

Pengaruh Aspek Usability dan User Experience Terhadap Kepuasan Pengguna Aplikasi Mobile Payment OVO

Madinah Mahupe¹, Rosyid Nurrohman²

Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Mulawarman

Abstrak

Industri pembayaran di Indonesia berkembang cepat di sektor *Fintech*, dengan pembayaran lewat ponsel dan metode non-tunai yang banyak digunakan dalam *e-commerce*. Dengan tujuan agar aplikasi OVO *Mobile Payment* bisa mencapai kepuasan pengguna yang tinggi dan meningkatkan pengalaman pengguna, perlu menganalisis aspek kegunaan dan tingkat pengalaman pengguna untuk mengetahui bagian mana yang perlu diperbaiki dan bisa memberikan dampak terbesar jika ditingkatkan. Data penelitian numerik yang digunakan dalam penelitian ini dianalisis secara statistik sebagai bagian dari teknik kuantitatif. Data primer dikumpulkan dari responden yang mengisi kuesioner tentang pembayaran mobile OVO menggunakan metodologi *USE Questionnaire* dan *User Experience Questionnaire*. Data sekunder dalam studi ini berasal dari tinjauan literatur, yang mencakup *e-book*, artikel ilmiah, dan studi sebelumnya. Hasil penelitian menunjukkan bahwa sub-variabel kegunaan, kemudahan penggunaan, dan kemudahan belajar dari variabel *Usability* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap variabel kepuasan pengguna pada aplikasi pembayaran *mobile* OVO. Sementara itu, karakteristik daya tarik, kewaspadaan, efisiensi, keandalan, stimulasi, dan kebaruan dari variabel *User Experience* juga memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengguna pada aplikasi pembayaran *mobile* OVO.

Kata Kunci: *Usability, User Experience, OVO, Kepuasan Pengguna*

Abstract

The payment industry in Indonesia is growing rapidly in the *Fintech* sector, with mobile payments and cashless methods widely used in *e-commerce*. To make the OVO *Mobile Payment* app achieve high user satisfaction and improve user experience, it's necessary to analyze usability and user experience aspects to see which parts need improvement and could have the biggest impact if enhanced. The numerical research data used in this study is analyzed statistically as part of quantitative techniques. Primary data was collected from respondents who filled out questionnaires about OVO mobile payments using the *USE Questionnaire* and *User Experience Questionnaire* methodology. Secondary data in this study comes from literature reviews, including *e-books*, scientific articles, and previous studies. The research results show that the sub-variables of usefulness, ease of use, and ease of learning from the *Usability* variable have a positive and significant impact on user satisfaction with the OVO mobile payment app. Meanwhile, the characteristics of attractiveness, alertness, efficiency, reliability, stimulation, and novelty from the *User Experience* variable also have a positive and significant impact on user satisfaction with the OVO mobile payment app.

Keywords: *Usability, User Experience, OVO, User Satisfaction*

Copyright (c) 2026 **Madinah Mahupe**

✉ Corresponding author :

Email Address : madinahmahupe102@gmail.com

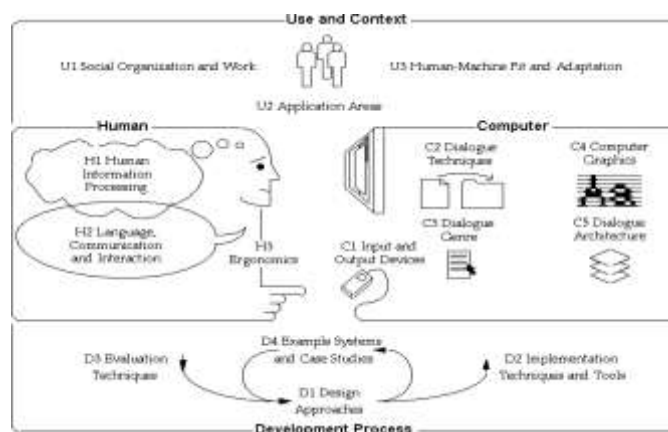
PENDAHULUAN

Di Indonesia, pertumbuhan Fintech tertinggi di bidang Payment, dengan metode cashless seperti mobile payment yang populer pada e-commerce. Oleh karena itu, agar aplikasi Mobile Payment OVO mendapatkan tingkat kepuasan pengguna yang baik dan meningkatkan pengalaman pengguna, diperlukan analisis aspek usability dan tingkat user experience untuk mengetahui bagian mana dari area usability dan user experience yang memerlukan perbaikan dan memungkinkan penulis membuat sebuah perkiraan terhadap bidang yang dapat memberikan dampak yang tinggi apabila dilakukan perbaikan.

OVO memiliki pengguna terbanyak di urutan kedua dan tidak selisih jauh dengan Go-Pay. Namun, OVO mendapat rating penilaian sangat rendah di Google Play Store (sebesar 3,7) jika dibandingkan dengan rating penilaian DANA (sebesar 4,5), Go-Pay (sebesar 4,3), dan LinkAja (sebesar 4,1). Pengalaman pengguna dalam menggunakan layanan dan produk teknologi informasi berpengaruh terhadap tingkat kepuasan pengguna. Kualitas layanan dan sistem yang kurang baik dapat mengganggu user experience dalam beragam aspek, yaitu kualitas pragmatis (pragmatic quality) semacam user kesulitan menyelesaikan tujuan secara cepat serta banyak kejadian berbeda dari keinginan dan yang diharapkan.

Sehubungan dengan itu, agar aplikasi OVO Mobile Payment menghasilkan tingkat kepuasan pengguna yang tinggi dan meningkatkan pengalaman pengguna, perlu dilakukan analisis terhadap aspek *Usability* dan tingkat *User Experience* untuk menentukan area mana yang memerlukan perbaikan serta memungkinkan penulis untuk memperkirakan area yang bisa memiliki dampak signifikan jika diperbaiki.

Pengguna manusia, sistem komputer, aktivitas, interaksi, dan lingkungan kerja adalah lima komponen dari interaksi manusia-komputer. Usability atau daya guna merupakan kunci utama dari HCI. Kegunaan adalah tingkat di mana suatu produk dapat digunakan, yang dinilai oleh pengguna, untuk mencapai tujuan secara efektif, efisien, dan memuaskan (Laugwitz et al., 2008).



Gambar 1. Ruang lingkup Interaksi Manusia-Komputer (HCI)

Istilah “usable,” yang umumnya berarti “dapat digunakan dengan baik,” adalah akar dari kata “usability. Kegunaan didefinisikan oleh ISO 921-11 (1998) sebagai derajat sejauh mana sebuah produk dapat digunakan oleh pengguna untuk mencapai tujuan tertentu secara efektif, efisien, dan memuaskan dalam suatu lingkungan tertentu. Learnability yaitu kemudahan penggunaan, yang juga dikenal sebagai kemampuan belajar, mengacu pada seberapa cepat pengguna dapat mengoperasikan suatu sistem, seberapa sederhana untuk menjalankan sebuah fungsi, dan apa yang mereka harapkan untuk dicapai. Efficiency mengacu pada sumber daya yang digunakan untuk mencapai tujuan yang akurat dan komprehensif. Mudah diingat (memorability) yakni bagaimana pengguna mampu

menjaga pengetahuannya bertahan dalam rentang waktu tertentu, daya ingat mampu didapatkan dengan menempatkan menu yang tetap. Keamanan dan kesalahan (*errors*) adalah seberapa banyak kesalahan yang dilakukan pengguna, apa saja kesalahan yang dibuat Pengguna dan perbedaan antara apa yang diyakini pengguna dan apa yang sebenarnya ditampilkan oleh sistem. *Satisfaction* adalah sikap yang baik terhadap penggunaan suatu produk atau pengukuran, bersifat subyektif sesuai dengan pemikiran pengguna tentang penggunaan sistem, serta ketiadaan berbagai gangguan atau masalah merupakan kepuasan.

Beberapa upaya ilmiah sebelumnya telah menyoroti perbandingan penilaian antar aplikasi mobile payment dengan beberapa hasil menunjukkan penilaian terhadap aplikasi lain lebih baik daripada pengalaman menggunakan aplikasi OVO. Penelitian oleh (Hidayat et al., 2021) hasil analisis berdasarkan pengujian skenario menunjukkan responden memberi nilai cukup tinggi dan aplikasi mendapat kesan positif dari responden berdasarkan hasil UEQ. dan Hasil perbandingan kedua aplikasi berdasarkan kuesioner UEQ dan pengujian skenario menunjukkan aplikasi DANA mendapatkan hasil lebih baik.

Berdasarkan pengamatan terhadap penilaian aplikasi OVO di Google Play Store, pengguna aplikasi OVO mengeluhkan kendala terjadinya error saat penggunaan aplikasi OVO. Kebanyakan keluhan pengguna aplikasi OVO cenderung mengarah pada permasalahan kualitas layanan dan sistem. Padahal tingkat kepuasan pengguna dipengaruhi Secara signifikan oleh tingginya kualitas Layanan (Aziati, 2020).

Maka dari itu, agar aplikasi Mobile Payment OVO mendapatkan tingkat kepuasan pengguna yang baik dan meningkatkan pengalaman pengguna, diperlukan analisis aspek usability dan tingkat user experience untuk mengetahui bagian mana dari area usability dan user experience yang memerlukan perbaikan dan memungkinkan penulis membuat sebuah perkiraan terhadap bidang yang dapat memberikan dampak yang tinggi apabila dilakukan perbaikan.

Usability diartikan sebagai tingkatan suatu produk dapat digunakan pengguna dalam mencapai tujuan khusus. Dalam penelitian penilaian usability menggunakan metode USE Questionnaire dengan total 30 pernyataan terpisah menjadi 4 aspek yakni, aspek Usefulness, Ease of Use, Ease of Learning, dan aspek Satisfaction. Kuesioner USE adalah survei atau kuesioner yang dapat digunakan untuk mengukur kegunaan. Kuesioner ini memiliki berbagai komponen pengukuran kegunaan, termasuk efektivitas, efisiensi, dan kepuasan, sesuai dengan ISO. Penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa tiga dimensi disebutkan dalam mayoritas ulasan produk. Salah satu paket kuesioner gratis yang tersedia untuk digunakan dalam studi kegunaan adalah Kuesioner USE.

Satu kumpulan pertanyaan yang dapat digunakan untuk mengukur kegunaan adalah Kuesioner Kegunaan, Kepuasan, dan Kemudahan Penggunaan (USE). Menurut (Lund, 2001), tiga komponen utama dalam elemen analisis pengguna untuk evaluasi produk adalah kegunaan, kesederhanaan penggunaan, dan kepuasan. Lund (2001) juga menyatakan bahwa kemudahan penggunaan dibagi menjadi dua kategori yaitu kemudahan belajar dan kemudahan penggunaan, yang semuanya saling terkait. Komponen utama dari metode Kuesioner USE adalah keempat metrik atau kriteria yaitu Usefulness kegunaan secara keseluruhan mengulas seberapa bermanfaat sebuah sistem yang dirancang untuk konsumen, Ease of learning adalah mempelajari kesederhanaan, secara umum, ini mengevaluasi seberapa mudah pengguna dapat memahami cara menggunakan teknologi yang dikembangkan dan Satisfaction yakni kepuasan keseluruhan mengevaluasi seberapa puas pengguna dengan sistem yang dikembangkan.

User Experience/Interaction Design merupakan proses dari desain sebuah produk interaktif dalam mendukung bagaimana cara berinteraksi dan berkomunikasi dalam pekerjaan mereka dan kehidupan sehari-hari (Sharp, Preece, & Rogers, 2019). Pengertian dalam hal ini yaitu mengenai cara membuat pengalaman Pengguna (*user experience*) yang menambah dan meningkatkan cara orang berkomunikasi, interaksi dan bekerja. Fokus

utama User Experience/Interaction Design yaitu untuk mengembangkan sebuah produk interaktif yang usable atau bisa digunakan. Produk interaktif yang bisa digunakan (usable) adalah produk yang umumnya efektif digunakan, mudah untuk digunakan, dan memberikan pengalaman menyenangkan bagi pengguna.

Penalaran yang telah disebutkan mengarah pada kesimpulan bahwa user experience adalah kesan, reaksi, dan perspektif yang didapat pengguna dari atau melalui penggunaan suatu sistem, produk, atau layanan. Dalam hal ini, hal tersebut mencakup elemen dari kualitas hedonis dan praktis suatu produk interaktif, yaitu produk yang efisien, ramah pengguna, dan menawarkan pengalaman yang menyenangkan bagi pengguna.

Kriteria atau parameter kuesioner UEQ dimaksudkan untuk memproses persepsi pengalaman pengguna secara menyeluruh. Tujuan dari kuesioner UEQ adalah untuk mengumpulkan jawaban pengguna sehingga mereka dapat segera menyampaikan kesan, sikap, dan perasaan yang muncul saat menggunakan suatu produk (Rauschenberger et al,2013). Ada 26 item dalam kuesioner UEQ yang menggunakan kriteria keindahan sebagai dimensi valensi murni yang tidak tercakup oleh karakteristik kualitas lainnya. Sementara itu, lima kriteria yang tersisa dibagi menjadi dua kategori: kualitas pragmatis dan kualitas hedonik. Standar UEQ berikut dikategorikan sebagai kualitas pragmatis .

	1	2	3	4	5	6	7		
annoying	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	enjoyable	1
not understandable	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	understandable	2
creative	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	dull	3
easy to learn	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	difficult to learn	4
valuable	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	inferior	5
boring	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	exciting	6
not interesting	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	interesting	7
unpredictable	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	predictable	8
fast	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	slow	9
inventive	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	conventional	10
obstructive	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	supportive	11
good	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	bad	12
complicated	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	easy	13
unlikable	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	pleasing	14
usual	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	leading edge	15
unpleasant	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	pleasant	16
secure	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	not secure	17
motivating	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	demotivating	18
meets expectations	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	does not meet expectations	19
inefficient	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	efficient	20
clear	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	confusing	21
impractical	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	practical	22
organized	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	cluttered	23
attractive	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	unattractive	24
friendly	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	unfriendly	25
conservative	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	innovative	26

Gambar 2. Kuesioner UEQ

Perspicuity yaitu Kejelasan, Efficiency atau Efektivitas, Dependability yaitu Ketepatan, Sementara itu, kriteria UEQ berikut diklasifikasikan sebagai kualitas hedonic yaitu Stimulation suatu tingkat dorongan yang mendorong penggunaan produk, Novelty yaitu kebaruan sejauh mana suatu produk bersifat baru.

Kotler (2002) mendefinisikan kepuasan pengguna sebagai tingkat di mana konsumen merasa bahwa suatu produk memenuhi atau melebihi harapan mereka. Kepuasan pelanggan meningkat ketika kinerja produk memenuhi harapan mereka, sedangkan menurun ketika harapan tersebut tidak terpenuhi. Pengguna secara alami akan sangat senang dengan produk yang digunakan jika hasilnya melebihi harapan mereka (Highly Satisfied).

Komponen pengalaman pengguna, atau UX, mencakup tingkat kenyamanan pengguna saat berinteraksi dengan suatu aplikasi, kemudahan dalam memperoleh informasi, sistem aplikasi yang menyesuaikan dengan ekspektasi pengguna, optimasi fungsi dan fitur lainnya untuk memastikan pengalaman pengguna yang nyaman, aplikasi yang diperbarui sesuai dengan kemajuan teknologi serta mencari peluang inovasi untuk memenuhi kebutuhan, dan keamanan pelanggan. Setiap fungsi aplikasi harus mudah diakses oleh pengguna, karena ini merupakan komponen penting dari nilai produk, dan para pengembang harus berdedikasi untuk membangun kepercayaan. (Musyidun N., 2019).

Keterbatasan penelitian terdahulu terletak pada kurangnya eksplorasi integratif terhadap faktor-faktor yang memengaruhi keputusan pengguna untuk tetap menggunakan ovo. Sebagian besar penelitian sebelumnya berfokus pada perbandingan dengan aplikasi lainnya tanpa fokus pada membangun sistem aplikasi ovo dan memperhatikan peningkatan kualitas pengalaman pengguna yang telah setia menggunakan ovo. dan pengadaan akses internet yang stabil dan kemudahan pengguna yang matang. Hal ini

menimbulkan celah penelitian (research gap) dalam memahami bagaimana ovo tetap konsisten mempertahankan pelanggan dan membuat hal baru. pengguna ovo yang sudah banyak dapat dipertahankan bahkan sambil diperluas dengan fokus kepada membangun ovo dengan mengoptimalkan kegunaan dan pengalaman pengguna serta apa yang membuat mempertahankan kepuasan pengguna. digital dan daya beli menengah mengkonstruksi loyalitas terhadap platform digital. Studi oleh Anshori dan Rahmawati (2023) misalnya, menemukan bahwa persepsi kemudahan penggunaan dan pengalaman interaktif

Dalam mengukur pengalaman pengguna dari suatu produk atau layanan secara kuantitatif terdapat beberapa kategori penilaian yang dapat dipilih, yaitu dengan Perbaikan yang dilakukan secara berkelanjutan dengan cara mengukur pengalaman pengguna versi baru: Apakah desain produk baru dapat meningkatkan pengalaman pengguna suatu produk dibandingkan dengan versi sebelumnya. Pertanyaan ini bisa dijawab lebih sederhana dengan membandingkan hasil statistik dua pengukuran, Secara langsung membandingkan produk atau layanan dengan pesaing yang ada di pasar bisnis. Seberapa baik pengalaman pengguna produk tersebut dibandingkan dengan para pesaing yang ada dipasar bisnis. Kelompok khusus, sangat menarik untuk dibandingkan. Pengujian yang dilakukan dimana suatu produk memiliki pengalaman pengguna yang cukup. Tentukan bagian mana yang akan menjalani perbaikan dari suatu produk atau layanan tersebut. Apa harus diubah supaya dapat meningkatkan pengalaman pengguna dari produk tersebut. Pertanyaan ini tidak dapat dijawab secara langsung oleh pengukuran kuantitatif pada pengalaman pengguna. Untuk dapat menjawab pertanyaan ini, diperlukan pengukuran koneksi antar fitur pada produk (Siliwangi & User, 2021)

Studi oleh Surahman et al, (2021) misalnya, menemukan menunjukkan keunggulan aplikasi AloDokter dalam tiga skala: efisiensi, kejelasan, dan orisinalitas. Hasil UEQ dari ketiga aplikasi dapat mencapai dan melebihi 0,8, yang merupakan batas nilai normal dan positif. KlikDokter unggul dalam stimulasi, tetapi HaloDoc lebih dapat diandalkan dan menarik secara visual. seperti halnya fokus pada studi Amin et al, (2019) Beberapa kekurangan penggunaan diidentifikasi berdasarkan temuan efektivitas aplikasi dari pendekatan pengujian kegunaan aplikasi OVO. Sementara itu, tingkat kegunaan aplikasi OVO adalah 100% untuk kemudahan penggunaan oleh pengguna, 0,013 untuk kecepatan pengguna memperoleh informasi yang diperlukan, 0,11 untuk tingkat kesalahan pengguna, dan 40% hingga 50%. Dengan mempertahankan nilai baik yang sudah dimiliki oleh ovo dan konsisten fokus pada perbaikan system yang ada Bersama dengan perluasan kemudahan akses ovo dan memperlebar Kerjasama.

METODOLOGI

Metodologi yang digunakan dalam penelitian ini bersifat kuantitatif. Pendekatan ini digunakan untuk mengukur derajat atau tingkat usability dan penilaian user experience atau pengalaman pengguna, dan menentukan bagian aspek kebergunaan dan pengalaman pengguna yang perlu diperbaiki dan ditingkatkan pada mobile payment OVO. Sebagai bagian dari metode kuantitatif, analisis statistik dilakukan pada data penelitian numerik yang digunakan dalam penelitian ini. Statistik deskriptif digunakan untuk menilai data yang dikumpulkan secara kuantitatif.

Dalam penelitian ini terdapat beberapa karakteristik dari penelitian kuantitatif, yaitu terdapat hubungan independen dari peneliti dan yang diteliti, dimana hubungan tersebut terjadi dengan penggunaan angket/kuesioner sebagai metode dalam pengumpulan data. Pada penelitian kuantitatif ini didapati variabel independen dengan variabel dependen, dimana antara variabel terdapat hubungan sebab akibat.

Isu penelitian biasanya berbentuk pertanyaan karena hipotesis merupakan solusi sementara untuk rumusan masalah penelitian (Sugiyono 2018). Hipotesis ini meneliti bagaimana User Experience Questionnaire (UEQ) dan teknik USE Questionnaire, dua faktor independen, memengaruhi variabel dependen kepuasan pengguna. Berikut adalah hipotesis dari penelitian ini:

H1 : Ketika diperiksa secara simultan terdapat hubungan yang signifikan antara variabel independen (X1), yaitu variabel kegunaan, dan variabel dependen, yaitu variabel kepuasan pengguna (Y).

H0 : Variabel independen (X1), yang merupakan variabel usability, tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen (Y), yaitu variabel kesenangan pengguna, baik secara simultan maupun parsial.

H2 : Tingkat kepuasan pengguna (Y) dalam aplikasi seluler OVO tidak dipengaruhi oleh variabel user experience (X2).

H0 : Terdapat pengaruh dari variabel user experience (X2) terhadap tingkat kepuasan pengguna aplikasi (Y) pada aplikasi mobile OVO.

Kajian ini menggunakan populasi yaitu seluruh pengguna aktif mobile payment OVO. Berdasarkan dari informasi yang didapat dari berbagai situs berita, aplikasi OVO memiliki setidaknya 20.000.000 pengguna aktif, berdasarkan dari informasi tersebut, didapati bahwa populasi yang digunakan pada penelitian ini yaitu sebanyak 20.000.000. Sampling acak sederhana adalah metode yang digunakan untuk pengambilan sampel, di mana setiap anggota populasi dipilih secara bebas. Dengan menggunakan pendekatan ini, bias dalam pemilihan sampel dapat dihindari karena setiap orang dalam populasi memiliki peluang yang sama untuk dipilih sebagai sampel (Mardhiyah Mardhiyah et al., 2025).

Memanfaatkan ukuran sampel yang optimal, kesalahan dapat dikurangi dan pendekatan pengambilan sampel acak dasar dapat menghasilkan sampel dengan keandalan terbaik. Peneliti selanjutnya akan menghitung ukuran sampel dengan kesalahan 10% menggunakan metode Slovin. Pendekatan Slovin menghasilkan hasil berikut berdasarkan populasi saat ini sebanyak 20.000.000 pengguna aktif aplikasi pembayaran seluler OVO:

$$n = \frac{N}{1 + N(e)^2}$$

$$n = \frac{20.000.000}{1 + 20.000.000 \times 0,1^2}$$

$$n = 99,99 \text{ orang}$$

Ukuran sampel yang akan digunakan adalah 100 individu dengan margin kesalahan 10% dan tingkat kepercayaan 90%, menurut perhitungan Slovin yang disebutkan di atas. Indeks Likert adalah alat yang digunakan peneliti untuk mengukur kegunaan. Tujuan dari skala Likert ini adalah untuk mengukur bagaimana suatu kelompok atau individu memandang, merasakan, dan berpikir tentang fenomena di masyarakat (Sugiyono 2018).

Tabel 1. Skor Skala Likert

SKALA	KETERANGAN
1	Sangat tidak setuju (STS)
2	Tidak setuju (TS)
3	Netral (N)
4	Setuju (S)
5	Sangat setuju (SS)

Sumber : Peneliti 2024

Pengumpulan data difasilitasi oleh penggunaan instrumen. Nilai-nilai variabel yang sedang diteliti diukur menggunakan peralatan penelitian. Setelah meninjau *User Experience Questionnaire*, peneliti menetapkan sejumlah persyaratan untuk pengguna yang memenuhi syarat untuk dimasukkan sebagai responden survei. Jumlah total responden yang dibutuhkan untuk menyelesaikan kuesioner telah dihitung oleh peneliti menggunakan rumus sampel Slovin. Agar responden atau peserta survei memahami skala UEQ, maka digunakan skala Likert. Selain itu, Uji regresi linier berganda, uji instrumen, uji asumsi klasik, dan uji hipotesis termasuk di antara metode analisis yang digunakan dalam pengujian data penelitian ini menggunakan perangkat lunak IBM SPSS.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan jenis kelamin dari 100 responden, perempuan saat ini menjadi mayoritas pengguna aktif aplikasi pembayaran mobile OVO. Mayoritas transaksi pembayaran OVO dilakukan oleh pengguna aktif berusia antara 21 hingga 25 tahun. Dengan 74 jawaban, orang-orang yang memiliki pendidikan SMA, SMK, atau setara menjadi mayoritas pengguna aktif.

Tabel 2. Data Responden Berdasarkan Jenis Kelamin dan Usia

Jenis Kelamin	Sum	%	Usia	Sum	%
Laki-laki	20	20%	< 20 years old	7	7%
Perempuan	80	80%	21-25 years old	87	87%
			26-30 years	4	4%
			31-35 years old	1	1%
			> 35 years old	1	1%
Total	100	100%	Total	100	100%

Sumber : Peneliti 2024

Nilai 0,195 didapat dari hasil uji validitas dari 100 nilai dengan tingkat signifikansi 0,05 dan ditanyakan valid kemudian hasil setiap variabel memiliki nilai Cronbach's alpha >0,60, yang menunjukkan bahwa hasil uji reliabilitas dalam penelitian ini diharapkan dapat dipercaya. Uji asumsi klasik dilakukan untuk memastikan bahwa data yang digunakan dalam analisis regresi memenuhi syarat-syarat yang diperlukan. Uji normalitas dilakukan untuk menentukan apakah jumlah sampel yang diambil dalam model regresi berdistribusi normal atau tidak normal. Model regresi yang baik adalah memiliki nilai residual yang

berdistribusi normal (Ghozali, 2018). Pada penelitian ini dilakukan dengan menggunakan uji Kolmogorov Smirnov dengan metode monte carlo. Metode ini menggunakan pengambilan sampel acak berulang untuk menghasilkan data sampel acak, dimana variabel dapat dikatakan berdistribusi normal jika nilai signifikansinya lebih dari atau sama dengan 0,05. Sig. Kolmogorov Smirnov nilai signifikan terbesar menunjukkan $0,08 > 0,05$ yang berarti nilai residual berdistribusi normal.

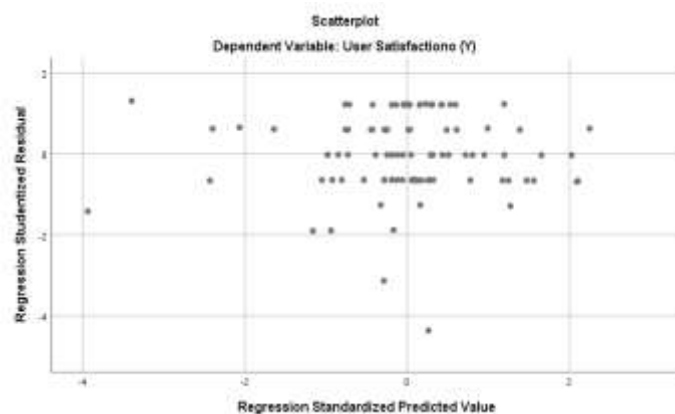
Uji multikolinearitas dilakukan untuk melihat apakah model regresi ditemukan hubungan antar dua variabel yang saling berkorelasi. Uji multikolinearitas adalah dengan melihat nilai Tolerance atau nilai Variance Inflation Factor (VIF) (Ghozali, 2018). Dalam regresi berganda, suatu model regresi haruslah bebas dari gejala multikolinearitas dengan melihat nilai VIF dan nilai toleransi. Jika nilai $VIF \leq 10$ dan nilai toleransi $\geq 0,1$ maka model dapat dikatakan terbebas dari multikolinearitas. Nilai VIF pada variabel X1 dan X2, adalah ≤ 10 , dan nilai tolerance pada variabel X1 dan X2 $\geq 0,1$ maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi gejala multikolinearitas antar variabel independen pada penelitian ini.

Tabel 3. Hasil Uji Multikolinearitas

Variabel	Tolerance	VIF	Keterangan
Usability (X1)	0.939	1.065	Tidak ada multikolinearitas
User Experience (X2)	0.939	1.065	Tidak ada multikolinearitas

Sumber : Data diolah dari SPSS, 2024

Uji heteroskedastitas bertujuan untuk menguji apakah ada penyimpangan uji asumsi klasik heteroskedastisitas atau tidak yaitu ketidaksamaan varian dan residual untuk semua pengamatan pada model regresi penelitian (Ghozali, 2011). Uji heteroskedastisitas menghasilkan grafik pola penyebaran titik (Scatterplot).



Gambar 3. Hasil Uji Heteroskedastisitas Scatterplot

Pola penyebaran data yang berupa titik-titik pada scatterplot menyebar diatas dan dibawah, dan penyebaran tidak membentuk pola tertentu, artinya dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi gejala heteroskedastisitas.

Selanjutnya dalam penelitian ini dilakukan pengujian dengan pendekatan statistik dengan menganalisis data dan menguji hipotesis untuk menentukan apakah terdapat perbedaan atau hubungan yang signifikan antara variable-variabel yang diteliti kemudian menyimpulkan bahwa metode atau pendekatannya memang memberikan hasil yang secara signifikan berbeda dengan metode atau pendekatan sebelumnya.

Analisis Regresi Linier Berganda dilakukan untuk mengetahui apakah faktor-faktor independen memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen.

Tabel 4. Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda

Coefficients^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	5.694	2.241		2.541	.013
X1	.249	.075	.331	3.317	.001
X2	.684	.133	.513	5.149	.000

Sumber : Data diolah dari SPSS 2024

Berdasarkan yang tertera pada table diatas dapat tersusun persamaan regresi sebagai berikut :

$$Y = a + b_1x_1 + b_2x_2$$

$$Y = 5,694 + 0,249 X_1 + 0,684 X_2$$

Maka, dari persamaan regresi berganda tersebut menghasilkan pengertian bahwa:

- Nilai konstanta (a) menunjukkan hasil positif bernilai 5,694. Sebuah Tanda positif menunjukkan pengaruh yang searah antara variabel independen dan variabel dependen. Hal ini menunjukkan bahwa jika semua variabel independen bernilai 0 persen atau tidak mengalami perubahan, maka nilai Kepuasan Pengguna (Y) adalah 5,694.
- Nilai koefisien dari variabel Usability (X1) yakni bernilai 0,249, memperlihatkan bahwa variabel Usability mempunyai pengaruh yang positif terhadap Kepuasan Pengguna yang berarti bahwa setiap kenaikan 1 satuan variabel X1 maka akan mempengaruhi Kepuasan Pengguna (Y) sebesar 0,249.
- Nilai koefisien untuk variabel User Experience (X2) yaitu sebesar 0,684, menunjukkan bahwa mempunyai pengaruh yang positif terhadap Kepuasan Pengguna yang berarti bahwa setiap kenaikan 1 satuan variabel User Experience sehingga mempengaruhi Kepuasan Pengguna (Y) dengan nilai 0,684.

Koefisien korelasi (R) dilakukan bertujuan untuk mengetahui adanya pengaruh variabel independen kepada variabel dependen (Sugiyono, 2013) dan Menilai sejauh mana kegunaan (Usability) dan pengalaman pengguna (User Experience) memengaruhi pengalaman pengguna, digunakan uji koefisien determinasi (R-Square).

Tabel 5. Hasil Uji Koefisien Korelasi (R) dan Uji Koefisien Determinasi (R-Square)

Model Summary					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	
1	.801 ^a	.642	.634	2.311	

Sumber : Data diolah dari SPSS 2024

Pada table hasil menunjukkan bahwa, ketika berbicara tentang kepuasan pelanggan di antara pengguna aktif aplikasi OVO Mobile Payment, variabel X1, X2, dan X3 memiliki hubungan positif yang tinggi dengan Y ($r = 0,801$). Ini berarti bahwa melalui perhitungan koefisien korelasi (R), didapati bahwa terdapat hubungan secara simultan diantara Usability,

User Experience kepada User Satisfaction. Sementara itu nilai R Square (Koefisien Determinasi) yakni 0,642 dan bisa disimpulkan terdapat dominasi variabel Usability dan User Experience terhadap User Satisfaction 0,642 atau 64,2% dan sisanya 35,8% terpengaruh oleh variabel lain ataupun faktor-faktor lainnya yang diteliti di penelitian.

Uji Hipotesis digunakan dalam menentukan diterima atau ditolaknya suatu hipotesis (Ghozali, 2018). Pada penelitian ini pengujian hipotesisnya memakai Uji T / parsial dan uji simultan Uji F. Uji t (Uji Parsial) yaitu derajat sejauh mana faktor independen memiliki pengaruh parsial yang signifikan terhadap variabel dependen ditentukan menggunakan uji-t (Ghozali, 2013). Uji F dilakukan untuk mengetahui apakah variabel independen secara bersama-sama memiliki pengaruh pada variabel dependen secara simultan (Ghozali, 2016)

Tabel 5. Uji t (Uji Parsial)

Model	Coefficients ^a		Beta	T	Sig.
	Unstandardized Coefficients	Standardized Coefficients			
	B	Std. Error			
(Constant)	5.694	2.241		2.541	.013
X1	.249	.075	.331	3.317	.001
X2	.684	.133	.513	5.149	.000

Dependent Variable: Y

Sumber : Data diolah dari SPSS 2024

Berdasarkan dari tabel terlihat hasil masing-masing dari variabel independen terhadap variabel dependen pengguna aktif aplikasi Mobile Payment OVO sebagai berikut:

- H1 : Analisis uji-t menunjukkan bahwa nilai t terhitung adalah 3,317, sedangkan nilai t tabel adalah 1,985, yang diperoleh dari $\alpha/2: n-k-1$ ($0,05/2: 100-2-1 = 0,025: 97$). Dengan nilai t terhitung $3,317 >$ nilai t tabel 1,985, pengaruh kegunaan (X1) terhadap kepuasan pengguna (Y) memiliki tingkat signifikansi $0,001 < 0,05$. Oleh karena itu, ditentukan bahwa H1 diterima dan H_0 ditolak, menunjukkan bahwa variabel X1 berpengaruh signifikan terhadap Y.
- H2 : Nilai t yang dihitung adalah 5,149, menurut penilaian uji t, namun nilai t tabel adalah 1,985, yang diperoleh dari $\alpha/2: n-k-1$ ($0,05/2: 100-2-1 = 0,025: 97$). Karena nilai t yang dihitung sebesar 5,149 lebih besar dari nilai t tabel sebesar 1,985 dan nilai signifikansi pengaruh pengalaman pengguna (X2) terhadap kepuasan pengguna (Y) adalah $0,000 < 0,05$, dapat dikatakan bahwa H_0 ditolak dan H1 diterima, menunjukkan bahwa variabel X2 memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Y.

Tabel 5. Hasil F (Uji Simultan)

ANOVA ^a					
Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	928.374	2	464.187	86.900	.000 ^b
Residual	518.136	97	5.342		

Total	1446.510	99
-------	----------	----

a. Dependent Variable: Y

b. Predictors: (Constant), X2, X1

Sumber : Data diolah dari SPSS 2024

Mengungkap bahwa pengaruh *Usability* atau kegunaan dan *User Experience* atau pengalaman pengguna terhadap *User Satisfaction* atau kepuasan pengguna memiliki nilai signifikan $0,000 < 0,05$. $86,900 >$ adalah nilai F yang dihitung. Sig. = $0,000 < 0,05$ jika Tabel F = 3,09. Oleh karena itu, dapat dikatakan bahwa di antara pengguna aktif aplikasi pembayaran seluler OVO yaitu faktor X1 dan X2 secara simultan mempengaruhi variabel Y.

Berdasarkan temuan dapat diketahui, Hubungan antara variabel usefulness, ease of use, dan ease of learning terhadap kepuasan pengguna aplikasi mobile payment OVO. Temuan menunjukkan bahwa variabel kepuasan pengguna aplikasi pembayaran seluler OVO dipengaruhi secara positif dan signifikan oleh sub-variabel kegunaan, kemudahan penggunaan, dan kemudahan belajar dari variabel kegunaan. Dapat dikatakan adanya aplikasi media pembayaran membuat banyak perusahaan khususnya e-commerce bekerja sama untuk memanfaatkan kecanggihan teknologi untuk membantu masyarakat dengan pembayaran praktis salah satunya adalah mobile payment OVO. Maka, disimpulkan untuk variabel Usability memiliki hubungan kuat terhadap kepuasan pengguna aktif mobile payment OVO dan signifikan dikarenakan terdapat kesamaan pengaruh dan teori yang sejalan dengan peneliti sebelumnya. Pada variabel Usability diantara sub indikator terdapat item yang memiliki nilai terendah dimana terdapat beberapa responden merasa kurang setuju pada pernyataan sub indikator produktif. Disarankan untuk tetapkan prioritas dan konsisten dalam melakukan transaksi pembelian.

Pengaruh antara variabel Attractiveness, Perspicuity, Efficiency, Dependability, Stimulation, dan Novelty terhadap kepuasan pengguna aplikasi mobile payment OVO menunjukkan bahwa kepuasan pengguna terhadap aplikasi pembayaran mobile OVO dipengaruhi secara positif dan signifikan oleh karakteristik daya tarik, kewaspadaan, efisiensi, ketergantungan, stimulasi, dan kebaruan. Dapat dikatakan bahwa pada variabel ini pengalaman pengguna saat berhubungan langsung dengan sebuah produk akan sangat mempengaruhi karena berasal dari persepsi dan pemikiran setiap individu. Namun, pada variabel Attractiveness, Perspicuity, Efficiency, Dependability, dan Stimulation serta Novelty ditemukan beberapa responden kurang setuju sehingga terdapat item dengan nilai terendah khususnya pada pernyataan sub indikator mudah dijalankan. Hal ini dikarenakan pada aplikasi OVO sering terdapat kendala seperti jaringan tidak stabil. Disarankan untuk meningkatkan kemudahan akses supaya tidak terjadi error dan kepuasan pengguna meningkat.

SIMPULAN

Setelah analisis data dengan perangkat lunak SPSS dan diperolehnya temuan studi, kesimpulan berikut ditarik:

- Kepuasan pengguna terhadap aplikasi pembayaran mobile OVO dipengaruhi secara signifikan oleh faktor kegunaan dan pengalaman pengguna secara bersamaan/ simultan
- Secara Parsial kepuasan pengguna terhadap aplikasi pembayaran mobile OVO sangat dipengaruhi oleh faktor kegunaan/ usability
- User Satisfaction terhadap aplikasi pembayaran mobile OVO sangat dipengaruhi oleh user experience secara parsial.

Saran yang bisa diberikan penulis bagi Aplikasi OVO terutama untuk pengelolaan sistem aplikasi OVO yaitu untuk memperluas jangkauan OVO hingga daerah pedesaan serta penyediaan fitur-fitur merata sehingga dapat dijangkau diberbagai daerah. OVO dapat meningkatkan kepuasan pengguna dengan mempertahankan citra aplikasi yang ringan dan lancar saat diakses dengan lebih banyak perbaikan secara berkala serta melakukan kerja sama dan promo. Meningkatkan kecepatan untuk verifikasi akun dan memberi pelayanan lebih responsive. Hal yang tidak kalah penting yaitu mengatasi biaya administrasi yang tinggi agar menjadi pilihan utama untuk pengguna selalu menggunakan OVO.

Referensi :

- Hidayat, A. N., Hanggara, B. T., & Prakoso, B. S. (2021). Analisis Perbandingan Pengalaman Pengguna Pada Aplikasi Dompot Digital (Studi Kasus Pada OVO dan DANA). ... *Teknologi Informasi Dan Ilmu ...*, 5(6), 2181–2187.
- Laugwitz, B., Held, T., & Schrepp, M. (2008). Construction and Evaluation of a User Experience Questionnaire. In A. Holzinger (Ed.), *HCI and Usability for Education and Work* (pp. 63–76). Springer Berlin Heidelberg.
- Lund, A. M. (2001). *Measuring Usability with the USE Questionnaire*. Retrieved March 03, 2015. 8(January 2001), 3–6.
- Mardhiyah Mardhiyah, Nur Afni Dinilhaq, Yona Amelia, Adelia Arini, Rully Hidayatullah, & Harmonedi Harmonedi. (2025). Populasi dan Sampel dalam Penelitian Pendidikan: Memahami Perbedaan, Implikasi, dan Strategi Pemilihan yang Tepat. *Katalis Pendidikan : Jurnal Ilmu Pendidikan Dan Matematika*, 2(2), 208–218. <https://doi.org/10.62383/katalis.v2i2.1670>
- Purnomo, N., Pujani, N. M., & Juniartina, P. P. (2021). Pengembangan Kamus Ipa Berbasis Microsoft Excel Sebagai Suplemen Buku Ipa Materi Sistem Ekskresi Manusia. *Jurnal Pendidikan Dan Pembelajaran Sains Indonesia (JPPSI)*, 4(1), 58–68. <https://doi.org/10.23887/jppsi.v4i1.33228>
- Siliwangi, J., & User, ; Analisis Usability Dan User Experience Aplikasi Konsultasi Kesehatan Online Menggunakan System Usability Scale Dan. (2021). Experience Questioner. *Jurnal Siliwangi*, 7(1), 7.
- D. M. Schrepp. (2019). *User Experience Questionnaire Handbook*, Hockenheim: Team UEQ
- Audi, M., Rokhmawati, R. I., & Az-zahra, H. M. (2018). Analisis Aspek Usability dan User Experience Website dan Aplikasi Mobile Radio Streaming (Studi Pada Website dan Aplikasi Mobile Radio Prambors). *Jurnal Pengembangan Teknologi Informasi Dan Ilmu Komputer (J-PTIIK)* Universitas Brawijaya, 2(12), 6391–6400.
- Bau, R. T. R., & Setyanto, A. (2020). Adaptasi Skala User Experience Questionnaire Dalam Pengujian User Experience Sistem Repositori. *Respati*, 15(1), 37. <https://doi.org/10.35842/jtir.v15i1.329>
- Fadlilah, N. imam. (2013). Pengukuran Usability Menggunakan Use- Questionnaire Dalam Penggunaan Teknologi Informasi Terhadap keberlangsungan UKM. *Seminar Nasional Inovasi Dan Teknologi (SNIT)*, 164–178.
- Prima, E. S. (2021). Evaluasi User Experience Pada Aplikasi E-Wallet Dengan Metode User Experience Questionnaire.
- Al Rosyid, H., Rakhmadani, D. P., & Alika, S. D. (2022). Evaluasi Usability pada Aplikasi OVO Menggunakan Metode System Usability Scale (SUS). *JURIKOM (Jurnal Riset Komputer)*, 9(6), 1808.
- Rusu, C., Rusu, V., Roncagliolo, S., & González, C. (2015). Usability and user experience: what should we care about?. *International Journal of Information Technologies and Systems Approach (IJITSA)*, 8(2), 1–12.
- Pratama, A., Faroqi, A., Mandyartha, E. P., Timur, J., Madya, J. T. J. R. R., & Anyar, G. (2022). Evaluation of User Experience in Integrated Learning Information Systems Using User

- Experience Questionnaire (UEQ). *Journal of Information Systems and Informatics*, 4(4), 1019-1029.
- San Taslim, W., & Felita, N. (2022). Analisis Perbandingan Persepsi Konsumen Pengguna E-Wallet OVO Dan Go-Pay Di Pontianak. *Obis*, 4(1), 13-21.
- Hidayatuloh, S., & Aziati, Y. (2020). Analisis pengaruh user experience terhadap kepuasan pengguna mobile application e-commerce shopee menggunakan model delone & mclean. *Jurnal ilmiah teknik informatika (TEKINFO)*, 21(1), 73-83.
- Dwijayanti, I., Santoso, P. I., & Hantono, B. S. (2021, October). User experience aspect assessment method for digital wallet mobile application in Indonesia: A literature review. In *2021 13th International Conference on Information Technology and Electrical Engineering (ICITEE)* (pp. 98-103). IEEE.
- Arifin, S., & Maharani, L. (2021). Assessing user experience of a mobile application using usability questionnaire method. *Applied Information System and Management (AISM)*, 4(1), 1-10. <https://doi.org/10.15408/aism.v4i1.20265>
- Agustina, R. A., & Gustalika, M. A. (2022). Evaluasi user experience pada aplikasi Linkaja menggunakan metode User Experience Questionnaire (UEQ). *Bulletin of Information Technology (BIT)*, 3(4), 323-331. <https://doi.org/10.47065/bit.v3i4.401>
- Liljander, V., & Strandvik, T. (1993). Different comparison standards as determinants of service quality. *Journal of Consumer Satisfaction, Dissatisfaction and Complaining Behavior*, 6, 118-132.
- Sauer, J., Sonderegger, A., & Schmutz, S. (2020). Usability, user experience and accessibility: towards an integrative model. *Ergonomics*, 63(10), 1207-1220. <https://doi.org/10.1080/00140139.2020.1774080>