

PENGARUH *PERFORMANCE EXPECTANCY*, *EFFORT EXPECTANCY*, *SOCIAL INFLUENCE*, *CULTURE*, *PERCEIVED SECURITY* TERHADAP *INTENTION TO USE* OVO PADA PENGGUNA OVO DI BANDUNG

THE EFFECT OF *PERFORMANCE EXPECTANCY*, *EFFORT EXPECTANCY*, *SOCIAL INFLUENCE*, *CULTURE*, *PERCEIVED SECURITY* ON *INTENTION TO USE* OVO IN OVO USERS IN BANDUNG

¹⁾Siti Fatimah, ²⁾Marheni Eka Saputri

^{1,2)}Prodi S1 Administrasi Bisnis, Fakultas Komunikasi dan Bisnis, Universitas Telkom

¹⁾ sitifatimmaahhh.student.telkomuniversity.ac.id, ²⁾ marhenieka@gmail.com

ABSTRAK

Pada saat ini muncul Financial Technology di bawah naungan LippoX sebagai perusahaan digital payment milik grup perusahaan Lippo, Lippo memiliki usaha di berbagai sektor diantaranya Lippo Digital Grup yang mengeluarkan produk e-money yaitu OVO. Untuk mengetahui pengaruh *performance expectancy*, *effort expectancy*, *social influence*, *culture*, *perceived security* terhadap *intention to use* adalah tujuan dari penelitian ini. Metode analisis data yang digunakan pada penelitian ini adalah *Structural Equation Modeling (SEM)* yang diolah menggunakan aplikasi olah data SmartPLS. Hasil dari penelitian ini, tanggapan responden mengenai variabel *performance expectancy*, variabel *effort expectancy*, variabel *social influence*, variabel *culture*, variabel *perceived security* berada pada kategori baik. serta hasil analisis SEM bahwa *performance expectancy*, *effort expectancy*, *social influence*, *culture*, *perceived security* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *intention to use*.

Kata kunci: *performance expectancy*, *effort expectancy*, *social influence*, *culture*, *perceived security*, *intention to use*

ABSTRACT

Currently emerging Financial Technology under the auspices of LippoX as a digital payment company belonging to Lippo Group of companies, Lippo has business in various sectors such as Lippo Digital group that produce e-money products OVO. To find out the impact of *performance expectancy*, *effort expectancy*, *social influence*, *culture*, *perceived security* against *intention to use* is the goal of this study. The data analysis method used in this research is *Structural Equation Modeling (SEM)*, which is processed using SmartPLS data application. As a result of this study, respondents' responses to the *performance expectancy* variable, the *effort expectancy* variable, the *social influence* variable, the *culture* variable, the *perceived security* variable are in good category. As well as the results of the analysis of SEM that *performance expectancy*, *effort expectancy*, *social influence*, *culture*, *perceived security* has a positive and significant influence on *intention to use*.

Keywords: *Performance expectancy*, *effort expectancy*, *social influence*, *culture*, *perceived security*, *intention to use*

1. Pendahuluan

Pada era digital saat ini, penggunaan teknologi sudah merasuk kedalam kehidupan kita sehari-hari, bahkan menjadi gaya hidup dikalangan masyarakat terutama kaum muda. Perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi yang semakin pesat telah memengaruhi pola perilaku manusia dalam mengakses beragam informasi dan berbagai fitur layanan elektronik. penyelenggaraan pemrosesan transaksi pembayaran menimbang bahwa perkembangan teknologi dan sistem informasi terus melahirkan berbagai inovasi, khususnya yang berkaitan dengan *Financial Technology* dalam rangka memenuhi kebutuhan masyarakat termasuk dibidang jasa sistem pembayaran baik dari sisi instrumen, penyelenggara, mekanisme, maupun infrastruktur penyelenggaraan pemrosesan transaksi pembayaran (Iska, 2017:9).

Dengan menggunakan uang elektronik sebagai instrumen pembayaran, akan meningkatkan inklusi keuangan, menurut data "Fintech Report 2018" yang dirilis DailySocial bersama Otoritas Jasa Keuangan (OJK), Go-Pay dan OVO menjadi aplikasi dengan jumlah pengguna terbanyak. Go-Pay, Go-pay mengantongi 79,4 persen suara responden. Hasil tersebut diikuti dengan OVO sebanyak 58,4 persen, dan dapat kita lihat OVO menduduki posisi kedua dengan selisih 27 juta pengguna dengan Go-pay, yang artinya masyarakat masih belum cukup bisa menerima OVO sebagai metode pembayaran *mobile payment* dan masih kalah saing dengan go-pay yang bahkan sama-sama bisa digunakan

untuk memudahkan mereka dalam bertransaksi. (<https://katadata.co.id>)

Salah satu metode yang dapat mengukur tingkat penerimaan dan penggunaan terhadap suatu sistem teknologi informasi yaitu dianalisis dengan menggunakan metode UTAUT (Unified Theory of Acceptance and Use of Technology) . Model ini menggambarkan faktor-faktor yang mempengaruhi penerimaan individu terhadap Teknologi Informasi (TI), melalui pengkajian yang dilakukan terhadap delapan model/teori penerimaan/adopsi teknologi yang banyak digunakan dalam penelitian Sistem Informasi sebelumnya. Berdasarkan uraian latar belakang tersebut peneliti melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Culture, Perceived Security, Performance Expectancy, Effort Expectancy, Social Influence, Culture, Perceived Security terhadap Intention To Use OVO pada Pengguna OVO Di Bandung”**

Adapun Tujuan penelitian ini dilakukan untuk mengetahui:

1. Performance Expectancy, Effort Expectancy, Social Influence, Culture, Perceived Security, dan Intention to use pada pengguna OVO
2. Culture pada pengguna OVO
3. Perceived security pada pengguna OVO
4. Performance expectancy pada pengguna OVO
5. Effort expectancy pada pengguna OVO
6. Social influence pada pengguna OVO

2. Dasar Teori

2.1 Performance Expectancy

Bagaimana konsumen merasakan bahwa penggunaan sistem pembayaran elektronik akan membantu dan memberi keuntungan dalam melakukan transaksi online (Junadi & Sfenrianto, 2019)

2.2 Effort Expectancy

Tingkat kemudahan yang dirasakan konsumen saat menggunakan sistem pembayaran elektronik dalam bertransaksi online (Junadi & Sfenrianto, 2019)

2.3 Social Influence

Pengaruh yang dirasakan dari orang lain yang mendorong konsumen untuk menggunakan sistem pembayaran elektronik dalam bertransaksi (Junadi & Sfenrianto, 2019)

2.4 Culture

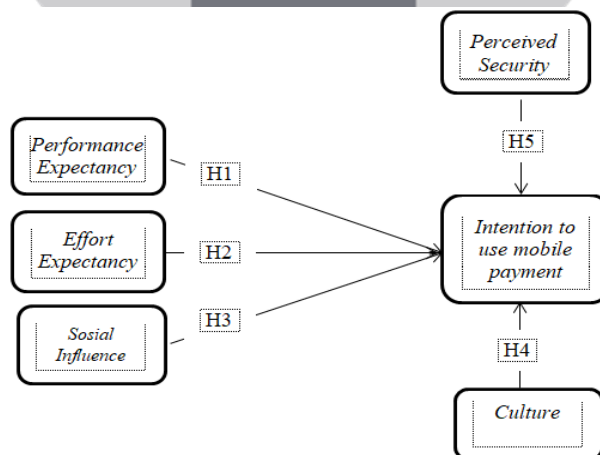
Pemrograman kolektif pikiran yang membedakan anggota satu kelompok manusia dari yang lain (Junadi & Sfenrianto, 2019)

2.5 Perceived Security

Keyakinan bahwa vendor online akan memenuhi persyaratan keamanan. (Junadi & Sfenrianto, 2019)

2.6 Kerangka Pemikiran dan Hipotesis Penelitian

Dari beberapa teori yang telah disajikan diatas, penulis menghubungkan variabel tersebut menjadi suatu kerangka pemikiran yang dijadikan pedoman dalam penelitian. Berikut adalah gambaran kerangka pemikiran:



Gambar 1
Kerangka Pemikiran

Hipotesis dalam penelitian ini sebagai berikut :

“Terdapat Pengaruh *Performance Expectancy*, *Effort Expectancy*, *Social Influence*, *Culture*, *Perceived Security* Terhadap Intention To Use OVO Pada Pengguna OVO di Bandung”

3. Metode Penelitian

3.1 Jenis Penelitian

Penelitian yang digunakan adalah metode kuantitatif dengan jenis penelitian deskriptif dengan hubungan kausal. Metode kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang mencoba melakukan pengukuran yang akurat terhadap perilaku, pengetahuan, opini atau sikap. Metode kuantitatif banyak digunakan dalam berbagai penelitian karena kecocokan untuk menguji model atau hipotesis. Indrawati (2015:184). Metode kausal adalah penelitian yang dilakukan apabila peneliti ingin menggambarkan penyebab (cause) dari suatu masalah (baik dilaksanakan dengan melalui eksperimen maupun non-eksperimen) Indrawati, (2015:117)

Sugiyono (2018:11) menyatakan bahwa penelitian deskriptif adalah penelitian yang dilakukan untuk mengetahui nilai variabel mandiri, baik satu variabel atau lebih tanpa membuat perbandingan atau menghubungkan antara variabel satu dengan yang lain. Menurut Amos Neokaka (2014 : 21) tujuan penelitian deskriptif adalah membuat pecanderaan secara sistematis, faktual, dan akurat mengenai fakta-fakta dan sifat-sifat populasi atau daerah tertentu.

3.2 Operasional Variabel dan Skala Pengukuran

3.2.1 Operasional Variabel

Variabel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu variabel eksogen dan variabel endogen. Variabel eksogen adalah *Performance Expectancy*, *Effort Expectancy*, *Social Influence*, *Culture*, *Perceived Security* dan variabel endogen adalah *Intention To Use*

3.2.2 Skala Pengukuran

Dalam penelitian ini, skala penelitian yang digunakan adalah skala ordinal dalam bentuk skala likert. Menurut Sekaran dan Bougie (2014:142), skala ordinal tidak hanya mengkategorikan perbedaan diantara berbagai kategori, tetapi juga mengurutkannya kedalam beberapa cara. Menurut Sekaran (2015: 31), skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial.

3.3 Populasi dan Sampel

3.3.1 Populasi

Populasi dalam penelitian ini yaitu pengguna internet di bandung, sebanyak 2.905.420 juta orang (Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia, 2018).

3.3.2 Sampel dan Teknik Sampling

Peneliti menggunakan sampel sebanyak 100 responden yaitu Pengguna Internet di Kota Bandung. Teknik pengambilan sampel menggunakan *non probability sampling* dengan teknik *purposive sampling*.

3.4 Teknik Pengumpulan Data

Berdasarkan sumbernya, data dalam penelitian ini menggunakan data primer dan data sekunder.

3.5 Uji Validitas dan Reliabilitas

Pengujian validitas dalam penelitian ini menggunakan program *SmartPLS* 3.2.7. Prosedur dari pengujian validitas adalah *convergent validity* yaitu dengan mengkorelasikan *component score* dengan *construct score* yang nantinya akan menghasilkan nilai *loading factor*. Nilai *loading factor* dikatakan tinggi apabila indikator berkorelasi $\geq 0,7$ dengan konstruk yang ingin diukur. Indikator dianggap valid jika memiliki nilai AVE diatas 0,5. Uji reliabilitas dalam PLS dapat menggunakan dua metode yaitu dilihat dari *Cronbach's alpha* dan nilai *Composite reliability*.

4. Hasil Penelitian dan Pembahasan

4.1 Analisis Deskriptif

4.1.1 Tanggapan Responden Mengenai *Performance Expectancy*

Berdasarkan hasil pengujian yang dilakukan dapat diketahui bahwa variabel *Performance Expectancy* termasuk dalam kategori baik dengan nilai persentase sebesar 74,46%.

4.1.2 Tanggapan Responden Mengenai *Effort Expectancy*

Berdasarkan hasil pengujian yang dilakukan dapat diketahui bahwa variabel *Effort Expectancy* termasuk dalam kategori baik dengan nilai persentase sebesar 71,93%.

4.1.3 Tanggapan Responden Mengenai *Social Influence*

Berdasarkan hasil pengujian yang dilakukan dapat diketahui bahwa variabel *Social Influence* termasuk dalam kategori baik dengan nilai persentase sebesar 68%.

4.1.4 Tanggapan Responden Mengenai *Culture*

Berdasarkan hasil pengujian yang dilakukan dapat diketahui bahwa variabel *Culture* termasuk dalam kategori baik dengan nilai persentase sebesar 76.33%.

4.1.5 Tanggapan Responden Mengenai *Perceived Security*

Berdasarkan hasil pengujian yang dilakukan dapat diketahui bahwa variabel *Perceived Security* termasuk dalam kategori baik dengan nilai persentase sebesar 73,4%.

4.1.6 Tanggapan Responden Mengenai *Intention To Use*

Berdasarkan hasil pengujian yang dilakukan dapat diketahui bahwa variabel *Intention To Use* termasuk dalam kategori baik dengan nilai persentase sebesar 69,33%.

4.2 Uji Validitas

Berdasarkan hasil uji validitas diperoleh hasil sebagai berikut:

Tabel 1 Nilai Average Variance Extracted (AVE)

Variabel	AVE	Nilai Kritis	Evaluasi Model
<i>Performance Expectancy</i>	0,753	>0,5	Valid
<i>Effort expectancy</i>	0,690		Valid
<i>Social influence</i>	0,729		Valid
<i>Culture</i>	0,713		Valid
<i>Perseived Security</i>	0,663		Valid
<i>Intention To Use</i>	0,659		Valid

Sumber: Pengolahan Data SmartPLS 3.2.7

Berdasarkan hasil tabel diatas, menunjukkan bahwa nilai AVE pada masing-masing konstruk yaitu *Performance Expectancy*, *Effort Expectancy*, *Social Influence*, *Culture*, *Perceived Security* dan *Intention To Use* diatas 0,5 sehingga dapat disimpulkan bahwa indikator-indikator tersebut dinyatakan valid dan dapat diterima sebagai pengukur variabel laten penelitian.

4.1 Uji Reliabilitas

Berdasarkan hasil uji *composite reliability* diperoleh hasil sebagai berikut:

Tabel 2 Composite Reliability

Variabel	Composite Realibility	Nilai Kritis	Cronbach Alpha	Nilai Kritis	Evaluasi Model
<i>Performance Expectancy</i>	0,902	>0,7	0,836	>0,6	Realibel
<i>Effort Expectancy</i>	0,869		0,780		Realibel
<i>Social Influence</i>	0,889		0,812		Realibel
<i>Culture</i>	0,882		0,802		Reliabel
<i>Perceived Security</i>	0,854		0,753		Reliabel
<i>Intention to Use</i>	0,853		0,740		Reliabel

Sumber: Pengolahan Data SmartPLS 3.2.7

Berdasarkan hasil tabel diatas, menunjukkan bahwa konstruk *Performance Expectancy*, *Effort Expectancy*, *Social Influence*, *Culture*, *Perceived Security*, dan *Intention To Use* memiliki nilai *composite reliability* $\geq 0,7$. Hal ini dapat dikatakan bahwa konstruk *Performance Expectancy*, *Effort Expectancy*, *Social Influence*, *Culture*, *Perceived Security*, dan *Intention To Use* memiliki reliabilitas yang baik

4.2 Nilai R-Square

Berdasarkan hasil *R-Square* diperoleh hasil sebagai berikut :

Tabel 3 Nilai R-Square

Variabel	R-Square
<i>Intention To Use</i> (Y)	0,970

Sumber: Pengolahan Data SmartPLS 3.2.7

Berdasarkan hasil tabel diatas dapat dilihat bahwa nilai nilai *R-Square* pada variabel *Performance Expectancy*, *Effort Expectancy*, *Social Influence*, *Culture*, *Perceived Security*, dan *Intention To Use* sebesar 97% sedangkan sisanya sebesar 3% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

4.3 Uji Hipotesis

Berdasarkan hasil uji hipotesis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

Tabel 4 Path Coefficient

Variabel	Original Sampel (O)	Sampel Mean (M)	Standard Deviation (Stdev)	T-Statistic ((O/Stdev))	P Values
<i>Performance Expectancy</i> terhadap <i>Intention to Use</i>	-0,434	-0,429	0,055	7,909	0,000
<i>Effort Expectancy</i> terhadap <i>Intention to Use</i>	0,316	0,312	0,057	5,499	0,000
<i>Social Influence</i> terhadap <i>Intention to Use</i>	0,938	0,937	0,054	17,393	0,000
<i>Culture</i> terhadap <i>Intention to Use</i>	0,668	0,663	0,060	11,127	0,000
<i>Perceived Security</i> terhadap <i>Intention to Use</i>	-0,481	-0,477	0,052	9,259	0,000

Sumber : Hasil Olahan SmartPLS, 2019

$$H_a: \rho_1 \neq 0$$

Artinya: Terdapat pengaruh signifikan *Performance Expectancy* terhadap *Intention To Use* OVO pada pengguna OVO kota Bandung dengan nilai t statistik 7,909, karena t statistik lebih besar dari t tabel, sehingga H_0 ditolak.

$$H_a: \rho_2 \neq 0$$

Artinya: Terdapat pengaruh signifikan *Effort Expectancy* terhadap *Intention To Use* OVO pada pengguna OVO kota Bandung dengan nilai t statistik 5,499, karena t statistik lebih besar dari t tabel, sehingga H_0 ditolak.

$$H_a: \rho_3 \neq 0$$

Artinya: Terdapat pengaruh signifikan *Social Influence* terhadap *Intention To Use* OVO pada pengguna OVO kota Bandung dengan nilai t statistik 7,909, karena t statistik lebih besar dari t tabel, sehingga H_0 ditolak.

$H_a: \rho_4 \neq 0$

Artinya: Terdapat pengaruh signifikan *Culture* terhadap *Intention To Use* OVO pada pengguna OVO kota Bandung dengan nilai t statistik 7,909, karena t statistik lebih besar dari t tabel, sehingga H_0 ditolak

$H_a: \rho_5 \neq 0$

Artinya: Terdapat pengaruh signifikan *Perceived Security* terhadap *Intention To Use* OVO pada pengguna OVO kota Bandung dengan nilai t statistik 7,909, karena t statistik lebih besar dari t tabel, sehingga H_0 ditolak

5. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dikemukakan sebelumnya dapat diambil beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil analisis deskriptif menyatakan bahwa variabel *Performance Expectancy*, *Effort Expectancy*, *Social Influence*, *Culture*, *Perceived Security* dan *Intention to use* secara keseluruhan berada dalam kategori baik.
2. Variabel *performance expectancy* memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap variabel *intention to use*.
3. Variabel *effort expectancy* memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap variabel *intention to use*.
4. Variabel *social influence* memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap variabel *intention to use*.
5. Variabel *culture* memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap variabel *intention to use*.
6. Variabel *perceived security* memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap variabel *intention to use*.



DAFTAR PUSTAKA

- Abdillah, W. dan J. Hartono. (2015). *Partial Least Square (PLS): Alternatif Structural Equation Modeling (SEM) Dalam Penelitian Bisnis*. Yogyakarta: Andi.
- Abdul Muslim (2019). *Survei Snapcart: OVO Paling Banyak Digunakan*. <https://swa.co.id> diakses pada tanggal 26 april 2019
- Apjii (2019). *Pengguna Internet Perprovinsi di Pulau Jawa* <https://apjii.or.id> diakses pada tanggal 27 april 2019
- Donni Junni Priansa. (2017). *Perilaku Konsumen dalam Bisnis Kontemporer*. Bandung: Alfabeta.
- Dwi Hadya Jayani (2019). *Potensi Ekonomi Digital di Indonesia*. www.katadata.co.id diakses pada tanggal 21 april 2019
- Erwin Dariyanto (2019). *Perang Dompot Digital Kian Brutal*. www.finance.detik.com diakses pada tanggal 23 april 2019
- Indrawati. (2015). *Metode Penelitian Manajemen dan Bisnis Konvergensi Teknologi Komunikasi dan Informasi*. (Cetakan 1). Bandung: PT. Refika Aditama.
- Indrawati. (2015). *Metode Penelitian Manajemen dan Bisnis Konvergensi Teknologi Komunikasi dan Informasi*, Bandung : Aditama.
- Indrawati. (2017). *Perilaku Konsumen Individu dalam Mengadopsi Layanan Berbasis Teknolohi Informasi dan Komunikasi*. Bandung: Refika Aditama
- Indrawan, R. & Yaniawati R.P. (2014). *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Campuran Untuk Manajemen, Pembangunan, dan Pendidikan*, Bandung: Penerbit PT Refika Aditama.
- Junadi dan Sfenrianto (2015). *A Model of Factors Influencing Consumer's Intention To Use E-Payment System in Indonesia* Volume 59, 2015, Pages 214-220
- Kotler, Philip., Keller, Kevin L. (2013). *Manajemen Pemasaran*, Jilid Kedua, Jakarta: Erlangga.
- Kotler dan Keller (2016). *Perilaku Konsumen*, Jilid Kedua, Jakarta: Erlangga
- Lalu Rahadian (2019). *Industri Pembayaran Digital : Bank dan Fintech Berebut Pasar* <https://finansial.bisnis.com> diakses pada tanggal 20 april 2019
- Marsya Nabila (2019) *Penetrasi Pengguna Internet Indonesia Capai 143 Juta Orang* <https://dailysocial.id> diakses pada tanggal 20 april 2019
- Randi eka (2016). *OVO dan Evolusi Layanan Pembayaran Mobile*. Agustus 2016, <https://dailysocial.id/> diakses 18 april 2019
- Ratna Dzulhaida, Refi Rifaldi Windya Giri (2018). *Analisis Minat Masyarakat Terhadap Penggunaan Layanan E-Money Di Indonesia Dengan Menggunakan Model Modifikasi Unified Theory Of Acceptance And Use Technology 2(Utaut 2)* Vol 15 No 2 (2017)
- Rizki Nanda Mustaqim, Ari Kusyanti, Himawat Aryadita (2018). *Analisis Faktor-Faktor yang Memengaruhi Niat Penggunaan E-Commerce XYZ Menggunakan Model UTAUT (Unified Theory Acceptance and Use Of Technology)* Vol. 2, No. 7, Juli 2018, hlm. 2584-2593
- Sarwono, Jonathan & Narimawati, Umi. (2015). *Membuat Skripsi, Tesis, dan Disertasi Partial Least Square SEM (PLS-SEM)*. Yogyakarta: C.V ANDI OFFSE
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Sugiyono. (2016). Metode Penelitian kuantitatif, Kualitatif dan R&D. Bandung:CV Alfabeta.

Venkatesh, V., Morris, M. G., Davis, G. B., dan Davis, F. D. (2003). *User Acceptance of Information Technology: Toward a Unified View*. MIS Quarterly. 27(3), 425-47

