, Persepsi Manfaat, Pengaruh Sosial dan Keamanan Terhadap Minat Menggunakan E-Wallet DANA di Kota Kudus. 1(1), 17–39. <http://repository.iainkudus.ac.id/5591/>
- Khadijah, & Janrosl. (2022). Pengaruh Persepsi Manfaat Dan Persepsi Kemudahan Terhadap Fintech Menggunakan Tam (Technology Acceptance Model) Di Kota Batam. Jurnal Riset Akuntansi Dan Bisnis, 7(1), 72–83.
- Kholid, F. I., & Soemarso, E. D. (2018). Analisis Pengaruh Keamanan, Kemudahan Penggunaan, Kepercayaan Nasabah dan Kebermanfaatan Terhadap Minat Menggunakan E-Banking Pada PT Bank BNI Syariah KCP Magelang. Jurnal Sains Ekonomi Dan Perbankan Syariah, 8(2), 49–57. <http://journal2.um.ac.id/index.php/ekobis/article/view/2164>
- Kumala, D. C., Pranata, J. W., & Thio, S. (2020). Pengaruh Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, Trust, Dan Security Terhadap Minat Penggunaan Gopay Pada Generasi X Di Surabaya. Jurnal Manajemen Perhotelan, 6(1), 19–29. <https://doi.org/10.9744/jmp.6.1.19-29>
- Latifah, R., & Heny, K. (2021). Pengaruh Persepsi Manfaat, Kemudahan Penggunaan Dan Kepercayaan Terhadap Minat Penggunaan Pada Aplikasi Ovo. Journal IMAGE, 10(1), 53–62.
- Maharama, A. R., & Kholis, N. (2018). Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan Dan Persepsi Risiko Terhadap Keputusan Pembelian Jasa Gojek Di Kota Semarang Yang Dimediasi Minat Beli Sebagai Variabel Intervening. Jurnal Ekonomi Dan Bisnis, 19(2), 203. <https://doi.org/10.30659/ekobis.19.2.203-213>
- Marey, D. R. E., & Purwanto, E. (2020). Model Konseptual Minat Penggunaan E-wallet: Technology Acceptance Model (TAM). Technology Adoption: A Conceptual Framework, December 2019, 31–50. <https://ieeexplore.ieee.org/stamp/stamp.jsp?tp=&arnumber=9268859&isnumber=9268781>
- Mtsweni, E. S., Hörne, T., Poll, J. A. van der, Rosli, M., Tempero, E., Luxton-reilly, A., Sukhoo, A., Barnard, A., M. Eloff, M., A. Van Der Poll, J., Motah, M., Boyatzis, R. E., Kusumasari, T. F., Trilaksono, B. R., Nur Aisha, A., Fitria, -, Moustroufas, E., Stamelos, I., Angelis, L., ... Khan, A. I. (2020). Title. Engineering, Construction and Architectural Management, 25(1), 1–9. <http://dx.doi.org/10.1016/j.jss.2014.12.010> <http://dx.doi.org/10.1016/j.sbspro.2013.03.034> <https://www.iiste.org/Journals/index.php/JPID/article/viewFile/19288/19711> <http://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1.1.678.6911&rep=rep1&type=pdf>
- Musyaffi, A. M., & Kayati, K. (2020). Dampak Kemudahan dan Risiko Sistem Pembayaran QR Code: Technology Acceptance Model (TAM) Extension. Jurnal Inspirasi Bisnis Dan Manajemen, 3(2), 161. <https://doi.org/10.33603/jibm.v3i2.2635>
- Muti'ah dan Anwar. (2021). Jurnal Fair Value. Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Keuangan, 04(01), 27–39.
- Nainggolan, B. A., & Andrian, D. (2021). Analisis Technology Acceptance Model (Tam) Pada Intention To Transact Online (Studi Kasus: E-Wallet Ovo Di Kota Surabaya). Heuristic, 83–96. <https://doi.org/10.30996/heuristic.v18i2.6159>
- Noviatun, I., & Riptiono, S. (2021). Menguji Intention to Use E-Wallet OVO Menggunakan Modifikasi Technology Acceptance Model (TAM) di Kebumen. Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi (JIMMBA), 3(1), 193–201. <https://doi.org/10.32639/jimmba.v3i1.777>
- Prakosa, A., & Wintaka, D. J. (2020). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Penggunaan Ulang E-Wallet Pada Generasi Milenial Di Daerah Istimewa Yogyakarta. Bismar (Bisnis Dan Manajemen): The Journal of Business and Management, 3(1), 72–85.

- <https://doi.org/10.37112/bisman.v3i1.623>
- Prameswari, A., Hsb, D. N., Bayani, L. N., & Nurbaiti. (2021). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Konsumen Dalam Menggunakan Sistem Pembayaran EWallet (Studi Kasus Pada Mahasiswa UINSU Medan). Jurnal Ekonomi Islam. <http://ejurnalilmiah.com/index.php/Mudharib/article/view/191/236>
- Prasetya, H., & Putra, S. E. (2020). Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Manfaat Dan Risiko Terhadap Minat Menggunakan Uang Elektronik Di Surabaya. Jurnal Dinamika Ekonomi & Bisnis, 17(2), 151–158. <https://doi.org/10.34001/jdeb.v17i2.1340>
- Pratama, A. B., & Suputra, I. D. G. D. (2019). Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan, dan Tingkat Kepercayaan Pada Minat Menggunakan Uang Elektronik. E-Jurnal Akuntansi, 27, 927. <https://doi.org/10.24843/eja.2019.v27.i02.p04>
- Prima Citra, A., & Kuswanto, A. (2020). Pengaruh Persepsi Kegunaan dan Persepsi Kemudahan Terhadap Penggunaan Sistem Informasi Manajemen Administrasi Desa/SMARD. Economic Education Analysis Journal, 9(2), 348–365. <https://doi.org/10.15294/eeaj.v9i2.38999>
- Priyani, A., Maryam, S., & Yani, B. A. (2020). STUDI KOMPARASI PERSEPSI KEMANFAATAN DAN KEMUDAHAN PENGGUNAAN APLIKASI MOBILE BANKING ANTARA GENERASI X, GENERASI Y, DAN GENERASI Z (Studi pada pengguna layanan mobile banking BCA di Kota Surakarta). Jurnal Ilmiah Edunomika, 4(02), 357–368. <https://doi.org/10.29040/jie.v4i02.1006>
- Purba, M., Samsir, & Arifin, K. (2020). Pengaruh persepsi kemudahan penggunaan, persepsi manfaat dan kepercayaan terhadap kepuasan dan niat menggunakan kembali aplikasi ovo pada mahasiswa pascasarjana universitas ria. Jurnal Tepak Manajemen Bisnis, XII(1), 151–170. <https://jtmb.ejournal.unri.ac.id/index.php/JTMB/article>

**Copyright holder:**

Rahmatiyani, Eka Bertuah (2023)

**First publication right:**

ETNIK : Jurnal Ekonomi dan Teknik