

ABSTRAK

Perkembangan teknologi membuat masyarakat semakin terbiasa menggunakan pembayaran non tunai melalui dompet digital, salah satunya aplikasi OVO. Meskipun demikian, masih ada pengguna yang belum menjadikan OVO sebagai pilihan utama dalam bertransaksi. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh *performance expectancy*, *effort expectancy*, *social influence*, dan *facilitating condition* terhadap *adoption of cashless payment* pada aplikasi OVO. Penelitian menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan asosiatif. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah sampel jenuh dengan jumlah 84 responden, yaitu mahasiswa aktif Program Studi Bisnis Digital Universitas Amikom Purwokerto angkatan 2022-2024 yang pernah menggunakan aplikasi OVO minimal enam bulan. Data dikumpulkan melalui kuesioner dan dianalisis menggunakan regresi linier berganda dengan bantuan SPSS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *performance expectancy* dan *effort expectancy* secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap *behavioral intention*. Sementara, *social influence* dan *facilitating condition* secara parsial berpengaruh negatif dan signifikan terhadap *behavioral intention*. Secara simultan, keempat variabel berpengaruh terhadap *Behavioral Intention*. Nilai *Adjusted R Square* sebesar 0,644 atau 64,4%. Hal ini menunjukkan bahwa keempat variabel dalam model mampu menjelaskan 64,4% variasi *Behavioral Intention*, sedangkan 35,6% lainnya dijelaskan oleh faktor lain diluar model penelitian. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi pihak OVO sebagai bahan pertimbangan dalam meningkatkan kualitas layanan, kemudahan penggunaan, dan fasilitas pendukung aplikasi. Selain itu, penelitian ini dapat menjadi referensi bagi peneliti selanjutnya dalam mengembangkan penelitian terkait penggunaan dompet digital.

Kata kunci: *Performance expectancy*, *Effort Expectancy*, *Social Influence*, *Facilitating Condition*, *Behavioral Intention*.

ABSTRACT

Technological advancements have increasingly accustomed the public to cashless payments via digital wallets, such as the OVO application. Nevertheless, some users have not yet adopted OVO as their primary choice for transactions. This study aims to determine the influence of performance expectancy, effort expectancy, social influence, and facilitating conditions on the adoption of cashless payments through the OVO application. A quantitative method with an associative approach was employed. A saturated sampling technique was used, involving 84 respondents—specifically active students from the Digital Business Study Program at Universitas Amikom Purwokerto (classes of 2022–2024) who had used the OVO application for at least six months. Data were collected via questionnaires and analyzed using multiple linear regression with SPSS software. The results indicate that performance expectancy and effort expectancy have a positive and significant partial effect on behavioral intention. Conversely, social influence and facilitating conditions have a negative and significant partial effect on behavioral intention. Simultaneously, all four variables influence behavioral intention. The Adjusted R-Square value is 0.644 (64.4%), indicating that the four variables in the model explain 64.4% of the variation in behavioral intention, while the remaining 35.6% is explained by factors outside the research model. These findings are expected to benefit OVO by providing insights for improving service quality, ease of use, and supporting application features. Furthermore, this study can serve as a reference for future researchers exploring the use of digital wallets.

Keywords: *Performance expectancy, Effort Expectancy, Social Influence, Facilitating Conditions, Behavioral Intention.*