



Jurnal Akuntansi AKTIVA, Vol 1, No 1, April 2020

**PENGARUH MANFAAT, KEMUDAHAN DAN KEAMANAN
TERHADAP MINAT PEMAKAIAN FINANCIAL TECHNOLOGY
PADA APLIKASI OVO SEBAGAI DIGITAL PAYMENT
(Study Kasus Mahasiswa FEB Universitas Muhammadiyah Metro)**

¹Widi Yanto, ²Ery Baskoro, ³Fitriani

Universitas Muhammadiyah Metro, Jl. Ki Hajar Dewantara, 34111, Lampung, Indonesia
Universitas Muhammadiyah Metro, Jl. Ki Hajar Dewantara, 34111, Lampung, Indonesia
Universitas Muhammadiyah Metro, Jl. Ki Hajar Dewantara, 34111, Lampung, Indonesia

Email: widiyanto@gmail.com, fitriasrin2606@gmail.com

ABSTRACT

This study aims to obtain data and find out the positive effect of benefits, convenience and security on the interest in using financial technology in OVO applications as a digital payment study in the case of FEB students at the Muhammadiyah Metro University. With the technique of sampling, namely with accidental sampling with a sampling time of 30 days to get as many as 68 samples. In this study the method used is library research and field research, namely library research, observation, interviews, correspondence, and questionnaires. In this study the analytical tool used is multiple linear regression analysis, to determine the dependent and independent variables with the SPSS V16 For Windows program. The results of research conducted by researchers show that there is an influence on the benefits, convenience and security of the interest in using financial technology in OVO applications as digital payments, based on the analysis results, the data obtained is $F_{count} 130,280 > 2.75$ and is shown by linear regression with the coefficient of determination (R^2) 0.859 which means that the interest in financial use in OVO applications is influenced by the benefits, convenience and safety variables of 85.9% and the remaining 14.1% is influenced by other factors outside this study.

Keywords : *Capital Structure, Current Ratio, Size Company, Company Value*

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk memperoleh data dan mengetahui pengaruh positif manfaat, kemudahan dan keamanan terhadap minat pemakaian financial technology pada aplikasi OVO sebagai digital payment study kasus mahasiswa FEB universitas muhammadiyah metro. Dengan tehnik pengambilan sampel yaitu dengan accidental sampling dengan waktu pengambilan sampel selama 30 hari di dapatkan sampel sebanyak 68. Pada penelitian ini metode yang digunakan adalah library research dan field research, yaitu penelitian pustaka, observasi, interview, responden, dan questionnaire. Dalam penelitian ini alat analisis yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda, untuk mengetahui variabel dependen dan independen dengan alat bantu program SPSS V16 For Windows. Hasil penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti menunjukkan bahwa terdapat pengaruh pada Manfaat, kemudahan dan keamanan terhadap minat pemakaian financial technology pada aplikasi OVO sebagai digital payment, berdasarkan hasil analisis, data yang di peroleh adalah $F_{hitung} 130,280 > 2,75$ dan ditunjukkan dengan regresi linier dengan koefisien determinasi (R^2) 0,859 yang berarti bahwa minat pemakaian financial pada aplikasi OVO di pengaruhi oleh Variabel manfaat, kemudahan dan keamanan sebesar 85,9% dan sisinya 14,1% di pengaruhi oleh faktor lain di luar penelitian ini.

Kata kunci : manfaat, kemudahan, keamanan, minat pemakaian

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi yang semakin cepat telah mempengaruhi kehidupan manusia, kehidupan manusia saat ini sangat dimudahkan dengan teknologi yang ada, sehingga teknologi sudah menjadi hal yang tidak terpisahkan dari kehidupan manusia. Berkembangnya teknologi ditandai dengan munculnya teknologi-teknologi baru di berbagai bidang, seperti bidang pendidikan, ekonomi, politik, kesehatan, dan lain sebagainya. Perkembangnya teknologi di bidang ekonomi, memberikan dampak yang besar pada semua kegiatan keuangan baik itu disektor pemerintah maupun sektor swasta, ini terlihat dengan adanya inovasi baru pada sistem keuangan, sistem keuangan kini mulai menerapkan ekonomi digital untuk memudahkan para pengguna dalam melakukan segala transaksinya. produk-produk ekonomi digital tersebut antara lain mobile banking, sms banking, internet banking, dan fintech . Trend pembayaran menggunakan uang elektronik dengan menggunakan sistem fintech sebagai dompet digital sangat berkembang pesat, keberadaan fintech di dalam sistem keuangan perlahan-lahan akan menggeser metode pembayaran melalui sms banking, internet banking atau mobile banking, karena fintech telah berkembang sangat pesat, kini fintech bisa digunakan untuk membayar keperluan sehari-hari seperti pembayaran tol, pajak, tagihan listrik, bpjs, belanja di mall, membayar barang di online shop, membayar ojek online dan lain-lain.

Fenomena ini akhirnya menimbulkan persaingan yang ketat antara perusahaan-perusahaan yang bergerak di bidang dompet digital, baik itu para perusahaan milik swasta ataupun pemerintah, mereka terus berlomba-lomba meluncurkan inovasi baru di bidang fintech untuk menjadi fintech nomer satu di Indonesia. Beberapa aplikasi fintech yang bersaing seperti Dana, OVO, Go-pay, LinkAja, Doku dan lain-lain. Join The Revolution In Payment atau lebih sering di sebut OVO merupakan aplikasi digital payment yang di dirikan PT visionet internasional pada tahun 2016, OVO adalah aplikasi smart yang memberikan layanan pembayaran dan transaksi secara online. Untuk memiliki aplikasi OVO cukup mudah, hanya dengan mendownload aplikasi OVO di playstore, melengkapi identitas diri, dan mengisi saldo atau melakukan top up, maka aplikasi OVO sudah bisa digunakan.

Penggunaan OVO di Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Metro mencerminkan minat pemakaian OVO sebagai digital payment. Maka berdasarkan dari latar belakang yang telah di uraikan ini penelitian ini di beri judul "Pengaruh Manfaat, Kemudahan Dan Keamanan Terhadap Minat Pemakaian Fintech Pada Aplikasi OVO Sebagai Digital Payment (Study Kasus Mahasiswa FEB Universitas Muhammadiyah Metro)".

KAJIAN TEORITIK

Pengertian Manajemen Pemasaran

Menurut Prof. Dr. Sofjan Assauri, S.E., M.B.A. pada buku manajemen pemasaran menyatakan, bahwa manajemen pemasaran merupakan kegiatan penganalisisan, perencanaan, pelaksanaan, dan pengendalian program-program yang di buat untuk membentuk, membangun, dan memelihara, keuntungan dan pertukaran melalui sarana pasar guna mencapai tujuan organisasi (perusahaan) dalam jangka panjang.

1. Manfaat

Menurut Adiyanti (2015) manfaat produk baru yang banyak akan meningkatkan minat pengguna dalam bertransaksi menggunakan fintech, ketika produk baru tersebut sangat bermanfaat dalam penggunaannya di kehidupan sehari-hari, maka akan banyak pengguna yang semakin minat dan tertarik dalam menggunakan produk baru ini. Baik itu fintech yang dikeluarkan swasta ataupun pemerintah.

2. Kemudahan

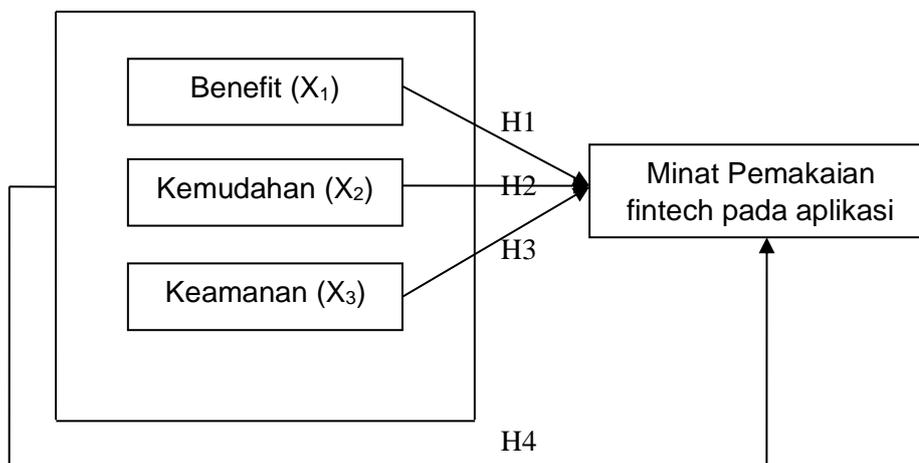
Kemudahan menurut Jogiyanto (2007:115) kemudahan didefinisikan sebagai sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan suatu teknologi akan bebas dari usaha, kemudahan penggunaan dalam mudah dalam mempelajari, mudah dipahami, simpel dan mudah mengoprasikannya (Jogiyanto, 2007:129).

3. Keamanan

Keamanan menurut Pratama adalah hal yang mutlak disediakan oleh para pelaku bisnis, baik produk, layanan maupun keduanya, keamanan memberikan kenyamanan pada pengguna (atau dalam hal ini konsumen) dan meningkatkan kepercayaan konsumen (customer trust), yang berujung kepada peningkatan jumlah penjualan (pratama 2015:197).

4. Minat Pemakaian Financial Technology Pada Aplikasi OVO

Menurut (Hartono, 2007:166 dalam Shomad dan Purnomosidhi 2012) minat adalah suatu keinginan seseorang untuk melakukan suatu perilaku tertentu, seseorang akan melakukan sesuatu perilaku jika memiliki keinginan atau minat untuk melakukannya. Ketika seseorang menilai bahwa sesuatu itu akan memiliki manfaat, maka akan timbul minat pada diri seseorang itu, lalu hal tersebut akan mendatangkan sebuah kepuasan dengan manfaat yang telah diperolehnya, maka ini berarti minat berhubungan dengan nilai-nilai yang membuat seseorang mempunyai pilihan dalam hidupnya.



GAMBAR 2.1 Kerangka Pemikiran

Hipotesis Penelitian

Berdasarkan kerangka pemikiran yang telah dijelaskan sebelumnya, maka terdapat hipotesis pada penelitian ini yang bisa dirumuskan sebagai berikut :

- H1 = Manfaat (X₁) berpengaruh positif terhadap minat pemakaian fintech pada aplikasi OVO sebagai digital payment (Y)
- H2 = Kemudahan (X₂) berpengaruh positif terhadap minat pemakaian fintech pada aplikasi OVO sebagai digital payment (Y)
- H3 = Keamanan (X₃) berpengaruh positif terhadap minat pemakaian fintech pada aplikasi OVO sebagai digital payment (Y)
- H4 = Manfaat (X₁), Kemudahan (X₂), keamanan (X₃) berpengaruh positif terhadap minat pemakaian fintech pada aplikasi OVO sebagai digital payment (Y)

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kualitatif dan kuantitatif yaitu suatu proses menemukan hasil penelitiannya yang numerik dan menekankan proses penelitian pada pengukuran yang objektif, dengan menggunakan data statistik,

B. Objek Dan Tempat Penelitian

Dalam Objek penelitian skripsi ini membahas tentang Manfaat, kemudahan, keamanan, dan minat pemakaian fintech pada aplikasi OVO dengan study kasus mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Metro, kegiatan penelitian ini dilakukan di lingkungan Universitas Muhammadiyah Metro Kampus 1 Jln. Kihajar Dewantara No.115 Iringmulyo Kota Metro.

C. Metode Penelitian

Metode yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah metode explanatori research, menurut Umar (1999:36) penelitian eksplanatori (explanatori research) adalah penelitian yang bertujuan untuk menganalisis hubungan-hubungan antar satu variabel dengan variabel lainnya. Dengan menggunakan program SPSS (statistical package for the social science) 16.0 sebagai alat untuk metode analisis data pada penelitian ini.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Gambaran Umum Objek Penelitian

1. Sejarah Singkat OVO

Join The Revolution In Payment, point and priority atau lebih sering di sebut OVO, merupakan layanan dompet digital smart financial apps yang menawarkan berbagai kemudahan transaksi hanya dengan menggunakan smart phone yang di miliki disejumlah mitra OVO. Perusahaan ini merupakan besutan Grup Lippo yaitu LippoX, OVO pertama kali diluncurkan Pada maret 2017 dibawah naungan PT. visionet Internasional.

2. Struktur organisasi OVO

Struktur organisasi adalah sebuah susunan berbagai komponen atau unit kerja dalam sebuah organisasi yang ada di sebuah perusahaan, yang membuat terbaginya fungsi atau kegiatan. Dan di bawah ini adalah struktur organisasi PT Visonet Internasional.

B. Hasil Penelitian

Berdasarkan kisi-kisi instrumen penelitian, maka dibuat instrumen penelitian berupa kuesioner yang bertujuan untuk mencari data yang diinginkan dalam penelitian ini. Dengan banyak butir pertanyaan dalam vriabel manfaat (X1) sebanyak 20 item, varibale kemudahan (X2) sebanyak 20 item, variabel keamanan (X3) sebanyak 20 item dan pada variabel minat pemakaian fintech pada aplikasi OVO sebanyak 20 item.

1. Pengujian Persyaratan Analisis

a. Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui apakah populasi data berdistribusi normal atau tidak. Uji ini biasanya digunakan untuk mengukur data yang berskala ordinal, interval ataupun rasio.

a. Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui apakah populasi data berdistribusi normal atau tidak. Uji ini biasanya digunakan untuk mengukur data yang berskala ordinal, interval ataupun rasio.

Tabel 4.1 Hasil Uji Normalitas

| Variable | Nilai a | Nilai siq | Interpretasi |
|----------------|---------|-----------|--------------|
| X ₁ | 0,05 | 0,200 | Normal |
| X ₂ | 0,05 | 0,200 | Normal |
| X ₃ | 0,05 | 0,200 | Normal |
| Y | 0,05 | 0,200 | Normal |

Sumber. Hasil pengolahan data menggunakan spss versi 16

b. Uji Linieritas

Uji linieritas dilakukan dengan tujuan kepentingan ketetapan estimasi. Setiap estimasi biasanya diharapkan pada suatu kepastian atau kejelasan sehingga kesimpulan yang dihasilkan memiliki akurasi yang tinggi.

Tabel 4.2 ANOVA Linieritas Y Atas X₁

ANOVA Table

| | | | Sum of Squares | df | Mean Square | F | Sig. |
|-----|---------------|--------------------------|----------------|----|-------------|---------|------|
| y * | Between | (Combined) | 10036.475 | 39 | 257.346 | 12.923 | .000 |
| X1 | Groups | Linearity | 8339.622 | 1 | 8339.622 | 418.788 | .000 |
| | | Deviation from Linearity | 1696.853 | 38 | 44.654 | 2.242 | .014 |
| | Within Groups | | 557.583 | 28 | 19.914 | | |
| | Total | | 10594.059 | 67 | | | |

Hasil uji linieritas pada penelitian ini dapat dilihat dari data output ANOVA. Dari tabel di atas dapat di ketahui bahwa nilai signifikansi pada *Deviantion From Linearity* sebesar 0,014 karena nilai signifikan kurang dari 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa antara variabel minat pemakaian fintech OVO (Y) dan manfaat (X₁) terdapat hubungan yang linier.

Tabel 4.3 ANOVA Linieritas Y Atas X₂

ANOVA Table

| | | | Sum of Squares | Df | Mean Square | F | Sig. |
|-----|---------------|--------------------------|----------------|----|-------------|---------|------|
| y * | Between | (Combined) | 8660.642 | 35 | 247.447 | 4.095 | .000 |
| x2 | Groups | Linearity | 6911.834 | 1 | 6911.834 | 114.398 | .000 |
| | | Deviation from Linearity | 1748.808 | 34 | 51.436 | .851 | .678 |
| | Within Groups | | 1933.417 | 32 | 60.419 | | |
| | Total | | 10594.059 | 67 | | | |

Hasil uji linieritas pada penelitian ini dapat dilihat dari data output ANOVA. Dari tabel di atas dapat di ketahui bahwa nilai signifikansi pada *Deviantion From Linearity* sebesar 0,678 karena nilai

signifikan lebih dari 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa antara variabel minat pemakaian fintech OVO (Y) dan kemudahan (X₂) terdapat hubungan yang linier.

Tabel 4.4 ANOVA Linieritas Y Atas X₃

ANOVA Table

| | Sum of Squares | df | Mean Square | F | Sig. |
|-------------------------------|----------------|----|-------------|---------|------|
| y * Between (Combined) Groups | 9383.725 | 38 | 246.940 | 5.917 | .000 |
| Linearity | 8125.344 | 1 | 8125.344 | 194.686 | .000 |
| Deviation from Linearity | 1258.382 | 37 | 34.010 | .815 | .724 |
| Within Groups | 1210.333 | 29 | 41.736 | | |
| Total | 10594.059 | 67 | | | |

Hasil uji linieritas pada penelitian ini dapat dilihat dari data output ANOVA. Dari tabel di atas dapat di ketahui bahwa nilai signifikansi pada *Deviantion From Linearity* sebesar 0,724 karena nilai signifikan lebih dari 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa antara variabel minat pemakaian fintech OVO (Y) dan keamanan (X₃) terdapat hubungan yang linier.

c. Uji Homogenitas

Uji homogenitas dilakukan dengan tujuan untuk menghitung bahwa data sampel dari populasi yang mempunyai varian yang homogen. Adapun hasil homogenitas yang telah dilakukan sebagai berikut :

1. Uji homogenitas varian Y atas X₁

Tabel 4.5 Hasil Uji Homogenitas Linieritas Y Atas X₁

Test of Homogeneity of Variances

Y

| Levene Statistic | df1 | df2 | Sig. |
|------------------|-----|-----|------|
| 1.959 | 15 | 28 | .060 |

Berdasarkan uji homogenitas yang telah dilakukan, hasil tabel 4.2 menunjukkan bahwa Y atas X₁, adalah sig 0,060 > 0,05, sehingga skor pada variabel manfaat (X₁) terhadap minat menggunakan fintech OVO (Y) berasal dari populasi yang homogen.

2. Uji homogenitas varian Y atas X₂

Tabel 4.6 Hasil Uji Homogenitas Linieritas Y Atas X₂

Test of Homogeneity of Variances

Y

| Levene Statistic | df1 | df2 | Sig. |
|------------------|-----|-----|------|
| 2.483 | 21 | 32 | .010 |

Berdasarkan uji homogenitas yang telah dilakukan, hasil tabel 4.2 menunjukkan bahwa Y atas X₁, adalah sig 0,010 < 0,05, sehingga skor pada variabel kemudahan (X₂) terhadap minat menggunakan fintech OVO (Y) berasal dari populasi yang tidak homogen.

3. Uji homogenitas varian Y atas X₃

Tabel 4.7 Hasil Uji Homogenitas Linieritas Y Atas X₃

Test of Homogeneity of Variances

Y

| Levene Statistic | df1 | df2 | Sig. |
|------------------|-----|-----|------|
| 2.415 | 19 | 29 | .016 |

Berdasarkan uji homogenitas yang telah dilakukan, hasil tabel 4.2 menunjukkan bahwa Y atas X₁, adalah sig 0,016 < 0,05, sehingga skor pada variabel keamanan (X₃) terhadap minat menggunakan fintech OVO berasal dari populasi yang tidak homogen.

1. Pengujian Model Analisis

a. Analisis Regresi Linier Berganda

Tabel 4.12 Hasil Uji Regresi Linier Berganda Coefficients^a

| Model | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | t | Sig. |
|--------------|-----------------------------|------------|---------------------------|-------|------|
| | B | Std. Error | Beta | | |
| 1 (Constant) | 9.360 | 3.126 | | 2.994 | .004 |
| X1 | .370 | .095 | .399 | 3.878 | .000 |
| x2 | .231 | .067 | .258 | 3.471 | .001 |
| x3 | .288 | .087 | .335 | 3.330 | .001 |

a. Dependent Variable: y

Berdasarkan uji yang telah dilakukan, pengolahan data pada tabel 4.12 dapat dirumuskan dengan model persamaan regresi linier berganda sebagai berikut :

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

$$Y = 9,301 + 0,347X_1 + 0,189 X_2 + 0,355 X_3 + e$$

b. Uji Parsial (uji-t)

Pada uji statistik t ini pada dasarnya akan menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel independen secara individual, serta akan menerangkan juga varian variabel dependen. Uji t dengan tingkat signifikansi sebesar $(\alpha) = 0,05$ yaitu dengan membandingkan nilai t hitung dan t tabel, apabila t tabel < t hitung maka, H_0 ditolak dan H_a diterima, sedangkan apabila t tabel > t hitung maka H_0 diterima dan H_a ditolak. Maka dapat di simpulkan bahwa :

1. Manfaat (X_1)

Pada variabel manfaat nilai t_{hitung} sebesar 3.878 sedangkan t_{tabel} memiliki nilai 1,995 dengan demikian nilai $t_{hitung}(3.878) > t_{tabel}(1,995)$ dengan tingkat signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$. Maka ini menunjukkan bahwa manfaat berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat pemakaian financial technology pada aplikasi OVO di Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Metro, artinya jika variabel manfaat ditingkatkan maka minat pemakaian akan meningkat. Maka dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima.

2. Kemudahan (X_2)

Pada variabel kemudahan nilai t_{hitung} sebesar 3.471 sedangkan t_{tabel} memiliki nilai 1,995 dengan demikian nilai $t_{hitung}(3.471) > t_{tabel}(1,995)$ dengan tingkat signifikansi sebesar $0,001 < 0,05$. Maka ini menunjukkan bahwa kemudahan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat pemakaian financial technology pada aplikasi OVO di Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Metro, artinya jika variabel kemudahan ditingkatkan maka minat pemakaian akan meningkat. Maka dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima.

3. Keamanan (X_3)

Pada variabel keamanan nilai t_{hitung} sebesar 3.330 sedangkan t_{tabel} memiliki nilai 1,995. dengan demikian nilai $t_{hitung}(3.330) > t_{tabel}(1,995)$ dengan tingkat signifikansi sebesar $0,001 < 0,05$. Maka ini menunjukkan bahwa keamanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat pemakaian financial technology pada aplikasi OVO di Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Metro, artinya jika variabel keamanan ditingkatkan maka minat pemakaian akan meningkat. Maka dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima.

C. Uji Simultan (uji-F)

Pengambilan keputusan dengan tingkat signifikan $(\alpha) = 0,05$ yaitu dengan membandingkan nilai F_{hitung} dengan F_{tabel} , apabila $F_{tabel} > F_{hitung}$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak, namun apabila $F_{tabel} < F_{hitung}$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Adapun hasil uji F yang telah dilakukan adalah sebagai berikut :

Tabel 4.13 Hasil Uji Simultan (UJI-f)

ANOVA^b

| Model | | Sum of Squares | df | Mean Square | F | Sig. |
|-------|------------|----------------|----|-------------|---------|-------------------|
| 1 | Regression | 9076.777 | 3 | 3025.592 | 127.622 | .000 ^a |
| | Residual | 1517.282 | 64 | 23.708 | | |
| | Total | 10594.059 | 67 | | | |

a. Predictors: (Constant), x_3 , x_2 , X_1

b. Dependent Variable: y

Berdasarkan dari tabel 4.13 menunjukkan bahwa variabel manfaat, kemudahan, dan keamanan secara bersamaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat pemakaian financial technology pada aplikasi OVO di Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Metro. Hal ini dapat dilihat pada tabel nilai F_{hitung} adalah 127,622 lebih besar dari 3 dengan probabilitas 0,000 lebih kecil

dari 0,05 dan diperoleh nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ yaitu dapat dilihat pada tabel F dengan menggunakan tingkat keyakinan 95% $\alpha=5\%$ nilai $d/f=3$ dan $d/f2=(n-k-1)=68-3-1=64$ maka nilai f_{tabel} adalah sebesar 2,75 dengan demikian diperoleh nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($127,622 > 2,75$) berdasarkan kriteria pengujian hipotesis maka dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima.

d. Uji R2 Determinasi

Pada uji koefisien determinan menggambarkan seberapa besar kemampuan semua variabel independen dalam menjelaskan varian dari variabel dependennya. Nilai koefisien determinasi berkisar antara 0 sampai 1, apabila variabel terkait memiliki nilai koefisien determinasi mendekati 1 artinya pengaruh variabel independen tersebut sangat kuat terhadap variabel dependen, dan sebaliknya jika nilai koefisien determinasi mendekati 0 maka pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen semakin lemah, adapun hasil uji R2 yang telah dilakukan sebagai berikut :

Tabel 4.14 Hasil R2 Diterminasi Model Summary

| Model | R | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate |
|-------|-------------------|----------|-------------------|----------------------------|
| 1 | .926 ^a | .857 | .850 | 4.869 |

a. Predictors: (Constant), x3, x2, X1

Berdasarkan tabel 4.14 di atas, menunjukkan bahwa R square memiliki nilai sebesar 0,859 yang berarti 85,7% variabel manfaat, kemudahan dan keamanan dapat dijelaskan oleh variabel minat pemakaian financial technology pada aplikasi OVO di Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Metro. Sedangkan 14,3% dipengaruhi atau dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dibahas dalam penelitian ini.

e. Hipotesis statistik

Setelah melakukan beberapa pengujian model analisis, kemudian akan dilakukan pengujian hipotesis untuk mengetahui antara variabel memiliki pengaruh positif atau tidak positif. Hasil keputusan seluruh variabel yang di ajukan ialah sebagai berikut :

1. Manfaat (X₁) Berpengaruh Positif Dan Signifikan Terhadap Minat Pemakaian Financial Technology Pada Aplikasi OVO (Y)

Hipotesis secara statistik akan dirumuskan sebagai berikut :

$H_0: \beta_1 \leq 0$

$H_1: \beta_1 \geq 0$

Berdasarkan hasil perhitungan pengujian hipotesis koefisien β dan t_{hitung} dengan menggunakan spss v 16 disajikan pada tabel dibawah ini :

Tabel 4.15 Hasil Pengujian Manfaat Pengaruh Positif Dan Signifikan Terhadap Minat Pemakaian Financial Technology Pada Aplikasi OVO

| Sampel | Koefisien β | t_{hitung} | $t_{tabel} (\alpha=0,05)$ |
|--------|-------------------|--------------|---------------------------|
| 68 | 0,370 | 3,878 | 1,995 |

Sumber. Hasil Pengolahan Data Dengan Menggunakan Spss V16

2. Kemudahan (X₂) Berpengaruh Positif Dan Signifikan Terhadap Minat Pemakaian Financial Technology Pada Aplikasi OVO (Y)

Hipotesis secara statistik akan dirumuskan sebagai berikut :

Ho: $\beta X_2 \leq 0$

H2: $\beta X_2 \geq 0$

Berdasarkan hasil perhitungan pengujian hipotesis koefisien β dan t_{hitung} dengan menggunakan spss v 16 disajikan pada tabel dibawah ini :

Tabel 4.16 Hasil Pengujian Kemudahan Pengaruh Positif Dan Signifikan Terhadap Minat Pemakaian Financial Technology Pada Aplikasi OVO

| Sampel | Koefisien β | t_{hitung} | $t_{tabel} (\alpha=0,05)$ |
|--------|-------------------|--------------|---------------------------|
| 68 | 0,231 | 3,471 | 1,995 |

Sumber. Hasil Pengolahan Data Dengan Menggunakan Spss V16

Berdasarkan tabel hasil pengujian diatas menunjukkan bahwa koefisien variabel kemudahan terhadap minat pemakaian financial pada aplikasi OVO memiliki nilai $\beta= 0,231$ dengan nilai t_{hitung} 3,471 lebih besar dari nilai $t_{tabel} (\alpha=0,05)= 1,995$, karena $t_{hitung}>t_{tabel}$ maka koefisien β positif dan signifikan. Maka dari temuan ini dapat disimpulkan bahwa kemudahan (X₂) berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat pemakaian financial technology pada aplikasi OVO (Y).

3.. Keamanan (X₃) Berpengaruh Positif Dan Signifikan Terhadap Minat Pemakaian Financial Technology Pada Aplikasi OVO (Y)

Hipotesis secara statistik akan dirumuskan sebagai berikut :

Ho: $\beta X_3 \leq 0$

H3: $\beta X_3 \geq 0$

Berdasarkan hasil perhitungan pengujian hipotesis koefisien β dan t_{hitung} dengan menggunakan spss v16 disajikan pada tabel dibawah ini :

Tabel 4.17 Hasil Pengujian Keamanan Pengaruh Positif Dan Signifikan Terhadap Minat Pemakaian Financial Technology Pada Aplikasi OVO

| Sampel | Koefisien β | t_{hitung} | $t_{tabel} (\alpha=0,05)$ |
|--------|-------------------|--------------|---------------------------|
| 68 | 0,288 | 3,330 | 1,995 |

Sumber. Hasil Pengolahan Data Dengan Menggunakan Spss V16

Berdasarkan tabel hasil pengujian diatas menunjukkan bahwa koefisien variabel keamanan terhadap minat pemakaian financial pada aplikasi OVO memiliki nilai $\beta=0,288$ dengan nilai t_{hitung} 3,330 lebih besar dari nilai $t_{tabel} (\alpha=0,05)= 1,995$, karena $t_{hitung}>t_{tabel}$ maka koefisien β positif dan signifikan. Maka dari temuan ini dapat disimpulkan bahwa keamanan (X₃) berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat pemakaian financial technology pada aplikasi OVO (Y).

b. Pembahasan

Berdasarkan hasil pengujian dan perhitungan secara keseluruhan diatas, maka dapat diuraikan dan dibahas hingga memberikan informasi secara objektif sebagai berikut :

1. Terdapat Pengaruh Yang Positif Dan Signifikan pada Manfaat Terhadap Minat Pemakaian Financial Technology Pada Aplikasi OVO

Berdasarkan uraian diatas menunjukkan bahwa hasil penelitian pada variabel manfaat (X_1) memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap minat pemakaian financial technology pada aplikasi OVO. Ini terlihat dari nilai $\beta=0,370$ nilai t_{hitung} 3,878 lebih besar dari nilai t_{tabel} ($\alpha=0,05$)= 1,995, karena $t_{hitung}>t_{tabel}$ maka koefisien β positif dan signifikan. Hal ini menunjukkan bahwa manfaat produk yang diberikan OVO membuat kesan dan penilaian konsumen terhadap financial technology pada aplikasi OVO sangat baik, sehingga membuat konsumen akhirnya berminat menggunakan produk OVO sebagai dompet digital.

Terdapat Pengaruh Yang Positif Dan Signifikan pada kemudahan Terhadap Minat Pemakaian Financial Technology Pada Aplikasi OVO

Berdasarkan uraian diatas menunjukkan bahwa hasil penelitian pada variabel kemudahan (X_2) memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap minat pemakaian financial technology pada aplikasi OVO. Ini terlihat dari nilai $\beta= 0,231$ dengan nilai t_{hitung} 3,471 lebih besar dari nilai t_{tabel} ($\alpha=0,05$)= 1,995, karena $t_{hitung}>t_{tabel}$ maka koefisien β positif dan signifikan. Hal ini menunjukkan bahwa konsumen telah merasakan dan menilai kemudahan dalam mengoprasikan OVO dan kemudahan dalam bertransaksi sangat baik, sehingga membuat konsumen akhirnya berminat menggunakan produk OVO sebagai dompet digital.

2. Terdapat Pengaruh Yang Positif Dan Signifikan pada keamanan Terhadap Minat Pemakaian Financial Technology Pada Aplikasi OVO

Berdasarkan uraian diatas menunjukkan bahwa hasil penelitian pada variabel keamanan (X_3) memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap minat pemakaian financial technology pada aplikasi OVO. Ini terlihat dari nilai $\beta=0,288$ dengan nilai t_{hitung} 3,330 lebih besar dari nilai t_{tabel} ($\alpha=0,05$)= 1,995, karena $t_{hitung}>t_{tabel}$ maka koefisien β positif dan signifikan. Hal ini menunjukkan bahwa konsumen telah merasakan dan menilai bahwa sistem keamanan dan keamanan bertransaksi pada aplikasi OVO sangat baik, sehingga membuat konsumen akhirnya berminat menggunakan produk OVO sebagai dompet digital.

3. Terdapat Pengaruh Yang Positif Dan Signifikan secara bersama-sama Manfaat, kemudahan dan keamanan Terhadap Minat Pemakaian Financial Technology Pada Aplikasi OVO

Berdasarkan uraian diatas menunjukkan bahwa hasil penelitian pada variabel manfaat (X_1), kemudahan (X_2), dan keamanan (X_3) secara bersamaan memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap minat pemakaian financial technology pada aplikasi OVO. Hal ini manfaat produk yang diberikan OVO, kemudahan dalam mengoprasikan OVO dan kemudahan dalam bertransaksi, sistem keamanan dan keamanan bertransaksi pada aplikasi OVO sangat baik, sehingga membuat konsumen akhirnya berminat menggunakan produk OVO sebagai dompet digital.

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan analisis data yang telah dibahas dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Variabel manfaat (X_1) memiliki pengaruh yang positif terhadap minat pemakaian financial technology pada aplikasi OVO. Ini terlihat dari nilai $\beta=0,370$ nilai t_{hitung} 3,878 lebih besar dari nilai t_{tabel} ($\alpha=0,05$)= 1,995, karena $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka koefisien β positif dan signifikan. Hal ini menunjukkan bahwa manfaat produk yang diberikan OVO membuat kesan dan penilaian konsumen terhadap financial technology pada aplikasi OVO sangat baik, sehingga membuat konsumen akhirnya berminat menggunakan produk OVO sebagai dompet digital..
2. Variabel kemudahan (X_2) memiliki pengaruh yang positif terhadap minat pemakaian financial technology pada aplikasi OVO. Ini terlihat dari nilai $\beta= 0,231$ dengan nilai t_{hitung} 3,471 lebih besar dari nilai t_{tabel} ($\alpha=0,05$)= 1,995, karena $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka koefisien β positif dan signifikan. Hal ini menunjukkan bahwa konsumen telah merasakan dan menilai kemudahan dalam mengoprasikan OVO dan kemudahan dalam bertransaksi sangat baik,

sehingga membuat konsumen akhirnya berminat menggunakan produk OVO sebagai dompet digital.

3. Variabel keamanan (X_3) memiliki pengaruh yang positif terhadap minat pemakaian financial technology pada aplikasi OVO. Ini terlihat dari nilai $\beta=0,288$ dengan nilai t_{hitung} 3,330 lebih besar dari nilai t_{tabel} ($\alpha=0,05$)= 1,995, karena $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka koefisien β positif dan signifikan. Hal ini menunjukkan bahwa konsumen telah merasakan dan menilai bahwa sistem keamanan dan keamanan bertransaksi pada aplikasi OVO sangat baik, sehingga membuat konsumen akhirnya berminat menggunakan produk OVO sebagai dompet digital.
4. Variabel manfaat (X_1), kemudahan (X_2), dan keamanan (X_3) secara bersamaan memiliki pengaruh yang positif terhadap minat pemakaian financial technology pada aplikasi OVO. Hal ini manfaat produk yang diberikan OVO, kemudahan dalam mengoperasikan OVO dan kemudahandalam bertransaksi, sistem keamanan dan keamanan bertransaksi pada aplikasi OVO sangat baik, sehingga membuat konsumen akhirnya berminat menggunakan produk OVO sebagai dompet digital.

B. Saran

Berdasarkan uraian kesimpulan diatas yang didapatkan dalam penelitian ini, maka peneliti mengajukan beberapa saran sebagai berikut :

1. Untuk PT. Visionet Internasional diharapkan untuk terus meningkatkan manfaat, kemudahan dan keamanan OVO itu sendiri, agar para masyarakat lebih antusias dan terus berminat untuk menggunakan OVO pada segala aktivitas keuangan.
2. Untuk aplikasi OVO diharapkan untuk terus meningkatkan performa aplikasi, agar lebih baik dan lebih lancar ketika digunakan, agar para pengguna semakin mudah dalam menjalankan OVO untuk bertransaksi dalam kegiatan keuangan.
3. Untuk para mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Metro, di harapkan untuk tetap antusias memakai OVO sebagai dompet digital, karena OVO menawarkan manfaat, kemudahan dan keamanan yang membuat kesan baik untuk para penggunanya dan sangat membantu dalam melakukan segala aktivitas keuangan para generasi milenial.
4. Untuk penelitian selanjutnya disarankan untuk menambah variabel independen lainnya selain manfaat, kemudahan dan keamanan yang tentunya dapat mempengaruhi variabel dependen yaitu minat pemakaian financial technology pada aplikasi OVO, supaya melengkapi penelitian ini karena masih ada beberapa variabel independen lain di luar penelitian ini yang mungkin saja berpengaruh pada variabel dependen.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdillah, Willy, Jogiyanto (2015), Partical Least Square (PLS) Alternatif Structural Equation Modeling (SEM) dalam penelitian bisnis, Yogyakarta:Penerbit Andi.
- Abidin, Muhammad Sofyan.2014. "Dampak Kebijakan E-money Di Indonesia Sebagai Alat Sistem Pembayaran Baru." *Igarss* 2014, no. 1:1-5 <https://doi.org/10.1007/s13398-014-0173-7.2>. diakses pada tanggal 5 november 2019 pukul 15:30 Wib
- Adiyanti (2015) "digital era 4.0".Jakarta.Erlangga vol.55
- Anjar priono, 2017. "Analisis pengaruh trust dan risk dalam penerimaan teknologi dompet elektronik gopay kota jogjakarta." Universitas islam Indonesia yogyakarta.
- Apino. (2017). "Strategi OVO dalam Industry E-money di Indonesia." <http://undergrup-paper.blogspot.com/2018/strategi-ovo-dalam-industri-e-money-di.html?m=1> diakses pada tanggal 5 november 2019 pukul 15:30 Wib
- ARC. alvara reseach center <https://dailysocial.id/post/survei-alvara-gojek-layanan-digital-milenial> di akses pada tanggal 06/12/2019 pukul 13:29
- Bank Indonesia.(2019), *Tabel Jumlah Uang Elektronik Beredar*. <https://www.bi.go.id/id/statistik/sistem-pembayaran/uang-elektronik/contents/jumlah%20uang20elektronik.aspx> diakses pada tanggal 2 november 2019 pukul 14:05 Wib

- Bachmid, dkk (2016) "manajemen pemasaran jilid 1".Jakarta.Erlangga vol.1210
- Cahyo, W. S. 2014. "Pengaruh Persepsi Kebermanfaatan, Keamanan, Kepercayaan dan Persepsi Penggunaan Onlin Banking Pada Mahasiswa S1 Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta." Universitas Negeri Yogyakarta
- Casalo, et.al(2014) "ekonomi digital".Jakarta.Erlangga vol.79
- CNN Indonesia.(2019), Perkembangan Dompot Digital OVO tahun 2019 <https://www.CNN.Indonesia/id/statistik/perkembangan-OVO/Dompot-elektronik/contents/jumlah%20ovo20e-commers.aspx> diakses pada tanggal 5 november 2019 pukul 19:30 Wib
- Davis (2010) "digital era 4.0".Jakarta.Erlangga vol.14
- Harlan (2014) "digital era 4.0".Jakarta.Erlangga vol.39
- Hartono, 2007:166 dalam Shomad dan Purnomosidhi (2012) "ekonomi digital 3.0".Jakarta. Erlangga vol. 132
- Heri, P, 1998 "ekonomi digital 3.0".Jakarta. Erlangga vol. 148
- Imam Nurmawan, S.E.(2000). "manajemen pemasaran".Jakarta.Erlangga
- Iqbaria dalam Amijaya (2010) "digital era 4.0".Jakarta.Erlangga vol.140
- Jogiyanto (2007:115) "digital era 4.0".Jakarta.Erlangga vol.79
- Johny killis, 1988:26). "ekonomi digital 3.0".Jakarta. Erlangga vol. 109
- Kasiram dkk 2008 "Metodologi Penelitian Kualitatif Dan Kuantitatif".Jogjakarta.Penamas vol.149
- Kodu (2013) "dasar manajemen pemasaran".Jakarta.Erlangga vol.1252
- Kotler Dan Keller.(2008). "Manajemen Pemasaran". Jilid 1 edisi ke 13.Jakarta:Erlangga
- Kotler Dan Keller.(2011). "Marketing Manajemen". edisi ke 13.Jakarta:Erlangga vol 6
- Leoni joan, Tony sitinjak.(2019) pengaruh persepsi kebermanfaatan dan persepsi kemudahan pengguna terhadap minat menggunakan layanan pembayaran digital go-pay. jurnal manajemen vol:8, 30
- Loutung,dkk (2015). "Manajemen Pemasaran".Jakarta.Erlangga
- Malau (2017) "strategi manajemen pemasaran jilid 3".Jakarta.Erlangga vol.1252
- Muhamad Yuandi (2019) skripsi : Pengaruh Sales Promotion dan Brand Image Terhadap Repurchase Intention Melalui Customer Satisfaction pada Pengguna OVO Surabaya." Surabaya : universitas surabaya.
- Muhammad Wildan (2019), Skripsi : Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Efektivitas Dan Resiko Terhadap Minat Bertransaksi Menggunakan Financial Technology (fintech) (Study Kasus Pada Mahasiswa S1 Febi Uin Walisongo Semarang Angkatan 2014-2018) Semarang : Universitas Islam Negeri Walisongo.
- Mulyana (2016) "digital era 4.0".Jakarta.Erlangga vol.208
- Nabila Aulia Anwar, yusi tryoni mursityo, retno indah rokhmawati. 2019. Analisis value terhadap minat pengguna OVO di malang raya menggunakan cunsumption value model. Vol. 2 p. 4374-4375.
- Nasir (2005) "Pengertian Populasi Dan Sampel".Jakarta. Erlangga vol.176.
- Nuris Nadia Khafiyah (2019), skripsi: Pengaruh Persepsi Mahasiswa Mengenai Uang Elektronik Terhadap Minat Menggunakan aplikasi OVO. Jakarta: universitas islam negeri syarif hidayatullah.
- Nazir (2005) "Metode Penyusunan Skripsi".Jakarta.Erlangga vol 176
- Nurmalasari, Ajeng (2018), Skripsi: Analisis Minat Penggunaan T-Cash, Pada Mahasiswa Universitas Islam Indonesia, Yogyakarta: Universitas Islam Inonesia.
- pratama 2015:197 "Masalah-Masalah Digital".jakarta.Angkasa vol.34
- Prof. Dr. Sofyan Assauri, S.E., M.B.A.(2011). "Manajemen Pemasaran Dasar, Konsep Dan Strategi".Jakarta.PT RAJAGRAFINDO PERSADA
- Rurie widya rahayu 2018. "Pengaruh Persepsi Kebermanfaatan, persepsi kemudahan, persepsi resiko dan inovasi teknologi Terhadap aplikasi Go pay dari PT Gojek Indonesia study pada masyarakat di kabupaten sleman dan kota yogyakarta." Universitas islam Indonesia yogyakarta.
- Tjiptono (2011:2) "prinsip manajemen".Jakarta.Erlangga vol.2

- Tompson dalam Fahmi Nasution (2004) manajemen teknologi. Jakarta.Erlangga vol.12
- Turban E., & King, D., (2002) "digital era 4.0".Jakarta.Erlangga vol.56
- Umar (1999) "Metode Penyusunan Skripsi".Jakarta.Erlangga vol 36
- Walukow,dkk (2014). "Strategi Manajemen".Jakarta.Erlangga vol.1738
- Widiyastuti,K. Handayani,P.&Wilarsono.L(2017). "Tantangan Dan Hambatan Implementasi Uang Elektronik Indonesia : Study Kasus. PT.XYZ". *jurnal sistem keuangan*, 13(1), 38-48
- Zainul hasan Quthbi 2016. "Pengaruh kemudahan, manfaat, keamanan, dan privasi kecukupan informasi dan ksenangan transaksi terhadap keputusan menggunakan E-money pada bus trans jogja." Bus trans yogyakarta.