

**PENGARUH NILAI HARGA, MOTIVASI HEDONIS, KEBIASAAN DAN  
DAYA TARIK PROMO TERHADAP MINAT MENGGUNAKAN  
FINANCIAL TECHNOLOGY MOBILE PAYMENT OVO**

Oleh

**I Gusti Bagus Irvan Prasetya, NIM 1617051207  
Program Studi S1 Akuntansi  
Jurusan Ekenomi dan Akuntansi**

**ABSTRAK**

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh antar variabel nilai harga, motivasi hedonis, kebiasaan dan daya tarik promo terhadap minat mahasiswa untuk dalam penggunaan financial technology (fintech) yaitu aplikasi *Mobile payment* OVO. Metode penelitian kuantitatif digunakan sebagai metode dalam penelitian ini dengan menggunakan sumber data primer yaitu berupa data kuisisioner yang kemudian diukur melalui skala likert. Seluruh mahasiswa program studi Akuntansi (S1) di Universitas Pendidikan Ganesha yang dijadikan objek oleh penelitian ini. Mahasiswa akuntansi secara keseluruhan yang menempuh jurusan Akuntansi di semester 7 juga merupakan populasi dalam penelitian ini. Metode *purposive sampling* digunakan sebagai dasar penarikan sampel yang dilakukan dalam penelitian ini sehingga diperoleh sampel berjumlah 134 orang. Penyebaran kuesioner yang kemudian akan diolah dengan menggunakan uji analisis regresi linear berganda dengan menggunakan aplikasi SPSS versi 21 *for windows* digunakan untuk mengumpulkan seluruh data dalam penelitian ini. Adapun hasil yang diperoleh dalam penelitian ini adalah 1) Variabel nilai harga berpengaruh positif signifikan terhadap minat mahasiswa menggunakan aplikasi *Mobile payment* OVO, 2) Variabel motivasi hedonis berpengaruh positif signifikan terhadap minat mahasiswa menggunakan aplikasi *Mobile payment* OVO, 3) Variabel kebiasaan berpengaruh positif signifikan terhadap minat mahasiswa menggunakan aplikasi *Mobile payment* OVO, dan 4) Variabel daya tarik promo berpengaruh positif signifikan terhadap minat menggunakan aplikasi *Mobile payment* OVO.

**Kata Kunci : Nilai Harga, Motivasi Hedonis, Kebiasaan, Daya Tarik Promo, *Mobile Payment***

**THE EFFECT OF PRICE VALUE, HEDONIC MOTVATION, HABITS,  
AND ATTRACTIVENESS OF PROMOS ON THE INTEREST IN USING  
FINANCIAL TECHNOLOGY MOBILE PAYMENT OVO**

**By**  
**I Gusti Bagus Irvan Prasetya, NIM 1617051207**  
*Accounting Department of Undergraduated Program*  
*Ganesha University of Education*  
*Singaraja, Indonesia*

**ABSTRACT**

*This study aims to determine the effect of the variable price values, hedonic motivation, habits and attractiveness of promos to the interests of students to use one financial technology Mobile payment OVO. The research method that can be used in this study is a quantitative method using primary data in the form of questionnaire data which is then measured through a Likert scale. All Accounting (S1) study program students at Ganesha University of Education were the object of this research. All students majoring in Accounting in the 7th semester are also the population in this study. The purposive sampling method was used as the basis for sampling conducted in this study so that a sample of 134 people was obtained. The distribution of questionnaires which will then be processed using multiple linear regression analysis test using SPSS application version 21 for windows is used to collect all data in this study. The results obtained in this study are: 1) The variable price value has a significant positive effect on student interest using the Mobile payment OVO application, 2) The hedonic motivation variable has a significant positive effect on student interest using the Mobile payment OVO application, 3) The custom variable has a significant positive effect on the student interest in using the Mobile payment OVO application, and 4) The variable attractiveness of the promo has a significant positive effect on the interest in using the Mobile payment OVO application.*

**Keywords: price value, hedonic motivation, habits, attractiveness of promos, mobile payment**