

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

A. Minat

1. Pengertian Minat

Secara sederhana, “minat (*interest*) berarti kecenderungan dan kegairahan yang tinggi atau keinginan yang besar terhadap sesuatu”.¹ Dalam Kamus Besar bahasa Indonesia, minat berarti kecenderungan hati yang tinggi terhadap sesuatu.² Istilah minat merupakan terminologi aspek kepribadian untuk menggambarkan adanya kemauan, dorongan (*force*) yang timbul dari dalam diri individu untuk memilih objek lain yang sejenis.

Menurut Slameto, “minat adalah suatu rasa lebih suka dan rasa ketertarikan pada suatu hal atau aktivitas, tanpa ada yang menyuruh”.³ Menurut Crow & Crow dalam Abd. Rachman, minat bisa berhubungan dengan gaya gerak yang mendorong kita

¹ Muhibbin Syah, *Psikologi Pendidikan dengan Pendekatan Baru*, (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2013), Cet. 18, h.133

² Kamus Besar Bahasa Indonesia Versi Online atau dalam Jaringan, *Minat*, 2018, (<https://kbbi.web.id/minat>), pada tanggal 15 Januari 2020 pukul 14.30.

³ Syaiful Bahri Djamarah, *Psikologi Belajar*, (Jakarta: PT. Rineka Cipta, 2011), Ed.2, Cet.3,h.191.

cenderung atau merasa tertarik pada orang, benda atau kegiatan ataupun bisa berupa pengalaman yang efektif yang dirangsang oleh kegiatan itu sendiri.⁴ Minat ialah suatu dorongan yang menyebabkan terikatnya perhatian individu pada objek tertentu seperti pekerjaan, pelajaran, benda dan orang.⁵

Dari uraian di atas dapat disimpulkan bahwa minat merupakan suatu aspek psikologis yang mendorong individu merasa suka, senang serta ketertarikan terhadap suatu objek tertentu untuk memperoleh kepuasan dari apa yang disenanginya.

2. Unsur-unsur Minat

Minat mengandung unsur-unsur sebagai berikut:⁶

1) Kognisi (mengenal)

Unsur kognisi dalam arti minat itu didahului oleh pengetahuan dan informasi mengenai obyek yang dituju oleh minat tersebut. Pengetahuan ialah hasil dari tahu dan ini terjadi setelah orang melakukan penginderaan terhadap suatu obyek

⁴ Abd. Rachman Abror, *Psikolog Pendidikan*, (Yogyakarta: PT Tiara Wacana Yogya, 1993), Cet.4, h. 112.

⁵ Yudrik Jahja, *Psikologi Perkembangan*, (Jakarta: Prenadamelia Group, 2015), Ed. 1, Cet. 4, h.63.

⁶ Abd. Rachman Abror, *loc.cit.*

tertentu.⁷ Sedangkan informasi adalah data yang telah diolah menjadi sebuah bentuk yang berarti bagi penerimanya dan bermanfaat bagi pengambilan keputusan saat ini atau saat mendatang.⁸

2) Emosi (perasaan)

Unsur emosi karena dalam partisipasi atau pengalaman itu disertai dengan perasaan tertentu (biasanya perasaan senang). Biasanya emosi ditunjukkan dengan mencari tahu, mempertimbangkan dan memikirkan.

3) Konasi (kehendak)

Unsur konasi merupakan kelanjutan dari kedua unsur tersebut yaitu yang diwujudkan dalam bentuk kemauan dan hasrat untuk melakukan suatu kegiatan. Dikutip dari kompasiana, kemauan merupakan kekuatan yang sadar dan hidup dan atau menciptakan sesuatu yang berdasarkan perasaan dan pikiran.

⁷ Soekidjo Notoatmodjo, *Promosi Kesehatan dan Perilaku Kesehatan*, (Jakarta: PT. Rineka Cipta, 2012), Edisi Revisi, h. 138.

⁸ Abdul Kadir, *Pengenalan Sistem Informasi*, (Yogyakarta: ANDI, 2003) Edisi Revisi, h. 28.

Sedangkan hasrat ialah suatu keinginan tertentu yang dapat diulang-ulang.⁹

Jadi, dapat disimpulkan bahwa unsur-unsur dari minat adalah kognisi (mengenal), emosi (perasaan) dan konasi (kehendak).

3. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Minat

Menurut Sardiman dalam Agung Ibrahim, proses terbentuknya minat berasal dari perpaduan internal dan eksternal. Minat akan timbul dan berkembang setelah individu tersebut mendapatkan informasi, pengetahuan dan pengalaman dari suatu objek tersebut. Sardiman membedakan faktor pembentuk minat menjadi dua, yaitu:

- 1) Faktor dari dalam (instrinsik), yaitu dorongan atau kecenderungan seseorang yang berhubungan dengan aktivitas itu sendiri yang datang dari dalam diri masing-masing individu. Faktor instrinsik adalah faktor yang mempengaruhi minat dari dalam diri individu yang berasal dari

⁹ Asih Lestariani, *Gejala Kehendak (Konasi)*, 2019, (<https://www.kompasiana.com/asihlestariani/550112bca33311376f512dd7/gejala-kehendak-konasi>), pada tanggal 16 Januari 2020 pukul 08.40.

kecenderungan seseorang terhadap suatu hal yang diinginkannya atau disukainya. Contohnya: Perhatian, rasa suka, pengalaman, persepsi hobi dan lain sebagainya.

- 2) Faktor dari luar (ekstrinsik), yaitu kecenderungan seseorang untuk memilih aktivitas berdasarkan pengaruh orang lain atau tujuan dan harapan orang lain. Suatu perbuatan atau kondisi ketertarikan yang dipengaruhi atau didorong oleh pihak luar. Contohnya: pengarahan orang tua, kondisi lingkungan tempat tinggal, fasilitas dan lain sebagainya.¹⁰

Jadi, faktor yang mempengaruhi minat ada dua, yaitu faktor yang berasal dari dalam individu itu sendiri (instrinsik) dan faktor yang berasal dari luar (ekstrinsik).

4. Sifat dan Karakter Khusus Minat

Minat memiliki sifat dan karakter khusus, sebagai berikut:

- 1) Minat bersifat pribadi (individual), ada perbedaan antara minat seseorang dan orang lain.
- 2) Minat menimbulkan efek diskriminatif.

¹⁰ Agung Ibrahim, "Pengaruh Fasilitas Belajar dan Persepsi Profesi Guru Terhadap Minat dan Kesiapan Menjadi Guru pada Mahasiswa Kependidikan di Fakultas Ekonomi UNY". *Skripsi* pada Universitas Negeri Yogyakarta, Yogyakarta, 2014, h. 25-26, tidak dipublikasikan.

- 3) Erat hubungannya dengan motivasi, mempengaruhi dan dipengaruhi motivasi.
- 4) Minat merupakan sesuatu yang dipelajari, bukan bawaan lahir dan dapat berubah tergantung pada kebutuhan pengalaman dan metode.¹¹

Dari sifat dan karakter khusus yang disebutkan di atas, terlihat jelas bahwa minat merupakan alat motivasi utama yang dapat membangkitkan kegairahan seorang individu dalam memperoleh suatu objek tertentu yang disukainya, karena minat tanpa motivasi hanyalah sekedar berminat.

B. OVO

1. Pengertian OVO

OVO adalah sebuah aplikasi *smart* yang memberikan layanan pembayaran dan transaksi secara online (OVO Cash) juga bisa berkesempatan untuk mengumpulkan poin setiap kali melakukan transaksi pembayaran melalui OVO. Secara umum, OVO Cash dapat digunakan untuk berbagai macam pembayaran yang telah bekerja sama dengan OVO menjadi lebih cepat.

¹¹ Yudrik Jahja, op. cit., h. 63-64.

Sedangkan OVO Points adalah *loyalty rewards* bagi yang melakukan transaksi dengan menggunakan OVO Cash di *merchant-merchant* rekanan OVO. Untuk OVO Points sendiri, dapat ditukarkan dengan berbagai penawaran menarik hingga ditukarkan dengan transaksi di *merchant* rekanan OVO.

2. Fitur OVO

1) Fitur Utama

- a) Saldo Maksimum/Limit: Rp2.000.000, (*Unverified*)
Rp5.000.000,- (*OVO Premier*).
- b) Minimum Jumlah Top Up: Rp10.000.-
- c) Maksimum Top Up per bulan: Rp1.000.000,- (*OVO Club*)
/ Rp10.000.000,- (*OVO Premier*).
- d) Masa Berlaku: Tidak Terbatas.

2) Fitur Umum

a) Poin berlipat

Salah satu fitur utama dari OVO adalah dapat mengumpulkan poin dari setiap belanja yang dilakukan di *merchant* dengan tanda OVO Zone. Seperti telah disinggung sebelumnya. OVO tak hanya menawarkan media pembayaran. OVO juga

menawarkan *loyalty rewards* yang dapat diperoleh setiap melakukan transaksi di berbagai *merchant* rekanan OVO.

b) Promo memikat

Fitur selanjutnya yakni OVO menawarkan berbagai penawaran menarik bagi anggota OVO yang berbelanja di *merchant* rekanan OVO.

c) Merchant hebat di banyak tempat

Salah satu kelebihan dari OVO adalah bisa menggunakan OVO Points di berbagai *merchant* yang telah bekerja sama. OVO menawarkan kemudahan dalam bertransaksi serta pembayaran untuk segala kebutuhan di *merchant-merchant* yang telah tersebar di berbagai wilayah di Indonesia.

d) Pembayaran lebih cepat

Sama seperti media pembayaran cashless lainnya. OVO pun menawarkan pembayaran yang lebih cepat.

e) Atur keuangan dengan tepat

Dapat mengelola dan memonitor pengeluaran menggunakan OVO.

3. Layanan Pembayaran OVO

Dengan menggunakan OVO, bisa melakukan berbagai transaksi pembayaran sambil mengumpulkan OVO Points. Jenis transaksi yang bisa dilakukan adalah:

- a. Melakukan transaksi *online* atau *offline* di *merchant-merchant* yang bekerja sama dengan OVO.
- b. Pembayaran parkir di tempat-tempat yang bekerjasama dengan OVO.
- c. Pembelian pulsa telepon.
- d. Pembayaran di layanan aplikasi GRAB.

4. Cara Registrasi OVO

Untuk menggunakan layanan OVO, bisa melakukan langkah langkah pendaftaran sebagai berikut:

- a. Download dan Install aplikasi OVO lewat Google Play Store/ Apple Store di *smartphone*.
- b. Isi data pribadi seperti nama, nomor telepon dan alamat e-mail.
- c. Masukkan kode OTP lewat SMS dan e-mail.
- d. Tunggu proses verifikasi dan pilih kode keamanan.

- e. Akun OVO akan segera aktif.

5. Cara Cek Saldo OVO

Untuk melakukan pengecekan saldo OVO Cash, cukup masuk ke dalam aplikasi dan bisa langsung lihat di bagian kiri atas yang sudah tertera jumlah saldo OVO Cash yang ada sekarang.

6. Cara Isi Ulang Top Up OVO

Untuk melakukan isi ulang top up saldo OVO bisa melakukannya lewat beberapa cara sesuai dengan kebutuhan. Untuk pengisian saldo OVO memiliki jumlah minimum sebesar Rp10.000.-.¹²

C. Persepsi

1. Pengertian Persepsi

Istilah persepsi berasal dari bahasa Inggris “*perception*, yang diambil dari bahasa Latin *perceptio* yang berarti menerima atau mengambil.”¹³ Dalam filosofi, persepsi

¹² Cermati.com, *Ovo*, 2018, (<https://www.cermati.com/e-moneylovo>) pada tanggal 16 Januari 2020 pukul 17.45.

¹³ Desmita, *Psikologi Perkembangan Peserta Didik: Panduan bagi Orang Tua dan Guru dalam Memahami Psikologi Anak Usia SD, SMP dan SMA*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2010), Cet. 2, h. 117.

didefinisikan sebagai “metode kompleks untuk mendapatkan informasi tentang dunia di sekitar kita, terutama lewat indera kita serta mengadopsi informasi ini sebagai keyakinan”.¹⁴ Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia, persepsi berarti tanggapan (penerimaan) langsung dari sesuatu.¹⁵

Menurut Davidoff dalam Walgito, persepsi adalah pengorganisasian stimulus yang diindera oleh individu, kemudian diinterpretasikan sehingga individu menyadari, mengerti tentang apa yang diindera itu. Persepsi pada hakikatnya adalah proses kognitif yang dialami oleh setiap orang di dalam memahami informasi tentang lingkungannya, baik lewat penglihatan, pendengaran, penghayatan, perasaan dan penciuman.¹⁶

Persepsi merupakan suatu proses yang didahului oleh penginderaan, yaitu merupakan proses yang berujud diterimanya stimulus oleh individu melalui alat reseptornya. Namun proses itu

¹⁴ Philip Carter, *Tes IQ dan Tes Kepribadian*, (Jakarta: PT Indeks, 2009), Cet. 1, h. 193.

¹⁵ Kamus Besar Bahasa Indonesia Versi Online atau dalam Jaringan, *Persepsi*, 2018, (<https://kbbi.web.id/persepsi>) pada tanggal 16 Januari 2020 pukul 20.32.

¹⁶ Miftah Thoha, *Perilaku Organisasi: Konsep Dasar dan Aplikasinya*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2010), Ed. 1, Cet. 20. h. 141-142.

tidak berhenti sampai situ saja, melainkan stimulus itu diteruskan ke pusat susunan syaraf yaitu otak dan terjadilah proses psikologis, sehingga individu menyadari apa yang ia lihat, apa yang ia dengar dan sebagainya, individu mengalami persepsi.¹⁷

Dari uraian di atas dapat disimpulkan bahwa persepsi merupakan proses kognitif yang dialami oleh setiap individu untuk mengetahui dan memahami informasi tentang dunia sekeliling dengan bantuan alat indera. Jadi, persepsi pada dasarnya menyangkut hubungan manusia dengan lingkungannya, bagaimana ia mengerti dan menginterpretasikan stimulus yang ada di lingkungannya, kemudian ia memproses hasil pengindraannya itu ke dalam otak, sehingga timbullah makna tentang objek itu pada dirinya yang dinamakan persepsi.

2. Syarat Terjadinya Persepsi

Agar individu dapat menyadari dan dapat mengadakan persepsi, adanya beberapa syarat menurut Walgito, yaitu:

¹⁷ Bimo Walgito, *Pengantar Psikologi Umum*, (Yogyakarta: Andi Offset, 1989), Edisi Revisi, Cet. 1, 1. 53.

1) Adanya objek yang dipersepsi

Objek menimbulkan stimulus yang mengenai alat indera atau reseptor. Stimulus dapat datang dari luar langsung mengenai alat indera (reseptor), dapat datang dari dalam yang langsung mengenai syaraf penerima (sensoris), yang bekerja sebagai reseptor.

2) Adanya alat indera atau reseptor

Alat indera atau reseptor, yaitu merupakan alat untuk menerima stimulus. Di samping itu harus ada pula syaraf sensoris sebagai alat untuk meneruskan stimulus yang diterima reseptor ke pusat susunan syaraf yaitu otak sebagai pusat kesadaran. Dan sebagai alat untuk mengadakan respons diperlukan syaraf motoris. ,

3) Adanya perhatian

Mengadakan persepsi sesuatu diperlukan pula adanya perhatian, yang merupakan langkah pertama sebagai suatu persiapan dalam mengadakan persepsi. Tanpa perhatian tidak akan terjadi persepsi. ¹⁸Adapun syarat-syarat perhatian agar

¹⁸ *Ibid.*,h. 54.

menjadi manfaat menurut Abu Ahmadi adalah inhibisi yaitu pelarangan atau penyingkiran isi kesadaran yang tidak diperlukan atau menghalanghalangi masuk ke dalam lingkungan kesadaran; appersepsi yaitu pengerahan dengan sengaja semua isi kesadaran termasuk tanggapan, pengertian dan sebagainya yang telah dimiliki dan bersesuaian atau berhubungan dengan objek penelitian; adaptasi yaitu organ-organ kita harus bekerja dengan sungguh-sungguh.¹⁹

Dari penjelasan di atas dapat disimpulkan bahwa persepsi dapat terjadi dengan terpenuhinya beberapa syarat, yaitu adanya objek yang dipersepsi, kemudian adanya reseptor sebagai alat untuk menerima stimulus dan yang terpenting ialah diperlukan adanya perhatian agar persepsi tersebut dapat terjadi.

3. Mekanisme Persepsi

Desmita menjelaskan bahwa persepsi meliputi suatu interaksi rumit yang melibatkan setidaknya tiga komponen utama, yaitu:

¹⁹ Abu Ahmadi, *Psikologi Umum*, (Jakarta: PT. Asdi Mahasatya, 2003), h. 146.

1) Seleksi

Seleksi adalah proses penyaringan oleh indera terhadap stimulus. Dalam proses ini, struktur kognitif yang telah ada dalam kepala akan menyeleksi, membedakan data yang masuk dan memilih data mana yang relevan sesuai dengan kepentingan dirinya.

2) Penyusunan

Penyusunan adalah proses mereduksi, mengorganisasikan, menata atau menyederhanakan informasi yang kompleks ke dalam suatu pola yang bermakna. Sesuai dengan teori Gestalt, manusia secara alamiah memiliki kecenderungan tertentu dan melakukan penyederhanaan struktur di dalam mengorganisasikan objek-objek perseptual. Oleh karena itu, sejumlah stimulus dari lingkungan cenderung diklasifikasikan menjadi pola-pola tertentu dengan cara-cara yang sama. Penafsiran Penafsiran adalah proses menginterpretasikan informasi atau stimulus ke dalam bentuk tingkah laku sebagai respons. Dalam proses ini, individu membangun kaitan-kaitan antara stimulus yang datang dengan struktur kognitif yang lama dan membedakan stimulus yang

datang untuk memberi makna berdasarkan hasil interpretasi yang dikaitkan dengan pengalaman sebelumnya dan kemudian bertindak atau bereaksi. Tindakan ini dapat berupa tindakan tersembunyi (seperti: pembentukan pendapat, sikap) dan dapat pula berupa tindakan terbuka atau perilaku nyata.²⁰

Dari penjelasan tersebut dapat ditarik kesimpulan bahwa mekanisme terjadinya persepsi dapat berjalan dengan baik apabila ketiga komponen seleksi, penyusunan dan penafsiran dapat berinteraksi dengan baik sesuai dengan fungsi komponen masing-masing.

4. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Persepsi

Setiap manusia memiliki persepsi yang berbeda-beda, hal yang dapat menyebabkan bedanya persepsi karena adanya faktor-faktor tertentu yang mempengaruhi persepsi. Menurut Nina dan Fauzi, faktor-faktor yang mempengaruhi diantaranya:

- 1) Faktor-faktor personal. Karakter orang yang melakukan persepsi mempengaruhi bagaimana ia mempersepsikan suatu objek, ini mencakup:

²⁰ Desmita, op.cit., h. 120.

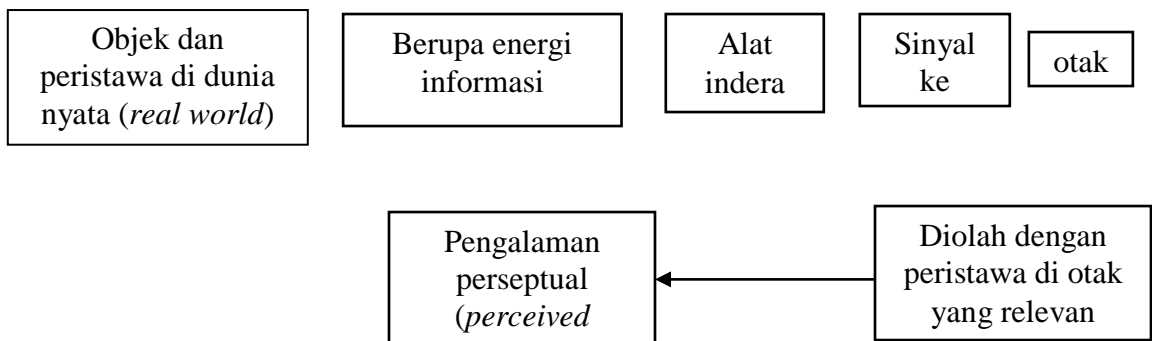
- a. Kebutuhan atau motif.
 - b. Sikap, nilai prefensi dan keyakinan.
 - c. Tujuan. Tujuan kita mempengaruhi bagaimana persepsi kita akan sesuatu.
 - d. Kapabilitas.
 - e. Kegunaan, yakni kegunaan suatu informasi bagi kita.
 - f. Gaya komunikasi.
 - g. Pengalaman dan kebiasaan. Terbentuk dari pendidikan dan budaya.
- 2) Faktor-faktor yang berasal dari stimuli. Mencakup:
- a. Karakter fisik stimuli.
 - b. Pengorganisasian pesan. Cara bagaimana pesan diatur atau diorganisasikan mempengaruhi persepsi kita.
 - c. *Novolty* (kebaruan, keluarbiasaan).
 - d. *Mode*, yakni bagaimana informasi itu diserap oleh pengindera (bisa melalui penglihatan, pendengaran, penciuman, perabaan atau pengecapan).
 - e. Asal mula informasi. Asal mula informasi mempengaruhi kita dalam menyerap pesan.

- 3) Pengaruh media dan lingkungan. Media atau *channel* dan lingkungan berpengaruh dalam penerimaan dan pengolahan informasi.²¹

Faktor-faktor inilah yang dapat mempengaruhi persepsi setiap individu dengan individu lain. Faktor personal dan faktor stimuli akan menjadikan perhatian diserap kemudian media dan lingkungan menerima dan memproses kedalam ota sehingga menghasilkan persepsi yang berbeda setiap manusia.

5. Proses Terjadinya Persepsi

Menurut Nina dan Fauzi (1999) proses terjadinya persepsi dapat digambarkan dalam skema berikut:²²



Gambar 2.1
Proses Terjadinya Persepsi

²¹ Nina Mutmainah dan M. Fauzi, Materi Pokok: Psikologi Komunikasi, (Jakarta: Penerbit Universitas Terbuka, 1999), Cet. 3, h. 74-75.

²² *Ibid.*, h. 71-72.

Objek atau peristiwa di dunia nyata (*real world*) diterima oleh alat indera berupa energy atau informasi (disebut stimulus). Stimulus ini akan diubah oleh indera menjadi sinyal yang dimengerti oleh otak. “Komputer” otak akan mengolahnya dengan membandingkannya dengan peristiwa-peristiwa yang relevan tersimpan di otak hingga menjadi pengalaman perseptual. Dunia yang dipersepsi bukanlah “dunia yang nyata” (*real world*). Yang kita persepsi adalah “dunia yang kita pahami” (*perceived world*). Artinya, dunia yang kita kenal sebenarnya adalah dunia yang kita beri arti, makna atau tafsiran.

D. Penelitian yang Relevan

Di bawah ini merupakan beberapa penelitian yang relevan dengan penulis, diantaranya:

Penelitian yang dilakukan oleh Adi Firman Ramadhan, Andrian Budi Prasetyo, Lala Irviana (2016) dengan judul jurnal, “Persepsi Mahasiswa dalam Menggunakan E-Money”. Dalam penelitian ini, pendekatan yang digunakan adalah pendekatan deskriptif kuantitatif dengan teknik pengumpulan data survey dan teknik analisis data dengan menggunakan analisis regresi linear

berganda Hasil penelitian yang didapat menunjukkan bahwa persepsi mudah digunakan dan dan persepsi keamanan serta persepsi risiko secara signifikan mempengaruhi minat penggunaan. Namun, persepsi manfaat tidak berpengaruh signifikan terhadap minat penggunaan.²³ Persamaan dengan penelitian yang dilakukan oleh penulis adalah pendekatan penelitian dan teknik pengumpulan data serta judul penelitian. Sedangkan perbedaannya terletak pada tempat penelitian dan teknik analisis data.

Selanjutnya, penelitian yang dilakukan oleh Ajeng Numalasari (2018) dengan judul skripsi, “Faktor-faktor yang Mempengaruhi Minat Penggunaan TCash pada Mahasiswa Universitas Islam Indonesia”. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian kuantitatif dengan menggunakan teknik analisis regresi linear berganda. Hasil yang didapat dari analisis data menunjukkan bahwa variabel kepercayaan secara parsial berpengaruh positif terhadap minat

²³ Adi Firman Ramadhan, Andrian Budi Prasetyo dan Lala Irviana, “Persepsi Mahasiswa dalam Menggunakan E-Money”, *Jurnal Edukasi*, Vol. 13, No. 2, 2016.

penggunaan T-Cash. Sedangkan persepsi kemudahan, persepsi kebermanfaatan serta keamanan secara parsial tidak berpengaruh terhadap minat penggunaan T-Cash.²⁴ Persamaan dengan penelitian yang dilakukan oleh penulis adalah pendekatan penelitian dan teknik pengumpulan data. Sedangkan perbedaannya terletak pada judul dan tempat penelitian serta teknik analisis data.

Kemudian penelitian yang dilakukan oleh Indrawan Firdauzi (2016) dengan judul skripsi, “Pengaruh Kemampuan Finansial, Kemudahan dan Perilaku Konsumen Terhadap Minat Penggunaan Uang Elektronik di Kota Yogyakarta”. Penelitian ini merupakan studi eksploratif yang menggunakan pendekatan kuantitatif. Metode analisis yang digunakan yaitu Structural Equation Modeling (SEM). Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel kemampuan finansial berpengaruh positif signifikan terhadap minat sebesar 17,2%, variabel kemampuan finansial berpengaruh positif terhadap kemudahan sebesar 54,7%, variabel kemudahan berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku

²⁴ Ajeng Nurmalasari, *op.cit.*

konsumen sebesar 82,4%, variabel kemudahan berpengaruh positif dan signifikan konsumen sebesar 82,4%, variabel kemudahan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat sebesar 66,8%, variabel perilaku konsumen berpengaruh positif signifikan terhadap minat sebesar 69,3%²⁵ Persamaan dengan penelitian yang dilakukan oleh penulis adalah pendekatan penelitian dan variabel Y. Sedangkan perbedaannya terletak pada variabel X dan tempat penelitian serta teknik analisis data.

Penelitian yang dilakukan oleh Rurie Wiedya Rahayu (2018) dengan judul skripsi, "Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Persepsi Risiko dan Inovasi Teknologi Terhadap Aplikasi Go Pay dari PT. Gojek Indonesia". Teknik pengumpulan data yang digunakan dengan menggunakan angket dan kuesioner kemudian diuji dengan menggunakan program PLS dan IBM SPSS Statistic. Hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi manfaat, persepsi kemudahan dan inovasi teknologi berpengaruh positif signifikan terhadap minat menggunakan go pay. Sedangkan persepsi risiko berpengaruh

²⁵ Indrawan Firdauzi, *op.cit.*

negatif dan tidak signifikan terhadap minat menggunakan go pay. Lalu variabel minat menggunakan go pay berpengaruh positif signifikan terhadap penggunaan go pay.²⁶ Persamaan dengan penelitian yang dilakukan oleh penulis adalah teknik pengumpulan dan analisis data. Sedangkan perbedaannya terletak pada judul dan tempat penelitian.

Dan penelitian yang dilakukan oleh Luthfan Darma Prasetia (2018) dengan judul skripsi, "Pengaruh Penggunaan Uang Elektronik (E-Money) Terhadap Perputaran Uang (*Velocity of Money*) di Indonesia". Penelitian ini menggunakan data runtut waktu dengan teknik pengumpulan data pustaka dan dokumentasi. Analisis data yang digunakan adalah menggunakan analisis regresi linear berganda dengan program Eviews 9. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial maupun simultan, jumlah uang elektronik beredar dan jumlah mesin EDC uang elektronik memiliki pengaruh yang signifikan dan positif terhadap perputaran uang di Indonesia.²⁷ Persamaan dengan

²⁶ Rurie Wiedya Rahayu, *op.cit.*

²⁷ Luthfan Darma Prasetia, "Pengaruh Penggunaan Uang Elektronik (E-Money) Terhadap Perputaran Uang (*Velocity of Money*) di Indonesia",

penelitian yang dilakukan oleh penulis adalah teknik pengumpulan data. Sedangkan perbedaannya terletak pada judul dan tempat penelitian serta teknik analisis data.

E. Hipotesis Penelitian

Menurut **Sugiyono**, hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, di mana rumusan masalah penelitian telah dinyatakan bentuk kalimat pertanyaan. Dikatakan sementara, karena jawaban yang diberikan baru didasarkan pada teori yang relevan, belum didasarkan pada fakta-fakta empiris yang diperoleh melalui pengumpulan data.²⁸

Hipotesis penelitian sangat diperlukan untuk memberikan arahan kepada penulis. Melalui hipotesis, penulis dapat memperoleh gambaran sementara tentang kemungkinan jawaban dari permasalahan yang sedang dihadapi. Hipotesis bukan merupakan kesimpulan akhir yang telah pasti benar, tetapi hal ini perlu dibuktikan kebenarannya terlebih dahulu melalui penelitian.

Skripsi pada Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta, Jakarta, 2018, tidak publikasikan.

²⁸ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif. Kualitatif dan R & D*, (Bandung: Alfabeta, 2011), Cet. 14, h. 64.

Berdasarkan uraian tersebut, maka hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah:

H_0 : Tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara persepsi mahasiswa mengenai uang elektronik terhadap minat menggunakan aplikasi OVO.

H_1 : Terdapat pengaruh yang signifikan antara persepsi mahasiswa mengenai uang elektronik terhadap minat menggunakan aplikasi OVO.

Jika terdapat hubungan positif antara persepsi mahasiswa mengenai uang elektronik terhadap minat menggunakan aplikasi OVO, maka H_1 diterima dan H_0 ditolak.