

## MINAT MENGGUNAKAN DOMPET DIGITAL OVO DI KECAMATAN SUMBAWA DITINJAU MELALUI PERAN KEMUDAHAN, KEPERCAYAAN DAN KUALITAS LAYANAN

Irma Sulistya<sup>1</sup>, Muhammad Nur Fietroh<sup>2\*</sup>

<sup>1,2</sup>Universitas Teknologi Sumbawa, Sumbawa Besar, Indonesia

Penulis Korespondensi: [m.nurfietroh.uts22@gmail.com](mailto:m.nurfietroh.uts22@gmail.com)

### Article Info

#### Article History

Received: 07 Januari 2024

Revised: 12 Januari 2024

Published: 30 Juni 2024

#### Keywords

OVO Digital Wallet;

Consumer Interest;

Ease of Use;

Trust;

Quality of Service.

### Abstrak

*The presence of Fintech forces people to innovate in terms of their financial transactions. This phenomenon is motivated by technological advances adapted by business people so that fintech players continue to innovate in providing the best for their users. OVO is one of the fintechs that is currently widely used by the public. This study aim to examine the effect of convenience, trust and quality of service on consumer interest in using the OVO digital wallet. The sampling technique used in this study was non probability sampling with a purposive sampling method. Non probability sampling is a sampling technique that does not provide an equal opportunity or chance for each element or member of the population to be selected as a sample. In this study, sampling was determined based on certain considerations or characteristics in accordance with research needs, so that the research sample consisted of 100 respondents from the community in Sumbawa Sub-District. The analysis technique used in this study was multiple linear regression. The results of this study showed that the convenience, trust and service quality have a positive and significant effect on consumer interest in using the OVO digital wallet at Sumbawa Sub-District. The influence of the variables convenience, trust and quality of service on consumer interest in using the OVO digital wallet at Sumbawa Sub District is 62.6%, while the remaining 37.4% is influenced by other variables outside this research model, such as perceived suitability, perception usefulness, perceived comfort and perceived feature availability.*

## PENDAHULUAN

Kehadiran financial technology memberikan dampak yang signifikan kepada masyarakat diberbagai kalangan. Perbaikan sistem pembayaran merupakan salah satu manfaat teknologi bagi perekonomian Indonesia. Melalui pembayaran non-moneter, sistem pembayaran tunai memajukan teknologi. Keseluruhan angka dalam penggunaan bisnis fintech sendiri di Indonesia diperkirakan mencapai Rp. 202,77 triliun. Selain itu, perdagangan digital di Indonesia telah mencapai Rp. 401 triliun pada tahun 2021, dan hal tersebut diperkirakan naik menjadi Rp. 4.531 triliun yang diharapkan akan memberikan kontribusi sebesar 18% terhadap PDB Indonesia pada tahun 2030.

Salah satu jenis produk Fintech (*Financial Technology*) yang memanfaatkan internet untuk memudahkan pembayaran adalah dompet digital. Dompet digital ini menjadi populer karena memberikan berbagai kemudahan bertransaksi kepada pelanggannya melalui penggunaan teknologi mutakhir yang dapat diakses oleh semua demografi (Nawawi, 2020). Semakin banyaknya aplikasi dompet digital yang tersedia di Indonesia juga mendukung pertumbuhan transfer uang elektronik (Pebriantie, 2023). Aplikasi nontunai ini sudah mulai perlahan diterima oleh masyarakat di Indonesia, dengan mulai digunakan pada kalangan UMKM, driver ojek online, aplikasi transportasi online yang menambahkan fitur dompet digital pada aplikasinya dan lain-lain (Fauziyan, 2023).

Inovasi keuangan seperti kode QRIS dan dompet pintar akan terus meningkatkan kehidupan masyarakat. Dompet digital berkembang dengan pesat dan berpotensi

berdampak pada berbagai aspek, termasuk inklusi keuangan, distribusi, dan kecepatan serta keamanan, kenyamanan, dan ekonomi (Karsen, Chandra, & Juwitasary, 2019).

Menurut databoks.co.id menyebutkan bahwa pada tahun 2022, GoPay sebagai platform dompet digital yang paling banyak digunakan oleh konsumen. Posisi kedua diduduki oleh OVO dengan 70% responden pernah menggunakan. Survey penggunaan dompet digital yang dilakukan sejak 2022 menurut website Databoks bahwa GoPay dan Ovo bersaing ketat. Salah satu dompet digital yang signifikan penggunaannya di Indonesia adalah OVO. Aplikasi OVO menawarkan berbagai kemudahan dan kepraktisan dalam melakukan transaksi, seperti pembayaran di toko fisik, toko online, tagihan, hingga transfer antar pengguna.

Berdasarkan observasi awal yang diperoleh peneliti, masyarakat kecamatan Sumbawa sehari-hari cukup sulit menerima teknologi-teknologi terbaru misalnya tentang penggunaan dompet digital. Lebih lanjut, masyarakat masih terbiasa dengan penggunaan uang cash dalam melakukan transaksi keuangannya, namun akibat adanya kepercayaan dan manfaat kemudahan penggunaan, masyarakat kecamatan Sumbawa sudah mulai mempercayai dan mau menggunakan aplikasi dompet digital terutama platform OVO untuk melakukan transaksi dalam kehidupan sehari-harinya.

Selain menjadi faktor utama dalam kenyamanan penggunaan, kualitas layanan juga berperan penting dalam kestabilan peringkat penggunaan dompet digital di Indonesia, karena diketahui bahwa dompet digital yang beredar resmi di Indonesia saat ini cukup banyak. Maka dari itu, OVO harus tetap menjaga bahkan meningkatkan kualitas layanannya agar bisa bersaing dengan kompetitornya.

Sebagaimana dijelaskan di atas, tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana minat menggunakan dompet digital OVO sebagai metode pembayaran dipengaruhi oleh faktor-faktor seperti kemudahan, kualitas layanan, dan kepercayaan. Faktor kemudahan menitikberatkan pada seberapa mudah pengguna dapat mengakses dan menggunakan aplikasi OVO. Kualitas layanan mencakup aspek-aspek seperti ketersediaan layanan pelanggan, kecepatan transaksi, dan kejelasan informasi yang disediakan oleh aplikasi. Sementara itu, faktor kepercayaan berfokus pada keyakinan dan kepercayaan pengguna terhadap keamanan dan integritas sistem pembayaran. Berdasarkan latar belakang di atas, maka dalam penelitian ini dapat diajukan dengan judul “Pengaruh kemudahan, kepercayaan, dan kualitas layanan terhadap minat menggunakan dompet digital OVO di kecamatan Sumbawa”.

## **METODE PENELITIAN**

Penelitian ini menggunakan desain penelitian kuantitatif dengan pendekatan asosiatif. Populasi penelitian ini adalah mereka yang berminat mengadopsi dompet digital di kecamatan Sumbawa. Peneliti tidak mengetahui berapa banyak orang yang ingin menggunakan dompet digital OVO karena populasi penelitian sangat besar, jadi peneliti hanya mengambil sampel dari populasi tersebut untuk lebih mudah mendapatkan informasi. Teknik sampling yang digunakan dalam penelitian ini adalah purposive sampling dengan menggunakan rumus Paul Leedy sehingga diperoleh jumlah sampel sebanyak 100 responden.

Variabel-variabel yang digunakan pada penelitian ini adalah Kemudahan ( $X_1$ ), Kepercayaan ( $X_2$ ), Kualitas layanan ( $X_3$ ), dan Minat menggunakan dompet digital ( $Y$ ). Sumber data yang digunakan pada penelitian ini adalah data primer yang didapatkan berdasarkan lisan, kata-kata, gerak-gerik, atau perilaku oleh subjek yang dapat dipercaya. Dalam penelitian ini, informasi dikumpulkan melalui formulir online atau metode laporan mandiri, yang juga dikenal sebagai survei yang dikelola sendiri, yaitu kuesioner yang diberikan kepada responden. Untuk menguji instrumen pada penelitian maka dilakukan uji validitas dan uji reliabilitas. Setelah itu, data yang diuji akan

dianalisis menggunakan uji asumsi klasik, analisis regresi linier berganda, dan uji hipotesis, dan uji koefisien determinasi ( $R^2$ ).

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Penyajian Hasil

Sebelum melakukan uji asumsi klasik, dalam penelitian ini terlebih dahulu dilakukan uji instrument, yaitu uji validitas dan uji realibilitas.

#### 1. Uji Kualitas Instrument

##### a. Uji Validitas Instrument

Validitas instrument merupakan derajat ketepatan alat ukur penelitian terhadap isi sebenarnya yang diukur. Ghozali (dalam Maulana, 2022) menyatakan bahwa uji validitas digunakan untuk mengukur sah, atau valid tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Uji Validitas instrumen dapat dilakukan dengan membandingkan nilai  $r_{hitung}$  dengan nilai  $r_{tabel}$ , kuesioner dikatakan valid bila nilai  $r_{hitung}$  lebih besar dari nilai  $r_{tabel}$ .

Berikut hasil uji validitas instrument yang dilakukan terhadap 30 responden yang dapat dilihat pada tabel dibawah ini.

**Tabel 1. Hasil Uji Validitas Instrument**

Item Pernyataan	r hitung	r table	Keterangan
<b>Kemudahan (<math>X_1</math>)</b>			
X1	0.682	0.1966	Valid
X2	0.762	0.1966	Valid
X3	0.724	0.1966	Valid
X4	0.683	0.1966	Valid
X5	0.764	0.1966	Valid
X6	0.796	0.1966	Valid
X7	0.792	0.1966	Valid
X8	0.750	0.1966	Valid
X9	0.591	0.1966	Valid
<b>Kepercayaan (<math>X_2</math>)</b>			
X1	0.602	0.1966	Valid
X2	0.698	0.1966	Valid
X3	0.675	0.1966	Valid
X4	0.676	0.1966	Valid
X5	0.709	0.1966	Valid
X6	0.744	0.1966	Valid
X7	0.713	0.1966	Valid
X8	0.681	0.1966	Valid
X9	0.663	0.1966	Valid
<b>Kualitas Layanan (<math>X_3</math>)</b>			
X1	0.540	0.1966	Valid
X2	0.718	0.1966	Valid
X3	0.676	0.1966	Valid
X4	0.671	0.1966	Valid
X5	0.633	0.1966	Valid
X6	0.692	0.1966	Valid
X7	0.677	0.1966	Valid
X8	0.755	0.1966	Valid
X9	0.771	0.1966	Valid

Minat Menggunakan (Y)			
Y1	0.676	0.1966	Valid
Y2	0.692	0.1966	Valid
Y3	0.789	0.1966	Valid
Y4	0.690	0.1966	Valid
Y5	0.725	0.1966	Valid
Y6	0.698	0.1966	Valid
Y7	0.698	0.1966	Valid
Y8	0.670	0.1966	Valid
Y9	0.521	0.1966	Valid

Sumber: Output SPSS (diolah), 2023.

Berdasarkan tabel diatas, maka dapat diambil kesimpulan bahwa:

- 1) Nilai validitas untuk variabel kemudahan  $> 0,1966$  sehingga semua item pertanyaan pada variabel kemudahan dinyatakan valid.
- 2) Nilai validitas untuk variabel kepercayaan  $> 0,1966$  sehingga semua item pertanyaan pada variabel kepercayaan dinyatakan valid.
- 3) Nilai validitas untuk variabel kualitas layanan  $> 0,1966$  sehingga semua item pertanyaan pada variabel kualitas layanan dinyatakan valid.
- 4) Nilai validitas untuk variabel minat menggunakan  $> 0,1966$  sehingga semua item pertanyaan pada variabel minat menggunakan dinyatakan valid.

#### b. Uji Reliabilitas Instrument

Uji reliabilitas bertujuan untuk mengetahui sejauh mana instrumen tersebut dapat dipercaya. Ghozali (dalam Maulana, 2022) menyatakan bahwa reliabilitas adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari peubah atau konstruk. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Reliabilitas suatu test merujuk pada derajat stabilitas, konsistensi, daya prediksi, dan akurasi yang dapat dilihat pada nilai *cronbach alpha*, kuesioner dikatakan reliabel bila nilai *cronbach alpha* lebih besar dari 0.60.

Berikut hasil uji reliabilitas instrument yang dilakukan terhadap 30 responden yang dapat dilihat pada tabel dibawah ini.

**Tabel 2. Hasil Uji Reliabilitas Instrument**

No	Variabel	Nilai Alpha	Standar	Status
1	Kemudahan	0.749	0.60	Reliabilitas baik
2	Kepercayaan	0.734	0.60	Reliabilitas baik
3	Kualitas layanan	0.629	0.60	Reliabilitas baik
4	Minat Menggunakan	0.733	0.60	Reliabilitas baik

Sumber: Output SPSS (diolah), 2023.

Berdasarkan tabel diatas, maka dapat diambil kesimpulan bahwa:

- 1) Variabel Kemudahan memiliki nilai reliabilitas sebesar  $0,749 > 0,60$  sehingga variabel kemudahan dinyatakan reliabel
- 2) Variabel Kepercayaan memiliki nilai reliabilitas sebesar  $0,734 > 0,60$  sehingga variabel kepercayaan dinyatakan reliabel
- 3) Variabel Kualitas Layanan memiliki nilai realibilitas sebesar  $0,629 > 0,60$  sehingga variabel kualitas layanan dinyatakan reliabel
- 4) Variabel Minat Menggunakan memiliki nilai realibilitas sebesar  $0,733 > 0,60$  sehingga variabel minat menggunakan dinyatakan reliabel.

## 2. Uji Asumsi Klasik

### a. Uji Normalitas

Siregar (dalam Pratama dan Permatasari, 2021) menyatakan bahwa uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal atau tidak. Pengambilan kesimpulan hasil uji normalitas dapat dilakukan dengan kriteria jika nilai signifikansi  $> 0,05$ , maka data dinyatakan data berdistribusi normal.

Hasil uji normalitas yang telah dilakukan terhadap responden penelitian dapat dilihat pada tabel dibawah ini.

**Tabel 3. Hasil Uji Normalitas**

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	,0000000
	Std. Deviation	3,11676115
Most Extreme Differences	Absolute	,085
	Positive	,085
	Negative	-,046
Test Statistic		,085
Asymp. Sig. (2-tailed)		,073 <sup>c</sup>

Sumber: Output SPSS (diolah), 2023.

Berdasarkan tabel diatas, hasil uji normalitas diperoleh dari nilai Asymp Sig. (2-tailed) sebesar 0,073 yang berarti lebih besar dari 0,05. Dengan demikian, maka dapat disimpulkan bahwa data dalam penelitian ini berdistribusi normal.

### b. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas merupakan hubungan linear antara variabel independen di dalam regresi berganda. Menurut Ghozali (dalam Effiyaldi, *et al.*, 2022), uji multikolinearitas ditujukan untuk melihat hubungan/korelasi antara masing-masing variabel. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi di antara variabel independen. Untuk mendeteksi ada atau tidaknya multikolinearitas di dalam model regresi dapat dilihat dari dua sisi, yaitu dengan melihat nilai tolerance dan nilai varian inflance factor (VIF). Nilai tolerance yang baik adalah  $>0,10$  dan nilai VIF yang baik adalah  $<10$ .

Hasil uji multikolinearitas yang telah dilakukan terhadap responden penelitian dapat dilihat pada tabel dibawah ini.

**Tabel 4. Hasil Uji Multikolinearitas**

Variabel	Tolerance	VIF	Ket.
Kemudahan ( $X_1$ )	0.536	1.864	Tidak terjadi multikolinearitas
Kepercayaan ( $X_2$ )	0.413	2.419	Tidak terjadi multikolinearitas
Kualitas Layanan ( $X_3$ )	0.384	2.607	Tidak terjadi multikolinearitas

Sumber: Output SPSS (diolah), 2023.

Berdasarkan tabel diatas menunjukkan bahwa variabel Kemudahan ( $X_1$ ) dengan nilai tolerance  $0,536 > 0,10$  dan nilai VIF  $1,864 < 10$ . Variabel Kepercayaan ( $X_2$ ) dengan nilai tolerance  $0,413 > 0,10$  dan nilai VIF  $2,419 < 10$ . Dan variabel Kualitas Layanan ( $X_3$ ) dengan nilai tolerance  $0,384 > 0,10$  dan nilai VIF  $2,607 < 10$ . Dengan

demikian, maka dapat disimpulkan bahwa pada variabel bebas tidak terjadi multikolinearitas.

### c. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan menguji apakah model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual suatu pengamatan ke pengamatan lain. Pada penelitian ini untuk menguji ada tidaknya heteroskedastisitas adalah dengan menggunakan Uji Glejser. Menurut Ghozali (dalam Novianingtyas dan Bagana, 2022), uji Glejser merupakan uji hipotesis untuk mengetahui apakah sebuah model regresi memiliki indikasi heteroskedastisitas dengan cara meregresi nilai absolut residual terhadap variabel independen, jika nilai signifikansi yang dihasilkan lebih besar dari 0.05, berarti tidak terjadi gejala heteroskedastisitas.

Hasil uji heteroskedastisitas yang telah dilakukan terhadap responden penelitian dapat dilihat pada tabel dibawah ini.

**Tabel 5. Hasil Uji Heteroskedastisitas**

Variabel	Sig	Standar	Keterangan
Kemudahan ( $X_1$ )	0.089	0.05	Tidak terjadi heterokedastisitas
Kepercayaan ( $X_2$ )	0.309	0.05	Tidak terjadi heterokedastisitas
Kualitas Layanan ( $X_3$ )	0.164	0.05	Tidak terjadi heterokedastisitas

Sumber: Output SPSS (diolah), 2023.

Berdasarkan hasil uji glejser diatas dapat dilihat bahwa nilai signifikan variabel Kemudahan ( $X_1$ ) sebesar  $0,089 > 0,05$ , nilai signifikan variabel Kepercayaan ( $X_2$ ) sebesar  $0,309 > 0,05$ , dan nilai signifikansi variabel Kualitas Layanan ( $X_3$ ) sebesar  $0,164 > 0,05$ . dengan demikian, maka dapat disimpulkan bahwa variabel Kemudahan ( $X_1$ ), Kepercayaan ( $X_2$ ) dan Kualitas Layanan ( $X_3$ ) tidak terjadi gejala heteroskedastisitas.

### 3. Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linear berganda digunakan untuk mengetahui pengaruh kemudahan ( $X_1$ ), kepercayaan ( $X_2$ ), dan kualitas layanan ( $X_3$ ) terhadap minat menggunakan dompet digital OVO ( $Y$ ). Berdasarkan hasil pengujian regresi linear berganda dengan bantuan aplikasi SPSS, diperoleh nilai koefisien regresi yang disajikan pada tabel berikut:

**Tabel 6. Hasil Uji Regresi Linear Berganda**

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	5.318	1.914		2.779	.007
Kemudahan ( $X_1$ )	.194	.074	.225	2.644	.010
Kepercayaan ( $X_2$ )	.258	.092	.273	2.813	.006
Kualitas Layanan ( $X_3$ )	.349	.090	.390	3.869	.000

a. Dependent Variable: Minat Konsumen

Sumber: Output SPSS (diolah), 2023.

Berdasarkan hasil analisis regresi diatas, maka dapat diketahui persamaan sebagai berikut:

$$Y = 5.318 + 0.194X_1 + 0.258X_2 + 0.349X_3 + e$$

Hasil persamaan regresi linear berganda diatas dapat memberikan pengertian sebagai berikut:

- 1) Nilai konstanta sebesar 5,318 menunjukkan bahwa ketika variabel independen yaitu kemudahan, kepercayaan, dan kualitas layanan diasumsikan tetap/konstan, maka nilai variabel minat konsumen (Y) sebesar 5,318.
- 2) Nilai koefisien regresi variabel kemudahan ( $X_1$ ) bernilai positif yaitu sebesar 0,194, hal ini menunjukkan bahwa kemudahan ( $X_1$ ) mempunyai hubungan yang searah dengan minat konsumen (Y). Artinya, setiap kenaikan variabel kemudahan ( $X_1$ ) satu-satuan, maka variabel minat konsumen (Y) akan naik sebesar 0,194 dengan asumsi variabel independen lainnya diasumsikan tetap atau tidak berubah.
- 3) Nilai koefisien regresi variabel kepercayaan ( $X_2$ ) bernilai positif yaitu sebesar 0,258, hal ini menunjukkan bahwa kepercayaan ( $X_2$ ) mempunyai hubungan searah dengan minat konsumen (Y). Artinya, setiap kenaikan variabel kepercayaan ( $X_2$ ) satu-satuan, maka variabel minat konsumen (Y) akan naik sebesar 0,258 dengan asumsi variabel independen lainnya diasumsikan tetap atau tidak berubah.
- 4) Nilai koefisien regresi variabel kualitas layanan ( $X_3$ ) bernilai positif yaitu sebesar 0,349, hal ini menunjukkan bahwa kualitas layanan ( $X_3$ ) mempunyai hubungan searah dengan minat konsumen (Y). Artinya, setiap kenaikan variabel kualitas layanan ( $X_3$ ) satu-satuan, maka variabel minat konsumen (Y) akan naik sebesar 0,349 dengan asumsi variabel independen lainnya diasumsikan tetap atau tidak berubah.

#### 4. Uji Hipotesis Parsial (Uji t)

Uji t dilakukan untuk mengetahui pengaruh dari masing-masing variabel secara parsial apakah pernyataan dalam hipotesis itu benar atau tidak. Uji t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh suatu variabel independen secara individual dalam menerangkan variabel dependen. Berikut tabel hasil uji t:

**Tabel 7. Hasil Uji Hipotesis Parsial (uji t)**

Variabel	$t_{hitung}$	$t_{tabel}$	Signifikan
Kemudahan ( $X_1$ )	2.644	1.982	0.010
Kepercayaan ( $X_2$ )	2.813	1.982	0.006
Kualitas Layanan ( $X_3$ )	3.869	1.982	0.000

Sumber: Output SPSS (diolah), 2023.

Berdasarkan tabel diatas, maka dapat disimpulkan bahwa:

- 1) Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat bahwa nilai  $t_{hitung}$  variabel kemudahan ( $X_1$ ) sebesar 2.644, dimana  $t_{hitung} > t_{tabel}$  ( $2.644 > 1.982$ ). Maka  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima, sehingga dapat disimpulkan bahwa ada pengaruh positif dan signifikan kemudahan ( $X_1$ ) terhadap minat konsumen menggunakan dompet digital OVO (Y).
- 2) Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat bahwa nilai  $t_{hitung}$  variabel kepercayaan ( $X_2$ ) sebesar 2.813 dimana  $t_{hitung} > t_{tabel}$  ( $2.813 > 1.982$ ). Maka  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima, sehingga dapat disimpulkan bahwa ada pengaruh positif dan signifikan kepercayaan ( $X_2$ ) terhadap minat konsumen menggunakan dompet digital OVO (Y).
- 3) Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat bahwa nilai  $t_{hitung}$  variabel kualitas layanan ( $X_3$ ) sebesar 3.869, dimana  $t_{hitung} > t_{tabel}$  ( $3.869 > 1.982$ ). Maka  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima, sehingga dapat disimpulkan bahwa ada pengaruh positif dan signifikan kualitas layanan ( $X_3$ ) terhadap minat konsumen menggunakan dompet digital OVO (Y).

## 5. Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Uji koefisien determinasi ( $R^2$ ) bertujuan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan variable independen dalam menerangkan variasi perubahan variabel dependen pada model penelitian. Nilai koefisien determinasi ( $R^2$ ) antara 0 (nol) dan 1 (satu) yang diindikasikan oleh nilai R-Square. Nilai  $R^2$  kecil yang semakin mendekati 0 (nol) dapat diartikan bahwa kemampuan variabel-variabel bebas dalam menjelaskan variasi perubahan variabel terikat sangat terbatas, sedangkan nilai yang mendekati 1 (satu) berarti kemampuan variabel-variabel bebas memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi perubahan variabel terikat.

Uji koefisien determinasi ( $R^2$ ) pada penelitian ini dilakukan untuk melihat seberapa besar kontribusi variabel-variabel bebas, yaitu kemudahan ( $X_1$ ), kepercayaan ( $X_2$ ) dan kualitas layanan ( $X_3$ ) dalam mempengaruhi perubahan variabel terikat minat konsumen menggunakan dompet digital OVO ( $Y$ ). Hasil pengujian koefisien determinasi ( $R^2$ ) menggunakan bantuan aplikasi SPSS disajikan dalam tabel berikut ini.

**Tabel 8. Hasil Koefisien determinasi**

### Model Summary<sup>b</sup>

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.791 <sup>a</sup>	.626	.615	1.71696
a. Predictors: (Constant), Kualitas Layanan, Kepercayaan, Kemudahan				
b. Dependent Variable: Minat Konsumen				

Sumber: Output SPSS (diolah), 2023.

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa nilai koefisien determinasi (R Square) dalam penelitian ini sebesar 0.626 atau 62,6%, hal ini menunjukkan bahwa kemampuan variabel-variabel kemudahan, kepercayaan, dan kualitas layanan dalam mempengaruhi minat konsumen menggunakan dompet digital OVO di Kecamatan Sumbawa adalah sebesar 62,6%, sedangkan sisanya sebesar 37,4% dipengaruhi oleh variabel lain di luar model penelitian ini, seperti persepsi kesesuaian, persepsi kemanfaatan, persepsi kenyamanan, dan persepsi ketersediaan fitur (Ismail dan Purwani, 2021).

## Pembahasan

### Pengaruh Kemudahan Terhadap Minat Menggunakan Dompet Digital OVO

Menurut Himel, *et al.* (2021) mengungkapkan kemampuan untuk menggunakan suatu sistem tanpa usaha tambahan dikenal sebagai persepsi kemudahan penggunaan. Masyarakat Sumbawa akan senang atau berminat menggunakan dompet digital OVO apabila bagi mereka banyak kemudahan yang ditawarkan pada aplikasi tersebut. Bahkan pada fenomena yang terjadi serta penelitian yang peneliti lakukan Masyarakat yang berminat menggunakan dompet digital OVO akan memanfaatkannya sebagai sarana transaksi mengisi pulsa/paket data yang pada masa ini sudah menjadi kebutuhan pokok.

Sejalan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Ernawati *et al.*, (2022) yang menyatakan bahwa berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan dompet digital OVO. Sesuai dengan penelitian yang saya lakukan berdasarkan pada pernyataan ke-2 yang menyatakan "Saya akan menggunakan dompet digital OVO jika mudah dipahami. Kedua, pada pernyataan ke-6 yang menyatakan "Saya akan menggunakan dompet digital OVO jika Transaksi dapat dilakukan dimana saja dengan menggunakan e-money" dan pernyataan ke-7 yang menyatakan "Saya akan

menggunakan dompet digital OVO jika mudah digunakan dan diakses”. Maka dapat disimpulkan bahwa responden di kecamatan Sumbawa setuju bahwa kemudahan yang diberikan oleh dompet digital OVO membuat mereka berminat untuk menggunakannya.

### **Pengaruh Kepercayaan Terhadap Minat Menggunakan Dompet Digital OVO**

Temuan menarik di lapangan menunjukkan bahwa kepercayaan merupakan hal yang dapat mempengaruhi minat dalam menggunakan dompet digital OVO. Fenomena yang terjadi pada masyarakat kecamatan Sumbawa yaitu masyarakat percaya bahwa layanan aplikasi dompet digital OVO memberikan layanan pencatatan transaksi yang jelas dan mudah dimengerti.

Sejalan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Nizar et all,. (2022) bahwa persepsi kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan dompet digital. Hal tersebut diperkuat dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh (Nuraeni dan Bambang Soemantri, 2020) terdapat pengaruh yang positif antara variabel persepsi kepercayaan terhadap minat menggunakan dompet digital. Sesuai dengan penelitian yang saya lakukan Pertama, pada pernyataan ke-1 yang menyatakan ” Saya akan menggunakan Dompet digital OVO jika menjadi salah satu alat pembayaran yang terpercaya, mudah, dan aman.” dan Kedua, pada pernyataan ke-3 yang menyatakan “Saya akan menggunakan dompet digital OVO jika memberikan informasi yang jelas pada pengguna”. Maka dapat disimpulkan bahwa responden pada kecamatan Sumbawa percaya akan dompet digital OVO sebagai alat pembayaran yang aman dan jelas.

### **Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Minat Menggunakan Dompet Digital OVO**

Kotler dan Keller (2016) mendefinisikan kualitas layanan sebagai kelengkapan fitur suatu produk atau jasa yang memiliki kemampuan untuk memenuhi kebutuhan. Temuan menarik di lapangan semakin baik kualitas layanan aplikasi dompet digital akan membuat masyarakat tertarik dan akan berminat untuk menggunakan aplikasi dompet digital OVO tersebut. Fenomena di lapangan masyarakat justru lebih berminat dengan dompet digital yang tampilan layanannya tidak memberikan kesulitan untuk mengakses fitur-fitur di dalamnya. Semakin mudah digunakan, dan semakin baik kualitas layanan aplikasi dompet digital OVO maka akan semakin banyak masyarakat yang berminat menggunakannya.

Sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Bulkia et all,. (2019) Kualitas layanan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap minat pengguna internet banking di Banjarmasin sehingga membuktikan teori Ruslan (2005:100), secara teoritis dapat dinyatakan bahwa kualitas layanan sangat penting bagi minat pengguna internet banking di Banjarmasin. Semakin ditingkatkan kualitas layanan, maka akan mampu meningkatkan minat pengguna internet banking. Sesuai dengan penelitian yang saya lakukan berdasarkan pernyataan pada pernyataan ke-4 yang menyatakan “Saya akan menggunakan dompet digital OVO karena memberikan cashback berupa point setelah saya melakukan berbagai proses transaksi pembayaran”. Pada pernyataan ke-9 yang menyatakan “Saya akan menggunakan dompet digital OVO jika dapat mempermudah saya dalam melakukan proses transaksi pembayaran”. Kemudian pada pernyataan ke-7 yang menyatakan “Saya akan bertransaksi menggunakan OVO karena proses transaksi yang jauh lebih cepat dengan hanya menggunakan scan (QRIS) dalam proses transaksi pembayaran”. Maka dapat disimpulkan bahwa responden pada kecamatan Sumbawa setuju bahwa kualitas layanan dalam proses transaksi pada dompet digital OVO terutama mengenai proses dan fitur transaksi dapat mempercepat responden untuk melakukan berbagai transaksi menggunakan dompet digital tersebut.

## KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan yang telah dikemukakan sebelumnya, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa:

1. Kemudahan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat konsumen menggunakan dompet digital OVO di Kecamatan Sumbawa.
2. Kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat konsumen menggunakan dompet digital OVO di Kecamatan Sumbawa.
3. Kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat konsumen menggunakan dompet digital OVO di Kecamatan Sumbawa.
4. Derajat pengaruh variabel-variabel kemudahan, kepercayaan, dan kualitas layanan terhadap minat konsumen menggunakan dompet digital OVO di Kecamatan Sumbawa adalah sebesar 62,6%, sedangkan sisanya sebesar 37,4% dipengaruhi oleh variabel lain di luar model penelitian ini, seperti persepsi kesesuaian, persepsi kemanfaatan, persepsi kenyamanan, dan persepsi ketersediaan fitur.

## SARAN

Berdasarkan kesimpulan yang telah dijelaskan, maka saran yang dapat diberikan dari hasil penelitian ini adalah:

1. Bagi Peneliti Selanjutnya

Diharapkan penelitian ini dapat menjadikan referensi dan masukan dalam menambah wawasan bagi peneliti selanjutnya. Dikarenakan pengujian pada penelitian ini hanya pada tiga variabel, yaitu kemudahan, kepercayaan dan kualitas layanan. Peneliti menyarankan agar peneliti selanjutnya untuk dapat menambah variabel-variabel lain yang tidak diteliti yang turut menjadi faktor-faktor yang minat menggunakan dompet digital seseorang, seperti persepsi kesesuaian, persepsi kemanfaatan, persepsi kenyamanan, dan persepsi ketersediaan fitur. Selain itu, dapat menggunakan alat analisis yang berbeda dan skop penelitian yang lebih luas lagi.

2. Bagi Perusahaan

Pihak penyedia Dompet Digital (E-Wallet) OVO untuk dapat semakin meningkatkan kemudahan, kepercayaan, dan kualitas layanan untuk bertransaksi dalam aplikasi OVO dalam rangka meningkatkan minat masyarakat menggunakan OVO di masa yang akan datang.

## DAFTAR PUSTAKA

- Alharbi, S. (2014). Using the Technology Acceptance Model in Understanding Academics' Behavioural Intention to Use Learning Management Systems. *International Journal of Advanced Computer Science and Applications (IJACSA)*, 143-155.
- Arianto, N. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pengunjung Dalam Menggunakan Jasa Hotel Rizen Kedaton Bogor. *Jurnal Pemasaran Kompetitif*, Vol. 1(2): 123-134.
- Creswell, J. W. (2016). *Research Design, Pendekatan Metode Kualitatif, Kuantitatif, dan Campuran. 4th ed.* Yogyakarta: Pustaka Belajar.
- Effiyaldi, Johni Paul Karolus Pasaribu, J.P.K., Suratno, E., Kadar, M., Gunardi, Naibaho, R., Hati, S.K., Aryati, V. (2022). Penerapan Uji Multikolinieritas Dalam Penelitian Manajemen Sumber Daya Manusia. *Jumanage: Jurnal Ilmiah Manajemen dan Kewirausahaan*, Vol. 1(2): 94-102.

- Ismail, H.A., & Purwani, T. (2021). Faktor Yang Mempengaruhi Minat Penggunaan Mobile Banking. *Indicators: Journal of Economics and Business*, Vol. 3(2): 151-157.
- Jogiyanto. (2010). *Analisis dan Desain Sistem Informasi, Edisi IV*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Karsen, M., Chandra, Y. U., & Juwitasary, H. (2019). Technological Factors of Mobile Payment: A Systematic Jurnal Ilmiah Akuntansi dan Bisnis. Vol. 8 (1) PP. 319-325 p-ISSN: 2528-1216, e-ISSN: 2528-2093 48 Literature Review. *Procedia Computer Science*, Vol. 157, 489-498.
- Kasmir. (2017). *Customer Service Excellent: Teori dan Praktik*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Kotler, P. and Keller, Kevin L. (2016). *Marketing Management, 15th Edition*. New Jersey: Pearson Practice Hall, Inc.
- Kotler, P. (2010). *Manajemen Pemasaran. Edisi tiga belas Bahasa Indonesia. Jilid 1 dan 2*. Jakarta: Erlangga.
- Maulana, A. (2022). Analisis Validitas, Reliabilitas, dan Kelayakan Instrumen Penilaian Rasa Percaya Diri Siswa. *Jurnal Kualita Pendidikan*, Vol. 3(3): 133-139.
- Nizar, A. M., & Yusuf, A. (2022). Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan dan Kepercayaan Terhadap Minat Menggunakan Aplikasi Dompot Digital LinkAja. *J-MAS (Jurnal Manajemen dan Sains)*, Vol. 7(2), 928-933.
- Novianingtyas, G.E., & Bagana, B.D. (2022). Pengaruh Profitabilitas, Leverage, Likuiditas, dan Ukuran Perusahaan Terhadap Pembagian Dividen Pada Perusahaan Perbankan Konvensional yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) Periode 2016-2020. *Fair Value: Jurnal Ilmiah Akuntansi dan Keuangan*, Vol. 5(2): 1038- 1055.
- Pebriantje, D., & Sulaeman, E. (2023). Pengaruh Persepsi Resiko dan Kepercayaan Konsumen terhadap Minat Menggunakan Dompot Digital ShopeePay. *Economics and Digital Business Review*, Vol. 4(1), 91-98.
- Pratama, S.A., & Permatasari, R.I. (2021). Pengaruh Penerapan Standar Operasional Prosedur dan Kompetensi Terhadap Produktivitas Kerja Karyawan Divisi Ekspor PT. Dua Kuda Indonesia. *Jurnal Ilmiah M-Progress*, Vol. 11(1): 38-47.
- Seetharman, A., Kumar, K. N., Palaniappan, S. & Weber, G. (2017). Factors influencing behavioural intention to use the mobile wallet in Singapore. *Journal of Applied Economics and Business Research*, Vol. 7(2), 116-136.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sujarweni, V.W. (2020). *Metodologi Penelitian Bisnis & Ekonomi*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press.
- Tjiptono, F. (2020). *Strategi Pemasaran Prinsip dan Penerapan*. Yogyakarta: Penerbit Andi.