

PENERIMAAN *FINANCIAL TECHNOLOGY* BERBASIS *TECHNOLOGY ACCEPTANCE MODEL (TAM)*

Sutrisno, Diva Fahlevi, Sarbullah
STIE SEMARANG
nasasutrisno@yahoo.com

ABSTRACT

Tecnology Acceptance Model (TAM) developed by Davis which is a successful and acceptable model in order to predict the acceptance of a new technology. In the last two years, in Indonesia there has emerged a financial technology service that was designed with the open platform principle, OVO. OVO is a service engaged in the field of financial technology, is a smart application designed to make payment services and transactions online, and has penetrated into all business expansion. The purpose of this research is to find out. the effect of perceived ease, perceived risk and attitude of use on the intention of OVO financial technology behavior in Surakarta City.

The population used in this study were all users who intended to use OVO financial technology behavior in Surakarta City amounted to 140. The sample used in this study were 60 people. Data analysis methods used are descriptive statistical analysis, validity test, Classic Assumption Test, multiple regression analysis, t-test statistics and the model feasibility test and the coefficient of determination.

The results of this study indicate that perceptions of ease have a positive and significant influence on the behavioral intention of OVO financial technology in the city of Surakarta with a significance of $0,000 < 0.05$. perceived risk has a positive and significant effect on the intention of OVO financial technology behavior in Surakarta City with a significance of $0.002 < 0.05$. usage attitude has a positive and significant influence on the intention of OVO financial technology behavior in Surakarta City with a significance of $0,000 < 0.05$. This means that all variables affect the intention of OVO financial technology behavior in Surakarta City.

Seeing the results of the research conclusions, that Behavioral Intetion of the users stated that those interested in using OVO financial technology applications with the advantages offered such as free transfers.

Keywords: *Perceived Ease of Use, Perceived Risk Attitude using Dan Behavioral Intetion*

ABSTRAK

Tecnology Acceptance Model (TAM) yang dikembangkan oleh Davis yang merupakan suatu model yang berhasil dan dapat diterima guna untuk memprediksi penerimaan adanya suatu teknologi yang baru. Dalam dua tahun terakhir ini, di Indonesia muncul adanya layanan *financial technology* yang di rancang dengan prinsip open *platfrom* yaitu OVO. OVO adalah layanan yang bergerak dalam bidang *financial technology*, merupakan sebuah aplikasi *smart* yang dirancang guna melakukan layanan pembayaran dan transaksi secara online, dan telah merambah ke semua ekspansi bisnis. Tujuan dalam penelitian ini adalah, untuk mengetahui. pengaruh persepsi kemudahan, risiko yang dirasakan dan sikap penggunaan terhadap niat perilaku teknologi keuangan OVO di Kota Surakarta.

Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah seluruh pengguna yang niat menggunakan perilaku teknologi keuangan OVO di Kota Surakarta berjumlah 140. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 60 orang. Metode analisis data yang digunakan adalah analisis statistik deskriptif, Uji validitas, Uji Asumsi Klasik, analisis regresi berganda, uji statistik t dan uji kelayakan model dan koefisien determinasi.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa persepsi kemudahan mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap niat perilaku teknologi keuangan OVO di Kota Surakartadengan signifikansi $0,000 < 0.05$. risiko yang dirasakan mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap niat perilaku teknologi keuangan OVO di Kota Surakarta dengan signifikansi $0,002 < 0,05$. sikap penggunaan mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap niat perilaku teknologi keuangan OVO di Kota Surakarta dengan signifikansi $0,000 < 0.05$. Hal ini berarti bahwa semua variabel berpengaruh terhadap niat perilaku teknologi keuangan OVO di Kota Surakarta.

Melihat hasil kesimpulan penelitian, bahwa *Behavioral Intention* para pengguna menyatakan bahwa para berminat menggunakan aplikasi teknologi keuangan OVO dengan kelebihan yang ditawarkan seperti gratis *transfer*.

Kata kunci : *Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Sikap Risiko menggunakan Dan Niat Prilaku.*

PENDAHULUAN

Perubahan teknologi dalam dekade terakhir ini, berkembang dengan sangat pesat. Hal ini secara signifikan mempengaruhi cara dan gaya hidup seseorang. Komputer, *handphone*, internet, jaringan sosial, dan media sosial sekarang telah menjadi perangkat yang sangat diperlukan bahkan menjadi kebutuhan yang wajib bagi semua lapisan masyarakat luas (Jantarakolica, 2018).

Salah satu faktor pendorongnya adalah adanya kemudahan dalam mengakses dan mendapatkan informasi yang diperoleh melalui internet sehingga masyarakat dapat untuk terus mengikuti perkembangannya. Seiring perkembangan tersebut, kini internet juga merambah ke dunia *financial technology* dimana seseorang dimanjakan dengan adanya teknologi digital yang kian mempermudah seseorang untuk bertransaksi tanpa harus mengeluarkan uang *cash*.

Financial technology atau sering disebut *fintech* merupakan suatu inovasi baru dibidang finansial (keuangan) yang bertujuan untuk mempermudah pengguna dalam melakukan kegiatan finansial dan memudahkan perusahaan dalam memberikan pelayanan keuangannya (Huwaydi et al 2018).

Dalam penggunaan dan penerimaan teknologi baru, tidak semua teknologi mudah diterima oleh masyarakat, karena dalam penerimaannya tetap

membutuhkan proses dan waktu yang cukup untuk menyesuaikan (Juhri dan Dewi, 2017).

Hal inilah yang kemudian menjadi bahan peneliti yang terkait dengan kepercayaan masyarakat dalam mengadopsi teknologi baru dengan menggunakan *Technology Acceptance Model* (TAM) (Davis, 1989; Davis 1993; Davis 1996; Davis et al 1989; Venkatesh dan Davis; 2000 dalam Schwarz et al 2004).

MASALAH PENELITIAN

Berdasarkan latar belakang di atas, maka peneliti akan melakukan penelitian terhadap teknologi baru di Kota Surakarta yaitu OVO yang merupakan salah satu dari bentuk *financial technology*.

KAJIAN TEORITIS

1. *Technology Acceptance Model* (TAM)
Technology Acceptance Model (TAM) diperkenalkan pertama kali oleh Davis pada tahun 1986, yang merupakan adopsi dari *Theory of Reasoned Action* (TRA) yang dibuat khusus untuk pemodelan penerimaan suatu teknologi baru. *Tecnology Acceptance Model* (TAM) yang dikembangkan oleh Davis (1989).
Modifikasi model TAM dilakukan oleh Venkantesh (2002) dengan menambahkan *variable trust* dengan judul: *Trust enhanced Technology*

Acceptance Model, yang meneliti tentang hubungan antar variabel TAM dan *trust*. Modifikasi TAM lain yaitu *Trust and Risk in Technology Acceptance Model (TRITAM)* yang menggunakan variabel kepercayaan dan resiko bersama variabel TAM (Lui and Jamieson, 2003).

Pengguna yang potensial percaya bahwa aplikasi tertentu berguna, mungkin mereka, pada saat yang sama, percaya bahwa sistem ini terlalu sulit untuk digunakan dan manfaat yang di dapat dari penggunaan yang melebihi upaya menggunakan aplikasi. Artinya, di samping manfaat atau kegunaannya, penerapan sistem teknologi informasi akan dipengaruhi juga oleh kemudahan yang dirasa penggunaan (*perceived ease of use*). Oleh sebab itu Davis menambahkan dua komponen itu pada model TAM.

2. Persepsi Kemudahan Penggunaan (*Perceived Ease of Use*)

Menurut Nurrahmanto (2015) Persepsi kemudahan penggunaan menunjukkan tingkat dimana seseorang meyakini bahwa penggunaan sistem informasi yang dalam hal ini adalah minat menggunakan (*OVO Cash*) adalah mudah dan tidak memerlukan usaha yang keras dari pemakainya untuk dapat menggunakannya.

OVO adalah sebuah aplikasi smart yang memberikan layanan pembayaran dan transaksi secara online (*OVO Cash*). Seseorang juga bisa berkesempatan untuk mengumpulkan poin setiap kali melakukan transaksi pembayaran melalui OVO. Sehingga teknologi ini mudah digunakan karena dalam transaksi nasabahnya tanpa mengharuskan membawa *cash* terlalu banyak. Salah satunya cukup dengan menunjukkan aplikasi OVO yang didalamnya terdapat saldo cash maupun point. Berbagai kemudahan yang didapatkan oleh pengguna OVO tersebut dapat dikategorikan sebagai *Perceived Ease of Use* menurut teori *Technology Acceptance Model*.

Menurut Sebayang (2017) kemudahan penggunaan merupakan suatu keyakinan tentang proses pengambilan keputusan. Jika seseorang merasa yakin bahwa sistem informasi mudah digunakan maka dia akan menggunakannya. Sebaliknya, jika seseorang merasa yakin bahwa sistem informasi tidak mudah digunakan maka dia tidak akan menggunakannya.

3. Pengertian Risiko Persepsi (*Perceived Risk*)

Menurut Ferrinadewi (2008) Risiko Persepsi (*Perceived Risk*) adalah cara pandang tentang suatu hal, persepsi merupakan proses yang kompleks,

seringkali terjadi dimana pesan yang satu tidak berhubungan dengan pesan yang lainnya dan akhirnya memasuki otak konsumen karena itu memahami proses persepsi sangat penting bagi produsen atau pembisnis agar dapat, menciptakan komunikasi yang efektif dengan konsumen.

Menurut Suryani (2008) risiko yang dipersepsikan (*perceived risk*) dapat adalah sebagai ketidakpastian yang dihadapi konsumen ketika mereka tidak mampu melihat kemungkinan yang akan terjadi dari keputusan pembelian yang dilakukan. Berkaitan dengan adanya persepsi konsumen terdapat persepsi terhadap risiko atau *perceived risk*, persepsi terhadap kualitas atau *perceived quality*, persepsi terhadap pengorbanan atau *perceived sacrifice*, persepsi terhadap nilai atau *perceived value*.

Risiko cenderung berdampak negatif bagi penggunaannya. Dijelaskan oleh Lee (2009) dalam Wang *et al* (2018) bahwa risiko yang terkait dengan penggunaannya merupakan masalah yang seringkali konsumen khawatirkan, dan risiko dianggap sebagai faktor yang penting dalam pengadopsian suatu teknologi baru, mengingat bahwa layanan *mobile* begitu cepat dalam berinovasi.

4. Pengertian Sikap Penggunaan Teknologi (*Attitude using Toward Technology*)

Menurut Sumarwan (2011). sikap penggunaan merupakan ungkapan perasaan positif-negatif atau sukaitidak suka terhadap suatu obyek atau perilaku. Sikap penggunaan (*attitude toward using*) dalam TAM dikonsepsikan sebagai sikap terhadap penggunaan sistem yang berbentuk penerimaan atau penolakan sebagai dampak bila seseorang menggunakan suatu teknologi dalam pekerjaannya.

Menurut usuma dan Susilowati (2007) *Attitude toward using* diukur dengan indikator teknologi dinilai perlu, menghimbau semua bank menggunakan internet, serta menggunakan internet banking merupakan ide yang bijaksana. Sikap merupakan evaluasi positif atau negatif dalam melakukan perilaku.

Chauhan, (2015) menjelaskan bahwa *attitude toward technology* merupakan unsur yang utama yang mempengaruhi niat seseorang untuk menggunakan teknologi tersebut. Menurut Orientario *et al* (2017) *attitude toward technology* didefinisikan sebagai perasaan batin individu yang menunjukkan apakah dia suka atau tidak suka sesuatu seperti layanan ataupun merk. Sikap penggunaan tersebut juga akan mendorong kecenderungan untuk

bertindak dengan niat yang baik atau buruk.

5. Pengertian Niat Perilaku (*Behavioral Intention*)

Menurut Chauhan (2015) *Behavioural Intention to Use* sebagai tingkat seberapa kuat keinginan atau dorongan seseorang untuk melakukan perilaku tertentu. Adanya kemudahan yang diberikan suatu layanan, maka akan meningkatkan niat pengguna untuk tetap menggunakannya.

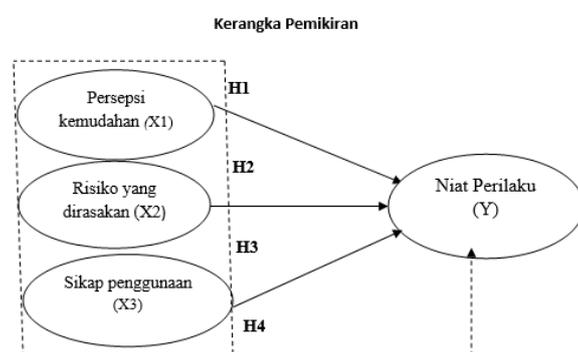
Oentario *et al* (2017). Dibuktikan dengan adanya informasi dari kontan.co.id bahwa sepanjang tahun 2018 pengguna OVO meningkat 400% dalam setahun, sementara volume transaksi OVO tumbuh 75 kali lipat di tahun lalu, atau sekitar satu miliar transaksi dan selama ini OVO telah menggaet 32.000 merchant dalam layanannya. Hal tersebut menunjukkan bahwa sikap atau minat seseorang ke OVO cukup tinggi.

Menurut Jogiyanto (2007) niat (*intention*) adalah keinginan untuk melakukan perilaku, niat merupakan komponen dalam diri individu yang mangacu pada keinginan untuk melakukan suatu perilaku, sedangkan perilaku adalah tindakan nyata dari keinginan berperilaku tersebut, niat erat kaitannya dengan dorongan yang timbul pada diri seseorang secara sadar atau

tidak sadar untuk melakukan sesuatu tindakan dengan tujuan tertentu.

Menurut Menurut Sulistiani (2012) niat tidak selalu statis dan dapat berubah seiring berjalannya waktu, dapat disimpulkan semakin panjang interval waktu maka semakin besar kemungkinan niat seseorang dapat berubah.

Dari penjelasan di atas dapat disimpulkan bahwa *behavioral intention* merupakan niat seseorang yang mendorong untuk menerima atau menolak adanya suatu produk atau layanan baru. Dalam penelitian Juhri dan Dewi (2017) mengkonsepkan bahwa *Behavioural Intention* dapat diukur melalui indikator diantaranya: *Willingness to Use, Favorable Opinion, Intention to Use*.



METODOLOGI

Populasi merupakan gabungan seluruh elemen yang memiliki serangkaian karakteristik serupa untuk kepentingan riset (Malhotra, 2005) serta sekumpulan unsur

atau elemen yang menjadi obyek penelitian, dapat berupa lembaga, individu, kelompok, dokumen, atau konsep.

Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah seluruh pengguna yang niat menggunakan perilaku teknologi keuangan OVO di Kota Surakarta berjumlah 140.

Adapun karakteristik yang digunakan dalam pengambilan sampel adalah. Sampel dalam penelitian ini adalah niat perilaku teknologi keuangan OVO di Kota Surakarta. Teknik yang digunakan dalam pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah metode *purposive sampling* Dengan demikian jumlah sampel yang harus diambil dalam penelitian ini adalah sebesar 60 orang atau yang niat menggunakan perilaku teknologi keuangan OVO di Kota Surakarta.

Variabel penelitian menurut Sugiyono (2007) adalah segala sesuatu hal yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, dan kemudian ditarik kesimpulannya. Variabel bebas (independen) dalam penelitian ini adalah modal yang diukur dalam penelitian ini adalah:

1. Persepsi Kemudahan (X_1) Persepsi Kemudahan (*Perceived ease of use*) adalah suatu kemudahan yang diberikan oleh suatu layanan teknologi tanpa harus mengeluarkan usaha atau bebas.

2. Risiko yang dirasakan (X_2), Risiko yang dirasakan (*Perceived risk*) adalah dampak yang ditimbulkan oleh suatu teknologi yang akan diadopsi, sehingga pengguna harus memikirkannya terlebih dahulu ketika akan menggunakannya

3. Sikap Penggunaan (X_3), Sikap Penggunaan (*Attitude toward technology*) merupakan sikap dari diri seseorang tentang adanya suatu teknologi baru, yang menunjukkan apakah teknologi tersebut dapat diterima atau tidak.

Menurut Sugiyono (2007). Variabel Dependen merupakan variabel yang dipengaruhi akibat karena adanya variabel bebas. Variabel terikat dalam penelitian ini adalah Niat Perilaku Teknologi Keuangan OVO Niat Perilaku Teknologi Keuangan OVO (*Behavioral intention*) merupakan niat seseorang yang mendorong untuk menerima atau menolak adanya suatu produk atau layanan baru.

Metode analisa data dalam penelitian ini adalah: Uji Asumsi Klasik. Tujuan pengujian asumsi klasik ini adalah untuk menguji dan mengetahui kelayakan atas model regresi yang digunakan dalam penelitian ini, pengujian meliputi: Uji Normalitas, Uji Multikolinieritas, Uji Heteroskedastisitas. Uji Signifikansi Parameter Individual (Uji Statistik t), Uji signifikansi Simultan (Uji statistik F),

Koefisien Determinasi (R²), Analisis regresi linier berganda

Y = Niat Perilaku Teknologi Keuangan OVO

$\beta_0 + \beta_1$ Persepsi Kemudahan + β_2 Risiko yang dirasakan + β_3 Sikap Penggunaan + ϵ

X₁ = Persepsi Kemudahan

X₂ = Risiko yang dirasakan

X₃ = Sikap Penggunaan

ϵ = kesalahan residual (*error*)

PEMBAHASAN

Berikut ini akan dijelaskan mengenai karakteristik responden berdasarkan, jenis kelamin, dan penghasilan. Tabel berikut adalah tabulasi responden berdasarkan jenis kelamin.

Tabel 1
Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah	Prosentase (%)
Perempuan	13	30 %
Laki-Laki	47	70 %
Jumlah	60	100 %

Berdasarkan pada tabel diatas dapat diketahui bahwa sebagian besar responden pada penelitian ini adalah responden laki-laki yaitu 47 orang atau 70 % dan responden perempuan sebanyak 13 orang atau 30 %.

Tabel 2
Responden Berdasarkan Penghasilan

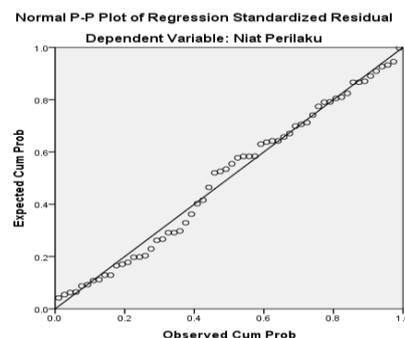
Penghasilan /(Bulan)	Jumlah	Prosentase (%)
< 3 juta	32	56 %
3 – 5 juta	9	17 %
>5 juta	19	27 %
Jumlah	60	100 %

Berdasarkan pada tabel diatas dapat diketahui bahwa sebagian besar responden pada penelitian ini adalah responden berpenghasilan kurang dari 3 juta per bulan sebanyak 32 orang 56 % dan sebanyak 19 orang yang berpenghasilan 3-5 juta per bulan sebanyak 17 % dan 29 orang berpenghasilan lebih dari 5 juta per bulan sebanyak 27 %.

1. Pengujian Asumsi Klasik

Analisis uji asumsi klasik untuk menguji kelayakan data yang digunakan dalam penelitian (Imam Ghazali, 2005 : 19)

a. Uji Normalitas



Dari gambar diatas menunjukkan bahwa plotting data tidak jauh dari garis diagonalnya dan menempel pada garis diagonal. Hal ini berarti bahwa data terdistribusi normal.

b. Uji Multikoleniaritas

Uji multikolonieritas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas.

Tabel 3
Uji Multikoleniaritas

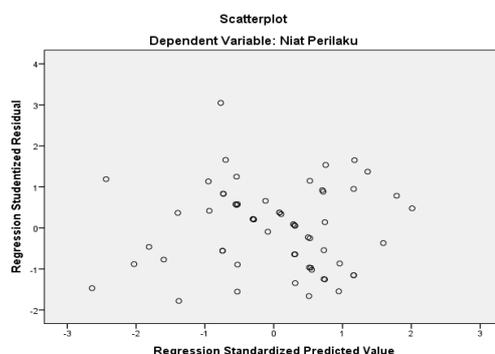
Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	(Constant)		
	Persepsi Kemudahan	.723	1.382
	Risiko yang dirasakan	.730	1.371
	Sikap Penggunaan	.640	1.563

a. Dependent Variable: Niat Perilaku

Dari tabel tersebut terlihat setiap variabel bebas mempunyai nilai tolerance $\geq 0,1$ dan nilai VIF ≤ 10 . Jadi dapat disimpulkan bahwa tidak ada multikolinieritas antar variabel bebas dalam model regresi ini.

c. Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastitas bertujuan menguji apakah dalam regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual suatu pengamatan ke pengamatan yang lain.



Pada gambar di atas menunjukkan hasil dari uji heteroskedastisitas adalah dengan mengamati penyebaran yang acak menunjukkan model regresi

yang baik, dengan kata lain tidak terjadi heterokedastisitas.

2. Analisis regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda pada dasarnya adalah studi mengenai ketergantungan variabel dependen (terikat) dengan satu atau lebih variabel independen, hasil dari uji regresi linier berganda adalah sebagai berikut:

Tabel 4
Regresi Linier Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients
	B	Std. Error	Beta
(Constant)	.975	1.376	
1 Persepsi Kemudahan	.411	.103	.359
Risiko yang dirasakan	.434	.130	.299
Sikap Penggunaan	.437	.116	.361

a. Dependent Variable: Niat Perilaku

Dari hasil analisis dengan program SPSS versi 16 tersebut, maka dapat diketahui persamaan regresi dari penelitian ini. Adapun persamaan regresi linier yang terbentuk adalah:

$$Y = 0,975 + 0,411X_1 + 0,434X_2 + 0,437X_3 + e.$$

3. Uji Koefisien Determinasi

Uji ini digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel bebas secara bersama-sama terhadap variabel terikat. Namun kelemahan mendasar penggunaan koefisien determinasi (R^2) adalah bias terhadap jumlah variabel independen (bebas) yang dimasukkan ke dalam model. Hasil dari koefisien determinasi sebagai berikut:

Tabel 5
Koefisien Determinasi

Model Summary ^a					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.818 ^a	.670	.652	1.45459	2.092

a. Predictors: (Constant), Sikap Penggunaan, Risiko yang dirasakan, Persepsi Kemudahan
b. Dependent Variable: Niat Perilaku

Dari tabel 5 diatas, angka koefisien determinasi (*R Square*) sebesar 0,670 Hal ini berarti bahwa variabel pengaruh persepsi kemudahan, risiko yang dirasakan dan sikap penggunaan terhadap niat perilaku teknologi keuangan OVO di Kota Surakarta mempunyai peranan 67,0% secara bersama-sama untuk dapat menjelaskan atau menerangkan variabel niat perilaku teknologi keuangan OVO di Kota Surakarta. Sedangkan sisanya sebesar 33,0% (100% - 33,0%) dijelaskan oleh variabel lain yang mempengaruhi Niat Perilaku teknologi keuangan OVO di Kota Surakarta.

4. Hipotesis

a. Uji Kelayakan Model

Uji kelayakan model dimaksudkan untuk mengetahui pengaruh Variabel Independent persepsi kemudahan (X_1), risiko yang dirasakan (X_2) dan sikap penggunaan (X_3) terhadap Variabel Dependent niat perilaku teknologi keuangan OVO di Kota Surakarta (Y)

Berdasarkan tabel hasil pengujian statistik dengan menggunakan SPSS 16 didapatkan nilai $F_{hitung} = 37,828$ sedangkan nilai F_{tabel} ($\alpha = 0,05$, df pembilang = $k = 4$ df = $(n-k)$, $(k-1)$)

$$= (60 - 4), (4 - 1) = (55), (3) F_{tabel} = 2.70 F_{hitung} (37,828) > F_{tabel} (2.70)$$

Angka signifikansi = $0,000 < \alpha = 0,05$ Dengan kriteria diatas maka H_0 ditolak dan H_a diterima

Tabel 6
Uji Kelayakan Model

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	240.113	3	80.038	37.828	.000 ^b
	Residual	118.487	56	2.116		
	Total	358.600	59			

Dari kriteria diatas dapat dinyatakan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima atau dengan kata lain ada pengaruh yang signifikan antara persepsi kemudahan, risiko yang dirasakan, sikap penggunaan terhadap niat perilaku teknologi keuangan OVO di Kota Surakarta Angka signifikansi ditunjukkan pada tabel 4.8 sebesar 0,000 dan nilai F hitung sebesar 37,828 yang berarti sangat kuat.

b. Uji Hipotesis Parsial Dengan T-test

Uji t digunakan untuk mengetahui sejauh mana variabel bebas berpengaruh secara parsial terhadap variabel terikat, dengan tingkat kesalahan 5%.

Tabel 7
 Hasil Uji Hipotesis Parsial
 Dengan t-test
 Coefficients^a

Model	t	Sig.
(Constant)	.708	.482
1 Persepsi Kemudahan	3.977	.000
Risiko yang dirasakan	3.328	.002
Sikap Penggunaan	3.764	.000

a. Dependent Variable: Niat Perilaku

a. Pengujian hipotesis 1

Variabel Persepsi Kemudahan terhadap niat perilaku teknologi keuangan OVO. Berdasarkan tabel Hasil Uji t untuk Variabel persepsi kemudahan, diperoleh nilai $t_{hitung} = 3,977$ Sedangkan t_{tabel} ($\alpha = 0,05$, $dk = n - 3$, $dk = 60 - 3 = 57$) adalah $1,66$ t_{hitung} ($3,977$) $>$ t_{tabel} ($1,66$). Angka signifikansi = $0,000 < \alpha = 0,05$ (H_0 ditolak dan H_a diterima). Berdasarkan kriteria diatas dapat diketahui bahwa pada taraf signifikansi $0,05$ variabel persepsi kemudahan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel niat perilaku teknologi keuangan OVO di Kota Surakarta.

b. Pengujian hipotesis 2

Variabel risiko yang dirasakan terhadap niat perilaku teknologi keuangan OVO. Berdasarkan tabel hasil Uji t untuk variabel risiko yang dirasakan, diperoleh nilai $t_{hitung} = 3,328$ sedangkan t_{tabel} ($\alpha = 0,05$, $dk = n - 3$, $dk = 60 - 3 = 57$) adalah $1,66$ t_{hitung} ($3,328$) $>$ t_{tabel} ($1,66$)

c. Pengujian hipotesis 3

Variabel Sikap Penggunaan terhadap niat perilaku teknologi keuangan OVO. Berdasarkan tabel hasil Uji t untuk variabel Sikap penggunaan, diperoleh nilai $t_{hitung} = 3,764$ sedangkan t_{tabel} ($\alpha = 0,05$, $dk = n - 3$, $dk = 60 - 3 = 57$) adalah $1,66$ t_{hitung} ($3,764$) $>$ t_{tabel} ($1,66$) Angka signifikansi = $0,000 < \alpha = 0,05$ (H_0 ditolak dan H_a diterima). Berdasarkan kriteria diatas dapat diketahui bahwa pada taraf signifikansi $0,05$ Variabel sikap penggunaan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel niat perilaku teknologi keuangan OVO di Kota Surakarta.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel Persepsi Kemudahan mempunyai pengaruh Positif dan signifikan terhadap Niat Perilaku teknologi keuangan OVO di Kota Surakarta. Hal ini ditunjukkan dengan nilai koefisien regresi terbesar $0,411$. Sedangkan untuk nilai t_{hitung} ($3,977$) $>$ t_{tabel} ($1,66$) dan $sign$ ($0,000$) $<$ $sign$ α ($0,05$), sehingga hipotesis pertama yang diajukan ada pengaruh Positif dan signifikan variabel Persepsi Kemudahan terhadap Niat Perilaku teknologi keuangan OVO di Kota Surakarta.

Haltersebut didukung dengan penelitian yang dilakukan oleh Mochamad Ilhaq Almalis (2019) yang menunjukkan bahwa Berdasarkan perhitungan dan hasil Khasiat

teknologi keuangan OVO di Kota Surakarta. Hal ini menunjukkan dengan nilai koefisien regresi sebesar 0,434. Sedangkan untuk nilai t_{hitung} (3,328) > t_{tabel} (1,66) dan sign (0,002).

3. Variabel sikap penggunaan mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap niat perilaku teknologi keuangan OVO di Kota Surakarta. Hal ini menunjukkan dengan nilai koefisien regresi sebesar 0,437. Sedangkan untuk nilai t_{hitung} (3,764) > t_{tabel} (1,66) dan sign (0,000)

Beberapa saran yang dapat diberikan terkait dengan hasil penelitian adalah sebagai berikut :

1. Variabel Persepsi Kemudahan, yang menyatakan bahwa aplikasi teknologi keuangan OVO mudah di download dari *Play Store* maupun *App store* lainnya. Namun, nilai terkecil adalah para pengguna merasa agak kesulitan untuk terampil dalam menggunakan aplikasi teknologi keuangan OVO. Oleh karena itu, teknologi keuangan OVO perlu memberikan tutorial yang berkaitan dengan transaksi sehari-hari terlebih dahulu misalnya *transfer* menggunakan *send it*, membeli pulsa, membayar kebutuhan *utilitas* dan lain-lain, sehingga para pengguna bisa terampil dalam bertransaksi.
2. Variabel sikap penggunaan yang menyatakan bahwa aplikasi teknologi keuangan OVO membantu dalam

kegiatan bertansaksi sehari-hari menjadi lebih mudah, Namun pengguna menyatakan bahwa aplikasi teknologi keuangan OVO belum bisa meningkatkan kinerjanya seperti membayar tagihan kartu kredit, tagihan pulsa, dll. Dalam hal ini, dapat dihubungkan ke masalah fitur sebelumnya yang mana masih ada beberapa pengguna belum tau isi dari fitur-fitur pada aplikasi teknologi keuangan OVO. Maka dari team lapangan pihak teknologi keuangan OVO lebih memperhatikan hal-hal yang berkaitan dengan transaksi sehari-hari sehingga para pengguna merasakan manfaat dari aplikasi teknologi keuangan OVO untuk meningkatkan kinerja dalam bertransaksi.

3. Variabel Risiko yang dirasakan memiliki pengaruh terhadap terhadap niat perilaku teknologi keuangan OVO di Kota Surakarta. Hal ini dikarenakan Responden terdiri dari konsumen yang pernah membeli atau memesan kebutuhannya melalui teknologi keuangan OVO, sehingga, mereka sudah terbiasa melakukan transaksi secara online dan mengerti betul tentang risiko yang memungkinkan terjadi. Sehingga peningkatan tingkat keamanan dan security yang tinggi yang disediakan penyedia layanan keuangan OVO.

4. Variabel niat perilaku para pengguna menyatakan bahwa para berminat menggunakan aplikasi teknologi keuangan OVO dengan kelebihan yang ditawarkan seperti gratis *transfer*. Namun para responden masih belum memiliki keinginan untuk menggunakan aplikasi teknologi keuangan OVO sebagai rekening utama. Oleh karena itu, teknologi keuangan OVO perlu meyakinkan para pengguna dengan menonjolkan kelebihan teknologi keuangan OVO.

DAFTAR PUSTAKA

- Adams, D.A., R.R. Nelson, P. A. Todd, 1992. *Perceived Usefulness, Ease of Use and Usage of Information Technology: A Replication*, *MIS Quarterly*, 16 (2), pp. 227-247.
- Ajzen, I., Fishbein, M. 1980, *Understanding Attitudes and Predicting Social Behavior*. Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall.
- Ali N, Muhammad., Junjie Wu, Milton Yago, Haohong Li. 2000. *Influence of Psychographics and Risk Perception on Internet Banking Adoption: Current State of Affairs in Britain*, *International Journal of Economics and Financial Issues*, 5(2), 461-468.
- Al-Smadi, Mohammad O. 2011. *The Impact of E- Banking on The Performance of Jordanian Banks*. *Journal of Internet Banking and Commerce*, 16(2), 437-446.
- Al-Sukkar & Hasan H. 2005, *Toward a Model for the Acceptance of Internet Banking in Developing Countries*, *Information Technology for Development*, Vol. 11, No. 4, pp.381-398.
- Amin, Hanudin. 2011. *Internet Banking Adoption Among Young Intellectuals*. *Journal of Internet Banking and Commerce*, 34(6), 437-446
- Black, N., J., Lockett, A., Ennew, C., Winklhofer, H., McKechnie, S., 2002, *Modelling Consumer Choice of Distribution Channels: an Illustration from Financial Services*, *The International Journal of Bank Marketing*, Vol. 20, pp. 161-173
- Bradley L. and Stewart K. 2003. *Delphi Study of Internet banking*, *MCB UP Limited* pp. 272-281.
- Bungin, Burhan. 2008. *Metodelogi Penelitian Sosial : Format-Format Kuantitatif Dan Kualitatif*. Surabaya, Airlangga University