

**PENGARUH PERSEPSI KEMUDAHAN DAN PERSEPSI MANFAAT
TERHADAP MINAT PENGGUNAAN E-MONEY OVO**

SKRIPSI

**Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Dalam Memperoleh Gelar
Sarjana Ekonomi Jurusan Manajemen**



Diajukan oleh:

AMALIA SURYANINGRUM

19420053

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS WIJAYA KUSUMA SURABAYA**

SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT

Nama : Amalia Suryaningrum
Npm : 19420053
Alamat : JL. PAKIS TIRTOSARI 1/2 A, PAKIS, SAWAHAN,
KOTA SURABAYA
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi dengan judul "PENGARUH PERSEPSI KEMUDAHAN DAN PERSEPSI MANFAAT TERHADAP MINAT PENGGUNAAN E-MONEY OVO" bukan merupakan plagiasi atau saduran dari skripsi orang lain. Apabila kemudian hari pernyataan ini tidak benar maka saya bersedia menerima sanksi sesuai peraturan yang berlaku.

Demikian surat pernyataan ini dibuat dengan sebenar-benarnya untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Surabaya, 13 Januari 2023

Yang membuat pernyataan



AMALIA SURYANINGRUM

NPM : 19420053

**SKRIPSI
PENGARUH PERSEPSI KEMUDAHAN DAN PERSEPSI MANFAAT
TERHADAP MINAT PENGGUNAAN E-MONEY OVO**

Diajukan oleh :

AMALIA SURYANINGRUM

NPM : 19420053

TELAH DISETUJUI DAN DITERIMA DENGAN BAIK OLEH

DOSEN PEMBIMBING



Dr. Dwi Bhakti Iriantini, SE, M.Si

Tanggal, 13 Januari 2023

KETUA PROGRAM STUDI



Dr. Kristiningsih, SE., M.Si.

Tanggal, 13 Januari 2023

SKRIPSI
PENGARUH PERSEPSI KEMUDAHAN DAN PERSEPSI MANFAAT
TERHADAP MINAT PENGGUNAAN E-MONEY OVO

Dipersiapkan dan disusun oleh:
AMALIA SURYANINGRUM
NPM : 19420053

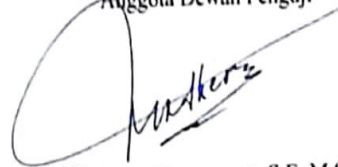
Susunan Dewan Penguji

Pembimbing Utama

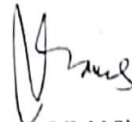


Dr. Dwi Bhakti Iriantini, S.E, M.Si

Anggota Dewan Penguji



Matheous Tamonsang, S.E, M.Si



Evianah, S.E, M.Si

Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan
Untuk memperoleh gelar sarjana manajemen

Tanggal 26 Januari 2023



Dr. Kristiningsih, S.E, M.si
Ketua Program Studi

KATA PENGANTAR

Dengan mengucapkan puji syukur kehadiran Allah SWT yang alhamdulillah telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“PENGARUH PERSEPSI KEMUDAHAN DAN PERSEPSI MANFAAT TERHADAP MINAT PENGGUNAAN E-MONEY OVO ”**. Dengan melalui proses dan pengalaman yang luar biasa tidak mudah, sebagai salah satu syarat memperoleh gelar sarjana (S1) jurusan Manajemen Bisnis Fakultas Ekonomi dan Bisnis di Universitas Wijaya Kusuma Surabaya.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini tidak mungkin terselesaikan tanpa adanya dukungan, bantuan, bimbingan, dan nasehat dari berbagai pihak selama penyusunan skripsi ini. Pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan sangat berterimakasih kepada :

1. Bapak Prof. DR. H Widodo Ario K. Sp., THT – KL, selaku Rektor Universitas Wijaya Kusuma Surabaya.
2. Bapak Drs. Ec. Gimanto Gunawan, MM., M.Ak selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Wijaya Kusuma Surabaya.
3. Ibu Dr. Kristiningsih, S.E., M.Si selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Wijaya Kusuma Surabaya.
4. Ibu Dr. Siti Djamilah, SE., M.Si selaku Dosen Wali yang telah banyak membantu saya memberikan arahan dan nasihat dari awal perkuliahan.

5. Ibu Dr. Dwi Bhakti Iriantini, SE., M.Si. selaku Dosen Pembimbing yang telah meluangkan banyak waktunya untuk memberikan bimbingan serta memberikan pengarahan dalam penyelesaian skripsi.
6. Kedua orang tua, Ayahanda Yudha Tri Hardjo dan Ibunda Sriyatun serta Adik tercinta, Rizki yang selalu memberikan semangat serta doa dalam mengerjakan skripsi supaya cepat selesai, dan mengajarkan untuk menomorsatukan pendidikan.
7. Keluarga besar ayah dan ibu yang telah memberikan motivasi serta doa.
8. Teman-teman manajemen B angkatan 2019, khususnya caca dan nesya partner saya bertukar pikiran yang banyak memberikan pengalaman proses menyelesaikan skripsi.
9. Teruntuk kim taehyung, min yoongi, asahi, park jeongwoo, haruto dan Yoshi yang telah memotivasi saya untuk menjadi orang sukses.

Demikian kata pengantar dari skripsi ini. Dalam skripsi ini penulis menyadari masih banyak kekurangan. Darimaka itu penulis menerima kritik dan saran yang membangun untuk menyempurnakan penulisan. Akhir kata penulis berharap semoga skripsi ini bisa bermanfaat bagi banyak pihak. Terimakasih.

Surabaya, 13 Januari 2023

Penulis

(AMALIA SURYANINGRUM)

DAFTAR ISI

| | |
|--------------------------------------------|------|
| HALAMAN JUDUL | i |
| SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI | ii |
| HALAMAN PERSETUJUAN | iii |
| SUSUNAN DEWAN PENGUJI | iv |
| KATA PENGANTAR | v |
| DAFTAR ISI | vii |
| DAFTAR TABEL | xii |
| DAFTAR GAMBAR | xiv |
| DAFTAR LAMPIRAN | xv |
| ABSTRAKSI | xvi |
| ABSTRACTION | xvii |
| BAB I PENDAHULUAN | |
| 1.1 Latar Belakang Masalah | 18 |
| 1.2 Rumusan Masalah | 31 |
| 1.3 Tujuan Penelitian | 31 |
| 1.4 Manfaat Penelitian | 32 |
| 1.5 Sistematika Penulisan | 32 |
| BAB II KAJIAN PUSTAKA | |
| 2.1 Landasan Teori | 34 |
| 2.1.1 Pengertian Pemasaran | 34 |
| 2.1.2 Pengertian Manajemen Pemasaran | 35 |
| 2.1.3 Ovo | 36 |

| | |
|-------------------------------------------------------|----|
| 2.1.4 E-Money | 40 |
| 2.1.5 Teori Technology Acceptance Model (TAM) | 43 |
| 2.1.6 Theory of Planned Behavior (TPB) | 44 |
| 2.1.7 Persepsi Kemudahan | 46 |
| 2.1.7.1 Indikator Persepsi Kemudahan | 47 |
| 2.1.8 Persepsi Manfaat | 47 |
| 2.1.8.1 Indikator Persepsi Manfaat..... | 49 |
| 2.1.9 Minat Pengguna..... | 49 |
| 2.1.9.1 Indikator Minat Pengguna | 53 |
| 2.2. Pengembangan Hipotesisi | 53 |
| 2.2.1 Persepsi Kemudahan (Perceived ease of use)..... | 53 |
| 2.2.2 Persepsi manfaat..... | 54 |
| 2.3 Penelitian Terdahulu | 55 |
| 2.4 Hipotesis dan Model Analisis..... | 58 |
| 2.4.1 Hipotesis | 58 |
| 2.4.2 Model Analisis..... | 58 |

BAB III METODE PENELITIAN

| | |
|-----------------------------------|----|
| 3.1 Pendekatan Penelitian | 60 |
| 3.2 Populasi dan Sampel | 61 |
| 3.2.1 Populasi | 61 |
| 3.2.2 Sampel | 61 |
| 3.3 Jenis Data, Sumber Data | 62 |

| | |
|-------------------------------------------------------|----|
| 3.4 Teknik Pengumpulan Data | 63 |
| 3.5 Instrumen Penelitian | 65 |
| 3.6 Identifikasi Variabel..... | 66 |
| 3.7 Definisi Operasional Variabel | 67 |
| 3.7.1 Persepsi Kemudahan | 67 |
| 3.7.2 Persepsi Manfaat..... | 68 |
| 3.7.3 Minat Pengguna..... | 69 |
| 3.8 Analisis Data | 69 |
| 3.8.1 Teknik Analisis Data..... | 69 |
| 3.8.1.1 Uji Validitas..... | 70 |
| 3.8.1.2 Uji Realibilitas | 70 |
| 3.8.1.3 Analisis Regresi Linier Berganda | 70 |
| 3.8.2 Uji Hipotesis | 71 |
| 3.8.2.1 Uji F | 71 |
| 3.8.2.2 Uji T..... | 72 |
| 3.8.2.3 Koefisien Determinasi (R ²) | 73 |

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

| | |
|------------------------------------|----|
| 4.1 Gambaran Umum Ovo | 74 |
| 4.1.1 Profil Singkat Ovo | 74 |
| 4.1.2 Visi dan Misi Ovo | 75 |
| 4.1.2.1 Visi Ovo | 75 |
| 4.1.2.2 Misi Ovo | 76 |
| 4.1.3 Perkembangan Usaha Ovo | 76 |

| | |
|--------------------------------------------------------------------------------|----|
| 4.1.4 Alur Proses Transaksi Ovo | 79 |
| 4.2 Karakteristik Responden | 81 |
| 4.2.1 Responden berdasarkan Jenis Kelamin | 81 |
| 4.2.2 Responden berdasarkan Tingkat Pembelian | 82 |
| 4.2.3 Analisa Deskriptif | 82 |
| 4.2.3.1 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Persepsi Kemudahan (X1) | 83 |
| 4.2.3.2 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Persepsi Manfaat (X2) | 84 |
| 4.2.3.3 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Minat Penggunaan (Y) | 85 |
| 4.2.3.4 Analisis Data | 86 |
| 4.3 Hasil Analisis Data | 86 |
| 4.3.1 Hasil Uji Kualitas Data | 86 |
| 4.3.1.1 Uji Validitas | 86 |
| 4.3.1.2 Uji Reliabilitas | 87 |
| 4.3.2 Analisis Regresi Linear Berganda | 88 |
| 4.3.3 Uji Hipotesis | 89 |
| 4.3.3.1 Uji f | 89 |
| 4.3.3.2 Uji t | 91 |
| 4.3.3.3 Hasil Uji Koefisien Determinan (R ²) | 94 |
| 4.4 Pembahasan | 95 |

| | |
|-------------------------------------------------------------|-----|
| 4.4.1 Pengaruh Persepsi Kemudahan Terhadap Minat Penggunaan | |
| E-money ovo | 95 |
| 4.4.2 Pengaruh Persepsi Manfaat Terhadap Minat Penggunaan | |
| E-money ovo | 97 |
| BAB V KESIMPULAN DAN SARAN | |
| 5.1 Kesimpulan | 99 |
| 5.2 Saran | 99 |
| 5.3 Keterbatasan Penelitian | 100 |
| DAFTAR PUSTAKA | 101 |
| LAMPIRAN | 102 |

DAFTAR TABEL

| | | |
|------------|--------------------------------------------------------------------------|----|
| Tabel 1.1 | Research Gap Pengaruh Persepsi Kemudahan Terhadap Minat Penggunaan | 29 |
| Tabel 1.2 | Research Gap Pengaruh Persepsi Manfaat Terhadap Minat Penggunaan | 30 |
| Tabel 2.1 | Kelebihan dan Kekurangan E-money | 43 |
| Tabel 2.2 | Penelitian Terdahulu | 55 |
| Tabel. 3.1 | Indikator Persepsi Kemudahan | 68 |
| Tabel. 3.2 | Indikator Persepsi Manfaat | 68 |
| Tabel. 3.3 | Indikator Minat Penggunaan | 69 |
| Tabel 4.1 | Responden Berdasarkan Jenis Kelamin | 81 |
| Tabel 4.2 | Responden Berdasarkan Tingkat Pembelian | 82 |
| Tabel 4.3 | Tanggapan Responden Terhadap Variabel Persepsi Kemudahan (X_1) | 83 |
| Tabel 4.4 | Tanggapan Responden Terhadap Variabel Persepsi Manfaat (X_2) | 84 |
| Tabel 4.5 | Tanggapan Responden Terhadap Variabel Minat Penggunaan (Y)..... | 85 |
| Tabel 4.6 | Hasil Uji Validitas..... | 86 |
| Tabel 4.7 | Hasil Uji Reliabilitas..... | 88 |
| Tabel 4.8 | Analisis Regresi Linier Berganda | 88 |
| Tabel 4.9 | Hasil Uji F..... | 90 |

| | |
|-----------------------------------------------------------|----|
| Tabel 4.11 Hasil Uji t..... | 91 |
| Tabel 4.12 Hasil Uji Koefisien Determinan (R^2) | 94 |

DAFTAR GAMBAR

| | | |
|------------|------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| Gambar 1.1 | Daftar Aplikasi E-Wallet | 23 |
| Gambar 1.2 | Testimoni pengguna tentang kemudahan | 28 |
| Gambar 2.1 | Proses Terbentuknya Minat | 50 |
| Gambar 2.2 | Model TAM | 52 |
| Gambar 2.3 | Model Analisis | 58 |
| Gambar 4.1 | Gambar Aplikasi Ovo | 75 |
| Gambar 4.2 | Gambar Alur Proses Transaksi Ovo | 79 |
| Gambar 4.3 | Kurva Uji F | 90 |
| Gambar 4.4 | Kurva Uji t Pengaruh Persepsi Kemudahan (X_1) terhadap Minat Penggunaan (Y) | 92 |
| Gambar 4.5 | Kurva Uji t Pengaruh Persepsi Manfaat (X_2) terhadap Minat Penggunaan (Y) | 93 |

DAFTAR LAMPIRAN

| | |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----|
| Lampiran 1 Kuesioner..... | 103 |
| Lampiran 2 Tabulasi Data..... | 106 |
| Lampiran 3 Uji Validitas dan Reliabilitas..... | 114 |
| Lampiran 4 Uji Analisis Regresi Linier Berganda, Uji F, Uji t, Uji Koefisien Determinan (R^2) | 118 |
| Lampiran 5 Tabel Pengujian Nilai F..... | 121 |
| Lampiran 6 Tabel Pengujian Nilai t..... | 124 |

ABSTRAKSI

Penelitian ini berjudul Pengaruh Persepsi Kemudahan dan Persepsi Manfaat Terhadap Minat Penggunaan E-Money Ovo. Tujuan penelitian ini adalah untuk menguji dan menganalisis Pengaruh Persepsi Kemudahan dan Persepsi Manfaat Terhadap Minat Penggunaan E-Money Ovo. Populasi pada penelitian ini adalah Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Wijaya Kusuma Surabaya. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini berjumlah 50 mahasiswa yang diambil dengan metode purposive sampling, yaitu pengambilan sampel berdasarkan kriteria tertentu. Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah regresi linear berganda dengan menggunakan program SPSS versi 20. Berdasarkan hasil uji t menunjukkan bahwa variabel persepsi kemudahan dan persepsi manfaat berpengaruh signifikan terhadap minat penggunaan. Dengan nilai adjusted R square yang dihasilkan sebesar 0,319 yang menunjukkan bahwa sebesar 31,9% variabel persepsi kemudahan dan persepsi manfaat memiliki pengaruh terhadap minat penggunaan.

Kata kunci : Persepsi Kemudahan, Persepsi Manfaat, Minat Penggunaan

ABSTRACTION

This study entitled the effect of perception of convenience and perception of benefits on interest in use ovo e-money. The purpose of this study was to examine and analyze the effect of perception of convenience and perception of benefits on interest in use ovo e-money. The population in this study were students of the Faculty of Economics and Business Wijaya Kusuma University Surabaya. The sample used in this study amounted to 50 students who were taken by purposive sampling method, namely sampling based on certain criteria. The analytical technique used in this study is multiple linear regression using the SPSS version 20 program. Based on the results of the t test, it shows that the variables of perception of convenience and perception of benefits have a significant effect on interest in use. With the resulting adjusted R Square value of 0,319 which indicates that 31,9% of the variables of perception of convenience and perception of benefits have an influence on interest in use.

Keywords: perception of convenience, perception of benefits, interest in use

