

**PENGARUH KEAMANAN DAN KEMUDAHAN
BERTRANSAKSI TERHADAP MINAT BELI
MENGUNAKAN DOMPET DIGITAL OVO PADA
KALANGAN MAHASISWA DI BANJARMASIN**

Nurul Hasanah¹
M. Zainal Abidin²
nurulha3@gmail.com

ULM BANJARMASIN^{1,2}

Abstract,

This study is aim to prove the influence of security and convenience to using interest of OVO among the students in Banjarmasin.

This study using quantitative methods with causal design. The population in this study is all of students in Banjarmasin who have used OVO before with a sample of 50 respondents. Sample were taken using purposive sampling technique by using a minimum of 10 times the number of variables plus 20 respondents. The result of questionnaire was analysis use multiple linear regression.

The result showed that the effect of security and convenience partially significant effect using interest in OVO among the students in Banjarmasin. Therefore, if security and convenience are increased certainly will get more the using interest of OVO

Keywords: Security, Convenience, Purchase Intention, E-Wallet, OVO

Abstrak,

Penelitian ini bertujuan untuk membuktikan pengaruh keamanan dan kemudahan bertransaksi terhadap minat menggunakan OVO pada kalangan mahasiswa di Banjarmasin.

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan desain penelitian kausal. Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa di Banjarmasin yang pernah menggunakan Dompot Digital OVO dengan sampel sebesar 50 responden. Sampel diambil dengan menggunakan teknik purposive sampling dengan penarikan sampel menggunakan minimal 10 kali dari jumlah variabel ditambah 20 responden. Hasil dari kuisioner dianalisis dengan regresi linear berganda.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa keamanan dan kemudahan bertransaksi berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan OVO pada kalangan mahasiswa di Banjarmasin sehingga apabila tingkat keamanan dan kemudahan bertransaksi ditingkatkan tentu minat beli menggunakan OVO pun akan semakin meningkat juga.

Kata kunci: Keamanan, Kemudahan Bertransaksi, Minat Beli, Dompet Digital, OVO

PENDAHULUAN

Perkembangan zaman dan teknologi hingga saat ini menunjukkan adanya perubahan, gaya hidup masyarakat yaitu dari tradisional ke modern. Gaya hidup modern ini masyarakat tentu akan dituntut untuk melakukan segala hal menjadi lebih cepat dan ringkas. Adanya bantuan teknologi untuk memperingkas semuanya, salah satu perkembangan teknologi yang telah berubah adalah alat pembayaran. Alat pembayaran sekarang ini tidak hanya dengan menggunakan uang *cash*, namun sudah banyak medium-medium pengganti uang kas yang bisa digunakan masyarakat untuk melakukan pembayaran yang salah satu medium tersebut adalah uang elektronik.

Menurut Bank Indonesia, secara sederhana uang elektronik didefinisikan sebagai alat pembayaran dalam bentuk elektronik dimana nilai uangnya disimpan dalam media elektronik tertentu. Uang elektronik terbagi menjadi dua

bagian, yaitu berbasis *chip* dan *server*. Uang elektronik berbasis chip tentu kita sudah mengenal dan menjumpainya terlebih dahulu, contohnya adalah kartu ATM. Kartu tersebut terdapat chip sebagai media kita dalam menyimpan uang. Uang elektronik berbasis chip dengan menggunakan server terbilang masih baru, disini kita perlu terkoneksi dengan server penerbit terlebih dahulu dan dinamakan *e-wallet* atau dompet digital.

Di Indonesia sendiri sudah banyak penyelenggara yang menerbitkan uang elektronik, entah itu yang *chip based* atau *server based*. Per tanggal 27 Mei 2020 Bank Indonesia telah memberikan izin kepada 50 penyelenggara uang elektronik. Penyelenggara didominasi oleh bank dan perusahaan FinTech (Teknologi Finansial). Dari banyaknya jumlah penyelenggara yang telah mendapat izin dari Bank Indonesia.

Pada tahun 2020 terdapat 10 dompet digital yang paling sering

digunakan di Indonesia yaitu GoPay, OVO, Dana, LinkAja, OCTO go Mobile, ISaku, JakOne Mobile, Doku, Sakuku dan Paytren. Berdasarkan Riset IPSOS pada Januari 2020 ada 4 (empat) urutan dompet digital (*e-wallet*) yaitu (1). GoPay, (2). OVO, (3). Dana dan (4) LinkAja. Dari 4 (empat) urutan dompet digital tersebut, salah satunya yang cukup dikenal peringkat 2 adalah adalah OVO. OVO sendiri secara resmi baru diterbitkan pada September 2017, yang diluncurkan oleh PT Visionet Data Internasional. Meskipun terbilang masih baru namun perkembangan OVO dari tahun ke tahun cukup signifikan dibanding para pesaingnya.

OVO sendiri mengklaim bahwa aplikasi pembayaran serba bisa, simpel, instan dan aman untuk segala transaksi finansial. OVO kemudian juga bekerjasama dengan *Grab platform* layan besar Indonesia dan *marketplace* besar yaitu Tokopedia. Hal itu tentu menarik minat beli terutama bagi kawula muda yang ingin melakukan pembayaran secara instan, mudah serta aman, yang diantaranya adalah

mahasiswa/i di Banjarmasin yang jumlahnya kian bertambah setiap tahun yang berminat menggunakan dompet digital (*e-wallet*), khususnya OVO.

Menurut Kotler dan Keller (2016), “Minat beli merupakan perilaku yang muncul sebagai respon terhadap objek yang menunjukkan keinginan konsumen untuk melakukan pembelian”. Menurut Kotler, Phillip, Bowen, J. ., & Makens, J. C. (2014) terdapat dua faktor yang mempengaruhi minat beli seseorang dalam proses pengambilan keputusan pembelian, yaitu situasi tidak terduga (*unexpected situation*) dan sikap terhadap orang lain (*respect to others*). Assael (2002), menjelaskan terdapat dua faktor yang mempengaruhi minat beli konsumen, yaitu Lingkungan dan Stimulus pemasaran. Kegiatan stimulus pemasaran berupaya menstimulus konsumen sehingga dapat menarik minat beli konsumen, ini bisa dilakukan dengan adanya misalnya promosi, keandalan produk, keamanan produk, kemudahan bertransaksi, harga yang pas dan lainnya.

Penggunaan Sistem Pembayaran Elektronik saat ini baik menggunakan *E-Money* dan *E-Wallet*, maka faktor yang dikemukakan Assael (2002) seperti lingkungan dan stimulus pemasaran menjadi beberapa faktor yang mempengaruhi Minat Beli Konsumen dalam menggunakan Sistem Pembayaran Elektronik. Hasil penelitian Utami dan Kusumawati (2017) menyimpulkan bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi penggunaan *e-money* adalah kemudahan dan keamanan. Sedangkan dalam penelitian Artini (2019) menyimpulkan bahwa variabel kepercayaan, kemudahan dan keamanan memiliki pengaruh terhadap minat penggunaan uang elektronik pada Aplikasi OVO. Selain itu Fitriana dan Wingdes (2017) menyimpulkan bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi konsumen menggunakan sistem elektronik adalah manfaat, kemudahan dan kredibilitas

Salah satu faktor yang mempengaruhi minat beli yang sangat penting bagi para pengguna sistem pembayaran elektronik adalah

keamanan. Keamanan berkaitan dengan bagaimana sistem pembayaran elektronik dapat melindungi transaksi konsumen dan juga dikaitkan dengan perlindungan peraturan dan hukum yang dirasakan oleh konsumen (Junadi dan Sfenrianto, 2015). Adanya keamanan pada suatu sistem pembayaran elektronik baik *e-money* dan *e-wallet* diharapkan akan meningkatkan minat beli konsumen

Faktor lain yang juga penting adalah faktor kemudahan. Kemudahan Penggunaan didefinisikan sebagai suatu keutamaan seseorang percaya bahwa dengan menggunakan sebuah teknologi akan membuat orang bebas dari upaya. Jogianto, H.M (2007). Adanya kemudahan maka seseorang dapat bebas dari usaha karena memanfaatkan sesuatu teknologi atau system (Amijaya, Gilang Rizky, 2010), Konsumen diuntungkan kemudahan dengan adanya sistem pembayaran elektronik saat ini yang serba instan dan aman itu sehingga saat ingin melakukan pembayaran seperti air, listrik dll konsumen tidak perlu pergi keluar. Cukup dengan

menggunakan *handphone* dan jaringan internet, maka semua pembayaran terselesaikan dengan cepat.

Penelitian ini memilih OVO sebagai objek penelitian karena saat ini dompet digital (*e-wallet*) sedang berkembang cepat di Indonesia dan yang perkembangannya cukup signifikan adalah OVO. Keamanan dan kemudahan yang ditawarkan oleh pihak OVO tentu membuatnya populer dikonsumsi. Berdasarkan uraian di atas, peneliti ingin mengetahui dan membuktikan seberapa besar pengaruh keamanan dan kemudahan bertransaksi dalam mempengaruhi minat beli konsumen. Rumusan masalah sebagai berikut:

1. Apakah keamanan berpengaruh terhadap minat beli menggunakan OVO pada kalangan mahasiswa di Banjarmasin?
2. Apakah kemudahan bertransaksi berpengaruh terhadap minat beli menggunakan OVO pada kalangan mahasiswa di Banjarmasin?

Keamanan

Keamanan informasi adalah bagaimana kita dapat mencegah penipuan (*cheating*) atau paling tidak,

mendeteksi adanya penipuan disebut *system* yang berbasis informasi, informasinya sendiri tidak memiliki arti fisik (Susanto, A., Lee, H., Hangjung, Z., & Ciganek, A. P., 2013), sedangkan menurut Sarno dan Iffano, keamanan informasi merupakan suatu upaya untuk mengamankan aset informasi terhadap ancaman yang mungkin akan timbul sehingga keamanan informasi secara tidak langsung dapat menjamin kontinuitas bisnis, mengurangi resiko-resiko yang terjadi, dan mengoptimalkan pengembalian investasi. Semakin banyak informasi perusahaan yang disimpan, dikelola dan dibagi dan disebar maka semakin besar pula resiko terjadi kerusakan, kehilangan atau tereksposnya data ke pihak eksternal yang tidak diinginkan (Sarno dan Iffano: 2009). Menurut penelitian Waspada, I. P. (2012) maka variabel keamanan ini keamanan ini dapat diukur dengan indikator (1) tidak khawatir memberikan informasi; (2) kepercayaan bahwa informasi dilindungi; dan (3) kepercayaan bahwa keamanan uang

yang ada di dalam alat elektronik terjamin pada saat transaksi.

Kemudahan Bertransaksi

Kemudahan penggunaan (ease of use) didefinisikan sebagai sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan suatu teknologi akan bebas dari usaha atau upaya (Jogiyanto, 2007:115). Pendapat lain mengenai kemudahan, kemudahan penggunaan dijelaskan sebagai ukuran dimana seseorang yakin bahwa menggunakan teknologi akan menjadi lebih sederhana (Venkatesh dan Davis, 2000).

Menurut Venkatesh dan Davis (2000:201) kemudahan penggunaan dapat dibagi menjadi 4 dimensi: (1) *Clear and understandable* yaitu Individu dengan jelas dan mudah mengerti ketika berinteraksi melalui sistem (2) *Does not require a lot of mental effort* adalah Menggunakan usaha yang tidak banyak dalam berinteraksi dengan sistem tersebut (3) *Easy to use* yaitu Sistem dapat digunakan dengan mudah dan (4) *Easy to get the system to do what he/se want to do* yaitu Pengoperasian sistem yang mudah sesuai dengan apa

yang diinginkan individu lakukan/kerjakan.

Minat Beli

Menurut Kotler (2005) minat beli adalah sesuatu yang timbul setelah menerima rangsangan dari produk yang dilihatnya, dari sana timbul ketertarikan untuk membeli agar dapat memilikinya. Minat beli konsumen akan timbul dengan sendirinya jika konsumen sudah merasa tertarik atau memberikan respon yang positif terhadap apa yang ditawarkan oleh penjual, sedangkan menurut Rossiter dan Percy (1997) minat beli merupakan instruksi diri konsumen untuk melakukan pembelian atas suatu produk, melakukan perencanaan, mengambil tindakan-tindakan yang relevan seperti mengusulkan, merekomendasikan, memilih dan akhirnya mengambil keputusan untuk melakukan pembelian.

Menurut Schiffman dan Kanuk (2009), ada beberapa komponen minat beli pada konsumen yaitu (1) Tertarik untuk mencari informasi tentang produk (2) Mempertimbangkan untuk membeli.

(3) Tertarik untuk mencoba dan (4) Ingin memiliki produk.

Pengaruh Keamanan dan Kemudahan Bertransaksi Terhadap Minat Penggunaan Dompot Digital

Dari sudut pandang konsumen, keamanan adalah kemampuan untuk melindungi informasi atau data konsumen dari tindak penipuan dan pencurian dalam bisnis perbankan online sehingga, tingkat keamanan menjadi suatu hal yang sangat penting karena menyimpan informasi dan data dari konsumen yang menggunakan dompet digital. Seorang konsumen yang merasa informasi datanya dilindungi tentu mereka akan terus menggunakan dompet digital tersebut.

Kemudian salah satu pertimbangan konsumen dalam memilih pembayaran yang akan digunakan adalah kemudahan bertransaksi. Menurut Jogiyanto, HM (2007) mendefinisikan kemudahan penggunaan (*ease of use*) sebagai suatu keutamaan dimana seseorang percaya bahwa dengan menggunakan sebuah teknologi akan membuat

orang bebas dari upaya. Konsep tersebut sesuai dengan tujuan penggunaa teknologi ialah untuk memberikan kemudahan penggunaan sesuai dengan keinginan konsumen. Jika penggunaan uang elektronik ternyata lebih susah dan rumit dibanding manfaat yang didapatkan, maka konsumen berpotensi untuk tetap menggunakan sistem pembayaran tunai atau kas dibanding dompet digital.

Adapun menurut Venkatesh dan Davis (2000), dimensi kemudahan bertansaksi adalah sebagai berikut:

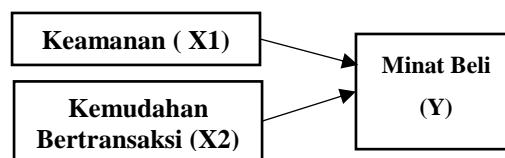
1. Kejelasan dan Kemudahan Dimengerti (*Clear and understandable*).
2. Tidak memerlukan banyak usaha (*Does not require a lot of mental effort*).
3. Mudah digunakan (*Easy to Use*).
4. Mudah membuat sistem melakukan apa yang ingin dilakukan (*Easy to get the system to do what he/she wants to do*).

Berdasarkan uraian tersebut maka penelitian ini disusun berdasarkan pada studi sebelumnya yang telah dilakukan, sebagai berikut:

1. Pengaruh keamanan terhadap minat beli (hasil penelitian Artini (2019), Ajeng Nurmalasari (2018), Fachrizi Alwafi (2016), Yulia Rozana (2017), Ana Fitriana dan Irawan Wingdes (2017))
2. Pengaruh kemudahan bertransaksi terhadap minat beli (hasil penelitian Sulisty Seti

Utama, Berlianingsih Kusumawati (2017), Fachrii Alwafi (2017), Artini (2019), Ana Fitriana dan Irawan Wingdes (2017).

Berdasarkan penelitian sebelumnya, maka model penelitian atau kerangka pikir adalah sebagai berikut:



Gambar 1. Kerangka Pikir Penelitian
Sumber: Diolah Penulis (2022)

Berdasarkan uraian dan kerangka pikir diatas, hipotesis pada penelitian ini yaitu:

- H1: Diduga Keamanan berpengaruh terhadap minat menggunakan OVO pada kalangan mahasiswa di Banjarmasin
- H2: Diduga Kemudahan bertransaksi berpengaruh terhadap minat menggunakan OVO pada kalangan mahasiswa di Banjarmasin.

METODE

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Penelitian ini termasuk desain penelitian kausal digunakan untuk membuktikan hubungan antara sebab dan akibat dari beberapa variabel. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh mahasiswa di Banjarmasin yang pernah menggunakan Dompot Digital (*E-Wallet*) OVO. Sampel dari penelitian ini adalah mahasiswa Banjarmasin yang menggunakan OVO sebagai alat

pembayaran. Pengambilan sampel dengan teknik *purposive sampling* karena memiliki kriteria tertentu, yaitu: (1) mahasiswa aktif di Banjarmasin, (2) pernah menggunakan OVO minimal 3 kali.

Menurut Sugiyono (2019) jika suatu penelitian menggunakan analisis linear berganda, penentuan sampel minimal 10 kali dari jumlah variabel yang diteliti. Penentuan pengambilan sampel dengan menggunakan minimal 10 kali dari jumlah variabel yang diteliti yaitu 30 ditambah 20 responden sehingga total 50 responden. Teknik analisis yang digunakan adalah analisis regresi linear berganda.

1. Variabel Independent (X):
 - a. Keamanan (X1), yaitu tingkat keamanan dan privasi pada saat menggunakan Dompot Digital OVO untuk bertransaksi
 - b. Kemudahan Bertransaksi (X2), yaitu Kemudahan penggunaan dijelaskan sebagai ukuran dimana seseorang yakin bahwa menggunakan teknologi akan menjadi lebih sederhana

2. Variabel Dependent (Y) adalah Minat Beli (*Purchase Intention*), yaitu Minat Beli konsumen menggunakan OVO di kalangan mahasiswa di Banjarmasin

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Deskripsi Karakteristik Responden

Respondennya adalah mahasiswa/i di Banjarmasin yang pernah menggunakan OVO minimal 3 kali dengan jumlah sampel sebesar 50 orang. Penyebaran kuisisioner dilakukan secara online. Karakteristik responden sebagian besar adalah perempuan dengan jumlah 37 orang (74%), dan laki-laki sebesar 13 orang (26%) dengan rata-rata penggunaan OVO selama satu minggu adalah 1-3 kali. Penelitian ini terdiri dari variabel keamanan (X1) dan kemudahan bertransaksi (X2) sebagai variabel independen, serta minat beli (Y) sebagai variabel dependen.

Uji Validitas

Ghozali (2005) mengatakan bahwa uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau tidaknya satu kuesioner.

Tabel 1. Uji Validitas

| Variabel | Item | Validitas | | |
|-----------------------------|------|-----------|---------|-------|
| | | r hitung | r tabel | Ket. |
| Keamanan (X1) | X1.1 | 0,897 | 0,2787 | Valid |
| | X1.2 | 0,867 | 0,2787 | Valid |
| | X1.3 | 0,760 | 0,2787 | Valid |
| Kemudahan Bertransaksi (X2) | X2.1 | 0,839 | 0,2787 | Valid |
| | X2.2 | 0,807 | 0,2787 | Valid |
| | X2.3 | 0,865 | 0,2787 | Valid |
| | X2.4 | 0,813 | 0,2787 | Valid |
| Minat Beli (Y) | Y1 | 0,744 | 0,2787 | Valid |
| | Y2 | 0,728 | 0,2787 | Valid |
| | Y3 | 0,762 | 0,2787 | Valid |
| | Y4 | 0,741 | 0,2787 | Valid |

Sumber: Data diolah (2020)

Hasil uji validitas menunjukkan bahwa seluruh item pernyataan pada instrument penelitian memiliki nilai total skor lebih besar dari nilai r tabel sebesar 0,2787, ini menunjukkan bahwa seluruh item dari variabel adalah valid yang berarti seluruh item pernyataan mampu untuk mengukur variabel bebas (independen) dan variabel terikat (dependen).

Uji Reliabilitas

Uji Realibitas merupakan suatu uji instrumen untuk mendapatkan informasi tentang tingkat kehandalan, kemampuan instrument yang disembarkan. Nunnally dalam Streiner (2003) menyatakan bahwa suatu instrumen dapat dikatakan reliabel apabila nilai koefisien reliabilitas Alpha Cronbach lebih dari 0,70 dan tidak boleh lebih dari 0,90.

Tabel 2. Uji Reliabilitas

| No | Variabel | Nilai Alpha | Keterangan |
|----|------------|-------------|------------|
| 1 | Keamanan | 0,794 | Reliabel |
| 2 | Kemudahan | 0,844 | Reliabel |
| 3 | Minat Beli | 0,719 | Reliabel |

Sumber: Data diolah (2020)

Berdasarkan hal tersebut, hasil uji reliabilitas terhadap kuisioner yang disebar diperoleh nilai koefisien

Alpha Cronbach tidak kurang dari 0,70 dan tidak lebih dari 0,90 sehingga dapat disimpulkan bahwa

seluruh butir instrumen yang disebar adalah reliabel.

Uji Multikolinieritas

Uji multikolinearitas ialah uji untuk mengetahui apakah pada model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel independent atau tidak. Nilai cut off yang umum

dipakai untuk menunjukkan adanya multikolinieritas adalah nilai tolerance lebih besar dari 0,10 atau sama dengan nilai VIF kurang dari 10, berarti tidak ada multikolinieritas antar variabel dalam model regresi (Singgih Santoso, 2006:20).

Tabel 3. Uji Multikolinieritas

| No | Variabel | Tolerance | VIF |
|----|------------------------|-----------|-------|
| 1 | Keamanan | 0,712 | 1,404 |
| 2 | Kemudahan Bertransaksi | 0,712 | 1,404 |

Sumber: Data Diolah (2020)

Berdasarkan hasil uji tersebut diketahui bahwa tidak ada variabel yang memiliki nilai tolerance lebih dari 0,10 dan nilai VIF kurang dari 10. Dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat gejala multikolinieritas antar variabel.

Uji Heteroskedastisitas

Uji ini bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi

terdapat ketidaksamaan variance dari residual atau tidak. Yang mana hal itu dilihat dari besarnya nilai Sig. harus lebih besar dari 0,05. Hasil uji heteroskedastisitas menunjukkan nilai Sig lebih besar dari 0,05 sehingga dapat disimpulkan tidak terjadi gejala heteroskedastisitas.

Tabel 4. Uji Heteroskedastisitas

| No | Variabel | Sig. | Keterangan |
|----|------------------------|-------|----------------------|
| 1 | Keamanan | 1,000 | Tidak Terjadi Gejala |
| 2 | Kemudahan Bertransaksi | 1,000 | Tidak Terjadi Gejala |

Sumber: Data Diolah (2020)

Hal itu menunjukkan bahwa variabel keamanan dan kemudahan

bertransaksi tidak terdapat gejala ketidaksamaan variance dari residual

atau tidak terdapat banyak varians perspektif yang akan menimbulkan bias terhadap hasil penelitian, sehingga uji regresi yang dilakukan akan menunjukkan hasil yang efisien dan akurat.

Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan dengan menggunakan *one-sample kolmogorove-smirnov test*, Data

dikatakan berdistribusi normal jika memiliki nilai probabilitas pengujian lebih besar dari 0,05 atau 5%. Hasil uji normalitas yang didapatkan menunjukkan nilai Sig. sebesar 0,400 yang artinya data berdistribusi normal sehingga dapat disimpulkan bahwa data berdistribusi normal atau populasi dalam penelitian ini diambil dari populasi yang tepat.

Tabel 5. Uji Normalitas

| One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test | | |
|------------------------------------|----------------|-------------------------|
| | | Unstandardized Residual |
| N | | 50 |
| Normal Parameters ^{a,b} | Mean | .0000000 |
| | Std. Deviation | 1.46725278 |
| | Absolute | .126 |
| Most Extreme Differences | Positive | .097 |
| | Negative | -.126 |
| Kolmogorov-Smirnov Z | | .894 |
| Asymp. Sig. (2-tailed) | | .400 |

Sumber: Data Diolah (2020)

Uji Linearitas

Uji linearitas ini dilakukan dengan menggunakan garis regresi dengan taraf signifikansi 0,05. Hasil uji linearitas untuk variabel keamanan sebesar 0,150 dan variabel kemudahan bertransaksi sebesar 0,754. Hal tersebut menunjukkan bahwa variabel keamanan dan kemudahan bertransaksi berhubungan secara linear dengan variabel minat beli menggunakan OVO.

Hasil Analisis Regresi Berganda

Tabel 6. Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda

| Variabel dependen | Variabel independen | Koefisien | t hitung | Sig | Ket. |
|----------------------------|-----------------------------|-----------|----------|-------------------|------------|
| Minat Beli (Y) | Keamanan (X1) | 0,367 | 2,956 | 0,005 | Signifikan |
| | Kemudahan Bertransaksi (X2) | 0,532 | 4,509 | 0,000 | Signifikan |
| Konstanta | | = 2,295 | | F hitung = 30,429 | |
| R | | = 0,751 | | Sig. F = 0,000 | |
| R square | | = 0,564 | | F tabel = 2,85 | |
| Adjusted R Square | | = 0,546 | | t tabel = 2,11 | |
| Std. Error of the Estimate | | = 1,498 | | | |

Sumber: Data Diolah (2020)

Berdasarkan tabel tersebut diatas menggunakan rumus persamaan model regresi linear berganda maka dihasilkan Persamaan Regresi Berganda sebagai berikut $Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + e$ atau Minat Beli (Y) = 2,295 + 0,367 keamanan + 0,532 kemudahan bertransaksi + 1,498

Adapun Interpretasi atas persamaan tersebut sebagai berikut:

1. Nilai konstanta mempunyai arah koefisien regresi sebesar 2,295. Artinya jika variabel keamanan dan kemudahan bertransaksi konstan atau tidak ada perubahan maka nilai variabel minat beli akan tetap sebesar 2,295

2. Nilai koefisien keamanan (X1) bernilai positif sebesar 0,367 menunjukkan adanya pengaruh searah. Artinya bahwa semakin tinggi nilai keamanan maka semakin tinggi pula nilai minat penggunaan OVO pada kalangan mahasiswa di Banjarmasin.

3. Nilai koefisien kemudahan bertransaksi (X2) bernilai positif sebesar 0,532 menunjukkan adanya pengaruh searah. Artinya, semakin tinggi nilai kemudahan bertransaksi maka semakin tinggi pula nilai minat penggunaan OVO pada kalangan mahasiswa di Banjarmasin.

4. Nilai R sebesar 0,751 atau 75,1% adalah koefisien korelasi yang

menunjukkan hubungan antar variabel keamanan (X1) dan kemudahan bertransaksi (X2) dengan minat beli (Y). Nilai korelasi tersebut menunjukkan tingkat hubungan tinggi karena berada diantar 0,600-0,799.

5. Nilai R Square sebesar 0,564 adalah R kuadrat, yang menunjukkan bahwa variabel independen yang diambil dalam penelitian ini memiliki kontribusi pengaruh terhadap variabel dependen sebesar 56,4% sehingga sisanya yaitu sebesar 43,6% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak dikemukakan dalam penelitian ini.
6. Nilai standar error of the estimated sebesar 1,498. Standar error of the estimated adalah suatu ukuran banyaknya

kesalahan model regresi dalam memprediksikan minat beli menggunakan Dompot Digital OVO di kalangan mahasiswa. Hal ini menunjukkan bahwa banyaknya kesalahan dalam memprediksi minat beli menggunakan Dompot Digital OVO dapat ditentukan sebesar 1,498%. Karena *standar error of the estimated* kecil, maka dapatlah disimpulkan bahwa model regresi yang digunakan dalam penelitian ini dianggap sudah baik.

Uji F

Uji kelayakan model dilakukan untuk mengetahui apakah model regresi layak atau tidak untuk digunakan. Pengujian ini menggunakan uji statistik F yang terdapat pada tabel Anova.

Tabel 7. Uji F

| ANOVA ^a | | | | | |
|--------------------|----------------|----|-------------|--------|-------------------|
| Model | Sum of Squares | df | Mean Square | F | Sig. |
| 1 Regression | 136.591 | 2 | 68.296 | 30.429 | .000 ^b |
| Residual | 105.469 | 47 | 2.244 | | |
| Total | 242.060 | 49 | | | |

a. Dependent Variable: Minat Beli

b. Predictors: (Constant), Kemudahan, Keamanan

Sumber: Data Diolah (2020)

Berdasarkan hasil pengolahan data dengan program komputer *Statistical Package for Social Science (SPSS)* nilai signifikansi $F = 0,000 < \alpha =$

0,05. Hal ini berarti model yang digunakan pada penelitian ini adalah layak (fit).

Tabel 8. Nilai F_{hitung} dan F_{tabel}

| Variabel Dependen | F hitung | F tabel | Sig. |
|--------------------|----------|---------|-------|
| Keberhasilan Usaha | 30,429 | 3,20 | 0,000 |

Sumber: Data Diolah (2020)

Berdasarkan hasil uji statistik F diketahui bahwa perbandingan nilai F hitung lebih besar dari F tabel ($30,429 > 3,20$) dan nilai signifikansi sebesar 0,000 yang berarti bahwa nilai tersebut lebih kecil dari 0,05 sehingga dapat disimpulkan bahwa seluruh variabel independen yaitu keamanan (X1) dan kemudahan bertransaksi (X2) berpengaruh

simultan dan signifikan terhadap variabel dependen yaitu minat beli (Y) menggunakan dompet digital OVO di kalangan mahasiswa di Banjarmasin.

Uji t

Hasil uji hipotesis t dalam penelitian ini dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 9. Nilai t hitung dan t tabel

| Variabel Independen | t hitung | t tabel | Sig. | Ket. |
|------------------------|----------|---------|-------|------------|
| Keamanan | 2,956 | 2,011 | 0,005 | Signifikan |
| Kemudahan Bertransaksi | 4,509 | 2,011 | 0,000 | Signifikan |

Sumber: Data Diolah (2020)

Berdasarkan data dan hasil uji hipotesis t pada tabel tersebut diketahui bahwa:

1. Variabel keamanan (X1) memiliki nilai t hitung 2,956 dan tingkat signifikansi sebesar 0,005. Hal itu menunjukkan bahwa variabel keamanan (X1) berpengaruh

signifikan terhadap minat beli (Y). Hasil uji tersebut menyimpulkan bahwa H1 dapat diterima, yaitu keamanan berpengaruh terhadap minat menggunakan OVO pada kalangan mahasiswa di Banjarmasin.

2. Kemudahan bertransaksi (X2) memiliki nilai t hitung 4,509 dan tingkat signifikansi sebesar 0,000. Hal itu menunjukkan bahwa variabel kemudahan bertransaksi berpengaruh signifikan terhadap minat beli (Y). Berdasarkan hasil uji tersebut maka dapat disimpulkan bahwa H2 dapat diterima, yaitu kemudahan bertransaksi berpengaruh terhadap minat menggunakan OVO pada kalangan mahasiswa di Banjarmasin

Pembahasan

1. Pengaruh Keamanan terhadap Minat Beli Menggunakan Dompot Digital OVO

Keamanan adalah salah satu faktor yang bisa mempengaruhi minat beli konsumen, khususnya minat menggunakan OVO pada kalangan mahasiswa di Banjarmasin. Hal itu sejalan dengan Artini (2019) dan Utami dan Kusumawati (2017) yang juga menyatakan bahwa variabel keamanan berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan uang elektronik. Keamanan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat beli. Keamanan memiliki

pengaruh yang signifikan terhadap minat beli menggunakan OVO, hal tersebut menunjukkan bahwa responden yaitu mahasiswa di Banjarmasin yang pernah menggunakan OVO dapat meningkatkan minat beli atau minat menggunakan OVO dengan meningkatkan keamanan.

Apabila keamanan rendah maka minat beli akan rendah begitu pula sebaliknya. Indikator yang memiliki pengaruh paling besar pada variabel keamanan adalah kepercayaan bahwa keamanan uang yang ada didalam alat elektronik terjamin pada saat transaksi. Hal itu menunjukkan bahwa konsumen tersebut sudah percaya dengan adanya uang elektronik, meskipun tidak memegang uang dalam bentuk fisik namun percaya bahwa uang mereka tetap ada. Ini menunjukkan bahwa konsumen sudah percaya bahwa pada saat transaksi atau melakukan pembayaran uang mereka akan aman tidak akan hilang atau dicuri sehingga semakin terjamin keamanan uang yang disimpan, maka semakin tinggi pula tingkat penggunaan OVO.

2. Pengaruh Kemudahan Bertransaksi terhadap Minat Beli Menggunakan Dompot Digital OVO

Kemudahan bertransaksi juga merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi minat menggunakan OVO pada kalangan mahasiswa di Banjarmasin. Hal tersebut sejalan Fitriana, Wingdes (2017) dan Artini (2019) juga menyatakan kemudahan memiliki pengaruh terhadap minat penggunaan uang elektronik. Kemudahan bertransaksi memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat beli menggunakan OVO, hal tersebut menunjukkan bahwa mahasiswa di Banjarmasin yang pernah menggunakan OVO dapat meningkatkan minat beli atau minat menggunakan OVO dengan meningkatkan kemudahan bertransaksi bagi penggunanya. Berdasarkan hasil analisis variabel kemudahan bertransaksi maka diketahui:

a. Tidak memerlukan banyak usaha (*Does not require a lot of mental effort*) memiliki tanggapan responden dengan mean score paling rendah. Oleh karena itu

hasil tanggapan responden mengenai hal ini memerlukan usaha keras bagi OVO dengan memberikan menu Panduan Menggunakan OVO lebih jelas dan mudah dimengerti lagi pada Aplikasi OVO tersebut.

b. Kejelasan dan Kemudahan Dimengerti (*Clear and understandable*) hasilnya masih ada yang masih ragu karena kurang memahami dengan jelas sistem pada OVO. Berdasarkan jawaban responden masih ada diantara mereka yang masih kurang memahami dengan jelas mengenai sistem pada OVO. hal itu tentu akan berpengaruh terhadap minat penggunaan OVO di kalangan mahasiswa di Banjarmasin. Sehingga beberapa hal yang dapat dilakukan oleh OVO adalah dengan lebih menyederhanakan sistem, agar semua kalangan dapat mengerti cara menggunakan OVO

c. Mudah digunakan (*Easy to use*), yang memiliki respon paling tinggi yaitu 60% setuju bahwa OVO mudah digunakan. Indikator ini yang memiliki pengaruh

paling besar pada variabel kemudahan bertransaksi adalah *easy to use* atau mudah digunakan walaupun masih ada beberapa responden yang ragu dan tidak setuju bahwa OVO mudah digunakan sesuai keinginan konsumen. Semakin mudah OVO digunakan suatu sistem tersebut saat bertransaksi maka semakin tinggi pula tingkat minat penggunaan OVO.

- d. Mudah membuat sistem melakukan apa yang ingin dia lakukan (*Easy to get the system to do what he/she wants to do*). Berdasarkan hasil tanggapan responden, maka diketahui. Meskipun begitu, sebagian besar dari responden setuju bahwa OVO secara sistem Aplikasi OVO mudah dalam pengoperasian sesuai keinginan penggunanya dengan adanya menu yang lengkap dan tampilan GUI (*graphical user interface*) yang baik dan memudahkan penggunanya. Hal ini menunjukkan mereka beranggapan bahwa dengan menggunakan secara sistem

Aplikasi OVO itu sangat mudah, sehingga hal itu menyebabkan responden untuk menggunakan OVO sebagai alat transaksi atau pembayaran.

SIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian maka dapat diambil simpulan sebagai berikut:

1. Keamanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan OVO pada kalangan mahasiswa di Banjarmasin.
2. Kemudahan bertransaksi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan OVO pada kalangan mahasiswa di Banjarmasin.

Saran

Berdasarkan hasil penelitian ini maka ada beberapa saran, yaitu:

1. Bagi peneliti selanjutnya diharapkan penelitian ini dapat menjadi tambahan referensi yang dapat digunakan dalam penelitian selanjutnya. Selain itu juga

diharap dapat menambah ruang lingkup penelitian dan variabel lain yang memiliki pengaruh terhadap minat menggunakan OVO pada kalangan mahasiswa di Banjarmasin, sehingga tidak terbatas pada variabel keamanan dan kemudahan bertransaksi saja.

2. Bagi perusahaan pihak penyedia Dompot Digital (*E-Wallet*) OVO untuk dapat semakin meningkatkan keamanan dan kemudahan bertransaksi dalam aplikasi OVO dalam rangka meningkatkan minat beli penggunaannya menggunakan OVO di masa yang akan datang.

DAFTAR PUSTAKA

- Amijaya, Gilang Rizky (2010). *Pengaruh Persepsi Teknologi Informasi, Kemudahan, Resiko, Dan Fitur Layanan Terhadap Minat Ulang Nasabah Bank Dalam Menggunakan Internet Banking*. Universitas Diponegoro. Semarang
- Anonim, 2020, *Evolusi Dompot Digital Menuju Keberlanjutan Bisnis*, Jakarta, Ipsos,
- Artini. 2019. *Faktor-Faktor Yang Memeengaruhi Minar Penggunaan Uang Elektronik Pada Aplikasi OVO (Studi Kasus Pada Mahasiswa Ekonomi Islam Tahun 2016-2017 UIN Sumatera Utara)*. UIN Sumatera Utara.
- Assael, H, 2001. *Consumer Behavior and Marketing Action, South-Weatern College Publishing: Cincinnati*.
- Fitriana, Ana & Wingdes, Irawan. (2017). Analisis TAM Terhadap Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Konsumen Menggunakan E-Money Indomaret Card di Pontianak. *Techno.COM*, 401-410.
- Ghozali, I.(2005). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Semarang: UNDIP.
- Jogianto, H.M. (2007). *Sistem Informasi Keperilakuan*. Yogyakarta: Penerbit Andi Offset
- Kotler, P. (2005). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Salemba Empat.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management*, 15th Edition. Harlow: Pearson Education Limited
- Kotler, Phillip, Bowen, J. ., & Makens, J. C. (2014). *Marketing for Hospitality and Tourism (6th ed.)*. Pearson.
- Rossiter, John R., Percy Larry. (1997). *Advertising Communications &*

- Promotion Management*.
Singapore.
- Schiffman dan Kanuk. (2009).
Perilaku Konsumen. Jakarta:
Indeks
- Streiner, D. L. (2003). Starting at the
beginning: an introduction to
coefficient alpha and
internalconsistency. *Journal
of Personality Assessment*,
Feb;80 (1): 99-103.
- Utami, S. S., & Berliansih, K.
(2017). *Faktor-Faktor Yang
Mempengaruhi Minat
Penggunaan E-Money*.
Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi
Ahmad Dahlan Jakarta, 29-
41.
- Ventakesh, V, dan Davis, FD. (2000).
*A Theoretical Extension of the
Techanology Acceptance
Model: Four Longitudinal
Field Studies*, 186-204.
- Waspada, I. P. (2012). Percepatan
Adopsi Sistem Transaksi
Teknologi Informasi Untuk
Meningkatkan Aksesibilitas
Layanan Jasa Perbankan.
*Jurnal Keuangan dan
Perbankan*, 16(1): 122-131.