

ABSTRAK

Dany Meltamz Ardibrata Tanesia (01011170356)

PENGARUH PERSEPSI KEMUDAHAN PENGGUNAAN, PERSEPSI KEBERMANFAATAN, PERSEPSI KREDIBILITAS TERHADAP MINAT PENGGUNAAN LAYANAN PEMBAYARAN DIGITAL OVO.

(XIV + 118 halaman: 4 gambar; 17 tabel; 3 diagram)

Di era digital ini, kemajuan teknologi sangatlah berkembang pesat. Perkembangan teknologi tersebut kemudian berpengaruh pada bidang sistem pembayaran, menciptakan sistem pembayaran baru yang tidak menggunakan uang tunai, yaitu sistem pembayaran digital atau *e-payment*. Kecenderungan masyarakat dalam menggunakan aplikasi pembayaran digital semakin meningkat karena berbagai persepsi yang mempengaruhinya. Pada penelitian ini yang menjadi obyek untuk aplikasi pembayaran digital adalah OVO. Untuk meningkatkan minat penggunaan OVO pada penggunanya, maka diperlukan penelitian mengenai pengaruh yang diberikan oleh persepsi kemudahan penggunaan, persepsi kebermanfaatan, dan persepsi kredibilitas terhadap minat penggunaan layanan pembayaran digital OVO.

Pengumpulan data untuk penelitian dilakukan dengan teknik komunikasi dan teknik kepustakaan, yaitu dengan cara menyebarkan kuesioner secara *online* kepada responden yang pernah menggunakan aplikasi OVO. Data kemudian diolah menggunakan SEM-PLS yaitu melakukan evaluasi terhadap *inner model* dan *outer model*. Penelitian dilakukan dengan cara menyebarkan kuesioner kepada 199 orang responden, namun yang memenuhi kriteria hanya 194 orang responden saja. Dari 194 orang responden itu kemudian dilakukan analisis. Hasil penelitian membuktikan bahwa persepsi kemudahan penggunaan, persepsi kebermanfaatan, dan persepsi kredibilitas berpengaruh positif terhadap minat penggunaan layanan pembayaran digital OVO.

Referensi: 35 (2011-2020)

Kata kunci: pembayaran digital, *e-payment*, OVO, persepsi kemudahan penggunaan, persepsi kebermanfaatan, persepsi kredibilitas, minat penggunaan