

## ABSTRAK

Perkembangan teknologi saat ini mempengaruhi sistem pembayaran pada masyarakat yaitu dengan alat pembayaran tunai ke non tunai. Sistem pembayaran adalah sistem yang mencakup seperangkat aturan, lembaga dan mekanisme yang dipakai untuk melaksanakan pemindahan dana guna memenuhi suatu kewajiban yang timbul dari suatu kegiatan ekonomi. Evolusi alat pembayaran terus berkembang dari alat pembayaran tunai (*cash based*) ke alat pembayaran non tunai (*non-cash*) seperti alat pembayaran berbasis kertas misalnya cek dan bilyet giro. Selain itu dikenal juga alat pembayaran *paperless* seperti *transfer* dana elektronik dan alat pembayaran memakai kartu (*card based*) (ATM, Kartu Kredit, Kartu Debit dan Kartu Prabayar). Salah satu perusahaan yang mengeluarkan produk berbasis alat pembayaran secara digital adalah LippoX dengan fitur aplikasinya yaitu OVO-Cash. Ada banyak faktor yang mempengaruhi konsumen dalam berperilaku, khususnya dalam bertransaksi online, beberapa diantaranya adalah *perceived usefulness*, *perceived ease of use*, dan *perceived risk*.

Dengan demikian, penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk menguji apakah *perceived usefulness*, *perceived ease of use*, dan *perceived risk*, berpengaruh terhadap *behavioral intention* pada Fitur OVO-Cash.

Metode pengumpulan data mengenai objek penelitian didapat melalui kuesioner yang disebar kepada 385 responden kepada konsumen yang memakai Fitur OVO-Cash, dengan menggunakan teknik *simple random sampling*. Untuk kemudian data dianalisis dengan metode regresi linear berganda.

Berdasarkan hasil dari analisis deskriptif, variabel *perceived usefulness*, *perceived ease of use*, dan *behavioral intention* memiliki nilai baik dan *perceived risk* nilai yang cukup baik. Sementara, hasil dari pengujian analisis verifikatif, di dapat bahwa *perceived usefulness* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *behavioral intention*, *perceived ease of use* berpengaruh positif terhadap *behavioral intention*, serta *perceived risk* berpengaruh positif dan signifikan terhadap terhadap *behavioral intention* dalam menggunakan Fitur OVO-Cash.

**Kata Kunci:** *Perceived Usefulness, Perceived Ease Of Use, Perceived Risk, Behavioral Intention*