

**PENGARUH FAKTOR RISIKO DAN FAKTOR KEPERCAYAAN TERHADAP ADOPSI
ELECTRONIC WALLET MENGGUNAKAN MODEL TAM
(STUDI KASUS: E-WALLET OVO DI KOTA BANDUNG)**

**THE EFFECT OF RISK FACTORS AND TRUST FACTORS ON ADOPTION OF ELECTRONIC
WALLET USING TAM MODELS (CASE STUDY: E-WALLET OVO IN BANDUNG)**

Muhammad Fakhriyad Wiradimaja¹, Dr. Brady Rikumahu, SE., MBA²

¹Dosen, Manajemen Bisnis Telekomunikasi Informatika, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Telkom

²Prodi S1 Manajemen Bisnis Telekomunikasi Informatika, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Telkom

mfakhriyad@student.telkomuniversity.ac.id, bradyrikumahu@telkomuniversity.ac.id

Abstrak

Financial technology merupakan inovasi dari perkembangan teknologi dengan memanfaatkan teknologi dan digabungkan dengan finansial. Jenis fintech ada berbagai macam salah satunya adalah uang elektronik. Salah satu uang elektronik berbasis *server based* adalah *e-wallet* OVO yang di kelola oleh PT. Visionet Internasional. OVO adalah satu aplikasi penyedia layanan transaksi menggunakan uang elektronik dengan konsep dompet elektronik. Saat ini OVO dapat digunakan dalam aplikasi mobile smartphone berbasis *Android* dan juga *iOS*. Dengan meningkatnya pengguna smartphone di Indonesia dari tahun ke tahun, OVO mencoba untuk menjadi penyedia aplikasi layanan transaksi online menggunakan smartphone sebagai perantaranya.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui faktor apa saja yang mempengaruhi niat perilaku pada pengguna *e-wallet* OVO untuk bertransaksi di Kota Bandung dengan menggunakan Model TAM yang dimodifikasi oleh penelitian Pavlou dengan memfokuskan pada variabel *perceived usefulness*, *perceived ease of use*, *perceived risk*, dan *trust* terhadap *intention to transact online*.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif. Pengumpulan data dilakukan dengan penyebaran kuesioner kepada 400 responden pengguna *e-wallet* OVO. Teknik yang digunakan adalah analisis deksriptif menggunakan Structural Equation Model – Partial Least Square (SEM-PLS).

Berdasarkan hasil pengolahan data, *perceived usefulness*, *perceived ease of use*, *perceived risk*, dan *trust* berpengaruh positif signifikan terhadap *intention to transact online*. Dalam penelitian ini mampu menjelaskan 29,7% dari *intention to transact online* pada pengguna *e-wallet* OVO di Kota Bandung.

Kata kunci : Dompet elektronik, TAM, Perceived Risk, Trust, SEM-PLS.

Abstract

Financial technology is an innovation of technological development by utilizing technology and combined with finance. There are various types of fintech, one of which is electronic money. One of the server-based electronic money is OVO e-wallet managed by PT. Visionet International. OVO is an application transaction service provider using electronic money with the concept of an electronic wallet. Currently OVO can be used in Android and iOS-based smartphone mobile applications. With the increase in smartphone users in Indonesia from year to year, OVO tries to become an online transaction service application provider using smartphones as its intermediary.

The purpose of this study was to determine what factors influence the behavioral intentions of OVO e-wallet users to transact in Bandung using the TAM model modified by Pavlou's research by focusing on perceived usefulness, perceived ease of use, perceived risk, and trust against the intention to transact online.

The method used in this study is a quantitative method. Data collection was carried out by sending questionnaires to 400 respondents of OVO e-wallet users. The technique used is descriptive analysis using Structural Equation Model - Partial Least Square (SEM-PLS).

Based on the results of data processing, perceived usefulness, perceived ease of use, perceived risk, and trust have a significant positive effect on the intention to transact online. In this study, it was able to explain 29.7% from the intention to transact online for OVO e-wallet users in Bandung City.

Keywords: Electronic wallet, TAM, Perceived Risk, Trust, SEM-PLS

1. Pendahuluan

Pesatnya perkembangan teknologi telah merubah sebagian besar aspek kehidupan manusia, tidak terkecuali dalam bidang keuangan yang menyebabkan lahirnya inovasi dalam layanan keuangan berbasis teknologi informasi yang biasa disebut dengan *financial technology* atau *fintech*³.

Sebagai contoh salah satu inovasi *fintech* adalah *electronic money* atau *e-money*. Ada dua jenis uang elektronik, yaitu *e-money* yang berjenis (*chip based*) dan juga *e-wallet* yang berbasis (*server based*). Pertama, *e-money* yang berbentuk kartu (*chip Based*) atau biasa dikenal *e-money*. *E-money* berbasis *chip based* lebih umum digunakan untuk transaksi di gerbang tol, pembayaran tiket transportasi publik dan lain-lain²

Kedua, adalah *e-wallet*. Uang elektronik ini berbasis aplikasi (*server based*). Untuk *e-wallet* jangkauan penggunaannya lebih dominan untuk transaksi non tunai sehari-hari oleh masyarakat mulai dari keperluan belanja secara *offline* di gerai ritel maupun *online*².

Salah satu layanan *e-wallet* yang sedang tumbuh adalah OVO. OVO adalah sebuah *e-wallet* yang menawarkan uang elektronik dan juga sistem poin untuk berbelanja. Dengan menggunakan OVO kita dapat melakukan transaksi di semua *merchant* yang bertanda OVO dan juga dapat menukarkan OVO Point yang kita miliki di *merchant* bertanda OVO Zone⁴.

Menurut Hidayanti (2006) *malfunction* adalah satu risiko yang dihadapi oleh para konsumen. *Malfunction* dapat berupa data *corrupt* atau hilang, tidak berfungsinya aplikasi atau kegagalan dalam pengiriman *message*. Resiko *malfunction ini* dapat diakibatkan oleh gangguan fisik maupun elektronis pada instrumen atau karena adanya interupsi pada saat pengiriman *message* antar pihak yang bertransaksi.

Untuk mengurangi risiko yang ada OVO bekerja sama dengan CashShield. CashShield adalah perusahaan terkemuka yang mengelola aksi penipuan dan pencurian. Tujuan dari kemitraan ini adalah untuk meningkatkan keamanan pada sistem OVO itu sendiri. Sehingga tindakan pencurian maupun penipuan pada pengguna OVO dapat diatasi dan juga data pengguna OVO terjamin dilindungi⁵.

Layanan *fintech* seperti *e-wallet* adalah bisnis kepercayaan karena ada dana konsumen yang di percayakan untuk dikelola dalam sebuah *platform* digital¹². Kemudian layanan *fintech* harus mempertebal sistem keamanan. Membuat sistem keamanan yang sangat ketat demi menunjang kepercayaan konsumen bahwa dana dan data mereka aman¹².

2. Kerangka Teoritis

2.1 Financial Technology

Financial Technology atau yang diketahui dengan: "*fintech*" sebagai singkatannya, adalah teknologi untuk membuat layanan keuangan lebih efisien¹⁶. Konsep *fintech* diharapkan dapat menyajikan proses transaksi keuangan yang lebih praktis, aman, dan modern. Ada berbagai jenis yang dapat dikategorikan ke dalam bidang *financial technology*, seperti proses pembayaran, transfer, penjualan dan pembelian saham, proses meminjam uang dalam *peer to peer* dan lain-lain¹⁵. Bruggink dan Mouilleron (2016) menyatakan bahwa *finance technology* (*Fintech*) adalah usaha untuk memfasilitasi inovasi dalam layanan jasa keuangan dengan memanfaatkan Teknologi Informasi.

2.2 Electronic Wallet

Dompot elektronik atau biasa di sebut *electronic wallet* sama seperti dompet fisik pada umumnya, digunakan untuk menyimpan informasi seperti nomor kartu kredit, *e-money*, identitas pemilik, informasi kontak, pengiriman atau informasi penagihan termasuk alamat pelanggan dan informasi lain yang digunakan pada saat *checkout* di situs *e-commerce*. Dengan menggunakan *e-wallet*, konsumen hanya perlu masukkan informasi sekali dan dapat digunakan di situs mana pun untuk bertransaksi. Dengan demikian, penggunaan *e-wallet* akan meningkatkan efisiensi di toko¹⁰.

2.3 Technology Acceptance Model (TAM)

Model *Technology Acceptance Model* sebenarnya diadopsi dari model *Theory of Reasoned Action* (TRA) yaitu teori tindakan yang beralasan dengan satu premis bahwa reaksi dan persepsi seseorang terhadap sesuatu hal, akan menentukan sikap dan perilaku orang tersebut tetapi disesuaikan untuk menjelaskan dan memprediksi penerimaan teknologi informasi¹.

Model TAM terdiri dari lima konstruk utama, yaitu persepsi kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*), persepsi kegunaan (*perceived usefulness*), *attitude toward using* (ATU), *behavioral intention to use* (BIU), dan *actual system use*¹⁴. Hasil penelitian yang menggunakan TAM menunjukkan bahwa model TAM cukup kokoh dan praktis untuk menjelaskan tingkat penerimaan teknologi oleh pengguna, terutama dalam konteks teknologi informasi¹³.

2.4 Perceived Risk

Risiko adalah potensi untuk menerima kenyataan yang diinginkan, yaitu konsekuensi-konsekuensi negatif dari suatu peristiwa¹⁷. *Perceived risk reduction* diperlukan karena jika risiko yang dirasakan kurang atau kecil dapat mempengaruhi niat pengguna untuk mau menggunakan atau meningkatkan transaksi *online*¹³.

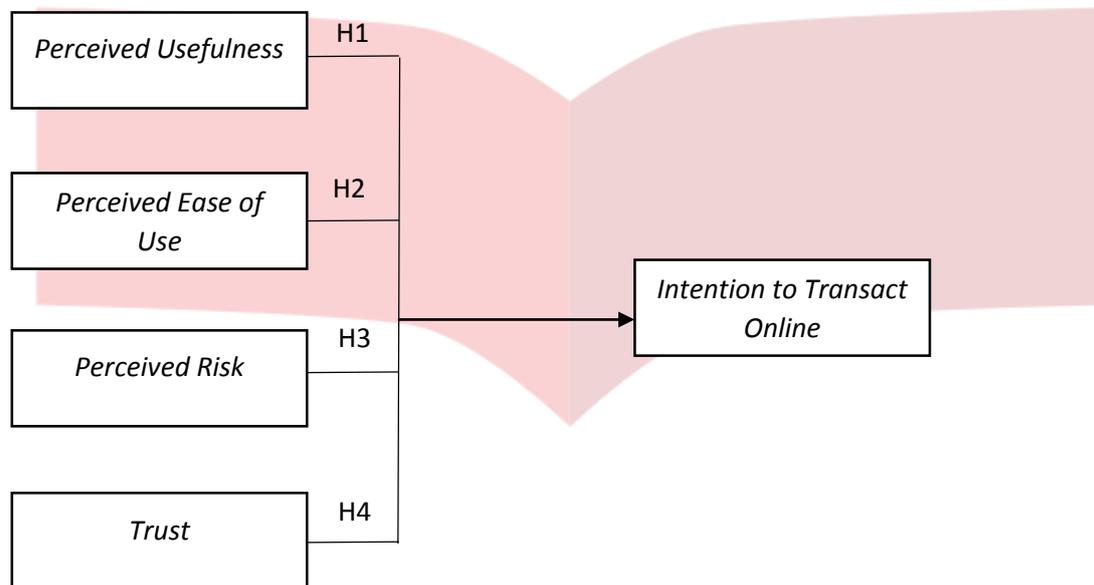
2.5 Trust

Trust (kepercayaan) pada sistem pembayaran elektronik didefinisikan sebagai kepercayaan konsumen bahwa transaksi pembayaran elektronik akan diproses sesuai dengan harapan konsumen¹¹. Kepercayaan adalah harapan yang dimiliki individu atau perusahaan saat berinteraksi dengan pihak lain dan tidak akan mengambil keuntungan yang tidak semestinya atas ketergantungan dengan pihak tersebut.

2.6 Intention to Transact Online

intention to transact online dapat didefinisikan sebagai niat konsumen untuk terlibat dalam hubungan pertukaran dengan penjual, seperti berbagi informasi, menjaga hubungan, dan melakukan transaksi¹³.

2.7 Kerangka Pemikiran



Sumber: (Pavlou, 2001)

2.8 Hipotesis Penelitian

H₁: *perceived usefulness* berpengaruh positif terhadap *intention to transact online* pada penggunaan *e-wallet* OVO.

H₂: *perceived ease of use* berpengaruh positif terhadap *intention to transact online* pada penggunaan *e-wallet* OVO.

H₃: *perceived risk reduction* berpengaruh positif terhadap *intention to transact online* pada penggunaan *e-wallet* OVO.

H₄: *trust* berpengaruh positif terhadap *intention to transact online* pada penggunaan *e-wallet* OVO.

3. Metodologi Penelitian

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif dan berdasarkan tujuan adalah kausal. Teknik sampling yang digunakan adalah *probability sampling* berjenis *random sampling* dengan menyebarkan kuesioner pada 400 responden pengguna *e-wallet* OVO di kota Bandung menggunakan rumus *Cochran* dimana sampel yang dibutuhkan 384,16 yang dibulatkan menjadi 400 responden. teknik analisis data yang digunakan adalah teknik analisis deskriptif dan **SEM-PLS** menggunakan software Smart PLS 3.0 dengan pengujian hipotesis menggunakan *bootstrapping* yang memperhatikan uji t.

4. Hasil dan Pembahasan

4.1 Karakteristik Responden

Karakteristik yang terdapat pada penelitian ini dijelaskan sebagai berikut:

1. Berdasarkan jenis kelamin, sebanyak 157 responden 39% adalah pria dan sebanyak 243 responden 63% adalah wanita.
2. Berdasarkan usia, sebanyak 282 responden 70% adalah berusia 20-29 tahun, 65 responden 16% berusia < 20 tahun, 27 responden 7% berusia 30-39 tahun, 19 responden 6% berusia 40-50 tahun, dan 7 responden 2% berusia > 50 tahun.
3. Berdasarkan pendidikan, sebanyak 177 responden 44% adalah SMA, sebanyak 84 responden 21% adalah S1, sebanyak 74 responden 19% adalah diploma, dan sebanyak 65 responden 16% adalah SMP.
4. Berdasarkan pekerjaan, sebanyak 254 responden 63% adalah pelajar atau mahasiswa, sebanyak 82 responden 21% adalah pegawai swasta, sebanyak 55 responden 14% adalah pegawai negeri, dan lainnya 9 responden 2% adalah lainnya.

4.2 Hasil Penelitian

4.2.1 Analisis Deskriptif

Hasil deskriptif pada penelitian ini dari beberapa variabel yaitu *perceived usefulness*, *perceived ease of use*, *perceived risk*, dan *trust* yang mempengaruhi *intention to transact online*. *Perceived usefulness*,

perceived ease of use, perceived risk, trust, dan intention to transact online merupakan faktor positif dimana semakin besar hasil analisis deskriptif maka semakin baik.

Tabel 4.1 Hasil Analisis Deskriptif

NO	Variabel	Presentase	Kategori
1	Perceived Usefulness	76,06%	Baik
2	Perceived Ease of Use	77,13%	Baik
3	Trust	75,01%	Baik
4	Intention to Transact	73,33%	Baik

Sumber: Hasil Olahan Penulis, (2019)

4.2.2 Hasil Analisis Partial Least Square

Hasil Analisis Partial Least Square terdiri dari model pengukuran (*outer model*) dan model struktural (*inner model*).

4.2.2.1 Model Pengukuran (*Outer Model*)

Model pengukuran (*outer model*) bertujuan untuk mengetahui hubungan antara indikator dengan variabel laten⁹. Dalam *outer model* terdapat beberapa tahap yaitu menentukan validitas dan reliabilitas. Pada uji validitas terdiri dari *convergen validity* dan *diskriminan validity*.

4.2.2.1.1 Convergen Validity

Convergen validity mengukur *loadnig factor* dan nilai AVE. Hasil *convergen validity* pada penelitian ini dijelaskan pada tabel 4.3 sebagai berikut:

Tabel 4.2 Hasil Loading Factor

Variabel	Kode Item	Loading Factor
Perceived Usefulness	PU1	0,892
	PU2	0,864
	PU3	0,882
	PU4	0,833
Perceived Ease of Use	PEOU1	0,902
	PEOU2	0,872
	PEOU3	0,912
Perceived Risk	PR1	0,668
	PR2	0,802
	PR3	0,847
Trust	TR1	0,923
	TR2	0,918
	TR3	0,904
Intention to Transact online	ITT1	0,884
	ITT2	0,893
	ITT3	0,806

Sumber: Data telah diolah, 2019

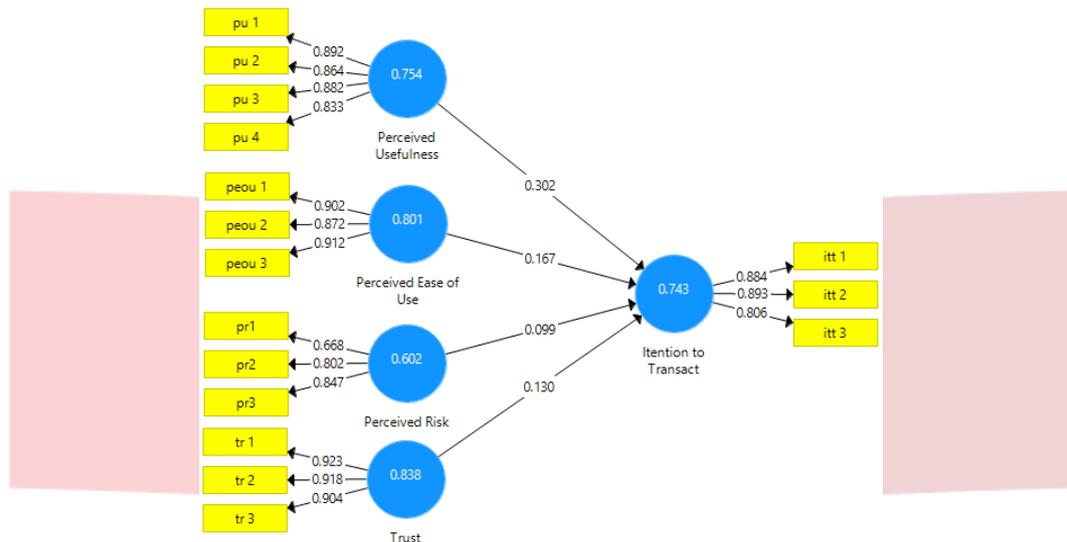
Berdasarkan Tabel 4.2 hasil *loading factor* pada penelitian ini memiliki nilai diatas 0,5 pada setiap itemnya, maka dapat artikan bahwa telah memenuhi syarat *rule of thumb* dan dapat dikatakan valid⁶. Sedangkan nilai AVE pada penelitian ini dijelaskan pada Tabel 4.3 sebagai berikut:

Tabel 4.3 Hasil AVE

No	Variabel	Average Variance Extracted (AVE)
1	Perceived Usefulness	0,754
2	Perceived Ease of Use	0,801
3	Perceived Risk	0,602
4	Trrust	0,832
5	Intention to Transact online	0,743

Sumber: Data yang telah diolah, 2019

Berdasarkan Tabel 4.3 Hasil AVE seluruh variabel memiliki nilai AVE diatas 0,5 maka dapat diartikan telah memenuhi syarat dari *rule of thumb* dan dapat dikatakan valid⁶. Hasil *loading factor* dan AVE pada penelitian ini dapat dijelaskan pada gambar 4.1 sebagai berikut:



Gambar 4.1 Hasil Loading Factor dan AVE
 Sumber: Data yang telah diolah (2019)

4.2.2.1.2 Diskriminan Validity

Uji validitas diskriminan dinilai berdasarkan hasil *cross loading* dan membandingkan akar AVE dengan korelasi variabel laten⁸. Untuk mengetahui nilai *cross loading* dapat dilihat pada tabel 4.4 sebagai berikut:

Tabel 4.4 Hasil Cross Loading

Sumber: Data yang telah diolah (2019)

	Intention to Transact Online	Perceived Ease of Use	Perceived Risk	Perceived Usefulness	Trust
itt 1	0.884	0.405	0.212	0.417	0.340
itt 2	0.893	0.399	0.269	0.472	0.300
itt 3	0.806	0.378	0.181	0.406	0.212
peou 1	0.432	0.902	0.268	0.697	0.362
peou 2	0.363	0.872	0.220	0.583	0.333
peou 3	0.426	0.912	0.196	0.629	0.306
pr1	0.173	0.109	0.668	0.186	0.211
pr2	0.230	0.263	0.802	0.283	0.137
pr3	0.191	0.200	0.847	0.200	0.160
pu 1	0.449	0.614	0.245	0.892	0.350
pu 2	0.435	0.556	0.254	0.864	0.347
pu 3	0.417	0.645	0.256	0.882	0.338
pu 4	0.440	0.661	0.264	0.833	0.331
tr 1	0.319	0.352	0.215	0.383	0.923
tr 2	0.277	0.330	0.217	0.363	0.918
tr 3	0.313	0.339	0.156	0.335	0.904

Berdasarkan Tabel 4.4 hasil *cross loading* pada penelitian ini. Dapat dilihat nilai *cross loading* pada suatu konstruk lebih besar dari pada konstruk lainnya, sehingga konstruk dapat dikatakan valid atau memenuhi syarat *rule of thumbs*. Selanjutnya pada diskriminan validity, membandingkan akar AVE dengan korelasi variabel laten. Hasil akar AVE dan korelasi antar variabel laten dijelaskan pada Tabel 4.5 dan Tabel 4.6 sebagai berikut:

Tabel 4.5 Hasil Akar AVE

No	Variabel	Average Variance Extracted (AVE)
1	Perceived Usefulness	0,868
2	Perceived Ease of Use	0,894
3	Perceived Risk	0,775
4	Trrust	0,912
5	Intention to Transact	0,861

Sumber: Data yang telah diolah (2019)

Tabel 4.6 Hasil korelasi Antar Variabel Laten

	Intention to Transact	Perceived Ease of Use	Perceived Risk	Perceived Usefulness	Trust
Intention to Transact	1.000	0.457	0.258	0.502	0.333
Perceived Ease of Use	0.457	1.000	0.255	0.713	0.373
Perceived Risk	0.258	0.255	1.000	0.294	0.213
Perceived Usefulness	0.502	0.713	0.294	1.000	0.394
Trust	0.333	0.373	0.213	0.394	1.000

Sumber: Data yang telah diolah (2019)

Berdasarkan Tabel 4.5 dan Tabel 4.6 merupakan hasil dari akar AVE dan korelasi antar variabel laten dimana nilai akar AVE lebih besar dari korelasi antar variabel laten Sehingga dapat dinyatakan valid dan memenuhi syarat rule of thumb⁸.

4.2.2.1.3 Reliabilitas

Reliabilitas menggunakan PLS terdapat dua metode yaitu *cornbach's alpha* dan *composite reliability*. Hasil dari reliabilitas pada penelitian ini dapat di jelaskan pada Tabel 4.7 sebagai berikut:

Tabel 4.7 Hasil *cornbach's alpha* dan *Composite reliability*

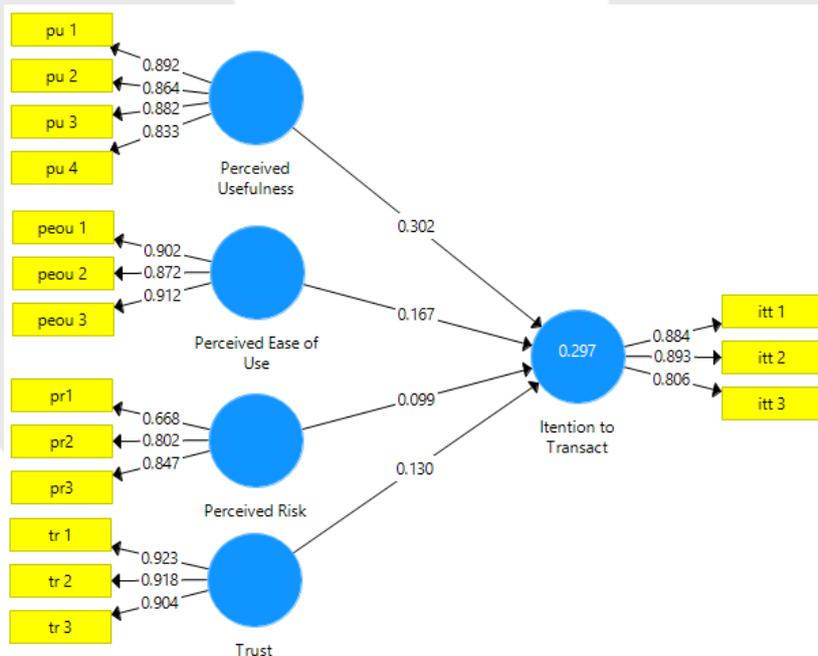
Variabel	<i>cornbach's alpha</i>	<i>composite reliability</i>
<i>Perceived Usefulness</i>	0,891	0,891
<i>Perceived Ease of Use</i>	0,876	0,884
<i>Perceived Risk</i>	0,666	0,680
<i>Trust</i>	0,749	0,837
<i>Intention to Transact online</i>	0,903	0,907

Sumber: Data yang telah diolah (2019)

Berdasarkan Tabel 4.7 hasil *cornbach's alpha* dan *composite reliability* pada seluruh variabel lebih dari 0,6 maka dapat dinyatakan reliabel dan telah memenuhi unsur *rule of thumbs*.

4.2.2.2 Model Struktural (Inner Model)

Pada model struktural (*Inner Model*) didapat hasil R-Square, nilai *path koefisien* dan Q-Square. R-Square dan nilai *path coefficient* dijelaskan pada Gambar 4.2 sebagai berikut:



Gambar 4.2 Hasil R-Square dan Nilai Path koefisien

Sumber: Data yang telah diolah (2019)

Berdasarkan Gambar 4.2 didapat hasil R-Square sebesar 0,297 yang jika dipersentasekan sebesar 29,7% maka dapat diartikan *intention to transact online* pada penelitian ini dapat dijelaskan dengan menggunakan

variabel *perceived usefulness*, *perceived ease of use*, *perceived risk*, dan *trust*. Sedangkan 70,15 dijelaskan oleh faktor lain diluar dari penelitian ini. Nilai Q-Square pada penelitian ini dijelaskan pada Tabel 4.9 sebagai berikut:

Tabel 4.8 Hasil Q-Square

	SSO	SSE	Q ² (=1-SSE/SSO)
Intention to transact online	1.200,000	955,509	0,204
Perceived Ease of Use	1.200,000	1.200,000	
Perceived Risk	1.200,000	1.200,000	
Perceived Usefulness	1.600,000	1.600,000	
Trust	1.200,000	1.200,000	

Sumber: Data yang telah diolah (2019)

Berdasarkan Tabel 4.8 Hasil Q-Square pada PLS. Dapat dilihat Q-Square yang dihasilkan adalah 0,204 atau jika di persentasekan sebesar 20,4% yang artinya model ini berada diatas nol maka dapat dikatakan *predictive relevance*.

4.2.3 Pengujian Hipotesis

Dalam pengujian hipotesis menggunakan PLS, pengujian hipotesis dilakukan dengan metode resampling *Bootsrap* dengan membandingkan nilai t-statistik dengan t-value, memperhatikan p-value dan memperhatikan nilai *path coefficient*⁷. Untuk mengetahui t-statistik, p-value, dan nilai *path coefficient* pada penelitian ini dapat dijelaskan pada Tabel 4.9 sebagai berikut:

Tabel 4.9 Hasil Pengujian Hipotesis

Pengaruh	Nilai <i>Path Coefficient</i>	T-Statistik	T-tabel	P-value
PE→ITT	0,302	3,807	1,63	0,000
PEOU→ITT	0,167	2,307	1,63	0,011
PR→ITT	0,099	1,924	1,63	0,027
TR→ITT	0,130	2,419	1,63	0,008

Sumber: Data yang telah diolah (2019)

- Pada *perceived usefulness* menjelaskan bahwa terdapat pengaruh *perceived usefulness* terhadap *intention to transact online*. Dimana nilai t-statistik sebesar 3,807, Pvalue 0,000 dan nilai *path coefficient* sebesar 0,302. Maka dapat disimpulkan bahwa hipotesis H1 di terima dan H0 ditolak dan terdapat pengaruh positif *perceived usefulness* terhadap *intention to transact online* pada pengguna *e-wallet* OVO.
- Pada *perceived ease of use* menjelaskan bahwa terdapat pengaruh *perceived ease of use* terhadap *intention to transact online*. Dimana nilai t-statistik sebesar 2,307, Pvalue 0,011 dan nilai *path coefficient* sebesar 0,67. Maka dapat disimpulkan bahwa hipotesis H1 di terima dan H0 ditolak dan terdapat pengaruh positif *perceived usefulness* terhadap *intention to transact online* pada pengguna *e-wallet* OVO.
- Pada *perceived risk* menjelaskan bahwa terdapat pengaruh *perceived ease of use* terhadap *intention to transact online*. Dimana nilai t-statistik sebesar 1,924, Pvalue 0,027 dan nilai *path coefficient* sebesar 0,099. Maka dapat disimpulkan bahwa hipotesis H1 di terima dan H0 ditolak dan terdapat pengaruh positif *perceived risk reduction* terhadap *intention to transact online* pada pengguna *e-wallet* OVO.
- Pada *trust* menjelaskan bahwa terdapat pengaruh *perceived ease of use* terhadap *intention to transact online*. Dimana nilai t-statistik sebesar 2,307, Pvalue 0,011 dan nilai *path coefficient* sebesar 0,67. Maka dapat disimpulkan bahwa hipotesis H1 di terima dan H0 ditolak dan terdapat pengaruh positif *trust* terhadap *intention to transact online* pada pengguna *e-wallet* OVO.

5. Kesimpulan dan Saran

5.1 Kesimpulan

- Perceived usefulness* berdasarkan hasil penelitian berpengaruh positif signifikan terhadap *intention to transact online* pada pengguna *e-wallet* OVO di Kota Bandung. Maka dapat dinyatakan bahwa *e-wallet* OVO memiliki manfaat saat digunakan pada transaksi *online* di Kota Bandung. Semakin tinggi manfaat yang dirasakan maka niat untuk bertransaksi *online* menggunakan *e-wallet* OVO semakin meningkat.
- Perceived ease of use* berdasarkan hasil penelitian berpengaruh positif signifikan terhadap *intention to transact online* pada pengguna *e-wallet* OVO di Kota Bandung. Maka dapat dinyatakan bahwa *e-wallet* OVO mudah digunakan pada transaksi *online* di Kota Bandung. Semakin tinggi kemudahan yang dirasakan maka niat untuk bertransaksi *online* menggunakan *e-wallet* OVO semakin meningkat.
- Perceived risk* berdasarkan hasil penelitian *perceived risk reduction* berpengaruh positif signifikan terhadap *intention to transact online* pada pengguna *e-wallet* di Kota Bandung. Maka dapat

dinyatakan bahwa risiko pada *e-wallet* OVO sangat kecil dapat meningkatkan transaksi *online* di Kota Bandung. Semakin kecil risiko yang dirasakan maka niat untuk bertransaksi menggunakan *e-wallet* OVO semakin meningkat.

- d. *Trust* berdasarkan hasil penelitian berpengaruh signifikan terhadap *intention to transact online* pada pengguna *e-wallet* OVO di Kota Bandung. Maka dapat dinyatakan bahwa *e-wallet* OVO dipercaya untuk digunakan pada saat bertransaksi *online*. Semakin tinggi kepercayaan yang dirasakan maka niat untuk bertransaksi *online* menggunakan *e-wallet* OVO semakin meningkat.

5.2 Saran

5.2.1 Saran Teoritis

- a. Diharapkan untuk penelitian selanjutnya menggunakan objek yang berbeda dan juga menggunakan populasi diluar Kota Bandung.
- b. Diharapkan untuk penelitian selanjutnya menggunakan model lain selain TAM atau menambahkan variabel independen lain untuk yang tidak terdapat pada penelitian ini. Karena dalam penelitian ini hanya mampu menjelaskan *intention to transact online* sebesar 29,7% dan sisanya 70,1% dari faktor lain yang tidak dijelaskan pada penelitian ini.

5.2.2 Saran Praktis

- a. Berdasarkan hasil penelitian *perceived risk reduction* berpengaruh terhadap *intention to transact online* pada pengguna *e-wallet* OVO di kota Bandung. Artinya semakin kecil risiko yang dihadapi pengguna *e-wallet* OVO dapat meningkatkan niat bertransaksi menggunakan *e-wallet* OVO. Maka penulis memberi saran kepada pihak OVO untuk memperhatikan *perceived risk* yang dihadapi penggunanya agar *e-wallet* OVO akan terus digunakan untuk bertransaksi oleh penggunanya.
- b. Berdasarkan hasil penelitian *trust* berpengaruh terhadap *intention to transact online* pada pengguna *e-wallet* OVO di Kota Bandung. Artinya kepercayaan pengguna mempengaruhi niat untuk menggunakan *e-wallet* OVO untuk bertransaksi. Maka penulis memberikan saran untuk OVO untuk terus meningkatkan kepercayaan penggunanya seperti meningkatkan keamanan pada sistem agar pengguna terus menggunakan *e-wallet* OVO untuk bertransaksi.

Daftar Pustaka

- [1] Ajzen, I., & Fishbein, M. (1975). *Belief, Attitude, Intention, and Behavior: An Introduction to Theory and Research*.
- [2] Daeng, D. A. (2018, January 8). *Plus Minus Uang Elektronik: Pilih E-Wallet atau Kartu E-Money?* Diambil kembali dari Tirto: <https://tirto.id/plus-minus-uang-elektronik-pilih-e-wallet-atau-kartu-e-money-cUz>
- [3] DBS. (2018, september 27). *Rahasia Perkembangan Fintech Di Indonesia, Industri Digital Yang Sedang Berkembang Pesat*. Diambil kembali dari www.dbs.com: https://www.dbs.com/spark/index/id_id/site/pillars/2018-rahasia-perkembangan-fintech-di-indonesia-industri-digital-yang-sedang-berkembang-pesat.html
- [4] Dunia Fintech. (2018, january 25). *OVO HADIRKAN KEUNTUNGAN BELANJA DENGAN SISTEM POIN*. Diambil kembali dari www.duniafintech.com: <https://www.duniafintech.com/ovo-hadirkan-keuntungan-belanja-dengan-sistem-poin/>
- [5] Gerry. (2018, December 12). *OVO Bermitra dengan CashShield, Memperkuat Sistem Keamanannya dari Penipuan*. Diambil kembali dari www.liputan.co.id: <https://www.liputan.co.id/2018/12/ovo-bermitra-dengan-cashshield-memperkuat-sistem-keamanannya-dari-penipuan/>
- [6] Hair, J., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2010). Multivariate Data Analysis person new international edition. *Person Education Limited*.
- [7] Hair, J., Hult, G. T., Ringle, C. M., & Sarsted, M. (2017). *A primer on Partial Least Square Structural Equation Modeling (PLS-SEM)*. California: SAGE Publication.
- [8] Hair, J., Sartetd, M., Hopkins, L., & Kuppelweiser, V. G. (2014). Partial Least Square struktural equation modeling (PLS-SEM). *An emerging tool in business research* , 106-121.
- [9] Jugiyanto , & Abdillah. (2015). *Partial Least Square (PLS) alternatif Structural Equation (SEM) dalam penelitian Bisnis*. Yogyakarta: ANDI.
- [10] Junadi, S. (2015). A Model of Factors Influencing Consumer's Intention to Use E-payment System in Indonesia.
- [11] Kim, C. T. (2010). An Empirical Study of Customers' Perceptions of Security and Trust In E-payment Systems-Electronic CommerceResearch and Applications. *Retrieved from Science Direct Journal*.
- [12] Nabila, M. (2018, September 5). *Bagaimana Layanan Fintech Membangun Kepercayaan Konsumen*. Diambil kembali dari www.dailysocial.id: [view-source:https://dailysocial.id/post/bagaimana-layanan-fintech-membangun-kepercayaan-konsumen](https://dailysocial.id/post/bagaimana-layanan-fintech-membangun-kepercayaan-konsumen)
- [13] Pavlou, P. A. (2001). Consumer Intentions to Adopt Electronic Commerce – Incorporating Trust and Risk in the Technology Acceptance Model . 1-28.
- [14] Riskinanto, A., Kelana, B., & Hilmawan, D. R. (2017). The Moderation Effect of Age on Adopting E-Payment Technology. *4th Information Systems International Conference 2017*.
- [15] Saputra, M., & Supangkat, S. H. (2017). Financial Technology Business Model as Branchless Banking for people in Rural Areas. *the International Conference on ICT for Smart Society (ICISS)*.
- [16] Wewege, L. (2016). *The Digital Banking Revolution*.
- [17] Wulandari, R. (2012). DIMENSI-DIMENSI PERSEPSI RISIKO KESELURUHAN KONSUMEN. 7.