

## INTISARI

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui *Pengaruh Percieved of Usefulness, Percieved Ease of Use, M-payment Experience, dan Percieved enjoyment* terhadap Penerimaan Penggunaan Teknologi Transportasi Online di Yogyakarta khususnya dalam tingkat penerimaan OVO Cash. Subjek dalam penelitian ini adalah mahasiswa pengguna layanan GRAB di wilayah Yogyakarta. Jenis data dalam penelitian ini merupakan jenis data primer. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini berjumlah 90 responden. Metode yang digunakan dalam menentukan pengambilan sampel yaitu menggunakan metode *purposive sampling*. Teknik mengumpulkan dan memperoleh data penelitian ini menggunakan Teknik survey menggunakan kuesioner. Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode analisis linier berganda.

Berdasarkan analisis yang telah dilakukan diperoleh hasil bahwa *Pengaruh Percieved of Usefulness, Percieved Ease of Use, M-payment Experience, dan Percieved enjoyment* berpengaruh secara signifikan terhadap penerimaan penggunaan teknologi.

Kata kunci: *Pengaruh Percieved of Usefulness, Percieved Ease of Use, M-payment Experience, dan Percieved enjoyment*

## ABSTRACT

*His study aims to determine the Percieved of Usefulness Effect, Percieved Ease of Use, M-payment Experience, and Percieved enjoyment towards the Acceptance of Use of Online Transportation Technology in Yogyakarta, especially in the level of OVO Cash receipts. The subjects in this study were GRAB service users in the Yogyakarta region. The type of data in this study is the primary data type. The sample used in this study amounted to 90 respondents. The method used in determining sampling is using purposive sampling method. The technique of collecting and obtaining this research data using survey techniques using a questionnaire. The data analysis method used in this study is a multiple linear analysis method.*

*Based on the analysis that has been carried out, the results that the Percieved of Usefulness, Percieved Ease of Use, M-payment Experience, and Percieved enjoyment are obtained significantly influence the acceptance of technology use.*

*Keywords: The influence of Percieved of Usefulness, Percieved Ease of Use, M-payment Experience, and Percieved enjoyment*