

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk membahas mengenai faktor apa saja yang mempengaruhi minat menggunakan uang elektronik pada pengguna OVO. Variabel independen yang didapatkan dari hasil survei pendahuluan adalah kemudahan pengguna, persepsi manfaat, dan keamanan. Sedangkan variabel intervening yang didapatkan adalah kepercayaan. Penelitian ini menggunakan teknik analisis data SEM dan pengolahan data menggunakan PLS. Populasinya adalah penduduk berwilayah tinggal di Jakarta Pusat, dengan sampel 156 responden. Teknik pengambilan sampel menggunakan *convenience sampling*. Dengan menggunakan pendekatan deskriptif kuantitatif. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kemudahan pengguna berpengaruh positif signifikan terhadap kepercayaan, persepsi manfaat berpengaruh positif tidak signifikan terhadap kepercayaan, keamanan berpengaruh positif signifikan terhadap kepercayaan, kemudahan pengguna berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan, persepsi manfaat berpengaruh positif signifikan terhadap minat menggunakan, keamanan berpengaruh positif signifikan terhadap minat menggunakan, serta kepercayaan tidak berpengaruh positif signifikan terhadap minat menggunakan.

Kata kunci : Kemudahan Pengguna, Persepsi manfaat, Keamanan, Kepercayaan, Minat Menggunakan, OVO.



ABSTRACT

This study aims to discuss what factors influence the interest in using electronic money on OVO users. The independent variables obtained from the preliminary survey results are user convenience, perceived usefulness, and security. While the intervening variable obtained is trust. This study uses SEM data analysis techniques and data processing using PLS. The population is residents living in Central Jakarta, with a sample of 156 respondents. The sampling technique uses convenience sampling. By using a quantitative descriptive approach. The results of this study indicate that user convenience has a significant positive effect on trust, perceived benefits do not have a significant positive effect on trust, security has a significant positive effect on trust, user ease has a significant effect on interest in using, perceived benefit has a significant positive effect on interest in using, security has a significant positive effect of interest in using, and trust has no significant positive effect on interest in using.

Keywords: User Ease, Benefit Perception, Security, Trust, Use of Interest, OVO.



UNIVERSITAS
MERCU BUANA