

Pengaruh *Perceived Ease of Use*, *Perceived Usefulness* Terhadap Keputusan Penggunaan OVO Pada Generasi Z di Kota Medan

Septiani Rafella Sinaga^{1*}, Hafiza Adlina²

^{1,2}Ilmu Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Sumatera Utara, Jl. Dr. T. Mansur No.9, Padang Bulan, Kec. Medan Baru, Kota Medan, Sumatera Utara 20222, Indonesia.

E-mail: septianirafella1@gmail.com

*Corresponding Author



<https://doi.org/10.31004/jerkin.v4i2.3056>

ARTICLE INFO

Article history

Received: 10 September 2025

Revised: 26 September 2025

Accepted: 11 October 2025

Kata Kunci :

Perceived Ease of Use,
Perceived Usefulness,
Keputusan Penggunaan,
OVO, Generasi Z

Keywords

Perceived Ease of Use,
Perceived Usefulness,
Usage Decision, OVO,
Generation Z.



ABSTRACT

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *Perceived Ease of Use* dan *Perceived Usefulness* terhadap Keputusan Penggunaan OVO pada generasi Z di Kota Medan. Bentuk penelitian yang digunakan dalam penelitian ini yaitu penelitian kuantitatif dengan pendekatan asosiatif. Pengambilan sampel dilakukan melalui teknik *purposive sampling* dan menggunakan 97 responden sebagai sampel. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel *Perceived Ease of Use* (X_1) dan *Perceived Usefulness* (X_2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan (Y) secara parsial maupun simultan. Hasil analisis regresi linear berganda menunjukkan *adjusted R²* sebesar 0,573, yang berarti sebesar 57% variasi dalam keputusan penggunaan dapat dijelaskan oleh kedua variabel bebas tersebut. Temuan ini mengonfirmasi bahwa keputusan penggunaan generasi Z di Kota Medan terhadap OVO sangat dipengaruhi oleh persepsi terhadap kemudahan dan manfaat dari aplikasi tersebut.

This study aimed to analyze the influence of Perceived Ease of Use and Perceived Usefulness on the Usage Decision of OVO among Generation Z in Medan. The type of research used in this study was quantitative research with an associative approach. The sample was taken using purposive sampling technique and consisted of 97 respondents. The results of the study showed that the variables Perceived Ease of Use (X_1) and Perceived Usefulness (X_2) had a positive and significant effect on the usage decision (Y), both partially and simultaneously. The results of multiple linear regression analysis showed an adjusted R^2 of 0.573, which meant that 57% of the variation in usage decisions could be explained by the two independent variables. These findings confirmed that the usage decision of Generation Z in Medan regarding OVO was strongly influenced by their perception of the ease of use and usefulness of the application.



This is an open access article under the [CC-BY-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/) license.

How to Cite: Septiani Rafella Sinaga, et al (2025). Pengaruh *Perceived Ease of Use*, *Perceived Usefulness* Terhadap Keputusan Penggunaan OVO Pada Generasi Z di Kota Medan, (2) 7620-7625 <https://doi.org/10.31004/jerkin.v4i2.3056>

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi digital telah membawa perubahan besar dalam sistem pembayaran, salah satunya melalui hadirnya *financial technology* (fintech). Fintech memadukan layanan keuangan dengan teknologi sehingga memungkinkan transaksi dilakukan secara cepat, mudah, dan praktis tanpa menggunakan uang tunai (Fauji & Widodo, 2020:2). Pertumbuhan fintech di Indonesia didorong oleh beberapa faktor, antara lain meningkatnya penggunaan internet, meningkatnya adopsi *smartphone*, kebutuhan masyarakat akan layanan keuangan yang lebih cepat dan mudah, serta perubahan gaya hidup masyarakat yang semakin bergantung pada transaksi digital, terutama setelah pandemi COVID-19.

Salah satu inovasi fintech yang populer adalah dompet digital (*e-wallet*), yang digunakan secara luas karena kemudahan, kecepatan, dan keamanannya dalam bertransaksi (Wibowo et al., 2023:24–25). OVO merupakan salah satu *e-wallet* terbesar di Indonesia yang saat ini menghadapi persaingan ketat dengan kompetitornya, yaitu GoPay, DANA, dan ShopeePay. Data menunjukkan bahwa meskipun OVO sempat menjadi pemimpin pasar pada 2021 dengan 58% pengguna, posisinya menurun pada 2022–2023 karena dominasi GoPay dan ShopeePay, walaupun persentase pengguna OVO masih cukup tinggi (Zigi & Katadata Insight Center, 2022). Selain persaingan pasar, persepsi pengguna terhadap kemudahan (*perceived ease of use*) dan manfaat aplikasi (*perceived usefulness*) menjadi faktor penting yang mempengaruhi keputusan penggunaan.

Konsumen masa kini cenderung akan menggunakan suatu layanan apabila mereka merasa teknologi tersebut mudah digunakan dan memberikan manfaat nyata dalam aktivitas sehari-hari (Siregar & Nasution, 2023:37). Namun, keluhan terkait error transaksi, lambatnya proses pembayaran, serta layanan pelanggan yang kurang responsif berpotensi menurunkan keputusan penggunaannya untuk melanjutkan menggunakan OVO. Menurut Survei yang dilakukan Fleexy (2024) pengguna yang merasa sering mengalami kendala dalam penggunaan aplikasi, cenderung akan beralih ke *e-wallet* lain yang dianggap lebih andal dan menguntungkan.

Generasi Z merupakan kelompok pengguna yang relevan untuk diteliti karena memiliki tingkat adopsi teknologi yang tinggi dan terbiasa dengan layanan digital dalam aktivitas sehari-hari. Survei Katadata Insight Center (2022) mencatat bahwa 68% Generasi Z di Indonesia menggunakan *e-wallet*, hal ini menunjukkan bahwa kelompok ini telah menjadi salah satu segmen utama pengguna layanan keuangan digital. Siregar dan Nasution (2023:79) menjelaskan bahwa keputusan penggunaan dipengaruhi oleh berbagai faktor psikologis, seperti persepsi, motivasi, dan sikap terhadap suatu produk atau layanan. Dalam konteks penggunaan teknologi seperti *e-wallet*, faktor-faktor tersebut menjadi semakin relevan karena kemudahan akses, manfaat yang dirasakan, serta pengalaman pengguna memegang peran penting dalam menentukan keputusan penggunaan. Oleh karena itu, penelitian ini diharapkan dapat menganalisis bagaimana persepsi kemudahan dan kemanfaatan memengaruhi keputusan penggunaan *e-wallet* dalam kelompok usia yang lebih muda.

METODE

Bentuk Penelitian

Penelitian ini menerapkan metode kuantitatif dengan pendekatan asosiatif untuk menganalisis hubungan *perceived ease of use* (X_1) dan *perceived usefulness* (X_2) terhadap keputusan penggunaan (Y) OVO Pada Generasi Z di Kota Medan.

Waktu dan Tempat Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan pada Mei hingga Juni 2025 di Kota Medan. Pengumpulan data dilakukan dengan menyebarkan kuesioner secara langsung dan melalui Google Form kepada Generasi Z yang menggunakan OVO di Kota Medan.

Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah pengguna aktif OVO yang termasuk ke dalam kelompok Generasi Z di Kota Medan. Jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah 96,04 atau dibulatkan menjadi sebanyak 97. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah dengan metode purposive sampling dan dihitung dengan rumus Cochran karena keadaan jumlah populasi tidak diketahui secara pasti. Kriteria sampel yang digunakan adalah: (1) termasuk dalam Kelompok Generasi Z yang berusia 17 - 28 Tahun, (2) Pernah bertransaksi menggunakan *e-wallet* OVO minimal 1 kali

Data dan Instrumen Penelitian

Pengumpulan data pada penelitian ini menggunakan sumber primer dan sumber sekunder. Data primer diperoleh melalui kuesioner yang dibagikan secara tatap muka dan via Google Form. Kuesioner disusun menggunakan skala Likert 5 poin, dengan rentang nilai 1 (sangat tidak setuju) hingga 5 (sangat setuju). Data sekunder diperoleh melalui studi kepustakaan, penelitian terdahulu, dan data-data yang didapat melalui internet.

Teknik Analisis Data

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan analisis data yang diolah melalui perangkat lunak SPSS. Uji validitas dilakukan dengan menggunakan Korelasi Produk Momen Pearson, dimana suatu item dinyatakan valid apabila nilai r hitung $> r$ tabel atau signifikansi $< 0,05$. Selanjutnya,

uji reliabilitas menggunakan metode Cronbach's Alpha, dengan kriteria reliabel jika nilai alpha > 0,70 (Rochaety *et al.* 2019:45-49). Instrumen yang telah memenuhi syarat validitas dan reliabilitas kemudian diuji melalui uji asumsi klasik, meliputi: uji normalitas menggunakan One-Sample Kolmogorov-Smirnov dengan kriteria data berdistribusi normal apabila nilai signifikansi $\geq 0,05$, uji multikolinearitas dengan kriteria VIF < 10 dan Tolerance > 0,10, (Rochaety, *et al.* 2019:176). serta uji heteroskedastisitas dengan dasar keputusan apabila tidak terdapat pola tertentu pada *scatterplot* (Rochaety *et al.*, 2019:181). Analisis regresi linier berganda digunakan untuk menguji pengaruh variabel independen yaitu *Perceived Ease of Use* (X₁) dan *Perceived Usefulness* (X₂) terhadap variabel dependen yaitu Keputusan Penggunaan (Y). Pengujian hipotesis dilakukan dengan uji parsial (*t-test*) untuk menilai signifikansi pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen dengan kriteria signifikan apabila $t_{hitung} > t_{tabel}$, serta uji simultan (*F-test*) untuk mengetahui pengaruh seluruh variabel independen secara bersama-sama terhadap variabel dependen dengan kriteria signifikan apabila $F_{hitung} > F_{tabel}$. Selain itu, koefisien determinasi (R²) digunakan untuk melihat besarnya kontribusi variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen, di mana nilai R² yang mendekati 1 menunjukkan pengaruh yang besar, sedangkan nilai mendekati 0 menunjukkan pengaruh yang kecil

HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Validitas dan Uji Reliabilitas

Uji validitas adalah salah satu uji instrumen yang digunakan untuk mengetahui valid atau tidaknya suatu kuesioner. Pada penelitian ini, peneliti menyebarkan kuesioner kepada 97 orang responden. Untuk mengetahui validitas setiap item pernyataan dalam penelitian ini dapat dilihat berdasarkan kolom r_{hitung} dan r_{tabel} . Apabila nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$ maka pernyataan tersebut dinyatakan valid. Nilai r_{tabel} pada $\alpha = 0,05$ dengan derajat bebas $df = n-2 = 95$ pada uji dua arah adalah sebesar 0,1996. Keseluruhan item pernyataan pada variabel *Perceived Ease of Use* (X₁), *Perceived Usefulness* (X₂) dan Keputusan Penggunaan (Y) memiliki skor nilai r_{hitung} melebihi nilai 0,1966 atau r_{tabel} . Berdasarkan hasil tersebut maka pernyataan yang terdapat pada keseluruhan variabel valid sehingga layak untuk dijadikan instrumen untuk pengukuran variabel pada penelitian ini.

Uji reliabilitas merupakan uji instrumen yang dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui apakah pernyataan yang digunakan dan jawaban yang diberikan oleh responden pada instrumen penelitian dapat diandalkan. Hasil uji dapat dinyatakan handal apabila nilai *Cronbach Alpha* yang terdapat pada setiap variabel memiliki nilai > 0,700. Berdasarkan hasil hitung, nilai dari *Cronbach Alpha* dari ketiga variabel lebih besar dari 0,700. Oleh karena itu, seluruh pernyataan dalam instrumen dinyatakan dapat diandalkan serta digunakan dalam penelitian.

Uji Asumsi Klasik

Uji Asumsi Klasik Kolmogorov-Smirnov dilakukan untuk mengetahui apakah distribusi sebuah data normal. Data terdistribusi normal jika nilai signifikan > 0,05 dan jika nilai signifikan < 0,05 maka data berdistribusi tidak normal.

Tabel 1. Hasil Uji Kolmogorov-Smirnov

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		97
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	3.98434751
Most Extreme Differences	Absolute	.063
	Positive	.048
	Negative	-.063
Test Statistic		.063
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.

Sumber: Hasil Pengolahan Data (2025)

Berdasarkan Tabel 1, dapat dilihat bahwa nilai asymp sig pada uji Kolmogorov – Smirnov sebesar 0,200. Nilai tersebut memenuhi ketentuan untuk menyatakan kenormalan data, yaitu nilai asymp. sig harus lebih besar dari 0,05. Sehingga dapat disimpulkan bahwa data yang digunakan berdistribusi dengan normal.

Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linear berganda ini bertujuan untuk menguji pengaruh variabel independen, yaitu *Perceived Ease of Use* (X1) dan *Perceived Usefulness* (X2) terhadap variabel dependen Keputusan Penggunaan (Y)

Tabel 2. Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	5.020	2.263		2.218	.029
	<i>Perceived Ease of Use</i>	.296	.067	.380	4.444	.000
	<i>Perceived Usefulness</i>	.304	.056	.465	5.444	.000

a. Dependent Variable: Keputusan Penggunaan

Sumber: Hasil Pengolahan Data (2025)

Berdasarkan Tabel 2, Koefisien konstanta (a) sebesar 5,020 menunjukkan bahwa apabila variabel *Perceived Ease of Use* (X₁) dan *Perceived Usefulness* (X₂) bernilai nol, maka nilai Keputusan Penggunaan (Y) adalah sebesar 5,020. Koefisien regresi *Perceived Ease of Use* (X₁) sebesar 0,296 yang berarti bahwa setiap peningkatan satu satuan pada variabel X₁ maka akan meningkatkan nilai Keputusan Penggunaan (Y) sebesar 0,296. Koefisien regresi *Perceived Usefulness* (X₂) sebesar 0,304 yang menunjukkan bahwa setiap peningkatan satu satuan pada variabel *Perceived Usefulness* (X₂), maka akan meningkatkan Keputusan Penggunaan (Y) sebesar 0,304 satuan. Nilai variabel X₂ terhadap variabel Y bernilai positif, artinya semakin tinggi nilai variabel X₂ maka semakin tinggi pula nilai variabel Y.

Uji Signifikansi Parsial (Uji t)

Uji t digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel *Perceived Ease of Use* (X₁) dan *Perceived Usefulness* (X₂) secara parsial terhadap Keputusan Penggunaan (Y) apakah berpengaruh secara signifikan atau tidak. Tingkat signifikansi yang digunakan sebesar 5% atau sebesar 0,05 (*two tailed test*) dengan derajat bebas $df = n - k = 95$, maka dapat diperoleh nilai *t* tabel sebesar 1,985

Tabel 3. Hasil Uji Signifikansi Parsial

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	5.020	2.263		2.218	.029
	<i>Perceived Ease of Use</i>	.296	.067	.380	4.444	.000
	<i>Perceived Usefulness</i>	.304	.056	.465	5.444	.000

a. Dependent Variable: Keputusan Penggunaan

Sumber: Hasil Pengolahan Data (2025)

Berdasarkan Tabel 3, dapat disimpulkan bahwa variabel *Perceived Ease of Use* (X₁) terhadap Keputusan Penggunaan (Y) diperoleh nilai t hitung sebesar 4,444, di mana nilai *t* hitung lebih besar daripada nilai *t* tabel yaitu sebesar 1,985 ($4,444 > 1,985$), dengan nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 ($0,000 < 0,05$) yang berarti variabel *Perceived Ease of Use* (X₁) berpengaruh secara signifikan terhadap Keputusan Penggunaan (Y). Untuk variabel *Perceived Usefulness* (X₂) diperoleh nilai *t* hitung sebesar 5,444, yang berarti lebih besar daripada nilai *t* tabel sebesar 1,985 ($5,444 > 1,985$), dengan nilai signifikansi yang lebih kecil dari 0,05 ($0,000 < 0,05$). Hal ini menunjukkan bahwa variabel *Perceived Usefulness* (X₂) berpengaruh secara signifikan terhadap Keputusan Penggunaan (Y).

Uji Simultan (Uji F)

Uji simultan (Uji F) dilakukan untuk melihat apakah variabel bebas, yaitu *Perceived Ease of Use* (X_1) dan *Perceived Usefulness* (X_2) berpengaruh secara keseluruhan atau bersama-sama terhadap variabel terikat, yaitu Keputusan Penggunaan (Y).

Tabel 4. Hasil Uji F

ANOVA ^a						
	Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	2122.121	2	1061.061	65.446	.000 ^b
	Residual	1524.002	94	16.213		
	Total	3646.124	96			
a. Dependent Variable: Keputusan Penggunaan						
b. Predictors: (Constant), <i>Perceived Ease of Use</i> <i>Perceived Usefulness</i>						

Sumber: Hasil Pengolahan Data (2025)

Berdasarkan Tabel 4, dapat dilihat bahwa nilai F_{hitung} yang diperoleh sebesar 65,446, yang berarti nilai F_{hitung} lebih besar dibandingkan nilai F_{tabel} , yaitu $65,446 > 3,09$ atau berdasarkan nilai sig. yaitu $0,000 < 0,05$. Hasil tersebut berarti bahwa variabel bebas yakni *Perceived Ease of Use* (X_1) dan *Perceived Usefulness* (X_2) berpengaruh secara bersama-sama (simultan) terhadap variabel terikat yaitu Keputusan Penggunaan (Y).

Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Tabel 5. Hasil uji (R^2)

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.763 ^a	.582	.573	4.027

Sumber: Hasil Pengolahan Data (2025)

Hasil uji koefisien determinasi yang ditampilkan pada Tabel 5, dapat dilihat bahwa nilai R yaitu sebesar 0,763, dimana nilai koefisien ini menunjukkan hubungan antara *Perceived Ease of Use* dan *Perceived Usefulness* terhadap Keputusan Penggunaan yang cukup erat karena jika nilai R semakin mendekati satu maka semakin baik pula model tersebut digunakan. Nilai *Adjusted R Square* atau nilai koefisien determinasi di atas menunjukkan bahwa variabel *Perceived Ease of Use* dan *Perceived Usefulness* dapat menjelaskan variabel Keputusan Penggunaan sebesar 57,3%

SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, maka dapat diambil kesimpulan bahwa *Perceived ease of use* (X_1) berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap Keputusan penggunaan (Y) dengan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ sebesar $4,444 > 1,985$. Hal ini menunjukkan bahwa semakin mudah OVO digunakan oleh pengguna baik dari segi kemudahan dipelajari, fleksibel, hingga mudah diakses, semakin tinggi pula kecenderungan pengguna untuk memutuskan menggunakan OVO. Sementara itu, *Perceived usefulness* (X_2) berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan (Y) dengan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ sebesar $5,444 > 1,985$. Hal ini menunjukkan bahwa semakin besar manfaat yang dirasakan pengguna dalam hal efisiensi, produktivitas, hingga kemudahan menyelesaikan transaksi, semakin besar pula peluang mereka memutuskan menggunakan OVO.

Secara simultan, *Perceived ease of use* (X_1) dan *Perceived usefulness* (X_2) menunjukkan pengaruh pada Keputusan penggunaan (Y) dengan nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ $65,446 > 3,09$. Hasil ini didukung oleh nilai *Adjusted R²* sebesar 0,573, yang menunjukkan bahwa 57,3% variasi dalam keputusan penggunaan dapat dijelaskan oleh kedua variabel tersebut

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih yang kepada dosen pembimbing yang telah memberikan arahan, bimbingan, serta masukan berharga dalam penyusunan artikel ini. Ucapan terima kasih juga penulis sampaikan kepada keluarga yang senantiasa memberikan doa, dukungan, dan motivasi, sehingga

penelitian ini dapat terselesaikan dengan baik. Tidak lupa, penulis berterima kasih kepada sahabat dan rekan-rekan yang telah memberikan semangat serta bantuan selama proses penelitian berlangsung.

REFERENSI

- Fauji, D. A. S., & Widodo, M. W. (2020). *Financial technology*. Kediri: Penerbit Fakultas Ekonomi, Universitas Nusantara PGRI Kediri.
- Fleexy. (2024). Why consumers switch mobile payment apps — 2024 trends. Diakses pada 13 Juli 2025, dari <https://fleexy.dev/blog/why-consumers-switch-mobile-payment-apps-2024-trends/>
- Katadata. (2022). *Survei KIC: Gen Z lebih pilih pakai e-wallet dibanding ATM bank*. Katadata. Diakses pada 8 Februari 2025, dari <https://katadata.co.id/finansial/keuangan/61e0ee6ef1b27/survei-kic-gen-z-lebih-pilih-pakai-e-wallet-dibanding-atm-bank>
- Katadata Insight Center. (2022). *Survei DailySocial: OVO jadi dompet digital paling banyak dipakai masyarakat*. Databoks. Diakses pada 8 Februari 2025, dari <https://databoks.katadata.co.id/teknologi-telekomunikasi/statistik/f8ab4439534dfec/survei-dailysocial-ovo-jadi-dompet-digital-paling-banyak-dipakai-masyarakat>
- Rochaety, E., Tresnati, R., & Latief, A. M. (2019). *Metodologi penelitian bisnis: Dengan aplikasi SPSS (Edisi ke-2)*. Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Siregar, O. M., & Nasution, M. D. T. P. (2023). *Perilaku konsumen offline & online*. PT. Dewangga Energi Internasional.
- Siregar, O. M., & Nasution, M. D. T. P. (2023). *Revolutionizing Marketing: Strategi Inovatif Bisnis Modern*. CV. Mitra Cendekia Media.
- Wibowo, S. H., Wahyuddin, S., Permana, A. A., Sembiring, S., Wahidin, A. J., Nugroho, J. W., Rahajeng, E., Kumedi, D., Bau, R. T. R. L., Adichandra, I., Yuninsyah, & Rivanthio, T. R. (2023). *Teknologi digital di era modern*. Padang: PT Global Eksekutif Teknologi.