

Pengaruh Kepercayaan, Persepsi Kemudahan Pengguna Dan Motivasi Hedonis Terhadap Minat Pengguna Dompot Digital OVO Pada Mahasiswa Kampus Di Jakarta Barat

Richo Vallentino¹, Tafiprios²

^{1,2} Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Mercu Buana, Jakarta, Indonesia

Article Info

Article history:

Received Desember 29, 2025

Revised Desember 30, 2025

Accepted Januari 6, 2026

Kata Kunci:

Kepercayaan,
Kemudahan Pengguna,
Motivasi Hedonis,
Minat Penggunaan

Keywords:

Trust,
User-friendliness,
Hedonic Motivation,
Usage Interest

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji pengaruh Kepercayaan, persepsi Kemudahan Pengguna, dan Motivasi Hedonis terhadap minat penggunaan dompet digital OVO pada mahasiswa kampus Jakarta Barat. Metode penarikan sampel penelitian ini menggunakan teknik purposive sampling dimana sampel berjumlah 125 responden. Penelitian ini merupakan jenis penelitian kuantitatif kemudian metode analisis data yang digunakan adalah *Partial Least Square* (PLS) versi 3.2.9. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan OVO, yang berarti semakin tinggi tingkat kepercayaan terhadap keamanan dan keandalan aplikasi maka semakin tinggi pula minat penggunaannya. Persepsi Kemudahan juga berpengaruh positif dan signifikan, menandakan bahwa kemudahan akses dan pemahaman fitur mendorong minat mahasiswa untuk menggunakan OVO. Demikian pula, Motivasi Hedonis terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan, yang menunjukkan bahwa kesenangan dan kepuasan emosional saat bertransaksi menjadi faktor pendorong utama. Model penelitian ini memiliki kemampuan prediktif yang kuat terhadap minat penggunaan dompet digital. Hal ini menunjukkan bahwa kombinasi faktor kepercayaan, persepsi kemudahan, dan motivasi hedonis dapat dijadikan dasar bagi pengembangan strategi pemasaran digital.

ABSTRACT

This study aims to examine the influence of Trust, perceived Ease of Use, and Hedonic Motivation on the interest in using the OVO digital wallet among students at a West Jakarta campus. The sampling method for this study used a purposive sampling technique with a sample size of 125 respondents. This study is a quantitative study and the data analysis method used is Partial Least Square (PLS) using the SEM-PLS application version 3.2.9. The results show that Trust has a positive and significant effect on the interest in using OVO, meaning that the higher the level of trust in the security and reliability of the application, the higher the interest in using it. Perceived Ease of Use also has a positive and significant effect, indicating that ease of access and understanding of features encourage students' interest in using OVO. Similarly, Hedonic Motivation is proven to have a positive and significant effect on interest in use, indicating that pleasure and emotional satisfaction during transactions are the main driving factors. This research model has strong predictive ability on the interest in using digital wallets. This shows that the combination of trust, perceived ease of use, and hedonic motivation can be used as a basis for developing digital marketing strategies.

This is an open access article under the [CC BY](#) license.



Corresponding Author:

Richo Vallentino
Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Mercu Buana,
Jakarta, Indonesia
Email: vallentinoricho44@gmail.com

1. PENDAHULUAN

Indonesia mencatatkan pertumbuhan penetrasi internet yang sangat signifikan, mencapai angka 92% pada tahun 2023 menurut data *Visa Consumer Payment Attitudes Study*. Pesatnya digitalisasi ini, sejalan dengan era globalisasi, telah mendorong pergeseran perilaku masyarakat menuju penggunaan dompet digital. Karakteristik masyarakat yang cenderung konsumtif serta kebutuhan akan efisiensi menjadi faktor utama tingginya minat terhadap layanan ini. Fenomena tersebut menuntut sektor perbankan untuk terus berinovasi dalam menyederhanakan proses transaksi nasabah [1].

Merujuk pada regulasi Bank Indonesia, teknologi finansial (*fintech*) merupakan pemanfaatan teknologi untuk menyediakan produk dan layanan keuangan melalui model bisnis baru yang berdampak pada stabilitas moneter serta efisiensi sistem pembayaran. Salah satu kategori *fintech* yang berkembang pesat adalah aplikasi pembayaran seluler (*mobile payment*). Meski masih dalam tahap pengembangan, keterlibatan aktif pengguna di Indonesia menunjukkan tren positif, di mana data Bank Indonesia mencatat lonjakan transaksi uang elektronik yang masif selama satu dekade terakhir hingga tahun 2019 [2].

OVO, sebuah aplikasi finansial cerdas yang dikembangkan oleh Lippo Group, hadir sebagai solusi dompet digital yang memfasilitasi berbagai transaksi di jaringan mitra luas. Di tengah persaingan pasar yang ketat, OVO menerapkan strategi kolaborasi strategis dengan entitas besar seperti Grab, Alfamart, Bank Mandiri, dan Moka. Kerja sama ini terbukti efektif dalam menjangkau berbagai lapisan masyarakat, termasuk mahasiswa yang aktif bertransaksi di gerai ritel seperti Alfamart [2,3]. Berdasarkan data demografis terhadap 249 responden di wilayah Jakarta Barat, ditemukan pola pengguna sebagai berikut: Dominasi Wilayah & Gender: Sebanyak 94% responden merupakan pengguna aktif OVO yang berdomisili di Jakarta Barat, dengan mayoritas adalah perempuan (66,38%). Segmentasi Usia: Layanan ini paling digemari oleh kelompok usia produktif 20–30 tahun (81,28%), disusul oleh kelompok usia di bawah 20 tahun. Latar Belakang Pendidikan & Pekerjaan: Mayoritas pengguna adalah lulusan SMA/SMK (62,55%) dan menyandang status sebagai pelajar atau mahasiswa (72,34%). Hal ini mengindikasikan bahwa OVO telah menjadi instrumen pembayaran utama bagi generasi muda dan akademisi [4].

Dinamika penggunaan metode pembayaran digital di Indonesia menunjukkan fluktuasi yang signifikan dalam kurun waktu tiga tahun terakhir. Pada tahun 2021, survei terhadap responden di 52 kota menunjukkan bahwa dompet digital (*e-wallet*) menjadi pilihan utama dengan tingkat penggunaan mencapai 65%, yang mencerminkan tingginya kepercayaan publik terhadap sistem ini. Meskipun demikian, metode *Cash on Delivery* (COD) tetap populer di angka 29% karena faktor keamanan, sementara layanan perbankan seluler berada di posisi berikutnya sebesar 21% [5]. Memasuki tahun 2022, terjadi pergeseran perilaku konsumen dalam transaksi e-commerce di mana penggunaan *e-wallet* sempat terkoreksi menjadi 39%. Di saat yang sama, metode transfer bank mulai menunjukkan penguatan

di angka 27%, diikuti oleh penggunaan kartu kredit, kartu debit, dan debit instan yang masing-masing berada di kisaran 16% hingga 17% [5].

Tren ini kembali mengalami lonjakan masif pada tahun 2023 berdasarkan survei terhadap lebih dari sembilan ribu responden di seluruh Indonesia. Penggunaan *e-wallet* mengukuhkan dominasinya di angka 84,3%, namun yang menarik, penggunaan tunai atau COD juga meningkat tajam hingga 61,4%. Fenomena ini mengindikasikan bahwa konsumen masih sangat mempertimbangkan aspek kenyamanan dan keamanan fisik dalam bertransaksi. Selain itu, metode *PayLater* mulai muncul sebagai alternatif yang diperhitungkan dengan persentase 45,9%, sedangkan kartu kredit justru berada di posisi terendah. Kondisi ini menegaskan bahwa pemahaman terhadap preferensi metode pembayaran konsumen harus menjadi landasan strategis bagi pelaku industri dalam pengambilan keputusan (Muhamad, 2023).

Di sisi lain, peta persaingan antar penyedia layanan dompet digital di Indonesia berlangsung sangat kompetitif. Pada tahun 2021, OVO memimpin pasar dengan tingkat penggunaan sebesar 58,9%, bersaing sangat ketat dengan GoPay (58,4%), ShopeePay (56,4%), dan Dana (55,7%) [6]. Namun, pada tahun 2022, loyalitas dan kebutuhan pengguna terhadap platform digital semakin meningkat. GoPay berhasil mengambil alih posisi puncak dengan tingkat penggunaan mencapai 88%, disusul oleh Dana yang tumbuh pesat menjadi 83% dan menggeser posisi OVO yang turun ke angka 79%. Meskipun ShopeePay dan LinkAja juga mencatatkan pertumbuhan pengguna, perubahan posisi di antara para pemain besar ini menunjukkan betapa dinamisnya loyalitas konsumen dalam ekosistem pembayaran digital di Indonesia [7].

Pada tahun 2023, tren penggunaan dompet digital di berbagai kota besar Indonesia, seperti Jabodetabek, Bandung, hingga Pekanbaru, menunjukkan kecenderungan penurunan dibandingkan tahun sebelumnya. Meski demikian, peta persaingan lima besar penyedia layanan tetap stabil, dengan GoPay yang masih memimpin pasar, diikuti oleh OVO, Dana, ShopeePay, dan LinkAja. Dominasi yang konsisten ini mencerminkan persaingan yang berkelanjutan di tengah pergeseran angka pengguna yang dinamis [8]. Fenomena ini terlihat jelas di wilayah Jakarta Barat, di mana data menunjukkan bahwa 94% dari 249 responden adalah pengguna OVO, dan lebih dari 70% di antaranya merupakan kalangan mahasiswa. Tingginya angka penggunaan di segmen mahasiswa ini menjadi indikasi kuatnya penetrasi OVO di lingkungan akademis [4].

Namun, tingginya angka penggunaan tersebut tidak secara otomatis mencerminkan adanya minat atau niat penggunaan yang berkelanjutan di masa depan. Terdapat kemungkinan bahwa adopsi teknologi ini oleh mahasiswa hanya didorong oleh tren sesaat, pengaruh lingkungan, atau kebutuhan praktis yang bersifat sementara. Oleh karena itu, muncul urgensi untuk meneliti lebih dalam mengenai faktor-faktor psikologis dan teknis yang benar-benar membangun minat mahasiswa secara sadar. Dalam konteks ini, minat didefinisikan sebagai kecenderungan individu untuk menerima dan mengadopsi teknologi digital berdasarkan respons positif terhadap fitur, manfaat, serta nilai praktis yang ditawarkan [4,9].

Untuk memahami fenomena tersebut, penelitian ini menggunakan pendekatan *Technology Acceptance Model* (TAM) dengan fokus pada variabel kepercayaan, persepsi kemudahan penggunaan, dan motivasi hedonis. Melalui pra-survei yang dilakukan terhadap 30 mahasiswa di Jakarta Barat, ketiga variabel tersebut teridentifikasi sebagai faktor paling dominan yang memengaruhi minat penggunaan OVO. Variabel kepercayaan, misalnya, merujuk pada keyakinan pengguna bahwa penyedia layanan dapat diandalkan dalam menjaga keamanan transaksi, yang secara langsung dapat memitigasi kekhawatiran saat mengadopsi layanan keuangan digital [10].

Selain kepercayaan, persepsi kemudahan penggunaan juga memegang peranan krusial, di mana rancangan aplikasi yang sederhana dan intuitif sangat menentukan kecepatan adopsi teknologi keuangan oleh pengguna [11,12]. Di sisi lain, motivasi hedonis yang berkaitan dengan kepuasan emosional dan aspek kesenangan saat bertransaksi turut menjadi pendorong utama bagi generasi muda [2]. Secara

keseluruhan, semakin tinggi tingkat kepercayaan, kemudahan yang dirasakan, serta kepuasan emosional yang didapat, maka akan semakin kuat pula niat mahasiswa untuk terus menggunakan layanan dompet digital OVO dalam jangka panjang [10].

Persepsi terhadap kemudahan penggunaan merupakan faktor krusial yang memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat masyarakat dalam mengadopsi aplikasi *e-wallet*. Temuan ini menyoroti bahwa ketika pengguna merasa sebuah platform digital tidak memerlukan usaha keras untuk dipelajari dan dioperasikan, kecenderungan mereka untuk mengintegrasikan aplikasi tersebut ke dalam aktivitas sehari-hari akan semakin besar [6]. Hal ini dipertegas oleh penelitian yang menunjukkan bahwa kemudahan navigasi dan kesederhanaan antarmuka memainkan peran vital dalam meningkatkan niat serta keputusan akhir pengguna untuk memilih layanan dompet digital tertentu [12].

Selain aspek teknis, motivasi hedonis juga menjadi faktor pendorong yang meningkatkan minat penggunaan uang elektronik secara berkelanjutan. Pengguna yang merasa senang atau menikmati pengalaman saat bertransaksi cenderung memiliki tingkat kepuasan yang lebih tinggi dan termotivasi untuk terus menggunakan layanan tersebut. Fenomena ini mengindikasikan bahwa penyedia layanan tidak hanya perlu berfokus pada fungsionalitas, tetapi juga harus memperhatikan peningkatan aspek emosional yang mampu memberikan pengalaman menyenangkan bagi para pengguna mereka [2].

2. METODE

Penelitian ini menerapkan metode kuantitatif sebagai landasan ilmiah dalam proses analisisnya. Berdasarkan perspektif keilmuan, metode kuantitatif diklasifikasikan sebagai metode ilmiah karena telah memenuhi kaidah-kaidah empiris, objektif, terukur, rasional, dan sistematis. Selain itu, pendekatan ini sering disebut sebagai *metode discovery* karena kemampuannya dalam menemukan serta mengembangkan ilmu pengetahuan dan teknologi baru melalui pembuktian data yang bersifat konkret. Dalam praktiknya, data penelitian direpresentasikan dalam bentuk angka-angka yang kemudian diolah menggunakan analisis statistik untuk menarik kesimpulan yang akurat [13]. Adapun desain penelitian yang digunakan adalah analisis kausal. Melalui desain ini, peneliti berupaya untuk mengidentifikasi dan menjelaskan pola hubungan sebab-akibat yang terjadi antar variabel di dalam objek penelitian. Fokus utamanya adalah melihat sejauh mana variabel independen (variabel yang mempengaruhi) memiliki keterkaitan serta dampak terhadap variabel dependen (variabel yang dipengaruhi) [13].

2.1 Populasi dan Sampel

2.1.1 Populasi Penelitian

Populasi didefinisikan sebagai totalitas elemen yang membentuk wilayah generalisasi dalam sebuah penelitian. Berdasarkan pemikiran [13], populasi merujuk pada seluruh subjek atau unit pengamatan yang menjadi target pengukuran. Keberadaan populasi bukan sekadar kumpulan objek atau subjek dalam jumlah tertentu, melainkan sebuah cakupan luas yang memiliki kuantitas dan karakteristik spesifik yang telah ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari hingga menghasilkan suatu kesimpulan. Penting untuk digarisbawahi bahwa cakupan ini tidak hanya terbatas pada manusia, tetapi juga mencakup objek fisik serta benda alam lainnya, yang merangkum seluruh sifat dan atribut mendalam dari setiap elemen yang diteliti.

2.1.2 Sampel Penelitian

Sampel dalam penelitian kuantitatif dipahami sebagai representasi dari populasi, baik dalam hal jumlah maupun karakteristik tertentu yang melekat padanya. Merujuk pada pemikiran Sugiyono [13], penggunaan sampel menjadi solusi praktis ketika peneliti menghadapi kendala seperti populasi yang terlalu luas, keterbatasan dana, tenaga, maupun waktu yang tidak memungkinkan untuk mengamati

seluruh anggota populasi. Dengan mengambil sebagian elemen dari populasi tersebut, peneliti tetap dapat menarik kesimpulan yang valid untuk digeneralisasikan pada populasi secara keseluruhan.

Mengingat jumlah pasti populasi mahasiswa pengguna OVO di wilayah Jakarta Barat tidak dapat diidentifikasi secara eksplisit karena keterbatasan data resmi, maka penelitian ini menggunakan pendekatan metodologis yang dikemukakan oleh Hair et al. dalam Prasetya & Harwani [2]. Pedoman tersebut menyatakan bahwa ukuran sampel yang memadai untuk analisis data dapat ditentukan dengan mengalikan jumlah indikator penelitian dengan faktor pengali antara 5 hingga 10. Berdasarkan acuan tersebut, peneliti menetapkan jumlah sampel sebanyak 125 responden, yang diperoleh dari perhitungan 25 indikator penelitian dikalikan dengan batas minimal pengali yaitu 5

2.2 Metode Pengumpulan Data

Kuesioner merupakan instrumen pengumpulan data yang terdiri dari rangkaian pertanyaan atau pernyataan tertulis yang dirancang untuk mendapatkan tanggapan dari responden. Metode ini dinilai sangat efektif apabila peneliti telah memiliki pemahaman mendalam mengenai variabel yang akan diukur serta mampu memprediksi arah jawaban dari para responden. Merujuk pada pemikiran Sugiyono [13], efektivitas kuesioner sangat bergantung pada ketepatan penyusunan butir pertanyaan yang relevan dengan tujuan penelitian.

Dalam penelitian ini, proses pengumpulan data dilakukan secara digital dengan memanfaatkan *platform* Google Form. Instrumen tersebut memuat serangkaian pertanyaan yang dirancang untuk menggali informasi dari responden di wilayah Jakarta Barat terkait pengaruh variabel kepercayaan, persepsi kemudahan penggunaan, dan motivasi hedonis terhadap minat penggunaan dompet digital. Guna menjangkau sampel secara luas dan efisien, penyebaran kuesioner dilakukan secara daring sehingga aksesibilitasnya tidak terbatas oleh ruang dan waktu. Peneliti mendistribusikan tautan kuesioner melalui berbagai media sosial populer, seperti WhatsApp, Instagram, Twitter, dan Facebook, untuk memastikan representasi data yang memadai dari target responden.

2.3 Metode Analisis Data

2.3.1 Analisis Deskriptif

Berdasarkan pemikiran Sugiyono [13], analisis deskriptif merupakan prosedur yang digunakan untuk memberikan gambaran umum serta penjelasan mendalam mengenai variabel-variabel yang diteliti. Analisis ini dioperasikan melalui penggunaan statistik deskriptif yang menyajikan data dalam bentuk nilai rata-rata (*mean*), nilai maksimum, serta standar deviasi. Dengan menyusun data secara sistematis, informasi yang diperoleh menjadi lebih mudah dipahami secara kontekstual dan mampu merepresentasikan karakteristik dari setiap variabel penelitian. Secara teknis, analisis deskripsi ini terbagi menjadi dua bagian utama, yaitu:

a. Analisis Deskriptif Responden

Pada penelitian ini mendeskripsikan responden dengan kategori sebagai berikut:

- 1) Karakteristik berdasarkan jenis kelamin
- 2) Karakteristik berdasarkan usia
- 3) Karakteristik berdasarkan pendidikan
- 4) Karakteristik berdasarkan pengeluaran

b. Analisis Deskriptif Variabel

Analisis deskriptif variabel adalah analisis yang menghitung rata-rata jawaban responden untuk masing-masing variabel, item, dan indikator serta mengidentifikasi jumlah responden yang menjawab sangat tidak setuju, tidak setuju, netral, setuju, dan sangat setuju.

2.3.2 Uji Instrumen

a. Uji Validitas

Keabsahan hasil penelitian sangat bergantung pada tingkat validitas data yang diperoleh. Merujuk pada pemikiran Sugiyono [13], sebuah hasil penelitian dinyatakan valid apabila terdapat kesesuaian yang mutlak antara data yang dikumpulkan oleh peneliti dengan kondisi riil pada objek yang diteliti. Sebagai ilustrasi, jika objek yang diamati secara faktual berwarna merah, namun data yang terekam justru menunjukkan warna putih, maka hasil penelitian tersebut dianggap tidak valid.

Dengan demikian, data yang valid dapat didefinisikan sebagai informasi yang memiliki konsistensi penuh, di mana tidak terdapat perbedaan antara apa yang dilaporkan oleh peneliti dalam laporannya dengan kenyataan objektif yang terjadi di lapangan. Prinsip validitas ini menjadi fondasi utama untuk menjamin bahwa instrumen penelitian benar-benar mampu mengukur apa yang seharusnya diukur secara akurat.

b. Uji Reliabilitas

Menurut [13], data dianggap reliabel jika dibuat oleh dua atau lebih peneliti pada subjek yang sama, pada waktu yang sama, atau pada sekelompok data yang dipecah menjadi dua menunjukkan hasil yang berbeda. Jika seorang peneliti menemukan sesuatu dalam objek berwarna merah, peneliti lain akan menemukan hal yang sama. Jika seorang peneliti menemukan data berwarna merah dalam objek kemarin, maka objek tersebut akan tetap berwarna merah sekarang atau besok. Karena reliabilitas bergantung pada derajat konsistensi, peneliti lain akan menghasilkan data yang sama jika mereka melakukan penelitian pada subjek yang sama dengan metode yang sama. Data yang konsisten atau reliabel cenderung valid, tetapi belum tentu valid. Orang yang berbohong secara teratur akan terlihat seperti mereka benar, meskipun sebenarnya mereka tidak benar.

c. Uji Signifikan Simultan

Uji F, atau yang sering disebut sebagai uji signifikansi simultan, digunakan untuk mengevaluasi sejauh mana seluruh variabel independen secara bersama-sama mampu menjelaskan variasi atau perilaku dari variabel dependen. Berdasarkan pandangan Sugiyono [13], pengujian ini juga berfungsi untuk memastikan apakah koefisien regresi dari setiap variabel bebas memiliki nilai yang sama dengan nol atau tidak. Secara umum, uji ini memberikan gambaran menyeluruh mengenai pengaruh kolektif variabel bebas terhadap variabel terikat.

Dasar pengambilan keputusan dalam uji simultan ini dapat ditinjau melalui dua kriteria utama. Pertama, dengan membandingkan nilai F_{hitung} dan F_{tabel} ; jika F_{hitung} lebih besar daripada F_{tabel} , maka hipotesis diterima (H_0 ditolak), yang berarti variabel-variabel bebas secara bersama-sama berpengaruh terhadap variabel terikat. Sebaliknya, jika F_{hitung} lebih kecil daripada F_{tabel} , maka variabel bebas dianggap tidak memiliki pengaruh simultan terhadap variabel terikat. Kedua, keputusan dapat diambil berdasarkan nilai signifikansi, di mana nilai signifikansi yang lebih kecil dari 0,05 mengindikasikan adanya pengaruh signifikan secara simultan, sementara nilai di atas 0,05 menunjukkan tidak adanya pengaruh signifikan dari variabel-variabel bebas tersebut.

2.3.3 Analisis Partial Least Square

Partial Least Square (PLS) adalah salah satu metode dalam *Structural Equation Modeling* (SEM) berbasis varian yang digunakan untuk menguji hubungan antar variabel laten dalam model yang kompleks. Berbeda dengan SEM berbasis kovarian seperti Lisrel atau AMOS, PLS tidak memerlukan asumsi distribusi normal dan lebih fleksibel dalam menangani data dengan multikolinearitas tinggi, indikator yang banyak, serta ukuran sampel yang kecil. Metode ini lebih berfokus pada prediksi dan

pengembangan teori, sehingga sangat cocok digunakan dalam penelitian eksploratif maupun konfirmatori yang bertujuan untuk memaksimalkan varians variabel dependen yang dijelaskan oleh variabel independen.

Menurut Ghozali [14], PLS (*Partial Least Square*) adalah sebuah metode alternatif untuk *Structural Equation Modeling* (SEM) yang dimana metode ini banyak digunakan oleh peneliti dalam berbagai bidang penelitian. PLS memungkinkan penggunaanya dalam data yang tidak normal serta relatif kecil dan memberikan pengukuran yang lebih efektif serta efisien. PLS yang digunakan dalam penelitian ini yaitu versi 3.2.9.

a. Menguji Model Pengukuran (Outer Model)

Bagaimana setiap blok indikator berhubungan dengan variabel latennya dijelaskan oleh outer model, yang juga disebut sebagai outer relation atau measurement model.

1) *Convergent Validity*

Validitas konvergen merupakan parameter yang menunjukkan sejauh mana hasil pengukuran suatu konsep memiliki korelasi positif dengan pengukuran konsep lain yang secara teoritis memang seharusnya saling berkaitan. Dalam konteks ini, *convergent validity* berfungsi untuk mengukur kekuatan hubungan antara indikator dengan variabel laten atau konstruk yang diwakilinya. Evaluasi terhadap validitas konvergen dilakukan dengan memeriksa reliabilitas item individu melalui nilai *standardized loading factor*. Sebuah indikator dianggap ideal dan layak digunakan sebagai pengukur konstruk apabila memiliki nilai pemuatan faktor standar di atas 0,5. Sebaliknya, jika indikator memiliki nilai di bawah ambang batas 0,5, maka indikator tersebut harus dikeluarkan dari model karena dianggap tidak cukup kuat dalam merepresentasikan konstruk yang diteliti.

2) *Discriminant Validity*

Pengujian validitas diskriminan pada model pengukuran dengan indikator reflektif dilakukan melalui analisis *cross-loading* antara indikator dengan konstruksya. Sebuah indikator dinyatakan valid secara diskriminan apabila nilai *loading factor* terhadap konstruk yang dituju lebih tinggi dibandingkan dengan nilai *loading factor* terhadap konstruk lainnya dalam model. Kondisi ini mengindikasikan bahwa konstruk laten mampu memprediksi indikator pada bloknya sendiri secara lebih akurat daripada indikator pada blok konstruk lain. Selain melalui *cross-loading*, validitas diskriminan juga dievaluasi dengan membandingkan nilai akar kuadrat dari *average variance extracted* (AVE) setiap konstruk terhadap nilai korelasi antar konstruk dalam model. Suatu konstruk dinilai memiliki validitas diskriminan yang baik apabila nilai akar kuadrat AVE-nya lebih besar dibandingkan dengan korelasi konstruk tersebut dengan konstruk lainnya. Dengan terpenuhinya kriteria ini, maka konstruk tersebut dianggap memiliki identitas yang kuat dan berbeda secara signifikan dari variabel lain dalam model penelitian [14].

3) *Composite Reliability*

Pengujian reliabilitas komposit bertujuan untuk mengevaluasi tingkat keandalan dan konsistensi internal dari instrumen yang digunakan dalam sebuah model penelitian. Suatu konstruk dinilai memiliki reliabilitas yang baik apabila seluruh variabel laten mencatatkan nilai reliabilitas gabungan (*composite reliability*) serta nilai *Cronbach's alpha* di atas ambang batas 0,7. Tercapainya nilai tersebut menunjukkan bahwa kuesioner yang digunakan sebagai alat ukur penelitian memiliki konsistensi yang tinggi, sehingga dapat diandalkan untuk pengambilan data secara berulang dalam kondisi yang serupa

4) *Cronbach's Alpha*

Penggunaan Cronbach's alpha dalam penelitian ditujukan untuk mendiagnosis konsistensi internal dari keseluruhan skala pengukuran melalui koefisien reliabilitasnya. Secara teknis,

instrumen penelitian dinilai andal apabila mampu memberikan hasil yang konsisten ketika dilakukan pengukuran berulang. Dalam konteks penelitian eksploratif, standar nilai Cronbach's alpha yang berada di atas 0,60 dianggap masih memenuhi syarat dan dapat diterima sebagai indikator bahwa kuesioner tersebut memiliki reliabilitas yang memadai untuk digunakan

b. Menguji Model Struktural (Inner Model)

Pengujian *inner model* merupakan tahap pengembangan model yang berlandaskan pada konsep dan teori untuk menganalisis keterkaitan antara variabel eksogen dan endogen sebagaimana yang telah dipaparkan dalam kerangka konseptual. Fokus utama dari analisis ini adalah untuk menguji kekuatan hubungan antarvariabel laten serta memastikan bahwa model struktural yang dibangun memiliki konsistensi dengan dasar teoretis yang digunakan.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1 Model Pengukuran (*Outer Model*)

3.1.1 Hasil Pengujian Convergent Validity

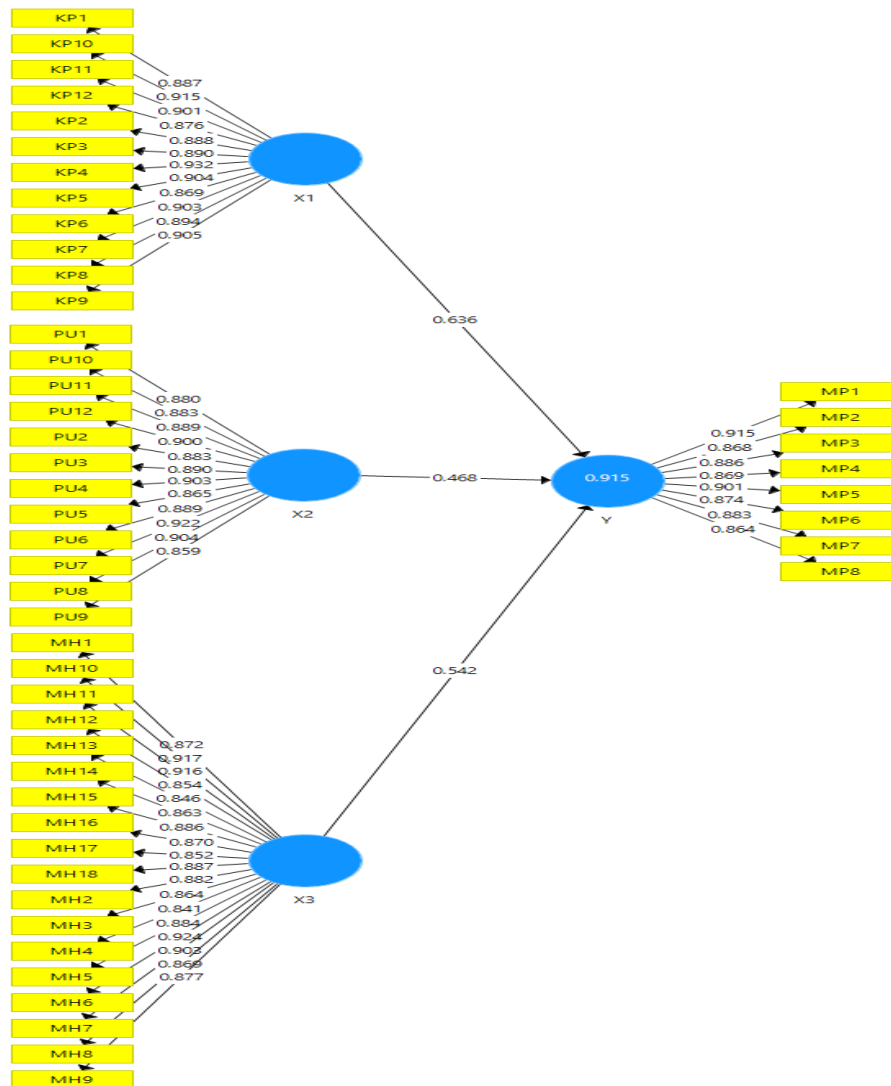
Convergent validity Merupakan tingkat sejauh mana hasil pengukuran dari satu konsep berkorelasi positif dengan hasil pengukuran dari konsep lain yang seharusnya berkorelasi positif secara teoritis. *Convergent validity* adalah ukuran seberapa besar korelasi yang ada antara konstruk dan variabel laten. Dalam evaluasi validitas konvergen dari pemeriksaan reliabilitas item individu, nilai faktor pengisian standar dan strukturnya dapat dilihat. Nilai *standarized loading* faktor di atas 0.5 dapat dianggap ideal, menandakan bahwa indikator tersebut dapat digunakan sebagai pengukur konstruk. Nilai di bawah 0.5, di sisi lain, dikeluarkan dari model [15]. Berikut hasil dari *convergent validity*:

Tabel 1. Hasil Pengujian *Convergent Validity*

Variabel	Indikator	Skor <i>Outer Loading</i>	Keterangan
Kepercayaan (X1)	KP1	0.887	Valid
	KP2	0.888	Valid
	KP3	0.89	Valid
	KP4	0.932	Valid
	KP5	0.904	Valid
	KP6	0.869	Valid
	KP7	0.903	Valid
	KP8	0.894	Valid
	KP9	0.905	Valid
	KP10	0.915	Valid
	KP11	0.901	Valid
	KP12	0.876	Valid
Persepsi Kemudahan (X2)	PU1	0.880	Valid
	PU2	0.883	Valid
	PU3	0.890	Valid
	PU4	0.903	Valid
	PU5	0.865	Valid
	PU6	0.889	Valid
	PU7	0.922	Valid
	PU8	0.904	Valid

Variabel	Indikator	Skor <i>Outer Loading</i>	Keterangan
	PU9	0.859	Valid
	PU10	0.883	Valid
	PU11	0.889	Valid
	PU12	0.900	Valid
Motivasi Hedonis (X3)	MH1	0.872	Valid
	MH2	0.882	Valid
	MH3	0.864	Valid
	MH4	0.841	Valid
	MH5	0.884	Valid
	MH6	0.924	Valid
	MH7	0.903	Valid
	MH8	0.869	Valid
	MH9	0.877	Valid
	MH10	0.917	Valid
	MH11	0.916	Valid
	MH12	0.854	Valid
	MH13	0.846	Valid
	MH14	0.863	Valid
	MH15	0.886	Valid
	MH16	0.87	Valid
	MH17	0.852	Valid
	MH18	0.887	Valid
Minat Penggunaan (Y)	MP1	0.915	Valid
	MP2	0.868	Valid
	MP3	0.886	Valid
	MP4	0.869	Valid
	MP5	0.901	Valid
	MP6	0.874	Valid
	MP7	0.883	Valid
	MP8	0.864	Valid

Sumber: Hasil olah data (2025).



Gambar 1. Hasil Algoritma PLS

Berdasarkan hasil pengujian *convergent validity*, seluruh indikator pada masing-masing variabel dinyatakan valid karena skor *outer loading*-nya lebih besar dari 0,70. Variabel Kepercayaan (X1) dengan 12 indikator memiliki skor *outer loading* antara 0,869 hingga 0,932, menunjukkan bahwa setiap indikator mampu merepresentasikan konstruk kepercayaan dengan baik. Variabel Persepsi Kemudahan (X2) dengan 12 indikator memiliki skor *outer loading* antara 0,859 hingga 0,922, menandakan bahwa seluruh indikator valid dalam mengukur persepsi kemudahan penggunaan OVO. Variabel Motivasi Hedonis (X3) dengan 18 indikator memiliki skor *outer loading* antara 0,841 hingga 0,924, sehingga semua indikator valid untuk mengukur aspek kesenangan, kenyamanan, dan kepuasan psikologis pengguna. Sedangkan variabel Minat Penggunaan (Y) dengan 8 indikator memiliki skor *outer loading* antara 0,864 hingga 0,915, yang menunjukkan bahwa setiap indikator valid dalam mengukur minat mahasiswa menggunakan OVO. Hasil ini menegaskan bahwa semua indikator pada masing-masing variabel telah memenuhi kriteria validitas konvergen, sehingga dapat digunakan untuk analisis lebih lanjut dalam penelitian.

3.1.2 Hasil Pengujian *Discriminant Validity*

Pengujian terhadap validitas diskriminan pada model pengukuran dengan indikator reflektif dilakukan melalui analisis *cross-loading* antara indikator dan konstruknya. Sebuah indikator dinyatakan memenuhi kriteria validitas apabila nilai *loading factor* terhadap konstruk yang dituju merupakan yang tertinggi jika dibandingkan dengan nilai *loading factor* pada konstruk lainnya. Hal ini menjadi bukti bahwa konstruk laten tersebut mampu memprediksi indikator pada bloknya sendiri dengan lebih baik daripada indikator pada blok lain.

Selain melalui *cross-loading*, evaluasi dilakukan dengan membandingkan nilai akar kuadrat dari *average variance extracted* (AVE) untuk setiap variabel terhadap nilai korelasi antar konstruk dalam model tersebut. Jika suatu konstruk memiliki nilai yang memenuhi parameter tersebut, maka konstruk tersebut dinilai memiliki validitas diskriminan yang baik dan dapat diandalkan dalam pengujian model struktural :

Tabel 2. Pengujian Discriminant Validity (*Cross Loading*)

Indikator	X1	X2	X3	Y
KP1	0.887	-0.098	0.06	0.553
KP2	0.888	-0.191	0.1	0.552
KP3	0.89	-0.072	0.041	0.554
KP4	0.932	-0.111	0.03	0.564
KP5	0.904	-0.044	0.08	0.6
KP6	0.869	0.001	-0.012	0.535
KP7	0.903	-0.028	0.057	0.57
KP8	0.894	-0.138	0.047	0.527
KP9	0.905	-0.097	0.102	0.601
KP10	0.915	-0.149	0.077	0.537
KP11	0.901	-0.047	0.063	0.596
KP12	0.876	-0.086	0.054	0.533
PU1	-0.173	0.880	0.077	0.339
PU2	-0.069	0.883	-0.006	0.381
PU3	-0.059	0.89	0.034	0.408
PU4	-0.048	0.903	0.04	0.406
PU5	-0.054	0.865	0.005	0.37
PU6	-0.055	0.889	0.011	0.396
PU7	-0.13	0.922	0.003	0.349
PU8	-0.159	0.904	-0.056	0.294
PU9	-0.084	0.859	-0.035	0.337
PU10	-0.071	0.883	0.08	0.405
PU11	-0.034	0.889	-0.002	0.379
PU12	-0.144	0.900	0.044	0.351
MH1	-0.025	0.007	0.872	0.449
MH2	0.011	-0.012	0.882	0.487
MH3	0.069	-0.039	0.864	0.5
MH4	0.017	0.011	0.841	0.501
MH5	-0.026	-0.04	0.884	0.431

Indikator	X1	X2	X3	Y
MH6	0.111	0.002	0.924	0.582
MH7	0.118	0.099	0.903	0.62
MH8	0.104	0.067	0.869	0.547
MH9	0.121	-0.021	0.877	0.534
MH10	0.098	0.026	0.917	0.558
MH11	-0.017	0.081	0.916	0.534
MH12	0.026	0.015	0.854	0.493
MH13	0.093	0.095	0.846	0.555
MH14	0.055	-0.017	0.863	0.503
MH15	0.094	0.019	0.886	0.543
MH16	0.038	0.001	0.87	0.496
MH17	0.075	-0.04	0.852	0.496
MH18	0.016	0.028	0.887	0.494
MP1	0.546	0.402	0.538	0.915
MP2	0.544	0.34	0.516	0.868
MP3	0.537	0.391	0.506	0.886
MP4	0.564	0.319	0.526	0.869
MP5	0.517	0.435	0.538	0.901
MP6	0.513	0.382	0.57	0.874
MP7	0.635	0.336	0.513	0.883
MP8	0.558	0.339	0.483	0.864

Berdasarkan hasil pengujian *discriminant validity* menggunakan *cross loading*, seluruh indikator pada masing-masing variabel menunjukkan nilai loading yang lebih tinggi pada konstraknya sendiri dibandingkan konstruk lainnya. Untuk variabel Kepercayaan (X1), skor loading indikator berkisar antara 0,869 hingga 0,932, lebih tinggi dibandingkan loading pada variabel X2, X3, dan Y. Variabel Persepsi Kemudahan (X2) memiliki skor loading antara 0,859 hingga 0,922, yang juga lebih tinggi dibandingkan skor pada variabel lainnya. Variabel Motivasi Hedonis (X3) menunjukkan skor loading indikator antara 0,841 hingga 0,924, lebih dominan pada konstruk X3 dibandingkan X1, X2, dan Y. Sedangkan variabel Minat Penggunaan (Y) memiliki skor loading antara 0,864 hingga 0,915, yang lebih tinggi dibandingkan variabel X1, X2, dan X3. Hasil ini menegaskan bahwa masing-masing indikator berhasil mengukur konstruk yang seharusnya, sehingga seluruh variabel penelitian telah memenuhi kriteria validitas diskriminan dan dapat digunakan untuk analisis lanjutan.

Tabel 3. Hasil Pengujian AVE

Variabel	Average Variance Extraced (AVE)
Kepercayaan (X1)	0.805
Persepsi Kemudahan (X2)	0.790
Motivasi Hedonis (X3)	0.772
Minat Penggunaan (Y)	0.779

Berdasarkan hasil pengujian *Average Variance Extracted* (AVE), seluruh variabel penelitian menunjukkan nilai AVE di atas 0,50, yang menandakan bahwa konstruk memiliki tingkat validitas konvergen yang baik. Variabel Kepercayaan (X1) memperoleh nilai AVE sebesar 0,805, Persepsi

Kemudahan (X2) sebesar 0,790, Motivasi Hedonis (X3) sebesar 0,772, dan Minat Penggunaan (Y) sebesar 0,779. Nilai AVE yang tinggi pada masing-masing variabel menunjukkan bahwa indikator-indikator yang digunakan mampu menjelaskan variabelnya masing-masing secara memadai. Dengan demikian, hasil ini memperkuat validitas konstruk dan memastikan bahwa data yang digunakan dalam penelitian layak untuk dianalisis lebih lanjut dalam menguji pengaruh kepercayaan, persepsi kemudahan penggunaan, dan motivasi hedonis terhadap minat penggunaan dompet digital OVO.

3.1.3 Hasil Pengujian *Composite Reliability* dan *Cronbach's Alpha*

Tabel 4. Hasil Pengujian *Composite Reliability* dan *Cronbach's Alpha*

Variabel	<i>Cronbach's Alpha</i>	<i>Composite Reliability</i>
Kepercayaan (X1)	0.978	0.98
Persepsi Kemudahan (X2)	0.976	0.978
Motivasi Hedonis (X3)	0.983	0.984
Minat Penggunaan (Y)	0.959	0.966

Secara terperinci, variabel Kepercayaan (X1) mencatatkan nilai *Cronbach's Alpha* sebesar 0,978 dengan *Composite Reliability* mencapai 0,980. Variabel Persepsi Kemudahan (X2) menunjukkan angka 0,976 dan 0,978, sementara Motivasi Hedonis (X3) memperoleh nilai tertinggi yaitu 0,983 dan 0,984. Terakhir, variabel Minat Penggunaan (Y) memiliki nilai sebesar 0,959 dan 0,966.

Capaian nilai reliabilitas yang sangat kuat pada setiap variabel mengindikasikan bahwa seluruh indikator telah secara konsisten mengukur konstruk latennya masing-masing. Dengan terpenuhinya standar reliabilitas ini, data penelitian dipastikan valid dan dapat dipercaya untuk dilanjutkan ke tahap analisis hubungan antarvariabel, khususnya dalam mengevaluasi pengaruh kepercayaan, persepsi kemudahan, dan motivasi hedonis terhadap minat penggunaan dompet digital OVO.

3.2 Model Struktural (*Inner Model*)

3.2.1 Hasil Pengujian Nilai R-Square (R^2)

Tabel 5. Nilai R-Square (R^2)

	R Square
Minat Penggunaan (Y)	0.915

Sumber: Hasil olah data (2025).

Berdasarkan hasil analisis model struktural, nilai *R-Square* (R^2) untuk variabel Minat Penggunaan (Y) tercatat sebesar 0,915. Nilai ini mengindikasikan bahwa sebesar 91,5% variasi minat mahasiswa dalam menggunakan dompet digital OVO dapat dijelaskan secara simultan oleh variabel Kepercayaan (X1), Persepsi Kemudahan (X2), dan Motivasi Hedonis (X3). Sementara itu, sisa variasi sebesar 8,5% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain di luar lingkup model penelitian ini.

Tingginya nilai R^2 ini menunjukkan bahwa model penelitian memiliki kemampuan prediktif yang sangat kuat dalam menjelaskan perilaku minat penggunaan di kalangan responden. Hal ini menegaskan bahwa kombinasi variabel independen yang diteliti—yakni kepercayaan, persepsi kemudahan, dan motivasi hedonis—memberikan kontribusi yang signifikan dan dominan dalam membentuk niat mahasiswa untuk menggunakan layanan dompet digital OVO.

3.2.2 Hasil Pengujian *Predictive Relevance* (Q^2)

Tabel 6. Hasil Pengujian Q-Square (Q^2)

	Q^2 Predict
Minat Penggunaan (Y)	0.911

Berdasarkan hasil analisis prediktif, nilai Q-Square (Q^2) untuk variabel Minat Penggunaan (Y) tercatat sebesar 0,911. Dalam evaluasi model struktural, nilai Q^2 yang lebih besar dari nol menunjukkan bahwa model tersebut memiliki *predictive relevance* atau relevansi prediktif yang memadai.

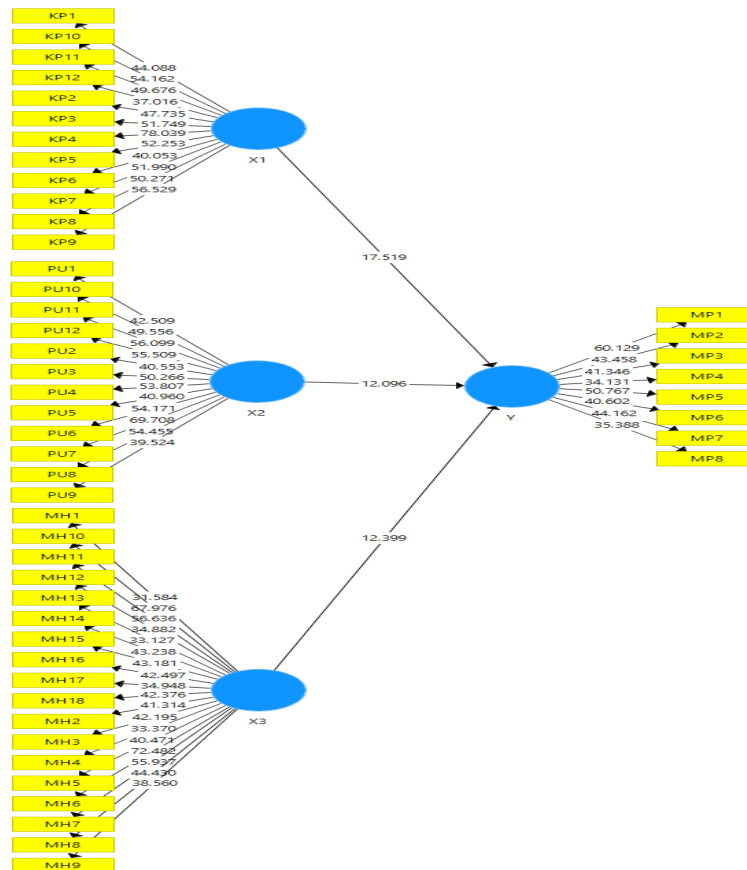
Capaian nilai 0,911 ini mengindikasikan bahwa model penelitian memiliki kemampuan prediktif yang sangat baik, di mana variabel independen yang terdiri dari Kepercayaan (X1), Persepsi Kemudahan (X2), dan Motivasi Hedonis (X3) mampu memprediksi minat penggunaan dompet digital OVO dengan tingkat akurasi yang tinggi. Dengan kata lain, model ini tidak hanya mampu menjelaskan hubungan antarvariabel secara statistik, tetapi juga efektif dalam memprediksi nilai-nilai observasi baru di masa mendatang.

Hasil pengujian ini secara substansial memperkuat validitas model penelitian secara keseluruhan. Hal ini menegaskan bahwa faktor-faktor yang diteliti memang memiliki peran yang sangat signifikan dalam memengaruhi minat mahasiswa di Jakarta Barat untuk menggunakan layanan OVO.

3.2.3 Hasil Pengujian Hipotesis

Tabel 7. Hasil Pengujian Hipotesis

	<i>Original Sample</i> (O)	<i>Sample Mean</i> (M)	<i>Standard Deviation</i> (STDEV)	<i>T Statistics</i> (O/STDEV)	<i>P Values</i>
X1 -> Y	0.636	0.634	0.036	17.519	0.000
X2 -> Y	0.468	0.466	0.039	12.096	0.000
X3 -> Y	0.542	0.542	0.044	12.399	0.000



Gambar 2. Hasil Uji *Bootstrapping*

Berdasarkan analisis model struktural yang telah dilakukan, berikut adalah simpulan dari pengujian hipotesis dalam penelitian ini:

1. Pengaruh Kepercayaan (X1) terhadap Minat Penggunaan (Y) Hasil pengujian menunjukkan nilai *path coefficient* sebesar 0,636 dengan nilai t-statistik 17,519 dan *p-value* 0,000. Karena *p-value* jauh di bawah ambang batas 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa Kepercayaan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Penggunaan OVO di kalangan mahasiswa. Dengan demikian, Hipotesis 1 (H1) diterima, yang menegaskan bahwa semakin tinggi rasa percaya pengguna, semakin kuat pula minat mereka untuk menggunakan layanan tersebut.
2. Pengaruh Persepsi Kemudahan (X2) terhadap Minat Penggunaan (Y) Pengujian variabel ini menghasilkan nilai *path coefficient* sebesar 0,468 dengan t-statistik 12,096 dan *p-value* 0,000. Signifikansi statistik ini menunjukkan bahwa Persepsi Kemudahan berperan penting dalam meningkatkan Minat Penggunaan. Oleh karena itu, Hipotesis 2 (H2) diterima; hal ini membuktikan bahwa kemudahan dalam mengoperasikan aplikasi OVO secara langsung mendorong keinginan mahasiswa untuk mengadopsi teknologi tersebut dalam aktivitas mereka.
3. Pengaruh Motivasi Hedonis (X3) terhadap Minat Penggunaan (Y) Motivasi Hedonis mencatatkan nilai *path coefficient* sebesar 0,542 dengan t-statistik 12,399 dan *p-value* 0,000. Nilai *p-value* yang lebih kecil dari 0,05 mengonfirmasi bahwa pengaruh variabel ini sangat signifikan. Dengan diterimanya Hipotesis 3 (H3), dapat disimpulkan bahwa aspek kesenangan dan kepuasan emosional saat menggunakan uang elektronik menjadi pendorong utama yang meningkatkan minat mahasiswa terhadap OVO.

4. KESIMPULAN

Kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan OVO, artinya semakin tinggi rasa aman, keyakinan pada reputasi, dan keandalan layanan, semakin besar minat mahasiswa untuk menggunakan aplikasi ini.

Persepsi kemudahan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan OVO, yang menunjukkan bahwa kemudahan fitur dan kenyamanan transaksi mendorong mahasiswa lebih aktif menggunakan dompet digital tersebut.

Motivasi hedonis berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan OVO, yang berarti pengalaman menyenangkan dan kepuasan emosional turut meningkatkan ketertarikan mahasiswa dalam menggunakan aplikasi

REFERENSI

- [1] VISA. (2024, March 19). *Budaya Cashless Marak di Indonesia Seiring Penggunaan Uang Tunai yang Terus Menurun* | Visa. Visa.Co.Id. <https://www.visa.co.id/about-visa/newsroom/press-releases/nr-id-240319.html>
- [2] Prasetya, I. G. B. I., & Purnamwati, I. G. A. (2020). Pengaruh Nilai Harga, Motivasi Hedonis, Kebiasaan dan Daya Tarik Promo terhadap Minat Menggunakan Mobile Payment OVO. *Jurnal Akuntansi Profesi*, Vol. 11(1), 148–158.
- [3] Attaqi, M. F., Suryono, I. A., Kussujaniatun, S., & Sudaryatie, S. (2022). Pengaruh Kepercayaan, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Dan Kualitas Pelayanan Elektronik Terhadap Niat Beli Ulang.
- [4] Lauriady, J. A., & Wiyanto, H. (2022). Pengaruh Financial Attitude, Financial Behavior, dan Financial Knowledge terhadap Financial Literacy Pengguna OVO di Jakarta Barat. *Jurnal Manajerial dan Kewirausahaan*, 4(1).
- [5] Annur, C.M. (2022). *E-Wallet, Metode Pembayaran Paling Banyak Digunakan Selama Harbolnas 2021*. Databoks.Katadata.Co.Id. <https://databoks.katadata.co.id/teknologi-telekomunikasi/statistik/59baf5354202b85/e-wallet-metode-pembayaran-paling-banyak-digunakan-selama-harbolnas-2021>
- [6] Madjid, Z. (2022). *Survei InsightAsia: 71% Warga Pakai Dompet Digital, GoPay Paling Laris - Keuangan* Katadata.co.id. <https://katadata.co.id/finansial/keuangan/6384a25362e03/survei-insightasia-71-warga-pakai-dompet-digital-gopay-paling-laris>
- [7] Hasya, R. (2022). *Ini 10 E-Wallet yang Paling Sering Dipakai Masyarakat Indonesia Tahun 2022 - GoodStats*. Goodstats.Id. <https://goodstats.id/article/ini-10-e-wallet-yang-paling-sering-dipakai-masyarakat-indonesia-M4TA4>
- [8] Rania, D. (2024). *Survei Dompet Digital Paling Favorit di Indonesia [2024] - Jubelio*. Jubelio.Com. <https://jubelio.com/hasil-survei-dompet-digital-paling-favorit-di-indonesia/>
- [9] Wicaksono, S. R. (2022). *Teori Dasar Technology Acceptance Model* (Issue March). <https://doi.org/10.5281/zenodo.7754254>
- [10] Pratiwi, S., & Sofwan, A. (2022). Pengaruh Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, Perceived Risk dan Trust terhadap Minat Menggunakan Fintech ShopeePay. *Jurnal Rekognisi Akuntansi*, 6(2), 141–154.
- [11] Mujahidin, A. (2020). Pengaruh Fintech e-wallet Terhadap Perilaku Konsumtif Pada Generasi Millennial.
- [12] Rodiah, S. R., & Melati, I. S. (2020). Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Kemanfaatan, Risiko, dan Kepercayaan terhadap Minat Menggunakan E-wallet pada Generasi Milenial Kota Semarang. *Journal of Economic Education and Entrepreneurship*, 1(2), 66.

- <https://doi.org/10.31331/jeee.v1i2.1293>
- [13] Sugiyono. (2023). METODE PENELITIAN KUANTITATIF, KUALITATIF, dan R&D. In *Sustainability (Switzerland)* (Vol. 11, Issue 1). http://scioteca.caf.com/bitstream/handle/123456789/1091/RED2017-Eng-8ene.pdf?sequence=12&isAllowed=y%0Ahttp://dx.doi.org/10.1016/j.regsciurbeco.2008.06.005%0Ahttps://www.researchgate.net/publication/305320484_SISTEM_PEMBETUNGAN_TERPUS_AT_STRATEGI_MEESTARI
- [14] Ghozali. (2018). *Structural Equation Modeling Metode Alternatif dengan Partial Least Square (PLS)*. Universitas Diponegoro
- [15] Hair, J., Hult, G., Ringle, C., & Sarstedt, M. (2017). *A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM) (2 nd ed.)*. SAGE Publications.