

# Pengaruh Kualitas Sistem Aplikasi Ovo Terhadap Kepuasan Pelanggan

Sofia Umaroh<sup>1</sup>, Rini Rindiyani<sup>2</sup>, Muhammad Ridwan Prasetyo<sup>3</sup>

<sup>1,2,3</sup> Institut Teknologi Nasional Bandung, Bandung, Indonesia

Email: [sofia.umaroh@itenas.ac.id](mailto:sofia.umaroh@itenas.ac.id)<sup>1</sup>

Received 25 Februari 2023 / Revised 3 Maret 2023 / Accepted 15 Maret 2023

## ABSTRAK

*Rekayasa Hijau: Teknologii sudah sangat berkembang pesat untuk mendorong persaingan dalam dunia bisnis. Salah satunya adalah bisnis berbasis teknologi digital dalam bidang keuangan atau Financial Technology (Fintech). OVO merupakan Fintech yang bergerak di sektor dompet digital (E-wallet). Dengan banyaknya pengguna OVO, maka kualitas sistem dan kepuasan pengguna harus sangat diperhatikan oleh OVO sendiri agar pengguna dapat merasakan kepuasan setiap menggunakan layanan dari OVO. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer yang diperoleh dari kuesioner yang dibagikan kepada mahasiswa perguruan tinggi teknologi pengguna OVO dengan minimal 58 responden dari 52 responden berdasarkan referensi Statistical Power dari Cohen dengan jumlah 2 arah panah, significance level 5% dan minimum R2 0,25. Skala pengukuran yang digunakan adalah skala linier dengan skala 4. Artinya, 4 = sangat setuju, 3 = setuju, 2 = tidak setuju, dan 1 = sangat tidak setuju. Data responden dianalisis menggunakan metode SEM-PLS. Kemudian dilakukan tahap pengujian validitas dan reliabilitas dengan indicator reliability, internal consistency reliability, convergen validity, dan discriminan validity. Pada tahap pengujian validitas dan reliabilitas terdapat indikator yang tidak valid atau reliabel yaitu pada indikator X1.6. Lalu dilakukan analisis multivariate antar konstruk dengan menggunakan pengujian coefficients of determinaton (R2), pengujian ukuran efek (f2), dan uji hipotesis. Pada analisis ini dilakukan dua kali iterasi dimana pada iterasi pertama pada tahap uji hipotesis, hanya hipotesis 2 yang diterima sedangkan hipotesis 1 ditolak. Namun, pada iterasi kedua yang dilakukan dengan menghapus indikator X1.6, hipotesis 1 dan hipotesis 2 diterima.*

**Kata kunci:** E-Wallet, Kualitas Sistem, Kepuasan Pelanggan, OVO, SEM-PLS

## ABSTRACT

*Technology has developed rapidly to encourage competition in the business world. One of them is a digital technology-based business in the financial sector or Financial Technology (Fintech). OVO is a Fintech engaged in the digital wallet (E-wallet) sector. With so many OVO users, the quality of the system and user satisfaction must be paid close attention to by OVO itself so that users can feel satisfaction every time they use services from OVO. The data used in this study are primary data obtained from questionnaires distributed to college students using OVO technology with a minimum of 58 respondents out of 52 respondents based on Cohen's Statistical Power reference with a total of 2 arrow directions, a significance level of 5% and a minimum R2 of 0, 25. The measurement scale used is a linear scale with a scale of 4. That is, 4 = strongly agree, 3 = agree, 2 = disagree, and 1 = strongly disagree. Respondent data was analyzed using the SEM-PLS method. Then carried out the validity and reliability testing phase with reliability indicators, internal consistency reliability, convergent validity, and discriminant validity. In the validity and reliability testing stage, there are indicators that are not valid or reliable, namely indicator X1.6. Then a multivariate analysis between constructs was carried out by using the coefficients of determinants (R2) test, effect size test (f2), and hypothesis testing. In this analysis two iterations were carried out where in the first iteration at the hypothesis testing stage, only hypothesis 2 was accepted while*

*hypothesis 1 was rejected. However, in the second iteration which was carried out by removing the XI.6 indicator, hypothesis 1 and hypothesis 2 were accepted.*

**Keywords:** *E-Wallet, System Quality, Customer Satisfaction, OVO, SEM-PLS*

## 1. PENDAHULUAN

Pada era globalisasi, teknologi sudah sangat berkembang pesat untuk mendorong persaingan dalam dunia bisnis. Dengan perkembangan teknologi, banyak jenis dari dunia bisnis. Salah satunya adalah bisnis berbasis teknologi digital. Perusahaan berbasis teknologi digital antara lain Financial Technology (Fintech). "Lembaga keuangan merupakan salah satu sektor jasa yang sangat dipengaruhi oleh perkembangan tersebut teknologi komunikasi informasi dan juga menginvestasikan modal besar untuk memperkenalkan teknologi keuangan keuangan baru" [1]. Menurut Peraturan Bank Indonesia No.19/12/PBI/2017, Fintech adalah penciptaan produk, layanan, teknologi atau model bisnis baru yang mempengaruhi stabilitas mata uang, stabilitas sistem keuangan, dan efisiensi. teknologi sistem keuangan yang akan dibuat, keamanan dan keandalan sistem pembayaran. Perkembangan fintech mengakibatkan lahirnya dompet digital (e-wallet) dan uang elektronik (e-money).

E-money yang merupakan teknologi penyimpanan uang elektronik, kini menjadi metode pembayaran tanpa tunai yang dikemas menggunakan konsep penyimpanan uang berbasis aplikasi yang dipasang dalam smartphone untuk bertransaksi secara daring sehingga dapat digunakan dimana dan kapan saja sebagai alternatif pembayaran yang sah. Untuk penggunaan e-wallet ini, masyarakat tidak perlu menghabiskan banyak waktu untuk pergi mengambil uang ke atm dahulu ketika akan melakukan sebuah transaksi.

Salah satu Fintech yang beroperasi di sektor e-wallet adalah OVO. OVO merupakan aplikasi e-wallet yang diluncurkan pada awal tahun 2017 dan pada tahun 2018 jumlah pengguna aplikasi ini mencapai 5-6 juta pengguna di seluruh Indonesia. OVO menargetkan mencapai 20 juta pengguna aplikasi pada akhir 2018 [2].

Dengan banyaknya pengguna OVO, maka kualitas sistem dan kepuasan pengguna harus sangat diperhatikan oleh OVO sendiri agar pengguna dapat merasakan kepuasan setiap menggunakan layanan dari OVO. Kepuasan pengguna merupakan ukuran keberhasilan kualitas layanan. Kepuasan terhadap sesuatu dapat diartikan sebagai kepuasan seseorang, karena ekspektasi dan kenyataan dari layanan atau jasa dapat dibandingkan.

Peneliti memilih mahasiswa Fakultas Teknologi Industri Institut Teknologi Nasional Bandung sebagai subjek penelitian. Hal ini didukung oleh fakta bahwa mahasiswa saat ini pada dasarnya adalah generasi Milenial dan merupakan pengguna internet sehingga dipandang sebagai pengguna aplikasi OVO. Penelitian ini dilakukan dengan cara *survey* menggunakan kuesioner yang dibagi menjadi 2 bagian, yaitu bagian pertama yang berisi mengenai profil responden dan bagian kedua berisi mengenai 16 pertanyaan yang disesuaikan dengan variabel *feature*, *trust*, *satisfaction* dan *loyalty* untuk mengetahui tingkat kepuasan pengguna OVO terhadap layanan serta sistem OVO. Hasil dari kuesioner ini diolah menggunakan metode SEM-PLS dan aplikasi Smart-PLS guna mengetahui apa saja variabel yang dapat mempengaruhi kepuasan terhadap layanan dan sistem aplikasi OVO.

## 2. METODOLOGI

### 2.1 Jenis dan Sumber Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer yang diperoleh dari kuesioner dan dibagikan kepada mahasiswa Fakultas Teknologi Industri, Institut Teknologi Nasional Bandung yang merupakan pengguna OVO dengan total 58 responden.

**Tabel 1. Rekomendasi ukuran Sampel dengan Statistical Power**

Jumlah maksimum anak panah mengarah ke konstruks	Significance level											
	1%				5%				10%			
	Minimum R <sup>2</sup>				Minimum R <sup>2</sup>				Minimum R <sup>2</sup>			
	0.10	0.25	0.50	0.75	0.10	0.25	0.50	0.75	0.10	0.25	0.50	0.75
2	158	75	47	38	110	52	33	26	88	41	26	21
3	176	84	53	42	124	59	38	30	100	48	30	25
4	191	91	58	46	137	65	42	33	111	53	34	27
5	205	98	62	50	147	70	45	36	120	58	37	30
6	217	103	66	53	157	75	48	39	128	62	40	32
7	28	109	69	56	166	80	51	41	136	66	42	35
8	238	119	73	59	174	84	54	44	143	69	45	37
9	247	114	76	62	181	88	57	46	150	73	47	39
10	256	123	79	64	189	91	59	48	156	76	49	41

Source: [3]

Berdasarkan referensi *Statistical Power* dari Cohen yang ditunjukkan pada Tabel 1 dengan jumlah 2 arah panah, *significance level* 5% dan minimum R<sup>2</sup> 0,25 maka didapat jumlah minimal yang diperlukan dalam penelitian adalah 52 responden.

### 2.2 Teknik Pengumpulan Data

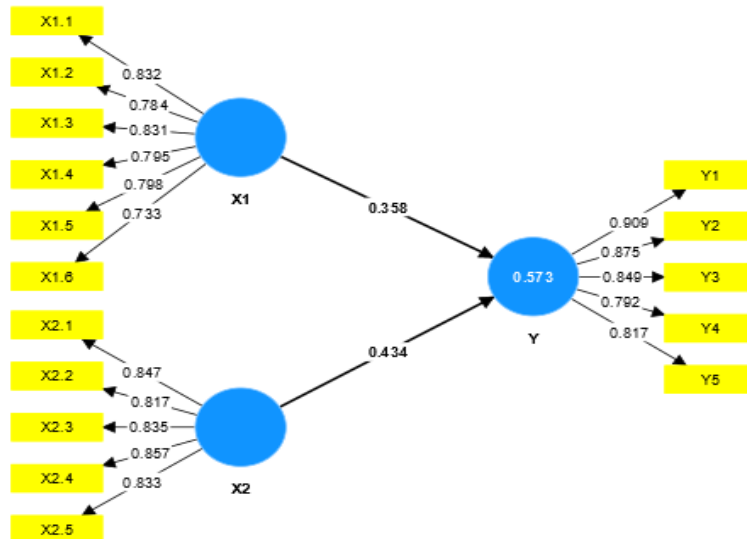
Teknik pengumpulan yang digunakan pada penelitian ini adalah kuesioner yang disebar ke mahasiswa Fakultas Teknologi Industri Institut Teknologi Nasional Bandung yang merupakan pengguna OVO dan telah diisi oleh 58 responden dengan pernyataan yang menjurus kepada kepuasan pelanggan dalam menggunakan aplikasi OVO. Skala pengukuran yang digunakan adalah skala linier dengan skala 4. Artinya, 4 (sangat setuju), 3 (setuju), 2 (tidak setuju), dan 1 (sangat tidak setuju).

### 2.3 Desain Model

Terdapat 2 hipotesis dalam penelitian ini untuk mencapai kepuasan pelanggan dan ditunjukkan pada Gambar 1. Desain-model. Berikut merupakan perumusan hipotesis yang digunakan untuk mencapai kepuasan pelanggan tersebut, yaitu:

H<sub>1</sub> : Kemudahan dalam penggunaan aplikasi (X1) mempengaruhi kepuasan pengguna (Y).

H<sub>2</sub> : Fitur-fitur aplikasi (X2) mempengaruhi kepuasan pengguna (Y).



Gambar 1. Desain model

### 2.3.1 Kemudahan Dalam Penggunaan

Definisi kemudahan adalah keadaan atau tingkat di mana seseorang percaya bahwa menggunakan sistem tertentu tidak memerlukan banyak usaha. Kemudahan penggunaan bersaing sejauh orang percaya bahwa teknologi mudah digunakan. Kualitas kegunaan aplikasi merupakan faktor kunci dalam mengukur keberhasilan layanan dalam hal kepuasan pelanggan. Kemudahan pengguna dalam mengoperasikan aplikasi OVO memberikan tolak ukur bahwa aplikasi OVO memberikan kepuasan kepada pelanggan dan sistem dapat diunggulkan serta diandalkan.

### 2.3.2 Fitur-fitur

Dengan fitur-fitur yang sudah ada, OVO sudah bisa membuat para pelanggan puas dengan menyediakan fitur yang sesuai dengan kebutuhan pelanggan. Selain fitur yang sudah sesuai dengan kebutuhan pelanggan, OVO harus membuat fitur yang mudah untuk digunakan pelanggan untuk meningkatkan kepuasan pelanggan.

### 2.3.3 Kepuasan Pelanggan

Kepuasan pelanggan menggambarkan kesesuaian antara harapan pengguna dan hasil yang diterima oleh pengguna. Apakah kinerja suatu sistem informasi dapat dibilang baik atau buruk menjadi sebuah penilaian dari kepuasan pengguna, serta cocok atau tidaknya sistem yang digunakan dengan tujuan penggunaannya.

## 2.5 SEM PLS

SEM (*Structural Equation Modelling*) merupakan sebuah metode analisis yang berguna untuk menganalisis suatu hubungan antara variabel laten dengan manifes sebagai indikatornya, terdiri dari *outer model* (model pengukuran) dan *inner model* (model struktural) [4]. Pada analisis SEM terdapat teknik alternatif yang disebut SEM dengan PLS dan PLS merupakan alternatif metode yang berbasis varian. Metode ini memiliki keunggulan yaitu jumlah sampel yang relatif kecil dapat diestimasi serta tidak memerlukan asumsi [5]. Menurut [6] PLS-SEM adalah metode pilihan ketika ukuran sampel kecil. Selain itu, dibandingkan dengan mitra berbasis kovariansnya, dalam situasi dengan struktur model yang kompleks dan ukuran sampel yang lebih kecil, PLS-SEM memiliki tingkat kekuatan statistik yang lebih tinggi.

### 3. HASIL DAN PEMBAHASAN

#### 3.1 Item Pengukuran

Pada penelitian ini, terdapat variabel X yang merupakan variabel *independent*, dan variabel y yang merupakan variabel *dependent*. Variabel yang dipengaruhi oleh variabel *independent* disebut variabel *dependent*, sedangkan variabel yang mempengaruhi variabel *dependent* disebut dengan variabel *independent* [7]. Setiap variabel memiliki indikator, dan setiap indikator memiliki item pernyataan yang ditunjukkan pada

Tabel 2.

*Tabel 2 Variabel independent*

Konstruk (Variabel Laten)	Indikator (Variabel Manifes)	Item	Referensi
Kemudahan dalam penggunaan aplikasi (X1)	X1.1, X1.2, X1.3	<i>Ease of use</i> Aplikasi OVO mempermudah pengguna dalam bertransaksi online Pengguna merasa mudah mengoperasikan aplikasi OVO Perintah pada aplikasi mudah dipahami pengguna	[8], [9]
	X1.4	<i>Time to respon</i> Aplikasi OVO merespon perintah dari pengguna dengan cepat dan sesuai dengan arahan pengguna	[8], [9]
	X1.5	<i>Convinience of access</i> Pengguna dapat mengakses aplikasi OVO di mana dan kapan saja selama ada koneksi internet	[8], [9]
	X1.6	<i>Language</i> OVO menggunakan bahasa yang mudah dimengerti pengguna	[8], [9]
Fitur-fitur aplikasi (X2)	X2.1	<i>Completeness</i> Aplikasi OVO memiliki fitur yang sesuai dengan kebutuhan pengguna	[9]
	X2.2	<i>Understandability</i> Fitur pada aplikasi OVO mudah dipahami dan dioperasikan	[9]
	X2.3	<i>Time to respon</i> Fitur pada aplikasi OVO merespons perintah dari pengguna dengan cepat dan sesuai dengan arahan pengguna	[9]
	X2.4	<i>Convinience of access</i> Pengguna dapat mengakses fitur aplikasi OVO di mana dan kapan saja selama ada koneksi internet	[9]
	X2.5	<i>Language</i> Fitur pada aplikasi OVO menggunakan bahasa yang mudah dimengerti pengguna	[9]

Variabel dependen yang akan diukur yaitu kepuasan pengguna terhadap aplikasi yang memiliki 5 indikator dengan total 5 item pernyataan.

*Tabel 3 Variabel dependen*

Konstruk (Variabel Laten)	Indikator (Variabel Manifes)	Item
Kepuasan Pengguna (Y)	Y1	Saya merasa puas menggunakan aplikasi OVO dalam bertransaksi.

Konstruk (Variabel Laten)	Indikator (Variabel Manifes)	Item
	Y2	Saya merasa puas dengan fitur-fitur yang tersedia di dalam aplikasi OVO
	Y3	Saya merasa senang dengan berbagai tawaran yang ditawarkan oleh aplikasi OVO
	Y4	Saya merasa aplikasi OVO merupakan pilihan yang tepat untuk mempermudah dalam pembayaran
	Y5	Saya merasa aman bertransaksi menggunakan aplikasi OVO

### 3.2 Data Sampel

Terdapat 58 data sampel yang dianalisis menggunakan metode SEM-PLS. Adapun sampel pada penelitian ini adalah pengguna Aplikasi OVO yang merupakan mahasiswa Fakultas Teknologi Industri Institut Teknologi Nasional Bandung. Penentuan ukuran sampel berdasarkan referensi *Statistical Power* dari Cohen dengan jumlah 2 arah panah, level signifikan 5% dan minimum  $R^2$  0,25 sehingga diperoleh ukuran minimum sampel adalah 52.

### 3.3 Outer Model

Pengujian validitas dan reliabilitas dilakukan pada tahap *outer model* ini, yaitu sebagai berikut:

#### 3.3.1 Indicator Reliability

Untuk mengukur apakah data yang telah didapat merupakan data yang diterima atau tidak, dilakukanlah *indicator reliability*. Pengujian ini dilakukan atas dasar pengambilan keputusan, di mana jika *indicator loading* di atas 0,708. Karena jika nilai variabel indikator di atas 0,708 maka dapat dikatakan mempunyai nilai *internal consistency* yang cukup [6].

Dapat dilihat dari Tabel 4 bahwa keseluruhan variabel memiliki nilai lebih besar dari 0,708 berdasarkan hasil perhitungan PLS Algorithm *Outer Model*, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa variabel-variabel tersebut dianggap memenuhi syarat dan layak digunakan.

**Tabel 4 Outer loading**

	aX1a	aX2a	aYa
X1.1	0.832		
X1.2	0.784		
X1.3	0.831		
X1.4	0.795		
X1.5	0.798		
X1.6	0.733		
X2.1		0.847	
X2.2		0.817	
X2.3		0.835	
X2.4		0.857	
X2.5		0.833	
Y1			0.909
Y2			0.875
Y3			0.849
Y4			0.792
Y5			0.817

### 4.3.2 Internal Consistency Reliability (Icr)

Setelah melakukan pengujian reliabilitas indikator, maka reliabilitas konsistensi internal juga harus dilakukan pengukuran untuk mengetahui apakah konstruk di dalam penelitian ini memiliki internal konsisten yang memenuhi syarat atau tidak berdasarkan nilai *Composite Reliability* (rho<sub>c</sub>) dan Cronbach's alpha yang disarankan > 0.70, tetapi untuk nilai 0.60 masih dapat diterima [6].

**Tabel 5 Cronbach's alpha dan Rhoc**

	<i>a</i> Cronbach's alpha <sup>a</sup>	<i>a</i> Composite reliability (rho_a) <sup>a</sup>	<i>a</i> Composite reliability (rho_c) <sup>a</sup>
X1	0.884	0.890	0.912
X2	0.894	0.899	0.922
Y	0.903	0.908	0.928

Berdasarkan hasil perhitungan di atas, dapat disimpulkan bahwa konstruk pada penelitian ini memiliki internal konsistensi reliabilitas yang memenuhi syarat karena memperoleh nilai *Cronbach's Alpha* dan *rho\_a* > 0.70.

### 3.3.3 Convergen Validity

Selanjutnya dilakukan pengujian validitas konvergen untuk mengetahui sejauh mana konstruk konvergen untuk menjelaskan varian dari setiap indikator. Pengujian ini didasarkan pada nilai *Average Variance Extracted* (AVE), dengan nilai yang memenuhi syarat di atas 0,5 dengan rentang nilai AVE 0.689 – 0.807.

**Tabel 6 Average variance extracted**

<i>Construct</i>	<i>Average variance extracted (AVE)</i>
X1	0.634
X2	0.702
Y	0.722

Nilai AVE yang terlihat pada Tabel 6 menunjukkan di atas 0.689, maka konstruk X2 dan Y pada model ini memiliki validitas konvergen yang memenuhi syarat, namun untuk konstruk X1 tidak memiliki validitas konvergen karena tidak memenuhi syarat rentang nilai AVE.

### 3.3.4 Discriminan Validity

Terdapat dua teknik dalam pengujian ini, yaitu *cross loading* dan *Heterotrait-Monotrait Ratio* (HTMT).

#### 1. Cross Loading

Ketika nilai korelasi indikator dan konstraknya lebih besar dari nilai korelasi indikator dengan konstruk lain, maka validitas diskriminan terpenuhi. Tabel 7 menunjukkan *cross loading* pada model ini, di mana area yang ditandai dengan warna abu harus memiliki nilai yang lebih besar dari kolom lainnya pada setiap baris indikator.

**Tabel 7. Cross Loading**

	X1	X2	Y
X1.1	0.832	0.657	0.637
X1.2	0.784	0.606	0.508

	X1	X2	Y
X1.3	0.831	0.630	0.581
X1.4	0.795	0.591	0.643
X1.5	0.798	0.721	0.537
X1.6	<b>0.733</b>	<b>0.777</b>	0.485
X2.1	0.659	0.847	0.658
X2.2	0.601	0.817	0.496
X2.3	0.769	0.835	0.614
X2.4	0.704	0.857	0.656
X2.5	0.717	0.833	0.607
Y1	0.652	0.684	0.909
Y2	0.555	0.702	0.875
Y3	0.591	0.612	0.849
Y4	0.616	0.442	0.792
Y5	0.633	0.630	0.817

Berdasarkan data *cross loading* di atas, nilai korelasi indikator tertinggi ada pada konstruksya, kecuali indikator X1.6 yang memiliki nilai korelasi lebih rendah dari konstruksya. Artinya, item pengukuran, mengukur lebih baik pada konstruksya daripada konstruk lain, kecuali pada indikator X1.6.

## 2. *Heterotrait-Monotrait Ratio (HTMT)*

Ketika konstruk secara konseptual sangat mirip, ambang batas 0,90 dapat digunakan untuk menentukan ambang batas HTMT. Namun, 0,85 direkomendasikan ketika konstruksi secara konseptual berbeda, ambang batas yang lebih rendah dan lebih konservatif.

*Tabel 8. HTMT*

	X1	X2	Y
X1			
X2	<b>0.934</b>		
Y	0.796	0.798	

Berdasarkan Tabel 8, terdapat 1 nilai HTMT di atas ambang batas yaitu 0.934. Ini menunjukkan bahwa konstruk X1 - X2 mengalami masalah. Mungkin terdapat item pengukuran yang tumpang tindih dari persepsi responden dalam konstruk yang dipengaruhi. Oleh karena itu, hal ini menjadi limitasi terhadap item pengukuran yang dapat diperbaiki pada penelitian berikutnya. Namun, penulis mencoba untuk melakukan iterasi yang kedua yaitu dengan menghapus indikator X1.6 karena indikator tersebut memiliki nilai korelasi lebih rendah dari konstruksya berdasarkan Tabel 7.

*Tabel 9. HTMT Iterasi ke-2*

	a X1a	a X2a	a Ya
<b>X1</b>			
<b>X2</b>	0.885		
<b>Y</b>	0.805	0.798	



Berdasarkan Tabel 9, setelah dilakukan penghapusan terhadap indikator X1.6, terjadi perubahan terhadap setiap nilai HTMT terutama pada konstruk X1 – X2 yang semula mengalami masalah karena berada di atas ambang batas, kini berubah menjadi direkomendasikan.

### 3.4 Inner Model

Tahap *inner model* ini dilakukan setelah menguji reliabilitas dan validitas dengan *outer model*. *Inner model* ini adalah pengukuran yang mengukur hubungan antar konstruk (variabel). Terdapat tiga pengukuran, yaitu:

#### 3.4.1 Pengukuran Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Pengujian dilakukan dari hasil *bootstrapping* berdasarkan nilai  $R^2$  menggunakan aplikasi SmartPLS. Nilai  $R^2$  ini menunjukkan kemampuan seluruh variabel eksogen (X) dalam menjelaskan varians dari variabel *dependen* (Y). Ketentuan tentang nilai  $R^2$  menunjukkan pengaruh yang signifikan ( $R^2 > 0,75$ ), sedang ( $R^2 > 0,50$ ) dan lemah ( $R^2 > 0,25$ ). Skor  $R^2$  diperoleh berdasarkan hasil perhitungan *R square* untuk variabel kepuasan pelanggan.

**Tabel 10. Pengujian R-square**

	R-square	R-square adjusted
Y	0.587	0.572

Berdasarkan hasil pengujian *R-square* (Tabel 10), diperoleh  $R^2$  dari variabel kepuasan pelanggan (Y) adalah 0,557 yang artinya variabel eksogen yang terdiri dari: X1 dan X2 berhasil menentukan variabel Y sebesar 55,7%. Karena peneliti juga melakukan iterasi kedua dengan menghapus indikator X1.6, maka terjadi perubahan terhadap hasil dari tabel pengujian *R-square* yang dapat dilihat pada Tabel 10. Di mana  $R^2$  dari variabel Y dari iterasi kedua adalah 0,572 yang artinya nilai *R-square* naik sebesar 0,015 dan penentuan variabel berubah menjadi 57,2%.

#### 4.4.2 Pengujian Ukuran Efek ( $F^2$ )

Untuk mengetahui besar efek yang diberikan oleh variabel X terhadap variabel Y maka dilakukan pengujian ini. Nilai  $F^2$  pada rentang 0,02, 0,15, dan 0,35, mewakili efek kecil, sedang, dan besar dari konstruk eksogen ke konstruk endogen.

**Tabel 11. Pengujian Ukuran Efek**

	a X1a	a X2 a	a Ya
X1			0.136
X2			0.174
Y			

Berdasarkan hasil  $F^2$  pada iterasi pertama seperti ditunjukkan pada Tabel 11, diperoleh X1 memiliki efek yang kecil (0,095) terhadap Y, serta X2 juga memiliki efek yang kecil (0,140). Namun, pada iterasi kedua nilai  $f^2$  yang diperoleh X1 memiliki efek yang kecil (0,136) dan X2 memiliki efek yang sedang (0,174). Dapat disimpulkan bahwa pada iterasi kedua variabel X1 mengalami kenaikan efek dari kecil menjadi sedang.

#### 4.4.3 Analisis Jalur dan Pengujian Hipotesis

Diperlukan *bootstrapping* pada aplikasi SmartPLS untuk menganalisis jalur dan pengujian hipotesis, guna mengetahui apakah terdapat hubungan yang positif atau negatif dapat dilihat dari hasil perhitungan *Original Sample* pada hasil Bootstrapping (Tabel 12).

**Tabel 12. Path analysis iterasi 1**

	<b>Original sample</b>	<b>Sample mean</b>	<b>Standard deviation</b>	<b>T statistics</b>	<b>P values</b>
X1 -> Y	0.358	0.411	0.191	1.872	0.064
X2 -> Y	0.434	0.386	0.192	2.263	0.026

*Original Sample* menunjukkan koefisien jalur dari hubungan variabel. Terdapat dua hubungan positif yaitu X1 -> Y dengan nilai 0,358 dan X2 -> US dengan nilai 0,434, ini menunjukkan bahwa semakin tinggi kemudahan dalam penggunaan aplikasi serta fitur yang ada di dalam aplikasi, maka semakin besar kepuasan pelanggan terhadap aplikasi OVO.

Untuk mengetahui tingkat signifikansi, dapat dilihat pada nilai *P-Values*. Apabila nilai *P-Values* kurang dari 5%, maka indikator dinyatakan signifikan, terlihat dari X2 -> Y yang memiliki nilai kurang dari 5% yaitu 0,026. Sedangkan X1 -> Y memiliki nilai lebih dari 5%, artinya indikator X1 terhadap Y tidak signifikan.

Untuk melakukan pengujian hipotesis dapat dengan melakukan pemeriksaan terhadap T Statistik dengan t-table. Jika T Statistik > t-table, maka hipotesis diterima, sedangkan t-table diperoleh berdasarkan *degree of freedom* (responden - 2 = 58 - 2 = 56) dan signifikan level 5 %, diperoleh t-table = 2.

**Tabel 13. Path analysis iterasi 2**

	<b>Original sample</b>	<b>Sample mean</b>	<b>Standard deviation</b>	<b>T statistics</b>	<b>P values</b>
X1 -> Y	0.381	0.413	0.158	2.408	0.018
X2 -> Y	0.431	0.403	0.161	2.679	0.009

Berdasarkan Tabel 13, dapat dilihat bahwa nilai *original sample* pada X1 -> Y maupun X2 -> Y masih memiliki hubungan yang positif walaupun pada X2 -> Y mengalami penurunan nilai namun tidak signifikan. Sedangkan pada nilai *P-values*, kedua indikator memiliki nilai kurang dari 5% yaitu 0,018 dan 0,009, artinya indikator X1 dan X2 signifikan terhadap indikator Y.

**Tabel 14. Hasil pengujian hipotesis iterasi 1**

<b>Hipotesis</b>	<b>T statistics ( O/STDEV )</b>	<b>P values</b>	<b>Hasil</b>
H <sub>1</sub> : Kemudahan dalam penggunaan aplikasi (X1) mempengaruhi kepuasan pengguna (Y)	1.872	0.064	Ditolak
H <sub>2</sub> : Fitur-fitur aplikasi (X2) mempengaruhi kepuasan pengguna (Y)	2.263	0.026	Diterima

Berdasarkan Tabel 14 di atas, Hipotesis 2 diterima dikarenakan memiliki T Statistik > T-Table. Dengan demikian, terbukti bahwa fitur - fitur pada aplikasi berpengaruh positif terhadap kepuasan pengguna. Sedangkan Hipotesis 1 ditolak dikarenakan memiliki nilai T Statistik < T-Table, artinya tidak terbukti memiliki pengaruh positif terhadap kepuasan pengguna.

Tabel 15. Hasil pengujian hipotesis iterasi 2

Hipotesis	T statistics ( O/STDEV )	P values	Hasil
H <sub>1</sub> : Kemudahan dalam penggunaan aplikasi (X1) mempengaruhi kepuasan pengguna (Y)	2.408	0.018	Diterima
H <sub>2</sub> : Fitur-fitur aplikasi (X2) mempengaruhi kepuasan pengguna (Y)	2.679	0.009	Diterima

Berdasarkan Tabel 15, Hipotesis 1 dan Hipotesis 2 mempunyai nilai T-Statistik > T-Table sehingga dapat disimpulkan bahwa kedua hipotesis memiliki pengaruh positif terhadap kepuasan pengguna apabila indikator X1.6 dihapus.

#### 4. KESIMPULAN

Penelitian ini memiliki 3 variabel yang terdiri atas variabel independen yaitu kemudahan dalam penggunaan aplikasi (X1) dan fitur-fitur aplikasi (X2) yang mempengaruhi variabel dependen yaitu kepuasan pelanggan (Y). Berdasarkan pengujian validitas dan reliabilitas, pada pengujian reliabilitas variabel memiliki nilai lebih besar dari 0,708 berdasarkan hasil perhitungan PLS Algorithm Outer Model, maka variabel-variabel tersebut dianggap memenuhi syarat dan layak digunakan. Adapun hasil pengujian reliabilitas indikator menunjukkan konstruk pada penelitian ini memiliki internal konsistensi reliabilitas yang memenuhi syarat karena memperoleh nilai Cronbach's Alpha dan rho\_A di atas 0,70. Kemudian pada pengujian validitas konvergen yang menjelaskan varian dari setiap indikator, konstruk X2 dan Y pada model ini memiliki validitas konvergen yang memenuhi syarat, namun untuk konstruk X1 tidak memiliki validitas konvergen karena tidak memenuhi syarat rentang nilai AVE. Selanjutnya pengujian *discriminant validity*, nilai korelasi indikator tertinggi ada pada konstraknya, kecuali indikator X1.6 yang memiliki nilai korelasi lebih rendah dari konstraknya. Artinya, item pengukuran, mengukur lebih baik pada konstraknya daripada konstruk lain, kecuali pada indikator X1.6, terdapat satu nilai HTMT di atas ambang batas yaitu 0.934. Ini menunjukkan bahwa konstruk X1 - X2 mengalami masalah. Mungkin terdapat item pengukuran yang tumpang tindih dari persepsi responden dalam konstruk yang dipengaruhi. Oleh karena itu, hal ini menjadi limitasi terhadap item pengukuran yang dapat diperbaiki pada penelitian berikutnya. Tetapi, setelah peneliti melakukan iterasi kedua dengan menghapus indikator X1.6, terjadi perubahan terhadap setiap nilai HTMT terutama pada konstruk X1 – X2 yang semula mengalami masalah karena berada di atas ambang batas, berubah menjadi direkomendasikan.

Hasil pengujian *inner model*, diperoleh R<sup>2</sup> dari variabel kepuasan pelanggan (Y) adalah 0.557 yang artinya variabel eksogen yang terdiri dari: X1 dan X2 berhasil menentukan variabel Y sebesar 55,7%, serta diperoleh X1 memiliki efek yang kecil (0.095) terhadap Y, serta X2 juga memiliki efek yang kecil (0.140). Terjadi perubahan terhadap hasil dari tabel pengujian R-square pada iterasi kedua. Dimana R-square dari variabel Y dari iterasi kedua adalah 0,572 yang artinya nilai R-square naik sebesar 0,015 dan penentuan variabel berubah menjadi 57,2%. Pada pengujian hipotesis, Hipotesis 2 diterima dikarenakan memiliki T Statistik > T-Table. Dengan demikian, terbukti bahwa fitur - fitur pada aplikasi berpengaruh positif terhadap kepuasan pengguna. Sedangkan Hipotesis 1 ditolak dikarenakan memiliki

nilai T Statistik < T-Table, artinya tidak terbukti memiliki pengaruh positif terhadap kepuasan pengguna. Namun pada iterasi kedua, Hipotesis 1 dan Hipotesis 2 memiliki nilai T Statistik > T-Table sehingga dapat disimpulkan bahwa kedua hipotesis memiliki pengaruh positif terhadap kepuasan pengguna apabila indikator X1.6 dihapus.

#### DAFTAR PUSTAKA

- [1] P. Gomber, J.-A. Koch, and M. Siering, "Digital Finance and FinTech: current research and future research directions," *Journal of Business Economics*, vol. 87, no. 5, pp. 537–580, 2017, doi: 10.1007/s11573-017-0852-x.
- [2] F. S. Gosta, D. R., Utami, D. N., & Dewi, "Presiden direktur PT Visionet internasional (ovo), Adrian Suherman: 'jangan bersaing, mending kerja sama'," *Bisnis.com*, 2018. <https://surabaya.bisnis.com/read-/20180607/250/803752/presiden-direktur-pt-visionet-internasional-ovo-adrian-suherman-jangan-bersaing-mending-kerja-sama>
- [3] K. Alazemi and F. Sh. Ahmad, "Establishing the validity and reliability of Kuwait resources of nation branding model," *International Journal of Society Systems Science*, vol. 12, no. 1, p. 51, 2020, doi: 10.1504/ijsss.2020.10028747.
- [4] A. Adil, M. Syamsun, and M. Najib, "Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Biaya terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pasien RSUD Kota Bogor," vol. 432, no. September, 2016.
- [5] A. Arfian, D. Mustomi, J. Siregar, and A. A. Yana, "Tingkat Kepuasan Layanan Customer Service Berdasarkan Metode Webqual 4.0 Pada Pt Tritana Dengan Pls-Sem," *Journal of Information System, Informatics and Computing*, vol. 5, no. 1, p. 89, 2021, doi: 10.52362/jisicom.v5i1.453.
- [6] R. Hamdollah and P. Baghaei, *Partial least squares structural equation modeling with R*, vol. 21, no. 1. 2016.
- [7] N. S. Ula, "Pengaruh Persepsi Manfaat Dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Kepuasan Konsumen Ovo," *Jurnal Manajemen*, vol. 11, no. 1, pp. 54–63, 2021, doi: 10.26460/jm.v11i1.2168.
- [8] A. R. Pambudi, "Analisa Perceived Ease Of Use dan Perceived Usefulness terhadap Behavior Intention pada Aplikasi Digital Payment OVO," *Jurnal Strategi Pemasaran*, vol. 6, pp. 1–10, 2019.
- [9] A. D. Nurhalim, "Faktor-Faktor yang Memengaruhi Loyalitas Pengguna OVO pada Grab," *Bina Manajemen*, vol. 8, pp. 58–73, 2019.