

**PENGARUH PERSEPSI KEGUNAAN, PERSEPSI KEMUDAHAN,
RISIKO, DAN KEPERCAYAAN TERHADAP MINAT PENGGUNAAN**

E-WALLET OVO

**(Studi Kasus: Pelaku UMKM Bidang Kuliner Sekitar Kampus di
Kabupaten Sleman)**



SKRIPSI

Oleh:

Nama: Galuh Nugraheni Hana Pratiwi

No. Mahasiswa: 20312110

FAKULTAS BISNIS DAN EKONOMIKA

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

YOGYAKARTA

2024

HALAMAN JUDUL

PENGARUH PERSEPSI KEGUNAAN, PERSEPSI KEMUDAHAN, RISIKO, DAN KEPERCAYAAN TERHADAP MINAT PENGGUNAAN E-WALLET OVO (Studi Kasus: Pelaku UMKM Bidang Kuliner Sekitar Kampus di Kabupaten Sleman)

SKRIPSI

Disusun dan diajukan untuk memenuhi sebagai salah satu syarat untuk mencapai derajat
Sarjana Strata-1 Program Studi Akuntansi pada Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas
Islam Indonesia

Oleh:

Nama: Galuh Nugraheni Hana Pratiwi

No. Mahasiswa: 20312110

**FAKULTAS BISNIS DAN EKONOMIKA
UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA
YOGYAKARTA**

2024

HALAMAN BEBAS PLAGIARISME

PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME

Dengan ini, saya menyatakan bahwa dalam skripsi ini tidak ada karya yang pernah diajukan sebelumnya untuk memperoleh gelar sarjana di perguruan tinggi mana pun. Selain itu, sepanjang pengetahuan saya, tidak ada karya atau pendapat yang ditulis atau diterbitkan oleh individu lain yang saya gunakan, kecuali yang secara eksplisit saya rujuk dalam naskah ini dan dicantumkan dalam referensi. Saya menyadari bahwa jika klaim ini terbukti tidak benar di masa mendatang, saya bersedia menerima konsekuensi atau sanksi yang sesuai dengan aturan berlaku.

Yogyakarta, 14 Juni 2024

Penulis,



(Galuh Nugraheni Hana Pratiwi)

HALAMAN PENGESAHAN

PENGARUH PERSEPSI KEGUNAAN, PERSEPSI KEMUDAHAN, RISIKO, DAN KEPERCAYAAN TERHADAP MINAT PENGGUNAAN E-WALLET OVO (Studi Kasus: Pelaku UMKM Bidang Kuliner Sekitar Kampus di Kabupaten Sleman)

SKRIPSI

Diajukan Oleh:

Nama: Galuh Nugraheni Hana Pratiwi

No. Mahasiswa: 20312110

Telah disetujui oleh Dosen Pembimbing

Pada tanggal 14 Juni 2024

Dosen Pembimbing



Dra. Primanita Setyono, MBA, Ak., CA., CMA., CAPM

BERITA ACARA UJIAN TUGAS AKHIR SKRIPSI

BERITA ACARA UJIAN TUGAS AKHIR/SKRIPSI

SKRIPSI BERJUDUL

Pengaruh Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan, Risiko, dan Kepercayaan Terhadap Minat Penggunaan E-wallet OVO (Studi Kasus: Pelaku UMKM Bidang Kuliner Sekitar Kampus di Kabupaten Sleman)

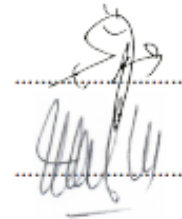
Disusun oleh : GALUH NUGRAHENI HANA PRATIWI

Nomor Mahasiswa : 20312110

Telah dipertahankan didepan Tim Penguji dan dinyatakan Lulus
pada hari, tanggal: Selasa, 02 Juli 2024

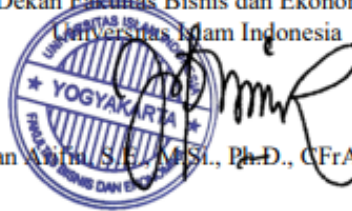
Penguji/Pembimbing Skripsi : Primanita Setyono, Dra., MBA., Ak., CA., CMA.,
CAPM

Penguji : Noor Endah Cahyawati, Dra., M.Si., CMA., CAPM



Mengetahui
Dekan Fakultas Bisnis dan Ekonomika
Universitas Islam Indonesia

Prof. Johan Arifin, S.E., M.Si., Ph.D., CFA, CertIPSAS.



HALAMAN MOTTO

“Kesabaran adalah kunci kemenangan”

(Ali bin Abi Thalib)

“Allah tidak akan membebani seseorang melainkan sesuai dengan kesanggupannya”

(Q.S. Al Baqarah 286)

“Sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan, maka apabila kamu telah selesai (dari sesuatu urusan), kerjakanlah dengan sungguh-sungguh (urusan) yang lain, dan hanya kepada

Allah lah hendaknya kamu berharap”

(Q.S. Al-Insyirah 6-8)

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Alhamdulillahirabbil'alamin, segala puji syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT atas rahmat dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan penelitian ini. Shalawat dan salam semoga selalu tercurah kepada Nabi Muhammad SAW, beserta keluarga, para sahabat, dan para pengikutnya. Berkat rahmat dan hidayah-Nya, penulis berhasil menyelesaikan skripsi dengan judul **“PENGARUH PERSEPSI KEGUNAAN, PERSEPSI KEMUDAHAN, RISIKO, DAN KEPERCAYAAN TERHADAP MINAT PENGGUNAAN E-WALLET OVO (Studi Kasus: Pelaku UMKM Bidang Kuliner Sekitar Kampus di Kabupaten Sleman)”**. Skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu persyaratan akademik dalam memperoleh gelar Sarjana Akuntansi di Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Islam Indonesia.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini tidak terlepas dari bantuan, dukungan, saran, dan motivasi dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis ingin menyampaikan terima kasih kepada:

1. Kedua orang tua penulis, Bapak Pamujiyanto dan Ibu Sri Prahmawati yang selalu memberikan doa, dukungan, dan kasih sayang kepada penulis;
2. Bapak Johan Arifin, S.E., M.Si., Ph.D., CfrA, CertIPSAS selaku Dekan Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Islam Indonesia;
3. Bapak Rifqi Muhammad, S.E., S.H., M.Sc., Ph.D., SAS, ASPM selaku Ketua Program Studi Strata Satu Akuntansi Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Islam Indonesia;
4. Dra. Primanita Setyono, MBA, Ak., CA., CMA., CAPM selaku dosen pembimbing skripsi saya yang selalu memberikan nasihat dan arahan selama penyusunan skripsi;
5. Galih Cahyo Hutomo dan Vika Arista Astutiningtyas selaku kakak-kakak penulis yang disayangi. Para keponakan- keponakan, Prabu Arsyad Hutomo dan Maheswara Arkanza Hutomo yang penulis cintai dan sayangi;
6. Anindhita Satria Mahendra selaku rekan dan orang tersayang yang selalu memberikan dukungan dan semangat tiada henti;
7. Seluruh saudara saya yang selalu memberikan semangat dan motivasi kepada saya untuk menuliskan skripsi serta sahabat-sahabat saya Sekar, Azzahra, Zalsa, Veda, Aurel, Cindy, Dhiva, Widya, Abror, Gangga, Julio, Fadhila yang selalu memberikan solusi dan dukungan selama proses penyusunan skripsi;

8. Terima kasih kepada Mas Fandu selaku admin prodi yang sangat membantu dalam proses kelancaran skripsi penulis;
9. Terima kasih kepada diri sendiri yang telah mampu menyelesaikan skripsi sampai tuntas dan selalu bersabar dengan segala yang telah dilewati;
10. Dan pihak-pihak lain yang tidak bisa penulis sebutkan satu - persatu yang telah memberikan dukungan kepada penulis dalam penyusunan laporan akhir magang hingga tersusun dengan baik.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan tugas akhir ini terdapat berbagai kekurangan dan kesalahan. Ucapan terima kasih yang tulus penulis sampaikan kepada semua pihak yang telah memberikan kontribusi, baik berupa saran maupun motivasi selama proses penyusunan skripsi ini. Semoga kebaikan yang diberikan oleh bapak, ibu, dan teman-teman mendapatkan berkah dan balasan yang setimpal dari Allah SWT. Penulis berharap skripsi ini dapat bermanfaat dan berguna bagi semua pihak yang memerlukannya dan dapat digunakan sebagaimana mestinya.

Wassalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Yogyakarta, 14 Juni 2024



Galuh Nugraheni Hana Pratiwi

No. Mahasiswa: 20312110

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL	ii
HALAMAN BEBAS PLAGIARISME	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
BERITA ACARA UJIAN TUGAS AKHIR SKRIPSI.....	v
HALAMAN MOTTO	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
ABSTRAK.....	xv
ABSTRACT.....	xvi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah.....	10
1.3 Tujuan Penelitian	11
1.4 Manfaat Penelitian	12
1.5 Sistematika Pembahasan.....	13
BAB II KAJIAN PUSTAKA.....	15
2.1 Landasan Teori.....	15
2.1.1 Teori <i>Acceptance Model</i> (TAM).....	15
2.1.2 Persepsi Kegunaan (<i>Perceived Usefulness</i>).....	16
2.1.3 Persepsi Kemudahan (<i>Perceived Ease of Use</i>)	16
2.1.4 Risiko (<i>Risk</i>).....	17
2.1.5 Kepercayaan (<i>Trust</i>).....	18
2.1.6 Minat Penggunaan	18
2.1.7 E-wallet OVO	19
2.1.8 Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM).....	19
2.2 Telaah Kajian Terdahulu.....	21
2.3 Hipotesis Penelitian	32

2.3.1	Pengaruh persepsi kegunaan terhadap minat penggunaan <i>e-wallet</i> OVO pada pelaku UMKM bidang kuliner	32
2.3.2	Pengaruh persepsi kemudahan terhadap minat penggunaan <i>e-wallet</i> OVO pada pelaku UMKM.....	33
2.3.3	Pengaruh risiko terhadap minat penggunaan <i>e-wallet</i> OVO pada pelaku UMKM	34
2.3.4	Pengaruh kepercayaan terhadap minat penggunaan <i>e-wallet</i> OVO pada pelaku UMKM	35
2.4	Kerangka Pemikiran.....	37
BAB III METODE PENELITIAN		38
3.1	Jenis Penelitian.....	38
3.2	Subjek dan Objek Penelitian	38
3.3	Populasi dan Sampel Penelitian	39
3.4	Sumber Data dan Teknik Pengumpulan	41
3.5	Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel.....	42
3.5.1	Variabel Dependen.....	42
3.5.2	Variabel Independen	43
3.6	Metode Analisis Data.....	48
3.6.1	Analisa Deskriptif	48
3.6.2	Analisa Inferensial	49
3.6.3	Pengujian Kualitas Data.....	50
3.6.4	Asumsi Klasik.....	52
3.7	Pengujian Hipotesis	54
3.7.1	Analisis Regresi Berganda.....	54
3.7.2	Uji T.....	55
3.7.3	Uji F	56
3.7.4	Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	57
BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN.....		58
4.1	Sampel Penelitian.....	58
4.2	Deskripsi Responden	59
4.4.1	Jenis Kelamin.....	59
4.4.2	Usia	59
4.4.3	Pengalaman Usaha dalam Menggunakan <i>e-wallet</i> OVO.....	60
4.4.4	Lokasi UMKM bidang kuliner.....	61

4.4.5	Penghasilan tahunan UMKM.....	62
4.3	Deskripsi Statistik Variabel	63
4.4	Hasil Pengujian Data.....	66
4.4.1	Uji Validitas	66
4.4.2	Uji Reliabilitas	69
4.4.3	Uji Asumsi Klasik.....	70
4.5	Hasil Pengujian Hipotesis	74
4.5.1	Analisis Regresi Linier Berganda	74
4.5.2	Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	75
4.5.3	Uji F	76
4.5.4	Uji T.....	77
4.6	Pembahasan.....	78
4.6.1	Pengaruh persepsi kegunaan terhadap minat penggunaan <i>e-wallet</i> OVO pada pelaku UMKM bidang kuliner di sekitar kampus Kabupaten Sleman	78
4.6.2	Pengaruh persepsi kemudahan terhadap minat penggunaan <i>e-wallet</i> OVO pada pelaku UMKM bidang kuliner di sekitar kampus Kabupaten Sleman	80
4.6.3	Pengaruh risiko terhadap minat penggunaan <i>e-wallet</i> OVO pada pelaku UMKM bidang kuliner di sekitar kampus Kabupaten Sleman.....	81
4.6.4	Pengaruh kepercayaan terhadap minat penggunaan <i>e-wallet</i> OVO pada pelaku UMKM bidang kuliner di sekitar kampus Kabupaten Sleman.....	82
BAB V PENUTUP		84
5.1	Kesimpulan	84
5.2	Keterbatasan Penelitian.....	84
5.3	Saran	85
5.4	Implikasi	86
DAFTAR PUSTAKA		88
LAMPIRAN.....		93

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Ringkasan Kajian Terdahulu	21
Tabel 3. 1 Skala Likert.....	42
Tabel 3. 2 Pernyataan Minat Penggunaan.....	43
Tabel 3. 3 Pernyataan Persepsi Kegunaan	44
Tabel 3. 4 Pernyataan Persepsi Kemudahan	45
Tabel 3. 5 Pernyataan Risiko	46
Tabel 3. 6 Pernyataan Kepercayaan.....	47
Tabel 4. 1 Data Jumlah Kuesioner	58
Tabel 4. 2 Hasil perhitungan Statistik Deskriptif.....	64
Tabel 4. 3 Hasil Uji Validitas	66
Tabel 4. 4 Hasil Uji Reliabilitas.....	69
Tabel 4. 5 Hasil Uji Normalitas	71
Tabel 4. 6 Hasil Uji Multikolinearitas	72
Tabel 4. 7 Hasil Uji Heterokedasitas	73
Tabel 4. 8 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda.....	74
Tabel 4. 9 Hasil Uji Koefisien Determinasi	76
Tabel 4. 10 Hasil Uji F	77

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Lima Universitas dengan Jumlah Mahasiswa Terbanyak di Kabupaten Sleman .4	
Gambar 2. 1 Kerangka Penelitian	37
Gambar 4. 1 Data responden berdasarkan jenis Kelamin	59
Gambar 4. 2 Data responden berdasarkan usia	60
Gambar 4. 3 Data responden pengalaman usaha dalam menggunakan e-wallet OVO	61
Gambar 4. 4 Data responden lokasi UMKM bidang kuliner	62
Gambar 4. 5 Data responden penghasilan tahunan UMKM bidang kuliner.....	63

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Rancangan Kuesioner Penelitian	93
Lampiran 2. Rekap Hasil Jawaban Kuesioner	98
Lampiran 3. Hasil pengumpulan Data Kuesioner	113
Lampiran 4 Klasifikasi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	114
Lampiran 5. Klasifikasi Responden Berdasarkan Usia.....	114
Lampiran 6 Klasifikasi Pengalaman Usaha dalam menggunakan e-wallet OVO	114
Lampiran 7 Klasifikasi Lokasi UMKM Bidang Kuliner	115
Lampiran 8 Klasifikasi Penghasilan Tahunan UMKM	115
Lampiran 9 Hasil Analisis Statistik Deskriptif	115
Lampiran 10 Hasil Uji Validitas Persepsi Kegunaan	116
Lampiran 11 Hasil Uji Validitas Persepsi Kemudahan	117
Lampiran 12 Hasil Uji Validitas Risiko.....	118
Lampiran 13 Hasil Uji Validitas Kepercayaan	118
Lampiran 14 Hasil Uji Validitas Minat Penggunaan E-wallet OVO.....	119
Lampiran 15 Hasil Uji Reliabilitas Persepsi Kegunaan.....	120
Lampiran 16 Hasil Uji Reliabilitas Persepsi Kemudahan.....	120
Lampiran 17 Hasil Uji Reliabilitas Risiko.....	120
Lampiran 18 Hasil Uji Reliabilitas Kepercayaan	120
Lampiran 19 Hasil Uji Reliabilitas Minat Penggunaan E-wallet OVO	121
Lampiran 20 Hasil Uji Normalitas.....	121
Lampiran 21 Hasil Uji Multikolinearitas	122
Lampiran 22 Hasil Uji Heterokedasitas	122
Lampiran 23 Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda	123
Lampiran 24 Hasil Uji Koefisien Determinasi	123
Lampiran 25 Hasil Uji F	123

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan persepsi kegunaan, persepsi kemudahan, risiko, dan kepercayaan terhadap minat penggunaan *e-wallet* OVO pada pelaku UMKM bidang kuliner di sekitar kampus Kabupaten Sleman. Populasi dalam penelitian ini adalah UMKM mikro bidang kuliner yang menggunakan *e-wallet* OVO dengan sampel yang diteliti yaitu 102 responden. Analisis dalam penelitian ini menggunakan *non probability sampling* dengan metode *purposive sample*. Penelitian ini menggunakan SPSS 26 sebagai alat bantu untuk olah data statistik. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa persepsi kegunaan, persepsi kemudahan dan risiko berpengaruh positif terhadap minat penggunaan *e-wallet* OVO pada pelaku UMKM bidang kuliner di sekitar kampus Kabupaten Sleman. Sedangkan, kepercayaan tidak berpengaruh terhadap minat penggunaan *e-wallet* OVO pada pelaku UMKM bidang kuliner di sekitar kampus Kabupaten Sleman.

Kata Kunci: Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan, Risiko, Kepercayaan, *e-wallet* OVO, UMKM.

ABSTRACT

This study aims to determine the relationship between perceived usefulness, perceived ease of use, risk, and trust towards the intention to use the OVO e-wallet among micro-enterprises in the culinary sector around campuses in Sleman Regency. The population of this study consists of micro culinary UMKM (Micro, Small, and Medium Enterprises) using the OVO e-wallet, with a sample of 102 respondents. The analysis in this study employs non-probability sampling with a purposive sampling method. This research uses SPSS 26 as a tool for statistical data processing. The results indicate that perceived usefulness, perceived ease of use, and risk positively influence the intention to use the OVO e-wallet among micro-enterprises in the culinary sector around campuses in Sleman Regency. However, trust does not affect the intention to use the OVO e-wallet among these businesses.

Keywords: Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, Risk, Trust, OVO e-wallet, MSMEs.

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pertumbuhan teknologi informasi dan komunikasi telah mengubah pola perilaku konsumen secara modern. Era digital membawa revolusi dalam berbagai bidang kehidupan yang dapat mempengaruhi cara pengguna dalam melakukan transaksi keuangan, bekerja, dan berkomunikasi (Wijaya & Sri, 2023). Inovasi-inovasi teknologi, seperti kecerdasan buatan, *internet of things* (IoT), dan *blockchain* telah membuka peluang baru dalam pengembangan sistem informasi, layanan *online*, dan pengalaman pengguna. Dukungan yang kuat dari pemerintah, investor dari sektor swasta, serta semangat inovasi dari komunitas teknologi telah mendorong percepatan pertumbuhan teknologi, menciptakan sebuah ekosistem yang dinamis, dan terus berkembang.

Dalam konteks perkembangan teknologi, salah satu faktor yang mempengaruhi adalah adanya pandemi COVID-19 yang mendunia. Pandemi ini telah memaksa masyarakat untuk beradaptasi dengan situasi yang serba digital. Dalam upaya untuk menjaga jarak sosial dan mengurangi risiko penularan virus menjadikan masyarakat tidak dapat melakukan aktivitas sehari-hari secara langsung melainkan harus beralih secara digital, terutama dalam hal berbelanja kebutuhan (Arianto, 2021).

Pandemi telah mempercepat inovasi dalam hal pembayaran dan perdagangan secara *online* (Arianto, 2021). Banyak konsumen beralih ke

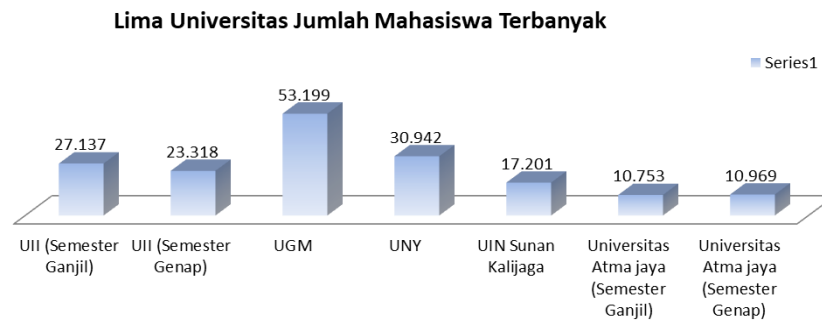
pembelian *online* untuk memenuhi kebutuhan dibandingkan berbelanja di toko-toko *offline*. Dikarenakan banyak konsumen yang khawatir dalam menggunakan uang secara konvensional. Hal ini menciptakan permintaan yang lebih besar terhadap minat penggunaan *platform* pembayaran digital.

Selain itu, minat mahasiswa dalam penggunaan *platform* pembayaran digital juga dapat mempengaruhi percepatan pertumbuhan teknologi. Mahasiswa cenderung memiliki pemahaman yang lebih baik mengenai teknologi baru dan memiliki pengaruh yang besar dalam mengarahkan tren konsumsi digital (ITS News, 2023). Ketika mahasiswa aktif dalam menggunakan *platform* pembayaran digital untuk bertransaksi sehari-hari dapat meningkatkan penetrasi pembayaran digital. Sebagai contoh, mahasiswa pada saat makan di daerah kampus atau di tempat-tempat lain akan lebih cenderung memilih tempat makan yang dapat melakukan pembayaran QR karena dirasa lebih mudah dibandingkan harus mengambil uang di ATM terlebih dahulu.

Terlebih jumlah mahasiswa di Kampus Swasta maupun Negeri di Kabupaten Sleman paling banyak dibanding daerah lainnya yang ada di Yogyakarta (SOLOPOSJOGJA, 2023) yaitu berjumlah 281.282 orang, terdiri dari mahasiswa perguruan tinggi swasta semester ganjil sebanyak 103.718 mahasiswa dan semester genap sebanyak 72.961 mahasiswa (Badan Pusat Statistik Kabupaten Sleman, 2017), serta di perguruan tinggi negeri sebanyak 104.603 mahasiswa (Badan Pusat Statistik Kabupaten Sleman, 2017). Dengan jumlah UMKM bidang kuliner yang ada di

Kabupaten Sleman sebanyak 25.307 (Dinas Koperasi dan UMKM Sleman, n.d.). Hal ini menjadi suatu alasan bagi UMKM bidang kuliner untuk memilih berjualan di sekitar kampus, karena mahasiswa umumnya memiliki pola konsumsi yang sering dan bervariasi, menginginkan makanan yang praktis, terjangkau, dan beragam. Selain itu, UMKM bidang kuliner yang berlokasi dekat dengan kampus pastinya mendapatkan peluang yang tinggi untuk mendapatkan pelanggan tetap dan baru. Sehingga, mendorong UMKM dalam bidang kuliner untuk dapat berproses dalam mengalami tren pembayaran digital.

Adanya jumlah mahasiswa Universitas Negeri dan Universitas Swasta di Kabupaten Sleman dan UMKM bidang kuliner di Kabupaten Sleman menjadi suatu alasan peneliti untuk melakukan penelitian. Sampel dari penelitian ini mengambil lima Universitas yang jumlah mahasiswanya terbanyak di Kabupaten Sleman. Universitas ini terdiri dari tiga Universitas Negeri (UGM, UNY, dan UIN Sunan Kalijaga) dan dua Universitas Swasta (UII dan Universitas Atma jaya). Berikut ini merupakan rincian jumlah mahasiswa terbanyak dari lima Universitas di Kabupaten Sleman.



Gambar 1.1 Lima Universitas dengan Jumlah Mahasiswa Terbanyak di Kabupaten Sleman

Sumber: *Badan Pusat Statistik Kabupaten Sleman, 2022.*

Gambar diatas menunjukkan bahwa UGM memiliki jumlah mahasiswa sebanyak 53.199 orang, UNY memiliki jumlah mahasiswa sebanyak 30.942, UIN Sunan Kalijaga memiliki jumlah mahasiswa sebanyak 17.201, UII memiliki jumlah mahasiswa sebanyak 27.137 (ganjil) dan 23.318 (genap), dan Universitas Atma jaya memiliki jumlah mahasiswa sebanyak 10.753 (ganjil) dan 10.969 (genap).

Namun, dalam konteks pembayaran digital, terdapat kesenjangan (GAP) antara mahasiswa yang aktif menggunakan pembayaran QR dengan pelaku penjual makanan, terutama para-Usaha Mikro, Kecil, Menengah (UMKM). Beberapa pelaku UMKM mungkin belum sepenuhnya siap menerima pembayaran digital atau belum memiliki infrastruktur yang memadai untuk menerima pembayaran melalui QR (Fasa et al., 2023). Hal ini dapat menjadi hambatan bagi mahasiswa yang ingin menggunakan

pembayaran digital saat membeli makanan dari pelaku usaha (UMKM) di kampus atau di sekitar lingkungan mereka.

Upaya yang dapat dilakukan untuk mengurangi kesenjangan tersebut adalah dengan memberikan edukasi dan pelatihan, subsidi dan dukungan teknis, serta promosi dan insentif kepada pelaku usaha terkait pembayaran digital (Haniko et al., 2023). Hal ini dapat memungkinkan mahasiswa dan pelaku usaha untuk saling mendukung dan memperkuat dalam mengadopsi pembayaran digital di lingkungan kampus dan di masyarakat umum. Upaya ini juga dapat membantu dalam memperluas aksesibilitas terhadap layanan keuangan bagi mahasiswa dan pelaku usaha, terutama di daerah yang mungkin memiliki keterbatasan infrastruktur keuangan konvensional. Dengan adanya adopsi pembayaran digital yang luas diharapkan bahwa dapat tercipta ekosistem ekonomi yang lebih inklusif dan berkelanjutan, yang memberikan manfaat bagi semua pihak yang terkait.

Pembayaran digital (*Digital payment*) merupakan pembayaran yang dilakukan secara elektronik, tanpa menggunakan uang tunai (Suryanto et al., 2022). Hal ini mencakup berbagai metode pembayaran elektronik, seperti kartu debit/kredit, transfer bank, pembayaran melalui aplikasi perbankan, dan pembayaran digital. *Digital payment* dapat dilakukan melalui berbagai platform dan saluran, termasuk situs web, aplikasi *mobile*, mesin pembayaran, dan perangkat lainnya. Salah satu pengadopsian dari *digital payment* adalah *e-wallet*.

E-wallet merupakan aplikasi atau layanan dompet elektronik yang dirancang untuk mempermudah transaksi antar pengguna dan dapat diakses dengan lebih mudah oleh masyarakat (Abrilia & Sudarwanto, 2020). *E-Wallet* merujuk pada *platform digital* yang memungkinkan pengguna dalam menyimpan uang secara elektronik dan melakukan transaksi, seperti pembayaran tagihan, transfer uang, pembelian barang, dan layanan keuangan lainnya, hanya dengan menggunakan perangkat elektronik yang terhubung dengan internet. Salah satu *e-wallet* yang populer di Indonesia adalah *e-wallet* OVO.

E-wallet OVO merupakan salah satu jenis teknologi keuangan berbasis sistem pembayaran digital (Darista & Mujilan, 2021). *E-wallet* OVO telah memberikan kontribusi besar terhadap transformasi digital di Indonesia. Seiring dengan meningkatnya penetrasi *smartphone* dan akses internet di seluruh negeri, *e-wallet* OVO memberikan solusi pembayaran yang mudah, cepat, dan aman bagi masyarakat, terutama dalam konteks penggunaan oleh pelaku Usaha Mikro, Kecil, Menengah (UMKM). Kemudahan penggunaan *e-wallet* OVO, baik melalui aplikasi *mobile* maupun fitur yang tersedia di berbagai merchant, serta berbagai metode pembayaran, telah mempercepat adopsi pembayaran digital di masyarakat luas. *E-wallet* OVO menggunakan kode QRIS, transfer saldo, pembayaran di *merchant* rekanan, dan metode pembayaran lainnya.

QRIS merupakan standar kode QR yang diterapkan di Indonesia untuk memfasilitasi berbagai transaksi pembayaran digital (Buluati et al.,

2023). QRIS dirancang oleh Bank Indonesia dan Asosiasi Sistem Pembayaran Indonesia (ASPI) untuk menyatukan berbagai metode pembayaran digital yang menggunakan kode QR dalam satu standar yang dapat diterima oleh semua penyedia layanan pembayaran.

Walaupun, QRIS sebagai penyatu berbagai metode pembayaran digital, terdapat kelemahan QRIS dibandingkan dengan *e-wallet* OVO yaitu pertama, dalam hal kemudahan penggunaan. Pelaku usaha diharuskan paham terkait pengelolaan sistem QRIS termasuk proses pendaftaran dan penyetoran ke rekening bank. Sedangkan OVO lebih sederhana tanpa perlu pengaturan tambahan yang rumit. Dalam hal ini pelaku UMKM hanya perlu mengunduh aplikasi dan mengikuti langkah mudah untuk menerima pembayaran. Kedua, QRIS tidak memiliki loyalitas dan promosi, sedangkan *e-wallet* OVO sering menawarkan program loyalitas, promosi, dan cashback yang dapat menarik banyak pelanggan. Sehingga pelaku UMKM bisa meningkatkan penjualan tanpa perlu mengatur program sendiri. Ketiga, Dalam hal pencatatan keuangan QRIS seringkali memerlukan pencatatan manual atau menggunakan aplikasi terpisah untuk manajemen keuangan, sedangkan *e-wallet* OVO menyediakan fitur pencatatan keuangan otomatis dalam aplikasinya yang dapat memudahkan pelaku UMKM untuk mengetahui pendapatan dan pengeluaran secara real time (Anugerah, 2023).

E-wallet Industry Outlook (2023) memaparkan bahwa OVO menduduki posisi kedua sebagai *e-wallet* yang paling populer untuk

digunakan yaitu sebesar 70 %, setelah Gopay yang menduduki posisi pertama sebagai *e-wallet* paling populer yaitu sebesar 71% (Insight Asia, 2022). Ini menunjukkan bahwa *e-wallet* OVO termasuk layanan teknologi keuangan yang mudah untuk digunakan dalam melakukan transaksi dan promosi. Namun, meskipun *e-wallet* OVO populer di kalangan pengguna, perlu adanya pendekatan lebih untuk mengadopsi *e-wallet* ini di kalangan pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Hal ini dikarenakan, UMKM memainkan peran penting dalam perekonomian lokal (Khairin et al., (2021) dan tidak semua UMKM paham terkait penggunaan *e-wallet* (Rudyanta, 2020).

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan salah satu sektor usaha sebagai tulang punggung perekonomian negara (Noviyanti & Erawati, 2021). Ini menunjukkan bahwa perlu adanya peningkatan pengadopsian *digital payment* dengan *e-wallet*, karena UMKM sangat penting dalam pertumbuhan ekonomi serta dapat menciptakan lapangan pekerjaan, terutama di daerah Kabupaten Sleman. UMKM yang ada di Kabupaten Sleman berjumlah 109.759. Diantaranya terdapat 109.579 jumlah usaha mikro dengan pembagian level yang berbeda-beda sebagai fokus subjek pada penelitian ini, yaitu UMKM mikro level 1 berjumlah 98.332, UMKM mikro level 2 berjumlah 9.070, UMKM mikro level 3 berjumlah 1.640, UMKM mikro level 4 berjumlah 398, dan UMKM mikro level 5 berjumlah 139. Lalu, jumlah usaha kecil

yaitu sebanyak 168 dan 11 jumlah usaha menengah (Dinas Koperasi dan UMKM Sleman, n.d.)

Dalam konteks minat penggunaan *e-wallet* di kalangan pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM), penting untuk memahami faktor-faktor yang mempengaruhi minat UMKM dalam mengadopsi teknologi ini. Beberapa faktor yang menjadi alasan bagi pelaku usaha (UMKM) mulai minat menggunakan *e-wallet* dalam adopsi teknologi ini, antara lain persepsi kegunaan, persepsi kemudahan, risiko, dan kepercayaan. Persepsi kegunaan mengacu pada keyakinan pengguna teknologi bahwa teknologi baru dapat memberikan manfaat dalam memenuhi kebutuhan transaksional mereka. Sementara itu, persepsi kemudahan menggambarkan tingkat kemudahan penggunaan teknologi dalam melakukan transaksi dibandingkan dengan metode pembayaran konvensional. Risiko di sini mencakup berbagai kekhawatiran pengguna terkait dengan keamanan, privasi, dan ketidakpastian terkait dengan penggunaan teknologi. Apabila risiko yang dirasakan semakin kecil, maka pengguna akan semakin tertarik dalam menggunakan teknologi baru. Terakhir, kepercayaan terbentuk karena adanya tingkat keyakinan bahwa dalam menggunakan teknologi akan memberikan kemudahan dan manfaat bagi pengguna teknologi (Pavlou, 2003).

Berdasarkan uraian latar belakang permasalahan di atas, penulis mereplikasi penelitian (Zusrony et al., 2023) mengenai analisis *perceived usefulness*, *perceived ease of use*, dan *perceived risk* terhadap minat

penggunaan pembayaran digital QRIS pada pelaku UMKM. Lokasi pada penelitian tersebut adalah di Kota Salatiga. Berbeda dengan penelitian sebelumnya penelitian ini menambahkan variabel independen yaitu kepercayaan dan menggunakan *e-wallet* OVO sebagai penguat dari variabel dependen yaitu minat penggunaan. Untuk sampel yang digunakan sama yaitu UMKM, namun lebih diutamakan bagi UMKM bidang kuliner yang mikro. Selain itu, lokasi penelitian yang diteliti berbeda yaitu di Kabupaten Sleman. Dengan demikian, judul penelitian ini **“Pengaruh Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan, Risiko, dan Kepercayaan terhadap Minat Penggunaan E-wallet OVO (Studi Kasus: Pelaku UMKM Bidang Kuliner Sekitar Kampus di Kabupaten Sleman.”**

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan diatas, maka terdapat rumusan masalah dalam penelitian ini, sebagai berikut:

1. Apakah persepsi kegunaan *e-wallet* OVO mempengaruhi minat penggunaan pelaku UMKM bidang kuliner sekitar kampus di kabupaten Sleman?
2. Apakah persepsi kemudahan penggunaan *e-wallet* OVO berpengaruh terhadap minat pelaku UMKM bidang kuliner dalam mengadopsi platform tersebut?

3. Apakah risiko memiliki pengaruh terhadap keputusan pelaku UMKM bidang kuliner sekitar kampus di Kabupaten Sleman untuk menggunakan atau tidak menggunakan *e-wallet* OVO?
4. Apakah kepercayaan terhadap keandalan dan keamanan *e-wallet* OVO berpengaruh dalam membentuk minat pelaku UMKM bidang kuliner untuk mengadopsi platform tersebut?

1.3 Tujuan Penelitian

Dengan adanya penelitian ini, tujuan yang ingin dipaparkan, diantaranya sebagai berikut:

1. Untuk mengidentifikasi sejauh mana persepsi kegunaan *e-wallet* OVO mempengaruhi minat penggunaan oleh pelaku UMKM bidang kuliner sekitar kampus di kabupaten Sleman.
2. Untuk menentukan tingkat pengaruh persepsi kemudahan penggunaan *e-wallet* OVO terhadap minat pelaku UMKM bidang kuliner sekitar kampus di kabupaten Sleman dalam mengadopsi platform ini.
3. Untuk mengevaluasi dampak risiko terhadap keputusan pelaku UMKM bidang kuliner sekitar kampus di kabupaten Sleman untuk menggunakan atau tidak menggunakan *e-wallet* OVO.
4. Untuk menganalisis bagaimana tingkat kepercayaan pelaku UMKM bidang kuliner sekitar kampus di kabupaten Sleman

terhadap keandalan dan keamanan *e-wallet* OVO berkontribusi pada minat UMKM untuk mengadopsi platform ini.

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi sebagai berikut:

a. Bagi Akademisi

Diharapkan penelitian ini memberikan kontribusi terhadap pemahaman yang lebih mendalam mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi adopsi teknologi, khususnya dalam konteks penggunaan *e-wallet* OVO oleh pelaku UMKM. Temuan dari penelitian ini dapat menjadi sumber informasi yang berharga untuk pengembangan teori-teori baru dalam bidang penerimaan teknologi dan perilaku konsumen. Selain itu, penelitian ini juga dapat menjadi landasan bagi penelitian lanjutan, pembuka diskusi, dan referensi.

b. Bagi Penulis

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk meningkatkan pengetahuan mengenai akuntansi, khususnya yang berkaitan dengan sistem informasi akuntansi yaitu adopsi *e-wallet* OVO bagi UMKM. Selain itu, penelitian ini juga dapat memberikan pengalaman penelitian yang berharga bagi penulis dalam mengembangkan keterampilan metodologi, analisis data, dan penulisan ilmiah.

c. Bagi Peneliti

Diharapkan penelitian ini memberikan kesempatan untuk mendalami dan memahami lebih lanjut mengenai dinamika adopsi teknologi di kalangan pelaku UMKM. Peneliti memiliki kesempatan untuk menerapkan metodologi penelitian yang tepat, mengumpulkan data yang relevan, dan menganalisis temuan dengan teliti untuk menghasilkan hasil yang akurat dan bermakna. Hasil dari penelitian ini dapat menjadi dasar untuk pengembangan solusi atau strategi yang lebih baik dalam mendukung adopsi teknologi oleh pelaku UMKM.

d. Dampak Sosial, Bisnis, dan Masyarakat

Diharapkan penelitian ini memiliki potensi dampak yang signifikan dalam berbagai aspek, seperti ekonomi, sosial, dan bisnis. Dengan memahami faktor-faktor yang mempengaruhi minat penggunaan *e-wallet* OVO oleh pelaku UMKM, dapat dikembangkan kebijakan atau program yang lebih efektif untuk mendukung pertumbuhan dan pengembangan UMKM di Kabupaten Sleman. Selain itu, adopsi teknologi oleh UMKM juga dapat berkontribusi pada peningkatan inklusi keuangan, efisiensi operasional, dan aksesibilitas layanan keuangan bagi masyarakat luas.

1.5 Sistematika Pembahasan

Sistematika pembahasan untuk penelitian mengenai Pengaruh persepsi kegunaan, persepsi kemudahan, risiko, dan kepercayaan terhadap

minat penggunaan *e-wallet* OVO pada pelaku UMKM di Kabupaten Sleman dapat diuraikan sebagai berikut:

BAB 1 : PENDAHULUAN

Bab ini membahas mengenai latar belakang penelitian serta permasalahan yang ingin diteliti. Selain itu, terdapat perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika pembahasan.

BAB II : KAJIAN PUSTAKA

Bab ini mencakup landasan teori dan definisi variabel yang digunakan untuk menjelaskan perumusan hipotesis, telaah penelitian terdahulu, dan kerangka pemikiran penulis.

BAB III : METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini membahas metodologi penelitian secara detail mengenai jenis penelitian yang digunakan, populasi, dan sampel penelitian, sumber data dan teknik pengumpulan data, definisi dan pengukuran variabel, dan metode analisis data yang akan digunakan pada penelitian.

BAB IV : ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

Bab ini membahas hasil analisis data yang telah dilakukan, uji hipotesis, dan pembahasan mengenai hasil hipotesis penelitian.

BAB V : KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini menyajikan kesimpulan dari keseluruhan penelitian, yang mencakup rangkuman temuan-temuan utama, implikasi praktis, serta saran dari hasil penelitian untuk digunakan sebagai rujukan dalam penelitian selanjutnya.

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

2.1 Landasan Teori

2.1.1 *Teori Acceptance Model (TAM)*

Teori Acceptance Model (TAM) merupakan suatu model yang digunakan untuk mengetahui minat penerimaan terhadap suatu teknologi secara global, yang diprakarsai oleh Fred Davis pada tahun 1989. Teori ini merupakan pengembangan dari *Theory of Reasoned Action (TRA)*. Teori ini mengasumsikan dua alasan utama yang menentukan sikap pengguna dalam mengadopsi teknologi yang akan menentukan niat untuk menggunakan teknologi yaitu persepsi kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*) dan persepsi kegunaan (*perceived usefulness*) (Wicaksono, 2022).

Persepsi kemudahan penggunaan mengacu pada sejauh mana kepercayaan seseorang untuk menggunakan teknologi dengan mudah. Apabila, seseorang percaya bahwa teknologi tersebut mudah untuk digunakan dan tidak memerlukan usaha yang berlebihan, maka akan banyak orang yang menggunakan dan menerima teknologi tersebut. Namun, apabila banyak orang yang percaya bahwa teknologi yang digunakan itu sulit maka tidak akan ada yang menggunakan dan menerima teknologi tersebut (Davis, 1989). Hal ini menyatakan bahwa persepsi kemudahan dan persepsi kegunaan memiliki pengaruh terhadap intensi penggunaan pada suatu teknologi.

Dalam konteks penggunaan teknologi, TAM juga dikembangkan oleh faktor-faktor tambahan lainnya. Venkatesh & Davis (2008) pada (Wicaksono, 2022) memublikasikan TAM dengan menambahkan faktor-faktor lainnya yaitu *trust* (kepercayaan), norma subjektif, dan kondisi yang memfasilitasi, yang hasilnya adalah berpengaruh signifikan terhadap penerimaan pengguna. Penelitian ini melibatkan variabel-variabel TAM (kemudahan, kegunaan, dan kepercayaan) dengan menambahkan variabel risiko sebagai landasan teori mengenai pengadopsian *digital payment* melalui minat penggunaan *e-wallet*.

2.1.2 Persepsi Kegunaan (*Perceived Usefulness*)

Persepsi kegunaan didefinisikan sebagai tolak ukur untuk mengetahui tingkat kepercayaan pengguna terhadap proses suatu sistem yang bertujuan untuk meningkatkan hasilnya (Ardianto & Azizah, 2021). Dalam konteks penerimaan teknologi, ketika seseorang merasa bahwa suatu teknologi dapat membantu dalam menyelesaikan tugas atau mencapai tujuan dengan lebih efektif dan efisien daripada cara konvensional, maka mereka cenderung memiliki persepsi kegunaan yang tinggi terhadap teknologi tersebut. Dengan kata lain, persepsi kegunaan melibatkan penilaian subjektif seseorang mengenai relevansi dan manfaat teknologi dalam memenuhi kebutuhan atau mencapai tujuan bagi pengguna.

2.1.3 Persepsi Kemudahan (*Perceived Ease of Use*)

Persepsi kemudahan merupakan wujud kepercayaan individu dalam mengambil keputusan untuk menggunakan sistem informasi dengan mudah

(Oktaviana et al., 2023). Dalam penggunaan *e-wallet*, persepsi kemudahan mungkin mencakup faktor-faktor, seperti interaksi pengguna yang mudah dipahami, proses pendaftaran dan pembayaran yang tidak rumit, serta bantuan pelanggan yang cepat dan efektif. Adanya kemudahan penggunaan *e-wallet* yang dirasakan oleh pengguna dapat mempengaruhi produktivitas dan efisiensi dalam melakukan transaksi keuangan sehari-hari.

Dalam konteks penggunaan *e-wallet*, apabila seseorang memiliki rasa percaya bahwa sistem teknologi informasi yang digunakan tidak mudah maka dapat dikatakan orang tersebut tidak akan menggunakannya (Mawardani & Dwijayanti, 2021). Dengan kata lain, adanya suatu keyakinan dalam mengambil keputusan dapat menjadikan seseorang merasa percaya bahwa sistem informasi yang digunakan mudah untuk dioperasikan.

2.1.4 Risiko (*Risk*)

Risiko merupakan suatu penerimaan yang dialami seseorang dalam menggunakan suatu teknologi (Zusrony et al., 2023). Risiko dalam penggunaan teknologi merujuk pada ketidakpastian atau potensi konsekuensi negatif yang mungkin timbul sebagai akibat dari penggunaan teknologi tersebut. Dalam penggunaan *e-wallet* OVO, risiko bisa berasal dari berbagai aspek, seperti risiko keamanan data dan privasi, risiko keuangan (penipuan atau kehilangan dana), serta risiko ketergantungan yang berlebihan pada teknologi. Hal ini yang memungkinkan pengguna *e-wallet* memiliki rasa kekhawatiran terkait risiko-risiko tersebut, karena dapat berdampak langsung pada pengguna *e-wallet*.

2.1.5 Kepercayaan (*Trust*)

Kepercayaan merupakan suatu sikap yang dilakukan oleh seseorang ketika sudah merasa cukup paham dalam melakukan suatu hal (Syahrina & Christiana, 2023). Hal ini dikarenakan persepsi kepercayaan terbentuk karena adanya pengalaman, proses sosial, yang dimulai dengan pencarian informasi, kemudian interaksi hingga keyakinan individu dalam menerima risiko. Sehingga, dalam persepsi kepercayaan sangat penting untuk diterapkan karena faktor ini sebagai pondasi dalam melakukan transaksi pembayaran yang dilakukan oleh para pengguna *platform* digital.

2.1.6 Minat Penggunaan

Minat penggunaan merupakan adanya dorongan yang muncul untuk melakukan sesuatu (Oktaviana et al., 2023). Adanya minat penggunaan dapat dijadikan sebagai tolak ukur dalam memberikan informasi, seperti banyak atau tidaknya seseorang untuk menggunakan layanan teknologi keuangan tersebut. Minat penggunaan *e-wallet* dapat mencerminkan seberapa besar dorongan atau keinginan pengguna untuk mengadopsi *e-wallet* sebagai alat pembayaran dan manajemen keuangan. Dengan memahami seberapa besar minat penggunaan yang dimiliki oleh pengguna *e-wallet* dapat mengembangkan strategi yang lebih efektif dan mengurangi hambatan-hambatan yang mungkin dihadapi oleh pengguna dalam mengadopsi *e-wallet*.

2.1.7 E-wallet OVO

E-wallet merupakan suatu layanan teknologi keuangan yang digunakan untuk bertransaksi secara digital (Kilani et al., 2023). Adanya berbagai macam *e-wallet* menjadikan pengguna dapat merasakan kelebihan dan kekurangannya. Menurut data dari bank Indonesia, terdapat 38 *e-wallet* yang telah mendapatkan lisensi resmi, salah satunya yaitu *e-wallet* OVO dengan perolehan posisi kedua setelah Gopay di tahun 2019 (Devita, 2019 dalam (Widiyanti, 2020)).

OVO merupakan sebuah layanan teknologi keuangan yang diimplementasikan dari aplikasi Grab untuk melakukan suatu transaksi pembayaran jasa, seperti pengantaran atau membeli makanan yang dipesan secara online (Saputra & Natsir, 2023). *E-wallet* OVO tersedia beberapa layanan lainnya dengan fitur yang lengkap, seperti transfer uang, top up dan pembayaran tagihan, *cashback* dan promo, serta *point rewards*. Adanya OVO menjadi salah satu alternatif yang memudahkan pengguna dalam melakukan transaksi baik langsung di aplikasi OVO atau aplikasi Grab. Dengan demikian, adanya *e-wallet* OVO sama halnya dengan TAM yang dapat memiliki pengaruh terkait kemanfaatan, kemudahan pengguna, risiko, dan kepercayaan.

2.1.8 Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM)

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan bagian penting dalam perekonomian (Kilani et al., 2023). UMKM memiliki konsep sesuai UU No 20 Tahun 2008, yaitu:

1. Usaha Mikro

Usaha Mikro merupakan usaha yang dimiliki oleh perorangan atau badan ekonomi yang telah sesuai dengan kriteria usaha mikro. Kriteria usaha mikro, yaitu:

- a. Memiliki ekuitas maksimal sebesar Rp50.000.000,00 tidak termasuk bangunan usaha dan tanah, atau
- b. Hasil penjualan tahunan maksimal Rp300.000.000,00.

2. Usaha Kecil

Usaha kecil merupakan aktivitas ekonomi efektif yang dikelola oleh perseorangan atau badan ekonomi yang bukan merupakan cabang dari usaha yang dimiliki, dikelola, ataupun usaha menengah atau besar. Kriteria usaha kecil, yaitu:

- a. Mempunyai ekuitas lebih dari Rp 50.000.000,00 sampai maksimal sebesar Rp500.000.000,00 tidak termasuk bangunan usaha dan tanah, atau
- b. Memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp300.000.000,00 sampai maksimal Rp2.500.000.000,00.

3. Usaha Menengah

Usaha menengah merupakan kegiatan usaha ekonomi yang dikuasai oleh perseorangan atau badan usaha, bukan industri, melainkan usaha skala kecil atau besar. Kriteria usaha menengah, yaitu:

- a. Memiliki ekuitas lebih dari Rp500.000.000,00 sampai maksimal Rp10.000.000.000,00 tidak termasuk bangunan usaha dan tanah, atau
- b. Memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp2.500.000.000,00 sampai maksimal Rp50.000.000.000,00.

2.2 Telaah Kajian Terdahulu

Tabel 2.1 Ringkasan Kajian Terdahulu

No	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Variabel Penelitian	Objek Penelitian	Hasil Penelitian
1	Rodiah & Melati (2020)	Pengaruh kemudahan, kemanfaatan, risiko, dan kepercayaan, terhadap minat menggunakan <i>e-wallet</i> pada generasi milenial kota Semarang	Variabel Independen: - Kemudahan - Kemanfaatan - Risiko - Kepercayaan Variabel Dependen: - Minat menggunakan <i>e-wallet</i>	Generasi milenial pengguna <i>e-wallet</i> di Kota Semarang	Persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan <i>e-wallet</i> Persepsi manfaat berpengaruh positif dan signifikan

No	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Variabel Penelitian	Objek Penelitian	Hasil Penelitian
					terhadap minat menggunakan <i>e-wallet</i> Persepsi risiko berpengaruh negatif dan signifikan terhadap minat menggunakan <i>e-wallet</i> Persepsi kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan <i>e-wallet</i>
2	Noviyanti & Erawati (2021)	Pengaruh persepsi kemudahan, kepercayaan, dan efektivitas terhadap	Variabel Independen: - Kemudahan - Kepercayaan - Efektivitas Variabel Dependen:	Pelaku UMKM di Kabupaten Bantul	Persepsi kemudahan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan

No	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Variabel Penelitian	Objek Penelitian	Hasil Penelitian
		minat menggunakan <i>financial technology</i> (fintech) (Studi kasus: UMKM di kabupaten Bantul)	- Minat menggunakan <i>financial technology</i> (fintech)		<i>financial technology</i> (fintech) Persepsi kepercayaan berpengaruh negatif dan tidak berpengaruh terhadap minat menggunakan <i>financial technology</i> (fintech) Efektivitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan <i>financial technology</i> (fintech)
3	Darista & Mujilan	Pengaruh Persepsi	Variabel Independen:	Masyarakat kota Madiun	Persepsi kegunaan

No	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Variabel Penelitian	Objek Penelitian	Hasil Penelitian
	(2021)	Kegunaan, Persepsi Kemudahan, Persepsi Kepercayaan dan Persepsi Risiko Terhadap Minat Penggunaan Aplikasi OVO sebagai Alat Pembayaran <i>E-Money</i>	- Kegunaan - Kemudahan - Kepercayaan - Risiko Variabel Dependen: - Minat penggunaan Aplikasi OVO	yang menggunakan aplikasi <i>e-money</i> OVO dalam melakukan transaksi pembayaran	berpengaruh positif terhadap minat penggunaan aplikasi <i>e-money</i> OVO. Persepsi kemudahan berpengaruh positif terhadap minat penggunaan aplikasi <i>e-money</i> OVO. Persepsi kepercayaan berpengaruh positif terhadap minat penggunaan aplikasi <i>e-money</i> OVO. Persepsi risiko berpengaruh

No	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Variabel Penelitian	Objek Penelitian	Hasil Penelitian
					negatif terhadap minat penggunaan aplikasi <i>e-money</i> OVO.
4	Purnomo & Ramadani (2022)	Pengaruh manfaat, kemudahan terhadap minat pemakaian <i>financial technology</i> pada penggunaan pembayaran digital UMKM di Sumenep	Variabel Independen: - Manfaat - Kemudahan Variabel Dependen: - Minat pemakaian <i>financial technology</i>	Pelaku UMKM di sekitar wilayah Pantai Slopeng	Manfaat penggunaan berpengaruh signifikan terhadap minat pemakaian pembayaran digital Kemudahan penggunaan berpengaruh signifikan terhadap minat pemakaian pembayaran digital
5	Rivaldi & Dinaroe (2022)	Faktor-faktor yang mempengaruhi minat	Variabel Independen: (Faktor-Faktor) - Kepercayaan	Para pelaku UMKM di kota Banda Aceh	Kepercayaan tidak berpengaruh terhadap minat

No	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Variabel Penelitian	Objek Penelitian	Hasil Penelitian
		penggunaan fintech pada UMKM di kota Banda Aceh menggunakan pendekatan <i>technology acceptance model</i> (TAM)	- Kemanfaatan - Kemudahan - Norma Subjektif Variabel Dependen: - Minat penggunaan <i>fintech</i> pada UMKM		perilaku untuk menggunakan <i>fintech</i> pada UMKM Kemanfaatan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat perilaku untuk menggunakan <i>fintech</i> pada UMKM Kemudahan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat perilaku untuk menggunakan <i>fintech</i> pada UMKM Norma Subjektif

No	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Variabel Penelitian	Objek Penelitian	Hasil Penelitian
					berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat perilaku untuk menggunakan <i>fintech</i> pada UMKM
6	Buluati et al. (2023)	Pengaruh kemudahan, keamanan, dan kepercayaan bertransaksi terhadap minat menggunakan QRIS (<i>Quick Response Indonesian Standard</i>) pada pelaku UMKM di kabupaten Boalemo	Variabel Independen: - Kemudahan - Keamanan - Kepercayaan Variabel Dependen: - Minat menggunakan QRIS	Para pelaku UMKM di Kabupaten Boalemo	Kemudahan bertransaksi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan QRIS. Keamanan transaksi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan QRIS. Kepercayaan

No	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Variabel Penelitian	Objek Penelitian	Hasil Penelitian
					transaksi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan QRIS.
7	Zusrony et al. (2023)	Analisis <i>perceived usefulness</i> , <i>perceived ease of use</i> , dan <i>perceived risk</i> terhadap minat penggunaan pembayaran digital <i>Quick Response Indonesia Standard</i> (QRIS) pada pelaku UMKM.	Variabel Independen: - <i>Perceived usefulness</i> - <i>Perceived ease of use</i> - <i>Perceived Risk</i> Variabel Dependen: - Minat penggunaan QRIS	Para pelaku UMKM di kota Salatiga	<i>Perceived usefulness</i> berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan QRIS. <i>perceived ease of use</i> berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan QRIS. <i>Perceived Risk</i> berpengaruh

No	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Variabel Penelitian	Objek Penelitian	Hasil Penelitian
					positif dan signifikan terhadap minat penggunaan pembayaran digital QRIS.
8	Ardian et al. (2023)	Pengaruh kemudahan, kemanfaatan, dan risiko terhadap minat penggunaan <i>financial technology</i> pada pembayaran digital pariwisata di kabupaten Sumenep.	Variabel Independen: - Kemudahan - Kemanfaatan - Risiko Variabel Dependen: - Minat penggunaan <i>financial technology (fintech)</i>	Pengguna pembayaran digital di daerah pariwisata Kabupaten Sumenep	Kemudahan berpengaruh positif signifikan terhadap minat <i>financial technology</i> pada pengguna pembayaran digital. Kemanfaatan berpengaruh positif signifikan terhadap minat <i>financial technology</i> pada pengguna pembayaran digital.

No	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Variabel Penelitian	Objek Penelitian	Hasil Penelitian
					Risiko berpengaruh negatif signifikan terhadap minat <i>financial technology</i> pada pengguna pembayaran digital.
9	Tresnawaty et al. (2023)	Peranan <i>technology acceptance models</i> dalam minat penggunaan <i>financial technology</i> pada UMKM	Variabel Independen: (Peranan TAM) - Kepercayaan - Kemudahan - Norma Subjektif Variabel Dependen: - Minat penggunaan <i>financial technology</i> pada UMKM	UMKM di Kabupaten Lama Utara, Jakarta Selatan	Kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap minat penggunaan <i>financial technology</i> pada UMKM Persepsi manfaat berpengaruh signifikan terhadap minat penggunaan <i>financial technology</i>

No	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Variabel Penelitian	Objek Penelitian	Hasil Penelitian
					<i>technology</i> pada UMKM Persepsi kemudahan pengguna berpengaruh signifikan terhadap minat penggunaan <i>financial</i> <i>technology</i> pada UMKM Norma subjektif berpengaruh signifikan terhadap minat penggunaan <i>financial</i> <i>technology</i> pada UMKM

2.3 Hipotesis Penelitian

2.3.1 Pengaruh persepsi kegunaan terhadap minat penggunaan *e-wallet*

OVO pada pelaku UMKM bidang kuliner

Persepsi kegunaan (*perceived usefulness*) merupakan suatu kemungkinan bagi individu untuk memiliki kinerja yang lebih unggul dalam penggunaan sistem layanan keuangan (Ardianto & Azizah, 2021). Berdasarkan teori *Technology Acceptance Models* (TAM) bahwa persepsi kegunaan sebagai faktor yang digunakan untuk menilai sejauh mana seseorang tertarik untuk menggunakan teknologi keuangan. Ini mengimplikasikan bahwa semakin pengguna merasakan manfaat yang tinggi dari penggunaan teknologi tersebut, semakin besar kemungkinan untuk menerimanya. Penelitian yang dilakukan oleh Purnomo & Ramadani (2022) menyatakan bahwa manfaat berpengaruh signifikan terhadap minat pemakaian pembayaran digital. Penelitian lain oleh Darista & Mujilan (2021) memperoleh hasil bahwa kegunaan berpengaruh positif terhadap minat penggunaan aplikasi *e-money* OVO. Sama seperti penelitian Zusrony et al. (2023) bahwa *perceived usefulness* berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan pembayaran digital QRIS.

Berdasarkan penelitian terdahulu mengenai pengaruh persepsi kegunaan terhadap minat penggunaan *e-wallet* OVO pada pelaku UMKM di Kabupaten Sleman, maka mengajukan hipotesis sebagai berikut:

H1: persepsi kegunaan berpengaruh positif terhadap minat penggunaan e-wallet OVO pada pelaku UMKM bidang kuliner sekitar kampus di Kabupaten Sleman

2.3.2 Pengaruh persepsi kemudahan terhadap minat penggunaan *e-wallet*

OVO pada pelaku UMKM

Persepsi kemudahan adalah apabila pengguna layanan sistem keuangan yakin terhadap suatu teknologi maka pengguna akan merasa lebih mudah dalam menggunakan teknologi keuangan (Ardianto & Azizah, 2021). Berdasarkan teori *Technology Acceptance Models* (TAM), persepsi kemudahan pengguna menjadi salah satu faktor dalam penerimaan teknologi keuangan yang digunakan dalam kehidupan sehari-hari. Hal ini dikarenakan tingkat kemudahan penggunaan yang didasarkan oleh keyakinan pada suatu teknologi dapat mempengaruhi minat penggunaan untuk menerima dan menggunakan teknologi keuangan yang dijalankan oleh individu atau suatu kelompok.

Persepsi kemudahan juga mengasumsikan bahwa semakin sedikit hambatan atau kesulitan yang dialami oleh pengguna dalam mempelajari dan menggunakan suatu teknologi, semakin besar kemungkinan mereka merasa nyaman dan percaya diri dalam mengadopsi teknologi tersebut (Wicaksono, 2022). Dengan kata lain, semakin intuitif dan *user-friendly* suatu teknologi, semakin tinggi kemungkinan bahwa pengguna menerima dan menggunakan teknologi tersebut secara efektif.

Penelitian yang dilakukan oleh Purnomo & Ramadani (2022) dan Tresnawaty et al. (2023) menyatakan bahwa kemudahan pengguna berpengaruh signifikan terhadap minat penggunaan pembayaran digital (*fintech*). Penelitian lain oleh Darista & Mujilan (2021) menunjukkan bahwa persepsi kemudahan berpengaruh positif terhadap minat penggunaan aplikasi *e-money* OVO. Selain

itu, penelitian oleh Rodiah & Melati (2020) menyatakan bahwa persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan *e-wallet*.

Berdasarkan penelitian terdahulu mengenai pengaruh persepsi kemudahan terhadap minat penggunaan *e-wallet* OVO pada pelaku UMKM di Kabupaten Sleman, maka mengajukan hipotesis sebagai berikut:

H2: persepsi kemudahan berpengaruh positif minat penggunaan e-wallet OVO pada pelaku UMKM bidang kuliner sekitar kampus di Kabupaten Sleman

2.3.3 Pengaruh risiko terhadap minat penggunaan *e-wallet* OVO pada pelaku UMKM

Risiko merupakan penilaian pelanggan atas konsekuensi, dampak negatif, atau hasil terhadap keraguannya setelah melakukan transaksi dalam membeli suatu barang atau jasa (Ningsih et al., 2021). Ini dapat mencakup prediksi tentang potensi kerugian, kegagalan, atau dampak negatif lainnya yang mungkin timbul sebagai hasil dari suatu keputusan, tindakan, atau kondisi tertentu. Hipotesis risiko sering digunakan dalam manajemen risiko untuk membantu organisasi dalam merencanakan, mengidentifikasi, dan mengelola risiko yang mungkin terjadi. Dengan membuat hipotesis risiko yang kuat, organisasi dapat mengembangkan strategi mitigasi yang efektif untuk mengurangi dampak negatif yang mungkin timbul.

Penelitian yang dilakukan oleh Darista & Mujilan (2021) menyatakan bahwa risiko berpengaruh negatif terhadap minat penggunaan aplikasi *e-money* OVO. Hal ini sejalan dengan penelitian oleh Rodiah & Melati (2020) dan Ardian et al. (2023) yang menunjukkan bahwa risiko berpengaruh negatif dan signifikan terhadap minat menggunakan *e-wallet (fintech)*. Namun berbeda dengan penelitian lainnya, Zusrony at al. (2023) menyatakan bahwa *Perceived Risk* berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan pembayaran digital QRIS.

Berdasarkan penelitian terdahulu mengenai pengaruh risiko terhadap minat penggunaan *e-wallet* OVO pada pelaku UMKM di Kabupaten Sleman, maka mengajukan hipotesis sebagai berikut:

H3: risiko berpengaruh positif terhadap minat penggunaan e-wallet OVO pada pelaku UMKM bidang kuliner sekitar kampus di Kabupaten Sleman

2.3.4 Pengaruh kepercayaan terhadap minat penggunaan *e-wallet* OVO pada pelaku UMKM

Persepsi kepercayaan merupakan suatu keyakinan konsumen atas suatu sikap dan perilaku pihak yang lainnya seperti penyedia jasa, dan juga ekspektasi keyakinan terhadap suatu produk (Asri et al., 2022). Ini menunjukkan bahwa individu cenderung untuk bertindak sesuai dengan keyakinan mereka terhadap suatu entitas atau situasi. Misalnya, dalam konteks teknologi, kepercayaan akan menyatakan bahwa jika seseorang percaya suatu teknologi aman dan dapat

diandalkan, maka mereka akan lebih mungkin untuk menggunakannya secara aktif atau konsisten. Persepsi kepercayaan juga dapat berhubungan dengan kepercayaan individu terhadap orang lain, seperti kepercayaan terhadap merek, institusi, atau mitra bisnis. Oleh karena itu, apabila pelaku UMKM di Kabupaten Sleman merasa bahwa menggunakan *e-wallet* mudah dipelajari dan digunakan tanpa kesulitan yang signifikan, maka minat mereka untuk menggunakan *e-wallet* akan meningkat.

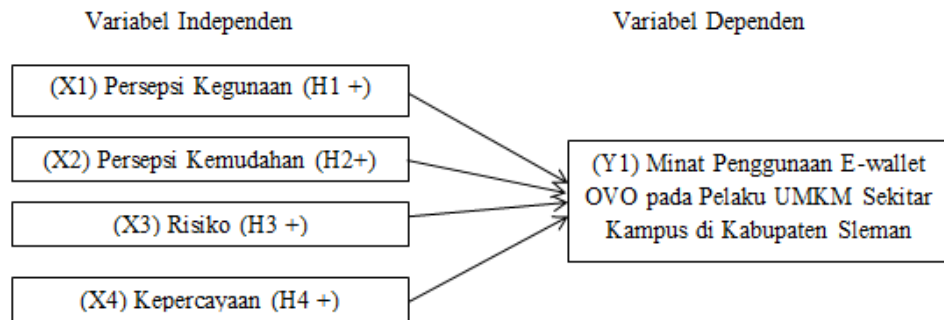
Penelitian yang dilakukan oleh Darista & Mujilan (2021) menyatakan bahwa kepercayaan berpengaruh positif terhadap minat penggunaan aplikasi *e-money* OVO. Hal ini sejalan dengan Buluati et al. (2023) yang menyatakan bahwa kepercayaan transaksi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan QRIS. Berbeda dengan penelitian lain, Noviyanti & Erawati (2021) menyatakan bahwa persepsi kepercayaan berpengaruh negatif dan tidak berpengaruh terhadap minat menggunakan financial technology (fintech). Sejalan dengan Rivaldi & Dinaroe (2022) menyatakan bahwa kepercayaan tidak berpengaruh terhadap minat perilaku untuk menggunakan fintech pada UMKM.

Berdasarkan penelitian terdahulu mengenai pengaruh kepercayaan terhadap minat penggunaan *e-wallet* OVO pada pelaku UMKM di Kabupaten Sleman, maka mengajukan hipotesis sebagai berikut:

H4: kepercayaan berpengaruh positif terhadap minat penggunaan e-wallet OVO pada pelaku UMKM bidang kuliner sekitar kampus di Kabupaten Sleman

2.4 Kerangka Pemikiran

Kerangka dalam penelitian ini dapat digambarkan sebagai berikut:



Gambar 2. 1 Kerangka Pemikiran

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode penelitian kuantitatif. Sumber data yang digunakan adalah data primer. Data primer didapatkan dari hasil kuesioner yang disebarakan kepada para pelaku UMKM bidang kuliner sekitar kampus di kabupaten Sleman (UII, UGM, UNY, UIN Sunan Kalijaga, dan Universitas Atma jaya) sebagai responden penelitian secara online dan offline, serta diisi oleh para responden melalui *google form* dengan alasan pertimbangan waktu yang lebih efisien. Tujuan dari pengumpulan data ini untuk memberikan penyelesaian permasalahan yang dilakukan oleh peneliti dengan cara mengetahui pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen.

3.2 Subjek dan Objek Penelitian

Subjek penelitian ini adalah pelaku Usaha Mikro, Kecil, Menengah (UMKM) bidang kuliner yang beroperasi sekitar kampus di Kabupaten Sleman (UII, UGM, UNY, UIN Sunan Kalijaga, dan Universitas Atma jaya). Sebagai subjek penelitian, UMKM mikro bidang kuliner merupakan kelompok yang menjadi fokus utama dalam penelitian ini, karena mereka merupakan pengguna potensial dari teknologi *e-wallet* OVO. Para pelaku UMKM mikro bidang kuliner sekitar kampus di Kabupaten Sleman menjadi responden penelitian untuk mengisi kuesioner terkait persepsi mereka terhadap *e-wallet* OVO. Sementara itu, objek pada penelitian ini

adalah pengaruh persepsi kegunaan, persepsi kemudahan, risiko, dan kepercayaan terhadap minat penggunaan *e-wallet* OVO. Penelitian mencoba untuk memahami sejauh mana persepsi para pelaku UMKM tentang kegunaan dan kemudahan penggunaan *e-wallet* OVO mempengaruhi minat mereka untuk mengadopsi teknologi tersebut. Selain itu, penelitian juga menggali persepsi UMKM bidang kuliner mengenai risiko yang terkait dengan penggunaan *e-wallet* OVO serta tingkat kepercayaan UMKM bidang kuliner terhadap teknologi tersebut.

3.3 Populasi dan Sampel Penelitian

Populasi merupakan semua faktor yang ada dalam penelitian mencakup objek dan subjek dengan karakteristik tertentu (Sugiyono, 2019). Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah para pelaku UMKM di kabupaten Sleman, terutama yang memiliki minat penggunaan *e-wallet* OVO. Sedangkan, sampel merupakan bagian dari suatu populasi, yang menjadi sumber data yang sebenarnya dalam sebuah penelitian (Sugiyono, 2019). Metode pengambilan sampel yaitu menggunakan *non probability sampling* dengan metode *purposive sample*, dimana pemilihan responden ditemui oleh peneliti dan termasuk kriteria sampel. *Purposive sample* merupakan metode memilih sampel berdasarkan tujuan spesifik dan kriteria penelitian, dengan mempertimbangkan karakteristik tertentu yang relevan dengan topik penelitian (Sugiyono, 2019). Berikut kriteria sampel pada penelitian ini, antara lain:

1. Responden merupakan UMKM bidang kuliner sekitar kampus di Kabupaten Sleman (UII, UGM, UNY, UIN Sunan Kalijaga, dan Universitas Atma jaya)
2. Responden merupakan UMKM bidang kuliner yang memiliki minat menggunakan *e-wallet* OVO sekitar kampus di Kabupaten Sleman (UII, UGM, UNY, UIN Sunan Kalijaga, dan Universitas Atma jaya)
3. Responden merupakan UMKM mikro bidang kuliner yang ada sekitar kampus di Kabupaten Sleman (UII, UGM, UNY, UIN Sunan Kalijaga, dan Universitas Atma jaya)
4. Responden merupakan UMKM mikro bidang kuliner yang sudah memiliki pengalaman penggunaan *e-wallet* OVO.

Untuk menentukan jumlah sampel dalam penelitian ini digunakan rumus *slovin*, sebagai berikut:

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

Keterangan:

n = Jumlah Sampel

N = Jumlah Populasi

E = Batas toleransi kesalahan

Berikut ini merupakan sampel dalam penelitian ini:

$$n = \frac{109.579}{1 + 109.579(0,1)^2}$$

$$n = \frac{109.579}{1.097}$$

$$n = 99,88$$

Dari rumus diatas terdapat jumlah sampel sebanyak 99,88. Apabila dibulatkan maka jumlah sampel dalam penelitian ini yaitu sebanyak 100 UMKM bidang Kuliner.

3.4 Sumber Data dan Teknik Pengumpulan

Sumber data utama dalam penelitian ini menggunakan data primer. Data primer diperoleh melalui survei atau kuesioner yang disebarkan kepada responden secara *online* melalui media sosial atau email, atau secara *offline* melalui kerjasama dengan UMKM setempat dalam bentuk *Google form*. Kuesioner dirancang untuk mengumpulkan informasi tentang persepsi responden terhadap persepsi kegunaan, persepsi kemudahan, risiko, dan kepercayaan terhadap *e-wallet* OVO, serta tingkat minat responden untuk menggunakannya. Dalam kuesioner tersebut terdapat skala penilaian dalam bentuk skala likert. Dengan menggunakan skala likert, variabel yang diukur didefinisikan menjadi indikator variabel. Kemudian indikator tersebut dijadikan sebagai dasar untuk menyusun elemen-elemen instrumen menjadi sebuah pertanyaan atau pernyataan (Sugiyono, 2019). Dalam penelitian ini, skala likert yang digunakan yaitu dengan menggunakan penilaian poin antara 1 (Sangat tidak setuju) sampai dengan 5 (Sangat setuju) yang digunakan sebagai ukuran yang sesuai dengan persepsi, pendapat atau penilaian responden terhadap pemberian

rentang nilai. Adapun 5 skala likert pada penelitian ini, ditampilkan pada Tabel 3.1.

Tabel 3.1 Skala Likert

Jawaban	Skor
Sangat Tidak Setuju	1
Tidak Setuju	2
Ragu-ragu	3
Setuju	4
Sangat Setuju	5

Informasi data: (Sugiyono, 2019)

3.5 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel

3.5.1 Variabel Dependen

Variabel Dependen merupakan variabel yang keberadaannya dipengaruhi atau menjadi akibat, karena adanya variabel independen (Agustian at al., 2019). Pada penelitian ini yang termasuk variabel dependen yaitu minat penggunaan *e-wallet* OVO pada pelaku UMKM di kabupaten Sleman.

3.5.1.1 Minat Penggunaan *E-wallet* OVO (MPE)

Minat penggunaan dalam konteks teknologi merujuk pada keinginan individu atau organisasi untuk menggunakan suatu teknologi atau sistem informasi. Hal ini mencerminkan sejauh mana pengguna

tertarik dan bersedia menggunakan teknologi tersebut dalam aktivitas sehari-hari mereka. Indikator minat penggunaan seringkali mencakup pertanyaan-pertanyaan yang mengevaluasi seberapa besar keinginan atau kesiapan individu atau organisasi untuk mengadopsi dan menggunakan teknologi. Untuk mengukur minat penggunaan yang digunakan untuk beberapa pertanyaan yang diadopsi dari penelitian (France Belanger & Lemuria Carter, 2008) dan (Nurya Dina Abrilia & Tri Sudarwanto, 2020) pada Tabel 3.2 sebagai berikut:

Tabel 3.2 Pernyataan Minat Penggunaan

Variabel	Indikator	Sumber
MPE1	Saya menggunakan <i>e-wallet</i> OVO untuk mengumpulkan informasi, yang mencakup tentang penjualan, pembayaran, atau transaksi keuangan	(France Belanger & Lemuria Carter 2008)
MPE2	Saya selalu menggunakan <i>e-wallet</i> OVO untuk berinteraksi dengan pembeli, terutama dalam menerima pembayaran dari pembeli	
MPE3	Saya minat menggunakan <i>e-wallet</i> OVO untuk bertransaksi	(Nurya Dina Abrilia & Tri Sudarwanto, 2020)
MPE4	Saya memiliki ketertarikan menggunakan aplikasi <i>e-wallet</i> OVO atas dasar kemauan sendiri	

3.5.2 Variabel Independen

Variabel Independen merupakan variabel yang mempengaruhi atau menjadi penyebab terjadinya perubahan pada variabel dependen (Agustian et

al., 2019). Pada penelitian ini yang termasuk variabel independen yaitu persepsi kegunaan, persepsi kemudahan, risiko, dan kepercayaan.

3.5.2.1 Persepsi Kegunaan (PU)

Persepsi Kegunaan merupakan tingkatan yang membuat seseorang percaya bahwa menggunakan suatu teknologi keuangan akan membantu dalam meningkatkan performa kinerja. Untuk mengukur persepsi kegunaan yang digunakan untuk beberapa pertanyaan yang diadopsi dari penelitian (F. Davis, 1987) dan (F. Davis, 1989) pada Tabel 3.3 sebagai berikut:

Tabel 3.3 Pernyataan Persepsi Kegunaan

Variabel	Indikator	Sumber
PU1	Saya merasa menggunakan <i>e-wallet</i> OVO dapat meningkatkan kualitas pekerjaan yang saya lakukan	(F. Davis, 1987) dan (F. Davis, 1989)
PU2	Saya merasa <i>e-wallet</i> OVO memungkinkan saya menyelesaikan pekerjaan dengan lebih cepat	
PU3	Saya sebagai pelaku UMKM merasa <i>e-wallet</i> OVO mendukung aspek penting pekerjaan saya	
PU4	Saya sebagai pelaku UMKM merasa <i>e-wallet</i> OVO meningkatkan produktivitas saya	
PU5	Saya sebagai pelaku UMKM merasa <i>e-wallet</i> OVO meningkatkan kinerja pekerjaan saya	

Variabel	Indikator	Sumber
PU6	Saya merasa menggunakan <i>e-wallet</i> OVO dapat meningkatkan efektivitas saya dalam melakukan pekerjaan	
PU7	Secara keseluruhan, saya merasa <i>e-wallet</i> OVO berguna dalam membantu pekerjaan saya	
PU8	Saya merasa menggunakan <i>e-wallet</i> OVO menghemat waktu saya	

3.5.2.2 Persepsi Kemudahan (PEOU)

Persepsi kemudahan merujuk pada keyakinan seseorang bahwa menggunakan suatu sistem tidak memerlukan usaha yang berlebihan. Untuk mengukur persepsi kemudahan yang digunakan untuk beberapa pertanyaan yang diadopsi dari penelitian (F. Davis, 1987) dan (F. Davis, 1989) pada Tabel 3.4 sebagai berikut:

Tabel 3.4 Pernyataan Persepsi Kemudahan

Variabel	Indikator	Sumber
PEOU1	Saya merasa <i>e-wallet</i> OVO mudah untuk dipelajari	(F. Davis, 1987) dan (F. Davis, 1989)
PEOU2	Secara keseluruhan, saya merasa <i>e-wallet</i> OVO mudah untuk digunakan	
PEOU3	Saya merasa <i>e-wallet</i> OVO tidak membuat saya frustrasi	

PEOU4	Saya merasa <i>e-wallet</i> OVO merupakan e-wallet yang fleksibel	
PEOU5	Saya merasa <i>e-wallet</i> OVO memudahkan pelaku UMKM untuk menjadi terampil	
PEOU6	Saya merasa berinteraksi dengan menggunakan <i>e-wallet</i> OVO jelas dan dapat dimengerti	
PEOU7	Saya merasa mudah dalam memulihkan kesalahan yang terjadi pada <i>e-wallet</i> OVO	
PEOU8	Saya merasa mudah untuk menggunakan <i>e-wallet</i> OVO sesuai dengan apa yang saya inginkan	

3.5.2.3 Risiko (R)

Risiko merupakan ketidakpastian dan dampak-dampak yang tidak diinginkan dalam melakukan suatu kegiatan spesifik (Andriyano & Rahmawati, 2016). Untuk mengukur risiko yang digunakan untuk beberapa pertanyaan yang diadopsi dari penelitian (France Belanger & Lemuria Carter 2008) dan (Andriyano & Rahmawati, 2016) pada Tabel 3.5 sebagai berikut:

Tabel 3.5 Pernyataan Risiko

Variabel	Indikator	Sumber
RK1	Keputusan dalam menggunakan <i>e-wallet</i> OVO adalah beresiko , terutama terkait dengan potensi kebocoran data atau penipuan	(France Belanger

RK2	Saya yakin penggunaan <i>e-wallet</i> OVO tidak beresiko	& Lemuria Carter 2008)
RK3	Saya yakin dengan keamanan transaksi menggunakan <i>e-wallet</i> OVO, sehingga saya merasa nyaman dalam menerima transaksi pembayaran	Andriyano & Rahmawati, 2016
RK4	Saya khawatir dengan privasi data saya saat menggunakan <i>e-wallet</i> OVO	

3.5.2.4 Kepercayaan (KP)

Kepercayaan merupakan konsep yang terhubung dengan keyakinan, harapan, keandalan, ketergantungan, integritas, dan kemampuan suatu entitas. Untuk mengukur kepercayaan yang digunakan untuk beberapa pertanyaan yang diadopsi dari penelitian (France Belanger & Lemuria Carter 2008) pada Tabel 3.6 sebagai berikut:

Tabel 3.6 Pernyataan Kepercayaan

Variabel	Indikator	Sumber
KP1	Saya memiliki kepercayaan terhadap <i>e-wallet</i> OVO	France Belanger & Lemuria Carter 2008
KP2	Saya percaya <i>e-wallet</i> OVO memberikan perlindungan kepada pelaku usaha	
KP3	Saya percaya <i>e-wallet</i> OVO tidak memberikan risiko bagi pelaku usaha	

Variabel	Indikator	Sumber
KP4	Saya percaya <i>e-wallet</i> OVO dapat diakui secara luas, terutama bagi pelaku UMKM	
KP5	Saya percaya bahwa <i>e-wallet</i> OVO memberikan keamanan data pribadi pengguna dan keamanan transaksi keuangan bagi pelaku UMKM	
KP6	Saya percaya bahwa <i>e-wallet</i> OVO akan memenuhi janji-janjinya terkait keamanan dan keandalan layanan, seperti menjaga data pribadi dan melakukan transaksi dengan tepat waktu	

3.6 Metode Analisis Data

3.6.1 Analisa Deskriptif

Analisis deskriptif merupakan langkah awal yang penting dalam menjelajahi data penelitian terkait dengan rumusan masalah atau pertanyaan penelitian yang didasarkan pada data yang terkumpul (Sugiyono, 2019). Dalam analisis ini, karakteristik utama dari data yang dikumpulkan yaitu pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) bidang Kuliner sekitar kampus di Kabupaten Sleman yang terkait dengan persepsi kegunaan, persepsi kemudahan, risiko, dan kepercayaan terhadap penggunaan *e-wallet* OVO. Setelah itu, melakukan pemahaman awal terhadap data yang ada, yang dilanjutkan dengan memperhatikan distribusi data, rentang nilai, dan pola-pola yang mungkin terlihat. Selain itu, deskriptif kuantitatif merupakan proses statistik yang digunakan untuk merangkum dan menggambarkan

karakteristik utama dari data kuantitatif yang dikumpulkan dalam suatu penelitian. Data tersebut melibatkan perhitungan statistik deskriptif dasar, seperti rata-rata (mean), median, modus, dan standar deviasi. Untuk memvisualisasikan data, menggunakan berbagai jenis grafik dan diagram (Martias, 2021). Dalam memperoleh data pada penelitian deskriptif kuantitatif melalui berbagai metode pengumpulan data, seperti survei, pengamatan, wawancara, atau pengukuran.

Pada penelitian ini menggunakan kuesioner untuk mengumpulkan informasi agar dapat memudahkan peneliti untuk melakukan analisis deskriptif. Analisis deskriptif pada penelitian ini mencakup data responden dan variabel penelitian dengan karakteristik demografi responden yaitu usia, jenis kelamin, dan pengalaman usaha dalam minat penggunaan *e-wallet* minimal kurang dari satu tahun. Selain itu, kategori yang diwakilkan adalah UMKM, terutama usaha mikro dan pernyataan penilaian indikator penelitian.

3.6.2 Analisa Inferensial

Analisis Inferensial merupakan metode statistik yang digunakan untuk membuat kesimpulan atau inferensi tentang populasi berdasarkan sampel data yang telah dikumpulkan (Sugiyono, 2019). Tujuan utamanya adalah untuk menggeneralisasi temuan dari sampel ke populasi yang lebih luas. Analisis ini digunakan untuk menguji hipotesis, menentukan apakah perbedaan atau hubungan antara variabel adalah signifikan secara statistik,

dan membuat prediksi tentang populasi berdasarkan sampel yang diambil. Untuk melakukan pengujian tersebut penelitian menggunakan alat analisis berupa IBM SPSS (*Statistical Package for the Social Sciences*) 26.

3.6.3 Pengujian Kualitas Data

3.6.3.1 Uji Validitas Data

Uji Validitas merupakan langkah untuk mengetahui seberapa tepat alat yang digunakan dalam penelitian bisa mengukur dengan baik konsep atau variabel yang diteliti (Sugiyono, 2019). Validitas mengacu pada seberapa baik alat pengukuran tersebut benar-benar mengukur sesuai dengan isi yang diukur atau tidak. Salah satu metode yang umum digunakan untuk menguji validitas adalah *bivariate pearson*. Uji validitas ini mengevaluasi hubungan antara variabel yang diukur dengan instrumen tersebut dan variabel yang diukur dengan instrumen lain yang dianggap sebagai standar terbaik atau referensi. Dalam konteks penelitian ini, uji validitas dengan korelasi *bivariate pearson* dilakukan untuk mengevaluasi hubungan antara variabel persepsi kegunaan, persepsi kemudahan, risiko, kepercayaan, dan minat penggunaan *e-wallet* OVO pada pelaku UMKM bidang kuliner sekitar kampus di Kabupaten Sleman.

Tingkat signifikansi uji validitas biasanya ditetapkan sebelum analisis dimulai, umumnya pada nilai *alpha* (α) sebesar 0,05 atau 0,01. Nilai *alpha* ini mengindikasikan tingkat kesalahan yang dapat diterima

dalam penelitian, yaitu kemungkinan terjadinya kesalahan dalam menolak hipotesis nol ketika sebenarnya hipotesis nol benar. Sebagai contoh, pada *alpha* 0,05, ini berarti bahwa ada 5% kemungkinan terjadi kesalahan dalam menolak hipotesis nol. Jadi, jika hasil uji validitas memiliki nilai *p* yang kurang dari *alpha* yang telah ditetapkan (misalnya, 0,05), maka kita dapat menyimpulkan bahwa variabel tersebut valid secara signifikan (Sugiyono,2019).

3.6.3.2 Uji Reliabilitas Data

Uji Reliabilitas merupakan proses untuk mengevaluasi sejauh mana instrumen atau alat pengukuran yang digunakan dalam penelitian dapat diandalkan atau konsisten dalam mengukur konsep atau variabel yang dimaksud (Sugiyono, 2019). Reliabilitas mengacu pada kestabilan atau konsistensi hasil pengukuran dari instrumen tersebut saat digunakan berulang kali. Salah satu metode yang umum digunakan untuk mengukur reliabilitas adalah menggunakan koefisien *alpha Cronbach*. Uji reliabilitas dengan koefisien *alpha Cronbach* bertujuan untuk menentukan seberapa baik item-item dalam instrumen pengukuran saling berkorelasi dan konsisten dalam mengukur konstruk yang sama.

Dalam konteks penelitian ini, uji reliabilitas dengan koefisien *alpha Cronbach* dilakukan untuk mengevaluasi konsistensi internal dari skala atau instrumen yang digunakan untuk mengukur variabel persepsi

kegunaan, persepsi kemudahan, risiko, kepercayaan, dan minat penggunaan *e-wallet* OVO pada pelaku UMKM bidang kuliner sekitar kampus di Kabupaten Sleman. Untuk menentukan reliabilitas, batas titik kritisnya adalah 0,6. Apabila, hasil uji reliabilitas yang baik, dengan nilai koefisien *alpha Cronbach* yang tinggi atau sama dengan 0,6, menunjukkan bahwa instrumen yang digunakan dalam penelitian ini dapat diandalkan dan konsisten dalam mengukur konsep yang diteliti. Hal ini memberikan keyakinan bahwa data yang diperoleh dapat digunakan secara valid dalam menganalisis hubungan antara variabel-variabel tersebut.

3.6.4 Asumsi Klasik

3.6.4.1 Uji Normalitas Data

Uji Normalitas *Kolmogorov-Smirnov* merupakan uji normalitas terhadap variabel independen dan variabel dependen yang bertujuan untuk mengetahui apakah data yang terdistribusi itu normal (Mawardani & Dwijayanti, 2021). Uji ini membandingkan distribusi kumulatif empiris dari data sampel dengan distribusi kumulatif teoritis dari distribusi normal. Dalam uji *Kolmogorov-Smirnov*, nilai statistik yang dihitung adalah jarak maksimum antara distribusi kumulatif empiris dan distribusi kumulatif teoritis. Dalam uji normalitas *Kolmogorov-Smirnov*, apabila nilai Asymp. Sig > α (0,05) maka dapat dikatakan data dalam penelitian dapat terdistribusi secara normal.

Sebaliknya, apabila nilai Asymp. Sig < α (0,05) maka dapat dikatakan data dalam penelitian tidak terdistribusi secara normal.

3.6.4.2 Uji Multikolinearitas Data

Uji multikolinearitas data bertujuan untuk menentukan apakah terdapat korelasi yang signifikan di antara variabel-variabel independen dalam suatu model regresi linier berganda (Setiawati, 2021). Jika terdapat korelasi yang tinggi antara variabel-variabel independen, maka hubungan antara variabel independen dan variabel terikat dapat terganggu. Uji multikolinearitas dievaluasi berdasarkan nilai Tolerance dan VIF (*Variance Inflation Factor*), serta tingkat korelasi antara variabel independen. Ghazali (2013) menyatakan bahwasannya suatu model regresi dianggap bebas dari multikolinearitas jika nilai tolerance > 0,10 dan nilai VIF < 10.

3.6.4.3 Uji Heteroskedastisitas Data

Uji heteroskedastisitas data bertujuan untuk mengevaluasi apakah terdapat variasi yang tidak konsisten dalam residual dari satu pengamatan ke pengamatan lainnya (Setiawati, 2021). Residual merupakan selisih antara nilai yang diprediksi oleh model regresi dan nilai aktual dari data observasi. Heteroskedastisitas terjadi saat variasi dari residual berubah-ubah atau tidak konsisten di sepanjang nilai-nilai prediktor. Hal ini dapat mempengaruhi keakuratan model regresi karena

analisis regresi mengasumsikan variabilitas residual yang konstan. Pada penelitian ini uji heteroskedastisitas yang digunakan adalah dengan pengujian menggunakan grafik *Scatterplot*. Grafik *Scatterplot* merupakan representasi visual dari data yang digunakan dalam analisis regresi. Apabila titik-titik berada di atas dan di bawah 0 pada sumbu Y, maka dapat dikatakan bahwa tidak terdapat heteroskedastisitas. Namun, apabila titik-titik pada grafik membentuk pola dan tidak menyebar secara merata, serta tidak berada di atas atau di bawah sumbu Y, maka ini menunjukkan adanya heteroskedastisitas.

3.7 Pengujian Hipotesis

3.7.1 Analisis Regresi Berganda

Pada penelitian ini, untuk menguji hipotesis yaitu menggunakan analisis regresi berganda. Analisis regresi berganda merupakan metode statistik yang digunakan untuk memahami hubungan antara satu variabel terikat dengan dua atau lebih variabel bebas. Metode ini memungkinkan peneliti untuk mengevaluasi pengaruh relatif dari masing-masing variabel bebas terhadap variabel terikat, serta untuk mengidentifikasi apakah hubungan tersebut signifikan secara statistik. Tugas analisis regresi yaitu untuk mengetahui bagaimana persepsi kegunaan, persepsi kemudahan, risiko, dan kepercayaan mempengaruhi minat penggunaan *e-wallet* OVO pada pelaku UMKM bidang kuliner sekitar kampus di Kabupaten Sleman. Disisi lain, analisis regresi juga berfungsi untuk menguji kebenaran hipotesis

yang dikemukakan dalam penelitian dengan menggunakan model, sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + e$$

Y = Minat Penggunaan

a = Konstanta

b₁ = Koefisien regresi persepsi kegunaan

b₂ = Koefisien regresi persepsi kemudahan

b₃ = Koefisien regresi risiko

b₄ = Koefisien regresi kepercayaan

x₁ = Persepsi kegunaan

x₂ = Persepsi kemudahan

x₃ = Risiko

x₄ = Kepercayaan

e = *Error terms*

3.7.2 Uji T

Uji t adalah salah satu teknik statistik yang digunakan untuk menguji pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Uji t menghitung nilai t dari data sampel dan membandingkannya dengan variabilitas data untuk menentukan apakah perbedaan antara dua kelompok adalah signifikan secara statistik atau hanya disebabkan oleh kesalahan acak. Selain itu, uji t berguna untuk membantu peneliti dalam membuat kesimpulan berdasarkan data sampel dengan memperhitungkan variabilitas dan ukuran sampel.

Pada penelitian ini, uji T digunakan untuk menguji variabel yang berpengaruh antara persepsi kegunaan, persepsi kemudahan, risiko, dan kepercayaan terhadap minat penggunaan *e-wallet* OVO untuk menggunakannya secara terpisah atau secara bersamaan. Berikut kriteria dalam penggunaan uji T, sebagai berikut yaitu dengan $\alpha = 5\%$ (0,05):

1. Jika tingkat signifikansi kurang dari 0,05, hipotesis dapat diterima, menunjukkan adanya pengaruh yang signifikan dari variabel independen secara individual terhadap variabel dependen.
2. Jika tingkat signifikansi lebih dari 0,05, hipotesis ditolak, menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang tidak signifikan dari variabel independen secara individual terhadap variabel dependen

3.7.3 Uji F

Uji F merupakan salah satu teknik statistik yang digunakan untuk menguji signifikansi keseluruhan model regresi linier berganda. Pada penelitian ini, uji F digunakan untuk menentukan apakah sekumpulan variabel independen secara bersama-sama berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen, yaitu minat penggunaan *e-wallet* OVO.

Hasil uji F ini memberikan informasi apakah model regresi linier berganda secara keseluruhan memiliki kecocokan yang signifikan dengan data yang diamati. Apabila nilai signifikansi yang dihasilkan dari uji $F < 0,05$ atau dari tingkat signifikansi yang ditetapkan sebelumnya, maka dapat disimpulkan bahwa setidaknya salah satu variabel independen memiliki

pengaruh signifikan terhadap variabel dependen. Sehingga, dapat dikatakan bahwa analisis uji F ini membantu peneliti dalam mengevaluasi keberhasilan model regresi dan relevansi variabel-variabel independen yang dimasukkan ke dalam model tersebut.

3.7.4 Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Uji koefisien determinasi merupakan metode statistik yang digunakan untuk mengukur seberapa baik model regresi linear sesuai dengan data empiris yang diamati. Koefisien determinasi menunjukkan proporsi variasi dari variabel dependen yang dapat dijelaskan oleh variabel independen dalam model regresi.

Nilai koefisien determinasi berkisar antara 0 hingga 1, di mana nilai yang lebih tinggi menunjukkan tingkat kesesuaian yang lebih baik antara model regresi dan data observasi. Dalam konteks interpretasi, nilai R-squared mendekati 1 menunjukkan bahwa variabel independen menjelaskan variasi yang signifikan dalam variabel dependen, sedangkan nilai yang lebih rendah menunjukkan bahwa model tersebut mungkin tidak sepenuhnya menjelaskan variasi dalam data.

BAB IV

ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

4.1 Sampel Penelitian

Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah UMKM bidang kuliner yang berada sekitar kampus di Kabupaten Sleman yang sudah dan memiliki minat menggunakan *e-wallet* OVO. Berdasarkan data yang dipaparkan melalui website <https://dataumkm.slemankab.go.id/newportal2> bahwa terdapat 109.579 jumlah usaha mikro dengan pembagian level yang berbeda-beda. Pada penelitian ini memiliki target sampel sebanyak 100 UMKM bidang kuliner sekitar kampus di Kabupaten Sleman. Berikut ini merupakan hasil sampel responden yang diperoleh:

Tabel 4.1 Data Jumlah Kuesioner

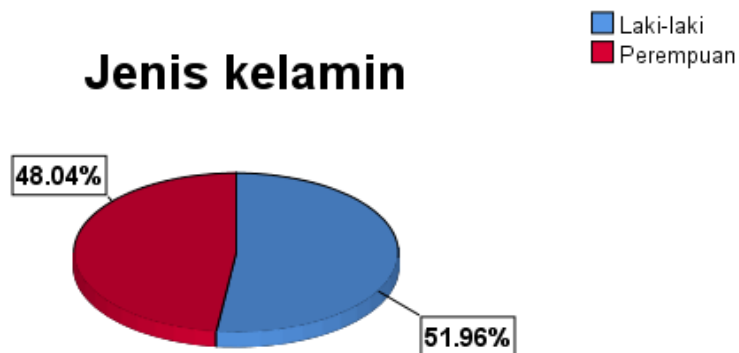
Keterangan	Jumlah
Kuesioner yang diterima	102
Kuesioner yang tidak memenuhi kriteria	0
Kuesioner yang memenuhi kriteria	102

Berdasarkan tabel 4.1 jumlah total kuesioner dalam penelitian ini sebanyak 102 kuesioner yang diterima, kuesioner yang tidak memenuhi kriteria sebanyak 0, dan kuesioner yang memenuhi kriteria sebanyak 102 kuesioner.

4.2 Deskripsi Responden

4.2.1 Jenis Kelamin

Jenis kelamin adalah salah satu faktor data diri responden yang digunakan dalam penelitian ini. Berdasarkan tabel 4.1 memberikan hasil sebagai berikut:

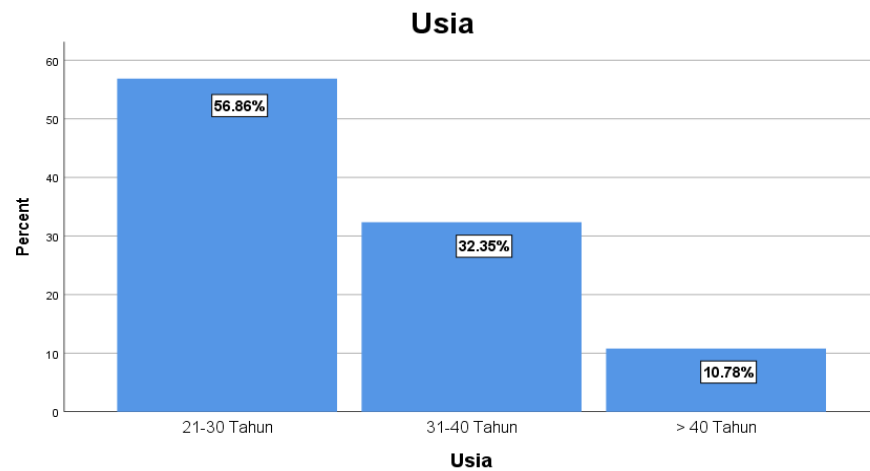


Gambar 4.1 Data responden berdasarkan jenis Kelamin

Data responden berjenis laki-laki berjumlah 53 dengan prosentase 51,96% dan jumlah data responden berjenis perempuan berjumlah 49 dengan prosentase 48,04%. Total keseluruhan responden yang diterima memiliki jumlah prosentase sebesar 100%, sehingga dapat disimpulkan dari hasil yang diperoleh bahwa laki-laki mendominasi hasil dari penelitian ini.

4.2.2 Usia

Usia merupakan salah satu faktor lainnya dalam mendukung minat penggunaan *e-wallet*. Berdasarkan gambar 4.2 memberikan hasil sebagai berikut:

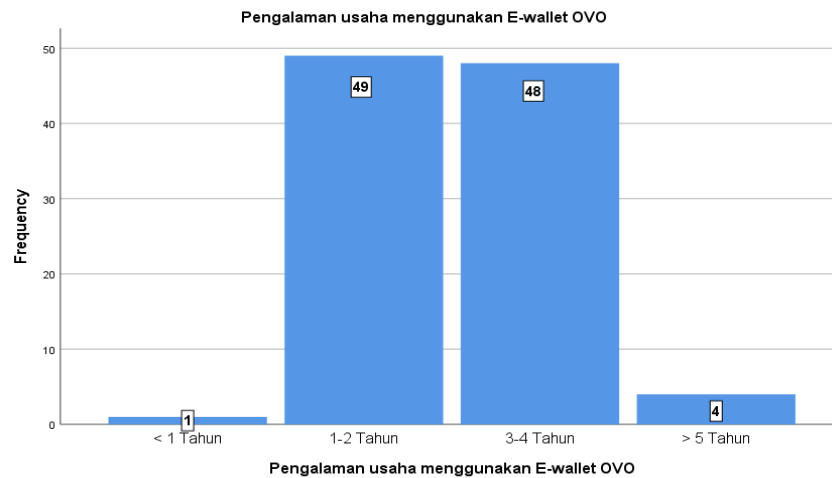


Gambar 4.2 Data responden berdasarkan usia

Hasil menunjukkan bahwa usia < 20 tahun tidak terdapat dipenelitian ini. Usia 21-30 tahun berjumlah 57 responden dengan prosentase 56,86%, usia 31-40 tahun berjumlah 34 responden dengan prosentase 32,35%, dan usia > 40 tahun berjumlah 11 responden dengan prosentase 10,78%. Dapat disimpulkan bahwa usia 21-30 tahun mendominasi penelitian ini.

4.2.3 Pengalaman Usaha dalam Menggunakan *e-wallet* OVO

Pada penelitian ini, pengalaman usaha dalam menggunakan *e-wallet* OVO dilakukan berdasarkan berapa lama UMKM bidang kuliner dalam menggunakan *e-wallet* OVO. Berdasarkan gambar 4.3 memberikan hasil sebagai berikut:



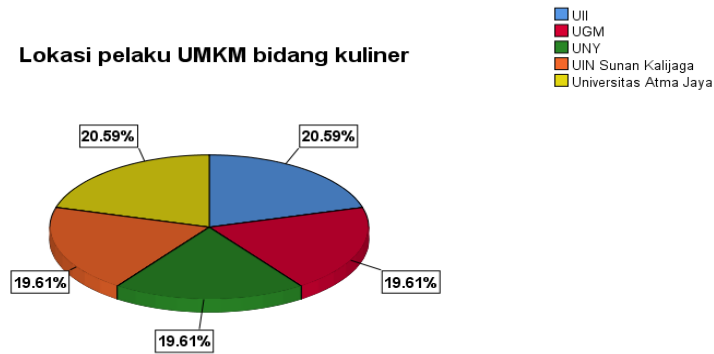
Gambar 4.3 Data responden pengalaman usaha dalam menggunakan *e-wallet* OVO

Berdasarkan data dari gambar 4.3, menunjukkan pengalaman usaha dalam menggunakan *e-wallet* OVO pada pelaku UMKM bidang kuliner. Pada data kuesioner yang diterima, pengalaman usaha menggunakan *e-wallet* OVO < 1 tahun berjumlah 1 orang dengan prosentase 1,00%, pengalaman usaha menggunakan *e-wallet* OVO 1-2 tahun berjumlah 49 dengan prosentase 48,00%, pengalaman usaha menggunakan *e-wallet* OVO 3-4 tahun berjumlah 48 dengan prosentase 47,1%, dan pengalaman usaha menggunakan *e-wallet* OVO > 5 tahun berjumlah 4 dengan prosentase 3,9%.

4.2.4 Lokasi UMKM bidang kuliner

Lokasi yang dicakup dalam penelitian ini adalah UMKM yang ada di sekitar 5 universitas di Kabupaten Sleman, terdiri dari UII, UGM, UNY,

UIN Sunan Kalijaga, dan Universitas Atma jaya dengan hasil sebagai berikut:



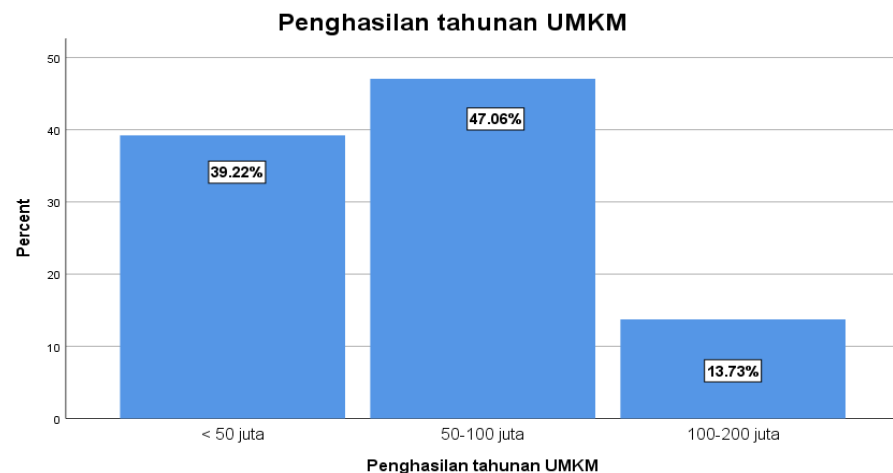
Gambar 4.4 Data responden lokasi UMKM bidang kuliner

Berdasarkan data gambar 4.4 menunjukkan bahwa UMKM bidang kuliner sekitar UII berjumlah 21 responden dengan prosentase 20,59%, UMKM bidang kuliner sekitar UGM berjumlah 20 responden dengan prosentase 19,61%, UMKM bidang kuliner sekitar UNY berjumlah 20 responden dengan prosentase 19,61%, UMKM bidang kuliner sekitar UIN Sunan Kalijaga berjumlah 20 responden dengan prosentase 19,61%, dan UMKM bidang kuliner sekitar Universitas Atma jaya berjumlah 21 responden dengan prosentase 20,59%.

4.2.5 Penghasilan tahunan UMKM

Pada penelitian ini, kriteria UMKM bidang kuliner yang diteliti adalah berdasarkan penghasilan UMKM mikro yang berada di sekitar

universitas di Kabupaten Sleman. Berdasarkan gambar 4.5 hasil yang diperoleh sebagai berikut:



Gambar 4.5 Data responden penghasilan tahunan UMKM bidang kuliner

Berdasarkan pada gambar 4.5, penghasilan tahunan UMKM bidang kuliner < 50 juta berjumlah 37 dengan prosentase 39,22%, penghasilan tahunan UMKM bidang kuliner 50-100 juta berjumlah 51 dengan prosentase 47,06%, penghasilan tahunan UMKM bidang kuliner 100-200 juta berjumlah 14 dengan prosentase 13,73%, dan penghasilan tahunan UMKM bidang kuliner 200-300 juta tidak terdapat di penelitian ini.

4.3 Deskripsi Statistik Variabel

Deskripsi statistik variabel merupakan suatu proses yang digunakan untuk meringkas dan memahami karakteristik utama dari sekumpulan data. Ini melibatkan penggunaan berbagai ukuran seperti mean (rata-rata), median (nilai tengah), modus (nilai yang paling sering muncul), rentang (perbedaan

antara nilai tertinggi dan terendah), serta ukuran dispersi seperti varians dan standar deviasi. Melalui deskripsi statistik, dapat memperoleh gambaran umum mengenai distribusi data, melihat pola atau tren yang ada, dan mengidentifikasi potensi data yang menyimpang jauh dari pola atau distribusi umum dalam sebuah dataset. Metode ini sangat penting dalam analisis data untuk mendukung pengambilan keputusan yang berbasis data.

Tabel 4.2 Hasil perhitungan Statistik Deskriptif

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Persepsi Kegunaan	102	23	37	31,66	3,437
Persepsi Kemudahan	102	26	38	32,09	2,989
Risiko	102	11	20	15,66	2,407
Kepercayaan	102	12	30	24,02	2,786
Minat Penggunaan	102	11	20	15,60	2,021
Valid N (listwise)	102				

Sumber: Hasil Olah Data Primer SPSS 26,2024

Berdasarkan hasil analisis pada tabel 4.2 mengenai nilai minimum, maximum, mean, dan standar deviasi dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Persepsi Kegunaan

Hasil dari tabel 4.2 pada variabel persepsi kegunaan menunjukkan bahwa nilai terendah responden sebesar 23 dan nilai tertinggi sebesar 37. Mean yang dihasilkan dari variabel tersebut yaitu sebesar 31,66 dengan standar deviasi sebesar 3,437.

2. Persepsi Kemudahan

Hasil dari tabel 4.2 pada variabel persepsi kemudahan menunjukkan bahwa nilai terendah responden sebesar 26 dan nilai tertinggi sebesar 38. Mean yang dihasilkan dari variabel tersebut yaitu sebesar 32,09 dengan standar deviasi sebesar 2,989.

3. Risiko

Hasil dari tabel 4.2 pada variabel risiko menunjukkan bahwa nilai terendah responden sebesar 11 dan nilai tertinggi sebesar 20. Mean yang dihasilkan dari variabel tersebut yaitu sebesar 15,66 dengan standar deviasi sebesar 2,407.

4. Kepercayaan

Hasil dari tabel 4.2 pada variabel kepercayaan menunjukkan bahwa nilai terendah responden sebesar 12 dan nilai tertinggi sebesar 30. Mean yang dihasilkan dari variabel tersebut yaitu sebesar 24,02 dengan standar deviasi sebesar 2,786.

5. Minat Penggunaan *E-wallet* OVO

Hasil dari tabel 4.2 pada variabel minat penggunaan *e-wallet* OVO menunjukkan bahwa nilai terendah responden sebesar 11 dan nilai tertinggi sebesar 20. Mean yang dihasilkan dari variabel tersebut yaitu sebesar 15,60 dengan standar deviasi sebesar 2,021.

4.4 Hasil Pengujian Data

4.4.1 Uji Validitas

Uji validitas merupakan suatu pengujian yang dilakukan untuk mengukur tingkat kesesuaian suatu data berdasarkan hasil dari penelitian, apakah valid, akurat, atau tidak. Pengujian validasi melibatkan pengumpulan data dari sampel untuk memastikan pertanyaan dari setiap variabel dengan melihat hasil dari signifikansinya. Pada penelitian ini menggunakan uji validitas SPSS 26 dengan jumlah responden yang diolah yaitu 102. Pengujian ini dapat dikatakan valid dan akurat apabila nilai signifikansi dari setiap pertanyaan dari variabel yaitu $< 0,05$.

Tabel 4.3 Hasil Uji Validitas

Variabel	Indikator	Pearson Correlation	Sig.	Keterangan
Persepsi Kegunaan	PU1	0,609	0,000	Valid

Variabel	Indikator	Pearson Correlation	Sig.	Keterangan
	PU2	0,624	0,000	Valid
	PU3	0,607	0,000	Valid
	PU4	0,552	0,000	Valid
	PU5	0,650	0,000	Valid
	PU6	0,666	0,000	Valid
	PU7	0,725	0,000	Valid
	PU8	0,601	0,000	Valid
Persepsi Kemudahan	PEOU1	0,491	0,000	Valid
	PEOU2	0,602	0,000	Valid
	PEOU3	0,698	0,000	Valid
	PEOU4	0,596	0,000	Valid
	PEOU5	0,529	0,000	Valid
	PEOU6	0,492	0,000	Valid
	PEOU7	0,689	0,000	Valid
	PEOU8	0,577	0,000	Valid
Risiko	R1	0,959	0,000	Valid
	R2	0,643	0,000	Valid

Variabel	Indikator	Pearson Correlation	Sig.	Keterangan
	R3	0,959	0,000	Valid
	R4	0,959	0,000	Valid
Kepercayaan	KP1	0,673	0,000	Valid
	KP2	0,672	0,000	Valid
	KP3	0,689	0,000	Valid
	KP4	0,413	0,000	Valid
	KP5	0,749	0,000	Valid
	KP6	0,798	0,000	Valid
Minat Penggunaan <i>E-wallet</i> OVO	MPE1	0,656	0,000	Valid
	MPE2	0,656	0,000	Valid
	MPE3	0,830	0,000	Valid
	MPE4	0,830	0,000	Valid

Sumber: Hasil Olah Data SPSS 26, 2024

Berdasarkan hasil uji validitas pada tabel 4.3 menunjukkan bahwa variabel persepsi kegunaan, persepsi kemudahan, risiko, dan kepercayaan, dan minat penggunaan *e-wallet* OVO memperoleh nilai signifikansi sebesar 0,000 atau artinya nilai tersebut $< 0,05$. Sehingga, seluruh item

pertanyaan dari variabel-variabel tersebut dapat dikatakan valid dan akurat, serta dapat digunakan sebagai instrumen penelitian.

4.4.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk mengukur suatu indikator variabel di dalam kuesioner penelitian. Uji reliabilitas menunjukkan sejauh mana indikator tersebut menghasilkan hasil yang sama ketika digunakan berulang kali dalam kondisi yang sama. Pengujian ini menggunakan *cronbach alpha* yang digunakan untuk menghitung koefisien reliabilitas, yang menunjukkan tingkat konsistensi hasil yang diperoleh dengan taraf signifikansi 5% dengan nilai sebagai berikut:

1. Jika koefisien *cronbach alpha* $> 0,60$ maka dapat diartikan variabel tersebut reliabel
2. Jika koefisien *cronbach alpha* $< 0,60$ maka dapat diartikan variabel tersebut tidak reliabel

Tabel 4.4 Hasil Uji Reliabilitas

No	Variabel	Cronbach Alpha	Keterangan
1	Persepsi Kegunaan (X1)	0,782	Reliabel
2	Persepsi Kemudahan (X2)	0,727	Reliabel
3	Risiko (X3)	0,896	Reliabel
4	Kepercayaan (X4)	0,756	Reliabel
5	Minat Penggunaan <i>E-wallet</i> OVO (Y)	0,723	Reliabel

Sumber: Hasil Olah Data Primer SPSS 26,2024

Berdasarkan dari uji reliabilitas pada tabel 4.4 menunjukkan bahwa persepsi kegunaan, persepsi kemudahan, risiko, kepercayaan, dan minat penggunaan *e-wallet* OVO memiliki nilai *cronbach alpha* $> 0,60$. Nilai *cronbach alpha* dijabarkan sebagai berikut:

1. Persepsi kegunaan memiliki nilai *cronbach alpha* 0,782 yang artinya $> 0,60$.
2. Persepsi kemudahan memiliki nilai *cronbach alpha* 0,727 yang artinya $> 0,60$.
3. Risiko memiliki nilai *cronbach alpha* 0,896 yang artinya $> 0,60$.
4. Kepercayaan memiliki nilai *cronbach alpha* 0,756 yang artinya $> 0,60$.
5. Minat penggunaan *e-wallet* OVO memiliki nilai *cronbach alpha* 0,723 yang artinya $> 0,60$.

Sehingga hasil uji reliabilitas pada tabel 4.4 menunjukkan bahwa seluruh variabel penelitian dikatakan reliabel dan layak untuk digunakan sebagai instrumen penelitian.

4.4.3 Uji Asumsi Klasik

4.4.3.1 Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan untuk menentukan apakah distribusi data dalam suatu sampel mengikuti distribusi normal atau tidak. Uji

Normalitas yang digunakan yaitu menggunakan uji normalitas *kolmogorov-smirnov* dengan tingkat signifikansi 0,05. Pengujian ini, apabila nilai signifikansi $> 0,05$ maka data terdistribusi secara normal. Namun, apabila nilai signifikansi $< 0,05$ maka data tidak terdistribusi secara normal.

Tabel 4.5 Hasil Uji Normalitas

One Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		102
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	1.11697953
Most Extreme Differences	Absolute	,058
	Positive	,057
	Negative	-,058
Test Statistic		,058
Asymp. Sig (2 tailed)		,200 ^{c,d}
a. Test distribution normal.		
b. Calculated from data.		
c. Lilliefors Significance Correction		
d. This is a lower bound of the true significance		

Sumber: Hasil Olah Data Sumber: Hasil Olah Data Primer SPSS 26, 2024

Berdasarkan hasil dari uji normalitas pada tabel 4.5 menunjukkan bahwa seluruh data dalam penelitian memiliki signifikansi 0,200. Dapat dikatakan bahwa nilai signifikansi tersebut > 0,05. Sehingga, artinya seluruh data penelitian terdistribusi secara normal.

4.4.3.2 Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas dilakukan untuk mengevaluasi sejauh mana variabel dalam analisis regresi berhubungan satu sama lain. Uji ini digunakan untuk mengetahui apakah terdapat multikolinearitas atau tidak dengan cara melihat nilai *tolerance* dan VIF (*Variance Inflation Factor*). Dapat dikatakan, apabila *tolerance* > 0,10 dan nilai VIF < 10 maka tidak terjadi multikolinearitas.

Tabel 4. 6 Hasil Uji Multikolinearitas

No	Variabel	Tolerance	VIF	Keterangan
1	Persepsi Kegunaan (X1)	0,302	3,308	Tidak terjadi Multikolinearitas
2	Persepsi Kemudahan (X2)	0,259	3,854	Tidak terjadi Multikolinearitas
3	Risiko (X3)	0,494	2,026	Tidak terjadi Multikolinearitas
4	Kepercayaan (X4)	0,513	1,948	Tidak terjadi Multikolinearitas

Sumber: Hasil Olah Data Primer SPSS 26, 2024

Berdasarkan hasil uji multikolinearitas pada tabel 4.6 memperoleh hasil bahwa seluruh variabel memiliki nilai *tolerance* > 0,10 dan nilai VIF < 10. Sehingga, dapat diartikan bahwa pada penelitian ini tidak terjadi multikolinearitas.

4.4.3.3 Uji Heterokedasitas

Uji heteroskedasitas digunakan untuk memeriksa apakah ada perbedaan dalam varians residual (kesalahan) di berbagai tingkat variabel independen dalam model regresi. Uji ini dilakukan dengan menggunakan uji *glejser* yaitu apabila nilai signifikansi > 0,05 maka tidak terjadi heteroskedasitas. Sedangkan, apabila nilai signifikansi < 0,05 maka terjadi heterokedasitas.

Tabel 4.7 Hasil Uji Heterokedasitas

No	Variabel	Sig.	Keterangan
1	Persepsi Kegunaan (X1)	0,724	Tidak terjadi heteroskedasitas
2	Persepsi Kemudahan (X2)	0,297	Tidak terjadi heteroskedasitas
3	Risiko (X3)	0,292	Tidak terjadi heteroskedasitas
4	Kepercayaan (X4)	0,971	Tidak terjadi heteroskedasitas

Sumber: Hasil Olah Data Primer SPSS 26, 2024

Berdasarkan hasil uji heteroskedasitas pada tabel 4.7 memperoleh hasil bahwa seluruh variabel independen menghasilkan nilai signifikansi > 0,05 yang artinya tidak terjadi heteroskedasitas dalam penelitian ini.

4.5 Hasil Pengujian Hipotesis

4.5.1 Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda dilakukan dengan tujuan untuk memahami hubungan antara satu variabel dependen dan dua atau lebih variabel independen. Dengan kata lain, analisis regresi linier berganda merupakan alat yang sangat kuat untuk menguji hipotesis, memprediksi nilai variabel dependen, dan memahami dinamika antara beberapa variabel dalam penelitian.

Tabel 4.8 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

Variabel	Coefficients (B)	t	Sig.	Keterangan
(Constant)	0,149	0,119	0,905	
Persepsi Kegunaan (X1)	0,200	3,3326	0,001	H1 didukung
Persepsi Kemudahan (X2)	0,175	2,350	0,021	H2 didukung
Risiko (X3)	0,324	4,826	0,000	H3 didukung
Kepercayaan (X4)	-0,065	-1,140	0,257	H4 tidak didukung

Sumber: Hasil Olah Data Primer SPSS 26, 2024

Berdasarkan hasil uji analisis regresi berganda pada tabel 4.8 maka memperoleh model persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = 0,149 + 0,200 + 0,175 + 0,324 - 0,065 + e$$

4.5.2 Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Analisis uji koefisien determinasi (R^2) merupakan salah satu metode untuk mengevaluasi seberapa baik model regresi linier berganda dapat menjelaskan variasi dari variabel dependen. Uji koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui seberapa besar proporsi variasi dalam minat penggunaan *e-wallet* OVO yang dapat dijelaskan oleh kombinasi dari variabel independen yaitu persepsi kegunaan, persepsi kemudahan, risiko, dan kepercayaan.

Nilai R^2 berkisar antara 0 hingga 1, di mana semakin mendekati 1, semakin baik model regresi dalam menjelaskan variasi dari variabel dependen. Apabila nilai R^2 tinggi maka menunjukkan bahwa variabel independen secara bersama-sama mampu menjelaskan variasi yang signifikan dalam variabel dependen. Namun, apabila nilai R^2 rendah maka menunjukkan bahwa model regresi tidak dapat menjelaskan variasi dalam variabel dependen secara memadai. Oleh karena itu, uji koefisien determinasi memberikan informasi yang berharga kepada peneliti tentang kecocokan model regresi yang digunakan dalam penelitian dan seberapa baik persepsi kegunaan, persepsi kemudahan, risiko, dan kepercayaan terhadap minat penggunaan *e-wallet* OVO.

Tabel 4.9 Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	0,833	0,695	0,682	1,13978

Sumber: Hasil Olah Data Primer SPSS 26, 2024

Berdasarkan hasil uji koefisien determinasi pada tabel 4.9 dapat dilihat dari kolom R-square (R^2) memperoleh hasil 0,695 atau 69,5%. Dapat dikatakan bahwa terlibatan variabel persepsi kegunaan, persepsi kemudahan, risiko, dan kepercayaan pada penelitian ini sebesar 69,5%. Sedangkan, sisanya yaitu sebesar 30,5% dijelaskan oleh variabel lain diluar penelitian ini.

4.5.3 Uji F

Dalam penelitian ini, uji F digunakan untuk mengkaji tingkat hubungan antara pengaruh persepsi kegunaan, persepsi kemudahan, risiko, dan kepercayaan terhadap minat penggunaan *e-wallet* OVO pada pelaku UMKM bidang kuliner di sekitar kampus di Kabupaten Sleman. Uji F digunakan untuk menentukan apakah sekumpulan variabel independen secara bersama-sama berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen, yaitu minat penggunaan *e-wallet* OVO. Hasil uji F ini memberikan informasi apakah model regresi linier berganda secara keseluruhan memiliki kecocokan yang signifikan dengan data yang diamati. Pengujian ini dilakukan dengan melihat pada nilai signifikansi yang

dihasilkan dari uji F, jika nilai F signifikansi $< 0,05$ maka dapat dikatakan variabel tersebut berpengaruh secara signifikan.

Tabel 4.10 Hasil Uji F

Model	F	Sig.
1	55,136	0,000

Sumber: Hasil Olah Data Primer SPSS 26, 2024

Berdasarkan hasil dari Uji F pada tabel 4.10 memperoleh hasil bahwa nilai signifikansi sebesar 0.000 atau $< 0,05$. Artinya bahwa model ini berpengaruh secara signifikan dan dapat digunakan untuk penelitian.

4.5.4 Uji T

Uji t digunakan untuk menguji signifikansi hubungan masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen secara individu. Apabila nilai signifikansi yang dihasilkan dari uji t $< 0,05$ maka dapat disimpulkan bahwa hipotesis didukung yang artinya setiap variabel memiliki pengaruh. Namun, apabila nilai signifikansi yang dihasilkan dari uji t $> 0,05$ maka dapat dikatakan hipotesis tidak didukung. Hasil uji t dari penelitian ini dapat dilihat pada tabel 4.8 dengan hasil sebagai berikut:

1. Variabel persepsi kegunaan menghasilkan nilai koefisien regresi sebesar 0,200 dan nilai signifikansi 0.001. Dapat disimpulkan

bahwa persepsi kegunaan berpengaruh positif terhadap minat penggunaan *e-wallet* OVO.

2. Variabel persepsi kemudahan menghasilkan nilai koefisien regresi sebesar 0,175 dan nilai signifikansi 0.021. Dapat disimpulkan bahwa persepsi kemudahan berpengaruh positif terhadap minat penggunaan *e-wallet* OVO.
3. Variabel risiko menghasilkan nilai koefisien regresi sebesar 0,324 dan nilai signifikansi 0.000. Dapat disimpulkan bahwa risiko berpengaruh positif terhadap minat penggunaan *e-wallet* OVO.
4. Variabel kepercayaan menghasilkan nilai koefisien regresi sebesar -0,065 dan nilai signifikansi 0,257. Dapat disimpulkan bahwa kepercayaan tidak berpengaruh terhadap minat penggunaan *e-wallet* OVO.

4.6 Pembahasan

4.6.1 Pengaruh persepsi kegunaan terhadap minat penggunaan *e-wallet* OVO pada pelaku UMKM bidang kuliner di sekitar kampus Kabupaten Sleman

Berdasarkan hasil dari pengujian hipotesis yang telah dilakukan, variabel persepsi kegunaan berpengaruh terhadap minat penggunaan *e-wallet* OVO pada pelaku UMKM bidang kuliner di sekitar kampus Kabupaten Sleman. Hasil tersebut memiliki arti bahwa pengaruh positif dari persepsi kegunaan menunjukkan bahwa semakin tinggi persepsi kegunaan bagi UMKM bidang

kuliner maka semakin tinggi pula minat penggunaan *e-wallet* OVO bagi UMKM bidang kuliner. Oleh karena itu, pada penelitian ini dapat disimpulkan bahwa **H1 didukung**.

Penelitian ini berhasil membuktikan bahwa adanya keterlibatan dengan *Teori Acceptance Model* (TAM). Hasil yang menunjukkan pengaruh positif dari persepsi kegunaan terhadap minat penggunaan *e-wallet* OVO yaitu semakin tinggi persepsi kegunaan, semakin tinggi pula minat penggunaan *e-wallet* OVO. Artinya, persepsi kegunaan *e-wallet* OVO bagi UMKM bidang kuliner memberikan kegunaan atau manfaat yang nyata dan dapat membantu dalam mempermudah dan mempercepat proses pengumpulan informasi, seperti transaksi keuangan dan operasional sehari-hari. Hal tersebut berkaitan dengan pengambilan keputusan yang dilakukan oleh UMKM bidang kuliner, semakin berguna *e-wallet* OVO maka keputusan yang didapatkan semakin baik, sehingga UMKM bidang kuliner cenderung lebih tertarik untuk menggunakan layanan tersebut.

Penelitian ini sejalan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh (Zusrony et al., 2023) dengan hasil persepsi kegunaan (*perceived ease of use*) berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap minat penggunaan QRIS.

4.6.2 Pengaruh persepsi kemudahan terhadap minat penggunaan *e-wallet* OVO pada pelaku UMKM bidang kuliner di sekitar kampus Kabupaten Sleman

Berdasarkan hasil dari pengujian hipotesis yang telah dilakukan, variabel persepsi kemudahan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap minat penggunaan *e-wallet* OVO pada pelaku UMKM bidang kuliner di sekitar kampus Kabupaten Sleman. Hasil tersebut memiliki arti bahwa pengaruh positif dari persepsi kemudahan menunjukkan bahwa semakin tinggi persepsi kemudahan bagi UMKM bidang kuliner maka semakin tinggi pula minat penggunaan *e-wallet* OVO bagi UMKM bidang kuliner. Oleh karena itu, pada penelitian ini dapat disimpulkan bahwa **H2 didukung**.

Penelitian ini berhasil membuktikan bahwa adanya keterlibatan dengan *Teori Acceptance Model* (TAM). Hasil yang menunjukkan pengaruh positif dari persepsi kemudahan terhadap minat penggunaan *e-wallet* OVO yaitu semakin tinggi persepsi kemudahan, semakin tinggi pula minat penggunaan *e-wallet* OVO. Artinya, persepsi kemudahan mampu memberikan pengaruh baik terhadap minat penggunaan *e-wallet* OVO pada UMKM bidang kuliner karena fitur dan layanan pada *e-wallet* tersebut mudah untuk dipahami dan digunakan. Sehingga, dapat membuat UMKM bidang kuliner tertarik menggunakan layanan tersebut.

Penelitian ini sejalan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh (Zusrony et al., 2023) dengan hasil persepsi kemudahan (*perceived usefulness*) berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap minat penggunaan QRIS.

4.6.3 Pengaruh risiko terhadap minat penggunaan *e-wallet* OVO pada pelaku UMKM bidang kuliner di sekitar kampus Kabupaten Sleman

Berdasarkan hasil dari pengujian hipotesis yang telah dilakukan, variabel risiko berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap minat penggunaan *e-wallet* OVO pada pelaku UMKM bidang kuliner di sekitar kampus Kabupaten Sleman. Hasil tersebut memiliki arti bahwa pengaruh positif dari persepsi kemudahan menunjukkan bahwa semakin tinggi risiko bagi UMKM bidang kuliner maka semakin tinggi pula minat penggunaan *e-wallet* OVO bagi UMKM bidang kuliner. Oleh karena itu, pada penelitian ini dapat disimpulkan bahwa **H3 didukung**.

Uji hipotesis yang dilakukan menunjukkan bahwa variabel risiko berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap minat penggunaan *e-wallet* OVO pada pelaku UMKM bidang kuliner di sekitar kampus Kabupaten Sleman. Hal tersebut memiliki arti bahwa risiko yang dihadapi oleh UMKM bidang kuliner mendorong mereka untuk lebih tertarik menggunakan *e-wallet*

OVO. Pengaruh positif ini berarti bahwa semakin tinggi risiko yang dirasakan oleh UMKM bidang kuliner, seperti risiko keamanan, operasional, atau finansial, semakin besar pula minat mereka untuk beralih ke penggunaan *e-wallet* OVO. Hal ini bisa disebabkan karena *e-wallet* OVO menawarkan solusi yang lebih aman, efisien, dan memiliki keuntungan tambahan seperti promosi dan *cashback*, yang dapat membantu UMKM mengurangi atau mengelola risiko tersebut dengan lebih baik. Dengan kata lain, UMKM melihat *e-wallet* OVO sebagai alat yang dapat membantu mereka dalam mengatasi berbagai risiko yang dihadapi dalam operasional sehari-hari.

Penelitian ini sejalan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh (Zusrony et al., 2023) dengan hasil risiko berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap minat penggunaan QRIS.

4.6.4 Pengaruh kepercayaan terhadap minat penggunaan *e-wallet* OVO pada pelaku UMKM bidang kuliner di sekitar kampus Kabupaten Sleman

Berdasarkan hasil dari pengujian hipotesis yang telah dilakukan, variabel kepercayaan tidak berpengaruh terhadap minat penggunaan *e-wallet* OVO pada pelaku UMKM bidang kuliner di

sekitar kampus Kabupaten Sleman. Hasil tersebut memiliki arti bahwa **H4 tidak didukung**.

Penelitian ini menunjukkan bahwa kepercayaan tidak berpengaruh terhadap minat UMKM bidang kuliner dalam penggunaan *e-wallet* OVO. Hal ini menunjukkan bahwa kepercayaan bukanlah faktor penentu dalam mempengaruhi minat mereka untuk menggunakan *e-wallet* OVO. Para pelaku UMKM tidak terlalu memperhatikan faktor kepercayaan karena *e-wallet* OVO sudah luas digunakan di masyarakat sekitarnya. Umumnya, masyarakat Indonesia lebih memprioritaskan kenyamanan dan kepuasan dalam menggunakan produk teknologi, daripada kepercayaan terhadap privasi dan keamanan layanan (Belanger et al., 2002). Sehingga, karena pengguna sudah terbiasa dan nyaman menggunakan *e-wallet* OVO menjadikan mereka sudah tidak lagi mempertimbangkan kepercayaan sebagai faktor utama.

Temuan ini sejalan dengan penelitian oleh Rivaldi & Dinaore (2022) yang menyatakan bahwa *trust* (kepercayaan) tidak berpengaruh terhadap minat perilaku untuk menggunakan fintech pada UMKM. Selain itu, penelitian ini juga sejalan dengan Noviyanti & Erawati (2021) menyatakan bahwa persepsi kepercayaan berpengaruh negatif dan tidak berpengaruh terhadap minat menggunakan financial technology (fintech).

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah persepsi kegunaan, persepsi kemudahan, risiko, dan kepercayaan terhadap minat penggunaan *e-wallet* OVO pada pelaku UMKM bidang kuliner di sekitar kampus Kabupaten Sleman. Hasil dari penelitian ini memberikan hasil yaitu sebagai berikut:

1. Persepsi kegunaan berpengaruh positif terhadap minat penggunaan *e-wallet* OVO pada pelaku UMKM bidang kuliner di sekitar kampus Kabupaten Sleman.
2. Persepsi kemudahan berpengaruh positif terhadap minat penggunaan *e-wallet* OVO pada pelaku UMKM bidang kuliner di sekitar kampus Kabupaten Sleman.
3. Risiko berpengaruh positif terhadap minat penggunaan *e-wallet* OVO pada pelaku UMKM bidang kuliner di sekitar kampus Kabupaten Sleman.
4. Kepercayaan tidak berpengaruh terhadap minat penggunaan *e-wallet* OVO pada pelaku UMKM bidang kuliner di sekitar kampus Kabupaten Sleman terkait keandalan dan keamanan.

5.2 Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan yang berpengaruh pada temuan penelitian diantaranya yaitu:

1. Lingkup Wilayah Terbatas

Penelitian ini hanya dilakukan di Kabupaten Sleman, sehingga hasilnya mungkin tidak dapat digeneralisasi ke wilayah lain dengan karakteristik berbeda.

2. Sampel Terbatas

Penelitian ini hanya melibatkan pelaku UMKM bidang kuliner, sehingga hasilnya mungkin tidak mencerminkan persepsi UMKM di sektor lain.

3. Variabel Penelitian

Penelitian ini hanya mempertimbangkan persepsi kegunaan, persepsi kemudahan, risiko, dan kepercayaan, sehingga faktor lain yang mungkin mempengaruhi minat penggunaan *e-wallet* OVO, seperti faktor ekonomi, sosial, dan budaya, tidak diinvestigasi.

5.3 Saran

Berdasarkan keterbatasan penelitian yang telah dilakukan, maka saran yang dapat disimpulkan untuk penelitian selanjutnya yaitu sebagai berikut:

1. Perluasan Lingkup Wilayah Penelitian

Untuk meningkatkan generalisasi temuan, penelitian di masa depan sebaiknya melibatkan UMKM dari berbagai wilayah di luar Kabupaten Sleman. Hal ini akan membantu mendapatkan gambaran yang lebih komprehensif tentang minat penggunaan *e-wallet* OVO di berbagai daerah dengan karakteristik yang berbeda.

2. Diversifikasi Sampel

Penelitian selanjutnya sebaiknya mencakup UMKM dari berbagai sektor selain kuliner, seperti sektor ritel, jasa, dan manufaktur. Dengan melibatkan sampel yang lebih beragam, peneliti dapat memperoleh wawasan yang lebih luas tentang faktor-faktor yang mempengaruhi minat penggunaan *e-wallet* OVO di berbagai jenis usaha.

3. Penambahan Variabel Penelitian

Untuk mendapatkan pemahaman yang lebih menyeluruh, penelitian di masa depan sebaiknya mempertimbangkan variabel tambahan yang mungkin mempengaruhi minat penggunaan *e-wallet* OVO. Faktor-faktor seperti kondisi ekonomi, kebijakan pemerintah, tingkat literasi teknologi, serta budaya dan norma sosial dapat memberikan perspektif yang lebih kaya tentang faktor-faktor yang mempengaruhi adopsi teknologi pembayaran digital.

5.4 Implikasi

Berdasarkan hasil dari penelitian tersebut, diharapkan terdapat beberapa implikasi dan kontribusi kepada berbagai pihak diantaranya, sebagai berikut:

1. Hasil penelitian ini dapat menjadi referensi baru bagi para akademisi yang ingin atau tertarik untuk melakukan penelitian lanjut mengenai minat penggunaan *e-wallet* OVO pada pelaku UMKM.
2. Hasil penelitian ini diharapkan dapat membantu penyedia layanan *e-wallet* (OVO) untuk terus mengembangkan strategi pemasaran yang lebih efektif,

meningkatkan fitur keamanan, dan menyesuaikan layanan mereka agar lebih sesuai dengan kebutuhan dan preferensi pengguna.

3. Hasil penelitian ini diharapkan dapat membantu pelaku UMKM bidang kuliner atau lainnya supaya dapat memahami lebih baik mengenai kegunaan, kemudahan, risiko, dan kepercayaan penggunaan *e-wallet* seperti OVO. Pengetahuan ini dapat membantu mereka membuat keputusan yang lebih informasional tentang adopsi teknologi pembayaran digital, yang pada akhirnya dapat meningkatkan efisiensi operasional dan daya saing mereka.
4. Hasil penelitian ini diharapkan dapat membantu pemerintah Kabupaten Sleman untuk merancang kebijakan yang mendukung adopsi teknologi pembayaran digital di kalangan UMKM. Inisiatif seperti pelatihan literasi digital, pemberian insentif, dan peningkatan infrastruktur teknologi dapat didasarkan pada temuan ini untuk mendorong pertumbuhan ekonomi lokal.

DAFTAR PUSTAKA

- Abrilia, N. D., & Sudarwanto, T. (2020). Pengaruh persepsi kemudahan dan fitur layanan terhadap minat menggunakan e-wallet pada aplikasi dana di Surabaya. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 8, 1007. <https://ejournal.unesa.ac.id/index.php/jptn/article/view/45517/38513>
- Agustian, I., Saputra, H. E., & Imanda, A. (2019). Pengaruh sistem informasi manajemen terhadap peningkatan kualitas pelayanan di PT. Jasaraharja putra cabang Bengkulu. *Jurnal Komunikasi & Administrasi Publik*, 6, 44. <https://jurnal.unived.ac.id/index.php/prof/issue/view/256>
- Andriyano, Y., & Rahmawati, D. (2016). Pengaruh Persepsi Kemudahan, Persepsi Kebermanfaatan, Persepsi Risiko Dan Kepercayaan Terhadap Minat Menggunakan Rekening Ponsel (Studi Kasus Pada Nasabah Cimb Niaga Daerah Istimewa Yogyakarta). *Jurnal Profita*, 2(1), 1-16.
- Anugerah, W. (2023). Perbedaan QRIS dan E Wallet, Mana yang Lebih Menguntungkan untuk Bisnis Anda? *Localstartupfest*. <https://www.localstartupfest.id/faq/perbedaan-qrisk-dan-e-wallet/>
- Ardian, P., Pranjoto, R. G.H., & Samsuki. (2023). Pengaruh kemudahan, kemanfaatan, dan risiko terhadap minat penggunaan financial technology pada pembayaran digital pariwisata di kabupaten Sumenep. *Journal of Economic, Business, and Accounting*, 7, 2262-2273.
- Ardianto, K., & Azizah, N. (2021, Mei). Analisis minat penggunaan dompet digital dengan pendekatan technology acceptance model (TAM) pada pengguna di kota Surabaya. *Jurnal Pengembangan Wiraswasta*, 23, 15. <http://dx.doi.org/10.33370/jpw.v23i1.511>
- Arianto, B. (2021, Desember). Pandemi COVID-19 dan transformasi budaya digital di Indonesia. *Jurnal Ilmu Humaniora*, 5, 234. <https://online-journal.unja.ac.id/titian/article/view/15309/12493>
- Asri, H. R., Setyarini, E., & Gisijanto, H. A. (2022). Pengaruh persepsi kemudahan, persepsi risiko, dan kepercayaan terhadap minat penggunaan peer to peer lending. *Jurnal Ilmiah Multidisiplin (JUKIM)*, 1, 1-9. <https://journal.admi.or.id/index.php/JUKIM/article/view/99>
- Badan Pusat Statistik Kabupaten Sleman. (2017). <https://slemankab.bps.go.id/statictable/2017/11/09/142/banyaknya-dosen-mahasiswa->

- lulusan-dan-persentase-lulusan-perguruan-tinggi-swasta-di-kabupaten-sleman-2016.html.
- Badan Pusat Statistik Kabupaten Sleman. (2017). Badan Pusat Statistik Kabupaten Sleman. <https://slemankab.bps.go.id/statictable/2017/11/09/141/banyaknya-dosen-mahasiswa-dan-lulusan-ptn-di-sleman-2016-2017.html>
- Belanger, F., & Carter, L. (2008). Trust and Risk in e-government adoption. *Jurnal of Strategic Information Systems*, 17, 174.
- Belanger, F., Hiller, J. S., & Smith, W. J. (2002). Trustworthiness in electronic commerce: the role of privacy, security, and site attributes. *The Journal of Strategic Information System*, 11, 245-270. [https://doi.org/10.1016/S0963-8687\(02\)00018-5](https://doi.org/10.1016/S0963-8687(02)00018-5)
- Buluati, R., Karundeng, D. R., & Suyanto, M. F. (2023). Pengaruh kemudahan, keamanan, dan kepercayaan bertransaksi terhadap minat menggunakan QRIS (Quick Response Indonesian Standard) pada pelaku UMKM di kabupaten Boalemo. *Wahana: Tridarma Perguruan Tinggi*, 75, 33-47. <http://jurnal.unipasby.ac.id/index.php/whn>
- Darista, S. M.R., & Mujilan. (2021). Pengaruh persepsi kegunaan, persepsi kemudahan, persepsi kepercayaan, dan persepsi risiko terhadap minat penggunaan aplikasi OVO sebagai alat pembayaran e-money. *Jurnal riset manajemen dan akuntansi*, 9(1), 27-37.
- Davis, F. (1987). User Acceptance of Information Systems: The Technology Acceptance Model (TAM). *School of Business Administration*, 32-33.
- Davis, F. D. (1989). Perceived usefulness, perceived ease of use, and user acceptance of information technology. *MIS Quarterly: Management Informational Systems*, 13(3), 319-339. <https://doi.org/10.2307/249008>
- Dinas Koperasi dan UMKM Sleman. (n.d.). Portal Satu Data UMKM - Kabupaten Sleman. <https://dataumkm.slemankab.go.id/newportal2>
- Fasa, M. I., Hilal, S., & Normasyhuri, K. (2023). Strategi peningkatan pertumbuhan bisnis UMKM Provinsi Lampung dengan penerapan Quick Response Code Indonesian Standard (QRIS). *Jurnal Solma*, 12, 1562. <file:///C:/Users/ACER/Downloads/1557-1568.+13122+TEMPLATE.pdf>
- Haniko, P., Sappaile, B. I., Gani, I. P., Sitopu, J. W., Junaidi, A., & Cahyono, D. (2023, Mei). Menjembatani Kesenjangan Digital: Memberikan Akses ke Teknologi, Pelatihan, Dukungan, dan Peluang untuk Inklusi Digital. *Jurnal Pengabdian West Science*, 2, 307. [file:///C:/Users/ACER/Downloads/4.+WSN_JP-Paulus+Haniko,dkk+\(Kolaborasi\),+dkk-Template.pdf](file:///C:/Users/ACER/Downloads/4.+WSN_JP-Paulus+Haniko,dkk+(Kolaborasi),+dkk-Template.pdf)

- Insight Asia. (2022). *Consistency that Leads*. InsightAsia. <https://insightasia.com/wp-content/uploads/2022/12/Appendix-InsightAsia-Presentation-2023-E-Wallet-Industry-Outlook.pdf>
- ITS News. (2023, July 3). *Peran Mahasiswa sebagai Agen Perubahan di Era Digital - ITS News*. Institut Teknologi Sepuluh Nopember (ITS). Retrieved March 15, 2024, from <https://www.its.ac.id/news/2023/07/03/peran-mahasiswa-sebagai-agen-perubahan-di-era-digital/>
- Khairin, F. N., Kusumawardani, A., Ginting, Y. L., & Syakura, M. A. (2021). *UMKM TANGGUH: Digitalisasi dan Transformasi Hijau* (1st ed.). PUSTAKA AKSARA. https://repository.unmul.ac.id/bitstream/handle/123456789/10519/E-book_UMKM%20Reference.pdf?sequence=1
- Kilani, A. A.Z., Kakeesh, D. F., Al-weshah, G. A., & Al-Frbei, M. M. (2023). Consumer post-adoption of e-wallet: An extended UTAUT2 perspective with trust. *Technology, Market, and Complexity*, 9, 2-3. <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S2199853123002159>
- Martias, L. D. (2021). Statistika deskriptif sebagai kumpulan informasi. *Jurnal Ilmu Perpustakaan dan Informasi*, 16(1), 43-50. DOI: <https://doi.org/10.14421/fhrs.2021.161.40-59>
- Mawardani, F., & Dwijayanti, R. (2021). Pengaruh persepsi kemudahan penggunaan dan promosi cashback terhadap minat mahasiswa dalam menggunakan dompet digital shopeepay pada aplikasi shopee. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 9, 1457. <https://download.garuda.kemdikbud.go.id/article.php?article=3496056&val=30585&title=PENGARUH%20PERSEPSI%20KEMUDAHAN%20PENGUNAAN%20DAN%20PROMOSI%20CASHBACK%20TERHADAP%20MINAT%20MAHASISWA%20DALAM%20MENGUNAKAN%20DOMPET%20DIGITAL%20SHOPEEPAY%20PADA%20APLIKAS>
- Ningsih, H. A., Sasmita, E. M., & Sari, B. (2021). Pengaruh persepsi manfaat, persepsi kemudahan penggunaan, dan persepsi risiko terhadap keputusan menggunakan uang elektronik (QRIS) pada mahasiswa. *Jurnal IKRA-ITH Ekonomika*, 4, 3. <https://journals.upi-yai.ac.id/index.php/IKRAITH-EKONOMIKA/article/view/1067>
- Noviyanti, A., & Erawati, T. (2021). Pengaruh persepsi kemudahan, kepercayaan, dan efektivitas terhadap minat menggunakan financial technology (fintech). *Jurnal Ilmiah Akuntansi dan Finansial Indonesia*, 4(2), 65-74.

- Oktaviana, I., Nursal, M. F., & Wulandari, D. S. (2023). Pengaruh persepsi kemudahan penggunaan, persepsi risiko, dan fitur layanan terhadap minat menggunakan shopeepay di kota Bekasi. *Jurnal Economina*, 2, 2810. <https://doi.org/10.55681/economina.v2i10.905>
- Pavlou, P. A. (2003). Acceptance of Electronic Commerce: Integrating Trust and Risk with The Technology Acceptance Model. *International Journal of Eleectronic Commerce*, 7((03)), 69-103. file:///C:/Users/ACER/Downloads/SSRN-id2742286.pdf
- Purnomo, A. S.D., & Ramadani, D. D. (2022). Pengaruh manfaat, kemudahan terhadap minat pemakaian financial technology pada penggunaan pembayaran digital UMKM di Sumenep. *Jurnal Ilmu-Ilmu Ekonomi*, 14(2), 18-30.
- Rivaldi, S., & Dinaroe. (2022). Faktor-faktor yang mempengaruhi minat penggunaan fintech pada UMKM di kota Banda Aceh menggunakan pendekatan technology acceptance model (TAM). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Akuntansi (JIMEKA)*, 7, 1-15.
- Rodiah, S., & Melati, I. S. (2020). Pengaruh kemudahan penggunaan, kemanfaatan, risiko, dan kepercayaan terhadap minat menggunakan e-wallet pada generasi milenial Kota Semarang. *Journal of Economic Education and Entrepreneurship*, 1(2), 66-88. <http://e-journal.ivet.ac.id/index.php/jeee>
- Rudyanta, T. (2020). Fenomena penggunaan e-wallet di kalangan pengusaha warung makan di perkantoran Jakarta. *Jurnal Pewarta Indonesia*, 2(1), 47. <https://www.neliti.com/publications/328816/fenomena-penggunaan-e-wallet-di-kalangan-pengusaha-warung-makan-di-perkantoran-j>
- Saputra, A., & Natsir, F. A. (2023). Tinjauan hukum islam terhadap penggunaan e-wallet OVO dalam transaksi pembayaran pada driver grab di kota makasar. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Jurusan Hukum Ekonomi Syariah*, 4, 253.
- SOLOPOSJOGJA. (2023, June 29). Ini Daerah yang Memiliki Kampus Paling Banyak di Yogyakarta. *Jogja*. <https://jogja.solopos.com/ini-daerah-yang-memiliki-kampus-paling-banyak-di-yogyakarta-1671554>
- Sugiyono, P. D. (2019). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D* (2nd ed.). ALFABET.
- Suryanto, Muhyi, H. A., & Kurniati, P. S. (2022, April). Use of digital payment in macro, small, and medium business. : *Jurnal Pemikiran dan Penelitian Administrasi Bisnis dan Kewirausahaan*, 7, 56. file:///C:/Users/ACER/Downloads/39452-150257-1-PB.pdf

- Syahrina, A., & Christiana, I. (2023). Efek Mediasi kepercayaan pada pengaruh persepsi manfaat dan persepsi kemudahan terhadap minat menggunakan e-money. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 12(2), 164.
- Tresnawaty, N., Dewi, I. S., & Christina. (2023). Peranan technology acceptance models dalam minat penggunaan financial technology pada UMKM. *Jurnal Politeknik Caltex Riau*, 16, 159-168. <https://jurnal.pcr.ac.id/index.php/jakb/>
- Wicaksono, S. I. (2022). *Teori Dasar Technology Acceptance Model* (Pertama ed.). CV. Seribu Bintang.
- Widiyanti, W. (2020). Pengaruh kemanfaatan, kemudahan penggunaan dan promosi terhadap keputusan penggunaan e-wallet OVO di Depok. *Jurnal Akuntansi dan Keuangan*, 7, 55. <https://ejournal.bsi.ac.id/ejurnal/index.php/moneter>
- Wijaya, J. P., & Sri, D. (2023, Mei). Pengaruh persepsi kebermanfaatan, persepsi kemudahan, dan persepsi risiko terhadap minat penggunaan mobile banking pada UMKM di Kota Palembang. *Jurnal Informasi Akuntansi*, 2, 1-2. <https://journal.ukmc.ac.id/index.php/jia/article/view/840/754>
- Zusrony, E., Anzie, L. P., Asti, P., Manalu, G., Permana, I., & Imaliya, T. (2023). Analisis perceived usefulness, perceived ease of use dan perceived risk terhadap minat penggunaan pembayaran digital Quick Response Indonesia Standard (QRIS) pada pelaku UMKM. *Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Bisnis*, 16, 200-206. <https://doi.org/10.51903/e-bisnis.v16i1>

LAMPIRAN

Lampiran 1

Rancangan Kuesioner Penelitian

Assalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh.

Dengan Hormat,

Saya Galuh Nugraheni Hana Pratiwi, mahasiswa Fakultas Bisnis dan Ekonomika Jurusan Akuntansi. Saat ini saya sedang melakukan penelitian tugas akhir skripsi dengan judul **“Pengaruh Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan, Risiko, dan Kepercayaan terhadap Minat Penggunaan E-wallet OVO pada Pelaku UMKM Bidang Kuliner di Kabupaten Sleman”**. Dimana kuesioner ini bertujuan untuk mendukung penelitian tersebut.

Pada kuesioner ini, terdapat beberapa pertanyaan yang bertujuan untuk mengumpulkan data dan informasi dari Bapak/Ibu/Saudara/i selaku responden dalam penelitian yang saya lakukan. Responden dalam penelitian ini ditujukan khusus pada pelaku UMKM mikro yang memiliki minat menggunakan *e-wallet* OVO, tepatnya di sekitar kampus di Kabupaten Sleman dan sudah memiliki pengalaman dalam menggunakan *e-wallet* OVO.

Bantuan dari responden akan sangat membantu bagi penelitian ini. Semua informasi dari hasil penelitian ini hanya akan digunakan untuk kepentingan penelitian dan akan dijaga kerahasiaannya sesuai dengan etika dalam penelitian. Dengan demikian, penulis sangat mengharapkan kejujuran Bapak/Ibu/Saudara/i dalam menjawab setiap pertanyaan kuesioner sesuai dengan pengalaman responden dalam menggunakan *e-wallet* OVO. Apabila, terdapat pertanyaan terkait kuesioner ini, dapat menghubungi email 20312110@students.uii.ac.id

Atas kesediaan waktu dan bantuan Bapak/Ibu/Saudara/i, saya ucapkan terima kasih.

Hormat saya,

Wassalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh.

A. Identitas Responden

1. Nama Usaha
2. Jenis Kelamin

- Laki-laki
 - Perempuan
3. Usia
- < 20 Tahun
 - 21-30 Tahun
 - 31-40 Tahun
 - >40 Tahun
4. Pengalaman Usaha dalam Menggunakan *E-wallet* OVO
- < 1 Tahun
 - 1-2 Tahun
 - 3-4 Tahun
 - >5 Tahun
5. Pelaku UMKM, di sekitar Universitas/Kampus:
- UII
 - UGM
 - UNY
 - UIN Sunan Kalijaga
 - Universitas Atma jaya
6. Penghasilan tahunan UMKM
- < 50 juta
 - 50-100 juta
 - 100-200 juta
 - 200-300 juta

B. Karakteristik Jawaban

Dalam setiap pertanyaan Bapak/Ibu/Saudara/i cukup untuk memberikan satu jawaban yang sesuai dengan cara memberikan tanda (✓) di dalam kolom jawaban yang sudah disediakan. Terdapat 5 skala dengan rentang 1-5 sebagai berikut:

- 1 : Sangat Tidak Setuju (STS)
- 2 : Tidak Setuju (TS)
- 3 : Ragu-ragu (RR)
- 4 : Setuju (S)
- 5 : Sangat Setuju (SS)

1. Minat Penggunaan

No	Indikator	1	2	3	4	5
1.	Saya menggunakan e-wallet OVO untuk mengumpulkan informasi, yang mencakup tentang penjualan, pembayaran, atau transaksi keuangan					
2.	Saya selalu menggunakan <i>e-wallet</i> OVO untuk berinteraksi dengan pembeli, terutama dalam menerima pembayaran dari pembeli					
3.	Saya minat menggunakan <i>e-wallet</i> OVO untuk bertransaksi					
4.	Saya memiliki ketertarikan menggunakan aplikasi <i>e-wallet</i> OVO atas dasar kemauan sendiri					

2. Persepsi Kegunaan

No	Indikator	1	2	3	4	5
1.	Saya merasa menggunakan <i>e-wallet</i> OVO dapat meningkatkan kualitas pekerjaan yang saya lakukan					
2.	Saya merasa <i>e-wallet</i> OVO memungkinkan saya menyelesaikan pekerjaan dengan lebih cepat					
3.	Saya sebagai pelaku UMKM merasa <i>e-wallet</i> OVO mendukung aspek penting pekerjaan saya					
4.	Saya sebagai pelaku UMKM merasa <i>e-wallet</i> OVO meningkatkan produktivitas saya					
5.	Saya sebagai pelaku UMKM merasa <i>e-wallet</i> OVO meningkatkan kinerja pekerjaan saya					
6.	Saya merasa menggunakan <i>e-wallet</i> OVO dapat meningkatkan efektivitas saya dalam melakukan pekerjaan					

7.	Secara keseluruhan, saya merasa <i>e-wallet</i> OVO berguna dalam membantu pekerjaan saya					
8.	Saya merasa menggunakan <i>e-wallet</i> OVO menghemat waktu saya					

3. Persepsi Kemudahan

No	Indikator	1	2	3	4	5
1.	Saya merasa <i>e-wallet</i> OVO mudah untuk dipelajari					
2.	Secara keseluruhan, saya merasa <i>e-wallet</i> OVO mudah untuk digunakan					
3.	Saya merasa <i>e-wallet</i> OVO tidak membuat saya frustrasi					
4.	Saya merasa <i>e-wallet</i> OVO merupakan <i>e-wallet</i> yang fleksibel					
5.	Saya merasa <i>e-wallet</i> OVO memudahkan pelaku UMKM untuk menjadi terampil					
6.	Saya merasa berinteraksi dengan menggunakan <i>e-wallet</i> OVO jelas dan dapat dimengerti					
7.	Saya merasa mudah dalam memulihkan kesalahan yang terjadi pada <i>e-wallet</i> OVO					
8.	Saya merasa <i>e-wallet</i> OVO memberikan panduan yang berguna dalam melakukan pekerjaan					

4. Risiko

No	Indikator	1	2	3	4	5
1.	Keputusan dalam menggunakan <i>e-wallet</i> OVO adalah beresiko					

	rendah, terutama terkait dengan potensi kebocoran data atau penipuan					
2.	Saya yakin penggunaan <i>e-wallet</i> OVO tidak beresiko					
3.	Saya yakin dengan keamanan transaksi menggunakan <i>e-wallet</i> OVO, sehingga saya merasa nyaman dalam menerima transaksi pembayaran					
4.	Saya tidak khawatir dengan privasi data saya saat menggunakan <i>e-wallet</i> OVO					

5. Kepercayaan

No	Indikator	1	2	3	4	5
1.	Saya memiliki kepercayaan terhadap <i>e-wallet</i> OVO					
2.	Saya percaya <i>e-wallet</i> OVO memberikan perlindungan kepada pelaku usaha					
3.	Saya percaya <i>e-wallet</i> OVO tidak memberikan risiko bagi pelaku usaha					
4.	Saya percaya <i>e-wallet</i> OVO dapat diakui secara luas, terutama bagi pelaku UMKM					
5.	Saya percaya bahwa <i>e-wallet</i> OVO memberikan keamanan data pribadi pengguna dan keamanan transaksi keuangan bagi pelaku UMKM					
6.	Saya percaya bahwa <i>e-wallet</i> OVO akan memenuhi janji-janjinya terkait keamanan dan keandalan layanan, seperti menjaga data pribadi dan melakukan transaksi dengan tepat waktu					

Lampiran 2
Rekap Hasil Jawaban Kuesioner

Nama Usaha	Jenis Kelamin	Usia	Pengalaman Usaha dalam Menggunakan E-wallet OVO	Lokasi UMKM:	Penghasilan tahunan UMKM
Susu sarjana	Perempuan	21-30 Tahun	3-4 Tahun	UII	50 - 100 juta
Warmindo Wisesa	Laki-laki	> 40 Tahun	3-4 Tahun	UII	50 -100 juta
Magu magu fried chicken	Laki-laki	21-30 Tahun	3-4 Tahun	UII	< 50 juta
Nggeprek mantan	Perempuan	21-30 Tahun	1-2 Tahun	UII	50 -100 juta
Warunk Comelk	Laki-laki	> 40 Tahun	> 5 Tahun	UII	100 - 200 juta
Chiclin Chiken	Perempuan	21-30 Tahun	1-2 Tahun	UGM	< 50 juta
Umayumcha	Laki-laki	21-30 Tahun	3-4 Tahun	UGM	100 - 200 juta
Kebab Turkiyem	Perempuan	21-30 Tahun	1-2 Tahun	UGM	50 - 100 juta
Seblak bloom klebengan	Perempuan	21-30 Tahun	1-2 Tahun	UGM	< 50 juta
Jaga tempo Koffie	Laki-laki	31-40 Tahun	3-4 Tahun	UGM	50 -100 juta
Bakso dan mie ayam Emha	Laki-laki	31-40 Tahun	3-4 Tahun	UGM	100 - 200 juta
Special lotek dan gado-gado bu lies	Perempuan	31-40 Tahun	3-4 Tahun	UGM	< 50 juta
Warung makan estu eco	Perempuan	31-40 Tahun	1-2 Tahun	UGM	50 -100 juta
Warung kang jhon	Laki-laki	31-40 Tahun	1-2 Tahun	UGM	50 -100 juta
Kleb coffee	Perempuan	21-30 Tahun	1-2 Tahun	UGM	< 50 juta
Teh tarik bang don	Laki-laki	31-40 Tahun	1-2 Tahun	UGM	< 50 juta
Warung indomie warmindo kedai kinanthi caturtunggal	Perempuan	21-30 Tahun	1-2 Tahun	UGM	50 -100 juta
Alpukat kocok hok-khi UNY	Laki-laki	31-40 Tahun	3-4 Tahun	UNY	50 -100 juta
Ayam geprek sarjana	Perempuan	21-30 Tahun	3-4 Tahun	UNY	50 -100 juta
Jasuke al-baik	Perempuan	31-40	1-2 Tahun	UNY	< 50 juta

		Tahun			
Martabak King Amygos	Laki-laki	31-40 Tahun	3-4 Tahun	Universitas Atma jaya	50 - 100 juta
Swikee purwodadi	Perempuan	31-40 Tahun	1-2 Tahun	Universitas Atma jaya	< 50 juta
Nasi Kuning dan Uduk Bu Kris	Perempuan	> 40 Tahun	1-2 Tahun	UII	50 -100 juta
Soto Hollywood	Laki-laki	21-30 Tahun	3-4 Tahun	UII	50 -100 juta
bakso tenis dan mie ayam bayam	Perempuan	31-40 Tahun	3-4 Tahun	UII	< 50 juta
Capcuzz dan seblakcuzz	Laki-laki	31-40 Tahun	3-4 Tahun	UII	< 50 juta
bakso tenis dan mie ayam bayam	Laki-laki	21-30 Tahun	3-4 Tahun	UII	50 -100 juta
Pisang Coklat Lumer Isy	Perempuan	21-30 Tahun	1-2 Tahun	UII	< 50 juta
Warteg Kharisma Bahari	Perempuan	31-40 Tahun	> 5 Tahun	UII	100 - 200 juta
Burjo Fawwas	Perempuan	21-30 Tahun	3-4 Tahun	UII	50 -100 juta
Es teh solo	Perempuan	21-30 Tahun	1-2 Tahun	UII	< 50 juta
Motekar 18	Laki-laki	21-30 Tahun	3-4 Tahun	UII	50 -100 juta
Warung Gajebo aa' nana Mpok Lela	Laki-laki	21-30 Tahun	3-4 Tahun	UII	100 - 200 juta
Yam go ayam goenting ayam katsu dan steak ayam	Laki-laki	21-30 Tahun	3-4 Tahun	UII	50 -100 juta
Mie ayam bakso semangat	Perempuan	31-40 Tahun	< 1 Tahun	UII	< 50 juta
Motekar 16	Laki-laki	21-30 Tahun	3-4 Tahun	UII	50 -100 juta
Motekar 15	Laki-laki	21-30 Tahun	1-2 Tahun	UII	100 - 200 juta
Susu Sarjana	Perempuan	21-30 Tahun	3-4 Tahun	UII	50 -100 juta
Crepes time	Perempuan	21-30 Tahun	1-2 Tahun	Universitas Atma jaya	< 50 juta
Warung makan cempot	Perempuan	31-40 Tahun	1-2 Tahun	Universitas Atma jaya	50 - 100 juta
Mie yabes x pawon omahku	Laki-laki	21-30 Tahun	3-4 Tahun	Universitas Atma jaya	< 50 juta
Warung Starmeal	Perempuan	21-30 Tahun	3-4 Tahun	Universitas Atma jaya	50 -100 juta
Onde-onde	Perempuan	31-40	3-4 Tahun	Universitas	< 50 juta

&molen "mini"		Tahun		Atma jaya	
Piscok melerrr berkah rafa	Perempuan	21-30 Tahun	1-2 Tahun	Universitas Atma jaya	< 50 juta
Tahu Krispi Jogja Achano	Laki-laki	31-40 Tahun	1-2 Tahun	Universitas Atma jaya	< 50 juta
Ayam Geprek Bu Rum 3	Perempuan	> 40 Tahun	3-4 Tahun	Universitas Atma jaya	100 - 200 juta
Martabak dan Terang Bulan Pak Jo	Laki-laki	> 40 Tahun	3-4 Tahun	Universitas Atma jaya	< 50 juta
Kay Donuts Donut Kentang	Perempuan	31-40 Tahun	1-2 Tahun	UGM	< 50 juta
KFD Karomah Food And Drink	Perempuan	21-30 Tahun	3-4 Tahun	UGM	100 - 200 juta
Bakso Urat dan Mie Ayam Goyang Lidah	Laki-laki	31-40 Tahun	3-4 Tahun	UGM	100 - 200 juta
Jogja Donuts	Perempuan	21-30 Tahun	3-4 Tahun	UNY	50 -100 juta
Bakso dan Mie ayam Pak Di	Laki-laki	> 40 Tahun	1-2 Tahun	UNY	100 - 200 juta
Siomay Batagor Kang Gii Asli Bandung	Laki-laki	31-40 Tahun	1-2 Tahun	UNY	50 -100 juta
Nasi Kulit Candu	Perempuan	21-30 Tahun	3-4 Tahun	UNY	50 -100 juta
Susu Sarjana UNY	Laki-laki	21-30 Tahun	3-4 Tahun	UNY	50 -100 juta
Mie Ayam Grabyas red door demangan	Laki-laki	21-30 Tahun	3-4 Tahun	UNY	50 -100 juta
Warmindo maharasa 25	Laki-laki	21-30 Tahun	1-2 Tahun	UNY	50 -100 juta
Siomay Batagor Asli Bandung Neng Puji	Perempuan	21-30 Tahun	3-4 Tahun	UNY	< 50 juta
Warmindo Arena	Laki-laki	21-30 Tahun	3-4 Tahun	UNY	50 -100 juta
Soto Ayam Bu Tinem	Perempuan	> 40 Tahun	1-2 Tahun	UNY	< 50 juta
Lesehan Kedai Warna Warni	Laki-laki	21-30 Tahun	3-4 Tahun	UNY	50 -100 juta
Warmindo Najwa	Perempuan	21-30 Tahun	1-2 Tahun	UNY	50 -100 juta
Warteg Kharisma Bahari Jl Colombo	Laki-laki	31-40 Tahun	3-4 Tahun	UNY	100 - 200 juta
Laperan Cilok Mozarella Tahu	Perempuan	21-30 Tahun	3-4 Tahun	UNY	50 -100 juta

Walik Dimsum dan Rice Box					
Ono Dimsum Pringgodani	Laki-laki	21-30 Tahun	3-4 Tahun	Universitas Atma jaya	< 50 juta
Bakar Goreng Uffah	Perempuan	21-30 Tahun	1-2 Tahun	Universitas Atma jaya	< 50 juta
Jus berkah	Perempuan	21-30 Tahun	3-4 Tahun	Universitas Atma jaya	< 50 juta
Pisang goreng tanduk mas gedang	Laki-laki	21-30 Tahun	3-4 Tahun	Universitas Atma jaya	< 50 juta
Cup Sweet Corn	Laki-laki	31-40 Tahun	1-2 Tahun	Universitas Atma jaya	< 50 juta
Es teh.Yk	Laki-laki	31-40 Tahun	1-2 Tahun	Universitas Atma jaya	< 50 juta
Nn Donuts Kentang Sanata Dharma	Perempuan	21-30 Tahun	3-4 Tahun	Universitas Atma jaya	50 -100 juta
Ayam Geprek Bu Made	Perempuan	> 40 Tahun	1-2 Tahun	Universitas Atma jaya	50 -100 juta
Siomay Batagor Pak Rinto	Laki-laki	21-30 Tahun	2-3 Tahun	Universitas Atma jaya	50 -100 juta
Si Teler dan Dimsum	Perempuan	21-30 Tahun	2-3 Tahun	Universitas Atma jaya	50 -100 juta
Warung Poen-Poen	Laki-laki	31-40 Tahun	1-2 Tahun	UNY	50 -100 juta
Basreng Factory	Perempuan	21-30 Tahun	1-2 Tahun	UNY	100 - 200 juta
Martabak Pak Ali	Laki-laki	> 40 Tahun	1-2 Tahun	UNY	50 -100 juta
Warmindo Elephant	Laki-laki	21-30 Tahun	1-2 Tahun	UGM	50 -100 juta
Bubur Ayam Bandung Az-zahra	Laki-laki	31-40 Tahun	1-2 Tahun	UGM	50 -100 juta
Lotek dan Gado-gado Mbak Anti	Perempuan	31-40 Tahun	1-2 Tahun	UGM	< 50 juta
Rujak Ice Cream Kang Man	Laki-laki	> 40 Tahun	1-2 Tahun	UGM	50 -100 juta
Motekar 19	Laki-laki	21-30 Tahun	3-4 Tahun	UGM	100 - 200 juta
Warmindo mekar mulya	Laki-laki	21-30 Tahun	1-2 Tahun	UIN Sunan Kalijaga	50 -100 juta
Es teh hoki	Perempuan	21-30 Tahun	1-2 Tahun	UIN Sunan Kalijaga	< 50 juta
Warteg Putra bahari 322	Laki-laki	31-40 Tahun	1-2 Tahun	UIN Sunan Kalijaga	50 -100 juta
Nasi Goreng Bu Tari	Perempuan	> 40 Tahun	1-2 Tahun	UIN Sunan Kalijaga	< 50 juta
Sepesial Geprek	Laki-laki	31-40	1-2 Tahun	UIN Sunan	50 -100 juta

Mr Nico		Tahun		Kalijaga	
Kedai Cinta UIN	Laki-laki	31-40 Tahun	3-4 Tahun	UIN Sunan Kalijaga	< 50 juta
Adan Juice	Laki-laki	21-30 Tahun	1-2 Tahun	UIN Sunan Kalijaga	< 50 juta
Sukafetaria	Laki-laki	21-30 Tahun	3-4 Tahun	UIN Sunan Kalijaga	50 -100 juta
Aisbar	Laki-laki	21-30 Tahun	3-4 Tahun	UIN Sunan Kalijaga	50 -100 juta
It's Bobatime	Laki-laki	21-30 Tahun	> 5 Tahun	UIN Sunan Kalijaga	50 -100 juta
Nasi Liwet Sunda & Donclang Rizki Sapen	Perempuan	31-40 Tahun	1-2 Tahun	UIN Sunan Kalijaga	< 50 juta
Sosis Bakar Tara	Perempuan	21-30 Tahun	1-2 Tahun	UIN Sunan Kalijaga	< 50 juta
Es Teh Solo Sapen	Laki-laki	31-40 Tahun	1-2 Tahun	UIN Sunan Kalijaga	< 50 juta
Seblak Prasmanan Rakhmad	Laki-laki	21-30 Tahun	3-4 Tahun	UIN Sunan Kalijaga	50 -100 juta
Geprek Goceng Jogja	Perempuan	21-30 Tahun	1-2 Tahun	UIN Sunan Kalijaga	< 50 juta
Esque	Perempuan	21-30 Tahun	3-4 Tahun	UIN Sunan Kalijaga	50 -100 juta
Morgan Kebab	Laki-laki	31-40 Tahun	> 5 Tahun	UIN Sunan Kalijaga	100 - 200 juta
Warmindo Bujang	Laki-laki	31-40 Tahun	3-4 Tahun	UIN Sunan Kalijaga	50 -100 juta
Ono Dimsum	Perempuan	21-30 Tahun	3-4 Tahun	UIN Sunan Kalijaga	50 -100 juta
Lesehan Lestar	Perempuan	31-40 Tahun	1-2 Tahun	UIN Sunan Kalijaga	50 -100 juta

Persepsi Kegunaan								Total
PU1	PU2	PU3	PU4	PU5	PU6	PU7	PU8	X1
4	5	4	3	3	4	3	4	30
5	4	5	4	3	4	5	5	35
5	3	4	4	3	3	4	4	30
4	3	4	5	4	3	4	4	31
4	4	4	4	4	4	4	4	32
4	5	3	4	4	3	4	3	30
4	3	4	3	4	5	4	5	32
5	5	4	5	5	4	4	4	36
5	4	4	4	5	5	4	4	35
4	5	4	4	5	5	4	4	35
5	4	5	4	5	5	5	4	37
4	5	4	5	4	4	4	5	35
5	5	5	4	4	5	4	5	37

4	4	5	4	5	4	5	4	35
3	4	5	4	4	5	4	4	33
4	4	5	4	4	5	4	5	35
5	4	5	5	4	5	4	4	36
5	4	5	4	4	5	4	4	35
4	4	5	4	5	4	5	4	35
4	5	4	5	4	5	4	5	36
4	4	5	4	5	4	4	4	34
4	5	4	5	5	5	5	4	37
4	4	5	4	5	4	5	5	36
4	4	4	5	4	4	5	5	35
5	5	5	4	4	5	4	4	36
5	5	4	3	4	5	4	5	35
3	5	4	5	4	5	4	4	34
5	5	4	5	4	3	5	5	36
5	4	5	4	5	3	5	5	36
5	4	4	3	4	5	4	4	33
5	4	4	3	4	5	4	4	33
5	4	5	4	4	4	5	4	35
4	5	4	5	5	4	5	4	36
4	4	5	4	4	5	4	5	35
5	4	4	5	5	3	4	4	34
5	4	4	4	4	5	5	4	35
5	4	4	4	4	5	5	5	36
4	4	4	4	4	4	4	5	33
4	5	5	5	4	4	4	5	36
3	4	4	3	3	4	4	4	29
5	4	4	4	4	5	5	5	36
4	5	4	4	3	4	5	5	34
5	4	4	3	4	5	4	4	33
4	3	5	3	4	4	4	5	32
4	5	4	4	5	4	5	5	36
5	4	5	5	5	4	5	3	36
4	5	5	4	4	3	4	4	33
5	4	4	4	4	4	4	4	33
3	3	3	3	3	3	3	4	25
3	4	4	5	3	3	3	5	30
3	4	4	4	4	4	4	4	31
3	3	4	4	4	3	3	3	27
3	3	4	4	3	3	3	4	27
4	4	3	3	3	4	4	4	29
4	4	4	4	4	4	4	4	32
3	4	4	4	4	4	4	4	31
5	3	4	4	4	4	3	3	30
4	3	4	4	4	3	4	3	29
4	4	3	3	3	4	3	4	28
3	3	4	3	4	4	4	4	29
3	3	3	4	3	3	3	3	25

4	4	3	3	3	3	4	3	27
4	4	4	3	3	3	4	4	29
4	5	5	4	4	3	3	3	31
4	3	3	4	4	4	4	4	30
4	4	3	3	3	2	4	4	27
3	4	4	3	4	4	4	5	31
4	3	4	3	4	3	3	4	28
3	3	4	4	4	4	4	3	29
4	3	4	4	4	3	3	3	28
4	4	3	4	3	3	4	4	29
5	4	5	5	4	3	3	4	33
4	3	4	3	3	4	4	4	29
4	4	3	4	3	3	4	4	29
4	3	4	4	3	3	3	4	28
4	4	4	3	3	3	3	3	27
5	4	5	4	4	4	3	4	33
4	5	4	4	5	4	5	4	35
3	3	3	4	4	4	4	4	29
2	3	4	3	3	2	3	3	23
4	4	5	4	4	5	5	5	36
4	3	3	4	4	4	3	4	29
5	4	4	5	4	4	5	4	35
4	4	5	4	3	3	4	4	31
3	4	4	4	4	4	3	4	30
4	4	3	3	4	3	3	3	27
4	3	4	4	4	3	4	3	29
4	3	3	4	4	3	3	3	27
3	4	4	3	4	3	4	3	28
4	4	4	3	3	4	4	4	30
4	4	4	3	3	4	3	3	28
4	3	4	4	3	3	3	3	27
3	4	4	3	3	4	3	4	28
3	3	3	3	3	3	3	4	25
3	4	4	4	4	3	3	4	29
5	4	4	5	5	4	4	5	36
4	4	3	3	4	4	4	4	30
4	3	3	4	5	3	4	4	30
4	3	4	4	3	4	4	3	29
3	4	4	4	5	4	3	5	32
3	4	4	3	4	4	3	4	29
4	3	4	4	3	4	3	4	29

Persepsi Kemudahan								Total
PEOU1	PEOU2	PEOU3	PEOU4	PEOU5	PEOU6	PEOU7	PEOU8	X2
5	5	3	5	3	4	3	5	33
4	4	5	4	4	5	3	4	33
5	3	4	4	4	3	3	5	31
4	3	4	3	5	4	4	3	30

5	4	4	4	4	4	4	4	33
5	5	4	5	4	5	4	4	36
4	3	4	3	3	3	4	4	28
5	5	4	4	5	5	5	4	37
4	4	4	4	4	5	5	4	34
4	5	4	5	4	4	5	4	35
4	4	5	5	4	4	5	4	35
5	5	4	4	5	5	4	5	37
4	5	4	5	4	5	4	5	36
5	4	5	4	4	4	5	4	35
4	4	4	4	4	4	4	4	32
4	4	3	4	4	4	4	5	32
4	4	4	4	5	5	4	4	34
4	4	3	4	3	4	4	3	29
5	4	5	4	4	4	5	4	35
4	5	4	5	5	4	4	4	35
4	4	4	5	4	5	5	5	36
4	5	5	5	5	4	5	5	38
5	4	5	5	4	4	5	5	37
4	4	5	4	5	4	4	4	34
4	5	4	5	4	4	4	4	34
4	5	4	5	3	4	4	4	33
4	5	4	4	5	4	4	5	35
4	5	5	5	5	4	4	4	36
4	4	5	4	4	5	5	5	36
5	4	4	4	3	4	4	4	32
5	4	4	4	3	4	4	4	32
5	4	5	4	4	5	4	5	36
5	5	5	5	5	4	5	4	38
5	4	4	4	4	5	4	4	34
4	4	4	5	5	4	5	5	36
4	4	5	4	4	4	4	5	34
4	4	5	5	4	4	4	4	34
5	4	4	4	4	4	4	4	33
4	5	4	4	5	4	4	4	34
4	4	4	4	3	3	3	3	28
5	4	5	5	4	5	4	4	36
4	5	5	4	4	4	3	4	33
4	4	4	5	3	5	4	4	33
5	3	4	5	3	4	4	5	33
5	5	5	4	4	4	5	5	37
5	4	5	5	5	4	5	5	38
5	5	4	4	4	3	4	4	33
5	4	4	4	4	4	4	4	33
4	3	3	3	3	4	3	4	27
4	4	3	3	5	4	3	4	30
3	4	4	4	4	3	4	4	30
4	3	3	4	4	4	4	4	30

4	3	3	3	4	4	3	3	27
3	4	4	5	3	4	3	3	29
5	4	4	4	4	5	4	4	34
4	4	4	4	4	4	4	3	31
5	3	3	3	4	4	4	4	30
5	3	4	5	4	4	4	4	33
3	4	3	4	3	4	3	3	27
4	3	4	4	3	4	4	3	29
4	3	3	4	4	4	3	4	29
4	4	4	3	3	4	3	4	29
4	4	4	4	3	4	3	4	30
5	5	3	4	4	3	4	4	32
4	3	4	5	4	4	4	4	32
4	4	4	5	3	4	3	3	30
4	4	4	4	3	4	4	5	32
4	3	3	4	3	4	4	4	29
4	3	4	4	4	4	4	4	31
4	3	3	4	4	3	4	3	28
4	4	3	4	4	4	3	4	30
4	4	3	4	5	5	4	3	32
4	3	4	5	3	4	3	4	30
3	4	4	3	4	4	3	3	28
4	3	3	4	4	5	3	4	30
5	4	3	4	3	4	3	3	29
3	4	3	4	4	4	4	4	30
5	5	5	4	4	5	5	4	37
5	3	4	4	4	5	4	4	33
4	3	3	4	3	4	3	4	28
5	4	5	4	4	4	4	4	34
5	3	3	4	4	4	4	4	31
5	4	5	5	5	4	4	4	36
4	4	4	3	4	4	3	4	30
4	4	3	4	4	4	4	4	31
4	4	3	4	3	4	4	4	30
5	3	4	4	4	4	4	4	32
3	3	3	3	4	3	4	3	26
5	4	4	4	3	4	4	3	31
4	4	4	3	3	3	3	4	28
5	4	3	4	3	4	3	4	30
3	3	3	3	4	3	3	4	26
4	4	3	4	3	3	3	4	28
5	3	3	4	3	4	3	4	29
4	4	3	4	4	4	4	3	30
4	4	4	3	5	4	5	3	32
5	4	4	4	3	4	4	4	32
5	3	4	4	4	4	5	4	33
3	3	4	3	4	4	3	4	28
3	4	3	3	4	4	5	4	30

5	4	3	5	3	5	4	4	33
5	3	3	4	4	5	3	4	31

Risiko				Total
RK1	RK2	RK3	RK4	X3
5	4	5	5	19
4	5	4	4	17
3	4	3	3	13
3	4	3	3	13
4	4	4	4	16
5	5	5	5	20
3	3	3	3	12
5	4	5	5	19
4	4	4	4	16
5	4	5	5	19
4	4	4	4	16
5	5	5	5	20
5	4	5	5	19
4	5	4	4	17
4	4	4	4	16
4	4	4	4	16
4	4	4	4	16
4	5	4	4	17
4	4	4	4	16
5	5	5	5	20
4	4	4	4	16
5	4	5	5	19
4	5	4	4	17
4	4	4	4	16
5	4	5	5	19
5	4	5	5	19
5	4	5	5	19
5	5	5	5	20
4	5	4	4	17
4	5	4	4	17
4	5	4	4	17
4	5	4	4	17
5	5	5	5	20
4	5	4	4	17
4	5	4	4	17
4	4	4	4	16
4	4	4	4	16
4	4	4	4	16
5	5	5	5	20
4	4	4	4	16
4	4	4	4	16
5	5	5	5	20
4	4	4	4	16

3	4	3	3	13
5	4	5	5	19
4	4	4	4	16
5	4	5	5	19
4	4	4	4	16
3	4	3	3	13
4	4	4	4	16
4	3	4	4	15
3	2	3	3	11
3	3	3	3	12
4	3	4	4	15
4	4	4	4	16
4	3	4	4	15
3	4	3	3	13
3	4	3	3	13
4	3	4	4	15
3	3	3	3	12
3	3	3	3	12
4	3	4	4	15
4	5	4	4	17
5	5	5	5	20
3	3	3	3	12
4	4	4	4	16
4	4	4	4	16
3	4	3	3	13
3	4	3	3	13
3	3	3	3	12
4	3	4	4	15
4	3	4	4	15
3	4	3	3	13
4	4	4	4	16
3	4	3	3	13
4	3	4	4	15
4	4	4	4	16
5	3	5	5	18
3	4	3	3	13
3	2	3	3	11
4	4	4	4	16
3	3	3	3	12
4	3	4	4	15
4	3	4	4	15
4	4	4	4	16
4	4	4	4	16
3	5	3	3	14
3	3	3	3	12
4	3	4	4	15
4	3	4	4	15
4	4	4	4	16

3	3	3	3	12
4	3	4	4	15
3	3	3	3	12
4	3	4	4	15
4	4	4	4	16
4	3	4	4	15
3	3	3	3	12
3	4	3	3	13
4	3	4	4	15
4	5	4	4	17
3	4	3	3	13

Kepercayaan						Total
KP1	KP2	KP3	KP4	KP5	KP6	X4
4	4	3	4	4	4	23
4	4	2	4	4	5	23
4	5	4	5	4	4	26
4	4	5	3	4	4	24
4	3	3	5	3	3	21
5	5	5	5	5	5	30
5	5	4	3	3	4	24
5	4	4	5	3	5	26
4	5	5	4	4	5	27
4	5	4	5	5	4	27
4	4	5	5	4	5	27
5	5	4	4	5	4	27
5	4	5	4	5	4	27
4	5	4	5	4	5	27
4	5	4	4	5	4	26
5	5	4	5	4	4	27
4	5	4	4	5	4	26
4	4	4	4	5	4	25
5	4	5	4	5	4	27
4	5	4	4	5	4	26
4	5	4	4	5	4	26
5	4	4	5	4	4	26
5	4	5	4	4	5	27
5	5	5	4	5	4	28
4	5	5	4	5	4	27
5	4	5	4	4	5	27
5	4	5	4	4	5	27
5	4	5	3	4	5	26
4	4	5	4	5	4	26
5	4	4	5	4	4	26
5	4	4	5	4	4	26
5	4	4	4	5	5	27
4	5	4	5	4	4	26
4	5	4	5	4	4	26

5	5	4	4	4	4	26
4	5	5	4	4	4	26
4	4	5	4	4	5	26
4	4	5	5	4	4	26
4	5	2	4	4	4	23
2	2	3	2	2	1	12
4	5	5	5	4	4	27
4	5	4	4	4	4	25
5	4	4	4	4	5	26
5	5	5	4	3	5	27
5	4	5	4	5	4	27
5	5	5	4	5	5	29
5	4	5	4	4	4	26
4	4	3	5	3	3	22
4	4	3	4	3	3	21
3	3	3	4	3	3	19
4	3	3	5	3	4	22
4	3	4	5	3	4	23
3	4	3	4	3	3	20
5	4	3	4	4	3	23
5	4	3	5	4	4	25
4	4	3	5	3	3	22
4	4	4	4	3	3	22
4	4	3	4	4	4	23
4	3	3	4	3	3	20
3	4	4	5	3	3	22
5	4	4	5	4	4	26
4	4	4	3	3	4	22
4	3	3	4	4	3	21
3	3	4	4	4	3	21
3	4	4	5	3	3	22
5	4	5	4	4	5	27
5	4	5	4	5	4	27
5	5	4	5	4	4	27
5	4	4	3	4	4	24
4	4	3	4	3	3	21
3	4	4	4	4	4	23
4	4	3	4	3	4	22
4	3	3	4	4	3	21
4	3	3	4	4	4	22
5	4	4	3	3	3	22
4	3	4	4	4	5	24
4	3	4	4	4	4	23
5	5	4	4	4	4	26
5	4	3	4	4	4	24
4	3	3	4	3	3	20
4	3	4	4	4	4	23
5	5	4	4	4	3	25

4	5	4	5	4	3	25
4	4	3	4	2	3	20
4	4	3	4	3	3	21
4	4	3	3	3	3	20
4	4	3	4	4	4	23
3	4	4	3	3	3	20
4	3	4	4	3	3	21
4	4	3	3	3	3	20
5	4	4	4	3	3	23
4	4	4	4	3	3	22
4	4	4	4	4	3	23
3	3	4	4	4	3	21
4	4	4	3	3	3	21
4	4	3	4	4	4	23
4	4	3	4	3	3	21
4	4	4	4	4	4	24
4	4	4	4	3	4	23
4	4	4	4	3	3	22
5	4	4	4	4	4	25
4	3	4	4	4	3	22

Minat Penggunaan				Total
MPE1	MPE2	MPE3	MPE4	Y
4	5	3	3	15
5	4	4	4	17
4	3	4	4	15
4	3	5	5	17
4	4	4	4	16
5	5	4	4	18
3	3	3	3	12
4	5	5	5	19
4	4	4	4	16
4	5	4	4	17
4	4	4	4	16
5	5	5	5	20
4	5	4	4	17
5	4	4	4	17
4	4	4	4	16
4	4	4	4	16
4	4	5	5	18
5	4	4	4	17
4	4	4	4	16
5	5	5	5	20
4	4	4	4	16
4	5	5	5	19
5	4	4	4	17
4	4	5	5	18
4	5	4	4	17

4	5	3	3	15
4	5	5	5	19
5	5	5	5	20
5	4	4	4	17
5	4	3	3	15
5	4	3	3	15
5	4	4	4	17
5	5	5	5	20
5	4	4	4	17
5	4	5	5	19
4	4	4	4	16
4	4	4	4	16
4	4	4	4	16
5	5	5	5	20
4	4	3	3	14
4	4	4	4	16
5	5	4	4	18
4	4	3	3	14
4	3	3	3	13
4	5	4	4	17
4	4	5	5	18
4	5	4	4	17
4	4	4	4	16
4	3	3	3	13
4	4	5	5	18
3	4	4	4	15
2	3	4	4	13
3	3	4	4	14
3	4	3	3	13
4	4	4	4	16
3	4	4	4	15
4	3	4	4	15
4	3	4	4	15
3	4	3	3	13
3	3	3	3	12
3	3	4	4	14
3	4	3	3	13
5	4	3	3	15
5	5	4	4	18
3	3	4	4	14
4	4	3	3	14
4	4	3	3	14
4	3	3	3	13
4	3	4	4	15
3	3	4	4	14
3	4	4	4	15
3	4	5	5	17
4	3	3	3	13

4	4	4	4	16
4	3	4	4	15
3	4	3	3	13
4	4	4	4	16
3	5	4	4	16
4	3	4	4	15
2	3	3	3	11
4	4	4	4	16
3	3	4	4	14
3	4	5	5	17
3	4	4	4	15
4	4	4	4	16
4	4	3	3	14
5	3	4	4	16
3	3	4	4	14
3	4	3	3	13
3	4	3	3	13
4	4	3	3	14
3	3	4	4	14
3	4	3	3	13
3	3	3	3	12
3	4	4	4	15
4	4	5	5	18
3	4	3	3	13
3	3	4	4	14
4	3	4	4	15
3	4	4	4	15
5	4	3	3	15
4	3	4	4	15

Lampiran 3

Hasil pengumpulan Data Kuesioner

Keterangan	Jumlah
Kuesioner yang diterima	102
Kuesioner yang tidak memenuhi kriteria	0
Kuesioner yang memenuhi kriteria	102

Lampiran 4

Klasifikasi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

No	Jenis Kelamin	Jumlah	Prosentase
1.	Laki-laki	53	51,96%
2.	Perempuan	49	48,04%
	Jumlah	102	100%

Lampiran 5

Klasifikasi Responden Berdasarkan Usia

No	Usia	Jumlah	Prosentase
1.	< 20 Tahun	0	0%
2.	21-30 Tahun	57	56,86%
3.	31-40 Tahun	34	32,35%
4.	> 40 Tahun	11	10,78%
	Jumlah	102	100%

Lampiran 6

Klasifikasi Pengalaman Usaha dalam menggunakan e-wallet OVO

No	Pengalaman Usaha	Jumlah	Prosentase
1.	< 1 Tahun	1	1%
2.	1-2 Tahun	49	48,00%
3.	3-4 Tahun	48	47,1%
4.	> 5 Tahun	4	3,9%
	Jumlah	102	100%

Lampiran 7

Klasifikasi Lokasi UMKM Bidang Kuliner

No	Lokasi UMKM bidang Kuliner	Jumlah	Prosentase
1.	UII	21	20,59%
2.	UGM	20	19,61%
3.	UNY	20	19,61%
4.	UIN Sunan Kalijaga	20	19,61%
5.	Universitas Atma jaya	21	20,59%
	Jumlah	102	100%

Lampiran 8

Klasifikasi Penghasilan Tahunan UMKM

No	Penghasilan Tahunan UMKM	Jumlah	Prosentase
1.	< 50 juta	37	39,22%
2.	50-100 juta	51	47,06%
3.	100-200 juta	14	13,73%
4.	200-300 juta	0	0%
	Jumlah	102	100%

Lampiran 9

Hasil Analisis Statistik Deskriptif

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Persepsi Kegunaan	102	23	37	31.66	3.437
Persepsi Kemudahan	102	26	38	32.09	2.989
Risiko	102	11	20	15.66	2.407
Kepercayaan	102	12	30	24.02	2.786
Minat Penggunaan	102	11	20	15.60	2.021
Valid N (listwise)	102				

Lampiran 10

Hasil Uji Validitas Persepsi Kegunaan

		Correlations								
		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	X1.8	X1
X1.1	Pearson Correlation	1	.254*	.299**	.261**	.277**	.332**	.410**	.187	.609**
	Sig. (2-tailed)		.010	.002	.008	.005	.001	.000	.060	.000
	N	102	102	102	102	102	102	102	102	102
X1.2	Pearson Correlation	.254*	1	.269**	.272**	.292**	.343**	.375**	.349**	.624**
	Sig. (2-tailed)	.010		.006	.006	.003	.000	.000	.000	.000
	N	102	102	102	102	102	102	102	102	102
X1.3	Pearson Correlation	.299**	.269**	1	.279**	.320**	.344**	.309**	.280**	.607**
	Sig. (2-tailed)	.002	.006		.005	.001	.000	.002	.004	.000
	N	102	102	102	102	102	102	102	102	102
X1.4	Pearson Correlation	.261**	.272**	.279**	1	.426**	.088	.310**	.197*	.552**
	Sig. (2-tailed)	.008	.006	.005		.000	.382	.002	.047	.000
	N	102	102	102	102	102	102	102	102	102
X1.5	Pearson Correlation	.277**	.292**	.320**	.426**	1	.339**	.438**	.194	.650**
	Sig. (2-tailed)	.005	.003	.001	.000		.000	.000	.051	.000
	N	102	102	102	102	102	102	102	102	102
X1.6	Pearson Correlation	.332**	.343**	.344**	.088	.339**	1	.392**	.428**	.666**
	Sig. (2-tailed)	.001	.000	.000	.382	.000		.000	.000	.000
	N	102	102	102	102	102	102	102	102	102
X1.7	Pearson Correlation	.410**	.375**	.309**	.310**	.438**	.392**	1	.409**	.725**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.002	.002	.000	.000		.000	.000
	N	102	102	102	102	102	102	102	102	102
X1.8	Pearson Correlation	.187	.349**	.280**	.197*	.194	.428**	.409**	1	.601**
	Sig. (2-tailed)	.060	.000	.004	.047	.051	.000	.000		.000
	N	102	102	102	102	102	102	102	102	102
X1	Pearson Correlation	.609**	.624**	.607**	.552**	.650**	.666**	.725**	.601**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	102	102	102	102	102	102	102	102	102

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Lampiran 11

Hasil Uji Validitas Persepsi Kemudahan

		Correlations								
		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	X2.7	X2.8	X2
X2.1	Pearson Correlation	1	.103	.232*	.247*	.013	.243*	.237*	.274**	.491**
	Sig. (2-tailed)		.302	.019	.012	.899	.014	.017	.005	.000
	N	102	102	102	102	102	102	102	102	102
X2.2	Pearson Correlation	.103	1	.360**	.350**	.268**	.154	.292**	.229*	.602**
	Sig. (2-tailed)	.302		.000	.000	.006	.122	.003	.021	.000
	N	102	102	102	102	102	102	102	102	102
X2.3	Pearson Correlation	.232*	.360**	1	.341**	.312**	.180	.442**	.316**	.698**
	Sig. (2-tailed)	.019	.000		.000	.001	.071	.000	.001	.000
	N	102	102	102	102	102	102	102	102	102
X2.4	Pearson Correlation	.247*	.350**	.341**	1	.031	.260**	.285**	.299**	.596**
	Sig. (2-tailed)	.012	.000	.000		.759	.008	.004	.002	.000
	N	102	102	102	102	102	102	102	102	102
X2.5	Pearson Correlation	.013	.268**	.312**	.031	1	.192	.420**	.180	.529**
	Sig. (2-tailed)	.899	.006	.001	.759		.053	.000	.071	.000
	N	102	102	102	102	102	102	102	102	102
X2.6	Pearson Correlation	.243*	.154	.180	.260**	.192	1	.214*	.187	.492**
	Sig. (2-tailed)	.014	.122	.071	.008	.053		.031	.060	.000
	N	102	102	102	102	102	102	102	102	102
X2.7	Pearson Correlation	.237*	.292**	.442**	.285**	.420**	.214*	1	.281**	.689**
	Sig. (2-tailed)	.017	.003	.000	.004	.000	.031		.004	.000
	N	102	102	102	102	102	102	102	102	102
X2.8	Pearson Correlation	.274**	.229*	.316**	.299**	.180	.187	.281**	1	.577**
	Sig. (2-tailed)	.005	.021	.001	.002	.071	.060	.004		.000
	N	102	102	102	102	102	102	102	102	102
X2	Pearson Correlation	.491**	.602**	.698**	.596**	.529**	.492**	.689**	.577**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	102	102	102	102	102	102	102	102	102

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Lampiran 12

Hasil Uji Validitas Risiko

Correlations

		X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3
X3.1	Pearson Correlation	1	.400**	1.000**	1.000**	.959**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000
	N	102	102	102	102	102
X3.2	Pearson Correlation	.400**	1	.400**	.400**	.643**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000
	N	102	102	102	102	102
X3.3	Pearson Correlation	1.000**	.400**	1	1.000**	.959**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000
	N	102	102	102	102	102
X3.4	Pearson Correlation	1.000**	.400**	1.000**	1	.959**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000
	N	102	102	102	102	102
X3	Pearson Correlation	.959**	.643**	.959**	.959**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	102	102	102	102	102

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Lampiran 13

Hasil Uji Validitas Kepercayaan

Correlations

		X4.1	X4.2	X4.3	X4.4	X4.5	X4.6	X4
X4.1	Pearson Correlation	1	.363**	.350**	.123	.375**	.518**	.673**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.217	.000	.000	.000
	N	102	102	102	102	102	102	102
X4.2	Pearson Correlation	.363**	1	.324**	.213*	.417**	.389**	.672**
	Sig. (2-tailed)	.000		.001	.031	.000	.000	.000
	N	102	102	102	102	102	102	102
X4.3	Pearson Correlation	.350**	.324**	1	.044	.465**	.488**	.689**
	Sig. (2-tailed)	.000	.001		.663	.000	.000	.000
	N	102	102	102	102	102	102	102
X4.4	Pearson Correlation	.123	.213*	.044	1	.164	.229*	.413**
	Sig. (2-tailed)	.217	.031	.663		.099	.021	.000
	N	102	102	102	102	102	102	102
X4.5	Pearson Correlation	.375**	.417**	.465**	.164	1	.529**	.749**

	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.099		.000	.000
	N	102	102	102	102	102	102	102
X4.6	Pearson Correlation	.518**	.389**	.488**	.229*	.529**	1	.798**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.021	.000		.000
	N	102	102	102	102	102	102	102
X4	Pearson Correlation	.673**	.672**	.689**	.413**	.749**	.798**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	102	102	102	102	102	102	102

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Lampiran 14

Hasil Uji Validitas Minat Penggunaan E-wallet OVO

		Correlations				
		Y1	Y2	Y3	Y4	Y
Y1	Pearson Correlation	1	.400**	.239*	.239*	.656**
	Sig. (2-tailed)		.000	.016	.016	.000
	N	102	102	102	102	102
Y2	Pearson Correlation	.400**	1	.272**	.272**	.656**
	Sig. (2-tailed)	.000		.006	.006	.000
	N	102	102	102	102	102
Y3	Pearson Correlation	.239*	.272**	1	1.000**	.830**
	Sig. (2-tailed)	.016	.006		.000	.000
	N	102	102	102	102	102
Y4	Pearson Correlation	.239*	.272**	1.000**	1	.830**
	Sig. (2-tailed)	.016	.006	.000		.000
	N	102	102	102	102	102
Y	Pearson Correlation	.656**	.656**	.830**	.830**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	102	102	102	102	102

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Lampiran 15

Hasil Uji Reliabilitas Persepsi Kegunaan

Reliability Statistics	
Cronbach's	
Alpha	N of Items
.782	8

Lampiran 16

Hasil Uji Reliabilitas Persepsi Kemudahan

Reliability Statistics	
Cronbach's	
Alpha	N of Items
.727	8

Lampiran 17

Hasil Uji Reliabilitas Risiko

Reliability Statistics	
Cronbach's	
Alpha	N of Items
.896	4

Lampiran 18

Hasil Uji Reliabilitas Kepercayaan

Reliability Statistics	
Cronbach's	
Alpha	N of Items
.756	6

Lampiran 19

Hasil Uji Reliabilitas Minat Penggunaan E-wallet OVO

Reliability Statistics

Cronbach's	
Alpha	N of Items
.723	4

Lampiran 20

Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		102
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.11697953
Most Extreme Differences	Absolute	.058
	Positive	.057
	Negative	-.058
Test Statistic		.058
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. This is a lower bound of the true significance.

Lampiran 21

Hasil Uji Multikolinearitas

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	.149	1.246		.119	.905		
	Persepsi Kegunaan	.200	.060	.339	3.326	.001	.302	3.308
	Persepsi Kemudahan	.175	.074	.259	2.350	.021	.259	3.854
	Risiko	.324	.067	.386	4.826	.000	.494	2.026
	Kepercayaan	-.065	.057	-.089	-1.140	.257	.513	1.948

a. Dependent Variable: Minat Penggunaan

Lampiran 22

Hasil Uji Heterokedasitas

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.349	.687		1.963	.053
	Persepsi Kegunaan	.012	.033	.065	.354	.724
	Persepsi Kemudahan	-.043	.041	-.207	-1.049	.297
	Risiko	.039	.037	.152	1.060	.292
	Kepercayaan	-.001	.031	-.005	-.036	.971

a. Dependent Variable: Abs_RES

Lampiran 23

Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.149	1.246		.119	.905
	Persepsi Kegunaan	.200	.060	.339	3.326	.001
	Persepsi Kemudahan	.175	.074	.259	2.350	.021
	Risiko	.324	.067	.386	4.826	.000
	Kepercayaan	-.065	.057	-.089	-1.140	.257

a. Dependent Variable: Minat Penggunaan

Lampiran 24

Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.833 ^a	.695	.682	1.13978

a. Predictors: (Constant), Kepercayaan, Risiko, Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan

Lampiran 25

Hasil Uji F

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	286.508	4	71.627	55.136	.000 ^b
	Residual	126.012	97	1.299		
	Total	412.520	101			

a. Dependent Variable: Minat Penggunaan

b. Predictors: (Constant), Kepercayaan, Risiko, Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan