



Pengaruh Persepsi Kemudahan dan Persepsi Keamanan terhadap Keputusan Pengguna E-Wallet OVO (Studi pada Mahasiswa Aktif Universitas Negeri Jakarta)

Chairunissa Rizkina Rosani^{1*}, Dedi Purwana², Shandy Aditya³

^{1,2,3}Program Studi Pendidikan Bisnis, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Jakarta, Indonesia

*Korespondensi penulis: charanisyaaa@gmail.com

Abstract. *This study aims to test the influence of Perceived Ease and Perceived Security on the Decision of OVO E-Wallet Users. The data collection method uses a survey with an instrument in the form of a questionnaire distributed online. The population used is Active Students of Jakarta State University (D3, D4, S1) with the criteria of Domiciled in Jabodetabek; aged 18 years and over; and have used the OVO E-wallet service as a payment transaction method in the last 2 weeks. This study involved 100 respondents, and the data was analyzed using SPSS Version 29 to manage data and analyze the results of the study using multiple linear regression equations. The results of the study indicate that 1) perceived ease has a positive and significant effect on user decisions, 2) perceived security has a positive and significant effect on user decisions, 3) perceived ease and perceived security simultaneously influence user decisions.*

Keywords: *E-Wallet, OVO, Perceived Ease, Perceived Security, User Decision.*

Abstrak. Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh dari Persepsi Kemudahan dan Persepsi Keamanan terhadap Keputusan Pengguna E-Wallet OVO. Metode pengumpulan data menggunakan survei dengan instrumen berupa kuesioner yang disebarluaskan secara online. Populasi yang digunakan Mahasiswa Aktif Universitas Negeri Jakarta (D3,D4,S1) dengan kriteria Berdomisili Jabodetabek; sudah berusia 18 tahun ke atas; dan telah menggunakan layanan *E-wallet* OVO sebagai metode transaksi pembayaran dalam 2 minggu terakhir. Penelitian ini terdapat sebanyak 100 responden yang terlibat, dan data dianalisis menggunakan SPSS Versi 29 untuk mengelola data dan menganalisis hasil penelitian dengan menggunakan persamaan regresi linear berganda. Hasil dalam penelitian menunjukkan bahwa 1) persepsi kemudahan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pengguna, 2) persepsi keamanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pengguna, 3) persepsi kemudahan dan persepsi keamanan berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pengguna.

Kata Kunci: *E-Wallet, OVO, Persepsi Keamanan, Persepsi Kemudahan, Keputusan Pengguna.*

1. PENDAHULUAN

Masyarakat Indonesia melibatkan internet dalam menjalankan dan menunjang segala aktivitas sehari-hari, termasuk kegiatan pembayaran secara online atau biasa disebut dengan *e-money*. Tidak dapat dipungkiri bahwa internet dan manusia saat ini memilikinya menjadi satu kesatuan yang sulit dipisahkan. Uang elektronik adalah uang yang digunakan dalam transaksi internet melalui sarana elektronik. Banyaknya perusahaan yang ikut menerbitkan uang elektronik menunjukkan adanya permintaan dan minat masyarakat untuk menggunakan *e-money* juga semakin tinggi. Hal ini menjelaskan bahwa terjadi perubahan gaya hidup masyarakat di era digital yang lebih menyukai sistem pembayaran cashless atau non tunai.

Financial technology memiliki pertumbuhan di bidang pembayaran kategori ini didorong oleh meluasnya perkembangan sistem pembayaran yang dapat menggeser keberadaan uang tunai sebagai alat pembayaran ke bentuk pembayaran non tunai yang efektif dan efisien. *Fintech* tidak dapat dikategorikan berdasarkan penggunaannya dalam peraturan pemerintah atau dokumen hukum. Perusahaan-perusahaan *fintech* tunduk pada jenis kewajiban hukum tertentu dan aturan yang berbeda karena jenis bisnis mereka. Perbedaan utama dalam bisnis ini adalah produk dan layanan mereka menawarkan banyak hal.

Salah satu jenis uang tunai sebagai alat pembayaran angsuran yang sedang berkembang saat ini adalah uang tunai elektronik. Menurut Peraturan Bank Indonesia Nomor 11/12/PBI/2009 adalah instrumen pembayaran yang diberikan mengingat nilai uang yang disimpan sebelumnya kepada penjamin emisi. Nilai tunai disimpan secara elektronik di server media atau chip, dan dapat dipindahkan untuk ditukar. Bagian atau mungkin memindahkan asset. Amelia et al., (2022).

Penggunaan *e-wallet* merupakan jawaban atas kebutuhan akan miniatur instrumen pembayaran yang diharapkan mampu menangani pembayaran secara cepat dengan biaya yang umumnya murah, hal ini ditunjukkan dengan semakin maraknya peredaran uang elektronik di Indonesia sebagaimana terungkap di Bank Indonesia.

Aplikasi OVO merupakan salah satu platform *e-wallet* yang digunakan untuk transaksi pembayaran, dengan metode pembayaran elektronik secara digital yang didalamnya terdapat saldo OVO, sehingga aplikasi OVO dinilai dapat memudahkan proses pembayaran yang mempersingkat waktu penggunaannya. Dengan pemakaian aplikasi OVO pengguna tidak perlu membawa uang cash pada saat transaksi pembayaran karena menggunakan saldo yang ada didalam aplikasi tersebut, sehingga akan terpotong otomatis sesuai jumlah yang harus dibayar Kunarso, K (2023).

Persepsi Kemudahan Penggunaan merujuk pada keyakinan pengguna terhadap praktisnya menggunakan sistem belanja online, yang mencakup faktor-faktor seperti kemudahan belajar, antarmuka pengguna yang sederhana, dan stabilitas platform Chen dan Lai, (2023). Pada kasus OVO sendiri, jika OVO tidak berusaha untuk semakin mempermudah proses alur transaksi (tanpa harus mengabaikan aspek keamanan) maka konsumen akan cenderung malas untuk bertransaksi menggunakan OVO dan ini akan berdampak pada rendahnya keputusan pembelian konsumen.

Mengacu pada penelitian sebelumnya yang menjelajahi keterkaitan antara pengaruh persepsi keamanan terhadap keputusan penggunaan, hasilnya menunjukkan bahwa persepsi keamanan memiliki dampak positif terhadap keputusan penggunaan Kholifah, et al (2023).

Hasil ini sejalan dengan penelitian yang juga dilakukan oleh Wibisono, S. I. (2020) yang menyatakan bahwa variabel kemudahan penggunaan, persepsi keamanan berpengaruh secara simultan terhadap Minat Penggunaan *e-wallet*. Namun, terdapat penelitian lain yang menyatakan sebaliknya, yakni bahwa bahwa persepsi keamanan tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan penggunaan Nainggolan, et al (2023). Temuan dari riset ini menunjukkan bahwa adanya perbedaan pendapat atau perbedaan dalam pengaruh persepsi keamanan terhadap keputusan pengguna yang perlu diperhatikan.

Keputusan penggunaan adalah proses pengintegrasian yang mengkombinasikan pengetahuan untuk mengevaluasi atau lebih perilaku alternatif dan memilih salah satu diantaranya Kuheba et al., (2020.) menyatakan bahwa keputusan penggunaan adalah kegiatan dimana yang dilakukan oleh konsumen untuk membeli dan mengkonsumsi suatu produk atau jasa dalam rangka untuk memenuhi kebutuhan dan keinginannya. Keputusan menggunakan aplikasi OVO bukanlah berdasarkan sudut pandang atau persepsi pihak penyelenggara platform OVO, melainkan berdasarkan sudut pandang atau persepsi konsumen. Konsumen akan mau membayar lebih apabila kebutuhan mereka telah terpenuhi dan memuaskan. Pemasar harus mengenali kepentingan dari kebutuhan, atau tanda-tanda pada persepsi konsumen terhadap produk atau jasa.

2. KAJIAN PUSTAKA

Persepsi Kemudahan

Menurut Jogiyanto dalam Kurniasari et al. (2018) persepsi kemudahan adalah seberapa jauh seseorang percaya bahwa ketika menggunakan suatu teknologi, ia akan bebas dari usaha sehingga mempengaruhi proses pengambilan keputusan untuk menggunakan sebuah teknologi. Selain itu menurut Suhir et al. (2021) persepsi kemudahan merupakan salah satu sektor yang mempengaruhi sikap atau perilaku perubahan-perubahan pada diri seseorang dapat diketahui melalui persepsi. Secara umum persepsi dapat diartikan sebagai pengalaman yang dihasilkan melalui indra penglihatan, pendengaran, penciuman dan sebagainya.

Menurut Marwati et al. (2019) persepsi kemudahan yaitu sejauh mana seseorang percaya bahwa teknologi akan bebas dari usaha. Kemudahan akan berdampak pada perilaku, seperti semakin tinggi persepsi seseorang tentang kemudahan menggunakan sistem, maka semakin tinggi pula tingkat pemanfaatan teknologi informasi. Demikian pula dengan yang dikemukakan oleh Widjana dalam Deliyana et al. (2022) yang mana persepsi kemudahan yaitu adanya keyakinan bahwa seseorang tidak akan terganggu ketika menggunakan sistem komputer dan tanpa banyak usaha ketika menggunakannya. Dan persepsi kemudahan

merupakan proses pengambilan keputusan yang melibatkan keyakinan. Sehingga dari definisinya maka dapat diketahui bahwa persepsi kemudahan merupakan suatu kepercayaan tentang proses pengambilan keputusan. Jika seseorang merasa percaya bahwa sistem informasi mudah digunakan maka dia akan menggunakannya.

Persepsi Keamanan

Menurut Almizan gani et al., (2020) persepsi keamanan dalam alat pembayaran nontunai seperti uang elektronik tentunya memiliki risiko keamanan. Risiko keamanan pada penggunaan uang elektronik dapat berupa pencurian, duplikat dari kartu asli, perubahan data atau aplikasi yang pada kartu asli, dan sebagainya. Sedangkan Menurut Irawan et al. (2020) persepsi keamanan dapat diartikan sebagai tingkatan dimana seseorang percaya bahwa mengirimkan informasi terhadap sistem teknologi tersebut akan aman. Keamanan informasi adalah perlindungan informasi dari berbagai ancaman untuk memastikan kelangsungan bisnis, meminimalisir resiko bisnis dan memaksimalkan laba atas investasi dan peluang bisnis.

Menurut Aprilia dalam Pitura et al (2022) persepsi keamanan adalah penegasan yang dapat menunjukkan tingkat kepastian yang dimiliki orang dalam keamanan kemajuan. Keamanan nyata digambarkan sebagai keyakinan klien bahwa informasi mereka sendiri tidak boleh terlihat oleh kelompok lain selain diri mereka sendiri, karena informasi mereka sudah disimpan dan tidak dapat dibatasi oleh kelompok lain. Didukung pendapat lain menurut Afghani & Yulianti (2017) persepsi keamanan merupakan suatu perlindungan dimana seseorang merasa terjaga dari timbulnya ancaman - ancaman dari suatu aset informasi. Dengan adanya tindakan kejahatan akan memberikan dampak ketidakpercayaan bagi pengguna terhadap layanan *e-wallet*, sehingga suatu bank harus memberikan keamanannya yang praktis tidak membahayakan pengguna dalam membawa uang cash. Dapat di katakan *e-wallet* mempermudah, bermanfaat dan dapat dipercaya keamanannya dengan baik bila mahasiswa mengkonsumsi terus menerus pada *e-wallet*.

Keputusan Pengguna

Keputusan adalah suatu hukum atau dapat dianggap sebagai hukum dalam suatu situasi. Jika semua fakta dari situasi tersebut dapat diketahui dan semua pihak yang terlibat, baik pengawas maupun pelaksana, bersedia untuk mentaatinya, maka hal tersebut tidak hanya dianggap sebagai ketaatan terhadap perintah. Wewenang tetap dijalankan, namun itu merupakan wewenang yang berasal dari hukum situasi itu sendiri Cahyana et al., (2010)

Peter dan Olson dalam Kirana (2018) mengungkapkan keputusan penggunaan sebagai suatu proses integrasi yang digunakan untuk mengombinasikan pengetahuan dan mengevaluasi dua atau lebih alternatif dan memilih satu diantaranya. Pendapat lain menurut Ralp C. Davis, menjelaskan pengertian keputusan merupakan suatu hasil dari pemecahan masalah dengan menentukan pilihan yang pasti untuk menjawab pertanyaan dari masalah tersebut. Sedangkan menurut Prof. Dr. Prajudi dalam Buana, I. A. (2023) mengemukakan bahwa keputusan adalah hasil pengakhiran dari proses pemikiran tentang suatu masalah dengan memilih jawaban alternatif guna mengatasi problem tersebut.

Keputusan penggunaan merupakan salah satu bagian dari perilaku konsumen yang mana hal tersebut terkait studi tentang bagaimana individu, kelompok, dan organisasi memilih, membeli, menggunakan, dan bagaimana barang, jasa, ide atau pengalaman yang dapat memuaskan kebutuhan dan keinginan konsumen. Seorang konsumen ketika membuat suatu keputusan tidak terlepas dari bagaimana perilaku serta sifat dari konsumennya itu sendiri sehingga setiap konsumen memiliki kebiasaannya masing-masing dalam membuat keputusan Muttaqin et al., (2020).

3. METODE PENELITIAN

Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan dengan menyebarkan kusioner secara online melalui aplikasi google formulir sehingga dapat menjangkau pengguna *E-wallet* OVO dengan lebih mudah. Objek pada penelitian ini ialah mahasiswa Universitas Negeri Jakarta yang menggunakan aplikasi *E-wallet* ovo dan telah melakukan transaksi selama 2 minggu terakhir. Penelitian dilakukan selama 6 bulan, dimulai dari pencarian dan pengumpulan informasi pada bulan juli sampai Desember kemudian menyebarkan dan mengumpulkan hasil kuesioner pada bulan November yang dilanjutkan dengan tahap pengolahan data.

Desain Penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian, penelitian ini menggunakan pendekatan analisis deskriptif kuantitatif. Penelitian ini akan menguji hipotesis yang telah dirumuskan sebelumnya oleh peneliti dan mengevaluasi hubungan antara variabel independen dan variabel dependen Putri, (2024). Sugiyono dalam Rengganis (2023) menyebutkan metode penelitian kuantitatif merupakan suatu pendekatan penelitian yang berdasarkan pada filsafat positif. Metode kuantitatif digunakan untuk mendesain penelitian yang merupakan metode induktif, objektif, dan ilmiah di mana data yang terkumpul berupa angka (skor) atau pernyataan yang dicatat dan

dianalisis dengan menggunakan analisis statistik Agustina, (2023). Tujuan utamanya adalah untuk menguji hipotesis yang telah dirumuskan sebelumnya. Variabel-variabel yang diteliti didasarkan pada instrumen penelitian, dan data yang terkumpul dianalisis menggunakan prosedur statistic.

Populasi dan Sampel

1) Populasi

Populasi adalah semua orang ataupun obyek yang digunakan sebagai sumber dalam pengambilan sampel yang memiliki karakteristik dan kualitas yang akan dipahami kemudian akan ditarik menjadi kesimpulan Tarjo, (2019). Dalam penelitian ini populasi yang digunakan adalah mahasiswa Aktif Universitas Negeri Jakarta. Berdasarkan jumlah mahasiswa aktif Universitas Negeri Jakarta untuk D3,D4,S1 menurut website PEMUTU KEMDIKBUD yaitu 25.209 mahasiswa.

2) Sampel

Menurut Sugiyono, (2021) sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Dalam penelitian ini sampel diambil dari sebagian populasi. Karena anggota populasinya tidak diketahui secara pasti dan berapa banyak, maka metode penarikan sampel pada penelitian ini menggunakan nonprobability sampling. Jenis non probability sampling yang digunakan dalam pengambilan sampel pada penelitian ini adalah sampling purposive.

Teknik pengambilan sampel yang dilakukan adalah menggunakan teknik purposive sampling karena peneliti mempunyai pertimbangan tertentu dalam pengambilan sampel dengan menggunakan kriteria yaitu sebagai berikut;

- 1) Mahasiswa aktif Universitas Negeri Jakarta (D3,D4,S1)
- 2) Berdomisili Jabodetabek
- 3) Berusia 18-25 Tahun
- 4) Sedang menggunakan layanan *e-wallet* OVO sebagai metode transaksi pembayaran dalam 2 minggu terakhir.

Adapun penggunaannya sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1 + N \cdot e^2}$$

Keterangan:

n = Jumlah sampel

N = Ukuran populasi

e = Persen kelonggaran ketidaktelitian karena kesalahan (pengambilan sampel yang masih dapat di toleril atau yang diinginkan, dalam penelitian ini sebesar 10%.)

Berdasarkan pada rumus diatas maka dapat dilakukan perhitungan dimana jumlah sampel yang akan diambil dalam penelitian ini adalah :

$$n = \frac{25.209}{1 + (25.209) \cdot (0,1)^2}$$

$$n = \frac{25.209}{1 + 252,09}$$

$$n = \frac{25.209}{253.09}$$

$n = 99,6$ dapat dibulatkan menjadi 100 orang

Berdasarkan perhitungan diatas, maka jumlah sampel yang ditetapkan sebanyak 100 orang. Jumlah responden tersebut dianggap sudah representatif untuk memperoleh data penulisan yang mencerminkan keadaan populasi.

Teknik Pengumpulan Data

Pada pengambilan data dan juga pengumpulan data informasi yang dilakukan dalam penelitian ini didapatkan sebuah teknik pengumpulan data. Data primer, menurut Suliyantol, (2018) adalah informasi unik yang dikumpulkan oleh para pelneliti untuk selcara khusus melnjawab pelrtanyaan studi mereka. Penelitian ini dilakukan dengan menyebarkan kuisisioner yang berisi pertanyaan terkait dengan pengaruh persepsi kemudahan dan persepsi keamanan terhadap keputusan penggunaan *e-wallet* OVO dikalangan mahasiswa aktif Universitas Negeri Jakarta. Penelitian ini menggunakan kuisisioner dalam pengumpulan data yang dimana disebarkan kepada para responden, dimana responden sendiri merupakan pengguna *e-wallet* OVO, pengumpulan data nantinya akan menggunakan google formulir untuk memperoleh data yang lebih bervariasi dan juga dapat menjangkau lebih luas data yang dibutuhkan dalam penelitian.

Selain data primer, penelitian ini turut menggunakan data sekunder yang merupakan informasi yang berasal dari jurnal penelitian sebelumnya dan sumber lain yang memberikan gambaran umum tentang objek penelitian. Peneliti memperoleh data sekunder berupa jumlah mahasiswa aktif Universitas Negeri Jakarta Pariwisata dan berdasarkan informasi dari website PEMUTU KEMDIBUD, dan juga dari beberapa studi literatur. Tujuan dari pengumpulan data

ini adalah untuk membantu peneliti dalam mendapatkan informasi yang relevan terkait dengan topik penelitian.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Pengujian

Uji Persyaratan Analisis

1) Uji Normalitas

Uji normalitas berfungsi untuk mengevaluasi tingkat normal tidaknya data terdistribusikan dalam model regresi. Suatu data dikatakan berdistribusi normal apabila melalui metode *Kolmogorov-Smirnov*. Kriteria pengambilan keputusannya yaitu data dinyatakan normal apabila nilai signifikansi $>$ dari 0,05. Berikut adalah hasil dari pengujian normalitas menggunakan metode *Kolmogorov-Smirnov* dengan bantuan *software SPSS*.

Tabel 1. Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.22274231
Most Extreme Differences	Absolute	.076
	Positive	.062
	Negative	-.076
Test Statistic		.076
Asymp. Sig. (2-tailed)		.174 ^c

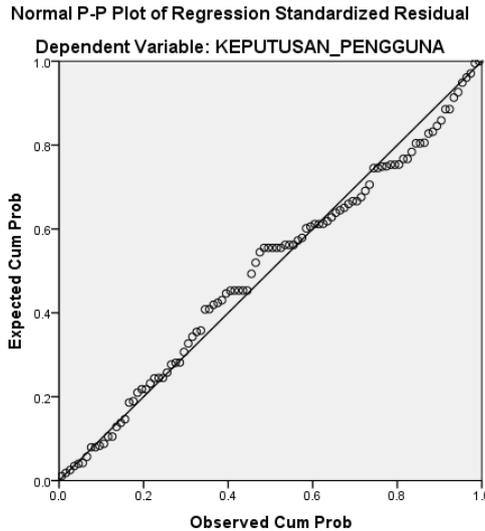
a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

Sumber: Output SPSS, Data Diolah Oleh Peneliti (2025)

Berdasarkan hasil pengujian normalitas melalui metode *Kolmogorov-Smirnov*, dapat diketahui bahwa nilai Asymp. Sig sebesar 0,174 $>$ 0,05 sehingga disimpulkan konstruk sudah berdistribusi normal, hal ini dapat dilihat dari nilai sig. lebih besar dari 0,05. Selain dari pengujian melalui metode *Kolmogorov-Smirnov*, uji normalitas juga dapat diketahui dari penyebaran data pada sumbu diagonal dari grafik dasar pengambilan keputusan dimana jika data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal maka model regresi memenuhi normalitas, dan sebaliknya. Berikut adalah grafik uji normalitas.



Sumber: Output SPSS, Data Diolah Oleh Peneliti (2025)

Gambar 1. Grafik P-P Plot

Berdasarkan hasil pengujian normalitas melalui grafik P-P Plot, dapat ditunjukkan bahwa data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal sehingga model regresi dianggap sudah memenuhi normalitas.

2) Uji Linearitas

Uji linieritas ditujukan untuk melihat tingkat kemunculan hubungan linear dalam sebuah variabel – variabel penelitian. Kriteria pengambilan keputusan linearitas dengan Anova yaitu apabila sig. *linearity* < 0,05 dan sig. *deviation from linearity* > 0,05 maka mempunyai hubungan linear, dan sebaliknya. Berikut adalah hasil dari pengujian linearitas.

Tabel 2. Hasil Uji Linieritas X1 terhadap Y

Variabel	Sig. Linearity	Sig. <i>Deviation from Linearity</i>	Keterangan
X1 terhadap Y	0,000	0,052	Memiliki hubungan linear

Sumber: Data Diolah Oleh Peneliti, (2025)

Berdasarkan hasil pengujian linearitas, dapat diketahui bahwa nilai sig. *linearity* sebesar 0,000 < 0,05 dan sig. *deviation from linearity* sebesar 0,052 > 0,05 sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel persepsi kemudahan dengan keputusan pengguna memiliki hubungan yang linear dan memenuhi uji persyaratan linear.

Tabel 3. Hasil Uji Linearitas X2 terhadap Y

Variabel	Sig. Linearity	Sig. Deviation from Linearity	Keterangan
X2 terhadap Y	0,000	0,181	Memiliki hubungan linear

Sumber: Data Diolah Oleh Peneliti, (2025)

Berdasarkan hasil pengujian linearitas, dapat diketahui bahwa nilai sig. *linearity* sebesar $0,000 < 0,05$ dan sig. *deviation from linearity* sebesar $0,181 > 0,05$ sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel persepsi keamanan dengan keputusan pengguna memiliki hubungan yang linear dan memenuhi uji persyaratan linear.

Uji Asumsi Klasik

1) Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk mengetahui ada tidaknya penyakit multikolinearitas dalam variabel-variabel yang diteliti. Multikolinearitas dapat diidentifikasi melalui nilai tolerance dan variance inflation factor (VIF). Batas umum yang digunakan untuk menunjukkan adanya multikolinearitas adalah nilai tolerance $\leq 0,10$ atau nilai VIF ≥ 10 . Berikut adalah hasil dari pengujian multikolinearitas.

Tabel 4. Hasil Uji Multikolinearitas

Variabel	Tolerance	VIF	Keterangan
Persepsi Kemudahan	0.546	1,833	Tidak terjadi multikolinearitas
Persepsi Keamanan	0.546	1,833	Tidak terjadi multikolinearitas

Sumber: Data Diolah Oleh Peneliti, (2025)

Berdasarkan hasil pengujian multikolinearitas, dapat diketahui bahwa pada variabel Persepsi Kemudahan dan Persepsi keamanan memiliki nilai *tolerance* sebesar $0,546 > 0,1$ dan nilai VIF sebesar $1,833 < 10$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa kedua variabel tidak mengalami gejala multikolinearitas. Sehingga model regresi telah memenuhi uji asumsi klasik multikolinearitas.

2) Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas adalah uji yang dilakukan untuk mengetahui apakah ada bias dalam model regresi. Ada dua cara untuk mendeteksi adanya gejala heteroskedastisitas pada model regresi (Widana & Muliani, 2020) dengan cara:

- a. Uji *Glejser*: Kriteria pengambilan keputusan dilihat dari nilai signifikansi pada output correlation. Jika nilai signifikansi $> 0,05$, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

- b. Uji *Scatterplot*: Gejala heteroskedastisitas dapat terlihat jika sebaran titik-titik pada grafik membentuk pola tertentu. Sebaliknya, jika titik-titik menyebar secara acak tanpa pola tertentu, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

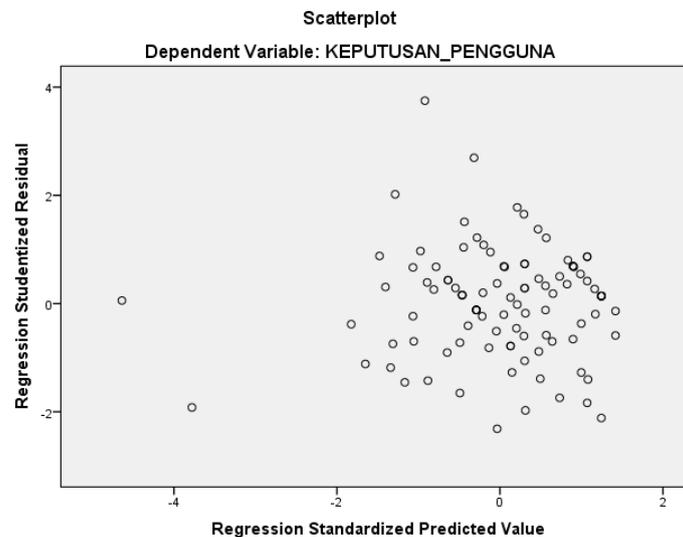
Berikut adalah hasil dari pengujian heteroskedastisitas melalui metode *Glejser*.

Tabel 5. Hasil Uji Heteroskedastisitas

Variabel	Coefficients Std. Error	T	Sig.	Keterangan
Persepsi Kemudahan	.045	.759	.450	Tidak terjadi gejala
Persepsi Keamanan	.046	-1.479	.142	Tidak terjadi gejala

Sumber: Data Diolah Oleh Peneliti, (2025)

Berdasarkan hasil pengujian heteroskedastisitas, dapat ditunjukkan bahwa pada variabel persepsi kemudahan memiliki nilai sig. sebesar $0,450 > 0,05$ dan variabel persepsi keamanan memiliki nilai sig. sebesar $0,142 > 0,05$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa kedua variabel tidak mengalami gejala heteroskedastisitas. Selain menggunakan metode *Glejser*, pengujian heteroskedastisitas dapat dilakukan dengan melihat grafik *scatterplot*. Berikut adalah grafik dari *scatterplot*.



Sumber: Output SPSS, Data Diolah Oleh Peneliti (2025)

Gambar 2. Grafik Scatterplot

Berdasarkan hasil pengujian heteroskedastisitas melalui grafik scatterplot, dapat dilihat bahwa data menyebar di bawah angka 0 pada sumbu Y dan tidak membentuk pola tertentu. Sehingga dapat disimpulkan bahwa konstruk tidak mengalami gejala heteroskedastisitas.

Persamaan Regresi Linear Berganda

Uji regresi linier berganda merupakan metode analisis statistik yang digunakan untuk memodelkan hubungan antara satu variabel terikat dengan dua atau lebih variabel bebas. Uji ini bertujuan untuk melihat nilai yang didapat oleh variabel keputusan pengguna apabila nilai variabel persepsi kemudahan atau persepsi keamanan dinaikkan ataupun diturunkan. Persamaan regresi linier berganda secara matematik dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$Y = \alpha + b_1X_1 + b_2X_2 + \dots + b_nX_n$$

Berikut adalah hasil pengujian regresi linear berganda menggunakan bantuan *software* SPSS.

Tabel 6. Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Variabel	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	.132	2.163		.061	.952
Persepsi Kemudahan	.291	.071	.298	4.072	.000
Persepsi Keamanan	.614	.073	.617	8.430	.000

Sumber: Data Diolah Oleh Peneliti, (2025)

Dari tabel diatas, maka dapat diperoleh persamaan regresi linear berganda sebagai berikut.

$$Y = 0,132 + 0,291X_1 + 0,614X_2 + e$$

Berdasarkan hasil pengujian regresi, diperoleh nilai konstanta sebesar 0,132 yang menunjukkan bahwa nilai prediksi dari variabel dependen, yaitu keputusan pengguna adalah sebesar 0,132 ketika semua variabel independen Persepsi Kemudahan dan Persepsi Keamanan bernilai 0.

Koefisien regresi variabel persepsi kemudahan sebesar 0,291, menunjukkan bahwa setiap peningkatan satu unit dalam Persepsi Kemudahan akan meningkatkan Keputusan Pengguna sebesar 0,291 unit, dengan asumsi variabel lainnya konstan atau tetap.

Koefisien regresi variabel Persepsi Keamanan sebesar 0,614, menunjukkan bahwa setiap peningkatan satu unit dalam Persepsi Keamanan akan meningkatkan keputusan pengguna sebesar 0,614 dengan asumsi variabel lainnya konstan atau tetap.

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa kedua variabel independen yaitu Persepsi Kemudahan dan Persepsi Keamanan memiliki pengaruh positif terhadap keputusan pengguna. Pada kedua variabel tersebut, Persepsi Keamanan memiliki pengaruh paling besar terhadap keputusan pengguna, diikuti oleh persepsi kemudahan. Hal ini menunjukkan bahwa upaya

untuk meningkatkan keamanan akan memberikan dampak paling besar dalam mendorong keputusan pengguna dalam menggunakan *e-wallet* OVO.

Uji Hipotesis

1) Uji Parsial (Uji t)

Uji parsial atau uji t merupakan salah satu metode dalam analisis regresi yang digunakan untuk mengevaluasi signifikansi relasi antara satu variabel independen dengan variabel dependen dalam suatu model regresi berganda (Mardiatmoko, 2020). Tujuannya adalah untuk mengetahui apakah variabel independen memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen, ketika variabel-variabel lainnya dalam model juga dipertimbangkan. Kriteria pengambilan keputusan yaitu $t \text{ hitung} > t \text{ tabel}$ dan $\text{sig.} < 0,05$ serta koefisien regresi bernilai positif untuk mendukung hipotesis yang sudah disusun sebelumnya. Berikut adalah hasil dari pengujian parsial (uji t).

Tabel 7. Hasil Uji Parsial (Uji t)

Variabel	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
	(Constant)	.132	2.163		
Persepsi Kemudahan	.291	.071	.298	4.072	.000
Persepsi Keamanan	.614	.073	.617	8.430	.000

Sumber: Data Diolah Oleh Peneliti, (2025)

Dari tabel diatas, Berdasarkan output diperoleh t-tabel dapat dilihat pada tingkat signifikansi 0,05 $df = n - k$ (n merupakan jumlah data dan k adalah jumlah variabel bebas) $100 - (2) = 98$, maka didapatkan t-tabel sebesar 1,660. Maka hasil pengujian t dapat dijabarkan sebagai berikut:

- a. Variabel persepsi kemudahan memiliki nilai t hitung sebesar $4,072 > t \text{ tabel}$ sebesar 1,660 dan sig. sebesar $0,000 < \alpha$ sebesar 0,05 serta koefisien regresi bernilai positif (0,291). Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel persepsi kemudahan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pengguna atau hipotesis 1 diterima.
- b. Variabel persepsi keamanan memiliki nilai t hitung sebesar $8,430 > t \text{ tabel}$ sebesar 1,660 dan sig. sebesar $0,000 < \alpha$ sebesar 0,05 serta koefisien regresi bernilai positif (0,614). Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel persepsi keamanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pengguna atau hipotesis 2 diterima.

2) Uji Simultan (Uji F)

Uji F bertujuan untuk menguji apakah setidaknya satu variabel independen dalam model regresi memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel dependen. Kriteria pengambilan keputusan untuk Uji-F yaitu $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka hipotesis alternatif diterima, dan sebaliknya.

Tabel 8. Hasil Uji Simultan (Uji F)

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1237.472	2	618.736	122.705	.000 ^b
	Residual	489.118	97	5.042		
	Total	1726.590	99			

Sumber: Data Diolah Oleh Peneliti, (2025)

Dari tabel diatas, maka dapat ditetapkan F tabel dengan $df = (n-k) (k-1) = (100-2) (2-1) = 3,94$. Maka hasil pengujian F dapat dijabarkan sebagai berikut.

Berdasarkan hasil pengujian simultan, dapat diketahui nilai F hitung sebesar $122,705 > F$ tabel sebesar 3,94 dan nilai sig. sebesar $0,000 < 0,05$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh persepsi kemudahan dan persepsi keamanan secara simultan bersama – sama terhadap keputusan pengguna *e-wallet* OVO.

Uji Koefisien Determinasi (R-Square)

Uji Koefisien Determinasi (*R-squared*) adalah sebuah metode dalam analisis regresi yang digunakan untuk mengevaluasi seberapa baik model regresi linear cocok dengan data yang diamati. Nilai koefisien determinasi (*R-squared*) berkisar antara 0 hingga 1, dan semakin mendekati 1, semakin baik model regresi dalam menjelaskan variabilitas dari variabel dependen. Berikut adalah hasil dari pengujian koefisien determinasi.

Tabel 9. Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.847 ^a	.717	.711	2.246

Sumber: Data Diolah Oleh Peneliti, (2025)

Berdasarkan hasil tabel diatas, dapat diketahui bahwa nilai *adjusted R-Square* sebesar 0,711 dimana ini menandakan bahwa variabel persepsi kemudahan dan persepsi keamanan mampu memberikan kontribusi terhadap keputusan pengguna sebesar 0,711 atau sebesar 71,1%. Sedangkan sisanya sebesar 29,9% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Pembahasan

Berdasarkan hasil perhitungan regresi berganda diperoleh hasil $Y = 0,132 + 0,291X_1 + 0,614X_2$. Dari persamaan regresi tersebut terlihat bahwa nilai konstanta sebesar 0,132. Hal tersebut menunjukkan bahwa nilai prediksi dari variabel dependen, yaitu Keputusan Pengguna adalah 0,132 ketika semua variabel independen (Persepsi Kemudahan dan Persepsi Keamanan) bernilai 0. Nilai koefisien regresi variabel Persepsi Kemudahan (X_1) adalah 0,291. Ini menunjukkan bahwa setiap peningkatan satu unit dalam Persepsi Kemudahan akan meningkatkan Keputusan Pengguna sebesar 0,291 unit, dengan asumsi variabel lainnya konstan. Nilai koefisien untuk variabel Persepsi Keamanan (X_2) adalah 0,614, menunjukkan bahwa setiap peningkatan satu unit dalam Persepsi Keamanan akan meningkatkan Keputusan Pengguna sebesar 0.614 unit, dengan asumsi variabel lainnya konstan. Selanjutnya berdasarkan hasil-hasil pengujian hipotesis di atas, maka didapatkan hasil pengujian hipotesis dalam penelitian ini, yaitu sebagai berikut:

1) Pengaruh Persepsi Kemudahan terhadap Keputusan Pengguna

Berdasarkan hasil pengujian parsial (uji t), dapat diketahui bahwa nilai t hitung pada variabel persepsi kemudahan sebesar $4,072 > t$ tabel sebesar 1,660 dan sig. sebesar $0,000 < \alpha$ sebesar 0,05 serta koefisien regresi bernilai positif (0,291). Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel persepsi kemudahan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pengguna. Dengan demikian, hipotesis pertama yang menyatakan persepsi kemudahan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pengguna e-wallet OVO di kalangan mahasiswa Universitas Negeri Jakarta diterima.

Mahasiswa merasa bahwa penggunaan OVO sangat mudah, terutama karena adanya tutorial yang membantu mereka memahami sistem pembayaran dengan cepat, sebagaimana tercermin dari nilai tertinggi pada pernyataan “Saya merasa tidak butuh waktu lama bagi saya untuk memahami cara menggunakan sistem pembayaran OVO” dan “Saya merasa menggunakan OVO sangat mudah digunakan karena adanya ‘tutorial’ pengguna.” Namun, pernyataan “Saya merasa OVO sangat mudah dipelajari dan dipahami” mendapatkan nilai terendah, meskipun tetap berada dalam kategori setuju. Hal ini mengindikasikan perlunya peningkatan dalam pengalaman pembelajaran bagi sebagian pengguna, terutama mereka yang belum familiar dengan teknologi digital. Temuan ini menegaskan pentingnya antarmuka yang intuitif, tutorial yang interaktif, dan edukasi yang efektif dalam memperkuat persepsi kemudahan. Dengan strategi pemasaran yang menonjolkan kemudahan penggunaan serta pengembangan

fitur yang lebih sederhana, OVO dapat meningkatkan daya tarik dan loyalitas pengguna, khususnya di kalangan mahasiswa.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Desita & Dewi (2022) yang menjelaskan bahwa pemanfaatan *e-wallet* yang mudah digunakan dan mudah dipahami dapat membuat konsumen terdorong untuk menggunakan produk tersebut. Selain itu, penelitian terdahulu yang diteliti oleh Desvronita, (2021) dan Aisha, N. (2022) juga menunjukkan bahwa persepsi kemudahan dalam menggunakan sistem pembayaran *e-wallet* memberi pengaruh positif.

2) Pengaruh Persepsi Keamanan terhadap Keputusan Pengguna

Berdasarkan hasil pengujian parsial (uji t), dapat diketahui bahwa nilai t hitung pada variabel persepsi keamanan sebesar $8,430 > t$ tabel sebesar 1,660 dan sig. sebesar $0,000 < \alpha$ sebesar 0,05 serta koefisien regresi bernilai positif (0,614). Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel persepsi keamanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pengguna. Dengan demikian, hipotesis kedua yang menyatakan persepsi keamanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pengguna *e-wallet* OVO di kalangan mahasiswa Universitas Negeri Jakarta diterima.

Hal ini mengindikasikan bahwa semakin tinggi tingkat rasa aman yang dirasakan pengguna, semakin besar kemungkinan mereka memutuskan untuk menggunakan OVO. Pernyataan dengan nilai tertinggi, yaitu “Saya yakin pada kemampuan OVO untuk melindungi privasi saya,” mencerminkan kepercayaan tinggi mahasiswa terhadap kemampuan OVO dalam menjaga kerahasiaan data pribadi. Di sisi lain, pernyataan dengan nilai terendah, “Saya merasa yakin terhadap OVO memiliki sistem keamanan yang tinggi untuk melindungi data pelanggan,” meskipun nilainya lebih rendah, tetap berada dalam kategori baik. Hal ini menunjukkan bahwa, meskipun kepercayaan terhadap sistem keamanan OVO positif, masih terdapat ruang untuk meningkatkan keyakinan pengguna terhadap perlindungan data secara teknis. Temuan ini menegaskan pentingnya transparansi dan komunikasi terkait fitur keamanan, seperti enkripsi data, proteksi transaksi, dan sistem otentikasi yang digunakan. Dengan terus memperkuat teknologi keamanan dan mengedukasi pengguna mengenai langkah-langkah perlindungan data yang dilakukan, OVO dapat meningkatkan kepercayaan pengguna dan memperkuat keputusan mereka untuk menggunakan layanan ini. Strategi komunikasi yang menonjolkan aspek keamanan dapat menjadi faktor penting dalam membangun loyalitas dan memperluas basis pengguna.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Susanti et al. (2021) yang menyatakan bahwa keamanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap penggunaan sistem pembayaran *e-wallet* ovo. Kemudian didukung oleh penelitian Rasida, et al (2021) dimana keamanan yang baik mampu meningkatkan penggunaan sistem pembayaran.

3) Pengaruh Persepsi Kemudahan dan Persepsi Keamanan terhadap Keputusan Pengguna

Berdasarkan pengujian simultan (uji F), diketahui bahwa nilai F hitung sebesar $122,705 > F$ tabel sebesar 3,94 dan nilai sig. sebesar $0,000 < 0,05$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh persepsi kemudahan dan persepsi keamanan secara simultan (bersama – sama) terhadap keputusan pengguna *e-wallet* OVO. Ini menandakan hipotesis ketiga yang menyatakan bahwa persepsi kemudahan dan persepsi keamanan berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pengguna diterima.

Kemudian, untuk perhitungan *R-Square* yaitu sebesar 0,711 dimana ini menandakan bahwa variabel persepsi kemudahan dan persepsi keamanan mampu memberikan kontribusi terhadap keputusan pengguna sebesar 0,711 atau sebesar 71,1%. Sedangkan sisanya sebesar 29,9% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Persepsi kemudahan membuat pengguna merasa nyaman dan tidak terbebani saat menggunakan OVO, sementara persepsi keamanan memberikan rasa percaya bahwa transaksi dan data pribadi mereka terlindungi. Kombinasi keduanya menciptakan pengalaman yang optimal, di mana mahasiswa merasa bahwa OVO tidak hanya praktis tetapi juga aman digunakan. Pengaruh simultan ini menunjukkan bahwa pengguna mempertimbangkan keduanya dalam memilih layanan *e-wallet*, dan dengan demikian, OVO perlu terus memperkuat aspek kemudahan dan keamanan dalam pengembangan dan pemasarannya. OVO dapat mengintegrasikan kampanye yang menonjolkan fitur-fitur mudah digunakan yang dilengkapi dengan sistem keamanan yang canggih, seperti autentikasi dua faktor dan perlindungan data. Dengan memperkuat komunikasi yang mengedepankan kedua aspek ini, OVO tidak hanya dapat menarik lebih banyak pengguna, tetapi juga meningkatkan kepercayaan dan loyalitas pengguna yang sudah ada.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Pitura, R. C., & Rachma, N. (2022) bahwa Uji Simultan (F) menunjukkan bahwa pengaruh simultan

Persepsi Kemudahan dan Persepsi Keamanan mempengaruhi Keputusan Penggunaan e-wallet. Hasil yang didapat pada uji simultan sejalan dengan penelitian yang dilakukan Iliyin dan Widiarto (2020). Hasil penelitian tersebut menyatakan Persepsi Kemudahan Penggunaan dan Persepsi Keamanan secara signifikan berpengaruh terhadap keputusan penggunaan.

5. PENUTUP

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang didukung dengan data kuesioner dan studi literatur mengenai persepsi kemudahan, persepsi keamanan dan keputusan pengguna telah dilakukan kepada 100 responden pada mahasiswa aktif Universitas Negeri Jakarta. Berikut adalah kesimpulan yang dapat disampaikan dari penelitian ini.

- 1) Terdapat pengaruh positif dan signifikan persepsi kemudahan terhadap keputusan pengguna yang dibuktikan oleh t hitung yang lebih besar dari t tabel dan sig. lebih kecil dari α , dan koefisien regresi yang bernilai positif. Hal ini menunjukkan bahwa semakin perusahaan meningkatkan fitur yang mengedepankan kemudahan dalam pemakaian *e-wallet* OVO maka akan memperkuat pula keputusan mahasiswa Universitas Negeri Jakarta dalam menggunakan *e-wallet* tersebut.
- 2) Terdapat pengaruh positif dan signifikan persepsi keamanan terhadap keputusan pengguna yang dibuktikan oleh t hitung yang lebih besar dari t tabel dan sig. lebih kecil dari α , dan koefisien regresi yang bernilai positif. Hal ini menunjukkan bahwa ketika *e-wallet* OVO mampu menawarkan keamanan penggunaan secara optimal maka semakin bersedia pula mahasiswa Universitas Negeri Jakarta untuk menggunakannya.
- 3) Terdapat pengaruh signifikan secara simultan antara persepsi kemudahan dan persepsi keamanan terhadap keputusan pengguna yang dibuktikan oleh F hitung yang lebih besar dari F tabel dan sig. lebih kecil dari α . Hal ini menunjukkan bahwa jika persepsi kemudahan dan persepsi keamanan meningkat maka akan meningkatkan pula kesediaan mahasiswa Universitas Negeri Jakarta dalam menggunakan *e-wallet* OVO.

Implikasi

1) Implikasi Teoritis

- a. Berdasarkan hasil penelitian ini, dapat diperjelas bahwa persepsi kemudahan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan pengguna pada mahasiswa aktif Universitas Negeri Jakarta. Hasil penelitian ini didukung oleh

penelitian yang dilakukan oleh Desita & Dewi (2022), Desvronita, (2021) dan Aisha, N. (2022) yang menunjukkan bahwa persepsi kemudahan dalam menggunakan sistem pembayaran e-wallet memberi pengaruh positif.

- b. Berdasarkan hasil penelitian ini, dapat dikonfirmasi bahwa persepsi keamanan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan pengguna pada mahasiswa aktif Universitas Negeri Jakarta. Hasil penelitian ini didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Susanti et al. (2021), dan Rasida, et al (2021) dimana keamanan yang baik mampu meningkatkan penggunaan sistem pembayaran.
- c. Berdasarkan hasil penelitian ini, dapat diketahui bahwa persepsi kemudahan dan persepsi keamanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pengguna pada mahasiswa aktif Universitas Negeri Jakarta. Hasil penelitian ini didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Pitura, R. C., & Rachma, N. (2022) dan Iliyin dan Widiarto (2020) yang menyatakan bahwa Persepsi Kemudahan dan Persepsi Keamanan secara signifikan berpengaruh terhadap keputusan penggunaan.

2) Implikasi Praktis

- a. Pada variabel keputusan pengguna disimpulkan bahwa indikator tertinggi terdapat pada indikator KPN.6 dengan pernyataan “Saya akan menyarankan pengguna OVO kepada teman yang belum menggunakan” dengan nilai 5,11. Sedangkan, untuk nilai *mean* terendah berada pada indikator KPN.3 dengan pernyataan “Adanya sistem baru yaitu ‘Scan QR’ menambah antusiasme saya untuk menggunakan layanan OVO” dengan nilai 4,99. Secara keseluruhan, mahasiswa Universitas Negeri Jakarta cenderung puas dengan penggunaan OVO dan bersedia merekomendasikannya kepada orang lain, yang menunjukkan adanya loyalitas pengguna yang tinggi terhadap layanan OVO. Disisi lain, fitur *Scan QR* belum sepenuhnya meningkatkan antusiasme mahasiswa dalam menggunakan OVO karena disebabkan oleh ketidaknyamanan atau kurangnya pemahaman tentang fitur tersebut, atau mungkin karena mahasiswa sudah terbiasa dengan sistem pembayaran lain yang tidak memerlukan teknologi *QR scan*.
- b. Pada variabel persepsi kemudahan disimpulkan bahwa indikator tertinggi terdapat pada indikator PKD.2 dan PKD.3 dengan pernyataan “Saya merasa tidak butuh waktu lama bagi saya untuk memahami cara menggunakan sistem pembayaran OVO” dan “Saya merasa menggunakan OVO sangat mudah digunakan karena adanya ‘tutorial’ pengguna” dengan nilai 5,15. Sedangkan, untuk nilai *mean*

terendah berada pada indikator X1.8 dengan pernyataan “Saya merasa OVO sangat mudah dipelajari dan dipahami” dengan nilai 5,00. Secara keseluruhan, data ini menunjukkan bahwa mahasiswa Universitas Negeri Jakarta memiliki persepsi yang sangat positif terhadap kemudahan penggunaan OVO, terutama terkait dengan kemudahan pemahaman dan penggunaan fitur-fitur utama aplikasi. Meskipun demikian, ada peluang untuk meningkatkan elemen-elemen tertentu dalam aplikasi agar lebih mudah dipahami oleh semua pengguna, seperti memperjelas beberapa fitur atau menyediakan lebih banyak panduan bagi pengguna baru.

- c. Pada variabel persepsi keamanan disimpulkan bahwa indikator tertinggi terdapat pada indikator PKN2.6 dengan pernyataan “Saya yakin pada kemampuan OVO untuk melindungi privasi saya” dengan nilai 5,05. Sedangkan, untuk nilai mean terendah berada pada indikator PKN.1 dengan pernyataan “Saya merasa yakin terhadap OVO memiliki sistem keamanan yang tinggi untuk melindungi data pelanggan” dengan nilai 4,95. Data ini menunjukkan bahwa mahasiswa Universitas Negeri Jakarta memiliki persepsi yang positif terhadap keamanan OVO, terutama dalam hal perlindungan privasi mereka. Meskipun demikian, masih ada peluang bagi OVO untuk memperkuat komunikasi dan transparansi mengenai sistem keamanan yang digunakan, serta memberikan edukasi lebih lanjut kepada pengguna mengenai langkah-langkah keamanan yang diterapkan dalam melindungi data pelanggan, agar semakin meningkatkan kepercayaan pengguna terhadap layanan ini.

Keterbatasan Penelitian

Dalam melakukan penelitian, didapatkan beberapa keterbatasan atau kendala yang dapat mengurangi efektivitas penelitian sehingga perlu menjadi bahan evaluasi bagi penelitian selanjutnya. Berikut adalah beberapa keterbatasan dalam penelitian ini.

- 1) Penelitian ini hanya dilakukan terhadap mahasiswa aktif Universitas Negeri Jakarta sebanyak 100 responden, sehingga hasil penelitian kemungkinan belum dapat menggeneralisir kondisi responden atau mahasiswa pada universitas lainnya.
- 2) Penelitian ini hanya menggunakan pertanyaan tertutup sehingga data yang diperoleh belum terlalu lengkap.
- 3) Variabel terikat (dependen) tidak hanya dipengaruhi oleh variabel pengaruh persepsi kemudahan dan persepsi keamanan saja, melainkan masih banyak variabel-variabel lain

yang dapat mempengaruhi Keputusan pengguna namun Peneliti hanya terbatas meneliti variabel itu saja.

Rekomendasi bagi Penelitian Selanjutnya

Berdasarkan hasil penelitian, implikasi dan keterbatasan penelitian, maka peneliti memberikan rekomendasi yang bermanfaat kepada peneliti untuk bahan masukan sebagai berikut.

- 1) Berlandaskan perolehan hasil yang telah peneliti lakukan, dapat diketahui bahwa besarnya pengaruh variabel persepsi kemudahan dan persepsi keamanan sebesar 71,1% sedangkan sisanya sebesar 29,9% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.
- 2) Penelitian lebih lanjut diharapkan mampu memperluas target penelitian kepada mahasiswa beberapa universitas atau dengan mengganti target seperti wirausaha atau lainnya.
- 3) Diharapkan peneliti selanjutnya dapat menambah atau mencantumkan pertanyaan terbuka sehingga data yang terkumpul beragam dan mampu menghasilkan jawaban penelitian lebih mendalam.

REFERENSI

- Aisha, N., & Kurnia, E. (n.d.). *Pengaruh Persepsi Kemudahan dan Daya Tarik Iklan Terhadap Keputusan Menggunakan Dompot Digital "OVO."* <http://www.djkn.kemenkeu.go.id>
- Almizan gani, A., Y. soeharso, S., A. wicaksana, S., & Asrunputri, A. pia. (2020). PENGARUH PSYCHOLOGICAL CAPITAL TERHADAP READINESS TO CHANGE PADA KARYAWAN PENJAGA GARDU TOL DI JABODETABEK. *Ekonomi & Bisnis*, 18(2), 85–96. <https://doi.org/10.32722/eb.v18i2.1992>
- Amelia, R. V., Renie, E., Yustiloviani, Y., & Alfiander, D. (2022). PERLINDUNGAN HUKUM TERHADAP PENGGUNA E-WALLET DALAM SISTEM PEMBAYARAN DIGITAL DI INDONESIA. *JISRAH: Jurnal Integrasi Ilmu Syariah*, 4(3), 361. <https://doi.org/10.31958/jisrah.v4i3.11741>
- Aprilia, R. W., & Susanti, D. N. (n.d.). Pengaruh Kemudahan, Fitur Layanan, dan Promosi Terhadap Keputusan Penggunaan E-Wallet Dana di Kabupaten Kebumen. In *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen* (Vol. 4, Issue 3). <https://jurnal.universitaspurtabangsa.ac.id/index.php/jimmba/index>
- Buana, I. A., & Angga Buana, I. (2023). Proses Pengambilan Keputusan Dalam Pengembangan Mutu Madrasah (Studi Kasus MAN Insan Cendekia Paser). *Jurnal Tarbiyah Dan Ilmu Keguruan Borneo*, 4(3), 2023. <https://doi.org/10.21093/jtikborneo.v4i3.6899>

- Cahyana, N. H., Teknik, J., Upn, I., Veteran, ", & Yogyakarta, ". (2010). TEKNIK PERMODELAN ANALITYCAL HIERARCHY PROCES (AHP) SEBAGAI PENDUKUNG KEPUTUSAN. In *TELEMATIKA* (Vol. 06, Issue 02).
- Chen, C.-L., Program, P. D., & Lai, W.-H. (n.d.). Exploring the Impact of Perceived Risk on User's Mobile Payment Adoption. *Review of Integrative Business and Economics Research*, 12, 1.
- Deliyana, R., Permatasari, B., & Sukmasari, D. (2022). Pengaruh persepsi kemudahan, persepsi keamanan, dan persepsi kepercayaan terhadap kepuasan pelanggan dalam menggunakan mobile banking BCA. *Journal of Economic and Business Research*, 2(2), 1-16. Retrieved from <http://jurnal.teknokrat.ac.id/index.php/JEB>
- Desita, W., Ayu, G., Rencana, K., & Dewi, S. (n.d.). *Pengaruh Persepsi Kemanfaatan, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Risiko, Promosi dan Fitur Layanan terhadap Minat Menggunakan Transaksi Non Cash pada Aplikasi Dompot Elektronik (E-Wallet)*. <https://doi.org/10.23887/jippg.v3i2>
- Desvronita, D. (2021). . Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Menggunakan Sistem Pembayaran E-Wallet Menggunakan Technology Acceptance Model. *Akmenika: Jurnal Akuntansi dan Manajemen*, 18(2). *Jurnal Akuntansi Dan Manajemen*, 18(2)
- Febriyani, D. A. (2018). Pengaruh persepsi kemudahan penggunaan dan persepsi kemanfaatan terhadap minat beli online pada mahasiswa UST Yogyakarta pengguna Zalora. *Jurnal Ekobis Dewantara*, 1(11), 10-20.
- Irawan, D., & Affan, M. W. (2020). PENDAMPINGAN BRANDING DAN PACKAGING UMKM IKATAN PENGUSAHA AISYIYAH DI KOTA MALANG. *Jurnal Pengabdian Dan Peningkatan Mutu Masyarakat (Janayu)*, 1(1). <https://doi.org/10.22219/janayu.v1i1.11188>
- Kartika Dosen Pembimbing, A., & Rosalina, K. (n.d.). *MONEY (Studi Pada Pengguna Go-Pay di Kota Malang)*.
- Kholifah, A. P., Hidayati, N., & Athia, I. (2023). Pengaruh kemudahan penggunaan, kualitas pelayanan, persepsi keamanan terhadap keputusan penggunaan Brimo pada nasabah Bank BRI Kota Malang. *e-Jurnal Riset Manajemen Prodi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Unisma*, 12(2), 241-250. <http://riset.unisma.ac.id/index.php/jrm>
- Kirana, E. K. (2018). Pengaruh ekuitas merek dan kepercayaan konsumen terhadap keputusan penggunaan jasa ekspedisi (Studi pada konsumen Jalur Nugraha Ekakurir). *Jurnal Manajemen Bisnis*, 8(1), 1-10.32. (n.d.).
- Kuheba, M. R., Manoppo, W. S., Tumbel, T. M., Bisnis, A., & Administrasi, J. I. (n.d.). *Pengaruh Brand Image Terhadap Keputusan Menggunakan Aplikasi Go-Jek pada Mahasiswa Fispol Unsrat Manado*.
- Kunarso. (2023). Upaya hukum pengguna jasa atas kegagalan penyedia jasa aplikasi OVO dalam pengisian saldo top up. *INNOVATIVE: Journal Of Social Science Research*, 3(6), 6794-6809. <https://j-innovative.org/index.php/Innovative>

- Mardiatmoko, G. (2020). Pentingnya uji asumsi klasik pada analisis regresi linier berganda (studi kasus penyusunan persamaan allometrik kenari muda [canarium indicum l.]). *BAREKENG: Jurnal Ilmu Matematika Dan Terapan*, 14(3), 333-342.
- Marwati, & Amidi. (2018). Pengaruh budaya, persepsi, dan kepercayaan terhadap keputusan pembelian obat herbal. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 7(2), 145-160.
- Muttaqin, I., Rini, R., Al, S., Bandar, M., Jalan, L., Raya, K., Rajabasa, P., & Lampung, B. (n.d.). EFISIENSI BANK UMUM SYARIAH DI INDONESIA DENGAN PENDEKATAN THREE STAGES FRONTIER ANALYSIS Alif Ilham Akbar Fatriansyah. *Jurnal Akuntansi Dan Keuangan Islam*, 8(2), 115–129. <https://doi.org/10.35836/jakis.v8i2.119>
- Nainggolan, L. P. S. I., Abdullah, M. A. F., & Perkasa, D. H. (2023). Pengaruh kualitas pelayanan, kemudahan penggunaan, dan persepsi keamanan terhadap keputusan penggunaan GoTransit (Studi kasus Stasiun Tanah Abang). *Musyteri: Neraca Manajemen, Akuntansi Ekonomi*, 1(3), 1-12. <https://doi.org/10.8734/mnmae.v1i2.359>
- Pitura, R. C., Rachma, N., & Rahman, F. (2023). Pengaruh persepsi kemudahan dan persepsi keamanan terhadap keputusan penggunaan E-Wallet Shopeepay di kalangan generasi milenial (Studi pada mahasiswa manajemen UNISMA angkatan 2018). *e-Jurnal Riset Manajemen Prodi Manajemen, Fakultas Ekonomi UNISMA*, 2(1), 1-15. <http://www.fe.unisma.ac.id>
- Sugiyono, D. (2013). *Metode penelitian pendidikan pendekatan kuantitatif, kualitatif dan R&D*.
- Sugiyono, S. , & L. P. (2021). *Metode penelitian komunikasi (Kuantitatif, kualitatif, dan cara mudah menulis artikel pada jurnal internasional)*.
- Suhir, M., Suyadi, I., & Riyadi. (2014). Pengaruh persepsi risiko, kemudahan dan manfaat terhadap keputusan pembelian secara online: Survei terhadap pengguna situs website www.Kaskus.co.id. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 8(1), 1-15. Retrieved from <http://administrasibisnis.studentjournal.ub.ac.id>
- Suliyantol. (2018). *Meltoldel Pelnelitian Bisnis . Andi Olffselt*.
- Susanti, V. R., & Febriyantoro, M. T. (2021). *E-MONEY PADA ERA CASHLESS SOCIETY*.
- Tarjo. (2019). Pengaruh motivasi kerja dan kepuasan kerja terhadap kinerja karyawan (Studi pada RSUD H. Hanafie Muara Bungo). *Jurnal Aplikasi Manajemen dan Inovasi Bisnis*, 2(1), 53-64. <http://jurnal.stiekma.ac.id/index.php/JAMIN>
- Wibisono, S. I. (2020). *Pengaruh persepsi kemudahan penggunaan, persepsi manfaat serta persepsi keamanan terhadap minat penggunaan e-wallet* (Skripsi, Universitas Muhammadiyah Surakarta). Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- Widana, I. W., & Muliani, N. P. L. (2020). Uji persyaratan analisis.