

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi yang semakin canggih telah mengubah cara hidup kita secara signifikan. Mengikuti perkembangan teknologi, termasuk financial technology atau fintech. Fintech saat ini semakin berkembang, dan penggunaan smartphone oleh masyarakat untuk memenuhi kebutuhannya, termasuk ketersediaan layanan keuangan berbasis digital, semakin meningkat. Layanan fintech ini memfasilitasi penyelesaian transaksi keuangan. Proses fintech memberikan transaksi keuangan yang lebih efisien, aman, dan kontemporer. Arner, dkk (2015) mengklaim bahwa finTech adalah industri berkembang yang menggabungkan keuangan dan teknologi dan menggunakan proses berbasis teknologi baru, seperti e-wallet, untuk menggantikan lembaga keuangan lama. (Pratama dan Suputra, 2019).

Menurut banyak praktik saat ini, metode pembayaran digital cukup efektif saat digunakan. Namun demikian, masih banyak masyarakat Indonesia yang belum memanfaatkan fasilitas ini. Fakta bahwa banyak orang masih menggunakan uang tunai untuk membayar produk dan layanan menjadi buktinya. Saat ini, masyarakat menengah ke atas dan mereka yang menguasai teknologi merupakan mayoritas pelanggan yang menggunakan metode pembayaran digital. Akibatnya, masih ada kekurangan penggunaan uang

elektronik di Indonesia. Inisiatif “less cash society” yang digagas pemerintah merupakan langkah untuk mempersiapkan masyarakat Indonesia berdaya saing global, khususnya Masyarakat Ekonomi ASEAN (MEA) yang disahkan pada Januari 2016. Oleh karena itu, pengurangan penggunaan uang tunai merupakan salah satu strategi untuk memastikan nilai mata uang tidak menurun dan tetap stabil. Rrohmah (2018).

Salah satu faktor yang mempengaruhi keputusan pengguna adalah fitur produk. Konsumen sering menggunakan karakteristik produk sebagai dasar dan faktor ketika memilih untuk menggunakan layanan yang disediakan. (Marchelina & Pratiwi, 2018). Aplikasi OVO menyediakan sejumlah fitur yang memudahkan pengguna dalam bertransaksi. OVO akan lebih cenderung memicu perhatian pengguna dengan fungsionalitas penuh. Penelitian telah menunjukkan dampak dari karakteristik produk pada keinginan untuk menggunakan. (Karen dkk, 2013) bahwa Karakteristik produk memiliki pengaruh yang menguntungkan pada keinginan untuk menggunakannya. Tanda-tanda yang digunakan selama penelitian ini menurut (Kotler & Keller, 2012) meliputi: 1) Berbagai macam fitur, yang berarti bahwa bisnis, dalam proses merancang dan mengembangkan fitur produk, menawarkan lebih dari satu nilai fitur; 2) produk dengan kualitas fitur yang tinggi adalah produk yang dikembangkan untuk memenuhi kebutuhan klien, dengan harapan agar pelanggan tetap setia; 3) signifikansi fitur, khususnya karakteristik yang disesuaikan untuk memenuhi kebutuhan pasar sasaran; 4) fakta bahwa kelengkapan fitur suatu produk menunjukkan bahwa ia menawarkan beberapa

keunggulan dan merupakan motivasi utama bagi konsumen untuk membeli produk tersebut.

Menurut Wijaya (2018) dalam Abrilia dalam Tri (2020) menguraikan bagaimana e-wallet bekerja sebagai semacam media elektronik berbasis server yang digunakan untuk pembayaran digital yang memerlukan koneksi internet. Sekarang ada banyak jenis e-wallet yang tersedia, termasuk Ovo dan Gopay, yang dapat diunduh secara gratis dari Google Play Store dan App Store. Pengguna e-wallet ini dapat menggunakan layanan tersebut untuk melakukan transaksi online tanpa harus membawa banyak uang tunai dan tanpa membuat barang bawaannya menjadi besar. Cukup dengan menampilkan aplikasi e-wallet yang memiliki saldo dan poin yang memberikan reward nasabah, pengguna dapat melakukan transaksi jual beli lebih aman dan tidak ribet.

e-wallet saat ini, dengan adanya layanan pembayaran *e-wallet* dapat membangun kesadaran minat menggunakan *e-wallet*.

Tabel 1.1

Pangsa pasar dompet ponsel di Indonesia / Laporan Buku 2021

NO	Nama aplikasi <i>e-money</i>	penggunaan <i>mobile wallet</i> di Indonesia
1	OVO	38,50%
2	Shopeepay	15,60%
3	Link aja	13,90%
4	Gopay	13,20%
5	Dana	12,20%
6	Lainnya	6,90%

(Sumber dari <https://dailysocial.id/2021>)

Berdasarkan tabel 1.1 menunjukkan bahwa OVO mengungguli penggunaan *mobile wallet* di Indonesia dengan 38,2% pangsa pasar, diikuti

yang kedua oleh ShopeePay sebesar 15,6%, yang ketiga LinkAja sebesar 13,9%, yang keempat Gopay sebesar 13,2%, yang kelima DANA sebesar 12,2%, dan lainnya sebesar 6,9%

Tabel 1.2

pertumbuhan transaksi di Tahun 2020

NO	Nama aplikasi <i>e-money</i>	pertumbuhan transaksi tertinggi di tahun 2020
1	OVO	\$10,7 juta
2	Shopeepay	\$4,3 juta
3	Link aja	\$3,9 juta
4	Gopay	\$3,7 juta
5	Dana	\$3,4 juta

(Sumber dari <https://dailysocial.id/2021>)

Berdasarkan tabel 1.2 dalam penelitian tersebut, terdapat lima perusahaan yang beroperasi di Indonesia yang terlibat dalam persaingan ketat di pasar dompet seluler. Jika diurutkan berdasarkan persentase peningkatan jumlah transaksi yang mereka proses, lima dompet seluler teratas adalah sebagai berikut: (1) OVO dengan 10,7 juta dolar, (2) ShopeePay dengan 4,3 juta dolar, (3) LinkAja dengan 3,9 juta dolar, (4) Gopay dengan 3,7 juta dolar, dan (5) DANA dengan 3,4 juta dolar.

OVO merupakan salah satu program mobile payment yang dimanfaatkan oleh sebagian besar penduduk Indonesia. Aplikasi OVO merupakan layanan dompet digital yang memungkinkan penggunanya untuk melakukan berbagai transaksi di mitra OVO. LippoX adalah perusahaan yang didirikan oleh Grup Lippo. Pertama kali diperkenalkan ke publik pada Maret 2017 dan beroperasi di bawah pengawasan PT Visionet Internasional. Pada awalnya, OVO bekerja sama dengan sejumlah perusahaan Lippo lainnya,

termasuk Hypermart dan Rumah Sakit Siloam. OVO mengumumkan pada Juli 2018 bahwa pihaknya akan membentuk kemitraan strategis dengan sejumlah bisnis penting di Indonesia, termasuk Bank Mandiri, Alfamart, Grab, dan Moka. OVO merupakan platform pembayaran yang memiliki akseptabilitas terluas di Indonesia sebagai hasil kerjasama baru yang dikembangkan dengan jaringan Lippo. (Analisa.id,2019).

OVO adalah referensi yang dapat digunakan sebagai dompet elektronik mandiri yang membantu mereka yang tidak memiliki rekening bank untuk tetap dapat melakukan transaksi nontunai. OVO telah meluncurkan sejumlah barang dengan tujuan membantu Indonesia memulihkan keadaan ekonomi sebelumnya setelah epidemi. Alasan selanjutnya saya memilih ovo menjadi *e-wallet* pengguna *e-wallet* terbanyak dan OVO menjadi aplikasi *e-wallet* yang banyak di download dan digunakan oleh sebagai pengguna *e-wallet* mengalahkan shoppepay dan linkaja yang berada diposisi kedua dan ketiga. (<https://www.cnbcindonesia.com>).

Hal lainnya yang membuat peneliti tertarik menjadikan *e-wallet* OVO sebagai objek penelitian karena *e-wallet* OVO menyuguhkan berbagai penawaran yang menarik. Berdasarkan berita (www.ovoint.com/kegunaan-ovo), *e-wallet* OVO. Telah berkolaborasi dengan sejumlah besar pengecer, jadi tidak mengherankan jika banyak diskon dan penawaran khusus tersedia untuk Anda. Bagi Anda yang sering melakukan pembelian di Tokopedia misalnya, pasti akan mendapatkan sertifikat cashback dengan cukup sering. Selain itu, Anda juga bisa mendapatkan diskon dengan menggunakan aplikasi

ojek online Grab, disamping masih banyak retailer lain yang sedang mengadakan diskon. (id.wikipedia.org).

Sedangkan menggunakan *e-wallet* lebih mudah dan praktis tanpa mengeluarkan uang yang banyak hanya meunjukkan smartphone dan arahkan *Code Qr* untuk melakukan metode pembayaran, dari sisi manfaat transaksi menggunakan *e-wallet* biasanya mendapat potongan harga atau *discount*, transaksi lebih aman, tercatat riwayat transaksi dapat digunakan kapan saja. (<https://flip.id>).

Prakosa, Wintaka (2020) Salah satu pengertian minat adalah salah satu perbuatan yang dilakukan seseorang sebelum melakukan suatu perbuatan, yang kemudian dijadikan landasan dalam pengambilan keputusan. Aspek psikologis merupakan salah satu aspek yang berperan dalam menentukan tingkat minat menggunakan. Keyakinan, sikap, dan sikap merupakan variabel penentu dalam pengambilan keputusan, dan melahirkan niat untuk membeli suatu produk atau jasa. Menurut Nursiah (2017) Menurut temuan penyelidikannya, istilah "intention of use" mengacu pada kecenderungan seseorang untuk terus menggunakan sistem khusus tertentu serta keinginan mereka untuk melakukan perilaku tertentu.

Faktor pertama yang mempengaruhi minat menggunakan *financial technology* yaitu manfaat. Menurut Cahyo (2014), manfaat (*PerceivedUsefulness*) merupakan *capable of beingused advantageously* atau dapat digunakan untuk tujuan yang menguntungkan. Menurut Dalcher dan Shine (2003), dalam Pratama dan Suputra (2019), mendefinisikan

keuntungan sebagai konstruk harapan seseorang bahwa menggunakan teknologi tertentu akan meningkatkan kinerjanya. Menurut kriteria yang diberikan di atas, jika seseorang tidak percaya melakukan sesuatu yang tidak ada imbalannya, mereka tidak akan menggunakan dompet elektronik.

Alasan peneliti menggunakan variabel manfaat, karena manfaat dapat untuk mengukur suatu kepercayaan seseorang dengan meningkatkan pekerjaannya terhadap minat menggunakan *e-wallet*. Berdasarkan hasil observasi yang telah dilakukan terhadap 10 Mahasiswa di Purwokerto dengan memberikan beberapa pertanyaan melalui kuesioner, manfaat aplikasi OVO banyak sekali promo dan pembayaran lebih cepat dan adapun responden yang mengeluhkan terkait pembayaran yang belum bisa seperti tagihan PDAM.

Berdasarkan hasil penelitian ini didukung oleh Syahril dan Rikumahu (2019) hasilnya menyatakan bahwa manfaat berpengaruh positif signifikan terhadap minat menggunakan *e-wallet*. hal ini diperkuat dari penelitian Pratama dan Suputra (2019) hasilnya menyatakan bahwa manfaat berpengaruh positif signifikan terhadap minat menggunakan *e-wallet*, kemudian penelitian yang dilakukan Robaniyah dan Kurnianingsih (2021). Pranoto dan Setianegara (2020); Yogananda dan Dirgantara (2017); Kevin dan Rante (2019) Hasilnya menyatakan bahwa manfaat berpengaruh positif signifikan terhadap minat menggunakan *e-wallet*. Namun berbeda dengan penelitian Mentari, dkk (2019), Silaen, dkk (2021) hasilnya menyatakan bahwa faktor manfaat berpengaruh negatif signifikan terhadap minat menggunakan *e-wallet*.

Faktor kedua yang mempengaruhi minat menggunakan *financial technology* yaitu kemudahan penggunaan. Menurut Jogianto (2017) Sejahtera mana seseorang berpikir menggunakan teknologi akan mudah, kenyamanan pengguna digambarkan sebagai mudah dipelajari, dipahami, dan dioperasikan. Menurut Putri dan Suyanto (2019) Kenyamanan adalah sejauh mana orang percaya bahwa teknologi komputer mudah dipahami dan diterapkan. Karena pesatnya perkembangan teknologi pada masa kontemporer, kini kebutuhan manusia dapat terpenuhi di berbagai bidang kehidupan. Financial Technology, atau fintech, adalah terobosan dalam kemajuan teknis di industri keuangan. Fintech, model bisnis baru yang kini sangat menguntungkan individu untuk memudahkan transaksi, bukanlah layanan yang ditawarkan oleh bank. Alasan peneliti menggunakan variabel kemudahan untuk mengukur tingkat kepercayaan seseorang terhadap informasi dapat memudahkan pekerjaannya terhadap minat menggunakan *e-wallet*.

Berdasarkan hasil observasi yang telah dilakukan terhadap 10 Mahasiswa di Purwokerto dengan memberikan beberapa pertanyaan melalui kuesioner, kemudahan aplikasi OVO yang sangat mudah untuk digunakan dan pembayaran lebih cepat dan adapun responden yang mengeluhkan terkait *merchant* yang terbatas.

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh Priambodo dan Prabawani (2016), Utami dan Kusumawati(2017), bahwa pengaruh positif yang besar terhadap minat penggunaan uang elektronik dapat dikaitkan dengan kemudahan penggunaannya. Berdasarkan penelitian yang dilakukan

Yanto dkk (2020) dan didukung pula dengan penelitian Anarjia. Rante (2019), Yogananda, Dirgantara (2017), Pratama, Suputra (2019), Rahmawati, Yuliana (2019) hasilnya menyatakan bahwa kemudahan berpengaruh positif Rozi. Namun berdasarkan penelitian Silaen, dkk (2021), Rozi dan Ziyad (2019) hasilnya menyatakan bahwa faktor kemudahan berpengaruh negatif signifikan terhadap minat menggunakan *e-wallet*.

Faktor ketiga menurut sejumlah sumber, kepercayaan merupakan unsur ketiga yang menentukan minat masyarakat dalam memanfaatkan financial technology. Kepercayaan merupakan komponen kognitif dari karakteristik psikologis, seperti yang dikemukakan oleh Kotler dan Keller (2012). Saat menentukan apakah suatu kepercayaan pada sesuatu itu nyata atau tidak, kepercayaan terkait dengan bukti sugesti dan pengalaman. Menurut Jogyanto (2019), kepercayaan adalah penilaian individu yang dibentuk melalui cara mendapatkan, menganalisis, dan mengumpulkan informasi, yang menghasilkan berbagai penilaian dan asumsi yang terbentuk.

Kepercayaan adalah kepercayaan terhadap kemampuan pihak lain untuk menegakkan tugas yang diharapkannya setelah mengumpulkan berbagai informasi dan melakukan hubungan antara kedua pihak. Ini bisa berarti bahwa kepercayaan didefinisikan sebagai keyakinan seseorang terhadap sesuatu. Tingkat kepercayaan ditentukan oleh kapasitas pabrikan atau penyedia layanan untuk memastikan keamanan dan privasi alat yang digunakan oleh pelanggan untuk menjalankan kepercayaan.(www.qubisa.com)

Menurut Jagianto, (2019) Kepercayaan individu terhadap teknologi informasi dikembangkan melalui interaksi tiga variabel: faktor kelembagaan, faktor masyarakat, dan faktor individu. Perlu dimulai dari titik awal ketika mengembangkan hubungan kepercayaan dengan pihak lain dan mengembangkan sistem yang akan memfasilitasi pengembangannya. Akibatnya, penting bagi perusahaan untuk membangkitkan kepercayaan di hati dan pikiran pelanggannya. Priskila (2018) Kesiapan konsumen untuk menerima dan melakukan pembelian berisiko berdasarkan asumsi optimis tentang perilaku pembelian mereka di masa depan merupakan komponen kepercayaan yang penting.

Berdasarkan hasil observasi yang telah dilakukan terhadap 10 Mahasiswa di Purwokerto dengan memberikan beberapa pertanyaan melalui kuesioner, kepercayaan aplikasi OVO memiliki kepercayaan yang baik karena sebagian besar responden memberikan fasilitas yang transaksi yang banyak dan juga ada beberapa responden yang kurang tertasik dengan aplikasi OVO karena takut saldo hilang atau hangus.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan Yanto dkk (2020) dan didukung pula dengan penelitian Anarjia. Rante (2019), Yogananda, Dirgantara (2017), Pratama, Suputra (2019), Rahmawati, Yuliana (2019) hasilnya menyatakan bahwa kemudahan berpengaruh positif Rozi. Namun berdasarkan penelitian Novalianti dan Saad, (2019) hasilnya hasilnya menyatakan bahwa faktor kepercayaan berpengaruh negatif signifikan

terhadap menyatakan bahwa faktor kepercayaan tidak memiliki pengaruh terhadap pengguna dalam menggunakan sistem pembayaran elektronik.

Faktor keempat yang mempengaruhi minat menggunakan *financial technology* yaitu Keamanan transaksi mengacu pada kemampuan server untuk mencegah pelanggaran data dan mengidentifikasi aktivitas penipuan pada server berbasis teknologi. Ini memungkinkan server untuk mencegah pelanggaran data dan mendeteksi penipuan (Saputri, 2015). Suatu upaya dilakukan untuk mengendalikan dan mengatur suatu kegiatan untuk memastikan bahwa kegiatan itu berlanjut dengan arus yang biasa. Menurut Lallmahamood (2007), kepercayaan klien terhadap jaminan transaksi yang aman dan pengamanan informasi pribadi merupakan dasar dari keamanan dan privasi. Pelanggan didorong untuk menggunakan layanan lebih sering jika mereka merasa yakin dengan tingkat keamanan dan privasinya.

Berdasarkan hasil observasi yang telah dilakukan terhadap 10 Mahasiswa di Purwokerto dengan memberikan beberapa pertanyaan melalui kuesioner, keamanan aplikasi OVO pastikan aman sepenuhnya karena menggunakan *security system* yang canggih dan adapun kelemahannya yang terdapat pada aplikasi tersebut ketika pengguna belum melakukan *upgrede* OVO premier.

Dimensi kemungkinan subjektif dari keadaan kepentingan seseorang mencakup hubungan antara orang itu sendiri dan beberapa tindakan Ajzen di Wibowo. Minat adalah keadaan yang ada dalam diri seseorang (2015). Minat adalah keinginan yang disulut oleh keinginan yang timbul akibat seseorang

melihat, mengamati, membandingkan, dan memikirkan kebutuhan yang diinginkannya. Meneliti baik interior maupun eksterior suatu produk memungkinkan penilaian tingkat minat yang ditunjukkan oleh pelanggan pada barang yang baru dikembangkan. Ada dua sisi: satu sisi internal dan dipengaruhi oleh keahlian, sumber daya, dan teknologi perusahaan; yang lainnya bersifat eksternal dan dipengaruhi oleh permintaan pelanggan dan harapan pemilik bisnis terhadap keluaran perusahaan. Seng dan Ping, (2016).

Kepentingan internal seseorang dalam dimensi kemungkinan subjektif mencakup bagaimana perasaan mereka tentang diri mereka sendiri sehubungan dengan beberapa aktivitas Ajzen dalam Wibowo (2015). Setelah melihat, mengamati, membandingkan, dan memperhitungkan kebutuhan yang diinginkan, maka minat adalah keinginan yang dimotivasi oleh keinginan.

Berdasarkan hasil penelitian terdahulu ini didukung oleh Tsiakis dan Stephanides dalam Sari,(2019). Penelitian Kamil (2019) menghasilkan fakta bahwa keputusan pengguna dipengaruhi dengan cara yang menguntungkan dan bermakna oleh langkah-langkah keamanan. Sebaliknya keamanan berpengaruh negatif terhadap e-wallet (Amoroso & Magnier-Watanabe, 2012).

Penelitian ini merupakan pengembangan penelitian dari Yanto, Baskoro dan Fitriani (2020) keuntungan, kenyamanan, dan keamanan bagi mereka yang berkepentingan untuk memanfaatkan teknologi keuangan dalam aplikasi OVO, dan juga peneliti menambahkan satu variabel yaitu variabel kepercayaan yang diambil dari penelitian terdahulu milik Wijaya, Susilawati (2021) risiko dan kepercayaan (trust) pada adopsi layanan fintech. Perbedaan

penelitian ini dengan penelitian terdahulu terletak pada variabel, penelitian Yanto, Baskoro dan Fitriani (2020) menggunakan tiga variabel X yaitu pengaruh manfaat, kemudahan dan keamanan. Sedangkan penelitian ini menggunakan empat variabel X diantaranya pengaruh manfaat, kemudahan, kepercayaan dan keamanan.

Penelitian ini juga menambahkan variabel kepercayaan yang diambil dari penelitian milik Wijaya, Susilawati (2021) bertujuan untuk menentukan apakah kepercayaan berperan atau tidak dalam keputusan untuk menggunakan Ovo sebagai dompet elektronik atau tidak. Satu perbedaan lagi menyangkut subjek investigasi, Yanto, Baskoro dan Fitriani (2020) dan Wijaya, Susilawati (2021) meneliti pada *e-wallet*, sedangkan penelitian ini meneliti pada *e-wallet* OVO Berdasarkan latar belakang di atas peneliti tertarik untuk meneliti dengan judul **“Pengaruh Manfaat, Kemudahan, Kepercayaan dan Keamanan Terhadap Minat Menggunakan *Financial Teknologi* Pada Aplikasi OVO Sebagai Digital Payment (Studi Pada Mahasiswa di Purwokerto).”**

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang dijelaskan diatas bahwa minat menggunakan dapat dipengaruhi oleh beberapa faktor antara lain pengaruh manfaat, kemudahan, kepercayaan, dan keamanan maka perumusan masalah dalam penelitian ini adalah

1. Apakah manfaat, kemudahan, kepercayaan, dan keamanan secara simultan berpengaruh terhadap minat menggunakan *finianial technology* pada aplikasi OVO?
2. Apakah manfaat berpengaruh positif signifikan terhadap minat menggunakan aplikasi OVO?
3. Apakah kemudahan berpengaruh positif signifikan terhadap minat menggunakan aplikasi OVO?
4. Apakah kepercayaan berpengaruh positif signifikan terhadap minat menggunakan aplikasi OVO?
5. Apakah keamanan berpengaruh positif signifikan terhadap minat menggunakan aplikasi OVO?

C. Pembatasan Masalah

Agar permasalahan tidak terlalu luas maka pembatasan masalah dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Penelitian ini dilakukan pada konsumen atau pelanggan yang berminat menggunakan aplikasi OVO
2. Pada penelitian ini hanya terbatas pengaruh manfaat, kemudahan, kepercayaan dan keamanan terhadap minat menggunakan *finianial technology* pada aplikasi OVO.
3. Penelitian ini dilakukan pada bulan September 2022 sampai dengan Januari 2023.

D. Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan perumusan masalah yang telah disusun, maka tujuan dan penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah pengaruh manfaat ,kemudahan, kepercayaan dan keamanan terhadap minat menggunakan *financial technology* pada aplikasi OVO sebagai *digital payment* (study pada mahasiswa Purwokerto).

1. Menganalisis pengaruh secara simultan manfaat, kemudahan, kepercayaan, dan keamanan terhadap minat menggunakan financial technology pada aplikasi OVO
2. Menganalisis pengaruh manfaat pengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan financial technology pada aplikasi OVO.
3. Menganalisis pengaruh kemudahan pengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan financial technology pada aplikasi OVO.
4. Menganalisis pengaruh kepercayaan pengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan financial technology pada aplikasi OVO
5. Menganalisis pengaruh keamanan pengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan financial technology pada aplikasi OVO.

E. Manfaat penelitian

Terdapat dua manfaat yang dapat diambil dari penelitian ini, yaitu:

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan serta menambah wawasan dan ilmu pengetahuan tentang Pengaruh manfaat, kemudahan, kepercayaan

dan kemandirian pada minat menggunakan aplikasi OVO pada mahasiswa. Penelitian ini juga diharapkan dapat digunakan sebagai referensi dan menambah informasi untuk peneliti berikutnya dengan topik yang sama.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi Perusahaan

Penelitian ini bisa diharapkan dapat memberikan Informasi kepada perusahaan OVO mengenai antusias masyarakat dalam menggunakan aplikasi OVO.

b. Bagi Konsumen

Penelitian ini diharapkan dapat membangun kesadaran kepada konsumen bahwa penggunaan aplikasi OVO dapat memberikan manfaat dapat mempermudah suatu transaksi bagi konsumen bahwa menggunakan aplikasi OVO itu tidak ribet dan tidak repot, tidak perlu membawa uang yang banyak.

c. Bagi Peneliti Selanjutnya

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi sarana pengaplikasian ilmu pengetahuan yang telah dipelajari dan dapat menjadi sarana menambah referensi dalam konteks strategi pemasaran secara *online*.