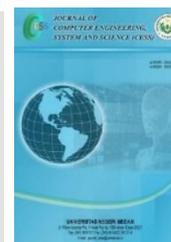


CESS

(Journal of Computer Engineering, System and Science)

Available online: <https://jurnal.unimed.ac.id/2012/index.php/cess>

ISSN: 2502-714x (Print) | ISSN: 2502-7131 (Online)



Evaluasi Kepuasan Konsumen Aplikasi OVO Menggunakan Pendekatan *Technology Acceptance Model (TAM)* dan *End User Computing Satisfaction (EUCS)*

Evaluating Customer Satisfaction with the OVO Application Using the Technology Acceptance Model (TAM) and End User Computing Satisfaction (EUCS) Approach

Erwin Geovanis Gultom^{1*}, Mangapul Siahaan²

^{1,2}Sistem Informasi, Ilmu Komputer, Universitas Internasional Batam

Baloi-Sei Ladi, Jl. Gajah Mada, Tiban Indah, Kec. Sekupang, Kota Batam, Kepulauan Riau

Email: ¹geovanisgultomerwin@gmail.com, ²mangapul.siahaan@uib.ac.id

*Corresponding Author

ABSTRAK

Studi ini mengintegrasikan kerangka kerja *Technology Acceptance Model (TAM)* bersama dengan *End User Computing Satisfaction (EUCS)* guna mengevaluasi elemen-elemen yang berpengaruh terhadap tingkat kepuasan pengguna platform OVO dalam ranah transaksi digital. Pendekatan TAM yang merangkum aspek persepsi manfaat, kemudahan operasional, dan respon pengguna, dipadukan dengan dimensi EUCS yang mencakup kualitas konten, presisi data, tampilan antarmuka, aksesibilitas penggunaan, dan efisiensi waktu, menciptakan landasan analisis yang holistik untuk memahami proses penerimaan dan evaluasi pengguna terhadap layanan aplikasi tersebut. Temuan riset mengindikasikan bahwa penggabungan kedua framework ini berhasil menguraikan secara komprehensif variabel-variabel krusial yang membentuk satisfaksi pengguna dalam ekosistem teknologi pembayaran digital, meliputi utilitas praktis yang dipersepsikan serta responsivitas performa sistem. Hasil analisis ini memberikan kontribusi signifikan bagi formulasi strategi optimalisasi mutu layanan platform pembayaran digital di Indonesia, yang sejalan dengan akselerasi fenomena adopsi teknologi finansial yang telah mentransformasi paradigma transaksi masyarakat secara fundamental.

Kata Kunci: *pembayaran digital; kepuasan pengguna; Technology Acceptance Model (TAM); End User Computing Satisfaction (EUCS); aplikasi OVO*

ABSTRACT

This study integrates the *Technology Acceptance Model (TAM)* framework alongside *End User Computing Satisfaction (EUCS)* to evaluate elements that influence user satisfaction levels on the OVO platform within the digital transaction domain. The TAM approach, which encompasses aspects of perceived benefits, operational ease, and user response, combined



with EUCS dimensions including content quality, data precision, interface display, usage accessibility, and time efficiency, creates a holistic analytical foundation for understanding the process of user acceptance and evaluation of the application's services.

Research findings indicate that the integration of both frameworks successfully elucidates comprehensive crucial variables that shape user satisfaction within the digital payment technology ecosystem, including perceived practical utility and system performance responsiveness. This analytical result provides significant contribution to the formulation of optimization strategies for digital payment platform service quality in Indonesia, which aligns with the acceleration of financial technology adoption phenomena that has fundamentally transformed society's transaction paradigms.

Keywords: *digital payment; user satisfaction; Technology Acceptance Model (TAM); End User Computing Satisfaction (EUCS); OVO application*

1. PENDAHULUAN

Kemajuan teknologi informasi di era digital telah mengubah cara pandang dan cara kerja orang dalam melakukan aktivitas, khususnya saat melakukan transaksi finansial. Revolusi digital ini menjadikan semua aktivitas berlangsung lebih cepat, sederhana, dan efisien [1]. Kemajuan ini sangat dirasakan pada komunikasi, akses informasi, dan transaksi yang dulunya harus dilakukan secara tatap muka sekarang dapat dilakukan secara virtual dan digital.

Salah satu sektor yang paling akut mengalami konsekuensi dari revolusi digital adalah industri teknologi keuangan (FinTech). Di Indonesia, layanan FinTech yang dominan digunakan adalah solusi pembayaran dalam bentuk dompet elektronik (biasa disebut sebagai dompet elektronik) [2]. E-Wallet merupakan platform online yang memfasilitasi kenyamanan dalam melaksanakan transaksi pembayaran menghadirkan banyak keuntungan, seperti mengurangi ketergantungan pada uang tunai untuk pembelian, menghemat waktu, menawarkan sejumlah besar promosi menarik, dan memungkinkan penggunaan online kapan saja dan dari lokasi mana pun [4].

Aplikasi OVO adalah salah satu aplikasi E-Wallet yang paling populer di Indonesia[5]. Aplikasi ini merupakan platform pembayaran digital yang dirancang dengan cermat untuk mempercepat transaksi non tunai dengan kecepatan dan kenyamanan. Aplikasi OVO didirikan oleh PT Visionet Internasional, yang beroperasi sebagai anak perusahaan dari Lippo Group. Aplikasi OVO menawarkan serangkaian fitur yang meningkatkan aktivitas terkait transaksi disetiap harinya, termasuk kirim saldo antar pengguna, pembelian kredit seluler, pembayaran makanan, tagihan listrik domestik, pembayaran transportasi online, dan banyak layanan tambahan.

Penelitian ini mengadopsi dua kerangka kerja utama, yaitu Technology Acceptance Model (TAM) dan End User Computing Satisfaction (EUCS) sebagai landasan metodologis. TAM yang diperkenalkan oleh Davis pada tahun 1989 merupakan model teoretis yang dirancang khusus untuk memahami faktor-faktor yang mempengaruhi penerimaan pengguna terhadap teknologi baru [6]. Model ini berfokus pada tiga konstruk utama: persepsi kegunaan (*perceived usefulness*), persepsi kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*), dan sikap pengguna terhadap penggunaan teknologi (*attitude toward using*). Melalui pendekatan ini, TAM mampu menjelaskan hubungan kausal antara manfaat yang dirasakan pengguna dengan intensi mereka untuk mengadopsi suatu sistem teknologi [7].

End User Computing Satisfaction (EUCS) dikembangkan oleh Doll dan Torkzadeh untuk mengukur tingkat satisfaksi pengguna terhadap sistem informasi. Pendekatan EUCS menyediakan estimasi level efektivitas sistem berdasarkan kepuasan pengguna akhir [8]. Pendekatan EUCS terbentuk dari lima dimensi yaitu konten, presisi, tampilan, aksesibilitas penggunaan, dan efisiensi waktu [8].

Sasaran dari riset ini adalah untuk mengidentifikasi elemen-elemen yang berpengaruh terhadap satisfaksi pengguna aplikasi OVO dengan platformnya. Mengintegrasikan pendekatan TAM dan EUCS akan memfasilitasi untuk mengkaji bagaimana respons dan persepsi pengguna terhadap teknologi dapat memengaruhi perilaku mereka [10]. Satisfaksi pengguna merupakan salah satu parameter keberhasilan implementasi sistem informasi [11].

2. METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilakukan menggunakan metode kuantitatif. Penelitian ini dipilih untuk mengkaji pengalaman pengguna secara objektif serta mengukur tingkat kepuasan konsumen terhadap aplikasi OVO. Melalui pendekatan ini, penelitian dapat memberikan pemahaman yang lebih komprehensif terhadap permasalahan yang ada karena memanfaatkan kekuatan metode kuantitatif dalam mengevaluasi penerimaan teknologi dan kepuasan pengguna akhir berdasarkan model TAM dan EUCS.

2.1 Tahap Perencanaan

Proses perencanaan dimulai dengan mendefinisikan masalah yang berhubungan dengan penggunaan OVO. Setelah menentukan masalah, langkah berikutnya adalah menghubungkan masalah dengan metode yang tepat. Selanjutnya, menetapkan hipotesis yang akan diterapkan dalam penelitian ini, Ini adalah delapan hipotesis yang akan digunakan dalam penelitian.

H1: Persepsi keuntungan mempengaruhi sikap pengguna dalam menggunakan aplikasi OVO.

H2: Persepsi kemudahan mempengaruhi sikap pengguna dalam menggunakan aplikasi OVO.

H3: Kualitas informasi mempengaruhi sikap pengguna dalam menggunakan aplikasi OVO.

H4: Persepsi pengguna tentang penggunaan aplikasi OVO berpengaruh positif terhadap akurasi informasi.

H5: Desain antarmuka aplikasi berpengaruh positif terhadap perilaku pengguna saat menggunakannya.

H6: Kemudahan akses atau kemudahan penggunaan berpengaruh positif terhadap persepsi pengguna saat menggunakan aplikasi OVO.

H7: Ketepatan Waktu Penyampaian Informasi berpengaruh positif terhadap persepsi pengguna saat menggunakan aplikasi OVO.

H8: Persepsi pengguna tentang penggunaan aplikasi OVO

2.2 Tahap Pengumpulan Data

Pada tahap ini, data yang akan dikumpulkan akan digunakan untuk mencapai tujuan penelitian. Data diperoleh dari kuesioner yang dibagikan kepada pengguna OVO, yang berisi 42 indikator pernyataan, termasuk 9 variabel dari metode TAM dan EUCS.

Tabel 1. Kuesioner Variabel TAM dan EUCS

Variabel	Kode	Kuesioner
Persepsi Kemanfaatan	PUS 1	Aplikasi OVO dapat mempercepat pekerjaan
	PUS 2	Aplikasi OVO dapat meningkatkan produktivitas
	PUS 3	Aplikasi OVO bermanfaat untuk digunakan
	PUS 4	Aplikasi OVO membantu saya menyelesaikan transaksi secara efisien
	PUS 5	Aplikasi OVO meningkatkan efektivitas aktivitas finansial saya
Persepsi Kemudahan	PEU 1	Aplikasi OVO mudah dipelajari
	PEU 2	Aplikasi OVO bersifat fleksibel
	PEU 3	Aplikasi OVO mudah digunakan
	PEU 4	Saya tidak memerlukan bantuan teknis untuk memahami cara kerja OVO
	PEU 5	Proses navigasi dalam aplikasi OVO sangat intuitif
Isi	CON 1	Isi dari informasi aplikasi OVO sesuai dengan kebutuhan saya
	CON 2	Isi dari informasi aplikasi OVO mudah dipahami
	CON 3	Isi dari informasi aplikasi OVO sudah lengkap dan jelas
	CON 4	Informasi dalam OVO selalu diperbarui secara berkala
	CON 5	OVO memberikan informasi yang sesuai konteks kebutuhan saya
Keakuratan	ACC 1	Aplikasi OVO sudah menampilkan data dan informasi yang benar dan akurat
	ACC 2	Setiap link di aplikasi OVO yang saya klik selalu menampilkan halaman yang sesuai
	ACC 3	Data transaksi dalam OVO sesuai dengan riwayat yang saya alami
	ACC 4	OVO jarang menampilkan informasi yang salah atau menyesatkan
Tampilan	FOR 1	Aplikasi OVO memiliki tampilan yang mudah dipahami
	FOR 2	Aplikasi OVO mempunyai tampilan yang menarik
	FOR 3	Aplikasi OVO memiliki layout yang memudahkan pengguna
	FOR 4	Ukuran teks dan ikon pada aplikasi OVO mudah dilihat
	FOR 5	Warna dan kontras dalam desain OVO membantu memperjelas informasi
Kemudahan Pengguna	EOU 1	Aplikasi OVO sangat mudah digunakan
	EOU 2	Fitur pada aplikasi OVO user friendly
	EOU 3	Aplikasi OVO mudah diakses di mana saja dan kapanpun
	EOU 4	Saya tidak mengalami kesulitan dalam mengakses fitur penting OVO
	EOU 5	Saya dapat menyelesaikan transaksi dalam OVO tanpa bantuan orang lain

Ketepatan Waktu	TIM 1	Aplikasi OVO memberikan informasi yang tepat waktu
	TIM 2	Aplikasi OVO menyajikan informasi ketika dibutuhkan
	TIM 3	Pemberitahuan dari OVO muncul tepat saat dibutuhkan
	TIM 4	OVO merespons permintaan saya tanpa penundaan yang berarti
Sikap Terhadap Penggunaan	ATT 1	Menggunakan aplikasi OVO adalah ide yang bagus
	ATT 2	Merasa nyaman saat menggunakan aplikasi OVO
	ATT 3	Menggunakan aplikasi OVO sangat menyenangkan
	ATT 4	Saya merasa terbantu secara personal dengan keberadaan OVO
	ATT 5	Saya memiliki persepsi positif secara umum terhadap OVO
Kepuasan Pengguna	US 1	Aplikasi OVO efektif dan efisien dalam penggunaannya
	US 2	Aplikasi OVO dapat dipercaya sehingga membuat saya selalu menggunakannya
	US 3	Kemudahan aplikasi OVO dapat memuaskan sehingga saya merekomendasikannya kepada pengguna lain
	US 4	Saya puas dengan fitur yang ditawarkan oleh OVO
	US 5	Saya akan terus menggunakan OVO karena kepuasan yang saya rasakan

Kriteria penilaian terhadap pernyataan kuesioner menggunakan skala Likert dengan bobot sebagai berikut:

Tabel 2. Skala Likert

Kriteria Penilaian	Bobot
Sangat Tidak Setuju	1
Tidak Setuju	2
Netral	3
Setuju	4
Sangat Setuju	5

Studi ini menggunakan metode random sampling sederhana untuk mengumpulkan sampel pengguna OVO. Rumus Lameshow digunakan untuk menghitung jumlah responden 100.

2.3 Tahap Analisis Data

Fase analisis data dalam penelitian ini mengimplementasikan aplikasi SmartPLS 4.0 untuk mengolah informasi yang diperoleh dari survei responden. Proses evaluasi dilakukan melalui dua tahapan utama yaitu pengujian outer model dan inner model guna menjamin standar validitas serta reliabilitas hasil penelitian [9]. Prosedur selanjutnya melibatkan pengujian hipotesis untuk mengukur intensitas korelasi antar variabel penelitian, dengan menerapkan teknik bootstrap sejumlah 5000 sampel dan menggunakan pengujian satu arah pada tingkat signifikansi 0,05 atau 5% [12]. Implementasi metodologi ini bertujuan menghasilkan temuan analisis yang akurat dan memastikan bahwa kesimpulan penelitian didukung oleh data empiris yang kredibel dan dapat dipertanggungjawabkan secara ilmiah.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1 Analisa Responden

Riset ini mengikutsertakan 100 partisipan yang merupakan pengguna platform OVO. Setiap partisipan diarahkan untuk melengkapi survei dengan respon yang selaras dengan pengalaman dan perspektif mereka terhadap setiap pernyataan. Survei tersebut merangkum beberapa profil partisipan seperti usia, gender, dan durasi penggunaan platform, serta sejumlah parameter yang berkaitan dengan variabel TAM (Technology Acceptance Model) dan EUCS (End User Computing Satisfaction).

3.1.1 Responden Berdasarkan Umur

Dari hasil distribusi responden berdasarkan usia, terlihat bahwa mayoritas pengguna aplikasi OVO berada pada rentang usia 21–25 tahun (65%). Disusul oleh usia 17–20 tahun (19%) dan 26–30 tahun (16%). Hal ini menunjukkan bahwa pengguna OVO didominasi oleh kalangan remaja akhir hingga dewasa muda, yang kemungkinan besar lebih aktif dalam menggunakan layanan digital dan transaksi non-tunai. Dapat dilihat pada tabel 3

Tabel 3. Responden Berdasarkan Umur

Umur	Jumlah	Persentase
17-20	19	19%
21-25	65	65%
26-30	16	16%
Total	100	100%

3.1.2 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Dari 100 responden penelitian, 71 laki-laki (71%) dan 29 perempuan (29%). Ini menunjukkan bahwa penggunaan aplikasi OVO lebih banyak dilakukan oleh laki-laki.

Tabel 4. Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase
Laki-Laki	71	70%
Perempuan	29	30%
Total	100	100%

3.1.3 Responden Berdasarkan Lama Penggunaan

Dari hasil penelitian terhadap 100 responden, sebanyak 46% telah menggunakan aplikasi OVO selama lebih dari satu tahun, yang mengindikasikan adanya loyalitas dan retensi pengguna yang positif.

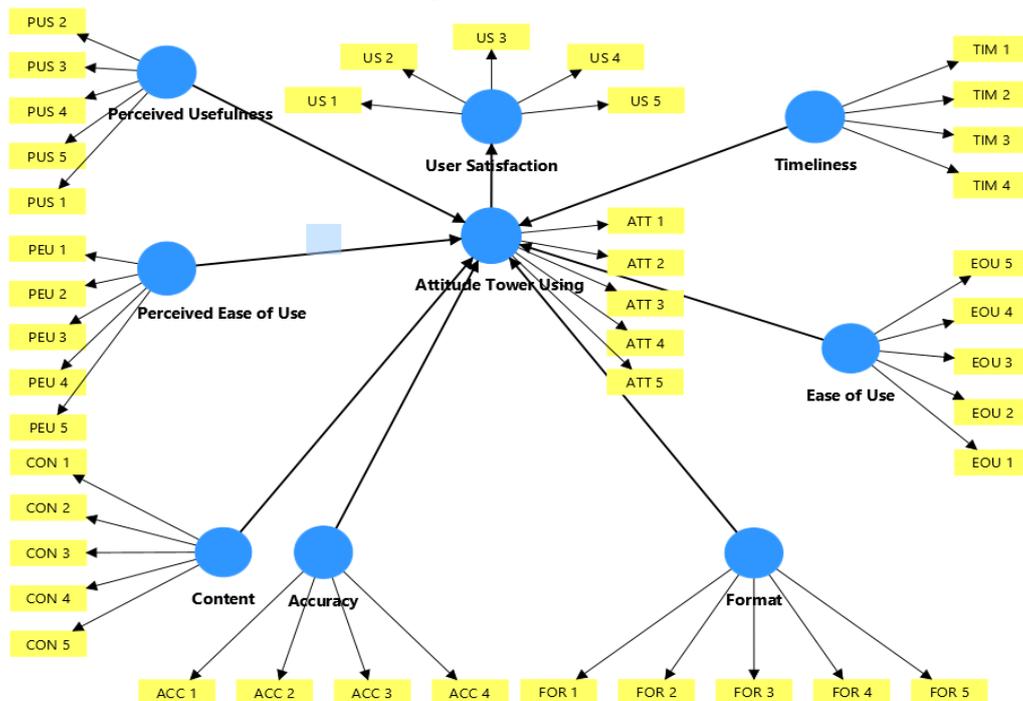
Tabel 5. Responden Berdasarkan Lama Penggunaan

Lama Penggunaan	Jumlah	Persentase
< 6 Bulan	38	38%
6 Bulan – 1 Tahun	16	16%
> 1 Tahun	46	46%
Total	100	100%

3.2. Analisa Data

Data penelitian diproses menggunakan metode modelling equation struktural (SEM) bersama dengan pendekatan partial least squares (PLS) [9]. Analisis PLS merupakan teknik statistik multivariat yang memungkinkan pemodelan hubungan simultan antara beberapa variabel independen dan dependen secara bersamaan [12]. Dua submodel utama digunakan dalam SEM-PLS untuk analisis. Model pengukuran, yang dikenal sebagai model luar, menilai hubungan antara indikator dan strukturnya, dan model struktural, yang dikenal sebagai model dalam, memeriksa hubungan antara struktur berdasarkan hipotesis penelitian.

Penggunaan SmartPLS 4.0 mempermudah proses ini dengan fitur-fitur yang mendukung evaluasi validitas dan reliabilitas konstruk, serta pengujian hipotesis menggunakan pendekatan bootstrap untuk menilai signifikansi parameter secara akurat [12].



Gambar 1. Diagram Path

Pada gambar 2 model ini menunjukkan bahwa sikap terhadap penggunaan sistem dipengaruhi oleh berbagai faktor kualitas sistem dan pengalaman pengguna, yang diukur dengan beberapa indikator.

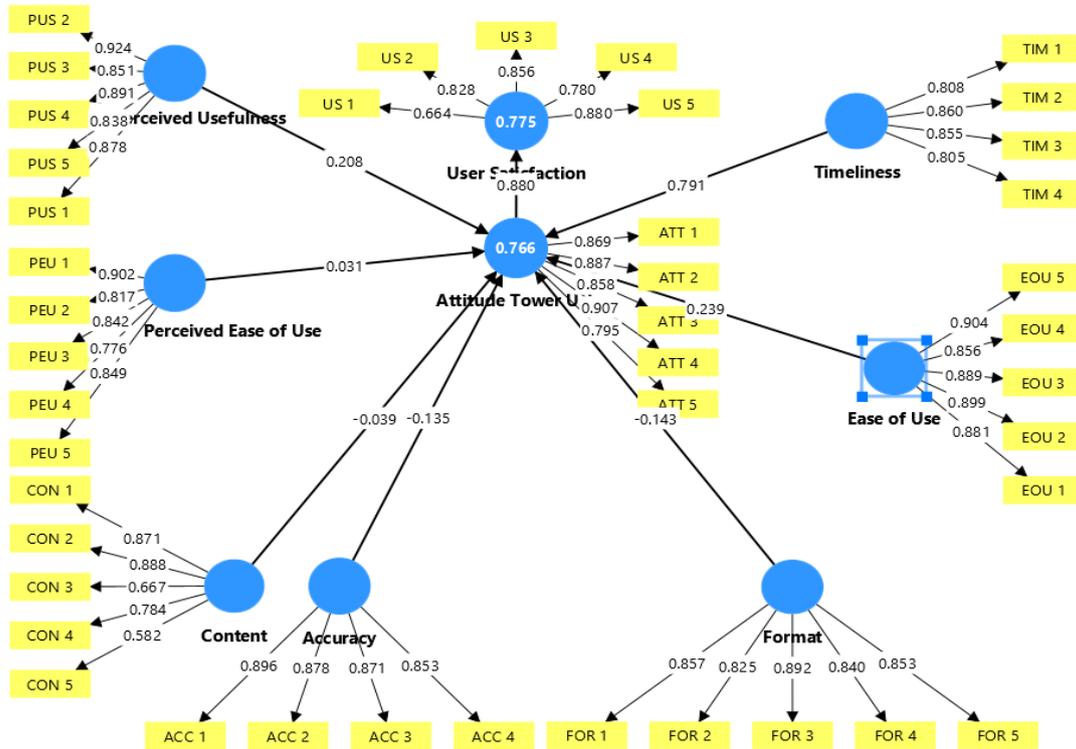
3.3 Model Pengukuran (*Outer Model*)

Model pengukuran bertujuan untuk mengevaluasi kevalidan dan reliabilitas metode penelitian agar layak digunakan dalam analisis selanjutnya. Penilaian ini mencakup uji validitas konvergen, yang meliputi pemeriksaan reliabilitas konstruk, nilai Average Variance Extracted (AVE), serta validitas diskriminan untuk memastikan setiap konstruk mampu mengukur konsep yang berbeda secara jelas dan konsisten.

3.3.1 Validitas Konvergen

Uji validitas konvergen bertujuan untuk menilai sejauh mana indikator yang digunakan dalam kuesioner mampu mewakili konstruk yang diukur, yang dinilai melalui nilai outer loading. Nilai outer loading mencerminkan korelasi antara indikator dengan konstruknya, di mana indikator dengan loading di atas 0,7 dianggap memiliki validitas tinggi dan layak diterima

[12]. Namun, menurut Jogiyanto [16], nilai loading antara 0,5 hingga 0,6 masih dapat diterima asalkan nilai AVE (Average Variance Extracted) dan reliabilitas konstruk memenuhi syarat, yaitu AVE minimal 0,5. Dalam model penelitian ini, konstruk seperti Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, User Satisfaction, Attitude Toward Using, serta faktor lain diukur melalui indikator yang sebagian besar memenuhi kriteria tersebut, menunjukkan bahwa indikator-indikator tersebut valid untuk merepresentasikan variabel laten yang diteliti.



Gambar 2. Uji Validitas Konvergen

3.3.2 Average Variance Extracted (AVE)

Nilai Average Variance Extracted (AVE) adalah pengukuran berikutnya yang digunakan untuk mengevaluasi validitas konvergen dari suatu konstruk. Konstruksi laten dapat menjelaskan lebih dari 50% varians indikatornya, menurut nilai AVE yang baik setidaknya 0,50 [12]. Dengan kata lain, nilai AVE terkait dengan proporsi varians indikator yang dapat dijelaskan oleh struktur, yang menunjukkan validitas dan konsistensi internal struktur. Nilai AVE untuk masing-masing konstruk ditunjukkan pada Tabel berikut:

Tabel 6. Hasil AVE

Validitas	AVE
Persepsi Kemanfaatan	0.769
Persepsi Kemudahan	0.785
Isi	0.729
Keakuratan	0.765
Tampilan	0.589
Kemudahan Pengguna	0.785
Ketepatan Waktu	0.693
Sikap Terhadap Pengguna	0.746
Kepuasan Pengguna	0.648

3.3.3. Reliabilitas Konstruk

Uji reliabilitas adalah tes tambahan yang dilakukan untuk mengetahui apakah instrumen kuesioner yang digunakan dapat diandalkan dan mampu menghasilkan hasil pengukuran yang konsisten [2]. Uji reliabilitas ini dilakukan dengan menggunakan dua indikator utama, yaitu Cronbach's Alpha dan Composite Reliability. Menurut [17], suatu konstruk dikatakan reliabel apabila memiliki nilai ≥ 0.70 , yang menunjukkan bahwa indikator-indikator dalam konstruk tersebut memiliki konsistensi internal yang baik [12].

Tabel 7. Hasil crobranch's alpha dan composite reliability

Validitas	Crobranch's Alpha	Composite Reliability
Persepsi Kemanfaatan	0.925	0.943
Persepsi Kemudahan	0.931	0.948
Isi	0.907	0.931
Keakuratan	0.897	0.929
Tampilan	0.821	0.875
Kemudahan Pengguna	0.931	0.948
Ketepatan Waktu	0.852	0.900
Sikap Terhadap Pengguna	0.915	0.936
Kepuasan Pengguna	0.861	0.901

3.3.4 Diskriminan Validitas

Cross loading menunjukkan korelasi antara indikator (pertanyaan/item) dengan semua konstruk (variabel laten) dalam model. Ini digunakan untuk memeriksa validitas diskriminan, yaitu memastikan bahwa indikator lebih berkorelasi tinggi dengan konstruksya sendiri dibandingkan dengan konstruk lain. Nilai dari *cross loading* dapat dilihat pada tabel 8.

Tabel 8. Hasil *Cross Loading*

	Keakuratan	Sikap Terhadap Pengguna	Tampilan	Kemudahan Pengguna	Isi	Persepsi Kemudahan	Persepsi Kemanfaatan	Ketepatan Waktu	Kepuasan Pengguna
ACC 1	0.896	0.518	0.721	0.753	0.712	0.708	0.593	0.559	0.584
ACC 2	0.878	0.492	0.723	0.774	0.702	0.749	0.634	0.601	0.592
ACC 3	0.871	0.510	0.660	0.728	0.703	0.716	0.651	0.493	0.555
ACC 4	0.853	0.524	0.652	0.718	0.713	0.692	0.509	0.541	0.561
ATT 1	0.501	0.869	0.535	0.522	0.492	0.513	0.491	0.795	0.755
ATT 2	0.500	0.887	0.488	0.469	0.485	0.476	0.433	0.709	0.762
ATT 3	0.496	0.858	0.462	0.502	0.502	0.480	0.488	0.759	0.773
ATT 4	0.528	0.907	0.542	0.537	0.512	0.529	0.543	0.740	0.808
ATT 5	0.501	0.795	0.522	0.593	0.492	0.524	0.430	0.662	0.701
CON 1	0.688	0.501	0.871	0.722	0.695	0.784	0.621	0.503	0.490
CON 2	0.723	0.525	0.888	0.809	0.777	0.845	0.687	0.479	0.501
CON 3	0.451	0.207	0.667	0.463	0.432	0.555	0.466	0.217	0.184
CON 4	0.715	0.500	0.784	0.704	0.677	0.727	0.685	0.521	0.518
CON 5	0.342	0.406	0.582	0.391	0.380	0.357	0.387	0.427	0.409
EOU 1	0.750	0.472	0.729	0.881	0.811	0.776	0.628	0.515	0.503
EOU 2	0.741	0.551	0.750	0.899	0.813	0.846	0.693	0.525	0.550
EOU 3	0.736	0.508	0.733	0.889	0.794	0.776	0.696	0.469	0.462

EOU 4	0.770	0.539	0.758	0.856	0.769	0.772	0.673	0.532	0.488
EOU 5	0.765	0.598	0.730	0.904	0.859	0.780	0.721	0.517	0.527
FOR 1	0.738	0.499	0.737	0.870	0.857	0.806	0.715	0.481	0.510
FOR 2	0.640	0.440	0.662	0.702	0.825	0.679	0.571	0.502	0.499
FOR 3	0.766	0.564	0.756	0.863	0.892	0.783	0.671	0.589	0.566
FOR 4	0.663	0.461	0.618	0.730	0.840	0.686	0.635	0.457	0.430
FOR 5	0.634	0.475	0.639	0.720	0.853	0.608	0.536	0.449	0.410
PEU 1	0.681	0.514	0.784	0.762	0.689	0.902	0.745	0.442	0.488
PEU 2	0.682	0.457	0.771	0.686	0.620	0.817	0.636	0.433	0.417
PEU 3	0.737	0.534	0.727	0.838	0.779	0.842	0.717	0.465	0.543
PEU 4	0.627	0.398	0.640	0.702	0.719	0.776	0.596	0.468	0.451
PEU 5	0.698	0.523	0.739	0.742	0.706	0.849	0.686	0.503	0.529
PUS 2	0.629	0.535	0.684	0.690	0.665	0.728	0.924	0.440	0.476
PUS 3	0.542	0.411	0.656	0.685	0.612	0.747	0.851	0.295	0.356
PUS 4	0.667	0.500	0.741	0.770	0.716	0.748	0.891	0.408	0.454
PUS 5	0.623	0.509	0.624	0.615	0.588	0.657	0.838	0.453	0.506
TIM 1	0.571	0.704	0.530	0.544	0.540	0.508	0.419	0.808	0.712
TIM 2	0.556	0.780	0.585	0.568	0.566	0.551	0.479	0.860	0.774
TIM 3	0.512	0.678	0.488	0.447	0.427	0.451	0.353	0.855	0.726
TIM 4	0.443	0.659	0.337	0.348	0.392	0.304	0.260	0.805	0.672
US 1	0.458	0.605	0.426	0.404	0.329	0.410	0.291	0.555	0.664
US 2	0.559	0.698	0.518	0.489	0.484	0.497	0.381	0.700	0.828
US 3	0.554	0.735	0.498	0.472	0.510	0.515	0.437	0.755	0.856
US 4	0.464	0.754	0.365	0.395	0.440	0.385	0.414	0.687	0.780
US 5	0.597	0.736	0.537	0.540	0.509	0.533	0.505	0.778	0.880
PUS 1	0.510	0.457	0.624	0.627	0.640	0.681	0.878	0.398	0.420

3.4 Model Struktural (*Inner Model*)

Model struktural atau inner model bertujuan untuk memprediksi kekuatan hubungan antar konstruk laten berdasarkan nilai R-Square (R^2) [12]. Pengujian ini dilakukan untuk melihat seberapa besar pengaruh konstruk eksogen terhadap konstruk endogen dalam model penelitian. Menurut Purwanto [17], nilai R-Square digunakan untuk menilai sejauh mana konstruk eksogen mampu menjelaskan konstruk endogen. Semakin tinggi nilai R-Square, semakin besar kemampuan konstruk eksogen dalam menjelaskan variabel dependen tersebut.

3.4.1 Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) mengukur besarnya pengaruh variabel laten independen terhadap variabel laten dependen [12]. Adapun interpretasinya adalah sebagai berikut:

- $R^2 > 0.7 \rightarrow$ kuat (strong)
- $R^2 > 0.3 \rightarrow$ sedang (moderate)
- $R^2 > 0.1 \rightarrow$ lemah (weak)

Tabel 9. Hasil R-Square

	R-square	R-square adjusted
Attitude Tower Using	0.766	0.748
User Satisfaction	0.775	0.772

Berdasarkan data dari table 9 dapat diketahui:

- Nilai R^2 sebesar 0.766 untuk variabel Attitude Tower Using menunjukkan bahwa variabel-variabel eksogen yang memengaruhinya memiliki kemampuan penjelas yang kuat terhadap konstruk ini.
- Nilai R^2 sebesar 0.775 untuk variabel User Satisfaction juga menunjukkan bahwa model mampu menjelaskan konstruk ini secara kuat.

3.5 Uji Hipotesis

Pengujian hipotesis dalam penelitian ini dilakukan menggunakan metode bootstrapping dengan tingkat signifikansi sebesar 5% [12]. Suatu hipotesis dinyatakan diterima apabila nilai t-hitung yang diperoleh melebihi nilai t-tabel sebesar 1,65. Prosedur ini digunakan untuk menilai signifikansi hubungan antar konstruk dalam model struktural [9].

Tabel 10. Hasil Path Coefficient

	Original sample	T statistics	P values	Hasil
Ketepatan Waktu → Sikap terhadap Penggunaan	0.791	4.096	0.000	Diterima
Persepsi Kemanfaatan → Sikap terhadap Penggunaan	0.208	1.800	0.072	Ditolak
Persepsi Kemudahan → Sikap terhadap Penggunaan	0.031	0.160	0.873	Ditolak
Tampilan (Format) → Sikap terhadap Penggunaan	-0.143	0.765	0.445	Ditolak
Kemudahan Penggunaan → Sikap terhadap Penggunaan	0.239	1.016	0.310	Ditolak
Isi (Konten Informasi) → Sikap terhadap Penggunaan	-0.039	0.280	0.780	Ditolak
Sikap terhadap Penggunaan → Kepuasan Pengguna	0.880	23.096	0.000	Diterima
Keakuratan → Sikap terhadap Penggunaan	-0.135	0.832	0.405	Ditolak

Berdasarkan tabel 10, maka dapat disimpulkan hasil dari hipotesis sebagai berikut:

1. Hubungan antara sikap terhadap penggunaan aplikasi dengan ketepatan waktu berpengaruh signifikan dan positif. Hal ini berarti semakin positif sikap pengguna terhadap penggunaan aplikasi, maka semakin tinggi tingkat ketepatan waktu terhadap aplikasi tersebut. Nilai koefisien yang tinggi (0.791) menunjukkan pengaruh yang sangat kuat, dan nilai t-statistic (4.096) jauh melebihi ambang batas 1.65, sehingga hipotesis diterima.
2. Hubungan antara Persepsi Kemanfaatan dengan Sikap terhadap Penggunaan TIDAK berpengaruh signifikan. Meskipun nilai koefisien menunjukkan arah hubungan yang

positif (0.208) dan nilai t-statistic (1.800) melebihi ambang batas 1.65, namun p-value sebesar 0.072 lebih besar dari tingkat signifikansi $\alpha = 0.05$. Dengan demikian, hipotesis ini DITOLAK karena tidak memenuhi kriteria signifikansi statistik yang ditetapkan.

3. Hubungan antara sikap terhadap penggunaan aplikasi dengan kepuasan pengguna berpengaruh signifikan dan positif. Hal ini berarti semakin positif sikap pengguna terhadap penggunaan aplikasi, maka semakin tinggi tingkat kepuasan mereka terhadap aplikasi tersebut. Nilai koefisien yang tinggi (0.880) menunjukkan pengaruh yang sangat kuat, dan nilai t-statistic (23.096) jauh melebihi ambang batas 1.65, sehingga hipotesis diterima.
4. Beberapa konstruk lain yang seharusnya memengaruhi Attitude Toward Using, namun ditolak, antara lain:
 - Persepsi Kemanfaatan → Sikap terhadap Penggunaan ($t = 0.160$, $o = 0.031$)
 - Tampilan (Format) → Sikap terhadap Penggunaan ($t = 0.765$, $o = -0.143$)
 - Kemudahan Penggunaan → Sikap terhadap Penggunaan ($t = 1.016$, $o = 0.239$)
 - Isi (Konten Informasi) → Sikap terhadap Penggunaan ($t = 0.280$, $o = -0.039$)
 - Keakuratan → Sikap terhadap Penggunaan ($t = 0.832$, $o = -0.135$)

3.6. Pembahasan

Berdasarkan hasil analisis berbagai variabel terhadap sikap penggunaan (Attitude Toward Using) aplikasi OVO maka diperoleh pembahasan sebagai berikut:

- Perceived Usefulness memberikan pengaruh positif karena pengguna merasakan manfaat nyata dalam aktivitas sehari-hari, seperti kemudahan pembayaran dan transaksi digital yang meningkatkan efisiensi waktu dan produktivitas.
- Perceived Usefulness memberikan pengaruh positif karena pengguna merasakan manfaat nyata dalam aktivitas sehari-hari, seperti kemudahan pembayaran dan transaksi digital yang meningkatkan efisiensi waktu dan produktivitas.
- Timeliness (Ketepatan Waktu) berpengaruh signifikan, menunjukkan bahwa kecepatan sistem dalam memproses transaksi dan merespon kebutuhan pengguna sangat penting dalam membentuk sikap positif terhadap aplikasi.
- Attitude Toward Using sendiri terbukti secara signifikan memengaruhi User Satisfaction (Kepuasan Pengguna), di mana pengalaman menyenangkan dan manfaat yang dirasakan membuat pengguna merasa puas dengan OVO

3.7 Rekomendasi Perbaikan

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan terhadap variabel-variabel yang memengaruhi kepuasan pengguna, berikut adalah beberapa rekomendasi yang dapat dijadikan dasar dalam pengembangan dan peningkatan kualitas aplikasi OVO:

1. Tingkatkan Kemudahan Penggunaan (Perceived Ease of Use)
Karena variabel ini tidak berpengaruh signifikan terhadap sikap pengguna, maka OVO perlu melakukan evaluasi terhadap antarmuka pengguna (UI/UX), khususnya untuk fitur-fitur penting seperti top-up, pembayaran, dan pengelolaan akun.
2. Evaluasi dan Perbaiki Konten Aplikasi
Konten tidak berpengaruh signifikan, yang bisa jadi karena kurangnya informasi relevan atau nilai tambah dari fitur-fitur yang tersedia.
3. Perbaiki Keakuratan Informasi
Meski tidak signifikan, akurasi tetap penting untuk menjaga kepercayaan pengguna.
4. Perbarui Tampilan Aplikasi (Format/UI)

Tampilan tidak memberikan dampak berarti terhadap sikap pengguna, yang bisa diakibatkan oleh desain yang monoton atau kurang responsif.

5. Evaluasi Fitur-fitur Tambahan (Ease of Use)

Penggunaan yang mudah merupakan kunci adopsi teknologi, dan meskipun variabel ini tidak berpengaruh, kemudahan harus tetap dijaga.

6. Pertahankan dan Tingkatkan Aspek Ketepatan Waktu (Timeliness)

Timeliness terbukti signifikan terhadap sikap pengguna. Oleh karena itu, performa sistem harus tetap optimal.

4. KESIMPULAN

Melalui implementasi kerangka kerja model TAM dan EUCS, riset ini bertujuan untuk menganalisis elemen-elemen yang berpengaruh terhadap satisfaksi pengguna platform OVO. Berdasarkan hasil pemrosesan data dari 100 partisipan dan analisis SEM-PLS, beberapa konklusi dapat dirumuskan:

1. Variabel Timeliness (Efisiensi Waktu) terbukti memiliki dampak positif dan signifikan terhadap Attitude Toward Using (Perilaku terhadap Penggunaan). Hal ini menunjukkan bahwa responsivitas dan akurasi sistem dalam memenuhi kebutuhan pengguna menjadi faktor fundamental yang berkontribusi membentuk perilaku positif terhadap platform OVO.
2. Variabel Perceived Usefulness (Persepsi Utilitas) juga terbukti berpengaruh signifikan terhadap Attitude Toward Using, yang mengindikasikan bahwa pengguna merasakan platform OVO memberikan nilai praktis dan memfasilitasi aktivitas transaksi digital mereka.
3. Variabel Attitude Toward Using memiliki dampak sangat kuat dan signifikan terhadap User Satisfaction (Satisfaksi Pengguna). Semakin positif perilaku pengguna terhadap platform, semakin tinggi pula level satisfaksi yang dialami.
4. Beberapa variabel seperti Perceived Ease of Use, Content, Accuracy, Format, dan Ease of Use ternyata tidak berpengaruh signifikan terhadap perilaku pengguna (Attitude Toward Using). Temuan ini mengindikasikan bahwa meskipun fitur-fitur tersebut tersedia dalam platform, pengalaman atau persepsi pengguna terhadapnya belum cukup kuat untuk membentuk perilaku positif yang signifikan terhadap penggunaan platform OVO. Dengan kata lain, keberadaan fitur saja tidak memadai tanpa adanya dampak yang nyata dalam pengalaman pengguna untuk mendorong perilaku positif.
5. Nilai R-square menunjukkan bahwa model struktural yang digunakan memiliki kapabilitas prediksi yang kuat. Variabel-variabel eksogen mampu menjelaskan variabel Attitude Toward Using sebesar 76.6% dan User Satisfaction sebesar 77.5%.

Secara keseluruhan, penelitian ini menegaskan bahwa untuk meningkatkan kepuasan pengguna aplikasi OVO, penting untuk memperhatikan faktor manfaat yang dirasakan serta memastikan ketepatan waktu dalam layanan, karena kedua aspek ini terbukti secara signifikan memengaruhi sikap dan kepuasan pengguna.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] N. Ulinnuha, "Provincial Clustering in Indonesia Based on Plantation Production Using Fuzzy C-Means," *J. Ilm. Teknol. dan Inf.*, vol. 9, no. 1, pp. 8–12, 2020.

- [2] A. Rahman, D. Pratama, and S. Wijaya, "Adopsi Teknologi FinTech di Indonesia: Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Penggunaan E-Wallet," *J. Teknol. Inf. dan Komun.*, vol. 8, no. 2, pp. 45–58, 2023.
- [3] M. Sari, R. Indrawati, and B. Kusuma, "E-Wallet sebagai Inovasi Pembayaran Digital: Studi Kasus pada Masyarakat Urban Indonesia," *J. Ekon. Digit.*, vol. 15, no. 3, pp. 112–125, 2023.
- [4] F. Andriani, L. Putri, and H. Setiawan, "Keunggulan Kompetitif E-Wallet dalam Transformasi Digital Payment di Era Society 5.0," *J. Manaj. Teknol.*, vol. 22, no. 4, pp. 89–104, 2023.
- [5] K. Hartono, P. Wibowo, and A. Santoso, "Analisis Penerimaan Aplikasi Mobile Payment OVO Menggunakan Model UTAUT2," *J. Sist. Inf. dan Teknol.*, vol. 11, no. 1, pp. 67–82, 2024.
- [6] F. D. Davis, "Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology," *MIS Q.*, vol. 13, no. 3, pp. 319–340, 1989.
- [7] V. Venkatesh and H. Bala, "Technology Acceptance Model 3 and a Research Agenda on Interventions," *Decis. Sci.*, vol. 39, no. 2, pp. 273–315, 2022.
- [8] W. J. Doll and G. Torkzadeh, "The Measurement of End-User Computing Satisfaction," *MIS Q.*, vol. 12, no. 2, pp. 259–274, 1988.
- [9] I. Ghazali, *Structural Equation Modeling: Metode Alternatif dengan Partial Least Square (PLS)*, 5th ed. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2023.
- [10] D. Kurniawan, S. Handayani, and R. Maharani, "Kepuasan Pengguna Aplikasi Pembayaran Digital: Integrasi Model TAM dan EUCS," *J. Teknol. Inf. Bisnis*, vol. 14, no. 2, pp. 156–171, 2024.
- [11] E. Nurhasanah, T. Riadi, and A. Fauzi, "Evaluasi Efektivitas Sistem Informasi Menggunakan Model DeLone & McLean yang Dimodifikasi," *J. Inf. Syst. Eng. Bus. Intell.*, vol. 9, no. 1, pp. 23–36, 2023.
- [12] J. F. Hair, G. T. M. Hult, C. M. Ringle, and M. Sarstedt, *A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM)*, 3rd ed. Thousand Oaks, CA: SAGE Publications, 2022.
- [13] M. Sholihin and D. Ratmono, *Analisis SEM-PLS dengan WarpPLS 3.0 untuk Hubungan Nonlinier dalam Penelitian Sosial dan Bisnis*. Yogyakarta: Penerbit Andi, 2023.
- [14] R. Supriyanto, L. Handayani, and K. Susanto, "Analisis Loyalitas Pengguna Aplikasi OVO dengan Pendekatan Customer Satisfaction Index (CSI)," *J. Ekon. Manaj. Bisnis*, vol. 18, no. 3, pp. 234–248, 2024.
- [15] N. Wijayanti, A. Prabowo, and F. Sari, "Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kontinuitas Penggunaan Fintech Payment: Studi pada Generasi Milenial Indonesia," *J. Manaj. dan Kewirausahaan*, vol. 25, no. 1, pp. 78–94, 2024.
- [16] Jogiyanto, *Metodologi Penelitian Bisnis: Salah Kaprah dan Pengalaman-Pengalaman*, 6th ed. Yogyakarta: BPFE-Yogyakarta, 2023.
- [17] A. Purwanto, "Validitas dan Reliabilitas Instrumen Penelitian: Konsep dan Aplikasinya dalam Penelitian Kuantitatif," *J. Penelit. Pendidik.*, vol. 21, no. 2, pp. 145–162, 2023.