

**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT
PENGUNAAN *E-MONEY* MENGGUNAKAN MODEL
MODIFIKASI *UNIFIED THEORY OF ACCEPTANCE
AND USE TECHNOLOGY* (UTAUT)**

(Studi pada Pengguna OVO Soloraya)

SKRIPSI

**Diajukan Kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta
Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Guna
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi**



Disusun oleh :

ADE WULANDARI
NIM. 19.52.31.345

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN MAS SAID
SURAKARTA
2023**

**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT
PENGUNAAN *E-MONEY* MENGGUNAKAN MODEL
MODIFIKASI *UNIFIED THEORY OF ACCEPTANCE
AND USE TECHNOLOGY (UTAUT)***

(Studi pada Pengguna OVO Soloraya)

SKRIPSI

Diajukan Kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta
Untuk Memenuhi Sebagai Persyaratan Guna
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi

Oleh :

ADE WULANDARI

NIM. 19.52.31.345

Surakarta, 29 April 2023

Disetujui dan disahkan oleh:

Dosen Pembimbing Skripsi



Rahmawati Khoiriyah, M.E

NIP. 19921127 202012 2 022

SURAT PERNYATAAN BUKAN PLAGIASI

Assalamu 'alaikum Wr. Wb

Yang bertanda tangan di bawah ini :

NAMA : ADE WULANDARI
NIM : 195231345
JURUSAN : PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS : EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Menyatakan bahwa penelitian skripsi berjudul "ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT PENGGUNAAN *E-MONEY* MENGGUNAKAN MODEL MODIFIKASI *UNIFIED THEORY OF ACCEPTANCE AND USE TECHNOLOGY (UTAUT)* (Studi Pada Pengguna OVO Soloraya)"

Benar-benar bukan merupakan plagiasi dan belum pernah diteliti sebelumnya. Apabila di kemudian hari diketahui bahwa skripsi ini merupakan plagiasi, saya bersedia menerima sanksi peraturan yang berlaku.

Demikian surat ini dibuat dengan sesungguhnya untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Wassalamu 'alaikum Wr. Wb.

Sragen, 29 April 2023



Ade Wulandari

Rahmawati Khoiriyah, M.E

Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta

NOTA DINAS

Hal : Skripsi

Sdr : Ade Wulandari

Kepada Yang Terhormat

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri
Raden Mas Said Surakarta

Di Surakarta

Assalamu'alaikum Wr. Wb

Dengan hormat, Bersama ini kami sampaikan bahwa setelah menelaah dan mengadakan perbaikan seperlunya, kami memutuskan bahwa skripsi Ade Wulandari NIM: 195231345 yang berjudul:

“ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT PENGGUNAAN *E-MONEY* MENGGUNAKAN MODEL MODIFIKASI *UNIFIED THEORY OF ACCEPTANCE AND USE TECHNOLOGY (UTAUT)* (Studi pada Pengguna OVO di Soloraya)”

Sudah dapat dimunaqosahkan sebagai salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (SE) dalam bidang ilmu Perbankan Syariah. Oleh karena itu kami mohon agar skripsi tersebut segera dimunaqosahkan dalam waktu dekat.

Demikian, atas dikabulkannya permohonan ini disampaikan terimakasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Surakarta, 29 April 2023

Dosen Pembimbing Skripsi



Rahmawati Khoiriyah, M.E

NIP. 19921127 202012 2 022

SURAT PERNYATAAN TELAH MELAKUKAN PENELITIAN

Yang bertanda tangan dibawah ini :

NAMA : ADE WULANDARI

NIM : 195231345

JURUSAN : PERBANKAN SYARIAH

FAKULTAS : EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Terkait penelitian skripsi saya berjudul "ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT PENGGUNAAN *E-MONEY* MENGGUNAKAN MODEL MODIFIKASI *UNIFIED THEORY OF ACCEPTANCE AND USE TECHNOLOGY (UTAUT)* (Studi pada Pengguna OVO Soloraya)"

Dengan ini saya menyatakan bahwa saya benar-benar telah melakukan penelitian dan pengambilan data dari masyarakat pengguna OVO di Soloraya. Apabila di kemudian hari diketahui skripsi ini menggunakan data yang tidak sesuai dengan data yang sebenarnya, saya bersedia menerima sanksi sesuai peraturan yang berlaku.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Sragen, 29 April 2023


Ade Wulandari

PENGESAHAN
ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT
PENGUNAAN *E-MONEY* MENGGUNAKAN MODEL
MODIFIASI UNIFIED THEORY OF ACCEPTANCE
AND USE OF TECHNOLOGY (UTAUT)
(Studi Pengguna OVO Soloraya)

Oleh:

ADE WULANDARI
NIM. 19.52.31.345

Telah dinyatakan lulus dalam ujian munaqosah
pada hari Rabu tanggal 17 Mei 2023 M / 26 Syawal 1444 H dan dinyatakan
telah memenuhi persyaratan guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi

Dewan Penguji:

Penguji I (Merangkap Ketua Sidang)
Rizky Nur Ayuningtyas Putri, S.E., M.E.
NIP. 19890105 202012 2 013



Penguji II
Taufiq Wijaya, S.H.I., M.S.I.
NIP. 19721218 200901 1 010



Penguji III
Mokhammad Zainal Anwar, S.H.I., M.S.I.
NIP. 19801130 201503 1 003



Mengetahui,
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta



Dr. M. Rahmawan Arifin, M.Si. †
NIP. 19720304 200112 1 004

MOTTO

“Yang membuat hidup ini menarik adalah kemungkinan untuk mewujudkan impian menjadi kenyataan”

(Paulo Coelho)

“Pantaskan diri untuk mengejar impianmu. Dan mungkin, impian itu yang akan berbalik mengejarmu”

(Merry Riana)

“Sebuah rencana kecil yang diselesaikan dengan baik, lebih bernilai daripada langkah-langkah impian yang tidak pernah dilaksanakan. Yang lebih bertindak, yang menjadi lebih dihargai”

(Mario Teguh)

PERSEMBAHAN

Kupersembahkan dengan segenap cinta dan doa karya yang sederhana ini untuk :

1. Allah SWT yang telah memberikan Rahmat, Hidayah-Nya serta memberikan kemudahan dan kelancaran dalam setiap Langkah sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini sampai akhir.
2. Orang tua saya. Bapak Riman Mitro Winarno dan ibu Sutiye m tercinta yang telah memberikan kasih sayang dan memberikan dukungan, motivasi serta memberi semangat untuk menyelesaikan skripsi ini. Semoga Allah SWT selalu melindungi dalam setiap langkah dan di mudahkan segala urusan, diberikan kebahagiaan serta umur panjang sehingga dapat melihat anak nya sukses. Jangan berhenti mendokan anakmu ini agar menjadi orang yang bermanfaat bagi orang banyak.
3. Kakak-kakak ku tersayang yang selalu memberikan semangat dan keceriaan dalam setiap harinya, dan selalu memotivasi dan memberikan dukungan. Semoga Allah selalu memberikan kesehatan dan umur panjang sehingga kita bisa sama-sama sukses di kemudian hari.
4. Teman-teman seperjuangan yang telah memberikan banyak ilmu, pengalaman, serta momen-momen yang indah selama kuliah.

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr. Wb

Segala puji dan syukur kehadirat Allah SWT atas segala limpahan kasih, karunia dan kehendak-Nya sehingga dalam tugas akhir skripsi dengan judul **ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT PENGGUNAAN *E-MONEY* MENGGUNAKAN MODEL MODIFIKASI *UNIFIED THEORY OF ACCEPTANCE AND USE TECHNOLOGY (UTAUT)* (Studi pada Pengguna OVO Soloraya)**, bisa diselesaikan dengan baik.

Penulisan skripsi disusun untuk memenuhi sebagian syarat guna memperoleh gelar sarjana pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Negeri Islam Radem Mas Said Surakarta.

Terselesaikannya tugas akhir hal ini tidak lepas dari bantuan, arahan, dan petisi dari pertemuan yang berbeda. Saya bergerak untuk mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu dalam pembuatan karya ini. Penyampaian terima kasih yang sebesar-besarnya kepada yang terhormat:

1. Dr. Mudofir, S.Ag., M.Pd, selaku Rektor Universitas Islam Negeri Radem Mas Said Surakarta.
2. Dr. M. Rahmawan Arifin, S.E., M.Si., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.
3. Budi Sukardi, S.E.I., M.E.I., selaku ketua Jurusan Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.

4. Rais Sani Muharrami, S.E.I., M.E.I., selaku Koordinator Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.
5. Rahmawati Khoiriyah, M.E. Selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang telah memberikan banyak perhatian dan bimbingan selama penulis menyelesaikan skripsi.
6. Biro Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam atas bimbingannya dalam menyelesaikan skripsi.
7. Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Mas Said Surakarta yang telah memberikan bekal ilmu yang bermanfaat bagi penulis.
8. Bapak dan Ibu tercinta, yang selalu memberikan doa dan pengorbanan.
9. Teman-teman Perbankan Syariah Angkatan 2019 yang telah memberikan kesenangan dan semangat kepana penulis selama menempuh studi di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Mas Said Surakarta.

Penulis memahami bahwa penulisan skripsi ini masih jauh dari kata sempurna, sehingga analisis dan saran yang bermanfaat sangat diharapkan. Idealnya teori ini dapat bermanfaat serta membantu para sarjana dan pembaca.

Wassalamu 'alaikum Wr. Wb

Sragen, 29 April 2023



Ade Wulandari

ABSTRACT

The purpose of this study was to know whether the factor of performance expectancy, effort expectancy, social influence, and facilitating condition have a positive effect on intention to use OVO. The population in this study is all users of OVO in Soloraya. The sample taken was 100 respondents from the community using OVO in Soloraya. and the sampling technique in this study is purposive sampling.

The data is processed and obtained from primary data in the form of a questionnaire. While the analysis used is the analysis of instrument test, classical assumption test, multiple linear regression test, and hypothesis testing. The analytical method used is regression with the help of SPSS version 26.

The results showed that the variable performance expectations have a significant positive effect on the intention to use OVO, business expectation had a significant positive effect on the intention to use OVO, social influence did not have a significant positive effect on the intention to use OVO. Facilitating conditions have a significant positive effect on interest in using OVO.

Keywords: Interest, performance expectations, business expectations, social influence, Facilitating conditions, OVO, Purposive Sampling

ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah ekspektasi kinerja, ekspektasi usaha, pengaruh social dan kondisi yang memfasilitasi memiliki pengaruh yang positif terhadap minat penggunaan OVO. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh masyarakat pengguna OVO di Soloraya. Sampel yang di ambil sejumlah 100 responden masyarakat pengguna OVO di soloraya. dan tehnik pengambilan sampel dari penelitian ini adalah *purposive sampling*.

Data yang di olah dan di peroleh dari data primer berupa kuisisioner sedangkan analisis yang digunakan adalah analisis uji instrument, uji asumsi klasik, uji regresi linier berganda, dan uji hipotesis. Metode analisis yang digunakan adalah regresi dengan bantuan SPSS version 26.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel ekpektasi kinerja berpengaruh positif signifikan terhadap minat penggunaan OVO, ekspekasi usaha berpengaruh positif signifikan terhadap minat penggunaan OVO, Pengaruh Sosial tidak berpenaruh positif signifikan terhadap minat penggunaan OVO. Kondisi yang Memfasilitasi berpengaruh positif signifikan terhadap minat penggunaan OVO.

Kata Kunci: Minat, Ekspetasi Kinerja, Ekspetasi Usaha, Pengaruh Sosial, Kondisi Fasilitas, OVO, Purposive Sampling

DAFTAR ISI

Halaman Judul.....	i
Halaman Pengesahan	ii
Halaman Surat Bukan Plagiasi.....	iii
Halaman Surat Pernyataan Telah Melakukan Penelitian.....	iv
Halaman Nota Dinas	v
Pengesahan.....	vi
Halaman Motto.....	vii
Halaman Persembahan	viii
Kata Pengantar	ix
Abstrack	xi
Daftar Isi.....	xiii
Daftar Tabel	xviii
Daftar Gambar.....	xix
Daftar Lampiran	xx
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Identifikasi Masalah	11
1.3 Rumusan Masalah	12
1.4 Tujuan Penelitian	12
1.5 Batasan Masalah.....	13
1.6 Manfaat Penelitian	13
1.7 Sistematika Penulisan	14

BAB II LANDASAN TEORI	16
2.1 <i>Unified Theory Of Acceptance And Use Technology</i> (UTAUT)	16
2.2 Minat Menggunakan Uang Elektronik (<i>E-Money</i>)	22
2.2.1 Pengertian Minat Uang Elektronik (<i>e-money</i>)	23
2.2.2 Faktor yang Mempengaruhi minat	23
2.3 Uang Elektronik (<i>E-Money</i>)	25
2.3.1 Pengertian Uang Elektronik (<i>e-money</i>)	25
2.3.2 Manfaat Uang Elektronik (<i>e-money</i>)	27
2.3.3 Resiko Uang Elektronik (<i>e-money</i>)	27
2.4 Aplikasi Mobile Paymen OVO	28
2.4.1 Layanan Pada Aplikasi OVO	29
2.4.2 Keamanan Pada Aplikasi OVO	30
2.5 Hasil Penelitian yang Relevan	30
2.6 Kerangka Berfikir	34
2.7 Hipotesis	35
2.7.1 Pengaruh Ekspektasi Kinerja Terhadap Minat Penggunaan OVO ...	35
2.7.2 Pengaruh Ekspektasi Usaha Terhadap Minat Penggunaan OVO	35
2.7.3 Pengaruh Pengaruh Sosial Terhadap Minat Penggunaan OVO	36
2.7.4 Pengaruh Kondisi Yang Memfasilitasi Terhadap Minat Penggunaan OVO	37
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	38

3.1 Jenis Penelitian.....	38
3.2 Tempat dan Waktu Penelitian	38
3.2.1 Tempat Penelitian.....	38
3.2.2 Waktu Penelitian	38
3.3 Populasi dan Sampel	38
3.3.1 Populasi.....	38
3.3.2 Sampel.....	39
3.4 Teknik Pengambilan Sampel.....	40
3.5 Variabel Penelitian	40
3.5.1 Variabel Independen (Variabel Bebas)	40
3.5.2 Variabel Dependen (Variabel Terikat).....	41
3.6 Definisi Operasional Variabel.....	42
3.7 Teknik Analisis Data.....	43
3.7.1 Uji Instrumen	43
3.7.1.1 Uji Validitas	43
3.7.1.2 Uji Realibilitas	44
3.7.2 Uji Asumsi Klasik.....	44
3.7.2.1 Uji Normalitas	44
3.7.2.2 Uji Multiklinieritas.....	44
3.7.2.3 Uji Heterokedastisitas	45
3.7.3 Uji Regresi Linier Berganda	45

3.7.4 Uji Hipotesis	46
3.7.4.1 Uji signifikansi Parameter Individual (Uji t).....	46
3.7.4.2 Uji Signifikasi Simultan (Uji Statistik F).....	46
3.7.4.3 Uji Koefisien Determinan (Uji R^2)	46
BAB IV HASI DAN PEMAHASAN	48
4.1 Hasil Uji Data	48
4.1.1 Hasil Uji Instrumen Penelitian	48
4.1.1.1 Hasil Uji Validitas.....	48
4.1.1.2 Hasil Uji Realibilitas	51
4.1.2 Hasil Uji Asumsi Klasik	52
4.1.2.1 Hasil Uji Normalitas	54
4.1.2.2 Hasil Uji Multikolonieritas	55
4.1.2.3 Hasil Uji Heterokedastisitas	55
4.1.3 Hasil Uji Regresi Linier Berganda	56
4.1.3.1 Hasil Uji Regresi Linier Berganda.....	56
4.1.4 Hasil Uji Hipotesis.....	58
4.1.4.1 Uji Persial (Uji t).....	58
4.1.4.2 Uji Simultan (Uji F)	59
4.1.4.3 Uji Koefisien Determinan (R^2)	60
4.2 Pembahasan	61
BAB V PENUTUP.....	67
5.1 Kesimpulan	67
5.2 Saran	67
DAFTAR PUSTAKA	68

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Perusahaan Penyelenggara Uang Elektronik	3
Tabel 1.2 Tabel Transaksi Uang Elektronik	6
Tabel 1.3 Pengguna OVO di Soloraya.....	8
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	30
Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel UTAUT	42
Tabel 4.1 Hasil Uji Validitas Ekspektasi Kinerja	48
Tabel 4.2 Hasil Uji Validitas Ekspektasi Usaha	49
Tabel 4.3 Hasil Uji Validitas Pengaruh Sosial.....	49
Tabel 4.4 Hasil Uji Validitas Kondisi yang Memfasilitasi	50
Tabel 4.5 Hasil Uji Validitas terhadap Minat	51
Tabel 4.6 Hasil Uji Realibilitas.....	51
Tabel 4.7 Hasil Uji Normalitas	52
Tabel 4.7 Hasil Uji Multikolineritas	54
Tabel 4.8 Hasil Uji Hetrokedastisitas.....	55
Tabel 4.9 Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda.....	56

Tabel 4.10 Hasil Uji Persial t	58
Tabel 4.11 Hasil Uji Simultan F	60
Tabel 4.12 Hasil Uji Determinan R^2	60

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Gambar Pengguna Uang Elektronik.....	7
Gambar 2.1 Kerangka Kerangka Model UTAUT.....	19
Gambar 2.2 Kerangka Berpikir	34
Gambar 4.1 Histogram dan P-P Plot Uji Normalitas	53

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner Penelitian.....	73
Lampiran 2. Tabulasi Data Responden	83
Lampiran 3. Deskripsi Responden	96
Lampiran 4. Hasil Olah Data SPSS 26.0.....	98
Lampiran 5. R tabel, T tabel, F tabel.....	107
Lampiran 6. Jadwal Penelitian	109
Lampiran 7. Daftar Riwayat Hidup.....	110
Lampiran 8. Hasil Turnitin	111

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Pesatnya pertumbuhan teknologi di era globalisasi saat ini menciptakan kompetisi dalam dunia bisnis. Manajemen perusahaan harus mampu memilih strategi dan inovasi untuk bertahan dalam persaingan bisnis, untuk menjaga kepuasan pelanggan. Oleh sebab itu, perusahaan wajib mempunyai ide bisnis yang inovatif dan kreatif dimana memudahkan dalam memenuhi kebutuhan masyarakat. Sekarang banyak perusahaan yang menggunakan Teknologi Informasi (TI) pada operasional bisnisnya. Teknologi Informasi berperan pada pengambilan suatu keputusan dalam manajemen perusahaan guna menaikkan kualitas serta daya saing di pasar (Pratama & Suputra, 2019).

Dengan bantuan Teknologi Informasi, pada informasi bisnis dapat terpenuhi dengan baik, cepat, akurat dan tepat waktu. Sekarang, banyak industri menggunakan (TI) untuk mengembangkan bisnis, contohnya adalah telekomunikasi, transportasi, pendidikan, kesehatan, dan bisnis. kini perkembangan Teknologi Informasi sudah merambah ke instrumen keuangan juga. Hal ini ditunjukkan dengan munculnya sistem penunai *non-tunai* dengan menggunakan alat pembayaran yang disebut uang elektronik (*e-money*) (Nisa & Mustaqim, 2021).

Alat penunai *non-tunai* saat ini di kembangkan oleh penyelenggara sistem penunai di Indonesia yaitu uang elektronik / juga di sebut dengan

e-money. Secara umum, *e-money* adalah alat yang digunakan untuk bertransaksi atau pembayaran atas bentuk elektronik, dimana nilai uang di simpan pada beberapa media elektronik (Rifaldi et al., 2018). *E-money* di ciptakan untuk membantu individu melakukan pembayaran jadi lebih mudah, melakukan transaksi jadi lebih cepat dan lebih efisien, secara otomatis menyimpan informasi keuangan pribadi, membuatnya lebih aman dan memfasilitasi penggunaan perdagangan elektronik (R. R. Saputri et al., 2003).

Jadi dengan adanya *e-money*, Bank Indonesia akan lebih mudah mengontrol dan memantau peredaran uang pada masyarakat sehingga kemungkinan terjadinya inflasi bisa dikendalikan dengan baik. Sementara, Bank Indonesia melakukan penghematan tambahan pada biaya produksi, yaitu pada uang kertas dan uang yang gampang rusak. Alat pembayaran digital yaitu berupa *chip* dan *server*. *E-money* berbasis *server* terkadang disebut dengan *e-wallet* (produk berbasis perangkat lunak), yaitu jenis uang elektronik yang di kelola oleh *server* yang digunakan dalam suatu transaksi melalui pembawa kode batang yang disertakan pada suatu aplikasi. (Meuthia et al., 2020).

Peralihan dari penggunaan uang tunai ke *e-money* tentunya membutuhkan peran pemerintah dan lembaga keuangan dalam pelaksanaannya. Muncul sebagai pendorong penggunaan *e-money*, Bank Indonesia bersama pemerintah menggalakkan Gerakan Nasional Non Tunai (GNNT) yang dirancang 14 agustus 2014. Gearakan ini maksudkan guna membentuk karakter masyarakat Indonesia yang *Cashless Society*. Meskipun telah mensosialisasikan GNNT sebagai insentif bagi masyarakat untuk beralih menggunakan *e-money*, namun

kenyataannya masyarakat masihh dominan menggunakan uang tunai. Hal ini dikarenakan sosialisasi masih terfokus pada perkotaan sehingga pengetahuan dan pemahaman cara penggunaan *e-money* belum maksimal. Kebijakan pemerintah untuk membiasakan masyarakat menggunakan *e-money* menjadi peluang bagi lembaga keuangan dan lembaga non-keuangan untuk menerbitkan *e-money* (Hasyim, 2022).

Dengan berkembangnya *e-money* di Indonesia yang begitu pesat. Seperti diambil dari halaman resmi Bank Indonesia, Bank Indonesia memperbolehkan izin pada 37 pencetak *e-money*. Bank dan perusahaan telekomunikasi memantau emiten. Berikut adalah daftar penerbit elektronik dimana tercatat di Bank Indonesia.

Tabel 1.1
Perusahaan Penyelenggara Uang Elektronik

No	Nama	Produk E-money
1.	PT Artajasa Pembayaran Elektronis	Mynt
2.	PT Bank Central Asia Tbk	Flazz
3.	PT Bank CIMB Niaga	Go-mobile
4.	PT Bank DKI	Jakcard
5.	PT Bank Mandiri (Persero) Tbk	Emoney, e-toll card, GazCard, Indomaret Card
6.	PT Bank Mega Tbk	Megacash
7.	PT Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk	Tapcash
8.	PT Bank Nationalnobu	Nobu E-money
9.	PT Bank Pertama	BBM Money
10.	PT Bank Rakat Indonesia (Pesero) Tbk	Brizzi
11.	PT Finnet Indonesia	Mobile Cash
12.	PT Indosat, Tbk	Dometku
13.	PT Nusa Satu Inti Artha	Doku
14.	PT Skye Sab Indonesia	Skyedoit
15.	PT Telekomunikasi Indonesia, Tbk	I-VAS Card / T-

		Money
16.	PT Telekomunikasi Seluler	Tcash
17.	PT XL Axiata, Tbk	XL Tunai
18.	PT Smartfren Telecom Tbk	Uangku
19.	PT Dompot Anak Bangsa (d/h PT MV Commerce Indonesia)	Go-Pay
20.	PT Witami Tunai Mandiri	Truemoney
21.	PT Espay Debit Indonesia Koe	UNik
22.	PT Bank QNB Indonesia Tbk	DooEt
23.	PT BPD Sumsel Babel	BSB Cash
24.	PT Buana Media Teknologi	Gudang Voucher
25.	PT Bimasakti Multi Sinergi	Fastpay
26.	PT Visionet Internasional	OVO
27.	PT Inti Dunia Sukses	ISaku
28.	PT Veritra Sentosa International	Paytren
29.	PT Solusi Pasti Indonesia	KasPro (d/h PayU)
30.	PT Bluepay Digital International	Bluepay Cash
31.	PT Ezeelink Indonesia	Ezeelink
32.	PT E2Pay Global Utama	M-Bayar
33.	PT Cakra Ultima Sejahtera	DUWIT
34.	PT Airpay International Indonesia	SHOPEEPAY
35.	PT Bank Sinarmas Tbk	Sinar E-Money
36.	PT Transaksi Artha Gemilang	OttoCash
37.	PT Fintek Karya Nusantara	LinkAja

Sumber : Bank Indonesia (2019)

Berdasarkan tabel di atas, Bank Indonesia memiliki 37 emiten elektronik baik lembaga keuangan maupun non lembaga keuangan antara tahun 2009 hingga 2022. Diperkirakan setiap tahun terus bertambah sesuai dengan kebutuhan masyarakat yang terus berkembang.

Dengan demikian uang elektronik adalah salah satu pembayaran dimana diterima oleh Bank Indonesia dalam bentuk media elektronik atau *server* dimana pengguna terlebih dahulu mengisi saldo. Pada media *chip* uang elektronik berupa kartu. Sementara itu, uang elektronik dalam bentuk *mobile* di implementasikan dalam media *server*. Uang elektronik dengan pembawa berbasis *chip* (kartu) beda dengan alat transaksi elektronik pada kartu lain,

seperti bank dan kartu kredit. (Putu et al., 2019). Uang elektronik termasuk dalam produk prabayar (*prepaid product*), sedangkan kartu pembayaran dan kartu kredit termasuk dalam produk akses (*access product*). Perbedaan antara produk prabayar (*prepaid product*) dan produk akses (*access product*) dapat dilihat pada dana yang disimpan, dana produk prabayar (*prepaid product*) tercermin sepenuhnya di bawah kendali pengguna, sedangkan dana produk akses (*access product*) berada di bawah kendali bank.

E-money yaitu suatu alat pembayaran dalam bentuk elektronik yang nilainya uangnya di simpan pada media tertentu. Pengguna harus mengisi saldo penerbit terlebih dahulu dan menggunakannya untuk melakukan transaksi. Dengan penggunaan, nilai uang berkurang dan pengguna dapat mengisi ulang untuk melakukan transaksi lagi (Wildan dan Martini 2021).

Dengan hadirnya uang elektronik, penggunaannya mendapatkan banyak keuntungan. Dilihat dari berbagai *e-money* kini menjadi semakin efektif. Transparansi transaksi, kemudahan transaksi, penghematan uang pada pengelolaan uang, menghindari dari resiko yang tidak diinginkan yaitu pencurian dan uang palsu. Jadi, pengguna uang elektronik tidak memerlukan uang *cash* kemana-mana, serta tidak akan di pusingkan dengan uang kembalian dimana sering sebagai kendala saat melakukan transaksi. Sehingga suatu bisnis menjadi lebih mudah, aman serta merasa nyaman, sebab tidak ada batasan antara ruang serta waktu (Anisya Tri Wahyuni1, 2022).

Meskipun pengguna *e-money* ini memberikan banyak kemudahan, nyatanya masih banyak masyarakat yang tidak menggunakan uang elektronik dalam kehidupan sehari-hari. Karena budaya menggunakan uang *cash*, tersedianya fasilitas untuk pembayaran yang belum optimal juga tidak bisa di jadikan akibatnya. Selain fasilitas dimana kurang memadai, ada juga permasalahan lainnya, yakni jaringan komunikasi yang tidak merata di berbagai pelosok daerah. Saat bertransaksi uang elektronik, di kawasan membutuhkan jaringan internet yang cukup. Dalam masalah ini merupakan pekerjaan bersama antara pemerintah dengan kontraktor yang harus segera dilakukan.

Tabel 1.2

Tabel Transaksi Uang Elektronik beredar di Indonesia

Periode	Volume	Nominal
tahun 2015	535.579.528	5.283.017.
tahun 2016	683.133.352	7.063.690
tahun 2017	943.319.933	12.375.467
tahun 2018	2.922.698.905	47.198.617
tahun 2019	5.226.699.919	145.165.467.
tahun 2020	4.625.703.561.	204.909.169
tahun 2021	5.451.336.243	305.445.559

Sumber : Bank Indonesia, (2022)

Berdasarkan tabel diatas, dengan beragamnya produk *e-money* yang beredar di Indonesia pertumbuhan jumlah transaksi uang elektronik dari tahun 2015-2022, baik volume transaksi maupun nominal transaksi mengalami kenaikan yang cukup signifikan.

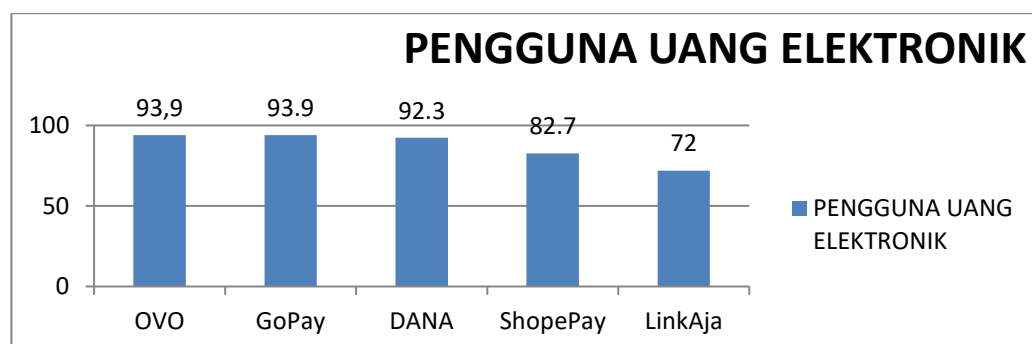
E-money saat ini sudah banyak di gunakan untuk membayar angkutan umum dan *convenience store*, sampai sekarang uang elektronik mobile dimana berkembang di masyarakat antara lain *T-Cash* dari Telkomsel, *GoPay* dari

Gojek, OVO dari Lippo Group serta lainnya (Meuthia et al., 2020). Sebagai salah satu *e-money* berbasis *server*, OVO adalah suatu produk dimana bisa memberi penawaran yang menarik. OVO merupakan suatu aplikasi dengan menawarkan kemudahan atas melakukan transaksi serta cara yang bagus untuk mengumpulkan dan menambah koin dari berbagai lokasi. Secara khusus, penyedia layanan Grup Lippo bekerja sama dengan OVO (Kanthi et al., 2022).

OVO merupakan suatu aplikasi pembayaran elektronik yang baru saja di kenalkan pada masyarakat pada bulan maret 2017. OVO merupakan *platform* yang di pakai sebagai alat pembayaran untuk melakukan suatu transaksi dengan menggunakan metode pembayaran elektronik yang berisi dompet OVO, dan pengguna aplikasi ini dapat beroperasi di ponsel Android pengguna. OVO *Cash* merupakan sejumlah uang yang tersedia pada aplikasi OVO berupa uang elektronik (*e-money*) dimana bisa di gunakan pada beragam jenis transaksi keuangan, yaitu transaksi di beberapa *merchant* rekanan, dengan tambahan serta memeriksa saldo. (Suhendry, 2020).

Gambar 1.1

Pengguna uang elektronik terbanyak



Sumber : Dkatadata.co.id diakses 14 maret 2023 10:46

Berdasarkan tabel pengguna uang elektronik diatas yaitu OVO dan *GoPay* sebagai produk *e-money* berbasis *server* dimana paling banyak dipergunakan oleh masyarakat indonesia khususnya oleh generasi milenial. Dari sisi keterkenalan atau *awarreness* terdapat persamaan yang signifikan cukup terlihat antara pengguna *GoPay* dan OVO, yaitu memiliki presentase yang sama sebesar 93,9 persen. Padahal OVO sendiri memanjakan masyarakat dengan diskon dan poin *reward* untuk pembelian barang dan jasa di tempat-tempat favorit masyarakat, khususnya anak muda sekarang dimana memiliki gaya hidup modern dan konsumtif. Di Soloraya sendiri terdapat beberapa layanan yang menggunakan OVO, antara lain aplikasi Grab, minimarket, *merchant* UMKM dimana bekerjasama dengan aplikasi OVO, serta lainnya. (Meuthia et al., 2020).

Table 1.3

Pengguna OVO di Soloraya

Pengguna OVO di soloraya	Jumlah	presentase
Sragen	36	36%
Karanganyar	11	11%
Klaten	7	7%
Sukoharjo	17	17%
Boyolali	12	12%
Wonogiri	5	5%
Surakarta	12	12%
Total	100	100%

Sumber : Jawaban Responden dari Domisili

Berdasarkan observasi yang telah peneliti lakukan terhadap masyarakat pengguna *e-money* pada aplikasi OVO yang sudah memiliki aplikasi dan menggunakannya kurang lebih satu minggu yang berdomisili di sragen pengguna OVO sebanyak 36%, masyarakat berdomisili karanganyar sebanya 11%, masyarakat klaten sebanyak 7%, masyarakat sukoharjo sebanyak 17%, masyarakat boyolali sebanyak 12%, masyarakat wonogiri sebanyak 5%, dan kota surakara sebanyak 12%. Dengan adanya hasil observasi ersebut dapat disimpulkan bahwa pengguna OVO sudah tersebar luas di Soloraya terutama di kabupaten sragen yang dibuktikan dengan observasi pengguna OVO sebesar 32%.

Studi yang dilakukan dengan model UTAUT mendapat hasil yang berbeda. Pada penelitian (Suhendry, 2020) tentang minat pemakaian OVO di pontianak mempergunakan model *Unified Theory Of Acceptance and Use Technology*. Mendapatkan hasil bahwasanya variabel *performance expectancy*, *effort expectancy*, *social influence*, serta *facilitating condition* dengan bersamaan berpengaruh terhadap variabel minat pemakaian OVO. Teknik pengambilan sampel yang tidak disengaja dan metode pengambilan sampel bola salju digunakan untuk pengambilan sampel. Penyatuan data melalui kuesioner. Mempergunakan metode analisis data analisis regresi berganda. Temuan study ini menjelaskna bahwasanya minat memanfaatkan OVO dipengaruhi oleh empat karakteristik UTAUT.

Pada penelitian (Kanthi et al., 2022) tentang Analisis Penerapan Model UTAUT Dalam Memahami Penerimaan serta Pemakaian Pada Aplikasi OVO di

Kota Malang. Variabel yang digunakan merupakan empat variabel independen (*performance expectancy, effort expectancy, social influence, serta facilitating condition*) serta satu variabel dependen (*Behavior Intention*). Berdasarkan analisis data didapatkan hasil bahwa *performance expectancy, effort expectancy,* dan *social influence* berpengaruh positif terhadap *behavior intention, facilitating condition* tidak berpengaruh terhadap *behavior intention*.

Dalam penelitian (Victor Hendrik, 2016) tentang Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Minat Penerimaan serta Perilaku Penggunaan Sistem Informasi. Tujuannya yaitu mempelajari dampak atas ekspektasi kinerja, ekspektasi usaha, faktor sosial, serta keadaan dimana memfasilitasi terhadap minat penerimaan serta pemakaian sistem informasi terhadap perilaku pemakaian sistem informasi dengan model UTAUT. Hasil study menjelaskan bahwasanya pengaruh positif serta signifikan dari ekspektasi usaha serta kondisi yang memfasilitasi terhadap minat penerimaan serta penggunaan SI, sedangkan ekspektasi kinerja serta faktor sosial tidak berpengaruh terhadap minat SI, serta minat penerimaan berpengaruh positif terhadap perilaku pemakaian SI.

Penelitian yang dilakukan oleh (Hasyim, 2022) tentang *Modification of UTAUT2 in assessing the use of E- Money in Surakarta*. Pada penelitian bertujuan untuk mengukur minat masyarakat dengan menggunakan e-money dengan pendekatan UTAUT 2. Metode yang digunakan pada penelitian yaitu regresi dengan populasi masyarakat surakarta dengan sampel sebanyak 102 responden. Hasil penelitian Ekspektasi usaha, keinginan hedonis, nilai harga serta kebiasaan berpengaruh terhadap minat penggunaan *e-money*. Sementara,

ekspektasi kinerja, faktor sosial, serta kondisi yang memfasilitasi tidak berpengaruh terhadap minat pemakaian *e-money*.

Dari uraian dimana sudah di paparkan di atas terdapat hasil yang berbeda, maka penelitian ini dimaksud guna melaksanakan penelitian kembali dengan mencoba menganalisis minat penggunaan *e-money* dengan objek Pengguna OVO di soloraya yang memenuhi kategori dalam penealitian. Berdasarkan yang telah di jelaskan peneliti ingin meneliti factor ketertarikan menggunakan *e-money* di soloraya. Untuk melakukan penelitian terhadap minat pemakaian *e-money* pada pemakaiaan OVO memerlukan suatu pendekatan abstrak dimana di gunakan agar penelitian ini terarah serta tepat. Salah satunya yaitu metode guna melaksanakan penelitian terhadap minat penggunaan OVO yaitu dengan pemakaian *model Unified Theory Of Acceptance And Use Tehnology* (UTAUT). Dengan demikian penulis mengambil judul “**Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Penggunaan *E-Money* Menggunakan Model Modifikasi *Unified Theory Of Acceptance and Use Technology* (UTAUT) (Studi Pada Pengguna OVO Soloraya).**”

1.2 Identifikasi Masalah

Dari latar belakang masalah yang di paparkan, maka penulis bisa mengidentifikasi masalah menjadi berikut :

1. OVO menjadi peringkat pertama pada penggunaan uang elektronik di indonesia dan kedudukan OVO mulai disaingi oleh pemakai *GoPay*.
2. Terdapat ketidakstabilan *Gap Research* pada penelitian terdahulu.

1.3 Rumusan Masalah

Dari latar belakang yang di paparkan diatas. Pertanyaan penelitian yang diajukan pada study ini dirumuskan sebagai berikut:

1. Apakah ekspetasi kinerja berpengaruh terhadap ketertarikan pemakaiaan OVO?
2. Apakah ekspetasi usaha berpengaruh terhadap ketertarikan pemakaiaan OVO?
3. Apakah pengaruh sosial berpengaruh terhadap ketertarikan pemakaiaan OVO?
4. Apakah kondisi yang memfasilitasi memiliki pengaruh terhadap ketertarikan pemakaiaan OVO?

1.4 Tujuan Penelitian

Dari rumusan masalah diatas, maka tujuan study ini adalah sebagai berikut:

1. Mengetahui pengaruh ekspetasi kinerja terhadap ketertarikan pemakaiaan OVO.
2. Mengetahui pengaruh ekspetasi usaha terhadap ketertarikan pemakaiaan OVO.
3. Mengetahui pengaruh sosial terhadap ketertarikan pemakaiaan OVO.
4. Mengetahui kondisi yang memfasilitasi terhadap ketertarikan pemakaiaan OVO.

1.5 Batasan Penelitian

Batasan-batasan masalah atas penelitian ini membatasi permasalahan pada identifikasi masalah yakni sebagai berikut:

1. Penelitian ini akan dilakukan terhadap pengguna *e-money* (OVO) disoloraya.
2. Objek penelitian yang peneliti ambil adalah pengguna *e-money* (OVO) disoloraya.
3. karakteristik sampel penelitian yaitu pengguna *e-money* melalui aplikasi OVO disoloraya dengan rentan umur 17 tahun sampai 60 tahun, jenjang pendidikan minimal SMP dan pengalaman menggunakan minimal satu minggu.

1.6 Manfaat Penelitian

Manfaat atas study tentang analisis faktor-faktor yang mempengaruhi ketertarikan pemakaian *e-money* penggunaan model modifikasi *Unified Theory Of Acceptance And Use Technology* sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

1. Bagi Penulis

Menambah kedalaman pemahaman serta keahlian serta kesempatan bagi penulis untuk menggunakan informasi yang dipelajari dari perkuliahan, yang dapat digunakan sebagai data mentah untuk studi lebih lanjut.

2. Bagi Perkembangan Ilmu Pengetahuan

Secara teoritis diharapkan hasil study ini bermanfaat serta membawa pemikiran bagi perkembangan ilmu pengetahuan dan khususnya ilmu ekonomi.

2. Manfaat Praktisi

1. Bagi Perusahaan

Melalui study ini di harapkan penelitian ini menambah dan memberikan wawasan tentang analisis perilaku konsumen pada pengembangan strategi pemasaran terkait perilaku konsumen dan kemudahan teknologi pendukung guna menaikkan minat keputusan konsumen mempergunakan uang elektronik.

2. Bagi pengguna

Dari hasil study ini bisa menarik ketertarikan serta motivasi pemakai agar bisa mempergunakan *e-money* dan harapannya masyarakat mendukung gerakan *less cash society* dengan menggunakan *e-money* dalam kehidupan masyarakat.

1.7 Sistematika Penulisan

Agar memudahkan penulisan serta pembahasan pada study ini, maka dibagi menjadi beberapa bab yaitu berikut :

BAB I PENDAHULUAN

Pada bab ini terdiri dari latar belakang, batasan masalah, rumusan masalah, tujuan serta manfaat study, serta sistematika penulisan penelitian.

BAB II LANDASAN TEORI

Pada bab ini terdiri dari landasan teoritis / teori-teori pendukung yang menjadi landasan penulisan skripsi, kerangka pemikiran, serta hipotesis.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Pada bab ini diuraikan waktu, ruang lingkup study, jenis penelitian, populasi, sampel, teknik pengambilan sampel, data dan sumber data, teknik pengumpulan data, variabel penelitian, serta teknik analisis data. Metode penelitian ialah bagian dimana didalamnya menjelaskan bagaimana study ini dilakukan dengan operasional.

BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini merupakan hasil study dimana sudah dilaksanakan dengan pembuktian hipotesis penelitian. Maka selanjutnya tentang pengaruh variabel independen terhadap pengaruh dependen yang diteliti.

BAB V PENUTUP

Bab ini ialah kesimpulan serta hasil analisis data dimana sudah di olah oleh penulis, dan hendak di paparkan juga keterbatasan penulis setelah melaksanakan penelitian serta saran.

BAB II

LANDASAN TEORI

2.1 Unified Theory Of Acceptance and Use Of Technology (UTAUT)

Unified Theory Of Acceptance and Use Of Technology (UTAUT) merupakan ide dimana dibesarkan oleh Venkatesh dimana mengintegrasikan ide atas dasar dimana berhubungan model penerimaan teknologi dan perilaku pada pengguna teknologi tersebut. (Rifaldi et al., 2018). UTAUT menerangkan tentang niat pengguna dalam mempergunakan suatu skema informasi serta kepribadian penggunaan berikutnya. Ide ini mengidentifikasi dari empat konstruksi dimana merupakan penentu langsung atas niat ataupun perilaku (Oliveira et al., 2014).

UTAUT dibesarkan oleh (Venkatesh et al., 2003) menghubungkan delapan ide penerimaan teknologi menjadi satu ide. berdasarkan delapan ide tersebut maka di satukan ke dalam teori satu ide yaitu UTAUT (Kijsanayotin et al., 2009).

Delapan teori yang dikembangkan oleh Venkatesh dkk, yakni sebagai berikut :

1. *Theory of Reasoned Action (TRA)*

Teori ini adalah salah satu teori mendasar dimana digunakan dalam memprediksi perilaku manusia. Memiliki dua variabel yaitu sikap dan pengaruh sosial. Dari dua variabel tersebut untuk mengembangkan model teori UTAUT.

2. *Technology Acceptance Model (TAM)*

Ide ini disusun guna memprediksi penerimaan serta penggunaan teknologi informasi di suatu tempat kerja. Pada model ini memiliki tiga variabel dan hanya menggunakan satu variabel yaitu *subjective norm* yang digunakan pada pengembangan model UTAUT

3. *Motivation Model (MM)*

Model teori ini menggunakan teori motivasi untuk mengetahui adopsi dari penggunaan teknologi baru. Memiliki dua variabel utama, yakni *Extrinsic Motivation* serta *Intrinsic Motivation*.

4. *Theory of Planned Behavior (TPB)*

Teori ini yaitu teori dalam melengkapi kondisi saat perilaku individu tidak suka rela, dengan memasukan prediktor niat dan perilaku. Dan pengambilan variabel *Attitude Toward Behavior*, *Subjective Norm*, *Perceived Control* dalam pengembangan UTAUT.

5. *Kombinasi TBP dan TAM (CTAM-TBP)*

Menggabungkan prediksi TPB dengan persepsi TAM yang di amati untuk membuat model *hybrid*. Model *hybrid* memberikan penjelasan yang tepat tentang faktor penentu penerimaan serta penggunaan teknologi. Variabel dimana digunakan untuk menyusun UTAUT ialah sikap terhadap kepribadian, norma subyektif, kontrol kepribadian yang dirasakan, manfaat yang dirasakan (Khatimah et al., 2019).

6. Model of PC Utilization

Model teori ini di ambil dari teori perilaku manusia guna memprediksi penerimaan individu serta pemakaian beragam teknologi informasi. Variabel yang di ambil adalah *Job-Fit*, *Complexity*, *Long-term Consequences*, *Sosial Factors*, *Facilitating Condition* dalam membentuk UTAUT (Raman, 2018).

7. Innovation Diffusion Theory (IDT)

Model toeri ini di gunakan untuk mempelajari berbagai inovasi. Variabel yang diambil ialah *Relative Advantage*, *Ease of Use*, *Image*, *Visibility*, *Compatibility*, *Results Demonstrability*, *Voluntariness of Use* yang digunakan dalam membentuk UTAUT (Rahmawati & Maika, 2021).

8. Social Cognitive Theory (SCT)

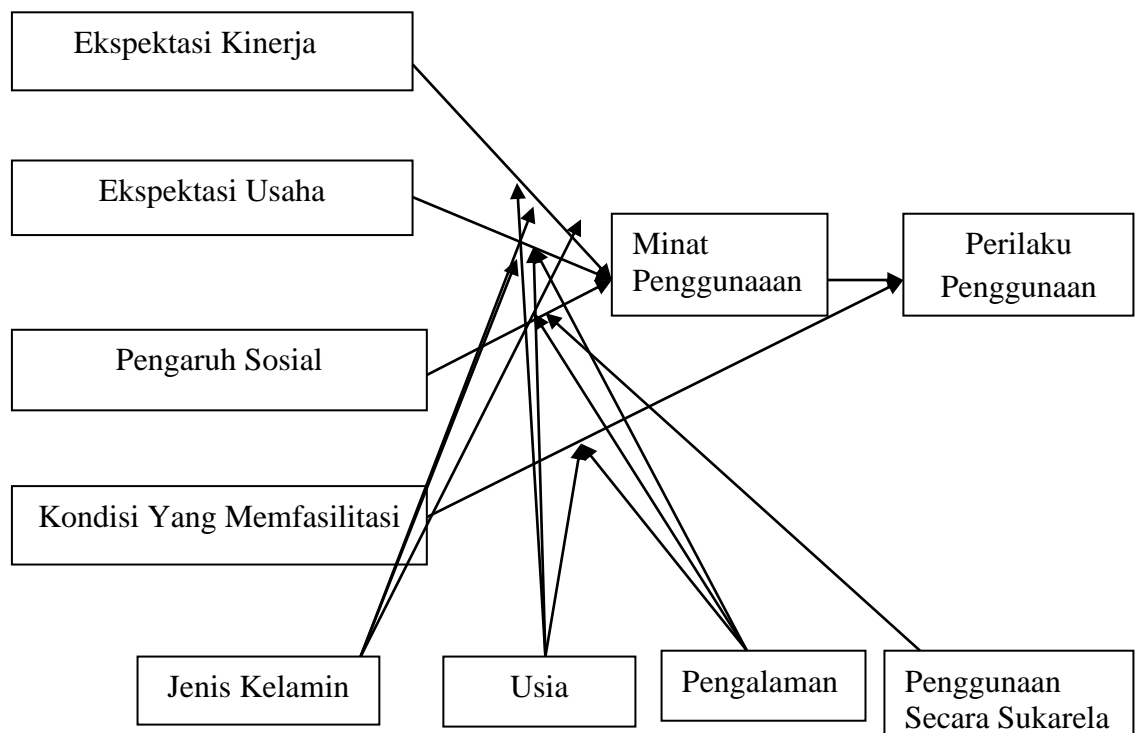
Model ini digunakan untuk menjelaskan teori perilaku manusia dalam penggunaan komputer. Variabel ni menggunakan *Outcome Expectations*, *Performance Outcome*, *Expectations Personal*, *Self-efficacy*, *Affect*, *Anxiety* dalam membantuk UTAUT (Odeh, 2019).

Model pada teori ini merupakam landasan teori penelitian dari perusahaan teknologi. UTAUT mempunyai empat konstruk dimana memiliki pengaruh terhadap niat kepribadian (*behavioral intentions*) ke pemakaian teknologi (*use a technology*), empat konstruk yang terdiri variabel yang ada dalam UTAUT. (Mutiara Indah1, 2019). Model UTAUT bertujuan menjelaskan penerimaan teknologi didasarkan pada delapan teori atau model penerimaan teknologi (Hung et al., 2013).

Ekspektasi kinerja lebih kepada kepercayaan seseorang, bahwa teknologi yang di pakai dapat memberi manfaat dalam melaksanakan tugas dalam suatu pekerjaan, faktor ini juga berpengaruh terhadap keinginan kepribadian terhadap suatu teknologi (Venkatesh et al., 2003). Pengguna teknologi menikmati lebih banyak kemudahan berkat ekspektasi bisnis. Dampak sosial, yaitu berapa banyak orang di sekitar seseorang yang membentuk pengalamannya memanfaatkan teknologi, menjadi krusial (Abu-Al-Aish & Love, 2013).

Gambar 2.1

Kerangka Model UTAUT



Sumber : (Venkatesh et al., 2003)

1. Ekspetasi Kinerja (*Performance Expectancy*)

Ekspektasi kinerja yakni sebuah keyakinan individu dalam penggunaan sistem ataupun teknologi hendak memberi manfaat serta dapat menaikkan kinerjanya atas dilakukan suatu pekerjaan (Venkatesh et al., 2003). Variabel ini dibuat dengan mengumpulkan sejumlah model studi sebelumnya untuk adopsi dan penggunaan teknologi informasi (Hsu, 2012), diantaranya adalah sebagai berikut:

1. Persepsi terhadap kegunaan
 2. Ekspektasi-ekspektasi hasil
 3. Kesesuaian pekerjaan
 4. Motivasi ekstrinsik
 5. Keuntungan relatif
- ### 2. Ekspektasi usaha (*effort expectancy*)

Ekspetasi usaha yakni tingkat kegunaan sistem dimana bisa mengurangi kebutuhan energi serta waktu seseorang saat melaksanakan tugas (Venkatesh et al., 2003).

Ekspektasi usaha adalah tingkat kenyamanan dengan mempergunakan teknologi. Jika seseorang tidak kesulitan menggunakan teknologi, mereka akan menggunakan teknologi. Namun, jika seseorang merasa bahwa menggunakan teknologi ini membutuhkan banyak pengetahuan, maka dia tidak akan mempergunakan teknologi ini. Tiga komponen yang membentuk ekspektasi bisnis adalah persepsi kemudahan pemakaian (TAM/TAM2), kompleksitas (MPCU), serta kemudahan pemakaian (IDT) (Wu et al., 2007).

3. Pengaruh sosial (*social influence*)

Pengaruh sosial yaitu seberapa jauh individu melihat orang lain yang ada disekelilingnya, seperti keluarga, sahabat serta teman, mengundang individu guna mempergunakan sistem baru (Venkatesh et al., 2003).

Efek sosial yaitu bagaimana seseorang yakin bahwa orang-orang terdekatnya dapat mempengaruhi dan merekomendasikan penggunaan teknologi, mengacu pada tekanan sosial yang disebabkan oleh lingkungan sekitar (eksternal), seperti teman, kerabat, keluarga dan atasan yang dekat dengan orang tersebut. Variabel yang bisa digunakan untuk mengukur pengaruh social, yaitu : norma subyektif, faktor sosial, citra (Wilfan & Martini, 2021).

Tekanan sosial untuk mengadopsi teknologi informasi, seperti saran dari teman, keluarga, dan atasan. Pengaruh sosial juga dianggap sama dengan *subjektive norm* merupakan dalam TRA, TAM, TPB, faktor sosial dalam MPCU, serta citra pada ide difusi inovasi (Khatimah et al., 2019).

4. Kondisi yang memfasilitasi (*facilitating conditions*)

Kondisi yang memfasilitasi ialah tingkat kenyamanan seseorang dalam penggunaan suatu sistem yang di dukung infrastruktur teknis serta suatu organisasi (Venkatesh et al., 2003). Kondisi dimana memfasilitasi mempunyai efek positif terhadap minat pemakaiaan skema informasi, serta tidak dipengaruhi secara signifikan (Gunawan et al., 2019).

5. Minat dan perilaku (*behavioral intention*)

Minat merupakan suatu keinginan dalam melakukan perilaku. Perilaku (*behavioral*) yaitu melakukan kegiatan atau keinginan secara nyata. *Theory of Reasoned Action* (TRA) mengemukakan bahwasanya perilaku dilaksanakan sebab seseorang memiliki minat dan juga keinginan dalam melaksanakannya sesuatu (Mansyur et al., 2022).

2.2 Minat menggunakan uang elektronik

2.2.1 pengertian minat

Minat ialah suatu keinginan hati yang besar terhadap apa yang diinginkan. Minat adalah kecenderungan seseorang untuk membuat keputusan tentang pilihan tindakan. Pengaruh keadaan seseorang bisa mengubah minat seorang sehingga minat bisa dikatakan stabil. Secara etimologis arti minat adalah perhatian, keinginan. Menurut definisi yang sama, suatu alat mental dari beberapa campuran perasaan, harapan, prasangka, / kecenderungan lain dimana menunjukkan seseorang atas suatu pilihan.

Setiap minat memuaskan kebutuhan. Dalam menjalankan tugasnya erat kaitannya dengan suatu perasaan dan pikiran. Pikiran cenderung bergerak di sektor rasional analisis, sedangkan bersifat halus lebih pada suatu kebutuhan. Pada saat yang sama, pikiran bertindak sebagai pengingat bahwa pikiran dan perasaan berada pada harmoni yang harmonis, sehingga dapat diatur dengan baik.

Minat merupakan keinginan besar pada suatu hal yang munculnya dari suatu kebutuhan yang diketahui atau tidak. Minat pada hakikatnya merupakan menerima hubungan diri sendiri dengan orang lain. (Indrawati & Putri, 2018).

Minat adalah suatu keadaan dimana seseorang berada dalam kapasitas subyektif yang melibatkan hubungan pada seseorang dengan aktivitasnya. Niat perilaku adalah kemauan seseorang untuk berperilaku seperti yang diprediksi oleh sikap mereka pada perilaku dan bagaimana menurut mereka orang lain akan menilai mereka ketika mereka berperilaku. (Valentino & Noven, 2022).

Ketertarikan dapat dilihat sebagai keinginan kuat subjek untuk tertarik pada sesuatu dan kegembiraan mereka karena telah membuat pilihan itu. Dalam hal ini, minat mengacu pada kesediaan konsumen untuk menggunakan OVO sebagai alat untuk melakukansuatu pembayaran digital karena suatu alasan, seperti kemudahan dalam menggunakan, keyakinan dalam transaksi pembayaran dengan OVO aman, penggunaan OVO menawarkan berbagai keuntungan, ada juga risiko penggunaan yang rendah. (O. B. Saputri, 2020).

2.2.2 Faktor-faktor yang mempengaruhi minat

Ketertarikan pada barang tertentu yang sudah orang lain lihat dilihat adalah seberapa tertarik orang memiliki barang tersebut, dapat diklasifikasikan sebagai berikut:

1. faktor kebutuhan

Secara internal merupakan suatu kebutuhan jasmani serta rohani.

2. Faktor motif sosial

Tumbuhnya minat pada orang bisa dijelaskan dengan motivasi sosial seperti kebutuhan akan perhatian dan persetujuan dari orang lain.

3. Faktor emosional

Ukuran intensitas memperhatikan aktivitas seorang individu.

Berdasarkan penjelasan mengenai minat yang diuraikan di atas bisa diartikan bahwasanya minat merupakan suatu keinginan terhadap sesuatu, baik suatu objek atau aktivitas lainnya, yang sesuai dengan perasaan seseorang sebagai sumber motivasi (Valentino & Noven, 2022).

Minat masyarakat pemilik uang elektronik (*e-money*) dalam penggunaannya adalah suatu aktivitas atau ketertarikan terhadap sesuatu, baik objek atau aktivitas, yang sesuai perasaan seseorang sebagai sumber motivasi. Jika minat seseorang tinggi, maka motivasi dalam mewujudkannya juga tinggi. Sebagai alternatif alat pembayaran, uang elektronik merupakan inovasi uang tunai yang cukup mudah dalam penggunaannya. Pengguna *e-money* merupakan kondisi nyata pemilik *e-money* menggunakannya dalam melakukan transaksi (Abdurrahim et al., 2018).

Dari pengertian di atas menyatakan bahwa minat penggunaan uang elektronik adalah minat dan kemauan masyarakat dalam melaksanakan transaksi non-tunai dengan mempergunakan *e-money*. (Mutiara Indah1, 2019).

2.3 Uang Elektronik (*E-Money*)

2.3.1 Pengertian Uang Elektronik (*E-Money*)

E-money merupakan alat dimana dipergunakan guna menyelesaikan transaksi berdasarkan nilai uang dimana telah ditempatkan pengguna uang elektronik sebelumnya pada pencetak. Nilai uang ini disimpan secara elektronik pada media seperti server / chip (Pratama & Suputra, 2019). Bagi pedagang dimana bukan penerbit *e-money* dimanfaatkan sebagai alat pembayaran.

Bank for International Settlement (BIS) menyatakan bahwa bulan Oktober tahun 1996 tentang implikasi bagi bank sentral dari pengembangan elemen *e-money* bahwa *e-money* ialah produk nilai tersimpan atau prabayar dimana total uang di simpan secara elektronik kedalam suatu perangkat elektronik yang di miliki oleh pengguna uang elektronik (Meuthia et al., 2020).

E-money merupakan suatu alat pembayaran untuk melakukan suatu transaksi secara elektronik dengan menggunakan jaringan internet. *E-money* di keluarkan oleh perusahaan perbankan maupun lembaga non-perbankan (LSB). *E-money* dapat digunakan untuk bertransaksi karena memiliki nilai moneter dimana dicatat secara elektronik pada sebuah chip atau media server. Uang elektronik bisa dipergunakan dalam beragam pembayaran (multiguna) di berbagai bisnis dan layanan dimana menerima pembayaran dari pengguna uang elektronik. (Meuthia et al., 2020).

Alat pembayaran dengan media kartu di golongan menjadi dua macam, yakni *prepaid product* serta *access product*. Uang elektronik merupakan produk

dimana termasuk pada *prepaid product* sementara kartu *debit / kredit* ialah contoh dari *access product*. Secara umum karakteristik dari *e-money* sebagai berikut:

1. Dalam melaksanakan transaksi nilai uang dimana tercatat pada perangkat *e-money* berkurang.
2. Nilai uang dimana terekam pada *e-money* semuanya hak konsumen.
3. Ketika melakukan pembayaran, pemindahan uang dalam bentuk *electronic value* dan *e-money* pada *merchant* bisa dilakukan secara offline. Pada hal ini verifikasi dilakukan cukup dengan level *merchant (point of sale)*, tanpa harus online ke komputer penecetak *e-money*.

Berdasarkan ciri *e-money* yang telah dipaparkan, nilai uang dicatat secara elektronik, produk elektronik dapat dibagi atas dua kategori yaitu berikut:

1. Card-based product (*prepaid card*)

Uang elektronik ini memakai media kartu dimana mengandung *integrated circuit (IC) card* di dalamnya dan Pada *IC card* terdapat sebuah *mikroprosesor chip*. Di dalamnya di instal operating sistem serta aplikasi yang melakukan transaksi seperti melakukan perhitungan dan penyimpanan data. Uang elektronik jenis ini disebut dengan dompet elektronik (*electronic purses*) (Priambodo & Prabawani, 2015).

2. Software-based product (*prepaid software*)

E-money ini merupakan aplikasi dimana di instal di komputer (*personal computer*) dan telephone dimana di jalankan oleh operating

sistem.pada penggunaan transaksi harus menggunakan jaringan internet. Pemilik akun *e-money* online yang bisa di akses menggunakan telephone atau komputer, dan melakukan transaksi. Hingga sekarang ada uang ada banyak uang elektronik online berbasis *software* dimana di terbitkan oleh perusahaan non perbankan (Abdurrahim et al., 2018).

2.3.2 Manfaat uang elektronik (*E-Money*)

1. Mendapatkan kemudahan dan kecepatan saat bertransaksi
2. Tidak ada uang kembalian atas bentuk barang apapun dikarenakan pedagang tidak ada uang kembali dimana bernilai kecil.
3. Mudah dalam melakukan perdagangan grosir dengan nilai rendah tetapi frekuensi tinggi. Misalnya, transportasi, parkir, tol, makanan cepat saji, dan lain sebgainya.

2.3.3 Resiko uang elektronik (*E-Money*)

- a. E-money bisa dipakai oleh orang pihak lain yang tidak bertanggung jawab, karena sama halnya uang elektonik dengan uang tunai jika hilang tidak bisa dipertanggungjawabkan oleh penerbit.
- b. Pengguna belum memahami sepenuhnya cara menggunakan *e-money*. misalnya, pengguna belum mengetahui bahwa pembaca menempelkan *e-money* dua kali dengan transaksi yang sama, dan nilai uang jadi mengurang lebih dari nominal transaksi.
- c. Kesalahan pada saat memasukkan angka atau kode pada saat penambahan *e-money* dikarenakan kesalahan pengguna (*human error*) atau kurangnya fasilitas di beberapa wilayah di indonesia. Karena

fasilitas jaringan internet hanya terkonsentrasi di beberapa kota besar saja (Priambodo & Prabawani, 2015).

2.4 Aplikasi Mobile Payment OVO

OVO merupakan aplikasi pintar dimana menyediakan suatu pelayanan dalam melakukan transaksi online (*OVO Cash*). Setelah melakukan transaksi pembayaran dengan aplikasi OVO kita juga bisa mendapatkan poin. Saat ini, pembayaran lebih cepat yang beroperasi dengan aplikasi OVO dilakukan menggunakan *OVO Cash*. Pembelian tunai OVO di pengecer mitra OVO memberi Anda Poin OVO, yang merupakan insentif loyalitas. Jika Anda memiliki OVO Points, Anda dapat menukarkannya di Merchant Mitra OVO dengan sejumlah penawaran yang menggiurkan (Suhendry, 2020).

OVO menawarkan transaksi sederhana tanpa meminta terlalu banyak uang tunai dari pelanggan. Hanya dengan mendemonstrasikan aplikasi OVO tempat ditemukannya saldo *cash* atau *point* (Anwar et al., 2020)

Berikut beberapa fitur umum pada aplikasi OVO :

1. Poin Berlipat

Salah satu fitur utama dari aplikasi OVO yaitu bisa mendapatkan poin setiap melakukan pembelian menggunakan *merchant* melalui tanda *OVO zone*. Seperti sudah dipaparkan sebelumnya, OVO tak hanya menawarkan media pembayaran, tetapi OVO juga menawarkan *loyalty rewards* yang bisa didapat saat dilakukan transaksi pembayaran di berbagai *merchant* rekanan OVO (Maulana & Cahyadi, 2022).

2. Promo Memikat

Fitur berikutnya adalah OVO memberikan tawaran yang menarik kepada pengguna OVO yang berbelanja di *merchant* rekanan OVO.

3. Merchant Hebat di Banyak Tempat

Keunggulan OVO adalah kemungkinan dalam menggunakan poin OVO di berbagai penjual rekanan. OVO memberi kemudahan berbisnis serta membayar semua kebutuhan dengan *merchant* dimana tersebar di beragam wilayah Indonesia (Putra et al., 2022).

4. Pembayaran Lebih Cepat

Metode pembayaran gratis pada OVO memberi pembayaran yang mudah dan cepat.

5. Atur Keuangan dengan Tepat

Bisa mengatur pengeluaran secara runtut dengan mempergunakan OVO.

6. Layanan OVO Points

OVO Points yaitu loyalty reward yang dapat di peroleh saat melakukan pembelian dengan OVO. Poin OVO ini bias ditukarkan dengan berbagai kampanye dan tawaran menarik lainnya atau juga bisa ditukarkan dengan pembayaran di *merchant* rekanan OVO (Kanthi et al., 2022).

2.4.1 Layanan Pada Aplikasi OVO

Pembayaran PLN, pulsa, bundel data, setelah bayar, BPJS kesehatan, TV kabel, asuransi, pajak lingkungan, serta layanan parkir yang bermitra dengan OVO hanyalah sebagian kecil dari layanan aplikasi OVO yang tersedia di website. OVO atau rekening bank apa pun dapat digunakan untuk fitur transfer.

Dapat juga menggunakan kartu kredit, ATM, online atau mobile banking, Booth OVO, Grab, atau Toko Pedia untuk mengisi ulang perangkat OVO. Dengan biaya tambahan aau admin sebesar Rp. 1.000 setiap melakukan transaksi pembayaran mulai tanggal 2 Maret 2020 (www.cnnindonesia.com). Sampai saat itu, isi ulang menggunakan OVO dengan kartu debit bertambah hingga dua persen (Putu et al., 2019).

2.4.2 keamanan Pada Aplikasi OVO

OVO juga melakukan sistem keamanan berlapis agar bias menjamin keamanan pengguna dari kejahatan dunia maya. Fitur keamanan OVO meliputi OTP (*One Time Password*), kode keamanan berbasis PIN, sidik jari serta notifikasi ketika perangkat elektronik yang berbeda menggunakan akun OVO. Terdapat OVO-ID dengan fungsi yang mencakup kode identifikasi berupa barcode dan kode QR (Saragih et al., 2019).

2.5 Hasil Penelitian Yang Relevan

Suatu penelitian tidak dapat dilakukan tanpa mengarah pada penelitian sebelumnya, oleh sebab itu untuk mendukung temuan penelitian saat ini dan guna membandingkannya dengan penelitian sebelumnya, berikut penelitian terdahulu dimana dijadikan referensi:

Tabel 2.1
Penelitian Terdahulu

No	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Metode Penelitian	Hasil Penelitian
1.	Muhammad Muttaqin, (2018)	Analisis Pemanfaatan Sistem Informasi	Metode Kuantitatif	1.Keinginan kinerja berpengaruh positif terhadap ketertarikan pemanfaatn dan

		<i>E-Office</i> Pada Univesitas Pembangun an Pasca Budi Medan dengan Menggunak an Metode UTAUT		pemakaian dalam pemakaian <i>E-office</i> 2. Ekspektasi usaha berpengaruh positif terhadap ketertarikan pemanfaatan dan pemakaian dalam menggunakan <i>E-office</i> 3. Faktor sosial berpengaruh positif terhadap pemanfaatan dan pemakaian dalam menggunaka <i>E-office</i> 4. faktor yang mendorong dampak yang menguntungkan pada pemanfaatan dan pemakaian <i>E-office</i> 5. Minat pemanfaatan berpengaruh positif terhadap perilaku pemakaian <i>E-office</i>
2.	Chika Wulan Mustika 1, Indira Rachmawati , S.T., M.S.M. (2018)	Analisis Minat Masyarakat terhadap Penggunaan <i>E-Tollpass</i> di Jabodetabek dengan Modifikasi <i>Unified Theory Of Acceptance And Use Technology</i> (Modified UTAUT)	Metode Kuantitatif (analisis stucural equaio partial modeling (SEM) berbasis (PLS)	1. Minat penggunaan dipengaruhi secara positif oleh keinginan kinerja <i>e-tollpas</i> mandiri 2. Minat penggunaan dipengaruhi secara positif oleh keinginan kinerja <i>e-tollpas</i> mandiri 3. Minat penggunaan dipengaruhi secara positif oleh efek sosial <i>e-tollpas</i> mandiri 4. <i>Perceived risk</i> tidak berpengaruh terhadap minat pemakaian <i>e- tollpash</i> mandiri 5. <i>Perceived cost</i> tidak berpengaruh terhadap minat pemakaian <i>e- tollpash</i> mandiri
3.	Mohammad Husam	Factors Affecting	Metode Kuantitatif	Hasil penelitian yaitu pengaruh positif serta

	Odeh, 2019)	the Adoption of Financial Information System Based on UTAUT Model		signifikan dari ekspektai kinerja, keinginan usaha, pengaruh sosial, serta kondisi yang memfasilitasi terhadap niat kepribadian untuk mengadopsi sistem informasi keuangan.
4.	Arfah Habib Saragih, Nadhirotul Ulfa Septamia , (2019)	Analisis Penerimaan <i>Pemakai E-Filing</i> Menggunakan <i>Model Unified Theory Acceptance And Use Of Teknologi</i> (UTAUT)	Metode Kuantitatif (SPSS V.20)	<ol style="list-style-type: none"> 1. keinginan kinerja berpengaruh positif terhadap pemanfaatan. <i>e-felling</i> 2.keinginan usaha tidak berpengaruh yang tidak terlalu positif signifikan terhadap pemakaian <i>e-felling</i> 3. Efek sosial memiliki dampak yang sangat menguntungkan pada pemanfaatan <i>e-felling</i> 4.kondisi yang memfasilitasu berpengaruh tidak terlalu signifikan terhadap pemakaian <i>e-felling</i> 5.minat penggunaan berpengaruh yang kuat terhadap perilaku pemakaian <i>e-felling</i>
5.	Wendy Suhendry, (2020)	Keinginan Pemakaian OVO di Pontianak Menggunakan <i>Model Unified Theory Of Acceptance And Use Technology</i>	Metode Kuantitatif (Analisis regresi linier berganda)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kecenderungan untuk memanfaatkan secara positif dipengaruhi oleh ekspektasi kinerja OVO 2. Keinginan untuk memanfaatkan secara positif dipengaruhi oleh ekspektasi bisnis OVO 3.Efek sosial memiliki pengaruh positif terhaap keinginan pemakaian OVO

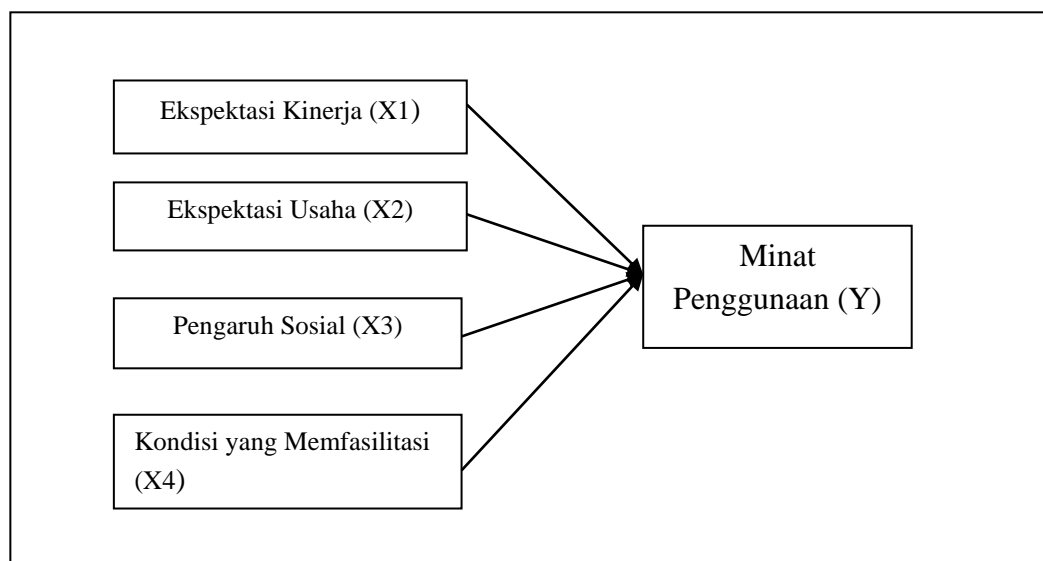
				4.kondisi yang memfasilitasi berpengaruh positif terhadap keinginan menggunakan OVO
6.	Yekti Asmoro Kanthi, Arif Tirtana,, Muhadi Aan Sulistiyo. (2022)	Analisis Penerapan Model UTAUT Dalam Memahami Penerimaan serta Pemakaian Aplikasi OVO di Kota Malang	Metode Kuantitatif (Smart-PLS)	1. ekspektasi mengenai kinerja berdampak pada minat menggunakan OVO 2. Minat dipengaruhi secara positif oleh ekspektasi bisnis menggunakan OVO 3. Minat dipengaruhi secara positif oleh ekspektasi bisnis penggunaan OVO 4. Faktor fasilitator tidak berdampak pada niat penggunaan OVO
7.	A.Kadim, Nardi Sunardi. (2022)	Financial Management System (QRIS) based on UTAUT Model Approach in Jabodetabek	Metode Kuantitatif	1.ekspektasi kinerja pada alat pembayaran QRIS tidak berpengaruh signifikan atas minat pengguna alat pembayaran QRIS Jabodetabek. 2.ekspektasi usaha pada alat pembayaran QRIS berpengaruh positif signifikan atas minat pengguna alat pembayaran QRIS di Jabodetabek 3.pengaruh sosial berpengaruh positif tidak signifikan atas minat pemakaian alat pembayaran QRIS Jabodetabaek. 4.kondisi yang memfasilitasi pada alat pembayaran QRIS berpengaruh positif signifikan terhadap perilaku pemakaian alat

				pembayaran QRIS Jabodetabek.
--	--	--	--	---------------------------------

2.6 Kerangka Berpikir

Baik variabel independen maupun dependen dimasukkan dalam penelitian ini. di mana keadaan pendukung, ekspektasi bisnis, dampak sosial, dan ekspektasi kinerja merupakan variabel independen. Minat memanfaatkan OVO menjadi variabel dependen setelah itu. Kerangka konseptual penelitian dapat disimpulkan dari ringkasan penelitian di atas sebagai berikut:

Gambar 2.2
Kerangka Berfikir



2.7 Hipotesis

Hipotesis merupakan solusi sementara untuk suatu masalah yang telah diajukan sebagai pertanyaan dalam suatu penelitian dan dikatakan sementara sebab solusi dimana diberi dilandaskan atas teori dimana bersangkutan tetapi belum pada data empiris yang dikumpulkan lewat pengumpulan data.

2.7.1 Pengaruh Ekspektasi Kinerja terhadap Minat Penggunaan OVO

Harapan Kinerja merupakan tingkat di mana seseorang percaya bahwasanya penggunaan teknologi dapat membantu orang mencapai peningkatan kinerja (Venkatesh et al., 2003). Niat perilaku memainkan peran penting atas menggunakan suatu teknologi.

Pada penelitian dimana dilaksanakan (Muttaqin, 2018) mengidentifikasi bahwasanya ekspektasi kinerja mempunyai berpengaruh positif atas minat menggunakan *E-office*. Seperti (Venkatesh et al., 2003) dimana mengemukakan bahwasanya harapan kinerja berpengaruh pada minat perilaku penggunaan teknologi. Berlandaskan teori serta hasil study sebelumnya maka penulis menyimpulkan hipotesis sebagai berikut :

HI : Ekspektasi Kinerja berpengaruh secara signifikan terhadap keinginan penggunaan

OVO

2.7.2 Pengaruh Ekspektasi Usaha atas minat perilaku Penggunaan OVO

Ekspektasi Usaha adalah tingkat kesederhanaan dalam memanfaatkan sistem dimana bisa meminimalkan waktu serta upaya yang dibutuhkan dalam menyelesaikan tugas (Venkatesh et al., 2003).

Penelitian dimana dilaksanakan ((Mustika & Rachmawati, 2018) mengidentifikasi *Effort Expectation* atas *Behavioral Intention* masyarakat Jabotabek untuk menggunakan *e-Tollpass* Mandiri berpengaruh positif. Dari teori dan hasil penelitian terdahulu maka penulis menyimpulkan hipotesis menjadi berikut :

H2 : Ekspektasi Usaha berpengaruh secara signifikan terhadap keinginan pemakaian OVO

2.7.3 Pengaruh Pengaruh Sosial terhadap Minat Perilaku Penggunaan OVO

Efek Sosial merupakan sejauh mana seseorang percaya bahwasanya orang lain yang dekat dengannya, termasuk keluarga dan teman, akan mempengaruhi mereka untuk mengadopsi metode baru tersebut (Venkatesh et al., 2003).

Pada penelitian (Suhendry, 2020) mengidentifikasi efek sosial berpengaruh positif signifikan atas minat pemakaian OVO. Berlandaskan uraian dan hasil studi terdahulu maka penulis menyimpulkan hipotesis menjadi berikut:

H3 : Pengaruh Sosial berpengaruh secara signifikan terhadap keinginan menggunakan OVO

2.7.4 Pengaruh Kondisi Yang Memfasilitasi terhadap Minat Penggunaan OVO

Kondisi yang memfasilitasi adalah tingkat kenyamanan seseorang mempergunakan sistem dimana disokong oleh infrastruktur organisasi serta teknologi (Venkatesh et al., 2003).

Pada studi (Kanthi et al., 2022) mendapatkan hasil bahwasanya kondisi-kondisi yang memfasilitasi tidak berpengaruh terhadap keinginan pemakaian OVO. (Saragih et al., 2019) juga mengemukakan bahwasanya *Facilitating*

Conductions mempunyai pengaruh yang tidak terlalu signifikan atas *Use Behavioral* penggunaan *E-Filing*. Berlandaskan teori dan hasil studi sebelumnya maka penulis menyimpulkan hipotesis menjadi berikut :

H4 : Pengaruh Kondisi yang Memfasilitasi mempunyai pengaruh secara signifikan terhadap keinginan penggunaan OVO.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Studi yang akan dilakukan pada penelitian ini ialah jenis penelitian kuantitatif. Dalam penelitian kuantitatif, hubungan antar variabel dipandang sebagai cara untuk mengevaluasi ide tertentu. Variabel ini dihitung dengan menggunakan alat penelitian dari data numerik yang kemudian akan diteliti dengan menggunakan teknik statistik. Pada metode penelitian ini dapat dilihat hubungan antar variabel yang sudah diteliti lalu mendapat hasil yang dapat memperjelas gambaran mengenai objek yang akan diteliti. Penelitian ini bertujuan guna mendapat informasi bagaimana pengaruh variabel dimana ada pada *Unified Theory of Acceptance And Use Technology* terhadap keinginan pemakaian OVO.

3.2 Tempat dan Waktu Penelitian

1. Tempat Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada Pengguna OVO di Soloraya dengan menyebarkan kuisioner online menggunakan google form.

2. Waktu Penelitian

Waktu dimana dipergunakan penulis guna penyelesaian penelitian ini yaitu dari tahap awal sampai penulis memperoleh kesimpulan atas hasil penelitian yang akan dilakukan yaitu bulan september 2022 sampai selesai.

3.3 Populasi dan Sampel

3.3.1 Populasi

Populasi mengacu pada kawasan generalisasi dimana terdiri atas hal-hal / orang-orang dimana dipilih oleh peneliti guna diteliti serta dari situ mereka selanjutnya dapat membuat kesimpulan (Sugiyono, 2013). Pengguna OVO di Soloraya merupakan populasi sampel penelitian. Kota Surakarta, Kabupaten Karanganyar, Kabupaten Sragen, Kabupaten Sukoharjo, Kabupaten Boyolalai, Kabupaten Klaten, dan Kabupaten Wonogiri hanyalah beberapa kota dan kabupaten yang membentuk wilayah Soloraya Indonesia. Populasi pada penelitian ini yakni populasi dimana tidak diketahui jumlahnya atau juga disebut populasi tak terduga, karena populasi pengguna OVO disoloraya tidak dapat dipastikan jumlahnya.

3.3.2 Sampel

Sampel mewakili representasi dari ukuran serta susunan populasi (Sugiyono, 2013). Sampel akan diambil dengan mempergunakan teknik non-probability sampling yang disebut sebagai strategi purposive sampling subyektif (Ferdinand, 2006). Sampel dipilih dengan maksud agar peneliti sudah mengetahui bahwasanya informasi yang diperlukan mungkin didapat dari kelompok sasaran tertentu yang bisa menawarkan informasi yang dibutuhkan karena mereka mempunyai pengetahuan tersebut serta memenuhi kriteria yang digunakan oleh peneliti. Responden harus memenuhi persyaratan tertentu; dalam penelitian ini syarat tersebut ialah adanya pemakai e-money di program OVO Soloraya.

Ukuran sampel minimal dalam penelitian multivariat diturunkan sebagai berikut:

$$\begin{aligned}n &= (25 \times \text{variabel independent}) \\ &= (25 \times 4 \text{ variabel independent}) \\ &= 100 \text{ sampel}\end{aligned}$$

Perhitungan ini menunjukkan bahwa 100 responden akan menjadi sampel yang dibutuhkan untuk study ini. Selain itu, para peneliti percaya bahwa populasi target terlalu luas dan jumlahnya berubah, itulah sebabnya mereka menggunakan metode di atas.

3.4 Tehnik Pengambilan Sampel

Metode pengumpulan sampel yaitu untuk mengambil sampel / contoh dari setiap populasi yang ada. Dalam study ini, digunakan purposive sampling, metode non-probability sampling. Sampel yang diambil atas kriteria tertentu merupakan bagian dari purposeful sampling (Sugiyono, 2013).

Berikut ini kriteria dimana dipergunakan atas pengambilan sampel :

- 2 Orang yang berdomisi di wilayah soloraya
- 3 Sudah berumur > 17 tahun dan maksimal 60 tahun
- 4 Pengguna payment OVO
- 5 Sudah menggunakan payment OVO kurang lebih selama satu minggu.

3.5 Variabel Penelitian

Variabel penelitian ialah item yang dipilih oleh pengamat, yang setelah itu diperiksa serta menghasilkan data dari mana kesimpulan dapat diturunkan (Sugiyono, 2013). Variabel dalam penelitian ini dapat dijelaskan berikut ini :

3.5.1 Variabel Independen (Variabel Bebas)

Variabel independen atau variabel *stimulus*, *predictor*, *antecedent* atau

variabel bebas. Variabel bebas yaitu variabel dimana memengaruhi perubahan dan timbulnya variabel dependen (terikat). Variabel independen disebut sebagai variabel eksogen (Sugiyono, 2013). variabel independen pada penelitian ini terdiri atas:

1. Ekpektasi Kinerja

Ekpektasi Kinerja (*Performance Expectancy*) merupakan suatu kepercayaan seseorang menggunakan sistem dapat membantu orang dalam memperoleh keuntungan dalam suatu pekerjaan (Venkatesh et al., 2003)

2. Ekspektasi Usaha

Ekspektasi usaha ialah tingkat kegunaan skema yang mengurangi kebutuhan energi serta waktu seseorang saat dilakukan tugas (Venkatesh et al., 2003).

3. Pengaruh Sosial

Pengaruh sosial ialah sejauh mana seseorang memandang orang lain di sekitarnya sebagai teman, kerabat, dan/atau kenalan mendorong seseorang untuk memanfaatkan skema baru (Venkatesh et al., 2003).

4. Kondisi yang memfasilitasi

Kondisi pendukung adalah suatu tingkat dimana seseorang yakin akan suatu organisasi serta infrastruktur menyokong pemakaian sistem (Venkatesh et al., 2003).

3.5.2 Variabel Dependen (Variabel Terikat)

Variabel terikat diartikan sebagai variabel dimana dipengaruhi oleh variabel bebas. Variabel terikat sering disebut sebagai variabel endogen (Sugiyono, 2013). Variabel dependen pada penelitian ini terdiri dari :

1. Minat Perilaku

Minat perilaku (*behavioral intention*) mempunyai karakter kuat atas membentuk pemakaian suatu sistem / teknologi (Venkatesh et al., 2003).

3.6 Definisi Operasional Variabel

Adapun indikator model UTAUT disesuaikan terangkum pada setiap variabel dimana hendak digunakan pada penelitian ini menjadi berikut :

Tabel 3.1
Definisi Operasional Variabel UTAUT

No	Variabel	Definisi	Indikator	Sumber
1	Ekspektasi Kinerja (<i>PE</i>)	Keyakinan seseorang bahwa dalam pemakaian sistem operasional dapat mendorong seseorang dalam memperoleh keuntungan di dalam kinerjanya	1.manfaat yang dirasakan (<i>Perceive Usefulness</i>) 2. Motivasi Interinsik (<i>Extrinsic Motivation</i>) 3.kegunaan relatif (<i>Relative advance</i>) 4.Harapan hasil (<i>Outcome Expectancy</i>)	(Venkatesh et al., 2003)
2	Ekspektasi Usaha (<i>EE</i>)	suatu tingkat kemudahan pemakaian skema yang dapat mengurangi tenaga serta waktu seseorang dalam melaksanakan pekerjaan	1.persepsi keringanan pengguna (<i>Perceived Ease Of Use</i>) 2. keringanan pengguna (<i>Ease of Use</i>)	(Venkatesh et al., 2003)
3	Pengaruh Sosial (<i>SI</i>)	Sejauh mana seseorang yakin bahwa orang lain dapat menyakinkan	1.norma subjektif (<i>Subjective Norm</i>)	(Venkatesh et al., 2003)

		dirinya dalam menggunakan skema baru	2.faktor sosial (<i>Social Factor</i>)	
4	Kondisi Yang Memfasilitasi (<i>FC</i>)	Sejauh mana seseorang mempercayai bahwa sumber daya dan parsarana pada sistem dapat mendukung dalam penggunaan sistem	1.persepsi perilaku kontrol (<i>Perceived Behavioral Control</i>) 2.kesesuaian (<i>compability</i>) 3.keadaan yang memfasilitasi (<i>Facilitating condition</i>)	(Venkatesh et al., 2003)
5.	Keinginan Pemakaian	menunjukkan sejauh mana seseorang berfikir untuk terus menggunakan sistem tersebut sampai waktu yang akan datang	1.sikap terhadap kepribadian (<i>Attitude Toward the Behavioral</i>) 2.norma subjektif tentang perilaku (<i>Subjective Norm Concerning the Behavioral</i>)	(Venkatesh et al., 2003)

3.7 Teknik Analisis Data

Penelitian ini mempergunakan alat uji statistik yakni software SPSS for *Window* untuk menganalisis data. Metode nya Uji tersebut meliputi uji validitas, reliabilitas, regresi linier berganda, dan uji hipotesis.

3.7.1 Uji Instrumen Penelitian

3.7.1.1 Uji Validitas

Uji Validitas ialah suatu alat ukur guna mencapai sebuah sasaran. Pada suatu pengukuran penelitian dikatakan valid bila alat ukur dimana

dipergunakan mendapat hasil sejalan dengan tujuan. Uji Validitas atas penelitian bermaksud guna mengukur tingkat ketepatan setiap indikator pada setiap variabel. Uji validitas dikatakan valid jika $r \text{ tabel} < r \text{ hitung}$ (Sugiyono, 2013)

3.7.1.2 Uji Reliabilitas

Uji realibilitas dipakai guna mengukur seberapa jauh instrumen penelitian dapat dilaksanakan menghasilkan data yang konsisten. Menurut (Ghozali, 2016) uji realibilitas digunakan untuk memperoleh hasil pengukuran apakah tetap konsisten jika dilaksanakan pengukuran berulang kali memakai alat ukur yang sama. Uji reliabilitas membuktikan bahwa instrumen study mengidikasi mempunyai reliabilitas apabila koefisien *alpha Cronbach* lebih besar / sama dengan 0,60 (Ghozali, 2016).

3.7.2 Uji Asumsi Klasik

3.7.2.1 Uji Normalitas

Uji Normalitas dilakukan guna mencoba model regresi dan nilai residual berkontribusi secara normal. mengetahui setiap variabel berdistribusi normal / tidak. Uji normalitas dapat mempergunakan uji statistic bernama Kolmgrov-sminov. Di dalam pengujian statistic Kolmogorov-smirnov distribusi dinyatakan normal jika nilai signifikan lebih besar dari 0,05. Bila nilai signifikan kurang dari 0,05 maka berarti tidak terdistribusi normal. (Sunjoyo, 2013).

3.7.2.2 Uji Multikolinearitas

Uji Multikolinieritas yaitu agar mendapatkan korelasi antar variabel

bebas. Penelitian dikatakan baik jika tidak ada korelasi antara variabel independen. Bila hasil *tolerance* lebih dari 0,10 dan *Variance Inflation Factor (VIF)* kurang dari 10 maka tidak terdapat multikolinearitas sehingga dapat dikatakan lolos uji multikolinearitas (Sunjoyo, 2013).

3.7.2.3 Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas digunakan untuk melihat apakah varian residual dari satu penglihatan berbeda dengan varian residual dari data lain dalam model regresi. Homoskedastisitas didefinisikan sebagai memiliki pengamatan yang sama, sedangkan heteroskedastisitas didefinisikan sebagai memiliki pengamatan yang berbeda. Dalam model regresi yang layak, heteroskedastisitas tidak ada. Uji ini dapat dilakukan menggunakan uji glejser dan uji scatterplot. Jika tidak terjadi heteroskedastisitas nilai signifikan antar variabel independen dengan asolut residual $> 0,05$ (Sunjoyo, 2013).

3.7.3 Uji Regresi Linier Berganda

Analisis regresi merupakan model yang menilai seberapa kuat dua variabel terkait. Perkembangan analisis regresi dasar yang dikenal dengan analisis regresi berganda memprediksi nilai variabel dependen (Y) serta beberapa variabel independen (X). Dengan persamaan sebagai berikut :

Model regresi linier berganda :

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \beta_4 X_4 + X_4 + e$$

Keterangan :

Y : Minat Penggunaan OVO

X₁ : Ekspektasi kinerja

X_2 : Ekspektasi usaha

X_3 : Pengaruh sosial

X_4 : Kondisi yang memfasilitasi

α : Konstanta

β : Koefisien regresi Variabel Independen

e : Standar error

3.7.4 Uji Hipotesis

3.7.4.1 Uji Signifikansi Parameter Individual (Uji Statistik t)

Uji T dilakukan guna melihat sejauh mana setiap variabel bebas (X) mempengaruhi variabel terikat (Y) secara persial. Pada penelitian menggunakan nilai signifikan 5% dengan ketntuan nilai $t < 0,05$ artinya variabel bebas berpengaruh terhadap variabel terikat. Dan jika nilai signifikasi $t > 0,05$ maka variabel bebas tidak berpengaruh terhadap variabel terikat (Ghozali, 2016).

3.7.4.2 Uji Signifikansi Simultan (Uji Statistik F)

Uji F dilakukan untuk mengetahui efek variabel bebas terhadap variabel terikat secara bersamaan. Pengambilan keputusan berlandaskan atas perbandingan nilai F_{hitung} dengan melihat tingkat signifikasinya setelah itu membedakan dengan taraf signifikan dimana sudah ditentukan (5%). Apabila nilai taraf kurang dari 5% maka variabel bebas berpengaruh terhadap variabel terikat, dan juga sbealiknya jika nilai lebih besar dari 0,05 maka variabel bebas tidak berpengaruh terhadap variabel terikat (Ghozali, 2016).

3.7.4.3 Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien Determinasi (R^2) dilaksanakan guna mengetahui kemampuan model untuk menerangkan variasi variabel terikat. Nilai Koefisien determinasi antara 0-1. Apabila nilai koefisien determinasi kecil artinya kemampuan variabel bebas dalam menjelaskan variabel terikat terbatas. Variabel bebas dikatakan mampu memberi informasi guna memprediksi variabel terikat apabila nilainya mendekati 1 (Ghozali, 2016).

BAB IV
HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Hasil Uji Data

4.1.1 Hasil Uji Instrumen Penelitian

4.1.1.1 Uji Validitas

Uji Validitas dilakukan agar dapat mengetahui valid atau tidak validnya sebuah kuisisioner dimana hendak diajukan pada penelitian. Uji validitas ini bertujuan untuk mengukur data dimana didapat dari study valid atau tidak valid.

1. Uji Validitas Variabel Ekspektasi Kinerja

Dari pengolahan data menggunakan perhitungan computer mempergunakan program SPSS bisa diketahui bahwasanya dari seluruh pernyataan tentang ekspektasi kinerja dihasilkan $r_{hitung} > r_{tabel}$ dengan nilai r_{tabel} sejumlah 0.195. maka seluruh pernyataan mengenai ekspektasi kinerja bisa dipergunakan pada penelitian ini. Maka hasil uji validitas variabel ekspektasi kinerja (X1) maka bisa di lihat pada tabel di bawah :

Tabel 4.1
Hasil Uji Validitas X1

Pernyataan	Koefisien Korelasi	r_{tabel}	Keterangan
1.	0,761	0,195	Valid
2.	0,700	0,195	Valid
3.	0,730	0,195	Valid
4.	0,785	0,195	Valid

Sumber : Hasil Olahan SPSS V.26 (Terlampir)

2. Uji Validitas Variabel Ekspektasi Usaha

Dari pengolahan data memakai perhitungan computer mempergunakan program SPSS bisa diketahui bahwasanya keseluruhan pernyataan mengenai ekspektasi usaha dihasilkan $r_{hitung} > r_{tabel}$ dengan nilai r_{tabel} sebanyak 0,195. Maka keseluruhan pernyataan mengenai insentif bisa dipergunakan pada study ini. Maka hasil uji validitas variabel ekspektasi usaha (X2) dapat :

Tabel 4.2
Hasil Uji Validitas X2

Pernyataan	Koefisien Korelasi	r_{tabel}	Keterangan
1.	0,833	0,195	Valid
2.	0,711	0,195	Valid
3.	0,711	0,195	Valid
4.	0,804	0,195	Valid

Sumber: Hasil Olahan SPSS V.26 (Terlampir)

3. Uji Validitas Variabel Pengaruh Sosial

Dari pengerjaan data dengan perhitungan computer mempergunakan program SPSS bisa diketahui bahwasanya dari seluruh pernyataan tentang pengaruh social didapat $r_{hitung} > r_{tabel}$ dengan nilai r_{tabel} sejumlah 0.195. maka penjelasan mengenai pengaruh sosial bisa dipergunakan pada penelitian ini. Maka hasil uji validitas pada variabel (X3) bisa dilihat pada tabel di bawah ini :

Tabel 4.3
Hasil Uji Validitas X3

Pernyataan	Koefisien korelasi	r_{tabel}	Keterangan
1.	0,801	0,195	Valid
2.	0,820	0,195	Valid
3.	0,732	0,195	Valid

Sumber : Hasil Olahan SPSS V.26 (Terlampir)

4. Uji Validitas Variabel Kondisi yang Memfasilitasi

Dari pengerjaan data dengan perhitungan computer mempergunakan program SPSS bisa diketahui bahwasanya dari seluruh pernyataan mengenai kondisi yang memfasilitasi dihasilkan $r_{hitung} > r_{tabel}$ dengan nilai r_{tabel} sebanyak 0,195. Maka keseluruhan pernyataan tentang kondisi yang memfasilitasi bisa dipergunakan pada study ini. Maka hasil uji validitas variabel kondisi yang memfasilitasi (X4) dapat dilihat dibawah ini :

Tabel 4.4

Hasil uji validitas X4

Pernyataan	Koefisien korelasi	r_{tabel}	Keterangan
1.	0,705	0,195	Valid
2.	0,665	0,195	Valid
3.	0,685	0,195	Valid
4.	0,731	0,195	Valid

Sumber : Hasil Olahan SPSS V.26 (Terlampir)

5. Uji Validitas Variabel Minat Penggunaan

Dari pengolahan data dengan perhitungan computer mempergunakan program SPSS bisa diketahui bahwasanya dari seluruh pernyataan mengenai kondisi yang memfasilitasi dihasilkan $r_{hitung} > r_{tabel}$ dengan nilai r_{tabel} sebanyak 0,195. Maka keseluruhan pernyataan mengenai kondisi yang memfasilitasi bisa dipergunakan pada study ini. Maka hasil uji validitas variabel keinginan pemakaian (Y) bisa dilihat pada tabel dibawah ini :

Tabel 4.5
Hasil uji validitas Y

Pernyataan	Koefisien korelasi	r table	Keterangan
1.	0,809	0,195	Valid
2.	0,714	0,195	Valid
3.	0,742	0,195	Valid

Sumber : Hasil Olahan SPSS V.26 (Terlampir)

4.1.1.2 Uji Realibilitas

Uji realibilitas bermaksud agar bisa melihat apakah indikator variabel reliabel / tidak secara konsisten serta stabil. Pada study ini peneliti menggunakan uji realibilitas *pearson product moment* dengan Teknik koefisien cronbatch's alpha dengan pengolahan data dengan program SPSS. Bila nilai instrument cronbach's alpha $> 0,60$ maka bisa dinyatakan reliabel. Begitu juga sebaliknya apabila nilai instrument cronbach's alpha $< 0,60$ maka bisa dinyatakan tidak reliabel.

Tabel 4.6
Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's alpha	nilai batas	Keterangan
Ekspektasi kinerja	0,728	0,60	Realibel
Ekspektasi usaha	0,765	0,60	Realibel
Pengaruh sosial	0,689	0,60	Realibel
Kondisi yang memfasilitasi	0,638	0,60	Realibel
Minat penggunaan	0,622	0,60	Realibel

Sumber : Hasil Olahan SPSS V.26 (Terlampir)

Dengan hasil yang didapatkan dari uji reliabilitas bahwasanya pernyataan variabel dengan nilai Cronbach's alpha $> 0,60$ maka dengan demikian bisa menyatakan semua pernyataan pada variabel ekspektasi

kinerja, ekspektasi usaha, pengaruh social, kondisi yang memfasilitasi, serta keinginan penggunaan dinyatakan reliabel serta telah memenuhi syarat untuk pengujian selanjutnya.

4.1.2 UJI ASUMSI KLASIK

4.1.2.1 Uji Normalitas

Dalam pengujian normalitas ini peneliti menggunakan uji *monte carlo* dalam Kolmogorov-smirnov. Maka di dapatkan hasil pengujian normalitas pada table berikut ini :

Tabel 4.7

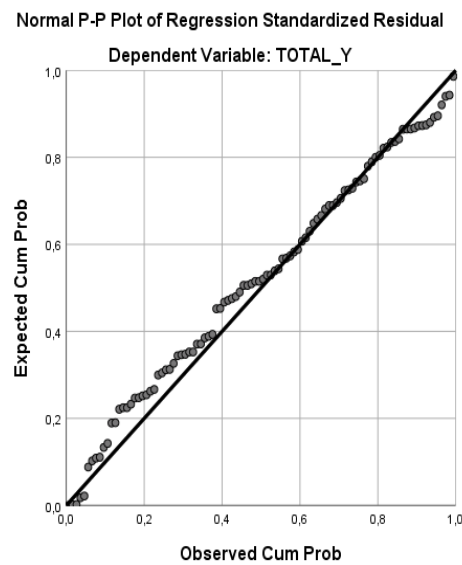
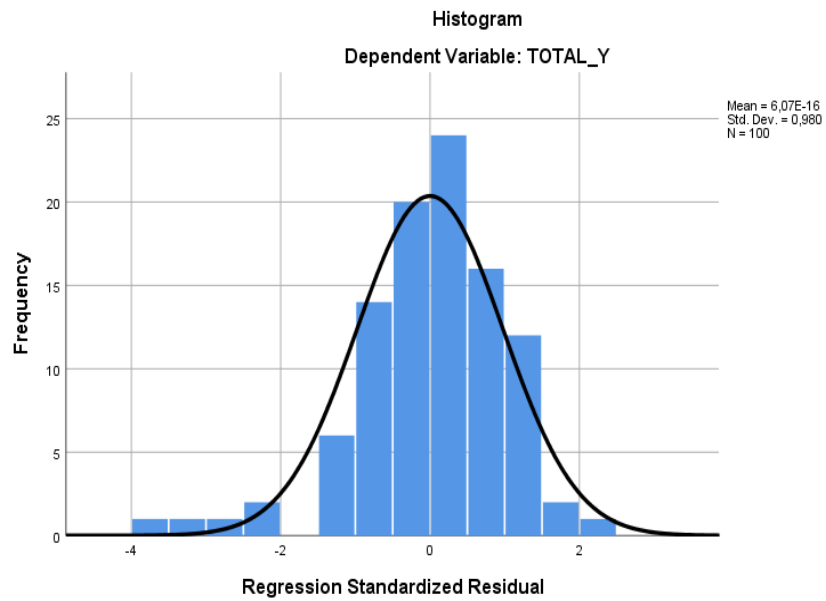
Hasil Uji Normalitas

Variabel	Kolmogorov-smirnov (Monte Carlo)	Batas nilai signifikansi	Keterangan
Variabel	0,310	0,05	Normal

Sumber : Hasil Olahan SPSS V.26 (Terlampir)

Dengan hasil yang didapatkan dari uji normalitas dengan Teknik monte carlo bahwa menunjukkan hasil nilai signifikansi sebesar $310 > 0,05$. Maka menunjukkan sebaran data pada study ini menunjukkan hasil yang normal. Uji normalitas bisa diperhatikan dalam grafik histogram dan Normal P-P Plot berikut ini :

Gambar 4.1
Histogram dan P-P Plot Uji Normalitas



Sumber : Hasil Olahan SPSS V.26 (Terlampir)

Berdasarkan pada gambar diatas pada grafik histogram dapat ditarik kesimpulan bahwasanya grafik memberikan pola berdistribusi normal karena berbentuk cekungan seperti lonceng. Sedangkan pada gambar diatas grafik normal P-P Plot bahwasanya penyebaran data mengikuti garis normalitas maka

dapat ditarik kesimpulan yaitu model regresi berdistribusi normal sehingga layak digunakan sebab terpenuhinya asumsi normalitas.

4.1.2.1 Uji Multikolonieritas

Pengujian ini guna menentukan apakah ditemukan adanya hubungan korelasi antara variabel bebas (independent). Agar dapat mengetahui terjadi multikolinieritas / tidaknya dengan melihat bila nilai tolerance $> 0,10$ atau nilai VIF < 10 maka dinyatakan tidak terjadi multikolinieritas. Berdasarkan pengujian multikolinieritas maka di dapatkan hasil berikut :

Tabel 4.8

Hasil Uji Multikolinieritas

Variabel	Tolerance	VIF	Keterangan
Ekspektasi kinerja	0,980	1,021	Tidak terjadi multikolinieritas
Ekspektasi usaha	0,693	1,443	Tidak terjadi multikolinieritas
Pengaruh sosial	0,724	1,382	Tidak terjadi multikolinieritas
Kondisi yang memfasilitasi	0,946	1,057	Tidak terjadi multikolinieritas

Sumber : Hasil Olahan SPSS V.26 (Terlampir)

Berdasarkan hasil yang di dapat di atas maka di nyatakan setiap variabel tidak terjadi multikolinieritas, disebabkan nilai tolerance $> 0,10$ dan nilai VIF < 10 .

2.7.4.1 Variabel ekspektasi kinerja menunjukkan nilai tolerance $0,980 > 0,100$ serta nilai VIF $1.021 < 10$. Maka bisa disimpulkan ekspektasi kinerja tidak terjadi multikolinieritas.

2.7.4.2 Variabel ekspektasi usaha menunjukkan bahwa nilai tolerance $0,693 > 0,100$ serta nilai VIF $1.443 < 10$. Maka bisa disimpulkan ekspektasi usaha tidak terjadi multikolinieritas.

2.7.4.3 Variabel pengaruh social menunjukkan bahwa nilai tolerance $0,724 > 0,100$ serta nilai VIF $1.382 < 10$. Maka bisa disimpulkan pengaruh sosial tidak terjadi multikolinieritas.

2.7.4.4 Variabel kondisi yang memfasilitasi menunjukkan bahwa nilai tolerance $0,946 > 0,100$ dan nilai VIF $1.057 < 10$. Maka bisa disimpulkan bahwa kondisi yang memfasilitasi tidak terjadi multikolinieritas.

4.1.2.2 Uji Heterokedastisitas

Uji ini dipakai untuk mengetahui apakah varian antara pengamatan yang berbeda dalam model regresi tidak sama. Dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas jika sebaran titik-titik data menyebar ke atas serta ke bawah pada sumbu Y nol. Tabel berikut menunjukkan hasil yang dicapai:

Tabel 4.9
Hasil Uji Heterokedastisitas

variabel	Nilai Sig	Batas nilai Sig	Keterangan
Eksektasi kinerja	0,251	0,05	Tidak terjadi heterokedastisitas
Ekspektasi usaha	0,113	0,05	Tidak terjadi heterokedastisitas
Pengaruh sosial	0,680	0,05	Tidak terjadi heterokedastisitas
Kondisi yang memfasilitasi	0,722	0,05	Tidak terjadi heterokedastisitas

Sumber : Hasil Olahan SPSS V.26 (Terlampir)

Berdasarkan hasil yang didapatkan pada tabel diatas bahwasanya dapat dikatakan semua variabel bebas tidak mengalami heterokedastisitas disebabkan nilai sig $> 0,05$.

4.1.3 UJI REGRESI LINIER BERGANDA

4.1.3.1 Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Uji regresi linier berganda bertujuan guna menguji sejauh mana pengaruh dari variabel bebas ialah ekspektasi kinerja (X1), ekspektasi usaha (X2), efek social (X3), keadaan yang memfasilitasi (X4) dalam mempengaruhi variabel terikat yaitu minat penggunaan (Y). persamaan regresi linier berganda yang diperoleh dapat di lihat sebagai berikut:

Tabel 4.10
Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda

Model		Unstandardized Coefficients		t	Sig
		B	Std. Error		
1	Constant	2,878	2,046	1,406	0,163
	X1	0,133	0,052	2,194	0,031
	X2	0,269	0,075	3,602	0,001
	X3	0,110	0,091	1,212	0,229
	X4	0,155	0,064	2,407	0,018

Sumber : Hasil Olahan SPSS V.26 (Terlampir)

Persamaan uji regresi linier berganda sebagai berikut:

$$Y_1 = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \beta_4 X_4 + e$$

$$Y = 2,878 + 0,133 + 0,269 + 0,110 + 0,155$$

Nilai constant sebesar 2,878 yaitu konstanta dalam keadaan dimana minat menggunakan OVO belum di pengaruhi dengan variable lain yakni keinginan kinerja, harapan usaha, pengaruh social, serta keadaani yang memfasilitasi. Apa bila tidak ada variabel independen maka variabel keinginan penggunaan OVO tidak terjadi perubahan.

b_1 (nilai koefisien regresi X_1) sebanyak 0,133 yang menjelaskan nilai positif bahwasanya variabel ekspektasi kinerja memiliki efek yang signifikan terhadap keinginan pemakaian OVO di Soloraya. Yang berarti bahwa setiap kenaikan 1 satuan variabel ekspektasi kinerja maka mempengaruhi peningkatan variabel minat penggunaan OVO sebanyak 0,133.

b_2 (nilai koefisien regresi X_2) sebesar 0,269 yang membuktikan nilai positif dimana menyatakan variabel ekspektasi usaha memiliki pengaruh terhadap minat penggunaan OVO yang berarti bahwa setiap kenaikan 1 satuan variabel ekspektasi usaha maka akan mempengaruhi peningkatan variabel minat penggunaan OVO sebesar 0,269.

b_3 (nilai koefisien regresi X_3) sebesar 0,110 yang membuktikan nilai positif dimana menyatakan variabel efek sosial memiliki pengaruh terhadap minat penggunaan OVO yang berarti bahwa setiap kenaikan 1 satuan variabel pengaruh sosial maka akan mempengaruhi peningkatan variabel minat penggunaan OVO sebesar 0,110.

b_4 (nilai koefisien regresi X_4) sebesar 0,155 yang menunjukkan nilai positif yang menyatakan variabel kondisi yang memfasilitasi memiliki pengaruh terhadap minat penggunaan OVO yang berarti bahwa setiap kenaikan 1 satuan variabel kondisi yang memfasilitasi maka akan mempengaruhi peningkatan variabel minat penggunaan OVO sebesar 0,155.

Maka dapat disimpulkan bahwa variabel ekspektasi kinerja, ekspektasi usaha, pengaruh sosial dan kondisi yang memfasilitasi berpengaruh positif terhadap minat pemakaian OVO di Soloraya.

4.1.4 Uji Hipotesis

4.1.4.1 Uji t (persial)

Uji-t ini dipakai untuk menentukan apakah variabel dependen menerima sebagian pengaruh variabel independen atau tidak. Jika tingkat signifikan t 0,5 dipakai untuk menentukan ada atau tidaknya pengaruh faktor independen terhadap variabel dependen, maka dapat dikatakan bahwa masing-masing variabel independen mempunyai pengaruh yang besar terhadap variabel dependen. Tidak mengubah variabel dependen secara substansial jika t hitung t tabel / nilai signifikansi t lebih dari 0,05.

Tabel 4.11

Hasil uji t

Variabel	Unstandardized Coefficient	t	Sig
	B		
Constant	2,878	1,406	0,163
Ekspektasi kinerja	0,113	2,194	0,031
Ekspektasi usaha	0,269	3,602	0,001
Pengaruh sosial	0,110	1,212	0,229
Kondisi yang memfasilitasi	0,155	2,407	0,018

Sumber : Hasil Olahan SPSS V.26 (Terlampir)

Hasil uji hipotesis:

1. Ekspetasi kinerja (X1) nilai t_{hitung} sebanyak $2,194 > 1,983$ serta nilai signifikansi sebanyak $0.031 < 0,05$, maka Ekspetasi kinerja berpengaruh terhadap minat penggunaan OVO, H1 diterima serta H0 ditolak.
2. Ekspetasi Usaha (X2) nilai t_{hitung} sebanyak $3.602 > 1,983$ serta nilai signifikansi sebanyak $0.001 < 0,05$, maka Ekspetasi Usaha berpengaruh terhadap minat penggunaan OVO, H1 diterima serta H0 ditolak.
3. Pengaruh Sosial (X3) nilai t_{hitung} sebanyak $1.212 < 1,983$ serta nilai signifikansi sebanyak $0.229 > 0,05$, maka efek Sosial tidak berpengaruh terhadap minat pemakaian OVO, H1 ditolak dan H0 diterima.
4. Ekspetasi kinerja (X1) nilai t_{hitung} sebanyak $2.407 > 1,983$ serta nilai signifikansi sebanyak $0.018 < 0,05$, maka Ekspetasi kinerja berpengaruh terhadap minat OVO, H1 diterima dan H0 ditolak.

4.1.4.2 Uji similtas (uji F)

Pengujian uji F dilaksanakan agar dapat diketahui apakah variabel independen secara bersamaan mempengaruhi variabel dependen atau tidak dengan melihat nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka bisa dikatakan bahwasanya variabel indepdnen secara bersamaan (simultan) berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen. Dan jika $F_{hitung} < F_{tabel}$ maka bisa di katakan bahwasanya

variabel independen dengan bersamaan (simultan) tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

Tabel 4.12

Hasil uji F

	Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig
1	Regression	45,532	4	11,383	7,345	.000 ^b
	Residual	147,218	95	1,550		
	Total	192,750	99			

Sumber : Hasil Olahan SPSS V.26 (Terlampir)

Berlandaskan tabel diatas menjelaskan nilai F statistik sebanyak 7,345 serta nilai sig sebanyak $0.000 < 0.05$ maka bisa disimpulkan bahwasanya ekspetasi kinerja, ekspetasi usaha, pengaruh sosial, serta kondisi fasilitas secara bersama-sama berpengaruh terhadap minat pengguna OVO di Soloraya.

4.1.4.3 Uji koefisien determinan (R^2)

Tabel 4.13

Uji koefisien determinan

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	0,486 ^a	0,236	0,204	1.245

Sumber : Hasil Olahan SPSS V.26 (Terlampir)

Berlandaskan hasil uji determinasi diatas hasil yang didapat adalah nilai R^2 sebanyak 0,204 sehingga bisa diambil kesimpulan bahwasanya ekspetasi kinerja, ekspetasi usaha, pengaruh sosial, kondisi fasilitas, secara simultan berpengaruh terhadap keinginan pengguna OVO dengan presentase sebesar 20,4%, sedangkan 79,6% dipengaruhi variabel lain diluar penelitian ini.

4.2 Pembahasan

Dari hasil pengolahan data dimana dilaksanakan oleh peneliti serta telah lolos memenuhi uji asumsi klasik, sehingga akan dilakukan pembahasan dari masing-masing hipotesis yang disampaikan dalam study ini pada bab sebelumnya dengan pembahasan berikut:

H1 : Pengaruh ekspektasi kinerja terhadap minat pemakaian OVO di Soloraya

Untuk uji hipotesis yang pertama mengemukakan bahwasanya variabel ekspektasi kinerja berpengaruh terhadap minat pemakai OVO di Soloraya. Hal ini dikuatkan dengan bukti hasil olah data dimana hasil nilai t_{hitung} sebanyak $2,194 > 1,983$ serta nilai signifikansi $0,031 < 0,05$. Berdasarkan hasil uji t pada tabel 4.15 didapatkan hasil bahwasanya variabel ekspektasi kinerja berpengaruh terhadap keinginan pengguna OVO di Soloraya.

Hal ini bisa dibuktikan dari nilai positif variabel ekspektasi kinerja sebanyak 0,113 yang dimaksudkan jika ekspektasi kinerja mengalami peningkatan maka ekspektasi kinerja berpengaruh terhadap peningkatan keinginan pemakai OVO di Soloraya.

Sehingga sesuai dengan penelitian dimana dilaksanakan oleh Suhendry, (2020) bahwasanya ekspektasi kinerja berpengaruh positif serta signifikan terhadap keinginan pemakaian OVO di Pntianak. Maka hipotesis (H1) dalam penelitian ini di terima. Dengan ini maka ekspektasi kinerja berpengaruh signifikan terhadap minat penggunaan OVO di Soloraya.

H2 : Pengaruh ekspektasi usaha terhadap minat penggunaan OVO di Soloraya

Untuk uji hipotesis kedua mengemukakan bahwasanya ekspektasi usaha berpengaruh terhadap produktivitas keinginan pemakai OVO di Soloraya. Berlandaskan hasil uji t di dapatkan hasil t_{hitung} sebanyak $3,603 > 1,983$ serta nilai signifikan sebanyak $0,001 < 0,05$. Maka didapatkan hasil bahwasanya variabel ekspektasi usaha berpengaruh secara signifikan terhadap keinginan pengguna OVO di Soloraya.

Hal ini bisa dibuktikan dari nilai positif variabel ekspektasi usaha sebanyak 0,269. Artinya hal ini dikarenakan besarnya ekspektasi usaha terhadap minat pengguna OVO di Soloraya serta peningkatan ekspektasi usaha berpengaruh terhadap peningkatan minat menggunakan OVO di Soloraya.

Sehingga sejalan dengan penelitian Hasyim 2022, mengemukakan bahwasanya variabel ekspektasi usaha berpengaruh signifikan terhadap keinginan pemakaian *e-money* di Surakarta. Maka bisa disimpulkan hipotesis kedua (H2) di terima. Dengan ini maka ekspektasi usaha berpengaruh positif signifikan terhadap keinginan pemakaian OVO di Soloraya.

H3 : Pengaruh social terhadap minat pemakaian OVO di Soloraya

Untuk uji hipotesis ketiga mengemukakan bahwasanya pengaruh sosial tidak berpengaruh terhadap produktivitas minat pengguna OVO di Soloraya. Telah dilakukan pengujian uji t dengan hasil yang ada pada tabel 4.15. Berlandaskan hasil uji t bahwasanya nilai t_{hitung} sebanyak $1,212 > 1,983$ serta nilai signifikansi $0,229 > 0,05$. Maka didapatkan hasil bahwasanya variabel ekspektasi usaha tidak berpengaruh secara signifikan terhadap keinginan

pengguna OVO di Soloraya.

Hal ini bisa dibuktikan dari nilai positif variabel pengaruh sosial sebanyak 0,110 yang dimaksudkan jika pengaruh sosial mengalami peningkatan maka tidak berpengaruh terhadap peningkatan minat pemakai OVO di Soloraya.

Sehingga sesuai dengan penelitian dimana dilaksanakan oleh Hendrik Victor 2016 bahwasanya pengaruh sosial tidak mempunyai pengaruh positif serta signifikan terhadap variabel keinginan peneimaan sistem informasi. Hasil ini berarti hipotesisi ketiga (H3) pada study di tolak. Dengan ini maka efek sosial tidak memberikan pengaruh signifikan terhadap keinginan pemakaian OVO di Soloaya.

H4 : Pengaruh keadaan yang memfasilitasi terhadap keinginan pemakaian OVO di soloraya

Untuk uji hipotesis keempat mengemukakan bahwasanya kondisi yang memfasilitasi berpengaruh terhadap produktivitas minat pengguna OVO di Soloraya. Telah dilakukan pengujian uji t dengan hasil yang ada di tabel 4.15. Berdasarkan hasil uji t nilai t_{hitung} sebanyak $2,407 > 1,983$ serta nilai signifikansi $0,018 < 0,05$. Maka didapatkan hasil bahwasanya kondisi yang memfasilitasi berpengaruh secara signifikan terhadap minat pengguna OVO di Soloraya.

Hal ini bisa dibuktikan dari nilai positif variabel kondisi yang memfasilitasi sebanyak 0,155 yang dimaksudkan jika kondisi yang memfasilitasi mengalami peningkatan maka minat pengguna OVO di Soloraya juga meningkat.

Sehingga sesuai dengan penelitian dimana dilaksanakan oleh Hendrik Victor 2016 bahwasanya keadaan yang memfasilitasi terhadap keinginan

penerimaan system informasi memiliki pengaruh positif serta signifikan. Dari hasil study ini menunjukkan hipotesis ke empat (H4) pada penelitian di terima. Dengan ini maka kondisi yang memfaiitasi berpengaruh terhadap keinginan pemakaian OVO di Soloraya.

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Dari uraian serta pembahasan dimana sudah dituliskan di bab IV, maka bisa diambil beberapa kesimpulan sebagai berikut:

- 1) Ekspektasi kinerja berpengaruh signifikan terhadap keinginan menggunakan OVO Soloraya.
- 2) Ekspektasi usaha berpengaruh signifikan terhadap keinginan menggunakan OVO Soloraya.
- 3) Pengaruh sosial tidak berpengaruh terhadap keinginan menggunakan OVO di Soloraya.
- 4) Kondisi yang memfasilitasi berpengaruh signifikan terhadap keinginan menggunakan OVO Soloraya.

5.2 Saran

Berlandaskan dari penelitian dimana sudah dilakukan. Adapun saran dimana bisa diberikan yaitu:

1. Peneliti menggunakan aplikasi OVO menjadi objek penelitian. Penelitian selanjutnya dianjurkan menggunakan objek study yang berbeda dengan objek study ini. Penggunaan objek study yang berbeda disarankan agar dapat menjadi pembanding antara tingkat penerimaan penggunaan *e-money*.
2. Penelitian ini menggunakan variabel independen didalam UTAUT seperti ekspektasi kinerja, ekspektasi usaha, pengaruh sosial, serta keadaan fasilitas. Saran dari penelitian atas penelitian selanjutnya bisa mempergunakan variabel tambahan lainnya. Dikarenakan dari hasil penelitian ini pengaruh dari variabel UTAUT beberapa variabel saja yang berpengaruh dan tidak semua variabel berpengaruh terhadap minat penggunaan OVO di Soloraya.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdurrahim, M., Elvira, S., & Se, A. (2018). FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PENGGUNAAN E-MONEY PADA (STUDI KASUS PADA MAHASISWA S1 IPB) THE INFLUENCING FACTORS OF E-MONEY UTILIZATION BY MILLENNIAL GENERATION OF IPB ' S UNDERGRADUATE STUDENT Abstrak. *E-Proceeding of Management*, 5(3), 3104–3111.
- Abu-Al-Aish, A., & Love, S. (2013). Factors influencing students' acceptance of m-learning: An investigation in higher education. *International Review of Research in Open and Distance Learning*, 14(5), 82–107. <https://doi.org/10.19173/irrodl.v14i5.1631>
- Anisya Tri Wahyuni1, P. S. (2022). Marketing Management Studies. *Anisya Tri Wahyuni1 , Perengki Susanto1**, 2(1), 27–35.
- Anwar, D. Y., Rikumahu, B., Mba, M., Mbiti, P. S., Ekonomi, F., & Telkom, U. (2020). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Adopsi Pelanggan dan Niat Untuk Merekomendasikan Electronic Wallet OVO Factors Affecting the Customer Adoption and Intention to Recommend Electronic Wallet OVO. *E-Proceeding of Management*, 7(1), 169–174.
- Gunawan, H., Sinaga, B. L., & Wp, S. P. (2019). ScienceDirect ScienceDirect Assessment of the Readiness of Micro , Small and Medium Assessment of the Readiness of Micro , Small and Medium Enterprises in Using E-Money Using the Unified Theory of Enterprises in Using E-Money Using the Unified Theory of A. *Procedia Computer Science*, 161(2019), 316–323. <https://doi.org/10.1016/j.procs.2019.11.129>
- Hasyim, F. (2022). Modification of UTAUT2 in assessing the use of E- Money in Surakarta. *Slamic Economics and Finance Journal*, 1(2), 114–134.
- Hsu, H. (2012). *The Acceptance of Moodle : An Empirical Study Based on UTAUT*. 3(December), 44–46. <https://doi.org/10.4236/ce.2012.38b010>
- Hung, Y. H., Wang, Y. S., & Chou, S. C. T. (2013). User acceptance of E-Government services. *International Journal of Education and Development Using Information and Communication Technology (IJEDICT)*, 9(3), 71–85. <https://doi.org/10.4018/978-1-4666-8358-7.ch086>
- Indrawati, & Putri, D. A. (2018). Analyzing factors influencing continuance intention of E-payment adoption using modified UTAUT 2 Model: (A case study of Go-Pay from Indonesia). *2018 6th International Conference on Information and Communication Technology, ICoICT 2018*, 0(c), 167–173. <https://doi.org/10.1109/ICoICT.2018.8528748>
- Kanthi, Y. A., Tirtana, A., Sulistiyo, M. A., Informatika, M., Informatika, T., & Informasi, S. (2022). *Procedia of Social Sciences and Humanities Analysis Of The Application Of The UTAUT Model In Understanding The Acceptance And Use Of OVO Applications In Malang City Analisis Penerapan Model UTAUT Dalam Memahami Penerimaan dan Penggunaan Aplikasi OVO di Ko. 0672(c)*, 334–342.

- Khatimah, H., Pertamina, U., & Abdullah, N. L. (2019). HEDONIC MOTIVATION AND SOCIAL INFLUENCE ON BEHAVIORAL INTENTION OF E-MONEY : THE ROLE OF PAYMENT HABIT AS A MEDIATOR. *International Journal of Entrepreneurship*, 23(1), 1–9.
- Kijsanayotin, B., Pannarunothai, S., & Speedie, S. M. (2009). Factors influencing health information technology adoption in Thailand's community health centers: Applying the UTAUT model. *International Journal of Medical Informatics*, 78(6), 404–416. <https://doi.org/10.1016/j.ijmedinf.2008.12.005>
- Mansyur, A., Muhammad, E., Ali, E., Mansyur, A., & Muhammad, E. (2022). The Adoption of Sharia Fintech Among Millennial in Indonesia : Moderating Effect of Islamic Financial Literacy on UTAUT 2 The Adoption of Sharia Fintech Among Millennial in Indonesia : Moderating Effect of Islamic Financial Literacy on UTAUT 2. *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences*, 12(4), 1329–1343. <https://doi.org/10.6007/IJARBSS/v12-i4/13035>
- Maulana, A., & Cahyadi, R. (2022). UANG ELEKTRONIK E-MONEY OVO MENGGUNAKAN MODEL UTAUT 2 (STUDI KASUS : MAHASISWA KOTA MEDAN). *INFORMATION SYSTEM DEVELOPMENT*, 7(1).
- Meuthia, R. F., Ananto, R. P., & Afni, Z. (2020). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat UMKM Terhadap Penggunaan Uang Elektronik Di Kota Padang. *Akuntansi Dan Manajemen*, 15(1).
- Mustika, C. W., & Rachmawati, I. (2018). ANALISIS MINAT MASYARAKAT TERHADAP PENGGUNAAN E-TOLLPASS DI JABODETABEK DENGAN MODIFIED UNIFIED THEORY OF ACCEPTANCE AND USE OF TECHNOLOGY (Modified UTAUT) ANALYSIS OF INTENTION FOR USING E-TOLLPASS IN JABODETABEK WITH MODIFIED UNIFIED THEORY OF ACCEPTA. *E-Proceeding of Management*, 5(2), 1629–1637.
- Mutiara Indah1, H. A. (2019). Penerapan model utaut (unified theory of acceptance and use of technology) untuk memahami niat dan perilaku aktual pengguna go-pay di kota padang 1. *JEA Jurnal Eksplorasi Akuntansi*, 1(4), 1949–1967.
- Muttaqin, M. (2018). ANALISA PEMANFAATAN SISTEM INFORMASI E - OFFICE PADA UNIVERSITAS PEMBANGUNAN PANCA BUDI MEDAN DENGAN. *JURNAL TEKNIK DAN INFORMATIKA*, 5(1), 40–43.
- Nisa, N. I., & Mustaqim, M. (2021). KEPUTUSAN PENGGUNAAN UANG ELEKTRONIK PADA ERA PANDEMI COVID-19 DI KUDUS. *Jurnal Bisnis Dan Manajemen Islam*, 9, 335–344.
- Odeh, M. H. (2019). Factors Affecting the Adoption of Financial Information Systems Based on UTAUT Model Mohammad Husam Odeh. *International Journal of Academic Research in Accounting, Finance and Management Sciences*, 9(2), 108–116. <https://doi.org/10.6007/IJARAFMS/v9-i2/6064>
- Oliveira, T., Faria, M., Thomas, M. A., & Popovič, A. (2014). Extending the understanding of mobile banking adoption: When UTAUT meets TTF and ITM. *International Journal of Information Management*, 34(5), 689–703.

- <https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2014.06.004>
- 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>
- Priambodo, S., & Prabawani, B. (2015). Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Dan Persepsi Risiko Terhadap Minat Menggunakan Layanan Uang Elektronik (Studi Kasus Pada Masyarakat Di Kota Semarang). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 5(2), 127–135.
- Putra, D. R., Supelti, D., & Yusuf, A. (2022). ANALISIS PENERAPAN APLIKASI OVO MENGGUNAKAN MODEL UTAUT 3 PADA PENGGUNA. *J'THOMS (Journal Of Techonolgy Mathematics And Social Science)*, 1(2), 13–22.
- Putu, G., Permana, L., Putu, L., & Dewi, K. 2019. (2019). ANALISIS PENERIMAAN DAN PENGGUNAAN APLIKASI OVO DENGAN MENGGUNAKAN UNIFIED THEORY OF ACCEPTANCE AND USE OF TECHNOLOGY (UTAUT) DI KOTA DENPASAR. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Bisnis*, 4(2), 186–203.
- Rahmawati, R. E., & Maika, M. R. (2021). Cashless Payment di masa Pandemi COVID-19. *Jurnal Ekonomi Modernisasi*, 17(666), 1–14.
- Raman, A. (2018). FROG VLE: TEACHERS ' TECHNOLOGY ACCEPTANCE USING UTAUT MODEL. *International Journal of Mechanical Engineering and Technology (IJMET)*, 9(3), 529–538.
- Rifaldi, R., Giri, W., & Apriliani, D. (2018). Behavioral Intention Analysis on E-Money Services in Indonesia: Using the modified UTAUT model. *Advances in Economics, Business and Management Resear*, 65(Icebef 2018), 73–76.
- Saputri, O. B. (2020). P referensi konsumen dalam menggunakan quick response code indonesia standard (qris) sebagai alat pembayaran digital Consumer preference in using the Indonesian standard quick response code (qris) as a digital payment instrument. <Http://Journal.Feb.Unmul.Ac.Id/Index.Php/KINERJA> *Preferensi*, 17(2), 237–247.
- Saputri, R. R., Chandra, N., & Maryati, U. (2003). Jurnal Akuntansi , Bisnis dan Ekonomi Indonesia Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Pengguna pada E-Commerce (Studi Kasus Mahasiswa Politeknik Negeri Padang). *Jurnal Akuntansi, Bisnis Dan Ekonomi Indonesia*, 1(1), 1–7.
- Saragih, A. H., Septamia, N. U., Administrasi, F. I., & Indonesia, U. (2019). Analisis penerimaan pengguna e-filing menggunakan model unified theory acceptance and use of technology (utaut). *Jurnal Kajian Akuntansi*, 3(1), 1–17.
- Suhendry, W. (2020). Minat Penggunaan OVO di Kota Pontianak Menggunakan Model Unified Theory of Acceptance and Use Technology. *Jurnal Ekonomi Manajemen*, 6(1), 1–12. <http://jurnal.unsil.ac.id/index.php/jem>
- Sunjoyo., Setiawan, R., Carolina, V., Magdalena, N., & Kurniawan, A. (2013).

Aplikasi SPSS untuk SMART Riset (Program IBM SPSS 21.0). Alfabeta, Bandung.

- Valentino, U., & Noven, S. A. (2022). Analisis Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Minat Menggunakan Bank Digital Syariah pada Generasi Z : Studi Kasus di Kota Bogor. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 8(02), 1679–1688.
- Venkatesh, V., Morris, M. G., Davis, G. B., & Davis, F. D. (2003). *User Acceptance of Information Technology : Toward a Unified View User Acceptance of Information Technology : Toward a Unified View Published by : Management Information Systems Research Center , University of Minnesota Stable URL : <https://www.jstor.org/stable/30036540>. September. <https://doi.org/10.2307/30036540>*
- Victor Hendrik, W. M. (2016). ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI (Studi Kasus Penerapan System Application Product pada. *DIPONEGORO JOURNAL OF ACCOUNTING*, 5(4), 1–14.
- Wilfan, A. F., & Martini, E. (2021). FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PENGGUNAAN LINKAJA BERDASARKAN MODEL TEORI UTAUT2 (UNIFIED THEORY OF ACCEPTANCE AND USE OF TECHNOLOGY2) FACTORS AFFECTING THE USE OF LINKAJA BASED ON THE UTAUT2 THEORY MODEL (UNIFIED THEORY OF ACCEPTANCE AND USE OF TECHN. *E-Proceeding of Management .*, 8(6), 7729–7741.
- Wu, Y. L., Tao, Y. H., & Yang, P. C. (2007). Using UTAUT to explore the behavior of 3G mobile communication users. *IEEM 2007: 2007 IEEE International Conference on Industrial Engineering and Engineering Management*, 199–203. <https://doi.org/10.1109/IEEM.2007.4419179>

LAMPIRAN-LAMPIRAN

Lampiran 1

Kuesioner Penelitian

KURSIONER PENELITIAN

**“ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT
PENGUNAAN *E-MONEY* MENGGUNAKAN MODEL
MODIFIKASI *UNIFIED THEORY OF ACCEPTANCE
AND USE TECHNOLOGY (UTAUT)*”**

(Studi Pengguna OVO Soloraya)

Assalamu’alaikum wr.wb.

Perkenalkan saya Ade Wulandari, Mahasiswa Program studi Perbankan syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta. Saat ini saya sedang melakukan penelitian skripsi untuk tugas akhir yang berjudul **“ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT PENGUNAAN *E-MONEY* MENGGUNAKAN MODEL MODIFIKASI *UNIFIED THEORY OF ACCEPTANCE AND USE TECHNOLOGY (UTAUT)*”** (Studi Pengguna OVO Soloraya). Segala informasi yang diberikan pada kusioner ini hanya untuk kepentingan peneitian semata dan akan dijaga kerahasiaannya. Oleh karena itu, saya mohon kesediaan saudara/i untuk meluangkan waktu dan mengisi kusioner ini dengan tepat dan teliti. Atas kesediaan dan partisiasinya, saya ucapkan terimakasih.

Wassalamu’alaikum wr.wb.

Petunjuk pengisian kuisisioner

1. Tulisla identitas diri secara lengkap
2. Bacalah setiap pertanyaan dengan teliti
3. Mohon bapak/ibu/saudara/I untuk memberikan jawaban yang paling benar

Keterangan :

SS : Sangat Setuju (5)

S : Setuju (4)

N : Netral (3)

TS : Tidak Setuju (2)

STS : Sangat Tidak Setuju (1)

Identitas Responden

a) E-mail :

b) Nama :

c) Usia :

➤ 17-20 tahun

➤ 21-30 tahun

➤ 31-40 tahun

➤ 41-60 tahun

d) Pekerjaan :

e) Jenis Kelamin :

➤ Laki-laki

➤ Perempuan

f) Domisili Kabupaten:

3. Kabupaten Sragen

4. Kabupaten Karanganyar

5. Kabupaten Sukoharjo

6. Kabupaten Klaten

7. Kabupaten Boyolali

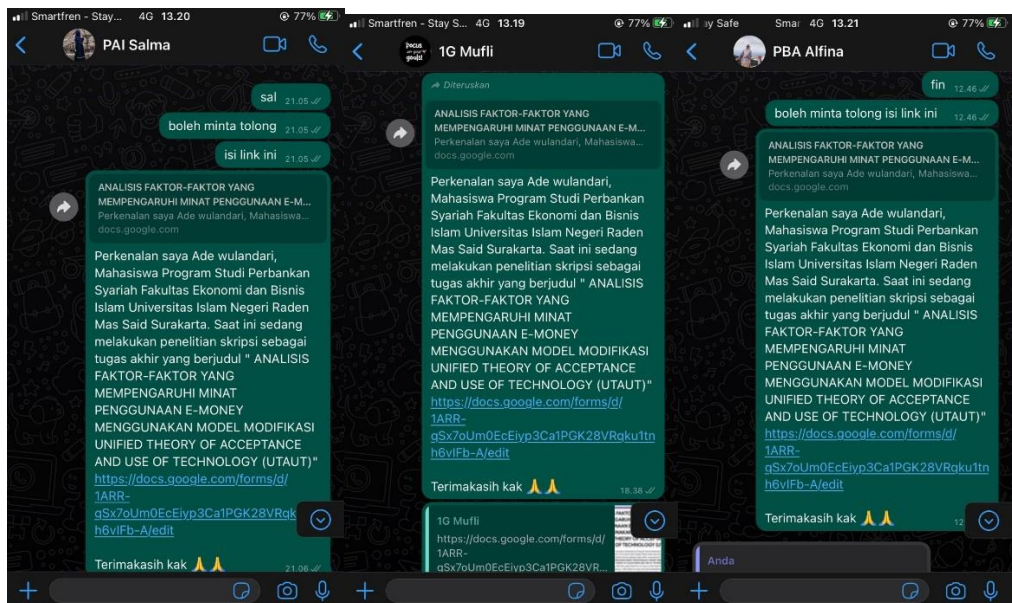
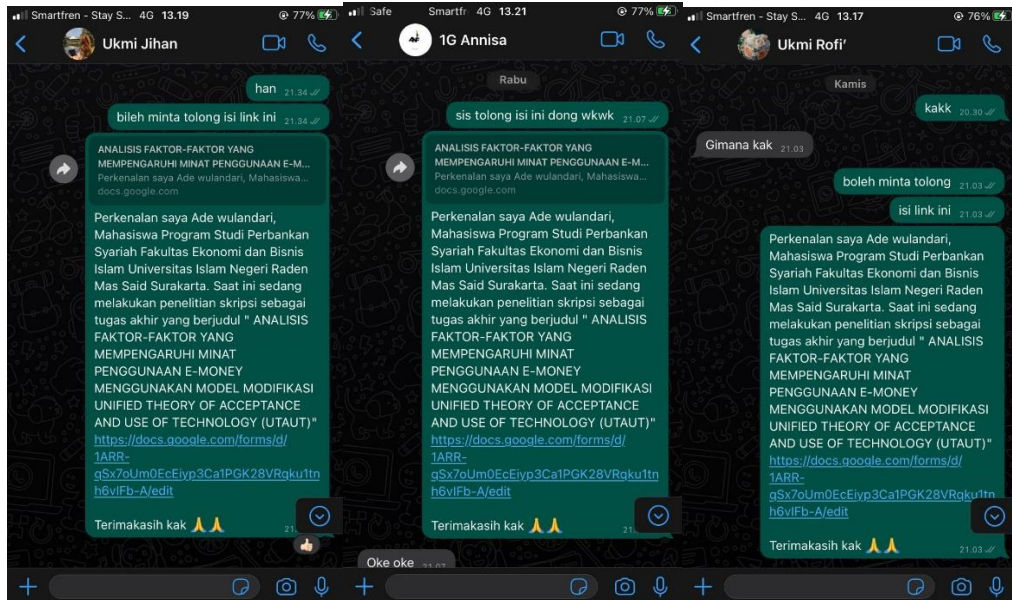
8. Kabupaten Wonogiri

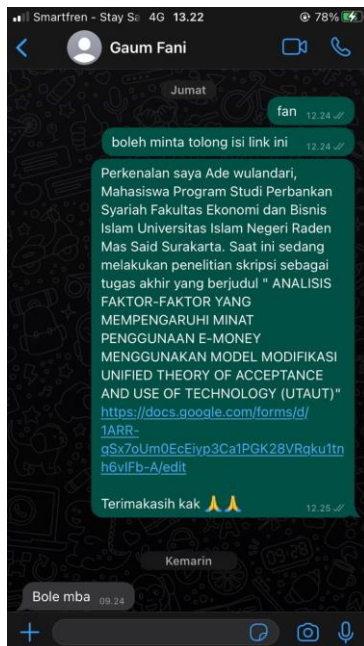
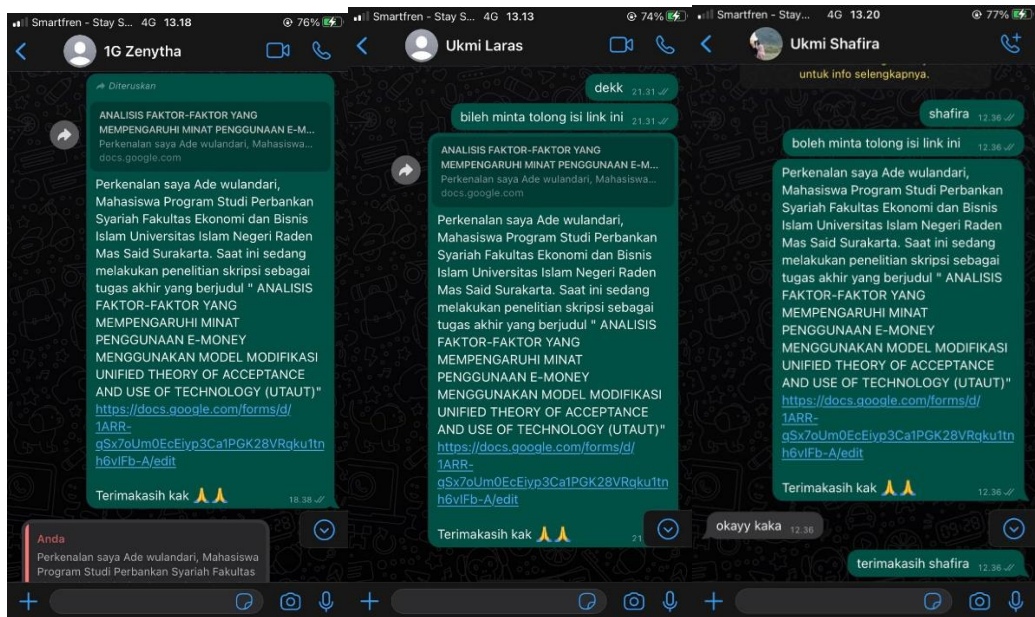
9. Surakarta

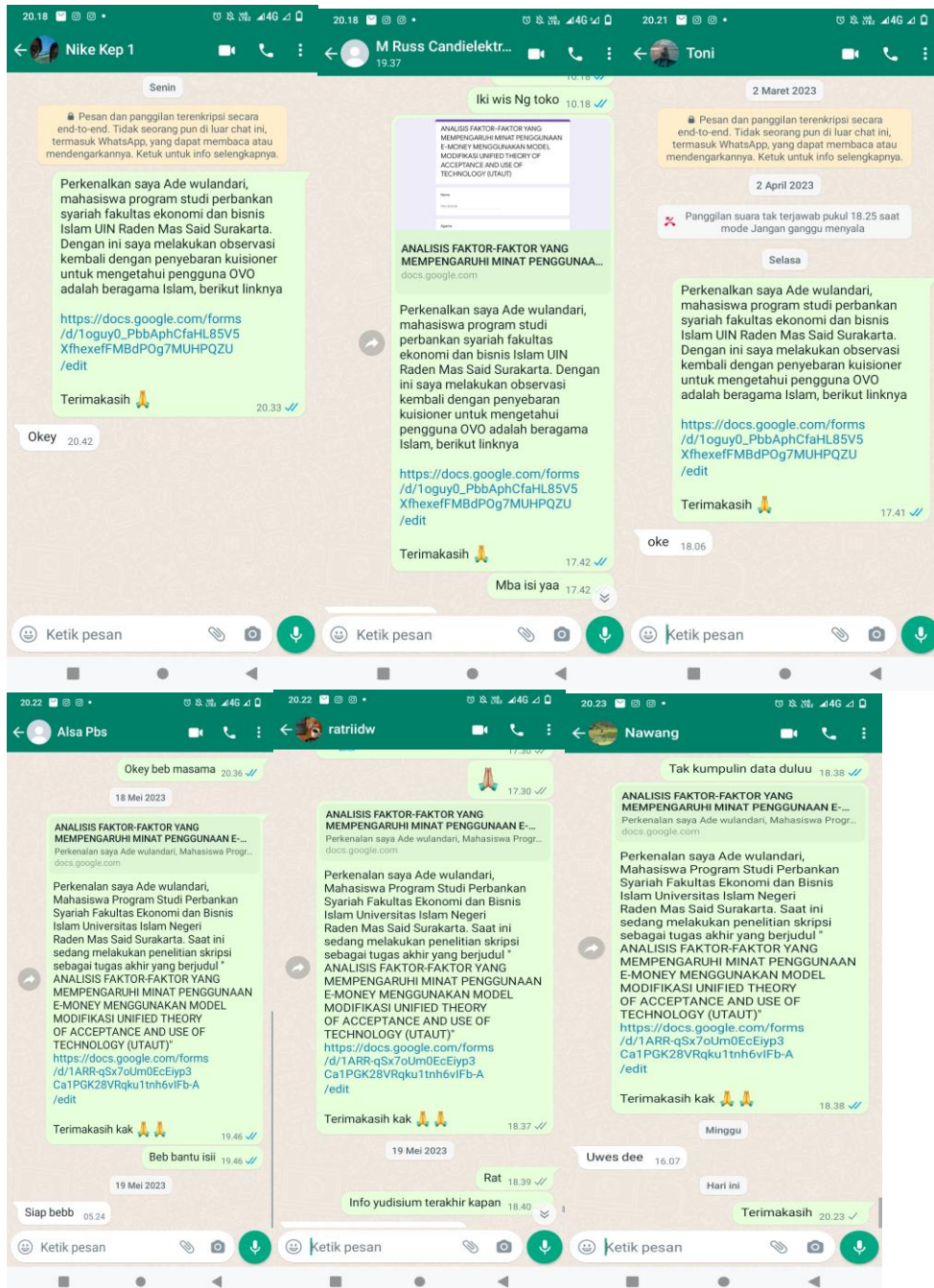
KUISIONER

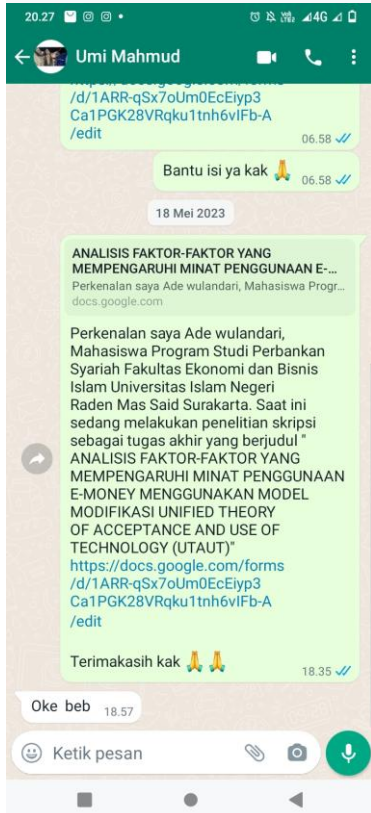
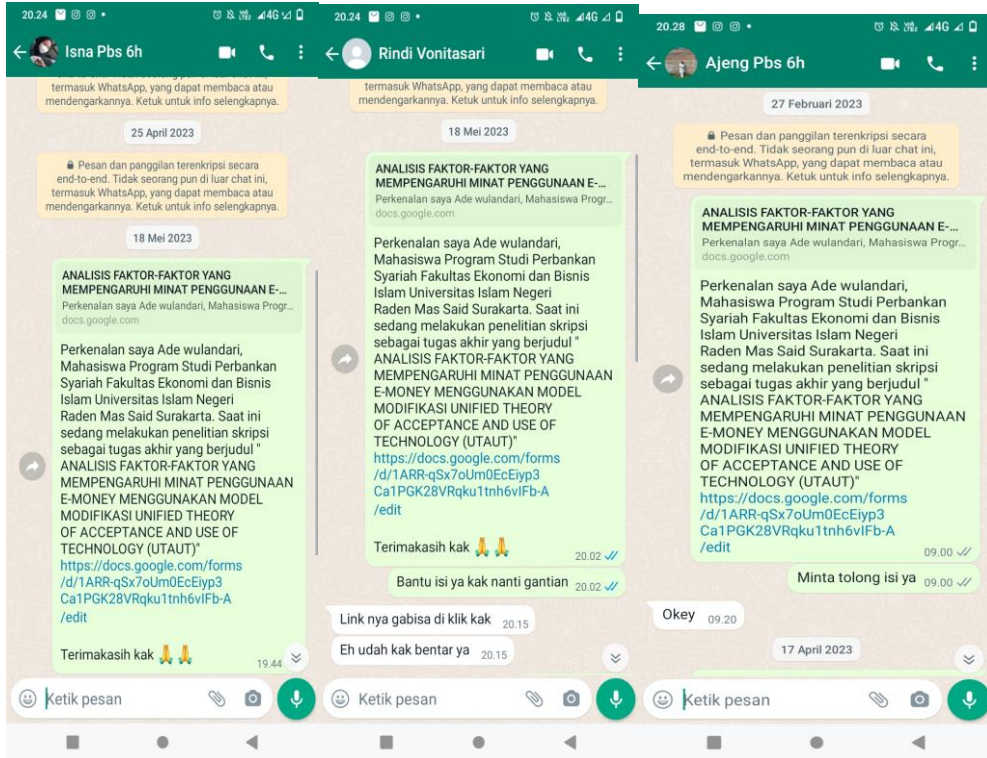
Kode	Item					
No	Pertanyaan	STS	TS	N	S	SS
1	OVO merupakan alat yang berguna dalam transaksi					
2	OVO memungkinkan saya melakukan transaksi lebih mudah					
3	OVO memungkinkan saya melakukan transaksi lebih cepat dari pada transaksi tunai					
4	Menggunakan OVO dapat meningkatkan produktivitas saya					
5	Mudah bagi saya memahami cara penggunaan aplikasi OVO					
6	Saya merasa nyaman melakukan transaksi menggunakan OVO					
7	Mudah bagi saya untuk melakukan transaksi menggunakan OVO					
8	Mudah bagi saya untuk cepat mahir dalam menggunakan aplikasi OVO					
9	Orang-orang yang penting bagi saya berfikir bahwa saya harus menggunakan OVO					
10	Orang-orang di lingkungan saya yang menggunakan OVO memiliki kemampuan yang lebih tinggi dari pada yang tidak menggunakan					
11	Saya melakukan transaksi menggunakan OVO karena banyak orang menggunakan juga					
12	Saya memiliki smartphone yang mampu mengakses internet maka saya akan terus menggunakan OVO					
13	Saya memiliki pengetahuan yang diperlukan untuk menggunakan aplikasi OVO					
14	OVO memiliki kesesuaian dengan sistem lain seperti <i>e-commerce</i> yang saya gunakan					
15	Bantuan online tersedia untuk pertanyaan yang berkaitan dengan penggunaan OVO					
16	Saya bermaksud untuk terus menggunakan OVO dalam keseharian saya					
17	Saya akan menggunakan OVO dalam keseharian saya					
18	Saya akan merekomendasikan penggunaan OVO pada lingkungan saya					

Lampiran bukti chat responden



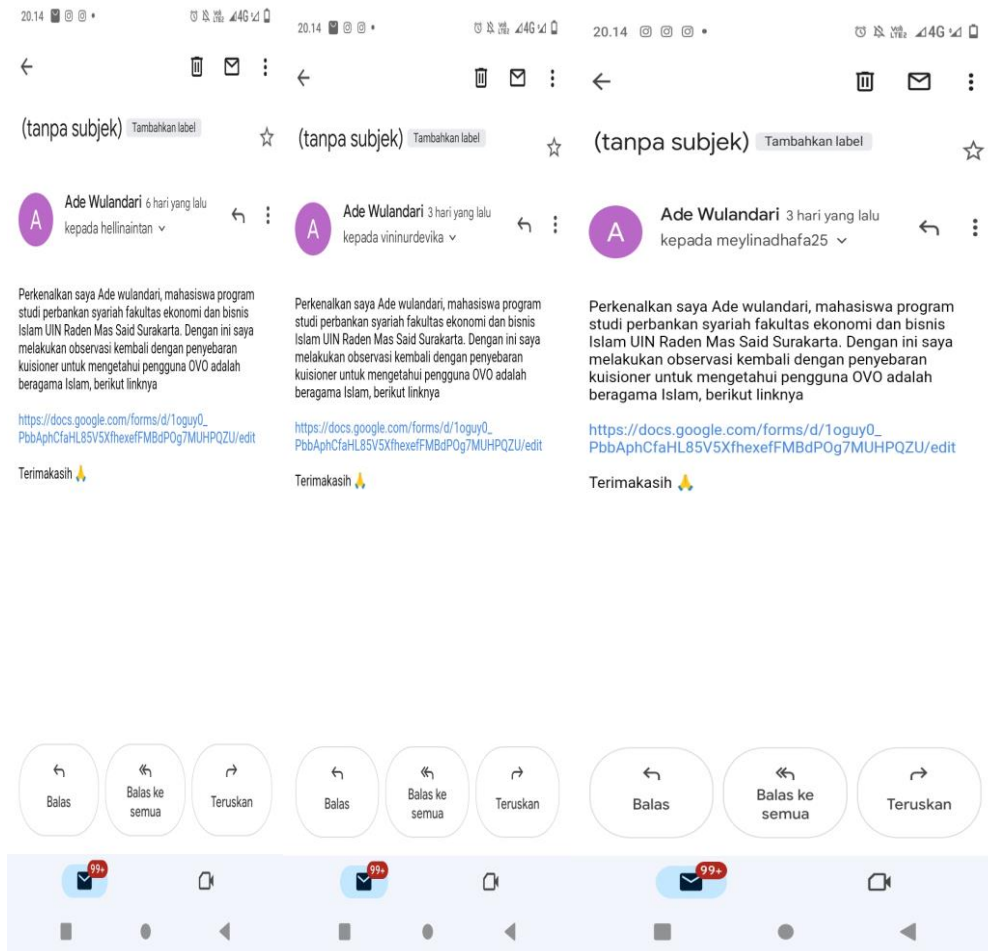






Lampiran menghubungi via e-mail

	A	B	C
1	raktu	Nama	Email
2	02/26	Ratri dwi wu	Ratridwiwulandari23@gmail.com
3	02/26	Meylina Dhameylinadhafa25	@gmail.com
4	02/26	Nik	Nike40004@gmail.com
5	02/26	Helina Intanhellinaintan	@gmail.com
6	02/26	Nawang Amnawangs582	@gmail.com
7	02/26	Annisa	dwianisasusanti@gmail.com
8	02/26	Marliani sri	Marlianirizki15@gmail.com
9	02/26	Diah Utami	diahutami431@gmail.com
10	02/27	Syifa Ina Ralsifa2627	@gmail.com
11	02/27	Rus	rusiastir1@gmail.com
12	02/27	Amalia Khoiamaliakhoirunnisa30	@gmail.com
13	02/27	Luluk Wihanwihani	@gmail.com
14	02/27	ABDUL AZIZ	rnote6067@gmail.com
15	02/27	Didik	dhodotc@gmail.com
16	02/27	Gunawan	gunawansunggang@gmail.com
17	03/01	Rozak	subuhbercerita@gmail.com
18	03/01	Aldian Riza	aldianriza165@gmail.com
19	03/01	Sahid Hadi	Isahidhadikusuma123@gmail.com
20	03/01	Citra	citrayuhapsari1807@gmail.com
21	03/02	Erwin	erwinpranoto99@gmail.com
22	03/02	Tugiman A	Sapikalisatu@gmail.com
23	03/02	Latifah	latifahzinu@gmail.com
24	03/02	Jamaludin	_udin'bengex99_
25	03/02	Yuli diyah aydiyahayuyuli	@gmail.com
26	03/02	Yuni Nur Afyuni	nurafiffah02@gmail.com
27	03/02	Rohadatul 'A	rohadatulaisy2076@gmail.com
28	03/02	Noor Afifah noorafifah222	@gmail.com
29	03/03	Asih Lestari	asihlestari1122@gmail.com
30	03/03	Ni'ma Syahrnikmasyahrul2000	@gmail.com
31	03/03	Ita Nur Fajaitanurpajaria	@gmail.com
32	03/03	Yuni	yundian10@gmail.com
33	03/03	Aisyah Cahysahisah522	@gmail.com
34	03/04	Joko Susilojoko126999	@gmail.com
35	03/04	toni	toniecupang123@gmail.com
36	03/04	dimas	akunmobilegame02@gmail.com
37	03/05	Roshela Arishhelarisa2501	@gmail.com
38	03/06	Rahma Nur 'rahmacahya1595	@gmail.com
39	03/06	Sahid Hadi	Isahidhadikusuma123@gmail.com
40	03/06	Desi Pramit	pramitad476@gmail.com
41	03/06	Fathika nur 'Fatikawahida	@gmail.com
42	03/06	Johan sapujohansaputra.js48	@gmail.com
43	03/06	Nurul Handanurulhannn1	@gmail.com
44	03/07	DIMAS BAY	ldimasbkor@gmail.com
45	03/08	Dian Wahyu	Wsaja665@gmail.com
46	03/08	Krisnia uthacr	suthmy09@gmail.com
47	03/12	Alya diti setd	wia16978@gmail.com
48	03/12	Putri	Nanaputri@gmail.com
49	03/12	Nafisa nasy	Ratridwiwulandari@gmail.com
50	03/14	Ina	Haninirawan542@gmail.com
51	03/16	Nana putri h	Nanaputrihardiyanti@gmail.com
52	03/16	Nafisa nasy	Dwiratriwulandari23@gmail.com
53	03/16	Nurminah	Nurminahih@gmail.com
54	03/16	Aprilia wula	Apriliawulandari@gmail.com
55	2023/03/14	Ina	Haninirawan542@gmail.com
56	2023/03/16	Nana putri h	Nanaputrihardiyanti@gmail.com
57	2023/03/16	Nafisa nasy	Dwiratriwulandari23@gmail.com
58	2023/03/16	Nurminah	Nurminahih@gmail.com
59	2023/03/16	Aprilia wula	Apriliawulandari@gmail.com
60	2023/03/16	Subur arifil	Arifilsubur@gmail.com
61	2023/03/16	Rokhim	Pablobawang@gmail.com
62	2023/03/18	Elvian	elviantia55@gmail.com
63	2023/03/28	Dhafa	meylinadhafa25@gmail.com
64	2023/03/29	Andi Setyow	Andiandoez33@gmail.com
65	2023/03/29	Triyanto	Triyant101@gmail.com
66	2023/05/18	Melati puspimelatipus	pitasari389@gmail.com
67	2023/05/18	Fadiyah	fadiyah530@gmail.com
68	2023/05/18	Rasyaa	nawangs582@gmail.com
69	2023/05/18	Hasna Lukl	lthalmuflihah@gmail.com
70	2023/05/18	Helmi Zufar	helmizufar03@gmail.com
71	2023/05/18	Asa	ansarohmah@gmail.com
72	2023/05/18	Agustina	agustinadwidama@gmail.com
73	2023/05/18	Dian Wahyu	Wsaja665@gmail.com
74	2023/05/18	Rindi Vonitar	indivonita864@gmail.com
75	2023/05/18	Dendy Ramdendy	rama15@gmail.com
76	2023/05/18	Syntia wahy	syntia.adeستي@gmail.com
77	2023/05/18	Devi Al	miftadialmifta16@gmail.com
78	2023/05/18	Hanifa Alif	hanifaalifia14@gmail.com
79	2023/05/18	Nur Latifah	Tifahlatifah63450@gmail.com
80	2023/05/18	Annisa Nur	Annisanurfa25@gmail.com
81	2023/05/18	Anting Wula	antingwulan04@gmail.com
82	2023/05/18	Ahmad isha	Ahmadishaqaha4@gmail.com
83	2023/05/18	Maulina Cat	maulinnacahya19@gmail.com
84	2023/05/18	Permadinat	andyspermary4@gmail.com
85	2023/05/18	Adhere Al	maridhealma@gmail.com
86	2023/05/19	Rafi'ah Salm	ralfahsalma2019@gmail.com
87	2023/05/19	Rindi	rindi345@gmail.com
88	2023/05/19	Alsa Nurjan	alsanurjanah3150@gmail.com
89	2023/05/19	Syailendra	syailendragusti26@gmail.com
90	2023/05/19	Cicitria	cicitria2801@gmail.com
91	2023/05/19	Farida Nur	klfaridanur2123@gmail.com
92	2023/05/19	Roni ribow	osyahronismsg@gmail.com
93	2023/05/19	Al Ayubi	ayubbradda@gmail.com
94	2023/05/19	Anisha Ayu	anishaayualfiani10@gmail.com
95	2023/05/19	Nida	hanidalaila07@gmail.com
96	2023/05/19	Muhammad	imisyaf12345@gmail.com
97	2023/05/19	Fiqih firdaus	fiqihfirdaus75@gmail.com
98	2023/05/19	Muh. Tri Zul	zulharmanilimola@gmail.com
99	2023/05/19	Shafira Galusha	firashafira023@gmail.com
100	2023/05/19	Tegar Syahit	tegaraskp@gmail.com
101	2023/05/19	mila nur	ludmilanurliudvia91@gmail.com
102	2023/05/19	Humam Zakhumam	zakariahumamzakaria@gmail.com
103	2023/05/19	Kharisma	kharismarm856@gmail.com
104	2023/05/19	Umi Anggra	umianggra28@gmail.com
105	2023/05/19	Rifa Amilail	rifaamilaila29@gmail.com
106	2023/05/20	Fani novita	fannynovita931@gmail.com



Lampiran 2

Tabulasi Data Responden

Ekspetasi Kinerja

No.	Ekspetasi Kinerja (X1)				Total X1
	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	
1	4	4	5	5	18
2	5	5	5	5	20
3	3	3	3	3	12
4	4	4	4	4	16
5	4	4	4	4	16
6	5	4	5	5	19
7	5	5	5	4	19
8	3	3	3	3	12
9	5	5	3	4	17
10	4	5	4	5	18
11	4	4	5	5	18
12	4	5	4	4	17
13	4	5	4	5	18
14	4	4	4	4	16
15	5	5	5	5	20
16	2	2	2	2	8
17	5	3	4	4	16
18	3	5	3	5	16
19	3	3	3	3	12
20	5	4	4	3	16
21	4	4	4	4	16
22	4	3	4	5	16
23	4	4	4	4	16
24	5	5	5	5	20
25	3	3	3	3	12
26	5	5	5	5	20
27	5	3	4	5	17
28	2	2	2	2	8
29	4	4	5	4	17
30	5	5	4	5	19
31	4	4	5	5	18
32	5	5	4	4	18
33	3	3	4	4	14
34	4	5	3	5	17

35	5	5	5	5	20
36	5	4	3	3	15
37	3	3	3	3	12
38	5	5	3	5	18
39	5	5	4	4	18
40	3	4	5	4	16
41	5	5	4	5	19
42	5	5	4	4	18
43	4	4	4	4	16
44	5	5	3	3	16
45	5	3	5	4	17
46	5	5	4	5	19
47	4	4	3	3	14
48	4	3	3	5	15
49	4	4	4	4	16
50	3	3	5	4	15
51	5	5	4	5	19
52	4	4	5	4	17
53	4	4	4	4	16
54	4	3	3	3	13
55	5	3	4	5	17
56	5	5	4	4	18
57	5	5	5	5	20
58	5	3	3	4	15
59	4	5	4	3	16
60	3	3	5	4	15
61	5	5	4	4	18
62	4	4	4	4	16
63	4	3	4	5	16
64	5	5	5	4	19
65	5	3	4	5	17
66	5	4	5	4	18
67	5	5	3	4	17
68	5	3	5	5	18
69	4	4	3	3	14
70	5	5	4	4	18
71	4	4	4	4	16
72	3	4	4	3	14
73	4	5	3	3	15
74	5	3	5	5	18
75	4	4	4	4	16
76	4	3	5	4	16

77	2	2	2	2	8
78	5	3	4	4	16
79	5	5	5	5	20
80	5	3	3	4	15
81	4	4	5	5	18
82	5	3	5	4	17
83	3	4	4	4	15
84	4	4	5	4	17
85	5	4	4	3	16
86	4	3	4	5	16
87	3	4	5	4	16
88	4	4	4	4	16
89	4	5	5	5	19
90	5	3	5	4	17
91	5	5	4	4	18
92	5	3	4	5	17
93	5	5	5	5	20
94	3	5	4	4	16
95	4	4	3	4	15
96	3	3	4	5	15
97	5	5	5	5	20
98	3	5	4	4	16
99	4	4	5	4	17
100	4	3	3	4	14

Ekspetasi Usaha

No.	EkspetasiUsaja (X2)				Total X2
	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	
1	5	4	4	5	18
2	5	4	4	5	18
3	4	4	4	4	16
4	5	4	4	5	18
5	5	3	3	5	16
6	4	5	5	4	18
7	5	4	4	5	18
8	4	4	4	4	16
9	3	3	3	3	12
10	4	4	4	4	16
11	5	4	4	5	18
12	4	5	5	4	18
13	5	5	5	5	20

14	4	4	4	4	16
15	4	5	5	4	18
16	5	4	4	5	18
17	4	5	5	4	18
18	5	4	4	5	18
19	4	4	4	4	16
20	5	3	3	5	16
21	4	4	4	4	16
22	5	4	4	5	18
23	4	4	4	4	16
24	4	4	4	4	16
25	5	4	4	5	18
26	4	4	4	4	16
27	4	5	5	4	18
28	5	4	4	5	18
29	4	4	4	4	16
30	4	3	3	4	14
31	4	5	5	4	18
32	3	4	4	3	14
33	4	4	4	4	16
34	5	4	4	5	18
35	3	4	4	3	14
36	3	5	5	3	16
37	4	4	4	4	16
38	5	5	5	5	20
39	4	4	4	4	16
40	4	5	5	3	17
41	3	3	3	3	12
42	5	4	4	5	18
43	5	4	4	5	18
44	4	4	4	4	16
45	2	2	2	2	8
46	3	3	3	3	12
47	4	4	4	4	16
48	4	5	5	4	18
49	5	5	5	5	20
50	4	4	4	4	16
51	5	4	4	5	18
52	5	4	4	5	18
53	5	4	4	5	18
54	4	4	4	4	16
55	5	4	4	5	18

56	5	4	4	5	18
57	4	4	4	4	16
58	3	4	4	3	14
59	3	3	3	3	12
60	5	4	4	5	18
61	4	4	4	4	16
62	5	4	4	5	18
63	4	4	4	4	16
64	3	4	4	3	14
65	4	4	4	4	16
66	4	5	5	4	18
67	5	4	4	5	18
68	3	3	3	3	12
69	4	4	4	4	16
70	5	4	4	5	18
71	4	5	5	3	17
72	5	4	4	5	18
73	4	4	4	4	16
74	3	4	4	3	14
75	5	3	3	5	16
76	5	4	4	5	18
77	4	5	5	4	18
78	5	4	4	5	18
79	4	5	5	4	18
80	5	4	4	5	18
81	4	5	5	4	18
82	3	4	4	3	14
83	5	4	4	5	18
84	4	4	4	4	16
85	4	4	4	4	16
86	5	4	4	5	18
87	4	4	4	4	16
88	4	4	4	4	16
89	5	4	4	5	18
90	5	4	4	5	18
91	4	4	4	4	16
92	5	5	5	5	20
93	4	5	5	4	18
94	4	4	4	4	16
95	5	4	4	5	18
96	4	4	4	4	16
97	3	3	3	3	12

98	4	3	3	4	14
99	5	4	4	5	18
100	4	4	4	4	16

Pengaruh Sosial

No.	Pengaruh Sosial (X3)			Total X3
	X3.1	X3.2	X3.3	
1	5	4	5	14
2	5	5	5	15
3	4	4	5	13
4	5	4	4	13
5	5	4	5	14
6	4	5	4	13
7	5	4	5	14
8	4	4	4	12
9	5	4	4	13
10	4	4	4	12
11	5	5	5	15
12	2	2	2	6
13	5	5	5	15
14	4	4	4	12
15	4	5	4	13
16	5	4	5	14
17	4	5	3	12
18	5	4	4	13
19	4	4	5	13
20	5	4	5	14
21	4	4	5	13
22	5	4	5	14
23	4	4	4	12
24	4	4	5	13
25	5	4	5	14
26	5	5	5	15
27	4	5	4	13
28	5	4	5	14
29	3	4	5	12
30	4	3	4	11
31	4	5	5	14
32	3	4	4	11
33	4	4	4	12
34	5	4	4	13

35	5	5	5	15
36	3	5	4	12
37	4	4	5	13
38	5	5	5	15
39	4	4	5	13
40	4	5	5	14
41	3	3	5	11
42	5	4	5	14
43	4	4	4	12
44	4	4	4	12
45	4	4	5	13
46	3	3	3	9
47	4	4	3	11
48	5	5	5	15
49	5	5	5	15
50	4	4	5	13
51	4	4	4	12
52	5	4	5	14
53	5	4	5	14
54	4	4	4	12
55	4	4	4	12
56	5	4	5	14
57	4	4	5	13
58	3	4	4	11
59	3	3	4	10
60	5	4	5	14
61	4	4	5	13
62	5	4	5	14
63	4	4	5	13
64	3	4	4	11
65	4	4	4	12
66	4	5	4	13
67	5	5	5	15
68	3	3	3	9
69	4	4	3	11
70	4	4	4	12
71	4	5	5	14
72	5	4	5	14
73	4	4	4	12
74	2	2	2	6
75	5	3	4	12
76	5	4	3	12

77	4	5	4	13
78	5	4	5	14
79	4	5	4	13
80	5	4	5	14
81	4	5	4	13
82	3	4	5	12
83	5	4	4	13
84	4	4	5	13
85	4	4	5	13
86	5	4	4	13
87	4	4	5	13
88	4	4	5	13
89	5	4	4	13
90	5	4	4	13
91	4	4	5	13
92	5	5	4	14
93	4	5	5	14
94	4	4	4	12
95	5	4	5	14
96	4	4	4	12
97	3	3	3	9
98	4	3	5	12
99	5	4	5	14
100	4	4	5	13

Kondisi yang memfasilitasi

No.	Kondisi Fasilitas (X4)				Total X4
	X4.1	X4.2	X4.3	X4.4	
1	4	3	5	5	17
2	5	5	5	5	20
3	3	5	5	4	17
4	3	3	3	3	12
5	4	5	4	5	18
6	5	4	5	5	19
7	4	4	4	4	16
8	3	5	5	3	16
9	4	5	5	5	19
10	5	4	4	5	18
11	3	5	4	4	16
12	4	4	4	4	16
13	3	3	3	3	12

14	5	5	5	5	20
15	4	5	4	4	17
16	3	4	5	5	17
17	4	4	4	4	16
18	3	4	5	4	16
19	4	4	4	4	16
20	5	5	5	5	20
21	4	3	4	4	15
22	3	3	3	3	12
23	4	5	4	4	17
24	4	4	4	4	16
25	3	4	5	4	16
26	5	3	4	5	17
27	5	4	4	5	18
28	5	5	5	5	20
29	4	4	4	4	16
30	5	5	5	5	20
31	3	4	4	5	16
32	4	4	4	4	16
33	5	3	5	5	18
34	4	4	5	4	17
35	3	3	3	3	12
36	4	4	4	4	16
37	3	2	4	5	14
38	5	3	3	3	14
39	4	4	4	4	16
40	3	4	5	3	15
41	3	5	4	5	17
42	4	4	4	4	16
43	4	5	4	4	17
44	5	5	5	5	20
45	4	5	5	5	19
46	4	4	5	4	17
47	3	3	4	4	14
48	3	3	5	4	15
49	4	4	4	5	17
50	4	3	5	4	16
51	3	5	4	4	16
52	4	4	3	4	15
53	5	3	4	5	17
54	2	4	4	4	14
55	5	5	5	5	20

56	4	4	4	4	16
57	4	4	5	4	17
58	5	5	5	5	20
59	5	5	5	5	20
60	4	4	4	4	16
61	3	3	5	4	15
62	5	5	5	5	20
63	4	4	4	4	16
64	4	3	3	4	14
65	3	4	4	5	16
66	4	3	3	3	13
67	3	4	4	4	15
68	4	3	5	4	16
69	3	4	3	5	15
70	4	4	4	3	15
71	2	5	4	5	16
72	4	4	5	4	17
73	3	5	4	5	17
74	3	4	4	3	14
75	4	5	4	4	17
76	5	5	5	5	20
77	4	4	4	4	16
78	3	3	3	3	12
79	4	4	4	4	16
80	3	5	5	4	17
81	4	4	4	4	16
82	3	4	4	5	16
83	5	5	4	4	18
84	3	4	4	5	16
85	5	2	5	3	15
86	4	5	4	4	17
87	3	3	5	5	16
88	4	5	4	4	17
89	5	4	4	4	17
90	4	5	5	4	18
91	4	4	4	4	16
92	3	3	3	3	12
93	4	4	4	4	16
94	5	5	5	5	20
95	3	4	4	4	15
96	4	5	5	4	18
97	5	4	5	4	18

98	3	4	4	3	14
99	4	3	5	4	16
100	4	4	4	4	16

Minat Pengguna

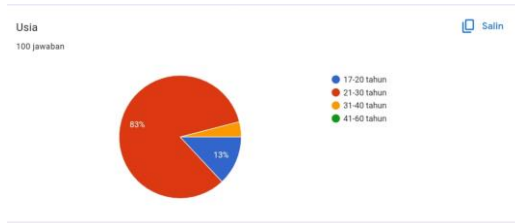
No.	Minat (Y)			Total Y
	Y1.1	Y1.2	X1.3	
1	5	5	5	15
2	5	5	5	15
3	4	4	5	13
4	5	5	4	14
5	4	5	4	13
6	5	3	5	13
7	5	5	4	14
8	4	4	4	12
9	4	5	4	13
10	5	4	5	14
11	4	4	4	12
12	5	4	5	14
13	5	5	4	14
14	4	4	4	12
15	5	4	5	14
16	3	3	3	9
17	5	4	4	13
18	4	5	4	13
19	5	3	4	12
20	4	5	4	13
21	3	4	5	12
22	4	5	4	13
23	5	4	5	14
24	5	5	5	15
25	5	5	5	15
26	4	4	4	12
27	5	4	5	14
28	5	5	5	15
29	4	4	4	12
30	5	4	5	14
31	4	4	4	12
32	4	5	4	13
33	4	4	4	12
34	5	5	5	15

35	4	4	5	13
36	5	4	4	13
37	3	3	3	9
38	5	5	4	14
39	4	4	5	13
40	5	5	5	15
41	5	4	4	13
42	4	4	4	12
43	4	5	4	13
44	5	4	5	14
45	4	5	4	13
46	3	3	3	9
47	5	4	4	13
48	5	5	5	15
49	5	5	5	15
50	4	4	5	13
51	4	5	4	13
52	5	5	4	14
53	4	5	5	14
54	4	4	4	12
55	5	5	4	14
56	5	5	5	15
57	4	4	4	12
58	4	4	4	12
59	5	5	5	15
60	5	5	5	15
61	5	4	5	14
62	5	5	4	14
63	4	4	4	12
64	4	5	4	13
65	4	4	5	13
66	5	4	4	13
67	4	5	4	13
68	3	3	3	9
69	4	4	4	12
70	4	5	5	14
71	5	5	4	14
72	4	5	4	13
73	4	4	5	13
74	4	4	4	12
75	3	3	3	9
76	4	5	5	14

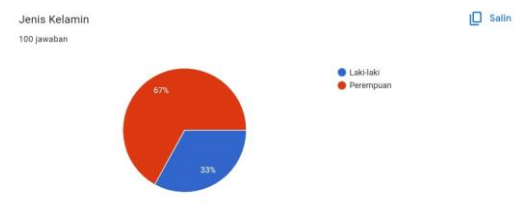
77	5	4	4	13
78	4	5	4	13
79	5	4	5	14
80	4	5	4	13
81	5	5	5	15
82	4	3	5	12
83	5	5	4	14
84	5	4	4	13
85	4	4	4	12
86	4	5	4	13
87	5	5	5	15
88	4	4	5	13
89	4	5	4	13
90	5	5	5	15
91	4	4	4	12
92	5	5	5	15
93	4	4	4	12
94	5	5	5	15
95	4	5	4	13
96	4	4	5	13
97	3	5	4	12
98	3	4	5	12
99	5	5	5	15
100	4	5	4	13

Lampiran 3

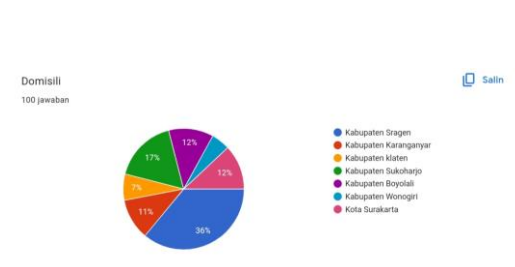
Deskripsi responden berdasarkan usia



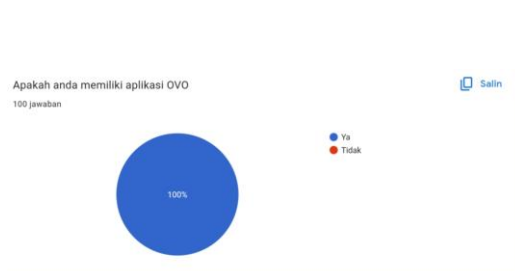
Deskripsi responden berdasarkan jenis kelamin



Deskripsi responden berdasarkan domisili



Pertanyaan apakah memiliki aplikasi OVO



Pertanyaan sudah pernah melakukan transaksi penggunaan OVO



Lampiran 4

Hasil Uji SPSS

Hasil Uji Validitas

Variabel Ekspetasi Kinerja

Correlations

	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	TOTAL_X1
Pearson Correlation	1	,428**	,362**	,471**	,761**
Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000	,000
N	100	100	100	100	100
Pearson Correlation	,428**	1	,268**	,336**	,700**
Sig. (2-tailed)	,000		,007	,001	,000
N	100	100	100	100	100
Pearson Correlation	,362**	,268**	1	,566**	,730**
Sig. (2-tailed)	,000	,007		,000	,000
N	100	100	100	100	100
Pearson Correlation	,471**	,336**	,566**	1	,785**
Sig. (2-tailed)	,000	,001	,000		,000
N	100	100	100	100	100
Pearson Correlation	,761**	,700**	,730**	,785**	1
Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	
N	100	100	100	100	100

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Variabel Ekspetasi Usaha

Correlations					
	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	TOTAL_X2
Pearson Correlation	1	,208*	,208*	,981**	,833**
Sig. (2-tailed)		,038	,038	,000	,000
N	100	100	100	100	100
Pearson Correlation	,208*	1	1,000**	,158	,711**
Sig. (2-tailed)	,038		,000	,116	,000
N	100	100	100	100	100
Pearson Correlation	,208*	1,000**	1	,158	,711**
Sig. (2-tailed)	,038	,000		,116	,000
N	100	100	100	100	100
Pearson Correlation	,981**	,158	,158	1	,804**
Sig. (2-tailed)	,000	,116	,116		,000
N	100	100	100	100	100
Pearson Correlation	,833**	,711**	,711**	,804**	1
Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	
N	100	100	100	100	100

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Variabel Pengaruh Sosial

		Correlations			
		X3.1	X3.2	X3.3	TOTAL_X3
X3.1	Pearson Correlation	1	,486**	,375**	,801**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000
	N	100	100	100	100
X3.2	Pearson Correlation	,486**	1	,413**	,820**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000
	N	100	100	100	100
X3.3	Pearson Correlation	,375**	,413**	1	,732**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000
	N	100	100	100	100
TOT	Pearson Correlation	,801**	,820**	,732**	1
AL_	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	
X3	N	100	100	100	100

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Variabel Kondisi yang memfasilitasi

		Correlations				
		X4.1	X4.2	X4.3	X4.4	TOTAL_X4
X4.1	Pearson Correlation	1	,303**	,321**	,411**	,705**
	Sig. (2-tailed)		,002	,001	,000	,000
	N	100	100	100	100	100
X4.2	Pearson Correlation	,303**	1	,179	,318**	,665**
	Sig. (2-tailed)	,002		,075	,001	,000
	N	100	100	100	100	100
X4.3	Pearson Correlation	,321**	,179	1	,360**	,685**
	Sig. (2-tailed)	,001	,075		,000	,000
	N	100	100	100	100	100
X4.4	Pearson Correlation	,411**	,318**	,360**	1	,731**
	Sig. (2-tailed)	,000	,001	,000		,000

	N	100	100	100	100	100
TOTAL_	Pearson Correlation	,705**	,665**	,685**	,731**	1
X4	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	
	N	100	100	100	100	100

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Minat pengguna

Correlations

		Y1.1	Y1.2	Y1.3	TOTAL_Y
Y1.1	Pearson Correlation	1	,348**	,478**	,809**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000
	N	100	100	100	100
Y1.2	Pearson Correlation	,348**	1	,241*	,714**
	Sig. (2-tailed)	,000		,016	,000
	N	100	100	100	100
Y1.3	Pearson Correlation	,478**	,241*	1	,742**
	Sig. (2-tailed)	,000	,016		,000
	N	100	100	100	100
TOTAL_Y	Pearson Correlation	,809**	,714**	,742**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	
	N	100	100	100	100

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Hasil Uji Reliabilitas

Variabel Ekspetasi Kinerja

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,728	4

Variabel Ekspetasi Usaha

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,765	4

Variabel Pengaruh Sosial

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
s,689	3

Variabel Kondisi Fasilitas

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,638	4

Minat penggunaan

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,622	3

Hasil Uji Asumsi Klasik

Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

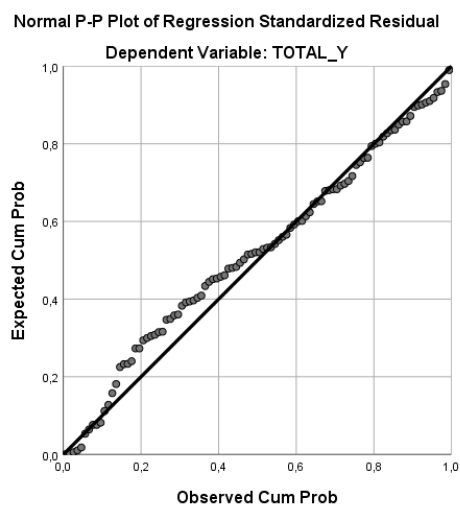
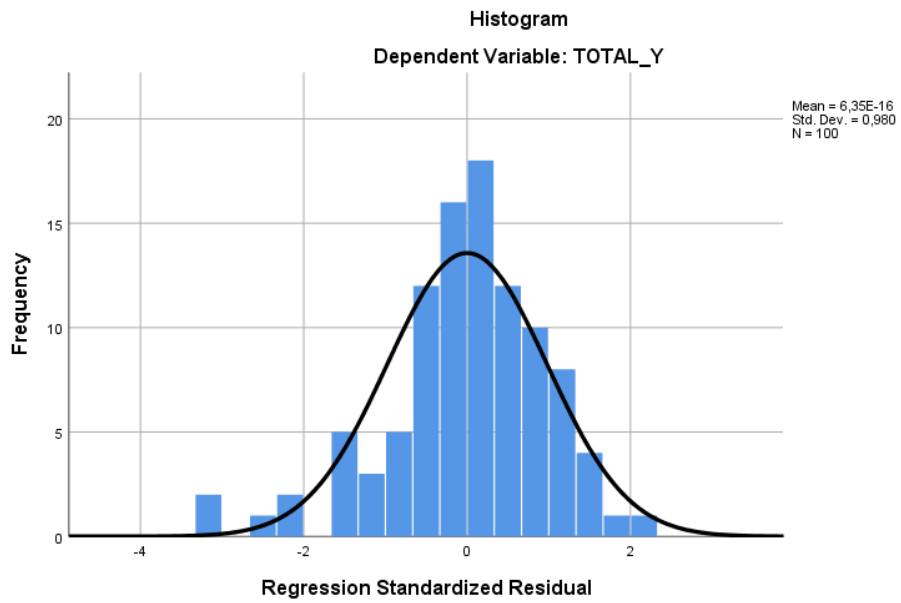
		Unstandardized Residual	
N		100	
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000	
	Std. Deviation	1,21944717	
Most Extreme Differences	Absolute	,090	
	Positive	,040	
	Negative	-,090	
Test Statistic		,090	
Asymp. Sig. (2-tailed)		,045 ^c	
Monte Carlo Sig. (2- tailed)	Sig.	,310 ^d	
	99% Confidence Interval	Lower Bound	,191
		Upper Bound	,429

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. Based on 100 sampled tables with starting seed 299883525.



Hasil Uji Multikolinieritas

Model	Coefficients ^a						
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
(Constant)	2,878	2,046		1,406	,163		
TOTAL_X1	,113	,052	,199	2,194	,031	,980	1,021
TOTAL_X2	,269	,075	,388	3,602	,001	,693	1,443
TOTAL_X3	,110	,091	,128	1,212	,229	,724	1,382
TOTAL_X4	,155	,064	,222	2,407	,018	,946	1,057

a. Dependent Variable: TOTAL_Y

Uji Heteroskedastisitas

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	2,283	1,350		1,691	,094
TOTAL_X1	-,039	,034	-,117	-1,155	,251
TOTAL_X2	-,079	,049	-,193	-1,597	,113
TOTAL_X3	,025	,060	,049	,414	,680
TOTAL_X4	,015	,042	,037	,357	,722

a. Dependent Variable: ABS_RES

Hasil Uji Hipotesis

Hasil Uji t

Model	Coefficients ^a						Collinearity Statistics	
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		T	Sig.	Tolerance	VIF
	B	Std. Error	Beta					
1	(Constant)	2,878	2,046		1,406	,163		
	TOTAL_X1	,113	,052	,199	2,194	,031	,980	1,021
	TOTAL_X2	,269	,075	,388	3,602	,001	,693	1,443
	TOTAL_X3	,110	,091	,128	1,212	,229	,724	1,382
	TOTAL_X4	,155	,064	,222	2,407	,018	,946	1,057

a. Dependent Variable: TOTAL_Y

Hasil Uji F

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	45,532	4	11,383	7,345	,000 ^b
	Residual	147,218	95	1,550		
	Total	192,750	99			

a. Dependent Variable: TOTAL_Y

b. Predictors: (Constant), TOTAL_X4, TOTAL_X1, TOTAL_X3, TOTAL_X2

Hasil Uji R2

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,486 ^a	,236	,204	1,245

a. Predictors: (Constant), TOTAL_X4, TOTAL_X1, TOTAL_X3, TOTAL_X2

b. Dependent Variable: TOTAL_Y

Lampiran 5

R tabel

Tabel r untuk df = 51 - 100

df = (N-2)	Tingkat signifikansi untuk uji satu arah				
	0.05	0.025	0.01	0.005	0.0005
	Tingkat signifikansi untuk uji dua arah				
	0.1	0.05	0.02	0.01	0.001
51	0.2284	0.2706	0.3188	0.3509	0.4393
52	0.2262	0.2681	0.3158	0.3477	0.4354
53	0.2241	0.2656	0.3129	0.3445	0.4317
54	0.2221	0.2632	0.3102	0.3415	0.4280
55	0.2201	0.2609	0.3074	0.3385	0.4244
56	0.2181	0.2586	0.3048	0.3357	0.4210
57	0.2162	0.2564	0.3022	0.3328	0.4176
58	0.2144	0.2542	0.2997	0.3301	0.4143
59	0.2126	0.2521	0.2972	0.3274	0.4110
60	0.2108	0.2500	0.2948	0.3248	0.4079
61	0.2091	0.2480	0.2925	0.3223	0.4048
62	0.2075	0.2461	0.2902	0.3198	0.4018
63	0.2058	0.2441	0.2880	0.3173	0.3988
64	0.2042	0.2423	0.2858	0.3150	0.3959
65	0.2027	0.2404	0.2837	0.3126	0.3931
66	0.2012	0.2387	0.2816	0.3104	0.3903
67	0.1997	0.2369	0.2796	0.3081	0.3876
68	0.1982	0.2352	0.2776	0.3060	0.3850
69	0.1968	0.2335	0.2756	0.3038	0.3823
70	0.1954	0.2319	0.2737	0.3017	0.3798
71	0.1940	0.2303	0.2718	0.2997	0.3773
72	0.1927	0.2287	0.2700	0.2977	0.3748
73	0.1914	0.2272	0.2682	0.2957	0.3724
74	0.1901	0.2257	0.2664	0.2938	0.3701
75	0.1888	0.2242	0.2647	0.2919	0.3678
76	0.1876	0.2227	0.2630	0.2900	0.3655
77	0.1864	0.2213	0.2613	0.2882	0.3633
78	0.1852	0.2199	0.2597	0.2864	0.3611
79	0.1841	0.2185	0.2581	0.2847	0.3589
80	0.1829	0.2172	0.2565	0.2830	0.3568
81	0.1818	0.2159	0.2550	0.2813	0.3547
82	0.1807	0.2146	0.2535	0.2796	0.3527
83	0.1796	0.2133	0.2520	0.2780	0.3507
84	0.1786	0.2120	0.2505	0.2764	0.3487
85	0.1775	0.2108	0.2491	0.2748	0.3468
86	0.1765	0.2096	0.2477	0.2732	0.3449
87	0.1755	0.2084	0.2463	0.2717	0.3430
88	0.1745	0.2072	0.2449	0.2702	0.3412
89	0.1735	0.2061	0.2435	0.2687	0.3393
90	0.1726	0.2050	0.2422	0.2673	0.3375
91	0.1716	0.2039	0.2409	0.2659	0.3358
92	0.1707	0.2028	0.2396	0.2645	0.3341
93	0.1698	0.2017	0.2384	0.2631	0.3323
94	0.1689	0.2006	0.2371	0.2617	0.3307
95	0.1680	0.1996	0.2359	0.2604	0.3290
96	0.1671	0.1986	0.2347	0.2591	0.3274
97	0.1663	0.1975	0.2335	0.2578	0.3258
98	0.1654	0.1966	0.2324	0.2565	0.3242
99	0.1646	0.1956	0.2312	0.2552	0.3226
100	0.1638	0.1946	0.2301	0.2540	0.3211

T tabel

df \ Pr	0.25	0.10	0.05	0.025	0.01	0.005	0.001
	0.50	0.20	0.10	0.050	0.02	0.010	0.002
81	0.67753	1.29209	1.66388	1.98969	2.37327	2.63790	3.19392
82	0.67749	1.29196	1.66365	1.98932	2.37269	2.63712	3.19262
83	0.67746	1.29183	1.66342	1.98896	2.37212	2.63637	3.19135
84	0.67742	1.29171	1.66320	1.98861	2.37156	2.63563	3.19011
85	0.67739	1.29159	1.66298	1.98827	2.37102	2.63491	3.18890
86	0.67735	1.29147	1.66277	1.98793	2.37049	2.63421	3.18772
87	0.67732	1.29136	1.66256	1.98761	2.36998	2.63353	3.18657
88	0.67729	1.29125	1.66235	1.98729	2.36947	2.63286	3.18544
89	0.67726	1.29114	1.66216	1.98698	2.36898	2.63220	3.18434
90	0.67723	1.29103	1.66196	1.98667	2.36850	2.63157	3.18327
91	0.67720	1.29092	1.66177	1.98638	2.36803	2.63094	3.18222
92	0.67717	1.29082	1.66159	1.98609	2.36757	2.63033	3.18119
93	0.67714	1.29072	1.66140	1.98580	2.36712	2.62973	3.18019
94	0.67711	1.29062	1.66123	1.98552	2.36667	2.62915	3.17921
95	0.67708	1.29053	1.66105	1.98525	2.36624	2.62858	3.17825
96	0.67705	1.29043	1.66088	1.98498	2.36582	2.62802	3.17731
97	0.67703	1.29034	1.66071	1.98472	2.36541	2.62747	3.17639
98	0.67700	1.29025	1.66055	1.98447	2.36500	2.62693	3.17549
99	0.67698	1.29016	1.66039	1.98422	2.36461	2.62641	3.17460
100	0.67695	1.29007	1.66023	1.98397	2.36422	2.62589	3.17374
101	0.67693	1.28999	1.66008	1.98373	2.36384	2.62539	3.17289
102	0.67690	1.28991	1.65993	1.98350	2.36346	2.62489	3.17206
103	0.67688	1.28982	1.65978	1.98326	2.36310	2.62441	3.17125
104	0.67686	1.28974	1.65964	1.98304	2.36274	2.62393	3.17045
105	0.67683	1.28967	1.65950	1.98282	2.36239	2.62347	3.16967

F tabel

Titik Persentase Distribusi F untuk Probabilita = 0,05

df untuk penyebut (N2)	df untuk pembilang (N1)														
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
91	3.95	3.10	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.94	1.90	1.86	1.83	1.80	1.78
92	3.94	3.10	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.94	1.89	1.86	1.83	1.80	1.78
93	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.86	1.83	1.80	1.78
94	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.86	1.83	1.80	1.77
95	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.86	1.82	1.80	1.77
96	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.19	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.85	1.82	1.80	1.77
97	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.19	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.85	1.82	1.80	1.77
98	3.94	3.09	2.70	2.46	2.31	2.19	2.10	2.03	1.98	1.93	1.89	1.85	1.82	1.79	1.77
99	3.94	3.09	2.70	2.46	2.31	2.19	2.10	2.03	1.98	1.93	1.89	1.85	1.82	1.79	1.77
100	3.94	3.09	2.70	2.46	2.31	2.19	2.10	2.03	1.97	1.93	1.89	1.85	1.82	1.79	1.77
101	3.94	3.09	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.93	1.88	1.85	1.82	1.79	1.77
102	3.93	3.09	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.85	1.82	1.79	1.77
103	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.85	1.82	1.79	1.76
104	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.85	1.82	1.79	1.76
105	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.85	1.81	1.79	1.76
106	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.79	1.76
107	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.18	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.79	1.76
108	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.18	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.78	1.76
109	3.93	3.08	2.69	2.45	2.30	2.18	2.09	2.02	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.78	1.76
110	3.93	3.08	2.69	2.45	2.30	2.18	2.09	2.02	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.78	1.76

Lampiran 7**DAFTAR RIWAYAT HIDUP**

Nama Lengkap : Ade Wulandari

Nama Panggilan : Ade / wulan

Tempat & Tanggal Lahir : Sragen, 17 Mei 2001

Alamat : Ade Wulandari

No HP : 082137888656

E-mail : adew4088@gmail.com

Riwayat Pendidikan :

1. SDN Ngrombo 1 2007-2013
2. SMPN 2 Tangen 2013-2016
3. SMK Muhammadiyah 4 Sragen 2017-2019
4. UIN Raden Mas Said Surakarta 2019-2023

Lampiran 8

Hasil Turniti

