

ANALISIS MINAT PENGGUNA DOMPET DIGITAL OVO MENGGUNAKAN TECHNOLOGY ACCEPTANCE MODEL (TAM)

Riri Nurul Fahira^{1*}, Mutiara Andayani Komara², Yusuf Muhyidin³

^{1,2,3}Teknik Informatika, Sekolah Tinggi Teknologi Wastukencana Purwakarta

email: ririnurul78@wastukencana.ac.id

Abstrak: Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor-faktor yang mampu menarik minat Pengguna Aplikasi E-Wallet OVO khusus nya di Kabupaten Purwakarta. Hasil pengolahan data dengan Structural Equation Modeling (SEM) pada penelitian ini adalah tidak terdapat hubungan positif dan signifikan antara (PEOU) terhadap (PU), terdapat hubungan positif signifikan antara (PR) terhadap (PU), Terdapat hubungan positif signifikan antara (PR) terhadap (ITU), Terdapat hubungan positif signifikan antara (PR) terhadap (PU), Tidak terdapat hubungan positif signifikan antara (PT) terhadap (ITU), Tidak terdapat hubungan positif signifikan antara (PEOU) terhadap (ITU), dan Tidak terdapat hubungan positif signifikan antara (PU) terhadap Intention to Use (ITU). Olah data dengan Software AMOS Versi 20.0 serta SPSS Statistik 25.0. Dan Metode untuk menganalisis minat pengguna terhadap E-wallet OVO yaitu menggunakan Technology Acceptance Model (TAM) dengan 5 konstruk yaitu Percieve ease of Use (PEOU), Percieve Usefulness (PU), Percieve trust (PT), Percieve Risk (PR), dan Intention to use (ITU). Metode pengumpulan data dengan google form, dengan teknik lemeshow untuk populasi yang tidak diketahui. Sampel berjumlah 100 dan pretest sebanyak 30 responden. Hasil penelitian, dapat menjawab faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi minat pengguna aplikasi layanan E-wallet ovo sebagai media transaksi bagi Pengguna di Purwakarta dan membuktikan bahwa aplikasi tersebut dapat menarik minat pengguna. Faktor yang paling kuat mempengaruhinya yaitu Percieve Risk (PR)

Kata Kunci : E-wallet OVO, Technology Acceptance Mode (TAM), PEOU, PU, PT, PR, ITU, Structural Equation Modeling (SEM).

Abstract: This study aims to determine the factors that are able to attract users of its special OVO E-Wallet application in Purwakarta Regency. The results of data processing with Structural Equation Modeling (SEM) in this study is that there is no positive and significant relationship between (PEOU) to (PU), there is a significant positive relationship between (PR) to (PU), there is a significant positive relationship between (PR) to (ITU), there is no significant positive relationship between (PT) to (it), there is no significant positive relationship between (PEOU) to (it), and there is no significant positive relationship between (PU) to Intention to Use (it). Data processing with AMOS software version 20.0 and SPSS Statistics 25.0. And the method to analyze user interest in OVO E-wallet is using Technology Acceptance Model (TAM) with 5 constructs namely Percieve ease of Use (PEOU), Percieve Usefulness (PU), Percieve trust (PT), Percieve Risk (PR), and Intention to use (ITU). Data collection method with google form, with lemeshow technique for unknown population. The sample amounted to 100 and pretest as many as 30 respondents. The results of the study can answer any factors that affect the interest of users of the ovo E-wallet service application as a transaction medium for users in Purwakarta and prove that the application can attract users. One of the most important factors is perceived risk (PR).

Keywords : OVO E-wallet, Technology Acceptance Model (TAM), PEOU, PU, PT, PR, ITU, Structural Equation Modeling (SEM).

PENDAHULUAN

Teknologi saat ini berkembang pesat untuk mempermudah segala aktivitas manusia adalah salah satu aktivitas yang dapat dilakukan orang dengan mudah di Internet. Komunikasi lebih cepat, wawasan dan pemahaman lebih luas, kemudahan berbelanja, kemudahan promosi perusahaan, sebagai bentuk hiburan, dan informasi yang mudah ditemukan. Indonesia telah dipengaruhi oleh jangkauan global Internet. Salah satunya adalah metode pembayaran. E-money adalah jenis uang elektronik yang memiliki nilai moneter yang disimpan dalam media elektronik seperti chip atau media server[1]

Nilai transaksi mata uang digital melonjak 209,8% ke nilai 2,9 miliar transaksi pada akhir 2018, jika dilakukan perbandingan adanya senilai 943,3 juta transaksi pada 2017, menurut data yang paling baru dari Bank Indonesia (BI). Per Juli 2019, terdapat 2,7 miliar transaksi digital, hampir menyamai jumlah akhir 2018[2]

Salah satu Bentuk Media Uang digital Dikalangan masyarakat umum yang biasa dikenal dengan E-wallet Atau dompet digital.

Seperti yang sudah di jelaskan keberadaan Financial Technology (Fintech) dipakai dalam hal membuat barang-barang keuangan lebih mudah diakses oleh masyarakat umum. Saat ini, masyarakat Indonesia menggunakan beragam produk tekfin sebagai metode pembayaran, termasuk uang elektronik untuk transaksi digital

Tren yang mempengaruhi aktivitas perusahaan adalah penggunaan e-wallet sebagai metode pembayaran digital. Orang-orang yang melakukan kegiatan yang tidak biasa semakin membutuhkan uang elektronik sebagai akibat dari penggunaan teknologi modern, perangkat lunak, Internet, dan komunikasi. Orang Indonesia lebih sering menggunakan mata uang digital karena transaksi menjadi lebih sederhana dan lebih cepat.

Data Bank Indonesia menunjukkan 38 e-wallet telah memperoleh izin resmi. Jumlah transaksi yang dilakukan menggunakan e-wallet mencapai \$1,5 miliar pada tahun 2018 serta adanya

perkiraan bisa senilai \$25 miliar pada tahun 2023. Aplikasi e-wallet lokal terus menjadi peserta yang signifikan dalam solusi cashless di Indonesia karena masih sangat banyak pemain lokal di dunia sektor fintech negara. Aplikasi e-wallet menjadi aplikasi dengan pengguna aktif bulanan terbanyak, menurut data dari App Annie untuk kuartal kedua tahun 2019 dalam 7 kuartal adalah Go-Pay, kemudian disusul oleh OVO yang mengalami kenaikan pada kuartal ke-3 tahun 2018 mengalahkan aplikasi LinkAja dan konsisten berada di peringkat kedua hingga kuartal ke-2 tahun 2019, diikuti oleh aplikasi DANA, LinkAja, Jenius, dan sebagainya.



Gambar 1. Jumlah Pengguna Aplikasi Dompet Digital OVO tahun 2021

Aplikasi E-wallet OVO sudah dilakukan pengunduhan 10 juta keatas pengguna pada situs Playstore Per Maret 2021. Dilihat dari persentase pemakaian aplikasi OVO menduduki peringkat pertama. OVO menjadi e-Wallet dimana mayoritas transaksi dilakukan secara online dan offline, naik 31%. Temuan survei juga mengungkapkan bahwa OVO, dompet digital teratas, mencapai 96 persen kesadaran merek dan 71 persen dalam indikator pengguna aktif yang baru diperkenalkan (bulan lalu).

Banyaknya orang yang mengunduh aplikasi OVO ditentukan oleh posisi OVO di Play Store dan App Store, yang menimbulkan pertanyaan seberapa besar atau sedikit sikap pengguna terhadap nilai-nilai perilaku setiap orang. Mereka mendukung OVO sebagai layanan dan akhirnya menggunakannya. aplikasi mereka untuk pembayaran seluler.

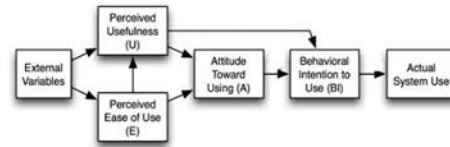
Dengan adanya hal tersebut Peneliti ingin Mengetahui factor apa saja yang mempengaruhi minat Pengguna aplikasi OVO dalam menarik perhatian dan diterima oleh masyarakat Indonesia untuk memulai menggunakan E-wallet. Menggunakan Technology Acceptance Model (TAM) yakni satu dari beberapa model yang mana bisa dipakai dalam hal melakukan pengujian atas beberapa variable yang memberikan pengaruh atas adanya penerimaan suatu sistem atau sistem informasi.

TINJAUAN PUSTAKA

E-Wallet

E-Wallet diartikan sebagai pembelian yang mudah dilakukan tanpa harus membawa uang tunai (cashless), yang dapat diberikan pada acara lain.[3].

Technology Acceptance Model (TAM).



Gambar 2. Metode TAM (Davis,Baggozzi, & Warshaw, 1989)

Technology Acceptance Model (TAM) itu dibuat oleh Davis, Baggozzi, dan Warshaw pada tahun 1989, dan telah menjadi teori paling populer untuk menganalisis mengapa orang mentolerir penggunaan sistem teknologi informasi.[4].

Technology Acceptance Model (TAM) yakni satu dari beberapa model yang diciptakan dalam hal melakukan pengkajian serta pemahaman atas berbagai unsure yang memberikan pengaruh atas kemauan dari masyarakat dalam hal memakai komputer; itu awalnya dipresentasikan oleh Fred Davis pada tahun 1986. Rational action theory (TRA), dimana dilakukan pengembangan pertama kalinya oleh Fishbein dan Ajzen pada tahun 1980, menyebabkan terciptanya TAM.

Perceived Ease Of use

Kegunaan teknologi yang dirasakan diukur dengan seberapa mudah orang mempercayainya untuk dipahami dan diterapkan.[5].

Perceived usefulness

Perceived usefulness terkait terhadap jauh tidaknya seseorang dapat menggunakan pikirannya dalam hal memakai sebuah sistem yang telah ditentukan bisa memberikan bantuan agar bisa maksimal dalam bekerja di lingkungan pekerjaan.[6].

Perceived Trust

Trust ini dapat dipahami sebagai kesediaan untuk secara implisit atau eksplisit setuju untuk mengandalkan keterampilan, moralitas, dan dorongan orang lain untuk mencapai keinginan dan tujuan sendiri.[7].

Perceived Risk

Perceived risk dimana konsumen mengalami ketidakpastian ketika mereka tidak dapat meramalkan atau meramalkan hasil keputusan mereka untuk membeli suatu produk[8].

Intention To Use

Intention to use dapat dipahami sebagai sejauh mana seseorang berniat untuk melakukan tindakan yang diinginkan.

Sejarah E-Wallet OVO

Untuk memenuhi kebutuhan EDC Bank Lippo, PT Multipolar Tbk meluncurkan OVO pada tahun 2006, dan PT Visionet International didirikan oleh OVO (merger dengan bank CIMB Niaga pada 1 November 2008).

Sejarah OVO didirikan pada tahun 2016 dengan peluncuran aplikasi yang didukung oleh lengan digital Lippo Group yang menawarkan layanan keuangan, poin loyalitas, dan opsi pembayaran. Namun, izin untuk menjalankan bisnis di Indonesia sebagai perusahaan fintech telah diberikan pada 25 September 2017. OVO tumbuh menjadi lokasi offline pada awal 2019. Menurut laporan, OVO membeli P2P lender Taralite pada awal 2019.

Ini disebut sebagai "layanan dompet digital" di komunitas OVO. Aplikasi keuangan pintar ini memungkinkan berbagai transaksi dengan berbagai mitra OVO. Hingga saat ini, Aplikasi OVO menjadi aplikasi pilihan Masyarakat Indonesia dalam melakukan transaksi pembayaran digital dengan jumlah unduhan 10+ juta pengguna (sumber data :*Playstore*).

METODE

Metode Pengumpulan Data

Untuk melaksanakan dan menunjang keberhasilan dalam penelitian yang dilakukan, penulis mencari data dan informasi yang dibutuhkan melalui cara dibawah ini :

1. Observasi

Observasi merupakan prosedur pengumpulan informasi dengan mengamati peserta studi secara cermat. Untuk menjawab permasalahan yang ada, pengamatan yang dihasilkan dalam penelitian ini harus didasarkan pada kenyataan yang ada.

2. Wawancara

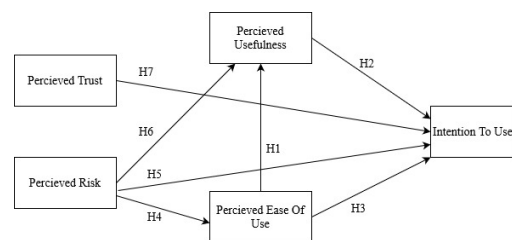
Wawancara yakni sebuah teknik dalam mengumpulkan data yang dilakukan melalui berkomunikasi memakai cara Tanya jawab antara responden dan peneliti secara langsung baik secara lisan maupun tertulis. Disini penulis melakukan wawancara dengan panitia Penerimaan Mahasiswa Baru (PMB) dan Kepala bagian pusat sistem informasi di STT Wastukencana guna mencari data-data dimana diperlukan untuk penelitian

3. Studi Pustaka

Studi pustaka yakni tata cara dalam mengumpulkandata dari berbagai jurnal atau makalah, yang menjadi referensi, dan pencarian media online untuk informasi lebih lanjut untuk menyelesaikan pekerjaan.

Populasi dan Sampel

Penelitian ini dilakukan pada para pengguna *E-wallet* OVODi Kabupaten Purwakarta. Namun karena Tidak di ketahui Pasti Jumlah Populasi pengguna *E-wallet* OVODi Kabupaten Purwakarta Maka peneliti mengacu pada Data Pengguna Aplikasi *Playstore* yang berjumlah 10++ Juta Unduhan. Teknik pengambilan Sampel di dalam penelitian ini memakai *Simple Random Sampling* dengan Rumus *lemeshow* untuk Populasi yang tidak diketahui dengan Sampel 100 Responden.



Gambar 3. Kerangka Konseptual

Dari referensi penelitian yang menjadi literatur, peneliti Asumsikan beberapa hipotesis mengenai potensi interaksi antara variabel penelitian. Berikut ini adalah hipotesis yang mendasari penelitian :

H1: *Perceived Ease of Use* berpengaruh pada *Perceived Usefulness* pada pengguna layanan Dompet Digital OVO di Purwakarta.

H2: *Perceived Usefulness* berpengaruh terhadap *Intention to use* pada pengguna layanan Dompet Digital OVO di Purwakarta

H3: *Perceived ease of Use* berpengaruh terhadap *Intention to use* pada pengguna layanan Dompet Digital OVO di Purwakarta

H4: *Perceived risk* berpengaruh terhadap *Perceived ease of Use* pada pengguna layanan Dompet digital OVO di Purwakarta.

H5: *Perceived risk* berpengaruh terhadap *Intention to use* pada pengguna layanan Dompet Digital OVO di Purwakarta.

H6: *Perceived risk* berpengaruh terhadap *Perceived Usefulness* pada pengguna layanan Dompet Digital OVO di Purwakarta.

H7: *Perceived Trust* berpengaruh terhadap *intention to use* pada pengguna layanan Dompet Digital OVO di Purwakarta.

Metode Analisis Data

Uji Instrumen

Pengujian instrument di dalam penelitian ini pembagiannya menjadi dua, yakni Uji Validitas dan uji Reabilitas. Jumlah sampel dimana akan dipakai pada Uji instrumen sebanyak 30 responden.

Pengolahan data penelitian ini menggunakan Software AMOS , serta Uji Hipotesis memakai *Structural Equation Modelling (SEM)*.

Teknik Pengumpulan Data

Pada penelitian ini, pengumpulan data dilaksanakan melalui penyebaran kuisioner yang diisi beberapa pertanyaan yang nantinya diisi oleh responden.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Data Responden

Berdasarkan data dimana didapat dari Kuisioner, sampel pengguna Dompet digitalOVO lebih banyak didominasi oleh perempuan sebanyak 108 dari 207 data total responden berikut tabel jenis kelamin responden :

Tabel 1. Tabel Jenis Kelamin Responden

No	Jenis kelamin	Frekuensi	Persentase
1	Laki-laki	97	47,3%
2	Perempuan	108	52,7%

Data Responden Berdasarkan Rentang usia didominasi oleh Usia 17-21 dan 22-26 Tahun yang bisa diperlihatkan pada tabel 1.2 sebagai berikut :

Tabel 2. Tabel Rentang usia Responden

No	Usia Tahun	Frekuensi	Persentase
1	12-16 Tahun	6	2,9%
2	17-21 Tahun	59	28,5%
3	22-26 Tahun	136	65,2%
4	27-31 Tahun	7	3,4%

Data Responden Berdasarkan *Experience* responden yang paling mendominasi adalah 1 Tahun Penggunaan Aplikasi E-wallet OVO 1.3 sebagai berikut :

Tabel 3. Tabel Experience responden

No	Usia	Frekuensi	Persentase
1	1-6 Bulan	97	35,7%
2	1 Tahun	109	36,75%
3	Lebih dari 1 Tahun	80	26,5%

Uji Validitas dan Reabilitas

Dalam melakukan pengujian Validitas , pada penelitian ini di lakukan pada tiap Variabel. Jumlah sampel yang digunakan dalam Instrumen sebanyak 30 responden .alat Uji yang digunakan adalah Analisis Korelasi. kriteria di katakan Valid dalam pengujian ini adalah Jika R hitung > dari R Tabel(0,361) atau Signifikan . 0,05 berikut adalah hasil uji Validitas pada setiap Variabel:

Tabel 4. Tabel Hasil Validitas

Variabel	Item	korelasi	Batas	Valid/Tidak
	1	0,792	0,361	Valid

Variabel	Item	korelasi	Batas	Valid/Tidak
Percieved Ease of Use	2	0,811	0,361	Valid
	3	0,814	0,361	Valid
	4	0,884	0,361	Valid
	5	0,875	0,361	Valid
	6	0,874	0,361	Valid
Percieved Usefulness	1	0,863	0,361	Valid
	2	0,867	0,361	Valid
	3	0,856	0,361	Valid
	4	0,878	0,361	Valid
	5	0,852	0,361	Valid
Percieved Trust	1	0,888	0,361	Valid
	2	0,860	0,361	Valid
	3	0,802	0,361	Valid
	4	0,840	0,361	Valid
	5	0,896	0,361	Valid
Percieved Risk	1	0,828	0,361	Valid
	2	0,723	0,361	Valid
	3	0,836	0,361	Valid
	4	0,803	0,361	Valid
	5	0,853	0,361	Valid
Intention To Use	1	0,794	0,361	Valid
	2	0,770	0,361	Valid
	3	0,762	0,361	Valid
	4	0,827	0,361	Valid

Uji Reabilitas penelitian menggunakan Cronbach Alpha. Penelitian dikatakan reliabel jika nilai Cronbach Alpha diatas 0,6. Berikut hasil uji Reabilitas :

Tabel 5. Tabel Uji Reabilitas

No	Variabel	Cronbach Alpha	Keterangan
1	Percieved Ease of	0,968	reliabel

No	Variabel	Cronbach Alpha	Keterangan
	Use		
2	Percieved Usefulness	0,962	reliabel
3	Percieved Trust	0,946	reliabel
4	Percieved Risk	0,933	reliabel
5	Intention To Use	0,943	reliabel

Uji Kecocokan Model (Goodness of Fit)

Kecocokan model menunjukkan seberapa baik model tersebut cocok untuk memetakan matriks kovarians ke metrik yang digunakan, menggunakan indeks dengan batasan yang ditentukan, setelah menganalisis validitas dan reliabilitas temuan. Jika ada ukuran yang cocok dengan baik, model dikatakan sesuai [9].

Tabel 6. Tabel Uji Kecocokan Model

Goodness of Fit Indices	Cut off Value	Hasil penelitian	Tingkat Kecocokan
Absolute fit indices			
X Significance			
Probability	≥ 0,05	0,344	GoodFit
GFI	≥ 0,90	0,931	GoodFit
RMSEA	≤ 0,08	0,024	GoodFit
RMR	≤ 0,08	0,021	GoodFit
SRMR	≤ 0,08	0,021	GoodFit
Nor. Chi-Square (X/DF)	<2	1,065	GoodFit
Incremental Fit Indices			
NFI	≥ 0,90	0,851	GoodFit
TLI	≥ 0,90	0,985	MarginalFit
CFI	≥ 0,90	0,989	GoodFit
RFI	≥ 0,90	0,796	MarginalFit
IFI	≥ 0,90	0,989	GoodFit
Parcimony Fit Indices			
AGFI	≥ 0,90	0,899	GoodFit
PNFI	≥ 0,50	0,622	GoodFit
PGFI	≥ 0,50	0,723	GoodFit

Uji Hipotesis

Sesudah melaksanakan pengujian atas kecocokan model, penelitian yang dirumuskan sebelumnya dilakukan pengujian dengan hasil dibawah ini :

Tabel 7. Tabel Uji Hipotesis

No	Variabel	T hitung	Sig	Keterangan
1	PEOU<---PR	3,300	***	Diterima
2	PU<---PR	2,101	0,036	Diterima
3	PU<---PEOU	-0,978	0,328	Ditolak
4	ITU<---PT	-1,21c	0,223	Ditolak
5	ITU<---PR	2,257	0,024	Diterima
6	ITU<---PEOU	-0,047	0,963	Ditolak
7	ITU<---PU	1,280	0,200	Ditolak

Berdasarkan hasil uji Hipotesis menggunakan *Structural Equation Modelling (SEM)* dan

menggunakan Software AMOS. Dari Hipotesis yang telah disusun hanya terdapat 3 Hipotesis yang diterima dan 4 ditolak.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Hasil penelitian ini dapat menjawab bahwa faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi minat pengguna aplikasi layanan E-wallet ovo sebagai media transaksi bagi Para penggunanya di Kabupaten Purwakarta dan membuktikan bahwa aplikasi tersebut dapat menarik minat pengguna. Faktor yang paling kuat mempengaruhinya yaitu Kemudahan Penggunaan atau Percieve Risk saat Aplikasi digunakan.

Dari 7 Hipotesis yang menjadi kerangka Konseptual pada penelitian ini Hanya 3 Hipotesis yang diterima dan 4 Hipotesis yang ditolak diantaranya :

1. Percieved Ease of Use (PEOU) tidak berpengaruh positif signifikan terhadap Percieve Usefulness (PU) pada minat pengguna E-wallet OVO.
2. Percieved Usefulness (PU) Tidak berpengaruh positif signifikan terhadap intention To Use (ITU) pada minat pengguna E-wallet OVO.
3. Percieved Ease of Use (PEOU) tidak berpengaruh positif signifikan terhadap intention To Use (ITU) pada minat pengguna E-wallet OVO.
4. Percieved Risk (PR) berpengaruh positif signifikan terhadap Percieved Ease of Use (PEOU) pada minat pengguna E-wallet OVO.
5. Percieved Risk (PR) berpengaruh positif signifikan terhadap intention To Use (ITU) pada minat pengguna E-wallet OVO.
6. Percieved Risk (PR) berpengaruh positif signifikan terhadap Percieve Usefulness (PU) pada minat pengguna E-wallet OVO.
7. Percieved Trust (PT) Tidak berpengaruh positif signifikan terhadap intention To Use (ITU) pada minat pengguna E-wallet OVO.

Saran

1. Agar model yang diuji lebih diterima secara luas, penelitian selanjutnya perlu mewawancarai lebih banyak populasi.
2. Agar indikator-indikator tersebut lebih valid dan reliabel saat melakukan pengukuran terhadap variable yang dipakai, penelitian selanjutnya lebih baik mengulang indikator-indikator tersebut dan menggunakan sumber-sumber yang dapat diandalkan.
3. Menentukan apakah varians akseptabilitas yang dihasilkan sama atau berbeda saat melakukan pengujian model kontras dengan model penerimaan selain TAM.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Bank Indonesia, “Bank Indonesia E-money,” *E-Finance*, vol. 11/12/PBI/, 2009, [Online]. Available: https://www.bi.go.id/elicensing/helps/PBI_11209-Emoney.pdf.
- [2] Bank Indonesia, “PBI 18/40/PBI/2016 Processing of Payment Transactions,” *Bank Indones.*, p. 51, 2016, [Online]. Available: https://www.bi.go.id/id/peraturan/sistem-pembayaran/Pages/pbi_184016.aspx.
- [3] H. A. Maith, “Analisis Laporan Keuangan Dalam Mengukur Kinerja Keuangan Pada Pt. Hanjaya Mandala Sampoerna Tbk.,” *J. Ris. Ekon. Manajemen, Bisnis dan Akunt.*, vol. 1, no. 3, pp. 619–628, 2013, doi: 10.35794/emba.v1i3.2130.
- [4] T. Widodo and S. F. Putri, “Analisis Minat Penggunaan Dompot Digital LinkAja dengan Pendekatan Technology Acceptance Model (TAM) di Bandung,” *J. Manaj. dan Organ.*, vol. 12, no. 2, pp. 134–45, 2021, doi: 10.29244/jmo.v12i2.34462.
- [5] B. K. Lacky and R. Malfiany, “Analisis Tingkat Penerimaan Pengguna Ovo Di Arawang Menggunakan Pendekatan Technology Acceptance Model (TAM),” *J. Interkom J. Publ. Ilm. Bid. Teknol. Inf. dan Komun.*, vol. 15, no. 4, pp. 48–56, 2021, doi: 10.35969/interkom.v15i4.81.
- [6] B. A. Nainggolan and D. Andrian, “Analisis Technology Acceptance Model (Tam) Pada Intention To Transact Online (Studi Kasus: E-Wallet Ovo Di Kota Surabaya),” *Heuristic*, pp. 83–96, 2021, doi: 10.30996/heuristic.v18i2.6159.
- [7] S. S. Utami, H. Samuel, and R. K. M. R. Brahmana, “Analisis Pengaruh Trust dan Commitment Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan CV. Sumber Jaya Sakti Tarakan,” *J. Manaj. Pemasar.*, vol. 1, no. 2, pp. 1–9, 2013.
- [8] J. Ilmiah, M. Manajemen, L. Meida, K. Trifiyanto, and U. P. Bangsa, “Pengaruh Perceived Trust dan Perceived Risk Terhadap Behavioral Intention dengan Perceived Ease of Use sebagai Variabel Intervening,” vol. 4, no. April, pp. 217–232, 2022.
- [9] J. F. Hair Jr., M. L. D. da S. Gabriel, and V. K. Patel, “Modelagem de Equações Estruturais Baseada em Covariância (CB-SEM) com o AMOS: Orientações sobre a sua aplicação como uma Ferramenta de Pesquisa de Marketing,” *Rev. Bras. Mark.*, vol. 13, no. 2, pp. 44–55, 2014, doi: 10.5585/remark.v13i2.2718.