

PENGARUH *CONVENIENCE*, *PERCEIVED EASE OF USE*, *PERCEIVED RISK*, DAN *SECURITY* TERHADAP *TRUST* DENGAN MEDIASI *FINANCIAL WELLBEING* PADA PENGGUNA *DIGITAL PAYMENT OVO*

**PROPOSAL SKRIPSI**

*Diajukan Sebagai Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi Pada  
Program Studi Manajemen Universitas Negeri Padang*



**OLEH:**

**GIAN MULKIANSYAH**  
**NIM : 18059185**

**JURUSAN MANAJEMEN DUAL DEGREE  
FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS NEGERI PADANG  
2023**

## HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI

### HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI

PENGARUH *CONVENIENCE*, *PERCEIVED EASE OF USE*, *PERCEIVED RISK*,  
DAN *SECURITY* TERHADAP *TRUST* DENGAN MEDIASI *FINANCIAL*  
*WELLBEING* PADA PENGGUNA *DIGITAL PAYMENT OVO*

NAMA : Gian Mulkiansyah  
NIM / BP : 18059185/2018  
DEPARTEMEN : Manajemen Dual Degree  
KEAHLIAN : Pemasaran  
FAKULTAS : Ekonomi dan Bisnis

Padang, 10 Juni 2024

Disetujui oleh:  
Kepala Prodi Manajemen

Mengetahui:  
Pembimbing



Dr. Syahrizal, SE, M.Si  
NIP. 197209021998021001



Rahmiati, SE, M.Sc  
NIP. 1974082519980220

## HALAMAN PENGESAHAN

### HALAMAN PENGESAHAN

Dinyatakan Lulus Setelah Dipertahankan di Depan Tim Penguji Skripsi Departemen  
Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Negeri Padang

PENGARUH *CONVENIENCE*, *PERCEIVED EASE OF USE*, *PERCEIVED RISK*, DAN  
*SECURITY* TERHADAP *TRUST* DENGAN MEDIASI *FINANCIAL WELLBEING* PADA  
PENGGUNA *DIGITAL PAYMENT OVO*

NAMA : Gian Mulkiansyah  
NIM / BP : 18059185/2018  
DEPARTEMEN : Manajemen Dual Degree  
KEAHLIAN : Pemasaran  
FAKULTAS : Ekonomi dan Bisnis

Padang, 10 Juni 2024

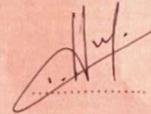
Tim Penguji

Tanda Tangan

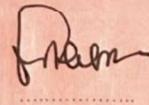
1. Rahmiati, SE, M.Sc (Ketua)



2. Astri Yuza Sari, SE, MM (Penguji)



3. Gesit Thabrani, SE, MT (Penguji)



## SURAT PERNYATAAN

### SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertandatangan dibawah ini:

Nama : Gian Mulkiansyah  
NIM/TM : 18059185/2018  
Tempat, Tanggal Lahir : Pekanbaru, 16 Agustus 2000  
Jurusan : Manajemen Dual Degree  
Keahlian : Manajemen Pemasaran  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis  
Alamat : Komp Putri Tujuh Blok A No 10, Kel. Sidomulyo Barat,  
Kec. Tampan, Kota Pekanbaru, Indonesia.  
No. HP / Telephone : 082112009655  
Judul Skripsi : Pengaruh *Convenienc, Perceived Ease of Use, Perceived Risk,*  
dan *Security* Dengan Mediasi *Finansial Wellbeing* Pada  
Pengguna *Digital Payment OVO*

Dengan ini saya menyatakan bahwa :

1. Karya tulis/skripsi ini adalah hasil dan belum pernah diajukan untuk memperoleh gelar akademik (sarjana) baik di UNP maupun perguruan tinggi lainnya.
2. Karya tulis/skripsi ini murni gagasan, rumusan, dan penelitian saya sendiri tanpa bantuan pihak lain kecuali arahan tim pembimbing.
3. Pada karya tulis/skripsi ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain kecuali tertulis dengan jelas di cantumkan pada daftar pustaka.
4. Karya tulis/skripsi ini **Sah** apabila telah ditandatangani **Asli** oleh tim pembimbing, tim penguji dan Ketua Jurusan.

Demikianlah pernyataan ini saya buat dengan sungguh-sungguh dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran di dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima **sanksi akademik** berupa pencabutan gelar akademik yang telah diperoleh karena karya tulis/skripsi ini, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di perguruan tinggi.

Padang, 10 Juni 2024  
Penulis



Gian Mulkiansyah  
NIM. 18059185

## ABSTRAK

**Gian Mulkiansyah** : Pengaruh *Convenience, Perceived Ease Of Use, Perceived Risk, Dan Security Terhadap Trust Dengan Mediasi Financial Wellbeing Pada Pengguna Digital Payment Ovo*  
**NIM/TM** : 18059185/2018  
**Dosen Pembimbing** : Rahmiati, S.E., M.Sc

Penelitian ini bertujuan untuk menguji bagaimana kenyamanan, persepsi kegunaan, persepsi risiko, dan persepsi keamanan mempengaruhi kepercayaan dengan kesejahteraan finansial pada konsumen pembayaran digital OVO. Sebanyak 200 responden mengambil bagian dalam penelitian ini, dan SmartPLS melakukan analisis data. Rincian berikut dimasukkan dalam kesimpulan penelitian. (1) *Convenience* memiliki dampak menguntungkan dan signifikansi yang kuat terhadap *Financial Well-being*. (2) Terdapat hubungan yang menguntungkan dan signifikan antara *Perceived Ease of Use* terhadap *Financial Well-being*. (3) Terdapat pengaruh positif yang cukup besar antara *Perceived Risk* terhadap *Financial Well-being*. (4) *Financial Well-being* dipengaruhi secara positif dan signifikan oleh *Security*. (5) Terdapat pengaruh positif yang besar antara *Financial Well-being* terhadap *Trust*.

**Kata Kunci:** *Trust; convenience; perceived ease of use; perceived risk, and financial well-being*

## ABSTRACT

**Gian Mulkiansyah** : *Pengaruh Convenience, Perceived Ease Of Use, Perceived Risk, Dan Security Terhadap Trust Dengan Mediasi Financial Wellbeing Pada Pengguna Digital Payment Ovo*  
**NIM/TM** : 18059185/2018  
**Supervisor** : Rahmiati, S.E., M.Sc

This study aims to examine how convenience, perceived usability, perceived risk, and security affect trust in OVO digital payment consumers with financial wellbeing as a mediating variable. A total of 200 respondents took part in the study, and SmartPLS conducted the data analysis. The following details were included in the study's conclusions. (1) Convenience has a strong favorable impact on financial well-being. (2) There is a considerable beneficial relationship of perceived ease of use on financial well-being. (3) There is a considerable positive influence of perceived risk on financial well-being. (4) Financial well-being is positively impacted by security. (5) There is a considerable favorable influence of financial well-being on trust.

**Keywords:** Trust; convenience; perceived ease of use; perceived risk, and financial well-being

## KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, puji syukur penulis ucapkan kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan berkah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh *Convenience, Perceived Ease Of Use, Perceived Risk, Dan Security Terhadap Trust Dengan Mediasi Financial Wellbeing Pada Pengguna Digital Payment Ovo*”.

Skripsi ini merupakan tugas akhir yang disusun untuk menyelesaikan Strata Satu (S1) dengan program studi Manajemen Dual Degree pada Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Padang. Dimana, skripsi ini dibuat dengan mengacu kepada referensi-referensi yang relevan dalam penulisannya. Serta, dalam penelitian dan penulisan skripsi ini, penulis banyak mendapatkan dukungan dan bimbingan dari berbagai pihak. Untuk itu, penulis mengucapkan banyak terima kasih kepada:

1. Ibu Rahmiati, SE, M.Sc., selaku Pembimbing yang telah membimbing penulis dari awal penulisan skripsi ini hingga akhir.
2. Ibu Astri Yuza Sari, SE, MM., selaku Penguji I yang telah memberikan arahan dan masukan terhadap penulisan skripsi ini.
3. Bapak Gesit Thabrani, SE, MT., selaku Penguji II yang telah memberikan arahan dan masukan terhadap penulisan skripsi ini.
4. Bapak Perengki Susanto, SE., M.Sc., Ph.D, selaku Dekan Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Padang.
5. Bapak Dr. Syahrizal, SE, M.Si., selaku Ketua Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonimu, Universitas Negeri Padang.
6. Bapak Prof. Dr. Yasri, MS, selaku Dosen Pembimbing Akademik penulis pada program studi Manajemen Dual Degree, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Padang.
7. Bapak Supan Weri Mandar, A.Md, selaku Staff Administrasi pada Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Padang yang sangat sabar menghadapi dan membantu penulis untuk menyelesaikan proses administrasi dalam menyelesaikan skripsi ini.

8. Teristimewa, kepada kedua orang tua yang sangat penulis sayangi yaitu Papa dan Mama yang selalu memberikan cinta dan kasihnya serta dukungan secara finansial maupun moral kepada penulis untuk dapat menyelesaikan program studi Manajemen Dual Degree ini dengan baik. Serta, kakak yang selalu mengasihi dan menyemangati penulis.
9. Kepada Adilla Intan Putri sebagai kekasih saya yang terus memberikan dukungan dan semangat dengan penuh cinta dan ketulusan untuk berjuang menyelesaikan skripsi ini hingga tuntas.
10. Semua pihak yang telah membantu dan tidak dapat disebutkan satu persatu.

Semoga segala yang telah diberikan dapat menjadi amal ibadah dan diberikan pahala oleh Allah SWT, Aamiin Yaa Robbal 'Alamin.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun dari berbagai pihak, untuk kesempurnaan skripsi ini dimasa mendatang.

Padang, 6 Juni 2024

Penulis

## DAFTAR ISI

DAFTAR ISI.....	9
BAB I PENDAHULUAN .....	11
A. Latar Belakang.....	11
B. Identifikasi Masalah.....	21
C. Batasan Masalah .....	21
D. Rumusan Masalah.....	22
E. Tujuan Penelitian .....	22
F. Manfaat Penelitian .....	23
BAB II KAJIAN PUSTAKA .....	24
A. Kajian Teori.....	24
1. <i>Trust on Digital payment</i> .....	24
2. <i>Trust</i> .....	26
3. <i>Convenience</i> .....	27
4. <i>Perceive Ease of Use</i> .....	27
5. <i>Perceived Risk</i> .....	28
6. <i>Security</i> .....	29
7. <i>Financial Wellbeing (Kesejahteraan Finansial)</i> .....	30
Menurut Arslan, Yildirim, dan Albertova pada tahun 2021 dan Yildirim, Alshehri, dan Aziz pada tahun 2019, kesejahteraan adalah gagasan luas yang mencakup banyak aspek kehidupan manusia, termasuk kesejahteraan finansial. Itu hanya kondisi bahagia, sehat, atau nyaman. Kepuasan pelanggan dan pengalaman menyenangkan ditonjolkan oleh respons kognitif dan emotif positif mereka terhadap produk. Delapan keunggulan layanan penting dari penelitian layanan transformasional (TSR) yang berdampak pada kesejahteraan pelanggan disorot oleh Ostrom, Mathras, dan Anderson (2014). Keterampilan kreasi bersama, kepuasan kerja, dukungan sosial, akses keuangan, literasi layanan, desain layanan, dan sistem layanan yang ramah pengguna adalah beberapa di antaranya. ....	30
B. Hubungan Antar Variabel .....	31
1. Hubungan <i>Convenience</i> terhadap <i>Financial Wellbeing</i> .....	31
2. Hubungan <i>Perceived Ease of Use</i> terhadap <i>Financial Wellbeing</i> .....	32
3. Hubungan <i>Perceived Risk</i> terhadap <i>Financial Wellbeing</i> .....	32
4. Hubungan <i>Security</i> terhadap <i>Financial Wellbeing</i> .....	33
5. Hubungan <i>Financial Wellbeing</i> terhadap <i>Trust</i> .....	33
C. Penelitian Yang Relevan.....	34
D. Kerangka Konseptual .....	37
E. Hipotesis.....	38
BAB III METODE PENELITIAN.....	39
A. Jenis Penelitian .....	39
B. Lokasi dan Waktu Penelitian .....	39
C. Populasi dan Sampel.....	39

1.	Populasi .....	39
2.	Sampel .....	40
<b>D.</b>	<b>Data Penelitian .....</b>	<b>40</b>
1.	Jenis Data .....	40
2.	Sumber Data .....	40
3.	Teknik Pengumpulan Data .....	41
<b>E.</b>	<b>Variabel Penelitian dan Definisi Operasional .....</b>	<b>41</b>
1.	Variabel Penelitian .....	41
2.	Definisi Operasional .....	41
<b>F.</b>	<b>Instrumen Penelitian .....</b>	<b>44</b>
<b>G.</b>	<b>Teknik Analisis Data .....</b>	<b>45</b>
a.	Analisis Deskriptif .....	45
b.	Partial Least Square (PLS) .....	47
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>		<b>55</b>
A.	Hasil Penelitian .....	55
1.	Deskripsi Karakteristik Responden .....	55
2.	Deskripsi frekuensi indikator .....	57
3.	Evaluasi Outer Model .....	64
B.	Pembahasan .....	74
a.	Pengaruh <i>Convenience</i> Terhadap <i>Financial Wellbeing</i> .....	74
b.	Pengaruh <i>Perceived Ease of Use</i> terhadap <i>Financial Wellbeing</i> .....	75
c.	Pengaruh <i>Perceived Risk</i> terhadap <i>Financial Wellbeing</i> .....	76
d.	Pengaruh <i>Security</i> terhadap <i>Financial Wellbeing</i> .....	78
e.	Pengaruh <i>Financial Wellbeing</i> terhadap <i>Trust</i> .....	79
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>		<b>80</b>
<b>KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>		<b>80</b>
A.	Kesimpulan .....	80
B.	Saran .....	82

## BAB I

### PENDAHULUAN

#### A. Latar Belakang

Revolusi digital telah tiba dan terus memberikan pengaruh terhadap kehidupan sosial dan ekonomi masyarakat pada skala internasional, tanpa memandang suku, agama, jenis kelamin, tingkat pendidikan, atau status ekonomi mereka. Gaya hidup digital dapat menghubungkan individu yang paham digital melalui komputer dan ponsel pintar untuk memuaskan *e-aspiration* pribadi mereka, membantu penyampaian layanan cerdas untuk hasil yang produktif (Dzogbenuku & Kumi, 2018). Menurut Evangelista, Guerrieri, and Meliciani pada tahun (2014) mendefinisikan digitalisasi “sebagai konektivitas dan jaringan yang berkembang dari teknologi digital yang meningkatkan komunikasi, penyampaian layanan, perdagangan di antara orang-orang dan organisasi”, sehingga menciptakan peluang dan memperbaiki tantangan yang terkait dengan mata pencaharian.

Manfaat lebih lanjut dari revolusi digital adalah mendorong penyampaian layanan keuangan dalam skala dunia. Dengan demikian, semakin mudah melakukan pengembangan sistem dan layanan keuangan mutakhir seperti pembayaran seluler, transfer digital cerdas, pinjaman, tabungan, dan asuransi. Masyarakat yang tidak memiliki rekening bank sebagian besar mendapat manfaat dari pembayaran seluler (Cai et al., 2016; Thomas Dapp et al., 2015). Sekitar sepertiga orang dewasa di dunia masih kekurangan akses ke rekening bank dasar, meskipun akses ke rekening bank sangat penting karena memungkinkan orang menerima dan mengirim pembayaran. Selain itu, hanya seperlima orang dewasa di negara berkembang yang mengakses

lembaga keuangan formal seperti bank, dibandingkan dengan lebih dari setengah orang dewasa di ekonomi OECD (*Organisation for Economic Co-operation and Development*) berpenghasilan tinggi.

Infrastruktur digital tetap menjadi penting untuk penyampaian layanan keuangan digital yang efisien secara global. Hal ini juga tumbuh dengan pesat di jaringan teknologi komunikasi informasi (TIK) yang berfungsi dengan lancar dan didukung oleh catu daya yang dapat diandalkan. Sistem *digital payment* yang efisien juga didorong oleh jangkauan yang luas, kualitas, dan kemudahan akses data pelanggan murah dari lembaga negara (Pazarbasioglu et al., 2020). Demikian pula, penyedia layanan bergantung pada prasyarat layanan seperti verifikasi atau validasi uji tuntas untuk mengotentikasi data pelanggan. Sayangnya, di negara-negara berkembang, meskipun proses tersebut menguntungkan semua kelompok pemangku kepentingan, termasuk pelanggan, akses ke informasi pelanggan penting tersebut dipegang oleh otoritas negara birokrasi, yang berdampak negatif terhadap kelancaran *digital payment*. Dokumen penting seperti identifikasi pribadi, catatan tanah, informasi demografis, pendapatan, pajak dan catatan pendidikan, serta riwayat pekerjaan sulit diperoleh di sebagian besar negara berkembang yang mempengaruhi kelancaran intermediasi keuangan.

Revolusi digital telah mempengaruhi pembuat kebijakan di tingkat negara bagian, perusahaan dan lokal, termasuk individu, untuk bercita-cita untuk keberlanjutan digital, untuk meningkatkan standar hidup sejalan dengan tujuan pembangunan berkelanjutan dunia. Namun, kaum miskin yang didefinisikan sebagai kaum terpinggirkan secara sosial dikecualikan dari mengakses peluang pasar yang

berkualitas. Mereka diklasifikasikan sebagai bagian bawah (Prahalad.C.K, 2006) dan diperkirakan berjumlah lebih dari empat miliar orang dengan daya beli tahunan yang mengejutkan,

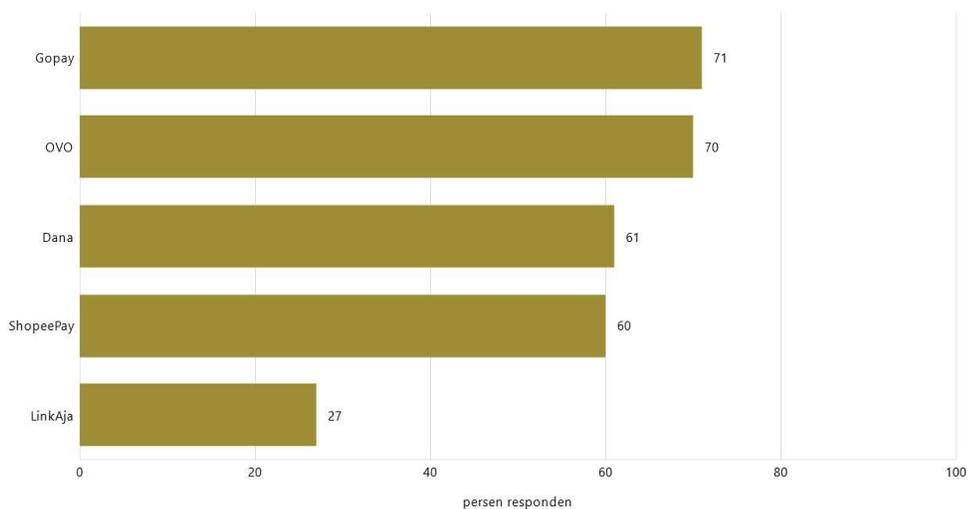
Digitalisasi, pada dasarnya, menghalangi dan meningkatkan mata pencaharian mereka yang berpendidikan, kurang berpendidikan, kaya, dan kurang mampu karena kehadirannya yang ada di mana-mana, kenyamanan, dan keunggulan biaya. Ini memungkinkan orang miskin di negara berkembang untuk memanfaatkan internet untuk mengakses layanan digital yang lebih cerdas melalui ponsel mereka untuk komunikasi, transaksi keuangan menggunakan dompet elektronik, sehingga perbankan yang tidak memiliki rekening bank dengan nyaman, mengklaim bahwa layanan *digital payment* memungkinkan internet untuk melayani pengguna di seluruh platform seluler. de Luna et al., (2019) percaya bahwa platform pembayaran memberdayakan pengguna untuk memulai dan mengotorisasi transaksi keuangan.

Pembayaran non-tunai menjadi semakin populer di seluruh dunia, pembayaran non-tunai adalah transaksi keuangan dimana konsumen melakukan transaksi keuangan tanpa menggunakan uang tunai (Bilińska-Reformat & Kiezel, 2016). Pembayaran non tunai dipermudah dengan berkembangnya platform mobile. Konsumen bisa melakukan pembayaran non tunai menggunakan perangkat seluler. Metode ini dikenal dengan istilah *mobile payment*. Ada beberapa jenis layanan *mobile payment* yang tersedia dan dapat digunakan baik jarak jauh maupun langsung secara fisik (de Luna et al., 2019). Pertama, ada layanan *point of sales* seperti pembayaran *Near Field Communication (NFC)* berbasis gelombang suara. Pembayaran yang menyediakan saluran untuk transaksi kartu kredit/debit dari bank pelanggan ke toko tertentu melalui

gelombang yang ditentukan (Liébana-Cabanillas et al., 2018). Lalu ada teknologi pembayaran di dalam toko dan jarak jauh seperti dompet seluler (*m-wallet*) dan kode respons cepat (QR) (de Luna et al., 2015). *M-wallet* adalah teknologi yang perlu diinstal pada smartphone yang memungkinkan pelanggan untuk menyimpan uang langsung dari rekening atau akun finansial milik pengguna dan melakukan transaksi online.

Dalam beberapa tahun terakhir, penggunaan platform pembayaran digital telah mengalami peningkatan yang signifikan di Indonesia. Hal ini dapat dilihat dari data dalam tabel yang menunjukkan berbagai metrik penggunaan dan pertumbuhan layanan-layanan tersebut.

Gambar 1. Hasil survei Merek Dompet Digital yang Pernah Digunakan Responden



Sumber : [databoks.katadata.co.id](http://databoks.katadata.co.id)

Berdasarkan survei diatas mengenai “merek dompet digital yang pernah digunakan responden” , dapat kita lihat bahwa OVO menonjol sebagai salah satu platform pembayaran digital yang paling populer di Indonesia. Di kelompok tersebut, sekitar 60% menggunakan beberapa aplikasi dompet digital sekaligus. Platform yang

paling banyak digunakan adalah Gopay, dengan proporsi pengguna 71%. Namun, Gopay bersaing sangat ketat dengan OVO, yang proporsi penggunanya mencapai 70%. Sementara, pengguna platform dompet digital lain seperti Dana, ShopeePay, dan LinkAja proporsinya lebih sedikit seperti terlihat pada grafik.

OVO adalah platform pembayaran digital yang mulai beroperasi di Indonesia pada tahun 2017, di bawah manajemen PT Visionet Internasional. Dalam waktu singkat, OVO berhasil menjadi salah satu metode pembayaran digital paling populer di Indonesia, menawarkan kemudahan transaksi non-tunai, baik online maupun offline. Peningkatan signifikan dalam industri pembayaran digital di Indonesia didorong oleh penetrasi internet dan smartphone yang semakin luas, serta kebijakan pemerintah yang mendukung digitalisasi ekonomi. OVO menyediakan berbagai fitur yang memudahkan penggunanya, seperti pembayaran di berbagai merchant, pembayaran tagihan, transfer uang, dan program loyalitas melalui OVO Points. Keunggulan OVO mencakup kemudahan, kecepatan, keamanan, serta berbagai promosi dan diskon menarik yang ditawarkan kepada pengguna. Meski demikian, OVO juga menghadapi tantangan, seperti literasi digital yang belum merata di seluruh lapisan masyarakat, kepercayaan konsumen terhadap keamanan transaksi digital, serta persaingan ketat dengan platform pembayaran digital lainnya seperti GoPay, Dana, dan LinkAja. Namun, dengan dukungan pemerintah dan adaptasi teknologi yang semakin meningkat di masyarakat, OVO memiliki peluang besar untuk terus berkembang dan memperluas layanannya.

Kepercayaan (*Trust*) adalah dasar dalam semua hubungan untuk umur panjang mereka. Dalam pemberian layanan, kepercayaan mengambil peran penting dalam kaitannya dengan penilaian kualitas layanan, tanpa kepercayaan, belum tentu bisnis yang dijalankan akan berjalan dengan baik, Kenyamanan (*Convenience*) yang berarti persepsi konsumen tentang periode dan upaya yang diminimalkan yang digunakan untuk mendapatkan layanan, terpengaruhi kesejahteraan finansial oleh kenyamanan dapat dilihat dari pengalaman baik yang dirasakan individu. Hal ini dapat dilihat pada penggunaan *digital payment* dengan adanya *e-toll* yang menghemat waktu dan lebih praktis. (Berry et al., 2002 ; Yang & Yao, 2021). Kemudahan penggunaan yang dirasakan (*Perceived Ease of Use*) ialah sejauh mana suatu inovasi mudah dipahami atau digunakan dapat dianggap sebagai kemudahan penggunaan yang dirasakan (Zeithaml et al., 2002), dengan mudahnya dalam menggunakan *digital payment* maka pelanggan akan merasa puas, dengan adanya kemudahan yang diberikan oleh *digital payment* maka terciptanya kesejahteraan finansial. Hal ini dapat dirasakan dengan kemudahan yang diberikan *digital payment* seperti tidak adanya penambahan biaya.

Risiko yang dirasakan (*Perceived Risk*) mengacu pada risiko yang dirasakan mempengaruhi dan menghalangi perilaku konsumen, seperti penyerapan produk, yang memengaruhi cara terobosan teknis digunakan, dengan adanya persepsi risiko individu dapat membuat perencanaan kesejahteraan finansial yang tidak baik. Seperti fakta yang terjadi dimana adanya resiko kehilangan dana saat menggunakan *digital payment*. Keamanan (*Security*) mengacu pada privasi yang sangat penting bagi pelanggan dalam semua transaksi online, nilai perlindungan terhadap hilangnya data sensitif, pelanggan tidak akan menggunakan suatu layanan jika layanan tersebut tidak terjamin keamanannya, dengan adanya jaminan akan keamanan yang tinggi membuat

kesejahteraan finansial meningkat. Hal ini dapat dilihat pada fenomena saat terjadinya kebocoran data pengguna *digital payment* OVO. *Financial Wellbeing*, secara sederhana, kesejahteraan finansial berkaitan dengan seberapa baik individu mengelola keuangan mereka. Menurut literatur yang ada, kesejahteraan memiliki elemen objektif dan subjektif. (Cummins 2010), dengan tingkat kesejahteraan finansial yang baik atau tinggi maka individu tersebut memiliki pemahaman akan *digital payment* yang lebih baik, sehingga tingkat kesejahteraan finansial individu tersebut mempengaruhi tingkat kepercayaan terhadap *digital payment*. Technology Acceptance Model (TAM), Motivational Model, Theory of Planned Behavior (TPB),

Penerapan pembayaran non-tunai memiliki banyak manfaat bagi konsumen. Pembayaran non-tunai memberikan kemudahan dan kecepatan (Teo et al., 2015). Tidak seperti transaksi tunai tradisional, pembayaran tanpa uang tunai mencegah tindak kriminal seperti perampokan dan kejahatan terkait uang tunai lainnya karena membawa lebih sedikit uang tunai saat berbelanja (Armey et al., 2014). Salah satu kasus yang sudah terjadi yaitu dikutip dari laporan yang disampaikan oleh Yusuf (2018) pada Kompas News, “Pada hari Minggu tanggal 14 Januari 2018 saya melakukan pembelian di Hypermart Lippo Mal Puri dengan nilai transaksi Rp.814.890,- dan melakukan pembayaran split Rp.530.890 (OVO Cash) 284.000 (OVO points) dan mendapatkan cash back OVO points 53.000 dan cash back ini tercatat dua kali. Posisi OVO points saya sebelum digunakan untuk pembayaran adalah 1.324.150 akan tetapi setelah penggunaan 284.000 OVO points ternyata menjadi 578.794. Saat itu pula saya komplain ke counter OVO yang berada di Hypermart dan disarankan untuk komplain via email ke [cs@ovo.id](mailto:cs@ovo.id). Hari Senin tanggal 15 Januari 2018 saya mengirimkan email ke [cs@ovo.id](mailto:cs@ovo.id) dengan judul

“Komplain OVO Points Hilang – 0812xxxx475” dan mendapat auto-reply tiket#80630 ditindaklanjuti dengan email dari Ibu Nurul Arofah Customer Service OVO yang meminta bukti transaksi. Saya langsung membalas email tersebut dengan menanyakan bukti transaksi mana yang diminta dan mengapa tidak bisa dilakukan pengecekan historical transaksi dari system untuk akumulasi OVO points yang sudah dikumpulkan dari awal saya bergabung dengan OVO kemudian dikurangi penggunaan OVO points yang digunakan sehingga didapatkan saldo akhir OVO points. Dikarenakan tidak ada reply atau tanggapan dari email yang saya kirimkan, maka saya berinisiatif untuk menghubungi Bapak Aji K selaku personil dari team OVO yang pernah melakukan penawaran kerjasama bisnis ke perusahaan saya dalam rangka penggunaan OVO sebagai metode pembayaran di semua cabang perusahaan dan juga channel online yang perusahaan miliki. Saya juga langsung memberikan screenshot nomor kartu OVO saya berikut posisi OVO points saat itu dan histori transaksi terakhir yang tercatat di aplikasi. Beliau langsung tanggap dan menginformasikan bahwa masalah ini sudah diteruskan ke bagian terkait dan akan dicek keesokan harinya. Hari Selasa tanggal 16 Januari 2018 saya kembali menghubungi Pak Aji K dan menanyakan update dari masalah ini dan kembali diinformasikan bahwa masih dicek sistem dan jika sudah ada hasil akan diinformasikan ke saya. Hari Kamis tanggal 18 Januari 2018 kembali saya inisiatif menghubungi Pak Aji K untuk menanyakan updatenya dan kembali diinformasikan bahwa sudah dalam penanganan. Sampai surat ini ditulis sudah lewat 5x24 jam sejak saya mengirimkan komplain ke cs@ovo.id tidak ada feedback atau info apapun dari dari team Customer Service OVO baik via email, SMS ataupun telepon.”

Juga pada kasus lainnya Menurut laporan yang disampaikan oleh Gani (2021) pada Detik News “Saya pengguna OVO untuk banyak keperluan, untuk Jualan, membeli makanan, transportasi, dan parkir. Pada tanggal 16 April 2021, saya mencoba login akun OVO yang lain ke handphone saya, tapi terkendala dengan notifikasi akun diblokir. Customer service yang saya hubungi meminta saya untuk melakukan login dengan akun sebelumnya atau login menggunakan perangkat handphone lain dan yang terakhir melakukan percobaan login secara berkala setelah 1x24 jam sejak mengalami kegagalan login. Semua saran tersebut sudah saya lakukan dan tetap gagal. Tanggal 20 April 2021, akun OVO saya tidak bisa diakses. Akhirnya saya pilih opsi mengubah Security Code, dan setelah berhasil masuk ke OVO ternyata saldo tinggal Rp 0. Di history ada transaksi mengirim saldo OVO ke orang tidak dikenal di tanggal tidak bisa login”.

Oleh karena kasus-kasus yang sebelumnya terjadi maka kepercayaan (*Trust*) masyarakat terhadap *digital payment* OVO semakin berkurang dan mencari alternatif *digital payment* lainnya. Pada wilayah ibu kota, *digital payment* telah banyak digunakan sebagai alat pembayaran yang sah. Hal ini memungkinkan penggunanya dapat melakukan pembayaran tanpa menggunakan uang dalam bentuk fisik maupun kartu ATM. Observasi awal yang telah penulis lakukan di Kota Pekanbaru, khususnya terhadap Generasi Milenial telah banyak menggunakan *digital payment* sebagai alat pembayaran yang sah. Mereka merasa lebih praktis dan juga nyaman karena tidak perlu was-was saat melakukan transaksi pembayaran karena *digital payment* seperti melalui platform *digital payment* OVO mampu memberikan mereka solusi pembayaran tanpa melakukan kontak langsung dengan penjual. Sebelum membahas

lebih lanjut, mari kita lihat data yang tercantum dalam Tabel 1 tentang Indeks Elektronifikasi Transaksi Daerah (IETPD) untuk wilayah Riau pada Triwulan II.

Tabel 1. IETPD RIAU TW II

Pekanbaru	90%
Kampar	85.80%
Dumai	85.80%
Bengkalis	85.80%
Indragiri Hulu	85.30%

Sumber : <https://keuda.kemendagri.go.id>

Data ini memberikan gambaran yang jelas tentang tingkat penggunaan transaksi pembayaran elektronik di berbagai daerah. Berdasarkan tabel tersebut, terlihat bahwa Pekanbaru merupakan salah satu kota dengan pengguna transaksi pembayaran tertinggi, sesuai dengan nilai IETPD yang mencapai 90% dan juga bank indonesia menetapkan kota pekanbaru sebagai peringkat 4 nasional untuk kategori Kota dalam Implementasi Elektronifikasi Transaksi Pemerintah Daerah (ETPD). Oleh karena itu, peneliti tertarik untuk mengajukan penelitian dengan judul “Pengaruh *Convenience, Perceived Ease Of Use, Perceived Risk, Dan Security Terhadap Trust Dengan Mediasi Financial Wellbeing Pada Pengguna digital payment OVO*”.

## **B. Identifikasi Masalah**

1. Meningkatnya pengguna *digital payment* sejak pandemic Covid-19
2. OVO menghadapi persaingan ketat dari layanan pembayaran digital lainnya seperti GoPay (oleh Gojek) dan DANA.
3. Terjadinya kebocoran data dan/atau kehilangan saldo pengguna platform *digital payment* OVO
4. Masyarakat masih belum percaya (*Trust*) sepenuhnya terhadap *digital payment* pada platform OVO

## **C. Batasan Masalah**

Mengingat ada beberapa permasalahan yang harus diatasi, agar penelitian ini dapat membahas lebih tuntas dan mencapai sasaran yang diharapkan, perlu adanya pembatasan masalah. Berdasarkan latar belakang di atas, maka penulis membatasi permasalahan pada Pengaruh *Convenience, Perceived Ease Of Use, Perceived Risk, Dan Security Terhadap Trust Dengan Mediasi Financial Wellbeing* Pada Pengguna *Digital payment* OVO dengan tujuan agar pembahasan penelitian ini tidak keluar dari konteks yang dimaksud.

#### **D. Rumusan Masalah**

Dari uraian batasan Masalah yang telah diuraikan di atas, maka dapat disimpulkan rumusan masalah dalam penelitian ini antara lain, sebagai berikut :

1. Apakah *Convenience* berpengaruh terhadap *Financial Wellbeing* pada pengguna OVO?
2. Apakah *Perceived Of Use* berpengaruh terhadap *Financial Wellbeing* pada pengguna?
3. Apakah *Perceived Risk* berpengaruh terhadap *Financial Wellbeing* pada pengguna?
4. Apakah *Security* berpengaruh terhadap *Financial Wellbeing* pada pengguna OVO?
5. Apakah *Financial Wellbeing* me-mediasi *Trust*?
6. Apakah *Financial Wellbeing* berpengaruh terhadap *Trust* pada pengguna OVO?

#### **E. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah yang telah penulis rumuskan, maka tujuan yang hendak dicapai dalam penelitian ini yaitu :

1. Untuk menganalisis pengaruh *Convenience* terhadap *Financial Wellbeing* pada pengguna OVO
2. Untuk menganalisis pengaruh *Perceived Of Use* terhadap *Financial Wellbeing* pada pengguna OVO
3. Untuk menganalisis pengaruh *Perceived Risk* terhadap *Financial Wellbeing* pada pengguna OVO

4. Untuk menganalisis pengaruh *Security* terhadap *Financial Wellbeing* pada pengguna OVO
5. Untuk menganalisis pengaruh *Financial Wellbeing* me-mediasi *Trust* pada pengguna OVO
6. Untuk menganalisis pengaruh *Financial Wellbeing* terhadap *Trust* pada pengguna OVO

#### **F. Manfaat Penelitian**

Berdasarkan tujuan penelitian diatas, maka dapat ditarik manfaat penelitian sebagai berikut :

1. Teoritis

penelitian ini bermanfaat bagi pengembangan pengetahuan dan menjadi salah satu sumber pemikiran bagi perkembangan ilmu pengetahuan khususnya di bidang manajemen pemasaran.

2. Praktis

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberi gambaran mengenai pengaruh *Convenience*, *Perceived Ease Of Use*, *Peceived Risk*, dan *Security* terhadap *Trust* dengan mediasi *Financial Wellbeing* pada pengguna *Digital payment* OVO. sehingga dapat digunakan oleh masyarakat sebagai bahan dasar pertimbangan dalam *Trust* pada *Digital payment* OVO.