

**PENGARUH PERSEPSI MANFAAT, PERSEPSI KEMUDAHAN
PENGUNAAN, DAN KEPERCAYAAN TERHADAP SIKAP
PENGUNAAN LAYANAN E-WALLET OVO**

**(Studi kasus Pada Mahasiswa Pengguna Ovo di Kecamatan Jatiasih Bekasi
Selatan)**

***THE EFFECTS OF PERCEIVED USEFULNESS, PERCEIVED EASE OF
USE AND TRUST ON ATTITUDE OF USING OVO E-WALLET SERVICE***

***(A Case Study of OVO's Users College Student's in Jatiasih Sub District South
Bekasi)***

Oleh :

Rizqia Maulida

2016410184

SKRIPSI

**Untuk Memenuhi Salah Satu Tugas Akademik Dan Melengkapi Sebagian
Dari Syarat - Syarat Guna Mencapai Gelar Sarjana Jurusan Manajemen**



**PROGRAM SARJANA
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS DARMA PERSADA
JAKARTA
2021**

LEMBAR PERSETUJUAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Rizqia Maulida

NIM : 2016410184

Jurusan : Manajemen

Peminatan : Manajemen Pemasaran

Judul Skripsi : Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan, dan Kepercayaan Terhadap Sikap Penggunaan Layanan E-Wallet OVO

Telah diperiksa dan disetujui untuk dijadikan dan diujikan dalam sidang Ujian

Skripsi Sarjana tanggal :

Jakarta, Februari 2021

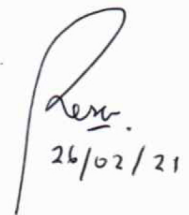
Mengetahui,

Menyetujui,



Dian A Rahim, SE, M. Si

Ketua Jurusan Manajemen



Resa Nurlaela A, S.E., M.M

Dosen Pembimbing

**PENGARUH PERSEPSI MANFAAT, PERSEPSI
KEMUDAHAN PENGGUNAAN, DAN KEPERCAYAAN
TERHADAP SIKAP PENGGUNAAN LAYANAN E-WALLET
OVO**

**(Studi kasus Pada Mahasiswa Pengguna Ovo di Kecamatan Jatiasih Bekasi
Selatan)**

***THE EFFECTS OF PERCEIVED USEFULNESS, PERCEIVED
EASE OF USE AND TRUST ON ATITUDE OF USING OVO E-
WALLET SERVICE***

***(A Case Study of OVO's Users College Student's in Jatiasih Sub District South
Bekasi)***

Oleh :

Rizqia Maulida

2016410184

SKRIPSI

**Untuk memenuhi salah satu syarat ujian guna memperoleh gelar sarjana dalam Ilmu
Ekonomi Program Studi Manajemen pada Universitas Darma Persada**

Telah disetujui oleh Tim Penguji pada tanggal seperti tertera di bawah ini

Jakarta, 17 Februari 2021 dengan nilai C


Resa Nurlaela A, S.E., M.M

Dosen Pembimbing


Drs. Fauzi Baisyir, MM

Penguji I


Melani Q., S.E., M. Pd

Penguji II


Mu'man Nuryana, Ph.

Dekan Fakultas Ekonomi


Resa Nurlaela A, S.E., M.M

Penguji III


Dian Anggrachy Rahim, SE., M.Si

Ketua Jurusan Manajemen

LEMBAR PERNYATAAN

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Rizqia Maulida

Nim : 2016410184

Jurusan / Peminataan : Manajemen / Pemasaran

Dengan ini menyatakan bahwa karya tulis dengan **judul Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan, dan Kepercayaan terhadap Sikap Penggunaan Layanan E-Wallet OVO (Studi Kasus Pada Mahasiswa Pengguna OVO di Kecamatan Jatiasih Bekasi Selatan)** yang dibimbing oleh Ibu Resa Resa Nurlaela A, S.E., M.M selaku Dosen Pembimbing adalah benar merupakan hasil karya tulis saya sendiri dan bukan merupakan jiplakan maupun menyalin sebagian hasil karya orang lain. Apabila dikemudian hari ternyata ditemukan ketidaksesuaian dengan pernyataan ini, maka saya bersedia mempertanggungjawabkan.

Jakarta, Februari 2021



ABSTRAK

Nama : Rizqia Maulida, NIM : 2016410184, Judul : Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan, dan Kepercayaan Terhadap Sikap Penggunaan Layanan E-Wallet Ovo (Studi kasus Pada Mahasiswa Pengguna OVO di Kecamatan Jatiasih, Kota Bekasi), Bidang Ilmu : Manajemen Pemasaran, dibawah bimbingan, Resa Nurlaela A, S.E., M.M.

Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Dan Kepercayaan Terhadap Sikap Penggunaan Layanan. Pengumpulan Data dilakukan dengan menyebarkan kuisioner kepada 101 responden bagi masyarakat yang tinggal di Kecamatan Jatiasih, Kota Bekasi dan menggunakan aplikasi *E-Wallet* OVO yang melakukan penggunaan minimal 1 kali dalam satu bulan terakhir. Teknik sampel digunakan adalah *non probability sampling* dan cara pengambilan sampelnya dengan menggunakan *quota sampling* dengan tingkat sig 0.05. Alat analisis yang digunakan adalah regresi linear berganda dengan tujuan mengetahui pengaruh persepsi manfaat, persepsi kemudahan penggunaan, dan kepercayaan terhadap sikap penggunaan layanan.

Hasil penelitian menunjukkan terdapat pengaruh persepsi manfaat, persepsi kemudahan penggunaan, dan kepercayaan terhadap sikap penggunaan layanan, hal tersebut dibuktikan dengan uji F dengan nilai F hitung sebesar 32.396. Variabel persepsi manfaat secara parsial atau sebagian memiliki pengaruh terhadap sikap penggunaan layanan, hal tersebut dibuktikan dengan Uji T dengan nilai T hitung sebesar 5,659. Variabel persepsi kemudahan penggunaan dengan nilai T hitung 3,113 dan variabel kepercayaan dengan nilai T hitung 2,012.

Kata Kunci : Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Dan Kepercayaan Terhadap Sikap Penggunaan Layanan

ABSTRACT

Name : Rizgia Maulida, NIM : 2016410184, Title : Influence of Benefit Perception, Perception of Ease of Use, and Belief in Attitude of Use of Ovo E-Wallet Service (Case Study on OVO User Students in Jatiasih Subdistrict, Bekasi City), Field of Science: Marketing Management, under guidance, Resa Nurlaela A, S.E., M.M.

The purpose of this study was to analyze the influence of Benefit Perception, Perception of Ease of Use, And Belief in Service Usage Attitudes. Data Collection was conducted by spreading questionnaires to 101 respondents for people living in Jatiasih Subdistrict, Bekasi City and using the OVO E-Wallet application that conducted at least 1 use in the last month. Sample technique used is non probability sampling and sampling method by using quota sampling with sig level 0.05. The analysis tool used is multiple linear regression with the aim of knowing the influence of benefit perception, perception of ease of use, and trust in the attitude of service use.

The results showed that there is an influence of benefit perception, perception of ease of use, and trust in the attitude of service use, as evidenced by the F test with a calculated F value of 32,396. Variable perception of benefits partially or partially has an influence on the attitude of service usage, it is evidenced by a T Test with a calculated T value of 5,659. Ease of use perception variable with T value calculate 3,113 and trust variable with T value calculate 2,012.

Keywords: Perception of Benefits, Perception of Ease of Use, And Trust in The Attitude of Service Use

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat serta karunia-Nya kepada penulis untuk dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Kepercayaan terhadap Sikap Penggunaan Layanan E-Wallet OVO”** yang merupakan prasyarat untuk menyelesaikan pendidikan guna mendapatkan gelar Sarjana Strata Satu (S1) pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi di Universitas Darma Persada. Penulis menyadari bahwa skripsi yang penulis kerjakan sangat jauh dari kata sempurna dan memiliki banyak kekurangan, sehingga penulis mengharapkan kritikan dan saran dari pembaca guna menyempurnakan hasil penelitian skripsi yang telah penulis buat. Penulis mengucapkan terimakasih kepada pihak-pihak yang telah membantu proses penyusunan skripsi dan memberikan dukungan serta doa kepada penulis, tanpa mereka mungkin penulis tidak bisa mengerjakan skripsi seorang diri. Penulis mengucapkan terima kasih sebesar-besarnya kepada :

1. Ibu Resa Nurlaela A, S.E.,M.M selaku Dosen Pembimbing dalam skripsi ini. Terimakasih telah meluangkan waktu, mengarahkan serta membimbing penulis dalam menyelesaikan penyusunan skripsi ini.
2. Bapak Dr. Ir. Mu'man Nuryana, M.Sc selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Darma Persada.
3. Ibu Dian Anggraeny Rahim, S.E., M.Si selaku Ketua Jurusan Manajemen Universitas Darma Persada.

4. Bapak / Ibu Dosen yang selama ini telah memberikan ilmu yang bermanfaat dan juga kepada para Staff Tata Usaha dan Karyawan Fakultas Ekonomi Universitas Darma Persada yang telah membantu dari awal perkuliahan sampai menyelesaikan skripsi.
5. Keluarga penulis, Ayah, Umi, Enin, Abang, Adik-adik yang selalu memberi support dan kebahagiaan di hidup penulis.
6. Untuk Anesya, Sinta, Dewi, Cici, Ribka selaku teman seperjuangan saat kuliah dan juga teman yang selalu memberikan support kepada penulis, terimakasih atas banyak kenangan yang kita jalani bersama.
7. Untuk Atiyah, Adel, Gia, Hana, Ndes, Wiwid yang merupakan teman terbaik dari SMP hingga sekarang, terimakasih selalu memberi semangat kepada penulis dan memberikan kritik dan saran sehingga membuat penulis termotivasi untuk hidup lebih baik.
8. Untuk Desna, Elvira, Nadia, Riska, Silva yang merupakan teman terbaik dari SMA hingga sekarang, terimakasih selalu memberi semangat kepada penulis dan memberikan kritik dan saran sehingga membuat penulis termotivasi untuk hidup lebih baik.
9. Untuk Bunek, mba teknik dan penjual jajanan kantin teknik, terimakasih telah memberikan kenangan yang baik dan juga memberikan makanan yang murah dan enak, sehingga penulis kenyang,
10. Untuk semua teman-teman fakultas Ekonomi Universitas Darma Persada tahun 2016 yang tidak dapat saya sebutkan satu-satu, terimakasih atas kenangan yang

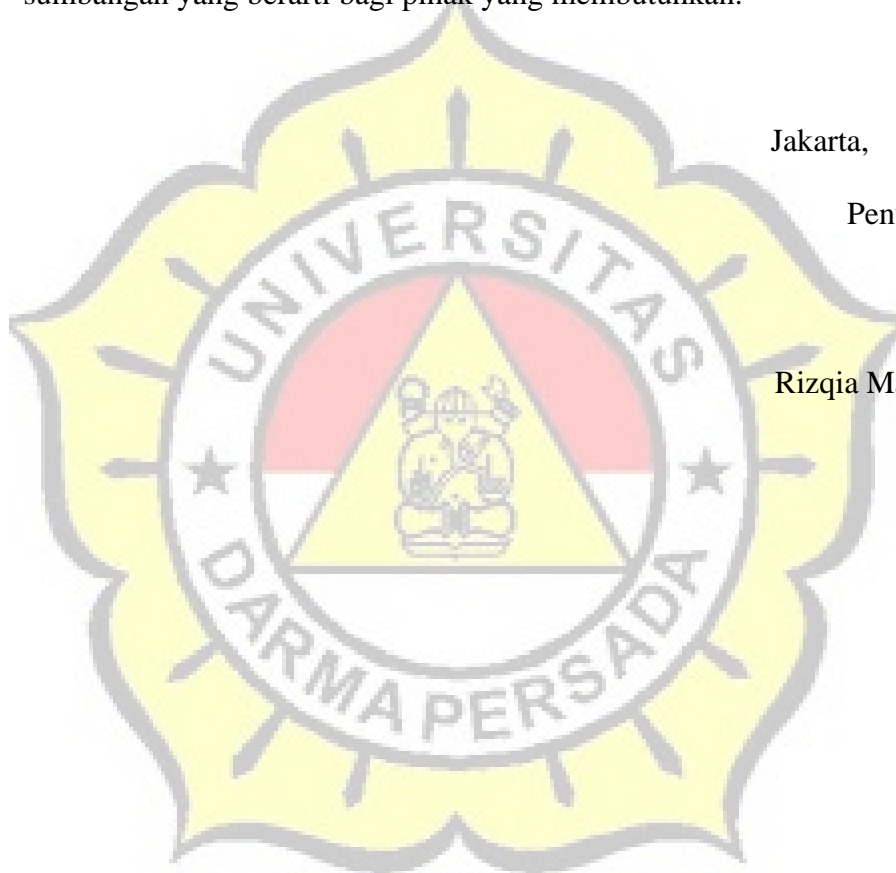
kita lalui bersama, suka duka yang kita jalani bersama, perjuangan keras kita bersama untuk mendapatkan gelar Sarjana Ekonomi.

Demikian skripsi ini dibuat, saran dan kritik yang sifatnya membangun sangat dibutuhkan oleh penulis. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat dan memberikan sumbangan yang berarti bagi pihak yang membutuhkan.

Jakarta, 2021

Penulis,

Rizqia Maulida



DAFTAR ISI

	Halaman
LEMBAR PERSETUJUAN	I
LEMBAR PENGESAHAN	II
LEMBAR PERNYATAAN	III
ABSTRAK	IV
ABSTRACT	V
KATA PENGANTAR	VI
DAFTAR ISI	IX
DAFTAR TABEL	XII
DAFTAR GAMBAR	XVIII
BAB I PENDAHULUAN	
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Identifikasi, Pembatasan dan Perumusan Masalah	13
1.2.1. Identifikasi Masalah	13
1.2.2. Pembatasan Masalah	14
1.2.3. Perumusan Masalah	14
1.3. Tujuan Penelitian	15
1.4. Kegunaan Penelitian	15
BAB II LANDASAN TEORI, PENELITIAN SEBELUMNYA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESA	
2.1. Manajemen Pemasaran	17
2.2. Persepsi Manfaat	18
2.2.1 Definisi Persepsi Manfaat	18
2.2.2 Indikator Pengukur Persepsi Manfaat	19

2.2.3 Dimensi Persepsi Manfaat	19
2.3. Persepsi Kemudahan Penggunaan	19
2.3.1 Definisi Persepsi Kemudahan Penggunaan	19
2.3.2 Dimensi Persepsi Kemudahan Penggunaan	20
2.4 Kepercayaan	21
2.4.1 Definisi Kepercayaan	21
2.4.2 Indikator Mengukur Kepercayaan.....	22
2.4.3 Manfaat Kepercayaan.....	23
2.4.4 Dimensi Kepercayaan	23
2.5 Sikap Penggunaan Layanan	25
2.5.1 Definisi Sikap Penggunaan Layanan	25
2.5.2 Dimensi Sikap Penggunaan Layanan.....	25
2.6 E-Wallet	26
2.6.1 Definisi E-Wallet	26
2.6.2 Dimensi E-Wallet.....	27
2.7 Penelitian Sebelumnya	28
2.8 Kerangka Pemikiran.....	30
2.9 Hipotesis Penelitian.....	32
 BAB III METODOLOGI PENELITIAN	
3.1. Metode yang Digunakan	34
3.2. Waktu dan Tempat Penelitian	35
3.3. Operasional Variabel	35
3.4. Sumber dan Cara Penentuan Data	41

3.4.1. Jenis dan Sumber Data	41
3.4.2. Populasi dan Sampel	42
3.5. Teknik Pengambilan Sampel	44
3.6. Teknik Pengumpulan Data.....	45
3.7. Rancangan Analisis dan Uji Hipotesis	47
3.7.1. Rancangan Analisis Data	47
3.7.2. Metode Analisa Data	49
BAB IV HASIL PENELITIAN, PEMBAHASAN, DAN PEMECAHAN MASALAH	
4.1 Gambaran Umum Penelitian.....	56
4.2 Visi Misi OVO.....	60
4.3 Hasil Penelitian Karakteristik atau Profile Responden.....	60
4.3.1. Perhitungan Responden Jenis Kelamin	60
4.3.2. Perhitungan Responden Berdasarkan Usia	61
4.3.3. Perhitungan Responden Berdasarkan Pengeluaran perbulan	62
4.4 Metode Analisa Data.....	63
4.4.1. Hasil Uji Validitas	63
4.4.2. Hasil Uji Realibilitas	67
4.4.3. Hasil Analisis Statistik Deskriptif	68
4.4.4. Persepsi Manfaat	68
4.4.5. Persepsi Kemudahan Pengguna	75
4.4.6. Kepercayaan	81
4.4.7. Sikap Pengguna Layanan	86
4.5 Analisis Data	93

4.5.1. Uji Asumsi Klasik	93
4.5.2. Analisis Regresi Linier Berganda	98
4.5.3. Analisis Regresi Linier Sederhana	99
4.5.4. Koefisien Determinasi (R Square)	102
4.5.5. Pengujian Hipotesis	105
4.6 Pembahasan	113
4.6.1 Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Kepercayaan Terhadap Sikap Penggunaan Layanan	113
4.6.2 Pengaruh Persepsi Manfaat Terhadap Sikap Penggunaan Layanan.....	113
4.6.3 Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan Terhadap Sikap Penggunaan Layanan	114
4.6.4 Pengaruh Kepercayaan Terhadap Sikap Penggunaan Layanan .	115
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	
5.1 Kesimpulan	118
5.2 Saran	119
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	28
Tabel 2.2 Kerangka Pemikiran	31
Tabel 3.1 Operasional Variabel.....	37
Tabel 3.2 Skala Likert.....	47
Tabel 4. 1 Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	63
Tabel 4. 2 Identitas Responden Berdasarkan Usia.....	63
Tabel 4. 3 Identitas Responden Berdasarkan Pengeluaran Perbulan	64
Tabel 4. 4 Uji Validitas Persepsi Manfaat (X1).....	66
Tabel 4. 5 Uji Validitas Persepsi Kemudahan Penggunaan (X2)	67
Tabel 4. 6 Uji Validitas Kepercayaan (X3).....	67
Tabel 4. 7 Uji Validitas Sikap Penggunaan Layanan (Y).....	68
Tabel 4. 8 Reliabilitas Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Kepercayaan dan Sikap Penggunaan Layanan	69
Tabel 4.9 Tanggapan Responden Mengenai Pernyataan 1	70
Tabel 4.10 Tanggapan Responden Mengenai Pernyataan 2	71
Tabel 4.11 Tanggapan Responden Mengenai Pernyataan 3	72

Tabel 4.12	Tanggapan Responden Mengenai Pernyataan 4	73
Tabel 4.13	Tanggapan Responden Mengenai Pernyataan 5	74
Tabel 4.14	Tanggapan Responden Mengenai Pernyataan 6	75
Tabel 4.15	Tanggapan Responden Mengenai Pernyataan 7	76
Tabel 4.16	Tanggapan Responden Mengenai Pernyataan 8	76
Tabel 4.17	Tanggapan Responden Mengenai Pernyataan 1	77
Tabel 4.18	Tanggapan Responden Mengenai Pernyataan 2	78
Tabel 4.19	Tanggapan Responden Mengenai Pernyataan 3	78
Tabel 4.20	Tanggapan Responden Mengenai Pernyataan 4	79
Tabel 4.21	Tanggapan Responden Mengenai Pernyataan 5	80
Tabel 4.22	Tanggapan Responden Mengenai Pernyataan 6	80
Tabel 4.23	Tanggapan Responden Mengenai Pernyataan 7	81
Tabel 4.24	Tanggapan Responden Mengenai Pernyataan 8	82
Tabel 4.25	Tanggapan Responden Mengenai Pernyataan 1	83
Tabel 4.26	Tanggapan Responden Mengenai Pernyataan 2	84
Tabel 4.27	Tanggapan Responden Mengenai Pernyataan 3	85
Tabel 4.28	Tanggapan Responden Mengenai Pernyataan 4	85
Tabel 4.29	Tanggapan Responden Mengenai Pernyataan 5	86

Tabel 4.30	Tanggapan Responden Mengenai Pernyataan 6	87
Tabel 4.31	Tanggapan Responden Mengenai Pernyataan 1	88
Tabel 4.32	Tanggapan Responden Mengenai Pernyataan 2	89
Tabel 4.33	Tanggapan Responden Mengenai Pernyataan 3	89
Tabel 4.34	Tanggapan Responden Mengenai Pernyataan 4	90
Tabel 4.35	Tanggapan Responden Mengenai Pernyataan 5	91
Tabel 4.36	Tanggapan Responden Mengenai Pernyataan 6	92
Tabel 4.37	Tanggapan Responden Mengenai Pernyataan 7	92
Tabel 4.38	Tanggapan Responden Mengenai Pernyataan 8	93
Tabel 4.39	Tanggapan Responden Mengenai Pernyataan 9	94
Tabel 4.40	Tanggapan Responden Mengenai Pernyataan 10	95
Tabel 4.41	Parameter Kuantitatif Variabel Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan, dan Kepercayaan	96
Tabel 4.42	Parameter Kuantitatif Variabel Persepsi Manfaat terhadap Sikap Penggunaan Layanan	97
Tabel 4.43	Parameter Kuantitatif Variabel Persepsi Kemudahan Penggunaan terhadap Sikap Penggunaan Layanan	98
Tabel 4.44	Parameter Kuantitatif Variabel Persepsi Kepercayaan terhadap Sikap Penggunaan Layanan.....	99

Tabel 4. 45 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R ²) Pengaruh Persepsi Manfaat (X1), Persepsi Kemudahan Penggunaan (X2) , dan Kepercayaan (X3) terhadap Sikap Penggunaan Layanan (Y).....	100
Tabel 4. 46 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R ²) Pengaruh Persepsi Manfaat (X1) terhadap Sikap Penggunaan Layanan (Y)	101
Tabel 4. 47 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R ²) Persepsi Kemudahan Penggunaan (X2) terhadap Sikap Penggunaan Layanan (Y)	102
Tabel 4. 48 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R ²) Persepsi Kepercayaan Penggunaan (X2) terhadap Sikap Penggunaan Layanan (Y)	102
Tabel 4. 49 Hasil Uji F Pengaruh Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan, dan Kepercayaan terhadap Sikap Penggunaan Layanan (Y).....	104
Tabel 4. 50 Parameter Kuantitatif Uji T.....	105
Tabel 4. 51 Hasil Uji T Pengaruh Persepsi Manfaat terhadap Sikap Penggunaan Layanan	106
Tabel 4. 52 Hasil Uji T Persepsi Kemudahan terhadap Sikap Penggunaan Layanan	107
Tabel 4. 53 Hasil Uji T Variabel Kepercayaan terhadap Sikap Penggunaan Layanan	107

Tabel 4. 54 Hasil Uji Normalitas	111
Tabel 4. 55 Hasil Uji Multikolinieritas	112
Tabel 4. 56 Uji korelasi	113
Tabel 4. 56 Uji Heterokedasitas	114



DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1.1 Grafik APMK dan <i>E-money</i> beredar di Indonesia	2
Gambar 1.2 Grafik Volume transaksi APMK dan <i>E-money</i> di Indonesia ..	2
Gambar 1.3 Dompet Digital Terpopuler	3
Gambar 1.4 Keunggulan Dompet Digital	4
Gambar 1.5 Daftar Aplikasi E-Wallet Terbesar di Indonesia	5
Gambar 1.6 Tingkat Penggunaan Dompet Digital	6
Gambar 1.7 Proporsi Penggunaan Dompet Digital	7

