

ABSTRAK

Aplikasi OVO merupakan salah satu sistem *e-payment* yang sedang tumbuh di Indonesia sejak peluncurannya di tahun 2017. Selama peluncurannya aplikasi OVO telah berhasil mencuri perhatian dalam persaingan alat pembayaran digital di Indonesia sehingga aplikasi OVO berada pada posisi kedua sebagai aplikasi pembayaran digital yang paling diminati oleh kelompok milenial di Indonesia. Akan tetapi, masih banyak kendala dan masalah yang dialami oleh penggunanya pada saat menggunakan aplikasi OVO, namun aplikasi OVO masih memberikan manfaat yang baik dan faktor eksternal serta keyakinan pada aplikasi OVO memotivasi pengguna untuk berminat menggunakan aplikasi OVO secara berkelanjutan.

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui : (1) Tanggapan responden terhadap minat lanjutan pengguna aplikasi OVO berdasarkan hasil analisis deskriptif (2) Faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pengguna yang secara tidak langsung mempengaruhi minat lanjutan pada aplikasi OVO berdasarkan model ECT (3) Faktor-faktor yang dipengaruhi oleh kepuasan pasca penerimaan yang mengarah pada minat lanjutan menggunakan aplikasi OVO berdasarkan model SDT. (4) Faktor-faktor yang mempengaruhi minat lanjutan pengguna pada aplikasi OVO berdasarkan model pengintegrasian ECT dan SDT.

Metode pengumpulan data pada penelitian ini menggunakan kuesioner dengan jumlah responden sebanyak 400. Dan teknik analisis data yang digunakan menggunakan metode *Structural Equational Model* (SEM).

Hasil penelitian menunjukkan bahwa : (1) Tanggapan responden terhadap minat lanjutan sebesar 10125 atau 72,32% penilaian responden masuk dalam kategori sedikit tinggi. (2) Berdasarkan model ECT, persepsi manfaat, kualitas, dan kepercayaan mempengaruhi kepuasan pengguna yang secara tidak langsung mempengaruhi minat lanjutan pada aplikasi OVO. (3) Berdasarkan model SDT, regulasi intrinsik, regulasi identifikasi, regulasi introjeksi, regulasi eksternal dan regulasi integrasi dipengaruhi oleh kepuasan pengguna aplikasi OVO. (4) Berdasarkan model pengintegrasian ECT dan SDT, persepsi manfaat, kepuasan, regulasi eksternal, dan regulasi integrasi mempengaruhi minat lanjutan pengguna pada aplikasi OVO.

Kata Kunci : Minat Lanjutan, Kepuasan, *e-payment*, OVO, *Expectation-Confirmation Theory*, *Self-Determination Theory*