

**Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Mahasiswa Dalam
Penggunaan Dompot Digital (Studi Kasus Pada Pengguna Ovo di
FBE UII)**



SKRIPSI

Oleh:

Ali Fauziyan

NIM: 19312237

PROGRAM STUDI AKUNTANSI

FAKULTAS BISNIS DAN EKONOMIKA

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

2023

**Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Mahasiswa Dalam
Penggunaan Dompot Digital (Studi Kasus Pada Pengguna Ovo di
FBE UII)**

SKRIPSI

Disusun dan diajukan untuk memenuhi salah satu syarat untuk
mencapai derajat Sarjana Strata-S1 Program Studi Akuntansi pada
Fakultas Bisnis dan Ekonomi UII

SKRIPSI

Oleh

Ali Fauziyan

NIM: 19312237

**FAKULTAS BISNIS DAN EKONOMIKA
UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA
YOGYAKARTA**

2022

PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME

Dengan ini saya menyatakan bahwa dalam skripsi in tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam referensi. Apabila dikemudian hari terbukti bahwa pernyataan ini tidak benar maka saya sanggup menerima hukuman/sangsi apapun sesuai peraturan yang berlaku.

Yogyakarta, 10 Februari 2023



(Ali Fauziyan)

HALAMAN PENGESAHAN

**Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Mahasiswa Dalam
Penggunaan Dompot Digital (Studi Kasus Pada Pengguna Ovo di
FBE UII)**

SKRIPSI

Diajukan Oleh:

Nama: Ali Fauziyan

NIM: 19312237

Telah disetujui oleh Dosen Pembimbing

Pada Tanggal 6 Februari 2023

Dosen Pembimbing



(Drs. Yunan Najamuddin, MBA.)

BERITA ACARA UJIAN TUGAS AKHIR/SKRIPSI



FAKULTAS
BISNIS DAN EKONOMIKA

Gedung Prof. Dr. Ace Partadiredja
Universitas Islam Indonesia
Condong Catur Depok Yogyakarta 55283
T. (0274) 881546, 885376
F. (0274) 882589
E. fbe@uii.ac.id
W. fbe.uii.ac.id

BERITA ACARA UJIAN TUGAS AKHIR/SKRIPSI

Bismillahirrahmanirrahim,

Pada Semester Genap 2022/2023, hari Senin, tanggal 06 Maret 2023, Program Studi Akuntansi Fakultas Bisnis dan Ekonomika UII telah menyelenggarakan Ujian Tugas Akhir/Skripsi yang disusun oleh:

Nama : ALI FAUZIYAN
NIM : 19312237
Judul Tugas Akhir : Faktor-faktor yang Memengaruhi Minat Mahasiswa Dalam Penggunaan Dompot Digital (Studi kasus pada pengguna OVO di FBE UII)
Dosen Pembimbing : Yunan Najamuddin, Drs., MBA., CMA., CAPF

Berdasarkan hasil evaluasi Tim Dosen Penguji Tugas Akhir, maka Tugas Akhir (Skripsi) tersebut dinyatakan:

Lulus

Nilai : C
Referensi : Tidak Layak ditampilkan di Perpustakaan

Tim Penguji:

Ketua Tim : Yunan Najamuddin, Drs., MBA., CMA., CAPF
Anggota Tim : Umi Sulistiyanti, SE., Ak., M.Acc.

Yogyakarta, 30 March 2023

Ketua Program Studi Akuntansi,



Rifqi Muhammad, SE., SH., M.Sc., Ph.D., SAS
NIK. 033120104

BERITA ACARA UJIAN TUGAS AKHIR/SKRIPSI

SKRIPSI BERJUDUL

Faktor-faktor yang Memengaruhi Minat Mahasiswa Dalam Penggunaan Dompot Digital (Studi kasus pada pengguna OVO di FBE UII)

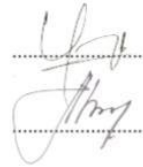
Disusun oleh : ALI FAUZIYAN

Nomor Mahasiswa : 19312237

Telah dipertahankan didepan Tim Penguji dan dinyatakan Lulus pada hari, tanggal: Senin, 06 Maret 2023

Penguji/Pembimbing Skripsi : Yunan Najamuddin, Drs., MBA., CMA., CAPF

Penguji : Umi Sulistyanti, SE., Ak., M.Acc.



Mengetahui
Dekan Fakultas Bisnis dan Ekonomika
Universitas Islam Indonesia

Johan Achmad, S.E., M.Si., Ph.D., CFA, CertIPSAS.



HALAMAN MOTTO

“Karena sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan. Sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan.”

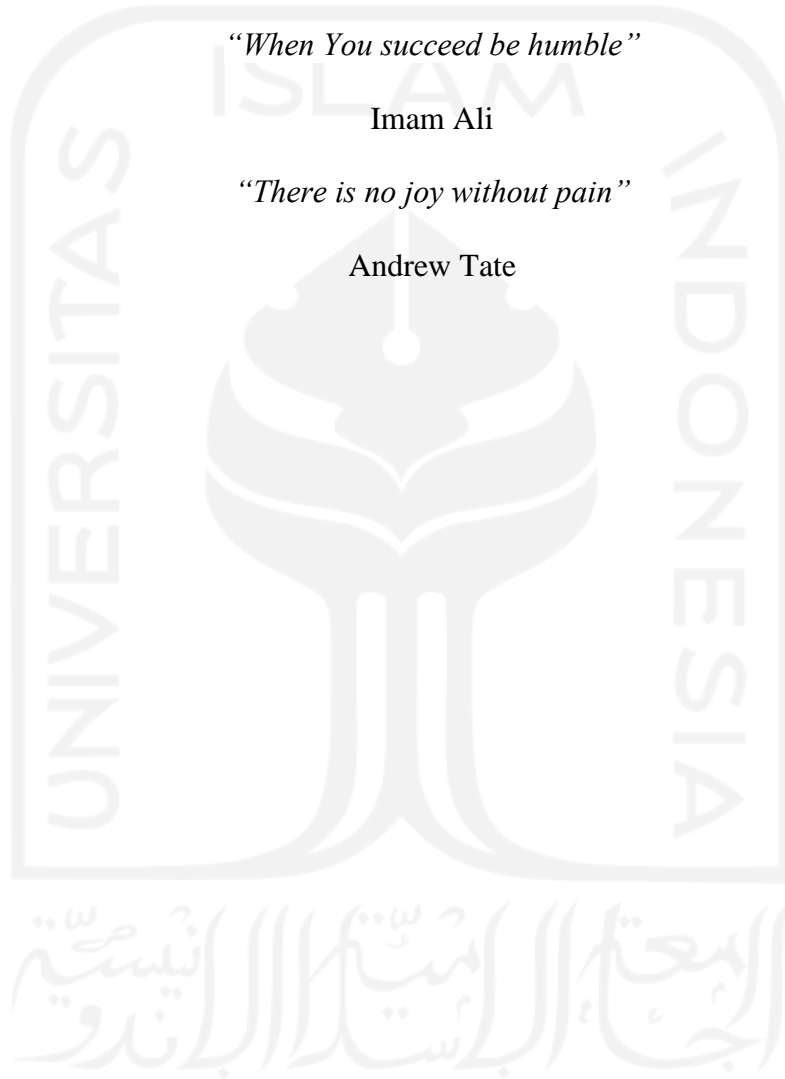
QS Al-Insyirah: 5-6

“When You succeed be humble”

Imam Ali

“There is no joy without pain”

Andrew Tate



HALAMAN PERSEMBAHAN

Skripsi ini saya persembahkan untuk

Diri saya sendiri

&

Bapak dan Ibu Saya

Abidin dan Sri Hartati

yang selalu mendoakan dan perjuangan yang tak pernah putus untuk saya sejak saya dilahirkan, adik saya yang selalu memberikan support, serta teman-teman yang membantu selama ini.

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Allhamdulillahirobbil'alamin. Segala puji serta syukur atas kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat, karunia, dan hidayahnya sehingga saya dapat dipermudah dan dilancarkan untuk menulis Skripsi dengan judul “**Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Mahasiswa Dalam Penggunaan Dompot Digital (Studi Kasus Pada Pengguna Ovo di FBE UII)**”. Penelitian ini dilaksanakan sebagai salah satu syarat untuk memenuhi tugas akhir dalam bentuk skripsi yang menjadi salah satu syarat dalam menyelesaikan gelar Sarjana (S1) pada Program Studi Akuntansi, pada Fakultas Bisnis dan Ekonomi Universitas Islam Indonesia.

Dalam proses yang di butuhkan untuk menyusun skripsi ini penulis sangat memerlukan waktu, tenaga, kesabaran, kekuatan, pikiran, dan ketekunan untuk menyelesaikanya, karena dalam prosesnya seringkali di hadapkan pada kesulitan-kesulitan serta berbagai masalah yang bisa menghambat dalam proses penyusunan. Pada proses yang telah di jalani penulis mendapatkan kemudahan, motivasi, doa, serta dukungan dari berbagai pihak sehingga skripsi ini dapat selesai dengan baik dan tepat waktu, maka dari itu dengan seluruh kerendahan dan ketulusan hati penulis ingin mengucapkan segala ucapan terimakasih kepada :

1. Allah SWT, yang senantiasa memberikan segala rahmat dan hidayah serta segala nikmat kesehatan, rezeki, kesabaran, kelancaran, ketabahan dan waktu yang cukup hingga penulis mampu menyelesaikan skripsi ini.
2. Nabi Muhammad SAW, yang senantiasa kita nantikan syafaatnya kelak, belaiiau yang dengan sabar mambawa umat manusia dari jalan yang gelap hingga menjadi terang benerang karena cahaya islam yang beliau ajarkan, akhlak belau yang senantiasa menjadi pedoman bagi umatnya serta penulis untuk senantiasa mengikuti jalan yang telah beliau tunjukan dan motivasi bagi penulis untuk selalu berusaha lebih baik kedepanya.

3. Bapak Abidin dan Ibu Sri Hartati selaku orang tua penulis yang senantiasa mendukung dan memberikan support dalam setiap waktu dengan segala cinta yang tiada gantinya demi kelancaran dan hasil yang terbaik untuk segala yang terbaik bagi kesuksesan anaknya.
4. Bapak Fathul Wahid, S.T., M.Sc., Ph.D. selaku Rektor Universitas Islam Indonesia.
5. Bapak Johan Arifin, S.E., M.Si., Ph.D., CFrA, CertIPSAS. selaku Dekan Fakultas Bisnis dan Ekonomika, Universitas Islam Indonesia.
6. Bapak Rifqi Muhammad, S.E., S.H., M.Sc., Ph.D., SAS, ASPM selaku Ketua Program Studi Akuntansi, Universitas Islam Indonesia.
7. Bapak Yunan Najmudin, Drs., MBA., CMA., CAPF selaku dosen pembimbing skripsi yang dengan segala kesebaran serta kebaikannya dalam proses membimbing penyusunan skripsi penulis. Penulis mengucapkan segala terimakasih yang sebesar-besarnya atas nasihat dan dukungan yang telah bapak berikan kepada penulis hingga dapat terselesaikannya skripsi penulis, semoga segala rahmat keberkahan dan kebaikan Allah selalu menyertai bapak.
8. Seluruh Dosen Prodi Akuntansi FBE UII yang dengan ketulusan telah memberikan ilmu serta pengalamannya selama penulis menempuh studi.
9. Teman-teman KKN Adryan, Azzam, Faishal, Irsha, Silvana, Zety, Kurnia, Lisa yang membantu penulis dalam mengembangkan diri.

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL.....	i
HALAMANJUDUL.....	ii
PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
BERITA ACARA UJIAN TUGAS AKHIR/SKRIPSI.....	v
HALAMAN MOTTO	vi
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	viii
KATA PENGANTAR.....	ix
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xvii
DAFTAR GAMBAR.....	xviii
DAFTAR LAMPIRAN	xx
ABSTRAK	xxi
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1 LATAR BELAKANG	1
1.2 RUMUSAN MASALAH.....	5
1.3 TUJUAN PENELITIAN.....	6
1.4 MANFAAT PENELITIAN	6

1.5 SISTEMATIKA PENULISAN.....	7
BAB II	9
KAJIAN PUSTAKA	9
2.1 LANDASAN TEORI.....	9
2.1.1 Dompot Digital.....	9
2.1.2 <i>Theory of Reasoned Action</i> (Teori Tindakan Beralasan)	9
2.1.3 Technology Acceptance Model.....	10
2.1.4 Persepsi manfaat.....	11
2.1.5 Persepsi keamanan	12
2.1.6 Kepercayaan	12
2.1.7 Persepsi kemudahan	13
2.2 PENELITIAN TERDAHULU.....	14
Pengaruh Internet Banking Terhadap Minat Nasabah Dalam Bertransaksi Dengan Technology Acceptance Model	15
Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan Dan Fitur Layanan Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Mahasiswa FISIP ULM Di Kota Banjarmasin).....	16
Faktor-faktor yang Mempengaruhi Minat Penggunaan Financial Technology PEER TO PEER LENDING	16
2.3 HIPOTESIS PENELITIAN	17

2.3.1 Pengaruh persepsi manfaat terhadap minat penggunaan dompet digital OVO	17
2.3.2 Pengaruh persepsi keamanan terhadap minat penggunaan dompet digital OVO	17
2.3.3 Pengaruh kepercayaan terhadap minat penggunaan dompet digital OVO	18
2.3.4 Pengaruh Persepsi kemudahan terhadap minat penggunaan dompet digital.....	19
2.4 KERANGKA PENELITIAN.....	20
BAB III.....	21
METODE PENELITIAN	21
3.1 POPULASI DAN SAMPEL PENELITIAN.....	21
3.2 JENIS DAN SUMBER DATA.....	22
3.3 METODE PENGUMPULAN DATA	22
3.4 DEFINISI DAN PENGUKURAN VARIABEL	23
3.4.1 VARIABEL INDEPENDEN	23
3.4.2 VARIABEL DEPENDEN (Y).....	26
3.5 METODE ANALISIS DATA	27
3.6 UJI STATISTIK DESKRIPTIF.....	28
3.7 UJI KUALITAS DATA.....	28

3.7.1 UJI VALIDITAS.....	28
3.7.2 UJI RELIABILITAS	28
3.8 UJI ASUMSI KLASIK.....	29
3.8.1 UJI NORMALITAS	29
3.8.2 UJI HETEROKEDASITAS	29
3.8.3 UJI MULTIKOLINIERITAS.....	30
3.9 ANALISIS REGRESI LINIER BERGANDA	30
3.10 UJI HIPOTESIS.....	30
3.10.1 UJI T.....	30
3.10.2 Uji F	31
BAB IV.....	32
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	32
4.1 Hasil Pengumpulan Data	32
4.2 DESKRIPSI RESPONDEN.....	32
4.2.1 KLASIFIKASI BERDASARKAN ANGKATAN	33
4.2.2 KLASIFIKASI BERDASARKAN JURUSAN	33
4.2.3 KLASIFIKASI BERDASARKAN JENIS KELAMIN.....	34
4.3 ANALISIS DESKRIPTIF.....	34
4.4 UJI KUALITAS DATA.....	36
4.4.1 UJI VALIDITAS.....	36

4.4.2 UJI RELIABILITAS	38
4.5 UJI ASUMSI KLASIK	39
4.5.1 UJI NORMALITAS	39
4.5.2 UJI HETEROSKEDASTISITAS	40
4.5.3 UJI MULTIKOLINIERITAS	42
4.6 ANALISIS REGRESI BERGANDA	43
4.6.1 KOEFISIEN DETERMINASI	43
4.6.2 PERSAMAAN REGRESI LINIER	44
4.7 UJI HIPOTESIS	45
4.7.1 UJI F	45
4.7.2 UJI T	46
4.8 Pembahasan	49
4.8.1 Pengaruh Persepsi Manfaat terhadap Minat Penggunaan	49
4.8.2 Pengaruh Persepsi Keamanan	50
4.8.3 Kepercayaan	51
4.8.4 Persepsi Kemudahan	51
BAB V	53
PENUTUP	53
5.1 KESIMPULAN	53
5.2 SARAN	53

DAFTAR PUSTAKA.....	54
LAMPIRAN	57



DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu.....	14
Tabel 3. 1 Indikator Variabel Persepsi Manfaat	23
Tabel 3. 2 Indikator Variabel Persepsi Keamanan	24
Tabel 3. 3 Indikator Variabel Kepercayaan.....	25
Tabel 3. 4 Indikator Variabel Persepsi Kemudahan.....	26
Tabel 3. 5 Indikator Tabel Minat Penggunaan.....	26
Tabel 4.1 Hasil Pengumpulan Data	32
Tabel 4.2 Klasifikasi berdasarkan angkatan	33
Tabel 4.3 Klasifikasi berdasarkan jurusan.....	33
Tabel 4.4 Klasifikasi berdasarkan jenis kelamin	34
Tabel 4.5 Uji Analisis Deskriptif.....	35
Tabel 4.6 Hasil Uji Validitas	37
Tabel 4.7Hasil Uji Reabilitas.	38
Tabel 4.8 Hasil Uji Normalitas.....	40
Tabel 4.9 Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	40
Tabel 4.10 Hasil Uji Multikolinieritas.....	42
Tabel 4.11 Hasil Uji Koefisien Determinasi	43
Tabel 4. 12 Hasil Uji Regresi Berganda	44
Tabel 4.13Hasil Uji F	46
Tabel 4. 14 Hasil Uji T Variabel Persepsi Manfaat.....	47
Tabel 4.15 Hasil Uji Variabel Persepsi Keamanan	47
Tabel 4.16 Hasil Uji Variabel Kepercayaan.....	48

Tabel 4.17 Hasil Uji Variabel Kemudahan49



الجامعة الإسلامية
UNIVERSITAS ISLAM
INDONESIA

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Model theory of reasoned action oleh Fishbein dan Asjen 10

Gambar 2.2 Technology Acceptance Model 11

Gambar 2. 3 Modifikasi TAM dari Venkatesh dan Davis..... 11

Gambar 2. 4 Kerangka Penelitian20



DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN 1 KUESIONER PENELITIAN	57
LAMPIRAN 2 HASIL KUESIONER PENELITIAN	63
LAMPIRAN 3 UJI KUALITAS DATA	85
LAMPIRAN 4 UJI ASUMSI KLASIK.....	91
LAMPIRAN 5 UJI REGRESI.....	93
LAMPIRAN 6 UJI HIPOTESIS	94



ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh persepsi manfaat, persepsi keamanan, kepercayaan, dan persepsi kemudahan minat penggunaan dompet digital OVO. Populasi yang terdapat dalam penelitian ini sebanyak 90 mahasiswa FBE Universitas Islam Indonesia yang pernah menggunakan OVO. Hasil menunjukkan bahwa persepsi manfaat dan persepsi kemudahan berpengaruh positif terhadap minat penggunaan dompet digital OVO, sedangkan persepsi keamanan dan kepercayaan berpengaruh negatif terhadap minat penggunaan dompet digital OVO.

Kata Kunci: Minat penggunaan, persepsi manfaat, persepsi keamanan, kepercayaan, persepsi kemudahan.

Abstract

This study aims to analyze the effect of Perceived Usefulness, Perceived Security, Trust and Perceived Ease of Use of interest in using the OVO digital wallet. The population in this study are 90 Universitas Islam Indonesia FBE students who have used OVO. The research results show that Perceived Usefulness and Perceived Ease of Use have a positive influence on interest in using the OVO electronic wallet, while perceived security and trust have a negative influence on interest in using the OVO electronic wallet.

Keywords: interest in use, Perceived Usefulness, Perceived Security, Trust and Perceived Ease of use

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 LATAR BELAKANG

Di era modern seperti ini aktivitas yang dilakukan oleh masyarakat tidak bisa lepas dengan yang namanya teknologi. Perkembangan teknologi sangat maju dapat memberikan dampak yang besar bagi kehidupan masyarakat di berbagai sektor seperti sosial, budaya, ekonomi, serta pendidikan dan dapat memudahkan kehidupan masyarakat dalam melakukan berbagai kegiatan lainnya, salah satunya pada saat melakukan transaksi. Dengan berkembangnya teknologi berbasis internet yang dari tahun ke tahun akan membuat cara masyarakat dalam bertransaksi berubah karena hal tersebut dianggap lebih mudah dan menguntungkan.

Perusahaan teknologi harus bisa menjawab suatu permasalahan dengan inovasi. Jika perusahaan teknologi menghadirkan suatu inovasi di tengah permasalahan yang ada pada masyarakat maka perusahaan tersebut dapat diminati produknya. Nadiem Makarim yang merupakan founder GOJEK memberikan suatu inovasi yang mana kita tidak perlu lagi pergi ke ojek pangkalan untuk menemui *driver*-nya, cukup menggunakan aplikasi yang ada di *smartphone* maka *driver* akan datang di lokasi kita. Jan Koum adalah pria berkebangsaan Ukraina yang membuat aplikasi *chat Whatsapp*. Pada saat kita menggunakan fitur SMS yang ada di *handphone* kita, kita akan dikenakan biaya setiap kali pengiriman. Dengan adanya *Whatsapp* cukup membeli kuota kita dapat mengirim pesan sebanyak mungkin tanpa dikenai biaya. Kedua perusahaan ini merupakan contoh perusahaan yang memberikan inovasi untuk masyarakat sehingga konsumen dari perusahaan

ini sangat banyak. Begitu juga dengan hadirnya perusahaan dompet digital yang membuat kegiatan setiap orang menjadi lebih efisien dalam bertransaksi.

E-wallet atau dompet digital adalah metode pembayaran berbasis *financial technology* yang menggunakan jaringan internet dan *smartphone*. *E-wallet* memungkinkan pemakai yang sudah terdaftar untuk melakukan transaksi online dengan mudah dan aman. Pengguna dapat mengirim dan menerima uang dengan hanya menuliskan nomor telepon dan pengguna juga dapat bertransaksi dengan melakukan *scan barcode* dari masing-masing *smartphone*. *E-wallet* juga memiliki fungsi sebagai penyimpanan uang dalam wujud elektronik sehingga pengguna dapat melakukan aktivitas transaksi lebih efisien, mudah dan aman.

Di Eropa warganya sudah ingin mengurangi atau bahkan menghilangkan penggunaan uang tunai. Menurut (N26, 2021) warga Norwegia 98% sudah menggunakan kartu debit atau kredit dalam bertransaksi. Ditambah lagi 95% warganya sudah memiliki aplikasi pembayaran digital di *smartphone* mereka. Norwegia bisa saja menjadi Negara pertama kali di Eropa yang sudah tidak menggunakan uang tunai dalam bertransaksi karena hanya ada transaksi uang tunai sekitar 2-3% pada tahun 2021. Untuk di Negara Eropa Barat yakni Belanda angka penggunanya naik 7,7% di akhir tahun 2021. Belanda sudah dapat dikatakan sebagai Negara yang hampir bebas dari uang tunai karena pengguna aplikasi *digital payment* tersebut sudah sampai menyentuh di angka 91% dari penduduk Belanda.

Cina bisa dikatakan salah satu Negara di dunia yang memiliki jumlah transaksi *online* cukup besar. Ada beberapa perusahaan di Cina yang memberikan layanan di bidang *digital payment* seperti Alipay, WeChat pay, Apple Pay dan lain-

lain. Produk *digital payment* dari AliPay dan WeChat pay merupakan yang paling diminati di Cina bisa saja karena itu merupakan produk lokal mereka. Per Desember 2021, sudah ada 903 juta orang yang menggunakan transaksi digital di Cina dan total dari transaksi digital tersebut sudah mencapai angka 3.5 triliun US dollar di akhir tahun 2022 (Consulting, 2022).

Di Indonesia sendiri sudah banyak perusahaan-perusahaan e-wallet yang menyediakan *digital payment*. Aplikasi digital ini perlahan-lahan mulai digunakan oleh berbagai kalangan mulai dari UMKM, pelajar, *driver* ojek *online* dan lain-lain. Keefisienan merupakan faktor pengguna memilih e-wallet dalam bertransaksi sehingga hanya perlu mengisi beberapa persyaratan saja dan tidak perlu melakukan pemeriksaan secara kredit. Selain itu juga, faktor promosi yang sering diberikan *platform* yang membuat e-wallet diminati oleh pengguna. Pada saat konsumen ingin membeli produk barang atau jasa mereka dapat menggunakan *smartphone* dan e-wallet yang sudah di-top up sehingga bisa melakukan pembelian kapanpun dan dimanapun. Perkembangan dari e-wallet berjalan beriringan dengan perkembangan e-commerce seperti Shopee, Bukalapak, dan Tokopedia karena kedua jenis *platform* tersebut dapat digunakan secara bersama-sama dalam melakukan transaksi. Bank-bank sudah banyak juga membuka layanan e-wallet dan melakukan kerja sama dengan e-commerce agar dapat melakukan pembayaran dengan mudah dan nyaman, seperti DANA yang bekerjasama dengan Bank Mandiri dan Bank BCA. Mungkin saat ini ada masyarakat yang Indonesia yang belum familiar dengan dompet digital misalnya saja toko-toko kelontong belum menyediakan fasilitas tersebut yang mana tempat itu merupakan tempat untuk

membeli kebutuhan pokok masyarakat. Walaupun Indonesia merupakan negara yang masih berkembang diharapkan kita bisa mengurangi penyebaran uang tunai dan mulai menggunakan layanan dompet digital.

Jumlah pengguna yang setiap saat meningkat membuat perusahaan dompet digital harus memikirkan langkah-langkah yang tepat. Hal yang menyebabkan berkembang pesatnya jumlah pengguna e-wallet karena masyarakat merasa mudah dalam mengakses sistem keuangan tersebut. Sehingga perusahaan-perusahaan harus memiliki trik dan inovasi yang baik agar dapat bersaing dengan perusahaan di pasar yang ketat ini. Perusahaan perlu melakukan inovasi yang kreatif terkait penambahan fitur-fitur baru yang ada di aplikasi guna mempertahankan konsumen lama dan menambah minat konsumen baru.

PT Visionet Indonesia adalah perusahaan yang membuat aplikasi e-wallet OVO di Indonesia. Perusahaan ini dimiliki oleh Lippo Group yang bergerak dalam bidang informasi dan teknologi. Aplikasi ini merupakan *mobile payment* yang menyediakan pembayaran non tunai kepada para penggunanya sehingga dapat membuat transaksi jauh lebih efisien daripada menggunakan uang tunai. Kolaborasi dari Tokopedia dan Grab menjadikan OVO sebagai aplikasi pembayaran yang diminati di Indonesia dan sudah digunakan di toko ritel, warung dan juga *e-commerce*. Pengguna juga dapat melakukan pembelian dengan sistem Qr code bila membeli langsung di tempat. OVO juga memiliki fitur yang unik yaitu OVO invest. Pengguna dapat melakukan pembelian saham dan memantau portofolio dengan mudah (OVO, 2021). Oleh karena itu OVO menjadi salah satu

aplikasi dompet digital yang diminati di Indonesia dimana mereka sudah memiliki 20,8 juta pengguna aktif (Dewi, 2022).

Terdapat berbagai faktor yang ada dalam penelitian minat pengguna dompet digital seperti kepercayaan, persepsi manfaat, persepsi keamanan, persepsi kemudahan, persepsi risiko dan lain-lain. Penelitian yang telah dilakukan oleh (Yuniarti, 2020) menyatakan faktor kepercayaan tidak berpengaruh terhadap penggunaan dompet digital. Penelitian serupa yang dilakukan oleh (Nizar & Yusuf, 2022) mendapatkan hasil bahwa variabel kepercayaan berpengaruh terhadap minat penggunaan dompet digital. Penelitian mengenai persepsi manfaat dan persepsi keamanan pernah dilakukan oleh Rahmawati & Yuliana (2020) mendapatkan hasil bahwa persepsi manfaat dan persepsi keamanan memiliki pengaruh yang positif terhadap keputusan penggunaan e-wallet. Penelitian tentang persepsi kemudahan yang dilakukan oleh Humaidi et al (2022) menemukan bahwa variabel tersebut memiliki efek yang signifikan terhadap keputusan pembelian.

User dari dompet digital dapat dikatakan meningkat pada saat dan pasca pandemi Covid-19 sehingga hal tersebut membuat peneliti ingin melakukan penelitian tentang faktor-faktor yang mempengaruhi minat penggunaan dompet digital. Di dalam penelitian ini, peneliti menggunakan persepsi manfaat, persepsi keamanan, kepercayaan, dan persepsi kemudahan sebagai variabel independen. Berdasarkan penjabaran di atas peneliti memutuskan untuk mengambil judul **“Faktor-faktor yang Mempengaruhi Minat Mahasiswa Dalam Penggunaan Dompet Digital (Studi kasus pada pengguna OVO di FBE UII)”**.

1.2 RUMUSAN MASALAH

Berdasarkan latar belakang yang disebutkan di atas, maka rumusan masalah dari penelitian ini adalah

1. Apakah faktor persepsi manfaat mempengaruhi minat penggunaan aplikasi OVO pada mahasiswa FBE di Universitas Islam Indonesia?
2. Apakah faktor persepsi keamanan mempengaruhi minat penggunaan aplikasi OVO pada mahasiswa FBE di Universitas Islam Indonesia?
3. Apakah faktor kepercayaan mempengaruhi minat penggunaan aplikasi OVO pada mahasiswa FBE di Universitas Islam Indonesia?
4. Apakah faktor persepsi manfaat kemudahan minat penggunaan aplikasi OVO pada mahasiswa FBE di Universitas Islam Indonesia?

1.3 TUJUAN PENELITIAN

Penelitian ini bertujuan untuk menguji:

1. Pengaruh persepsi manfaat terhadap minat mahasiswa menggunakan dompet digital.
2. Pengaruh persepsi keamanan terhadap minat mahasiswa menggunakan dompet digital.
3. Pengaruh kepercayaan terhadap minat mahasiswa menggunakan dompet digital.
4. Pengaruh persepsi kemudahan terhadap minat mahasiswa menggunakan dompet digital.

1.4 MANFAAT PENELITIAN

Penelitian ini diharapkan memiliki manfaat sebagai berikut:

1. Manfaat teoritis

Penulis berharap penelitian ini dapat memberikan ilmu dan pengetahuan tentang faktor-faktor yang mempengaruhi minat mahasiswa dalam menggunakan dompet digital OVO kepada mahasiswa yang sedang berada di bangku kuliah.

2. Manfaat praktis

Penulis berharap penelitian ini bisa dijadikan acuan oleh penulis berikutnya pada saat melakukan penelitian.

1.5 SISTEMATIKA PENULISAN

Tujuan dibuatnya sistematika penulisan adalah agar pengguna lebih mudah melihat atau menggunakannya, sistematika penulisan dibuat sebagai berikut:

- 1. BAB I PENDAHULUAN**

Pada bagian ini berisi tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian lalu sistematika penulisan.

- 2. BAB II KAJIAN PUSTAKA**

Di dalam BAB II membahas tentang landasan teori, telaah penelitian terdahulu dan hipotesis penelitian

- 3. BAB III METODE PENELITIAN**

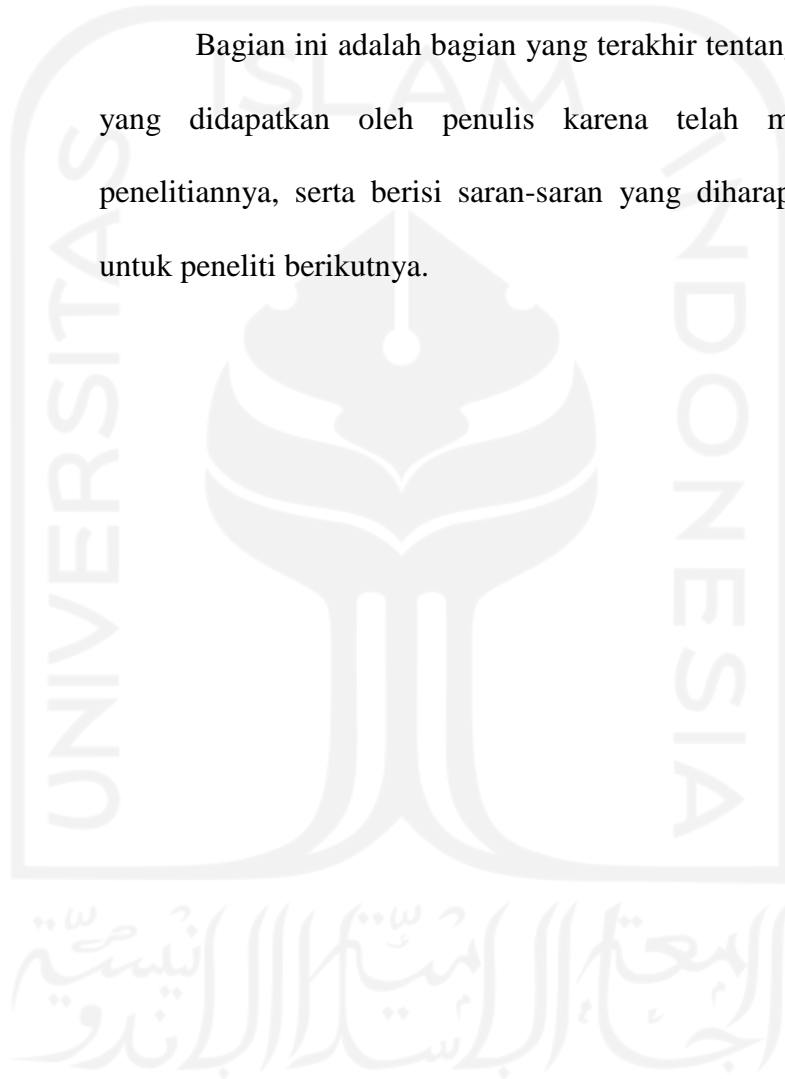
BAB ini menjelaskan tentang populasi dan sampel, cara melakukan pengumpulan data dan metode yang dipilih oleh penulis untuk melakukan penelitian.

- 4. BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN**

Di dalam bagian ini berisi mengenai hasil dan analisis yang sudah dikerjakan oleh peneliti menggunakan metode yang ada pada BAB III.

5. BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Bagian ini adalah bagian yang terakhir tentang kesimpulan yang didapatkan oleh penulis karena telah menyelesaikan penelitiannya, serta berisi saran-saran yang diharapkan berguna untuk peneliti berikutnya.



BAB II

KAJIAN PUSTAKA

2.1 LANDASAN TEORI

2.1.1 Dompet Digital

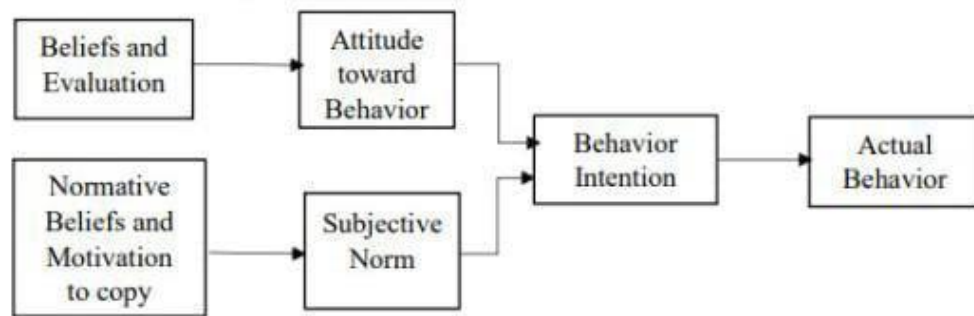
Definisi *Electronic wallet* atau dompet digital tertuang pada Pasal 1 angka 7 Peraturan Bank Indonesia Nomor 18/40/PBI/2016 tentang Penyelenggaraan Pemrosesan Transaksi Pembayaran (“PBI/18/2016”) menyatakan bahwa pelayanan elektronik yang berguna untuk penyimpanan data instrumen pembayaran di antaranya sebagai alat pembayaran yang menggunakan kartu dan/atau uang elektronik, serta dapat menyimpan dana untuk proses transaksi (Bank Indonesia, 2016). Platform ini dapat menjaga keamanan data yang dimiliki oleh *user* pada saat mereka melakukan transaksi elektronik.

Brand dompet digital OVO merupakan besutan dari perusahaan PT Visionet Indonesia serta didukung oleh Lippo Group. OVO adalah aplikasi dompet digital yang dapat digunakan oleh *user-nya* untuk melakukan transaksi dalam kehidupan sehari-hari seperti membeli pulsa, token listrik, makanan dan lain-lain. Terdapat beberapa fitur di dalam OVO seperti diskon, riwayat transaksi, *QR code*, *transfer* dan *TopUp* (OVO, 2021).

2.1.2 *Theory of Reasoned Action* (Teori Tindakan Beralasan)

Theory of Reasoned Action mengasumsikan bahwa setiap perilaku dapat ditentukan oleh keinginan dari orang itu sendiri agar bisa melakukan atau tidak bisa melakukan suatu tindakan maupun sebaliknya. Keinginan dapat ditentukan oleh dua variabel yang independen termasuk sikap dan norma subyektif (Fishbein,

1980). Sikap mengarah kepada persepsi dari individu baik menguntungkan maupun merugikan terhadap tindakan tersebut. Norma yang bersifat subjektif mengacu kepada penilaian subjektif yang dimiliki individu terhadap preferensi lain dan dukungan terhadap cara berperilaku.

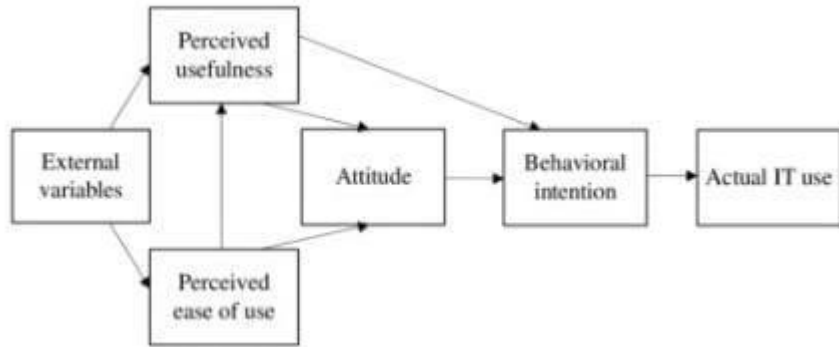


Gambar 2.1 Model theory of reasoned action oleh Fishbein dan Asjen

2.1.3 Technology Acceptance Model.

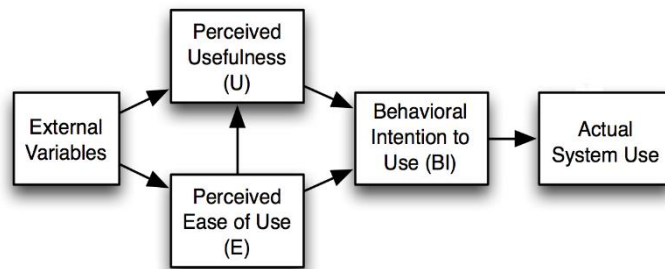
Technology Acceptance Model merupakan hasil pengembangan dari *Theory of Reasoned Action* yang dikembangkan oleh (Davis, 1989). Terdapat dua faktor yang bisa memengaruhi penerimaan pemakaian terhadap teknologi yakni ada persepsi manfaat teknologi dan kemudahan. Faktor-faktor tersebut dapat mempengaruhi munculnya suatu kemauan dalam pemakaian teknologi baru. Tujuan *technology acceptance model* yaitu menjelaskan faktor-faktor yang menentukan seseorang menerima teknologi berbasis informasi lalu mengartikan tingkah laku dari pengguna akhir. Akan lebih jika sesuatu model merupakan hasil prediksi yang digabungkan dengan penjelasan sehingga orang yang berprofesi sebagai praktisi dan akademisi dengan mudah melihat bahwa ada sistem yang tidak dapat diterima oleh orang-orang maka dari itu dibutuhkan sebuah cara agar mampu menyelesaikan penyesalan tersebut.

Gambar 2.2 Technology Acceptance Model



Dari waktu ke waktu, *technology acceptance model* telah mengalami banyak perubahan. Venkatesh & Davis (1996) mengeliminasi variabel sikap terhadap penggunaan pada bentuk original TAM.

Gambar 2. 3 Modifikasi TAM dari Venkatesh dan Davis



Hubungan dari persepsi kemudahan dan persepsi manfaat yang dapat melihat sikap dari *user* (Accepted of IT) terhadap teknologi informasi.

2.1.4 Persepsi manfaat

Persepsi manfaat merupakan keyakinan oleh pengguna terhadap pemanfaatan suatu teknologi yang mana hal tersebut dapat membantu mereka pada

saat melakukan pekerjaannya. Persepsi manfaat dalam Ardianto & Azizah (2021) menyatakan bahwa pengguna akan memiliki sebuah kinerja yang lebih baik dari sebelumnya jika telah melakukan pemanfaatan teknologi.

Sedangkan menurut Jogiyanto (2007) pada saat pengguna merasa bahwa teknologi yang telah digunakan meningkatkan pekerjaan mereka maka pengguna akan menggunakannya jika pengguna tidak merasa bahwa teknologi yang telah digunakan meningkatkan pekerjaan mereka maka pengguna tidak akan menggunakannya.

2.1.5 Persepsi keamanan

Keamanan merupakan salah satu faktor yang dipilih oleh *user* dalam menggunakan teknologi. Persepsi keamanan merupakan salah satu bagian dari *Theory Acceptance Model* (TAM). Persepsi keamanan adalah proteksi pada saat pengguna merasa aman jika ada bahaya yang berasal dari aset informasi. Jika terjadi suatu tindakan yang bersifat kejahatan maka dapat memberikan respon tidak percaya untuk pengguna itu sendiri (Rahmawati & Yuliana, 2020). Persepsi keamanan juga dapat berarti keyakinan dari pengguna bahwa informasi yang dia miliki tidak dapat diketahui oleh orang lain.

2.1.6 Kepercayaan

Kepercayaan adalah kesadaran seseorang untuk bersikap sensitif terhadap tindakan yang dilakukan oleh orang lain berdasarkan harapan bahwa orang lain akan melakukan suatu tindakan tertentu pada orang yang mempercayai, tanpa tergantung dengan kemampuan orang tersebut untuk mengendalikan dan mengawasinya (Mayer et al., 1995). Kepercayaan adalah kemauan seseorang yang

membuat dirinya peka terhadap tindakan yang diambil oleh orang yang sudah dipercayainya berdasarkan rasa kepercayaan dan tanggungjawabnya (Gefen, 2000).

Kepercayaan sangat dibutuhkan oleh pengguna untuk melakukan pengambilan keputusan di tengah situasi yang berisiko. Oleh karena hal itu kepercayaan dapat menjawab ketakutan dari *user* pada saat menggunakan suatu produk (Mayer, 1995). Kepercayaan merupakan salah satu faktor yang penting karena dapat mempengaruhi pengguna pada saat melakukan transaksi yang berbasis online.

2.1.7 Persepsi kemudahan

Persepsi kemudahan adalah suatu aspek yang merepresentasikan keyakinan yang dimiliki oleh *user* dalam pemanfaatan teknologi baru yang tidak menyulitkan (Yani et al., 2018). Dengan adanya persepsi kemudahan diharapkan *user* tidak mengalami kesusahan pada saat mengimplementasikan suatu teknologi tersebut (Ardianto & Azizah, 2021). Menurut Davis (1989) persepsi kemudahan adalah suatu keyakinan atau kepercayaan seseorang bahwa penggunaan teknologi dapat digunakan dengan mudah serta dapat terhindar dari masalah-masalah dari teknologi tersebut.

Menurut Venkatesh et al (2003) .persepsi kemudahan dapat memberikan pengaruh minat penggunaan secara langsung dan tidak langsung. Pengaruh langsung yang dimaksud adalah persepsi kemudahan dapat menjadi katalis potensial agar bisa meningkatkan penerimaan pengguna. Sedangkan pengaruh

tidak langsung adalah semakin mudah teknologi yang digunakan oleh user maka teknologi tersebut akan lebih disukai (Davis, 1989)

2.2 PENELITIAN TERDAHULU

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu

No	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Variabel Independen	Hasil Penelitian
1	Yuliani Dwi Rahmawati & Rahmi Yuliana (2020)	Pengaruh Persepsi Manfaat, Kemudahan, dan Persepsi Keamanan Terhadap Keputusan Penggunaan E-wallet Pada Mahasiswa STIE BANK BPD JATENG	Persepsi manfaat, persepsi kemudahan, persepsi keamanan	Persepsi manfaat berpengaruh positif dan signifikan, persepsi kemudahan berpengaruh positif, persepsi keamanan berpengaruh positif. Ketiga variabel tersebut berpengaruh signifikan

2	Ardianto & Azizah (2022)	Analisis Minat Penggunaan Dompot Digital Dengan Pendekatan Technology Acceptance Model (TAM) Pada Pengguna di Kota Surabaya	Kepercayaan, persepsi risiko, persepsi kegunaan, persepsi kemudahan	Kepercayaan tidak mempengaruhi minat penggunaan, persepsi resiko tidak mempengaruhi minat penggunaan, persepsi kegunaan berpengaruh positif dan persepsi kemudahan berpengaruh positif
3	Yani et al (2018)	Pengaruh Internet Banking Terhadap Minat Nasabah Dalam Bertransaksi Dengan Technology Acceptance Model	Persepsi kemanfaatan	Persepsi kemanfaatan berpengaruh secara langsung

4	Humaidi et al (2022)	Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan Dan Fitur Layanan Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Mahasiswa FISIP ULM Di Kota Banjarmasin)	Persepsi manfaat, persepsi kemudahan, fitur layanan	Persepsi manfaat memiliki efek signifikan , persepsi kemudahan memiliki efek signifikan
5	Veronica Yuarti (2020)	Faktor-faktor yang Mempengaruhi Minat Penggunaan Financial Technology PEER TO PEER LENDING	Kepercayaan, persepsi kegunaan, persepsi kemudahan, kualitas pelayanan,	Persepsi kemudahan, kesesuaian, dan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap penggunaan dompet digital. Kepercayaan, keunggulan relatif, risiko dan kegunaan terhadap minat penggunaan

2.3 HIPOTESIS PENELITIAN

2.3.1 Pengaruh persepsi manfaat terhadap minat penggunaan dompet digital OVO

Persepsi manfaat dapat diartikan sebagai sebesar apa pengguna percaya bahwa ada peningkatan hasil kerja pada saat memakai teknologi (Humaidi et al., 2022). Menurut Jogiyanto (2007) persepsi manfaat dapat didefinisikan juga sebagai pada saat *user* menggunakan teknologi maka dapat memudahkan ia dalam melakukan pekerjaannya. Persepsi manfaat juga bisa ditemukan dalam aplikasi transaksi digital seperti kecepatan bertransaksi, dapat digunakan kapan saja dan bisanya platform memberikan potongan.

Menurut penelitian yang dilakukan oleh Humaidi et al (2022) dan Desvronita (2021) persepsi manfaat memiliki pengaruh yang positif terhadap minat pengguna. Ini berarti persepsi manfaat sejalan dengan TAM (*Theory Acceptance Model*) yang berarti persepsi manfaat merupakan alasan seseorang menggunakan teknologi yang. Oleh karena itu penulis membuat hipotesis seperti berikut.

H1: Persepsi manfaat berpengaruh positif terhadap minat penggunaan dompet digital OVO.

2.3.2 Pengaruh persepsi keamanan terhadap minat penggunaan dompet digital OVO

Persepsi keamanan mampu memperlihatkan kepercayaan pengguna pada keamanan dari teknologi (Humaidi et al., 2022). Jika dilihat dari definisi tersebut, bisa ditarik kesimpulan bahwa semakin tinggi tingkat persepsi keamanan pengguna terhadap suatu teknologi maka dapat meningkatkan minat penggunaan dari

teknologi tersebut. Persepsi keamanan merupakan hal yang krusial karena dapat menarik minat pengguna, jika platform yang digunakan dapat menjamin keamanan dari seorang *user* maka *platform* tersebut akan semakin diminati. Masyarakat juga banyak beranggapan bahwa justru dengan berkembangnya teknologi dapat membuat kejahatan semakin marak.

Penelitian yang telah dilakukan oleh Humaidi et al (2022) persepsi keamanan yakni persepsi keamanan berpengaruh positif terhadap minat pengguna. Ini berarti semakin tinggi persepsi keamanan maka semakin tinggi minat penggunaan dompet digital. Oleh karena itu maka hipotesis dirumuskan sebagai berikut

H2: Persepsi keamanan berpengaruh positif terhadap minat penggunaan dompet digital OVO.

2.3.3 Pengaruh kepercayaan terhadap minat penggunaan dompet digital

OVO

Kepercayaan merupakan suatu keyakinan dari satu pihak terhadap integritas, durabilitas dan reliabilitas yang dimiliki orang lain dalam hubungan bahwa perilakunya adalah yang sangat baik dan akan membuat hasil positif kepada pihak yang dipercaya. Yuniarti (2020) mendefinisikan kepercayaan yaitu sesuatu yang merupakan komponen luar yang bisa berdampak untuk persepsi kegunaan serta kemudahan pada konteks penggunaan inovasi teknologi. Kepercayaan bisa menjadi faktor yang sangat krusial di dalam bisnis sehingga faktor ini harus dijaga demi hubungan baik antara penjual dan pembeli.

Semakin tinggi tingkat kepercayaan dimiliki oleh pengguna pada saat dia menggunakan teknologi maka ia akan selalu menggunakan teknologi tersebut dalam keseharian mereka. Penelitian yang dilakukan oleh Latief et al (2021) memberikan hasil bahwa variabel kepercayaan memberikan hasil positif dan signifikan terhadap penggunaan dompet digital. Di tahun berikutnya Nizar & Yusuf (2022) memberikan hasil yang sama yaitu kepercayaan dapat berpengaruh positif terhadap penggunaan dompet digital. Oleh karena itu kepercayaan dapat mempengaruhi keinginan seseorang dalam pemanfaatan teknologi.

H3: Kepercayaan berpengaruh positif terhadap minat penggunaan dompet digital OVO

2.3.4 Pengaruh Persepsi kemudahan terhadap minat penggunaan dompet digital

Persepsi kemudahan merupakan parameter yang mana *user* memiliki keyakinan yakni penggunaan teknologi dapat dipahami sehingga bisa mengurangi beban pekerjaan. Sering kali orang beranggapan bahwa setiap teknologi yang baru akan memberikan output yang lebih baik, tetapi permasalahannya teknologi tersebut belum tentu mudah digunakan oleh *user*. Persepsi kemudahan diartikan Persepsi kemudahan merupakan suatu keadaan pada saat *user* yakin jika pengimplementasian atau pemakaian dari teknologi tidak memerlukan tindakan lagi (Humaidi et al., 2022)

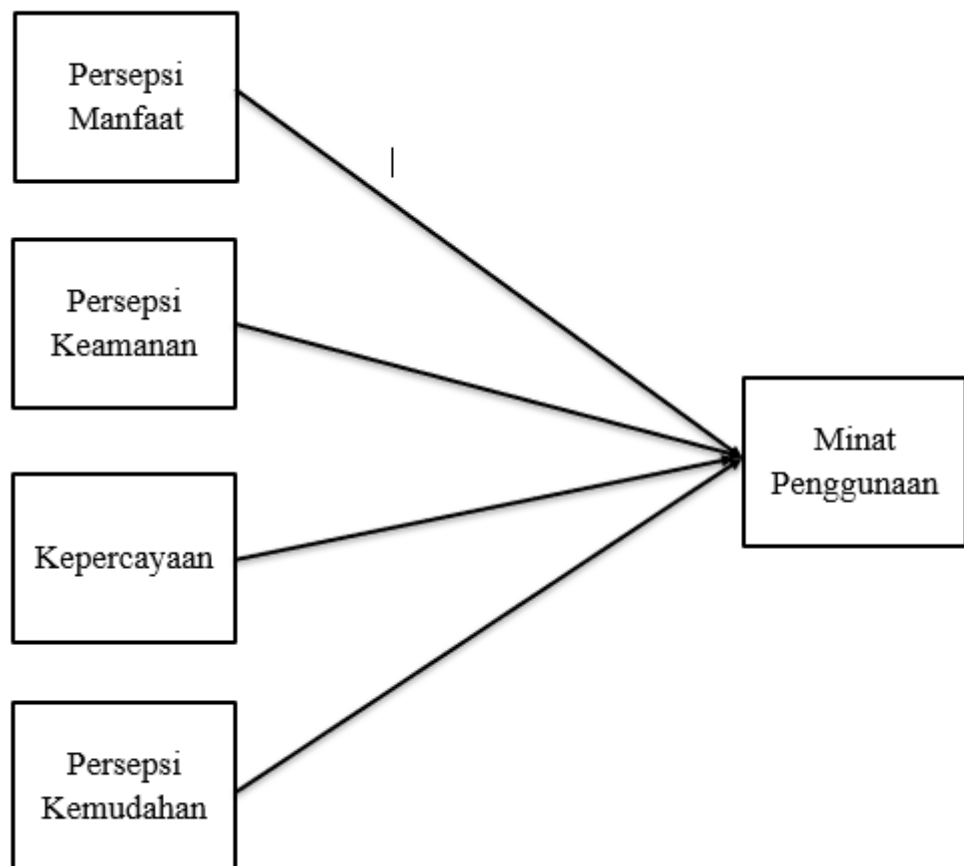
Penelitian yang dilakukan oleh Humaidi et al (2022) dan Desvronita (2021) menunjukkan bahwa persepsi kemudahan berpengaruh positif terhadap minat penggunaan. Ini berarti semakin tinggi persepsi kemudahan maka semakin tinggi

minat penggunaan terhadap dompet digital. Sehingga penulis mengambil hipotesis sebagai berikut

H4: Persepsi kemudahan berpengaruh positif terhadap minat penggunaan dompet digital OVO.

2.4 KERANGKA PENELITIAN

Gambar 2. 4 Kerangka Penelitian



BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 POPULASI DAN SAMPEL PENELITIAN

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri dari: objek/subjek yang memiliki karakteristik maupun kualitas yang telah ditentukan oleh peneliti agar dipelajari lalu ditarik kesimpulannya (Sugiono, 2015). Populasi yang ada pada penelitian ini adalah mahasiswa Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Islam Indonesia dan yang pernah menggunakan aplikasi OVO dalam melakukan transaksi.

Sampel merupakan bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki dari suatu populasi (Sugiono, 2015). Metode dari *purposive sampling* dipakai pada saat menentukan sampel. Metode ini adalah metode yang bisa memilih sampel berdasarkan kriteria. Di dalam penelitian ini kriteria yang dipilih adalah sebagai berikut:

1. Mahasiswa Fakultas Bisnis dan Ekonomika yang berada di Universitas Islam Indonesia.
2. Angkatan 2018-2022.
3. Pengguna OVO.

Jumlah sampel dikatakan layak pada saat penelitian jika menggunakan regresi berganda sehingga untuk sampel minimal adalah 10 kali variabel yang terdapat di dalam penelitian (Sugiono, 2015). Di dalam penelitian ini memiliki 4

variabel independen serta 1 variabel dependen, maka sampel minimal di penelitian ini sebagai berikut:

$$N = \text{Jumlah variabel yang diteliti} \times 10$$

$$= 5 \times 10$$

$$= 50$$

3.2 JENIS DAN SUMBER DATA

Pada penelitian ini memakai data yang bersifat kuantitatif. Data kuantitatif adalah data yang bisa diukur dan dihitung dengan nyata sehingga datanya dapat menyediakan informasi berupa angka atau bilangan (Sugiono, 2015)

Di dalam suatu penelitian data bisa bersumber dari data primer dan sekunder. Pada penelitian ini data kuantitatif yang berasal dari data primer yang dipilih. Data primer sendiri dapat dikumpulkan oleh peneliti tersebut. Untuk penelitian ini menggunakan data primer yang dikumpulkan melalui kuesioner.

3.3 METODE PENGUMPULAN DATA

Untuk metode pengumpulan data yang dilakukan di dalam penelitian ini, penulis membuat kuesioner yang akan dibagikan kepada tiap-tiap responden. Teknis pelaksanaannya yaitu dengan meng-*share* link dari *google form* kuesioner di platform media sosial seperti instagram, whatsapp dan gmail. Pertanyaan yang terdapat di dalam penelitian ini menggunakan pertanyaan penelitian sebelumnya

dengan dilakukannya penyesuaian. Responden hanya boleh mengisi satu pertanyaan yang menurut mereka paling tepat.

3.4 DEFINISI DAN PENGUKURAN VARIABEL

Skala likert dipakai untuk melakukan pengukuran variabel pada penelitian ini. Kegunaan dari skala likert yaitu dapat menguraikan variabel yang diteliti oleh penulis dan mampu menyusun yang terdapat di dalam kuesioner tersebut (Sugiono, 2015). Skala likert dapat terbentuk berupa interval yang mewakili jawaban bergradasi positif serta negatif. Pada penelitian ini intervalnya dimulai dari: Sangat Tidak Setuju, Tidak Setuju, Kurang Setuju, Setuju dan Sangat Setuju. Agar responden tidak memberikan jawaban netral oleh karena hanya diberikan lima opsi jawaban saja.

3.4.1 VARIABEL INDEPENDEN

Variabel independen yang dipilih di dalam penelitian ini adalah sebagai berikut

3.4.1.1 Persepsi Manfaat

Persepsi manfaat adalah suatu kepercayaan dari *user* ketika terdapat manfaat pada saat menggunakan teknologi sehingga mempermudah pekerjaan mereka. Variabel ini menggunakan indikator sebagai berikut:

Tabel 3. 1 Indikator Variabel Persepsi Manfaat

NO	ITEM PERTANYAAN	KODE
1	OVO bermanfaat bagi saya	PM1
2	Keberadaan OVO menjadikan pekerjaan lebih mudah	PM2
3	Saya merasa OVO berguna dalam kehidupan sehari-hari	PM3
4	Saya merasa OVO dapat memudahkan dalam bertransaksi non tunai	PM4

3.4.1.2 Persepsi Keamanan

Persepsi keamanan adalah variabel yang menunjukkan adanya rasa aman dari pengguna dalam mengoperasikan teknologi. Terdapat beberapa indikator yang ada pada variabel tersebut.

Tabel 3. 2 Indikator Variabel Persepsi Keamanan

NO	ITEM PERTANYAAN	KODE
1	Tidak adanya kehilangan data pribadi akibat penggunaan OVO.	PK1
2	Tidak adanya risiko ketidaksesuaian nominal dalam transaksi pembayaran OVO.	PK2
3	Keamanan bertransaksi dalam OVO terjamin	PK3

4	OVO merupakan transaksi yang aman	PK4
---	-----------------------------------	-----

3.4.1.3 Kepercayaan

Kepercayaan adalah suatu jenis variabel yang menjelaskan bahwa ada suatu manfaat yang diharapkan pada saat teknologi digunakan oleh pengguna. Indikator agar dapat menilai variabel ini adalah sebagai berikut:

Tabel 3. 3 Indikator Variabel Kepercayaan

NO	ITEM PERTANYAAN	KODE
1	OVO menjaga informasi pengguna.	K1
2	Dana yang di transfer dengan OVO akan diterima dengan aman.	K2
3	Transfer dana dengan OVO akan sukses sesuai perintah.	K3
4	OVO dapat menyelesaikan tugas dengan baik sesuai perintah pengguna	K4

3.4.1.4 Persepsi Kemudahan

Persepsi kemudahan adalah menjelaskan kepercayaan dari pengguna bahwasannya pada saat menggunakan teknologi hanya perlu *effort* yang mudah

atau tidak susah dilakukan oleh *user* itu sendiri. Indikator untuk variabel persepsi kemudahan adalah sebagai berikut:

Tabel 3. 4 Indikator Variabel Persepsi Kemudahan

NO	ITEM PERTANYAAN	KODE
1	Mengakses aplikasi OVO merupakan hal yang mudah	PKM1
2	Melakukan transfer dengan Aplikasi OVO merupakan hal yang mudah	PKM2
3	Memahami proses transaksi keuangan melalui OVO merupakan hal yang mudah	PKM3
4	Aplikasi OVO mudah digunakan kapanpun	PKM4

3.4.2 VARIABEL DEPENDEN (Y)

Minat penggunaan dompet digital merupakan variabel dependen yang dipilih dalam penelitian ini. Minat penggunaan pada dompet digital menjelaskan mengenai sesuatu yang berkaitan dengan keinginan atau kemauan *user* memilih aplikasi OVO untuk digunakan dalam bertransaksi sehari-hari. Indikator yang ada di dalam penelitian ini adalah sebagai berikut.

Tabel 3. 5 Indikator Tabel Minat Penggunaan.

NO	ITEM PERTANYAAN	KODE
1	Saya mengetahui dompet digital OVO.	MP1
2	Saya sering menggunakan OVO untuk transaksi.	MP2
3	Saya merasakan kemudahan dalam menggunakan OVO.	MP3
4	Dengan adanya OVO sangat membantu saya dalam bertransaksi sehari-hari.	MP4

3.5 METODE ANALISIS DATA

Aplikasi dari IBM yakni SPSS yang akan digunakan di dalam penelitian ini dalam mengolah data responden yang telah mengisi kuesioner. Fungsi dari regresi linier untuk penelitian ini adalah agar mampu menguji pengaruh variabel-variabel independen terhadap variabel yang bersifat dependen. Oleh karena itu untuk persamaan linier di dalam penelitian ini sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + b_5X_5 + e$$

Keterangan:

Y = Minat mahasiswa menggunakan dalam penggunaan dompet digital.

a = konstanta

b1 = nilai koefisien regresi dari X1

b_2 = nilai koefisien regresi dari X_2

b_3 = nilai koefisien regresi dari X_3

b_4 = nilai koefisien regresi dari X_4

X_1 = Persepsi manfaat

X_2 = Persepsi keamanan

X_3 = Kepercayaan

X_4 = Persepsi kemudahan

e = kesalahan residual

3.6 UJI STATISTIK DESKRIPTIF

Fungsi dari statistik deskriptif agar bisa memberikan informasi yang telah diberikan dan juga bisa menggambarkan apa yang sudah diberikan kepada responden dari informasi menjadi lebih jelas.

3.7 UJI KUALITAS DATA

Uji kualitas data terbagi dua jenis yaitu Uji Reabilitas dan Uji Validitas yang dapat berfungsi menguji kualitas dari data tersebut yang terdapat di dalam penelitian ini sehingga hasilnya mampu dipertanggungjawabkan oleh penulis.

3.7.1 UJI VALIDITAS

Uji validitas dipakai untuk dapat mengukur keakuratan dari suatu instrumen di dalam penelitian. Metode yang digunakan untuk melakukan uji tersebut adalah Bivariate Pearson. Hasil dari uji ini bisa dilihat berdasarkan r tabel dan r hitung. Jika r hitung hasilnya menunjukkan lebih besar dari r tabel maka dapat dikatakan valid (Dewi, 2018).

3.7.2 UJI RELIABILITAS

Uji statistik jenis reliabilitas yang dipakai dapat berguna untuk mengetahui tingkat konsistensi dari alat ukur. Indikator atau alat ukur tersebut yang digunakan harus selalu konsisten pada saat diukur kembali. Jika hasil yang diperoleh menunjukkan sesuatu yang konsisten maka alat yang dipakai bisa dikatakan andal. Oleh karena itu alat ukur tersebut mampu dipertanggungjawabkan. Indikator dapat dikatakan reliabel pada saat nilai Cronbach lebih besar dari 0,06 (Dewi, 2018).

3.8 UJI ASUMSI KLASIK

3.8.1 UJI NORMALITAS

Uji statistik dari normalitas dapat melakukan pengujian agar mengetahui variabel dalam model regresi memiliki distribusi normal atau tidak. Tanda dari model yang regresi baik adalah data yang dimiliki terdistribusi normal atau bisa juga mendekati normal. Data dapat dikatakan terdistribusi secara normal jika nilai probabilitasnya lebih besar dari alpha (0,005)

3.8.2 UJI HETEROKEDASITAS

Uji heterokedasitas adalah uji dari statistik yang memiliki fungsi yaitu dapat mengetahui ketidaksamaan varian residual dari pengamatan satu dengan yang lain di dalam sebuah model dari regresi. Pada saat variabel residual menunjukkan sesuatu yang tetap maka dapat disimpulkan bahwa hal tersebut bersifat homoskedasitas, tetapi jika tidak tetap maka heterokedasitas. T hitung dan t tabel dapat dilihat agar dapat mengetahui bahwa hal tersebut bersifat heterokedasitas atau tidak. Jika t hitung menunjukkan hasil yang lebih kecil dari t tabel, maka variannya dapat dikatakan tetap atau tidak heterokedasitas (Sudiro, 2012)

3.8.3 UJI MULTIKOLINIERITAS

Uji multikolinieritas adalah salah satu uji statistik yang berfungsi untuk melihat ada atau tidaknya hubungan dari variabel satu dengan yang lainnya. Nilai VIF (Variance Inflation Factor) harus menunjukkan hasil yang lebih kecil dari 10 agar multikolinieritas dapat terhindar (Sudiro, 2012)

3.9 ANALISIS REGRESI LINIER BERGANDA

Analisis regresi linear berganda merupakan salah satu uji statistik yang memiliki tujuan agar dapat pengaruh dari variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y) (Sudiro, 2012). Analisis regresi linier berganda yang dipakai pada penelitian ini adalah Persepsi Manfaat, Persepsi Keamanan, Kepercayaan, Persepsi Kemudahan yang Mempengaruhi Minat Mahasiswa dalam Penggunaan Dompot Digital (Studi kasus pada pengguna OVO di FBE UII).

3.10 UJI HIPOTESIS

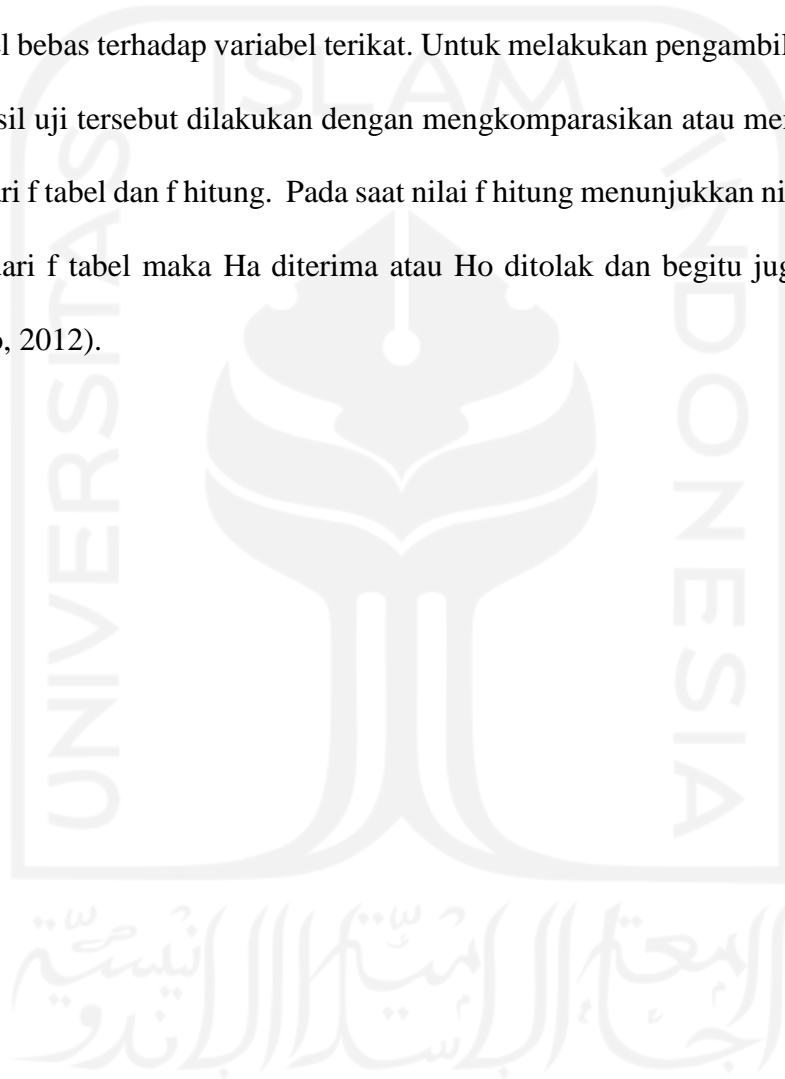
3.10.1 UJI T

Uji T adalah salah satu jenis uji statistik yang bertujuan menguji hubungan dengan parsial sehingga dapat menghitung nilai signifikansi dari variabel bebas variabel dependen. Untuk melakukan penarikan keputusan pada uji t yang dilakukan yaitu membandingkan nilai t hitung dan t tabel. Pada saat nilai dari t hitung menunjukkan bahwa angkanya lebih besar dari t tabel, maka H_a dapat diterima atau H_0 ditolak dan begitu sebaliknya. Nilai dari signifikansi juga dapat dipakai untuk melakukan pengambilan keputusan. Pada saat nilai dari signifikansi t (sig t) menunjukkan bahwa angkanya lebih besar dari nilai alpha (0,005) maka

dapat dikatakan H_a dapat diterima atau H_0 ditolak dan begitu juga sebaliknya (Sudiro, 2012).

3.10.2 Uji F

Uji f mampu melihat suatu pengaruh dengan simultan (bersama-sama) variabel bebas terhadap variabel terikat. Untuk melakukan pengambilan keputusan dari hasil uji tersebut dilakukan dengan mengkomparasikan atau membandingkan nilai dari f tabel dan f hitung. Pada saat nilai f hitung menunjukkan nilai yang lebih besar dari f tabel maka H_a diterima atau H_0 ditolak dan begitu juga sebaliknya (Sudiro, 2012).



BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Hasil Pengumpulan Data

Tujuan dalam yang terdapat di dalam penelitian adalah agar dapat mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi minat mahasiswa dalam penggunaan dompet digital (Studi kasus pada pengguna OVO di FBE UII). *Technology Acceptance Model (TAM)* adalah teori yang dipakai untuk penelitian ini. Elemen yang dimiliki oleh teori tersebut mencakup tiga variabel yaitu persepsi manfaat, persepsi keamanan, persepsi kemudahan. Setelah itu penulis menambah dua variabel yaitu kepercayaan. Untuk kegiatan teknisnya sendiri dilakukan dengan menyebarkan link kuesioner secara online kepada Mahasiswa FBE UII dengan angkatan 2018-2022. Kuesioner yang telah dibuat menggunakan *Google Form* lalu dibagikan melalui platform sosial media seperti *whatsapp*, *instagram* dan lain-lain

Tabel 4.1 Hasil Pengumpulan Data

Keterangan	Jumlah	Persentase
Kuesioner yang disebar	90	100%
Kuesioner yang kembali	90	100%
Kuesioner yang memenuhi syarat	90	100%

4.2 DESKRIPSI RESPONDEN

Karakteristik responden diklasifikasikan berdasarkan jenis kelamin, angkatan, dan program studi.

4.2.1 KLASIFIKASI BERDASARKAN ANGKATAN

Tabel 4.2 Klasifikasi berdasarkan angkatan

Keterangan	Jumlah	Persentase
2018	3	3,3%
2019	50	55,6%
2020	13	14,4%
2021	18	20%
2022	6	6,7%
Total	90	100%

Sumber: Hasil Olah Data, 2023

Berdasarkan tabel klasifikasi angkatan yang di atas. Dapat disimpulkan bahwa angkatan 2018 memiliki jumlah responden 3 dengan persentase 3,3%, angkatan 2019 memiliki jumlah responden 50 dengan persentase 55,6%, angkatan 2020 memiliki jumlah responden 13 dengan persentase 14,4%, angkatan 2021 memiliki jumlah responden 18 dengan persentase 20% sedangkan angkatan 2022 memiliki jumlah responden 6 dengan persentase 6,7%.

4.2.2 KLASIFIKASI BERDASARKAN JURUSAN

Tabel 4.3 Klasifikasi berdasarkan jurusan

Keterangan	Jumlah	Persentase
Ilmu ekonomi	20	22,2%
Akuntansi	48	53,3%
Manajemen	22	24,4%

Total	90	100%
--------------	----	------

Sumber: Hasil Olah Data, 2023

Berdasarkan tabel klasifikasi jurusan yang di atas. Dapat disimpulkan bahwa jurusan ilmu ekonomi memiliki jumlah responden 20 dengan persentase 22,2%, akuntansi memiliki jumlah responden 48 dengan persentase 53,3% sedangkan manajemen memiliki jumlah responden 22 dengan persentase 24,4%

4.2.3 KLASIFIKASI BERDASARKAN JENIS KELAMIN

Tabel 4.4 Klasifikasi berdasarkan jenis kelamin

Keterangan	Jumlah	Persentase
Laki-laki	42	46,7%
Perempuan	48	53,3%
Total	90	100%

Sumber: Hasil Olah Data, 2023

Berdasarkan tabel klasifikas jenis kelamin yang di atas. Dapat disimpulkan bahwa laki-laki memiliki jumlah responden 42 dengan persentase 46,7% dan perempuan memiliki jumlah responden 53,3%.

4.3 ANALISIS DESKRIPTIF

Tujuan dari digunakannya analisis deskriptif adalah untuk menggambarkan variabel yang bakal diteliti oleh penulis. Hasil dari analisis dapat menunjukkan nilai rata-rata, standar deviasi, nilai maksimum dan nilai minimum dari tiap-tiap variabel yang digunakan. Hasil analisis deskriptif pada penelitian ini sebagai berikut:

1.0-1.8= Sangat rendah

1.9-2.6= Rendah

2.7-3.4= Sedang

3.5.4.2= Tinggi

4.3-5.0= Sangat tinggi

Tabel 4.5 Uji Analisis Deskriptif

VARIABEL	N	Mean	Std. Deviasi	Interval
Persepsi manfaat	90	4.1861	0.70965	Tinggi
Persepsi keamanan	90	4.0778	0.60851	Tinggi
Kepercayaan	90	4.2806	0.60293	Tinggi
Persepsi kemudahan	90	4.3222	0.65261	Sangat Tinggi
Minat penggunaan	90	4.1889	0.61158	Tinggi

Sumber: Olah Data, 2023

Penjelasan dari tabel yang dibuat adalah sebagai berikut:

- 1) Variabel dari persepsi manfaat menunjukkan nilai mean dengan jumlah 4.1861 sehingga bisa dilihat bahwa variabel tersebut memiliki interval yang

tinggi atau dapat dikatakan juga responden memberikan jawaban yang tinggi dalam interval untuk variabel tersebut.

- 2) Variabel dari persepsi keamanan menunjukkan nilai mean dengan jumlah 4.0778 sehingga bisa dilihat bahwa variabel tersebut memiliki interval yang tinggi atau dapat dikatakan juga responden memberikan jawaban yang tinggi dalam interval untuk variabel tersebut.
- 3) Variabel dari kepercayaan menunjukkan nilai mean dengan jumlah 4.2806 sehingga bisa dilihat bahwa variabel tersebut memiliki interval yang tinggi atau dapat dikatakan juga responden memberikan jawaban yang tinggi dalam interval untuk variabel tersebut.
- 4) Variabel dari persepsi kemudahan menunjukkan nilai mean dengan jumlah 4.3222 sehingga bisa dilihat bahwa variabel tersebut memiliki interval yang sangat tinggi atau dapat dikatakan juga responden memberikan jawaban yang sangat tinggi dalam interval untuk variabel tersebut.
- 5) Variabel dari minat penggunaan menunjukkan nilai mean dengan jumlah 4.1889 sehingga bisa dilihat bahwa variabel tersebut memiliki interval yang tinggi atau dapat dikatakan juga responden memberikan jawaban yang tinggi dalam interval untuk variabel tersebut.

4.4 UJI KUALITAS DATA

4.4.1 UJI VALIDITAS

Fungsi dari uji validitas yaitu agar dapat melihat suatu kevalidan atau kecocokan yang angket dalam suatu penelitian. Untuk melakukan suatu pengambilan keputusan di dalam penelitian ini maka didasari sebagai berikut:

- 1) Melakukan suatu komparasi antara Rhitung dan Rtabel. Kuesioner yang telah dibuat dapat dikatakan valid jika menunjukkan bahwa $R_{hitung} > R_{tabel}$.
- 2) Melakukan suatu komparasi antara sig(2.tailed) dan nilai probabilitas. Kuesioner yang telah dibuat dapat dikatakan valid jika menunjukkan bahwa $0 < sig < 0,5$.

Tabel 4.6 Hasil Uji Validitas

No	Variabel	Indikator	R Hitung	R tabel	Keterangan
1	PM	PM1	.799	0.2050	Valid
2		PM2	.776	0.2050	Valid
3		PM3	.758	0.2050	Valid
4		PM4	.760	0.2050	Valid
5	PK	PK1	.572	0.2050	Valid
6		PK2	.613	0.2050	Valid
7		PK3	.791	0.2050	Valid
8		PK4	.723	0.2050	Valid
9	K	K1	.647	0.2050	Valid
10		K2	.811	0.2050	Valid
11		K3	.777	0.2050	Valid
12		K4	.844	0.2050	Valid
13	PKM	PKM1	.785	0.2050	Valid
14		PKM2	.808	0.2050	Valid

15		PKM3	.819	0.2050	Valid
16		PKM4	.775	0.2050	Valid
17	MP	MP1	.640	0.2050	Valid
18		MP2	.628	0.2050	Valid
19		MP3	.836	0.2050	Valid
20		MP4	.836	0.2050	Valid

Sumber: Hasil Olah Data, 2023

Berdasarkan hasil yang ditunjukkan oleh tabel di atas Rhitung memiliki nilai yang lebih besar dari Rtabel sehingga dapat ditarik kesimpulan bahwa seluruh item yang terdapat di dalam kuesioner dapat dikatakan valid.

4.4.2 UJI RELIABILITAS

Fungsi dari uji reliabilitas yaitu dapat digunakan untuk menguji suatu item yang terdapat pada kuesioner dengan sifat yang andal. Nilai yang dimiliki Cronbach Alpha digunakan sebagai dasar untuk mengambil suatu keputusan dalam uji reliabilitas. Jika nilai yang terdapat di dalam uji menunjukkan lebih besar dari 0,6 maka dapat disimpulkan reliabel.

Tabel 4.7 Hasil Uji Reabilitas.

No	Variabel	Cronbach	Cutt-off	Keterangan
1	PM	.907	0.6	Reliabel

2	PK	.918	0.6	Reliabel
3	K	.897	0.6	Reliabel
4	PKM	.889	0.6	Reliabel
5	MP	.888	0.6	Reliabel

Sumber: Hasil Olah Data, 2023

Berdasarkan hasil yang diperoleh nilai cronbach alpha untuk persepsi manfaat 0.907, persepsi keamanan 0.918, kepercayaan 0.897, persepsi kemudahan 0,889 dan minat penggunaan 0.888. Seluruh variabel tersebut memiliki nilai lebih besar dari 0,6 sehingga dapat disimpulkan bahwa kelima variabel yang terdapat dalam kuesioner peneliti bersifat reliabel atau andal.

4.5 UJI ASUMSI KLASIK

4.5.1 UJI NORMALITAS

Tujuan dari penggunaan uji statistik yang berjenis normalitas yaitu agar dapat mengetahui bahwa data tersebut terdistribusi normal atau tidak. Penelitian dapat dikatakan baik pada uji normalitas jika variabel-variabel tersebut terdistribusi secara normal. Output yang dilihat pada SPSS adalah nilai pada sig. Lalu nilai tersebut dibandingkan dengan 0.05 jika nilai sigma menunjukkan hasil yang lebih besar dari 0.05 maka dapat dikatakan variabel tersebut terdistribusi secara normal.

Tabel 4.8 Hasil Uji Normalitas

Uji One-Sample Kolmogorov-Smirnov	
N	90
Sig.	0.158

Sumber: Hasil Olah Data, 2023

Hasil yang ditunjukkan oleh tabel di atas yaitu nilai dari sig adalah 0.158 dengan responden berjumlah 90. Dapat dikatakan bahwa di dalam penelitian ini datanya terdistribusi dengan normal karena nilai dari sig yang didapatkan lebih besar dari 0.05.

4.5.2 UJI HETEROSKEDASTISITAS

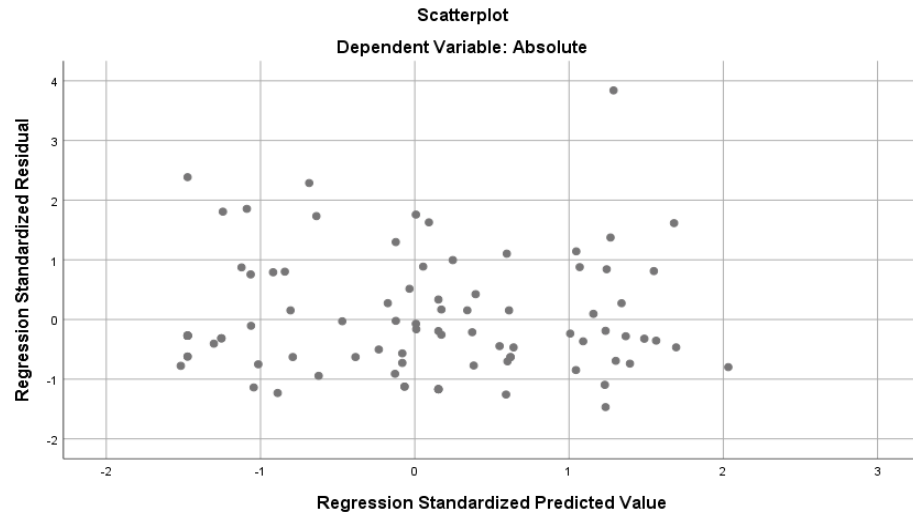
Tujuan dari penggunaan uji statistik yang berjenis uji heteroskedastisitas adalah agar dapat melihat ada atau tidaknya gejala heteroskedastisitas di dalam suatu penelitian. Penelitian dapat dikatakan baik jika tidak ada gejala heteroskedastisitas yang berarti nilai sig harus lebih besar dari 0.05.

Tabel 4.9 Hasil Uji Heteroskedastisitas

Indikator	Nilai Sig.	Keterangan
PM	0.560	Tidak ada gejala heteroskedastisitas
PK	0.646	Tidak ada gejala heteroskedastisitas
K	0.727	Tidak ada gejala heteroskedastisitas
PKM	0.634	Tidak ada gejala heteroskedastisitas

Sumber: Hasil Olah Data, 2023

Dari hasil yang didapatkan menunjukkan Persepsi Manfaat memiliki nilai sebesar 0.560, Persepsi Keamanan memiliki nilai sebesar 0.646, Kepercayaan memiliki nilai sebesar 0.727 dan Persepsi Kemudahan memiliki nilai sebesar 0.634. Dapat dikatakan semua variabel yang diteliti nilainya lebih besar dari 0.05 dengan kata lain tidak ada gejala heteroskedastisitas.



4.5.3 UJI MULTIKOLINIERITAS

Tujuan digunakannya uji multikolinieritas di dalam suatu penelitian adalah agar dapat mengetahui ada atau tidak hubungan setiap variabel yang bersifat independen. Suatu data dikatakan baik apabila tidak ada gejala multikolinieritas di dalam suatu penelitian. Nilai dari *tolerance* dan VIF digunakan sebagai acuan untuk melakukan pengambilan suatu keputusan. Pada saat nilai *tolerance* menunjukkan lebih besar dari 0.10, dapat dikatakan bahwa tidak ada gejala multikolinieritas di dalam suatu penelitian yang dikerjakan. Untuk nilai VIF sendiri apabila menunjukkan hasil yang kurang dari 10, maka dapat dikatakan juga tidak ada gejala multikolinieritas di dalam suatu penelitian tersebut.

Tabel 4.10 Hasil Uji Multikolinieritas.

No	Indikator	Nilai Tolerance	Nilai FV	Keterangan
1	PM	0.434	2.303	Tidak terjadi multikolinieritas
2	PK	0.400	2.497	Tidak terjadi multikolinieritas

3	K	0.307	3.260	Tidak terjadi multikolinieritas
4	PKM	0.329	3.038	Tidak terjadi multikolinieritas

Sumber: Hasil Olah Data, 2023

Hasil yang diperoleh dari uji statistik tersebut menunjukkan bahwa semua variabel yang terdapat di dalam penelitian ini telah memenuhi dasar untuk pengambilan keputusan. Oleh karena itu, dapat dikatakan bahwa tidak ada gejala multikolinieritas untuk seluruh variabel di dalam penelitian ini.

4.6 ANALISIS REGRESI BERGANDA

Tujuan penggunaan dari analisis regresi berganda adalah agar peneliti dapat mengetahui ada atau tidaknya pengaruh variabel dependen terhadap variabel independen.

4.6.1 KOEFISIEN DETERMINASI

Koefisien determinasi adalah suatu nilai yang merepresentasikan seberapa besar nilai dari persentase variabel dependen yang dapat dijelaskan menggunakan variabel yang berjenis independen.

Tabel 4.11 Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.883 ^a	.779	.769	.29425

a. Predictors: (Constant), X4, X2, X1, X3
b. Dependent Variable: Y1

Sumber: Hasil Olah Data, 2023

Berdasarkan hasil yang diperoleh dari tabel di atas, nilai dari R Square adalah 0.78. Oleh karena itu, dapat dikatakan bahwa variabel-variabel independen yang terdapat di dalam penelitian ini mampu memberikan pengaruh sebanyak 78% terhadap variabel independen. Di dalam penelitian ini juga terdapat nilai sisa sebanyak 22% yang kemudian akan dijelaskan menggunakan variabel yang lain atau bukan dari variabel independen yang digunakan dalam penelitian ini.

4.6.2 PERSAMAAN REGRESI LINIER

Output uji regresi berganda yang diolah menggunakan SPSS yakni:

Tabel 4. 12 Hasil Uji Regresi Berganda

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.397	.240		1.654	.102
	X1	.363	.067	.421	5.435	.000
	X2	-.008	.081	-.008	-.101	.920
	X3	.158	.093	.156	1.691	.095
	X4	.378	.083	.403	4.532	.000

a. Dependent Variable: Y1

Sumber: Hasil Olah Data, 2023

Berdasarkan tabel yang tertera di atas, persamaan regresi dalam penelitian ini dapat dituliskan dengan bentuk:

$$MP = 0.397 + PM \cdot 0.363 + PK \cdot (-0.08) + K \cdot 0.158 + PKM \cdot 0.378$$

Dari persamaan regresi yang telah dibuat maka dapat dijelaskan sebagai berikut:

- 1) Pada saat semua variabel bebas memiliki nilai yang konstan atau 0, maka variabel minat penggunaan memiliki nilai sebesar 0.397.

- 2) Ketika terjadi kenaikan satu satuan dalam variabel Persepsi Manfaat dan juga variabel lain yang memiliki nilai konstan dapat menyebabkan Minat Penggunaan naik sebesar 0.363.
- 3) Ketika terjadi kenaikan satu satuan dalam variabel Persepsi Keamanan dan juga variabel lain yang memiliki nilai konstan dapat menyebabkan Minat Penggunaan turun sebesar 0.08.
- 4) Ketika terjadi kenaikan satu satuan dalam variabel kepercayaan dan juga variabel lain yang memiliki nilai konstan dapat menyebabkan Minat Penggunaan naik sebesar 0.158.
- 5) Ketika terjadi kenaikan satu satuan dalam variabel Persepsi Kemudahan dan juga variabel lain yang memiliki nilai konstan dapat menyebabkan Minat Penggunaan naik sebesar 0.378.

Uraian dari penjelasan tersebut memberikan informasi bahwasannya Persepsi Manfaat adalah variabel terbesar yang mempengaruhi minat mahasiswa dalam menggunakan dompet digital karena memiliki nilai beta yang terbesar dari ketiga variabel yakni 0.397.

4.7 UJI HIPOTESIS

4.7.1 UJI F

Tujuan dari penggunaan uji F dalam penelitian ini agar bisa melihat pengaruh dari variabel independen terhadap variabel dependen dengan cara simultan. Untuk uji F dasar yang digunakan dalam pengambilan keputusan adalah nilai dari F hitung atau Signifikansi. Jika menggunakan F hitung dalam melakukan pengambilan keputusan, maka nilai dari F hitung harus lebih besar daripada nilai

F tabel sehingga dapat dikatakan variabel independen mempengaruhi variabel yang dependen dengan simultan. Di dalam penelitian jumlah dari N sebanyak 90 dan terdapat empat variabel independen, maka nilai F Tabel yang dipakai adalah 2.48. Jika memilih menggunakan nilai dari signifikansi, maka nilai tersebut harus kurang dari 0.05 sehingga dapat dikatakan variabel independen mempengaruhi variabel yang dependen dengan simultan.

Tabel 4.13 Hasil Uji F

F Tabel	F Hitung	Sig
2.48	74.870	0.00

Sumber: Hasil Olah Data, 2023

Berdasarkan *output* di atas yang telah diolah menggunakan SPSS, untuk uji F yang terdapat di penelitian ini, pengambilan keputusan dapat dilihat dengan dua cara yaitu dengan melihat nilai F dan nilai Sig. Nilai F hitung sebesar 74.870 dan nilai F tabel 2.48 yang berarti Nilai F hitung lebih besar dari F tabel. Nilai dari Sig juga lebih kecil dari 0.05. Oleh karena itu Persepsi Manfaat, Persepsi Keamanan, Kepercayaan dan Persepsi Kemudahan secara simultan mempengaruhi minat mahasiswa dalam menggunakan dompet digital

4.7.2 UJI T

Tujuan penggunaan dari uji T di dalam penelitian ini agar bisa mengetahui pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen dengan terpisah atau parsial. Untuk uji T dasar yang digunakan dalam pengambilan keputusan adalah nilai dari T hitung atau Signifikansi. Jika menggunakan T hitung dalam melakukan

pengambilan keputusan, maka nilai dari T hitung harus lebih besar daripada nilai T tabel sehingga dapat dikatakan variabel independen mempengaruhi variabel yang dependen dengan simultan. Di dalam penelitian jumlah dari N sebanyak 90 dan terdapat empat variabel independen, maka nilai T Tabel yang dipakai adalah 1.98667. Jika memilih menggunakan nilai dari signifikansi, maka nilai tersebut harus kurang dari 0.05 sehingga dapat dikatakan variabel independen mempengaruhi variabel yang dependen dengan simultan.

1. Pengaruh Persepsi Manfaat terhadap minat penggunaan

Tabel 4. 14 Hasil Uji T Variabel Persepsi Manfaat

Nilai Tabel	Nilai T Hitung	Sig
1.98667	5.435	0.000

Sumber: Hasil Olah Data, 2023

Berdasarkan hasil yang telah diperoleh dapat diketahui bahwa untuk variabel Persepsi Manfaat memiliki pengaruh yang positif terhadap minat penggunaan. Tabel 4.10 menunjukkan nilai T Hitung sebesar 5.435, T Tabel 1.98667 serta Sig 0.00. Dapat dikatakan bahwa nilai T Hitung lebih besar daripada nilai T Tabel ($5.435 > 1.98667$) dan Sig lebih kecil dari 0.05 ($0.000 < 0.05$). Oleh karena itu, Persepsi Manfaat berpengaruh positif terhadap Minat Penggunaan sehingga H1 dalam penelitian dapat diterima

2. Pengaruh Persepsi Keamanan terhadap minat penggunaan

Tabel 4.15 Hasil Uji Variabel Persepsi Keamanan

Nilai Tabel	Nilai T Hitung	Sig
1.98667	-0.01	0.920

Sumber: Hasil Olah Data, 2023

Berdasarkan hasil yang telah diperoleh dapat diketahui bahwa untuk variabel Persepsi Keamanan memiliki pengaruh yang negatif terhadap minat penggunaan. Tabel 4.11 menunjukkan nilai T Hitung sebesar -0.01, T Tabel 1.98667 serta Sig 0.920. Dapat dikatakan bahwa nilai T Hitung lebih kecil daripada nilai T Tabel ($-0.01 < 1.98667$) dan Sig lebih besar dari 0.05 ($0.920 > 0.05$). Oleh karena itu, Persepsi Keamanan berpengaruh negatif terhadap Minat Penggunaan sehingga H2 dalam penelitian tidak dapat diterima.

3. Pengaruh Kepercayaan terhadap minat penggunaan

Tabel 4.16 Hasil Uji Variabel Kepercayaan

Nilai Tabel	Nilai T Hitung	Sig
1.98667	1.691	0.095

Sumber: Hasil Olah Data, 2023

Berdasarkan hasil yang telah diperoleh dapat diketahui bahwa untuk variabel Kepercayaan memiliki pengaruh yang negatif terhadap minat penggunaan. Tabel 4.12 menunjukkan nilai T Hitung sebesar 1.691, T Tabel 1.98667 serta Sig 0.095. Dapat dikatakan bahwa nilai T Hitung lebih kecil daripada nilai T Tabel ($1.691 < 1.98667$) dan Sig lebih besar dari 0.05 ($0.095 > 0.05$). Oleh karena itu, Kepercayaan berpengaruh negatif terhadap Minat Penggunaan sehingga H3 dalam penelitian tidak dapat diterima

4. Pengaruh Persepsi Kemudahan terhadap minat penggunaan

Tabel 4.17 Hasil Uji Variabel Kemudahan

Nilai Tabel	Nilai T Hitung	Sig
1.98667	4.532	0.000

Sumber: Hasil Olah Data, 2023

Berdasarkan hasil yang telah diperoleh dapat diketahui bahwa untuk variabel Persepsi Kemudahan memiliki pengaruh yang positif terhadap minat penggunaan. Tabel 4.13 menunjukkan nilai T Hitung sebesar 4.532, T Tabel 1.98667 serta Sig 0.00. Dapat dikatakan bahwa nilai T Hitung lebih besar daripada nilai T Tabel ($4.532 > 1.98667$) dan Sig lebih kecil dari 0.05 ($0.000 < 0.05$). Oleh karena itu, Persepsi Kemudahan berpengaruh positif terhadap Minat Penggunaan sehingga H4 dalam penelitian dapat diterima.

4.8 Pembahasan

4.8.1 Pengaruh Persepsi Manfaat terhadap Minat Penggunaan

Hasil yang ditemukan dalam penelitian ini menyatakan bahwa berpengaruh terhadap minat penggunaan pada dompet digital OVO ini dikarenakan pengguna OVO telah merasakan manfaat pada saat menggunakan aplikasi tersebut. Faktor Persepsi manfaat yang ditawarkan kepada pengguna dapat berupa potongan harga dan fitur-fitur yang lengkap maka dari itu pada saat pengguna merasakan adanya manfaat dari suatu aplikasi maka pengguna akan memilih menggunakan aplikasi tersebut. Potongan harga yang diberikan seperti pembelian pulsa, listrik dan lain-lain. OVO berkolaborasi dengan perusahaan Grab yang mana membuat kedua

perusahaan ini semakin tinggi peminatnya. OVO yang berperan sebagai aplikasi transaksi membuat penggunaan aplikasi Grab menjadi lebih efektif dan menguntungkan pengguna. Pengguna dapat mendapatkan potongan harga pada saat memesan driver atau membeli makanan yang mana akan membuat pengguna semakin menyukai pelayanan-pelayanan yang telah diberikan. Apabila pengguna merasa bahwa manfaat yang diberikan dari aplikasi tersebut kurang maka minat pengguna akan sedikit.

Penelitian ini sejalan dengan yang dilakukan (Rahmawati & Yuliana, 2020) di STIE Bank BPD Jawa Tengah dengan jumlah 824 menyatakan bahwa persepsi manfaat berpengaruh positif terhadap minat penggunaan dompet digital.

4.8.2 Pengaruh Persepsi Keamanan

Hasil yang ditemukan di dalam penelitian ini menyatakan bahwa persepsi keamanan tidak berpengaruh terhadap minat penggunaan dompet digital. Pada dasarnya manusia memiliki rasa ketakutan jika menggunakan teknologi baru apalagi teknologi dapat diakses dengan internet dan *smartphone*. Pengguna dapat memutuskan memilih suatu produk berdasarkan pengalaman dari orang lain. Beberapa pengguna merasa bahwa dengan kemajuan teknologi seperti sekarang justru dapat memungkinkan data mereka miliki dapat dibobol atau dicuri. Ini membuat beberapa masyarakat masih senang melakukan transaksi jual-beli secara offline ketimbang offline. Oleh karena itu pada saat pengguna merasa tidak nyaman maka mereka akan memberikan respon ketidakpercayaan pada produk yang digunakan tersebut.

Penelitian ini sejalan dengan yang dilakukan oleh (Nasikah & Fuadi, 2022) dengan bahwasannya persepsi keamanan tidak berpengaruh positif sehingga dinyatakan ditolak. Ini dapat terjadi karena responden merasa bahwa adanya kejahatan *cyber* yang mana dapat merugikan pengguna saat bertransaksi digital. Oleh karena itu kedua penelitian tersebut memiliki hasil yang sama.

4.8.3 Kepercayaan

Di dalam penelitian ini memberikan hasil bahwa kepercayaan tidak berpengaruh terhadap penggunaan dompet digital. Hasil yang diperoleh tidak mendukung teori TAM (*Teory Acceptance Model*) yang menyatakan bahwa salah satu pengguna menggunakan teknologi karena adanya kepercayaan. Tampaknya responden masih ragu-ragu dalam menggunakan dompet digital karena ada banyak dompet digital yang ilegal atau belum terdaftar OJK. Dapat diindikasikan juga bahwa pengguna yang merupakan remaja atau mahasiswa merasa semakin berkembangnya teknologi maka semakin maraknya juga tindakan kejahatan di dalam dunia *cyber* oleh karena itu merasa adanya kekhawatiran setiap saat memilih menggunakan teknologi yang baru. Contoh permasalahan adanya pengurangan saldo secara tiba-tiba dan identitas pengguna dapat tersebar karena kejahatan *cyber*.

Penelitian yang juga dilakukan oleh Yuniarti (2020) dengan menggunakan TAM (*Teory Acceptance Model*) mendapatkan hasil bahwa kepercayaan tidak berpengaruh terhadap minat penggunaan dompet digital. Ini dapat diartikan kedua penelitian tersebut memiliki hasil yang sama.

4.8.4 Persepsi Kemudahan

Untuk persepsi kemudahan menunjukkan bahwa variabel tersebut berpengaruh terhadap minat penggunaan dompet digital. Perlu diperhatikan bahwa penggunaan teknologi bukan hanya membuat pekerjaan meningkatkan kinerja pengguna tetapi juga pengguna harus merasa nyaman pada saat menggunakan teknologi tersebut. Dapat dikatakan bahwa seluruh atau sebagian mahasiswa merasakan adanya suatu kemudahan pada saat menggunakan aplikasi dompet digital bisa karena mudahnya melakukan pendaftaran aplikasi OVO, mudahnya bertransaksi dan lain-lain. Pengguna hanya perlu *men-download* di google playstore atau appstore dengan menggunakan *smartphone* lalu mendaftar nomor telepon yang ingin digunakan. Untuk melakukan aktivitas transaksi juga dapat dikatakan mudah karena dapat dilakukan kapan saja dan di mana saja. Jika pengguna ingin melakukan transaksi yang lebih besar dapat melakukan upgrade akun menjadi premium dengan melampirkan KTP dan *scan* wajah.

Penelitian sesuai dengan yang dilakukan oleh Humaidi et al (2022) karena persepsi kemudahan berpengaruh positif terhadap penggunaan dompet digital. Penelitian dilakukan terhadap mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial Politik di Universitas Lambung Mangkurat yang menggunakan dompet digital DANA sebagai aplikasi untuk bertransaksi. Ini dapat dikatakan bahwa pada saat pengguna merasa mudah dalam mengoperasikan teknologi maka ia akan selalu menggunakannya. Sebaliknya jika pengguna mengalami kesusahan maka ia tidak akan menggunakan teknologi tersebut lagi.

BAB V

PENUTUP

5.1 KESIMPULAN

Berikut hasil kesimpulan yang terdapat dalam penelitian ini:

1. Persepsi manfaat berpengaruh positif terhadap minat mahasiswa dalam penggunaan dompet digital.
2. Persepsi keamanan tidak berpengaruh terhadap minat mahasiswa dalam penggunaan dompet digital.
3. Kepercayaan tidak berpengaruh terhadap minat mahasiswa dalam penggunaan dompet digital.
4. Persepsi kemudahan berpengaruh positif terhadap minat mahasiswa dalam penggunaan dompet digital.

5.2 SARAN

Saran dari penulis berdasarkan hasil kesimpulan yang diperoleh dalam penelitian yaitu:

1. Penelitian selanjutnya diharapkan agar bisa menambahkan beberapa variabel yang lain dan teori yang terbaru sehingga penelitian berikutnya dapat lebih baik lagi.
2. Penelitian selanjutnya disarankan untuk menambah jumlah sampel penelitian dan memperluas target responden seperti dalam Universitas, Kota bahkan Provinsi.

3. Diharapkan untuk penelitian berikutnya dapat melakukan pengambilan data bukan hanya dengan kuesioner tetapi juga wawancara agar bisa mendapatkan hasil yang lebih objektif.

DAFTAR PUSTAKA

- Ardianto, K., & Azizah, N. (2021). Analisis Minat Penggunaan Dompot Digital Dengan Pendekatan Technology Acceptance Model (TAM) Pada Pengguna di Kota Surabaya. *Jurnal Pengembangan Wiraswasta*, 23(1), 13–26.
- Bank Indonesia. (2016). *PERATURAN BANK INDONESIA NO. 18/40/PBI/2016 TENTANG PENYELENGGARAAN PEMROSESAN TRANSAKSI PEMBAYARAN*.
- Consulting, D. (2022, August 3). *Payment methods in China: How China became a mobile-first nation*. <https://daxueconsulting.com/payment-methods-in-china/>

- Davis, F. (1989). Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology . *MIS Quarterly*, 13(3), 319–340.
- Desvronita. (2021). FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT MENGGUNAKAN SISTEM PEMBAYARAN E-WALLET MENGGUNAKAN TECHNOLOGY ACCEPTANCE MODEL. *Jurnal Akmenika*, 18(2).
- Dewi. (2018). *Uji Validitas dan Reliabilitas. In Modul Uji Validitas dan Reliabilitas.*
- Dewi, I. (2022, June 28). *Peta Kompetisi Dompot Digital Indonesia, Siapa Lebih Unggul?* CNBC.
<https://www.cnbcindonesia.com/tech/20220628115548-37-350996/peta-kompetisi-dompot-digital-indonesia-siapa-lebih-unggul>
- Fishbein, M. (1980). *Understanding attitudes and predicting social behavior.* Prentice-Hall.
- Gefen. (2000). *The Conceptualization of Trust, Risk and their Relationship in Elektronik Commers.*
- Humaidi, Utomo, S., & Lestari, D. (2022). Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan Dan Fitur Layanan Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Mahasiswa FISIP ULM Di Kota Banjarmasin). *Jurnal Bisnis Dan Pembangunan*, 11(1), 22–32.
- Jogiyanto. (2007). *Sistem Informasi Keperilakuan* (Andi, Ed.).

- Latief, F., Dirwan, & Idris, M. (2021). DETERMINAN MINAT PENGGUNAAN E-WALLET SHOPEEPAY. *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, Dan Akuntansi)*, 5(3).
- Mayer, Davis, J. H., & Schoorman, F. D. (1995). *An Integrative Model of Organizational Trust. The Academy of Management Review* (Vol. 20).
- N26. (2021, September 21). *The 5 most cashless countries in Europe*. <https://n26.com/en-eu/blog/most-cashless-countries-in-europe>
- Nizar, A. M., & Yusuf, A. (2022). Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan dan Kepercayaan Terhadap Minat Menggunakan Aplikasi Dompot Digital LinkAja. *Jurnal Manajemen Dan Sains*, 7(2), 928–933.
- OVO. (2021). *FEATURES*.
- Rahmawati, Y., & Yuliana, R. (2020). PENGARUH PERSEPSI MANFAAT, PERSEPSI KEMUDAHAN, DAN PERSEPSI KEAMANAN TERHADAP KEPUTUSAN PENGGUNAAN E-WALLET PADA MAHASISWA STIE BANK BPD JATENG. *Journal of Economics and Banking*, 2(2), 157–168.
- Sudiro, A. (2012). *MODUL 6 METODOLOGI PENELITIAN BISNIS*.
- Sugiono. (2015). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.

- Venkatesh, V., & Davis, F. (1996). A Model of the Antecedents of Perceived Ease of Use: Development and Test. *Decision Science*, 27(3), 451–481.
- Venkatesh, V., Morris, M., Davis, G., & Davis, F. (2003). User Acceptance of Information Technology: Toward a Unified View. *MIS Quarterly*, 27(3), 425–478.
- Yani, E., Lestari, A., & Puspita, A. (2018). Pengaruh Internet Banking Terhadap Minat Nasabah Dalam Bertransaksi Dengan Technology Acceptance Model. *Jurnal Informatika*, 5(1), 34–42.
- Yuniarti, V. (2020). FAKTOR – FAKTOR YANG MEMENGARUHI MINAT PENGGUNAAN FINANCIAL TECHNOLOGY PEER TO PEER LENDING. *Jurnal Mahasiswa FEB*, 8(1), 1–22.

LAMPIRAN

LAMPIRAN 1 KUESIONER PENELITIAN

Assalamualaikum Wr.Wb

Perkenalkan saya Ali Fauziyan, mahasiswa Akuntansi Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Islam Indonesia. Alhamdulillah pada saat ini sedang menyelesaikan Tugas Akhir dengan judul "**Faktor-faktor yang Mempengaruhi Minat Mahasiswa Dalam Penggunaan Dompot Digital (Studi kasus pada pengguna OVO di FBE UII)**".

Sehubungan dengan maksud tersebut, ditengah kesibukan saudara/i saya mohon ketersediaan waktu saudara/i untuk mengisi kuesioner ini. Tidak ada jawaban benar atau salah untuk setiap pernyataan, yang diharapkan adalah jawaban yang sesuai dengan kondisi saudara/i alami.

Adapun kriteria responden dalam penelitian ini yaitu:

1. Mahasiswa atau mahasiswi aktif S1 FBE di Universitas Islam Indonesia
2. Mahasiswa atau mahasiswi Angkatan 2018-2022

Atas bantuan dan kelapangan hati saudara/i, saya ucapkan terimakasih. Jika ada pertanyaan terkait dengan kuesioner ini, anda dapat menghubungi saya melalui email: 19312237@students.uii.ac.id

Untuk menjawab bagian 1-5 silahkan menggunakan skala sebagai berikut :

1 = Sangat Tidak Setuju

2 = Tidak Setuju

3 = Kurang Setuju

4 = Setuju

5 = Sangat Setuju

Identitas

Email:

Nama:

Jenis Kelamin:

- a. Laki-laki
- b. Perempuan

Angkatan:

- a. 2022
- b. 2021
- c. 2020
- d. 2019
- e. 2018

Jurusan:

- a. Manajemen
- b. Akuntansi
- c. Ilmu ekonomi

Persepsi Manfaat

NO	PERTANYAAN	STS	TS	KS	S	SS
1.	OVO bermanfaat bagi saya					
2.	Keberadaan OVO menjadikan pekerjaan lebih mudah					

3.	Saya merasa OVO berguna dalam kehidupan sehari-hari					
4.	Saya merasa OVO dapat memudahkan dalam bertransaksi non tunai					

Persepsi Keamanan

NO	PERTANYAAN	STS	TS	KS	S	SS
1.	Tidak adanya kehilangan data pribadi akibat penggunaan OVO.					
2.	Tidak adanya risiko ketidaksesuaian nominal dalam transaksi pembayaran OVO.					
3.	Keamanan bertransaksi dalam OVO terjamin					
4.	OVO merupakan transaksi yang aman					

Kepercayaan

NO	PERTANYAAN	STS	TS	KS	S	SS
1.	OVO menjaga informasi pengguna.					
2.	Dana yang di transfer dengan OVO akan diterima dengan aman					
3.	Transfer dana dengan OVO akan sukses sesuai perintah					
4.	OVO dapat menyelesaikan tugas dengan baik sesuai perintah pengguna					

Persepsi Kemudahan

NO	PERTANYAAN	STS	TS	KS	S	SS
1.	Mengakses aplikasi OVO merupakan hal yang mudah					

2.	Melakukan transfer dengan Aplikasi OVO merupakan hal yang mudah					
3.	Memahami proses transaksi keuangan melalui OVO merupakan hal yang mudah					
4.	Aplikasi OVO mudah digunakan kapanpun					

Minat penggunaan

NO	PERTANYAAN	STS	TS	KS	S	SS
1.	Saya mengetahui dompet digital OVO.					
2.	Saya sering menggunakan OVO untuk transaksi.					
3.	Saya merasakan kemudahan dalam menggunakan OVO.					

4.	Dengan adanya OVO sangat membantu saya dalam bertransaksi sehari-hari.					
----	--	--	--	--	--	--



LAMPIRAN 2 HASIL KUESIONER PENELITIAN

Persepsi Manfaat				
PM 1	PM 2	PM 3	PM 4	Total
4	3	4	4	15
5	5	5	5	20
5	5	5	5	20
3	3	2	3	11
4	4	4	4	16
4	4	4	5	17

5	5	5	5	20
5	5	5	5	20
5	5	5	5	20
3	4	3	4	14
4	4	4	4	16
5	5	4	5	19
4	4	3	4	15
4	5	4	5	18
5	5	5	5	20
4	5	4	5	18
4	4	4	4	16
3	3	4	4	14
5	5	5	5	20
3	2	2	3	10
4	4	5	5	18
4	4	4	5	17
4	4	4	5	17
3	3	3	3	12
5	5	5	5	20
3	3	4	4	14
5	5	5	5	20
5	5	5	5	20

4	5	4	5	18
4	4	4	4	16
5	5	5	5	20
5	5	5	5	20
3	4	3	4	14
5	5	5	5	20
5	4	5	5	19
4	4	4	4	16
4	4	4	5	17
5	5	5	5	20
5	5	5	5	20
4	4	3	4	15
4	4	4	4	16
3	3	3	3	12
4	5	3	5	17
4	4	4	5	17
5	5	5	5	20
5	4	4	5	18
5	5	5	5	20
4	4	4	4	16
4	4	4	4	16
4	3	4	5	16

5	5	5	4	19
4	4	4	4	16
4	4	4	4	16
4	4	4	5	17
3	4	4	4	15
4	4	4	4	16
4	4	4	4	16
4	4	4	4	16
4	4	4	4	16
5	4	4	5	18
5	5	5	5	20
5	4	4	4	17
4	5	4	5	18
4	4	4	4	16
4	4	5	4	17
3	3	3	3	12
5	5	4	5	19
4	4	4	4	16
3	3	3	3	12
4	4	4	4	16
4	4	4	4	16
4	4	4	4	16

3	2	2	3	10
5	4	5	5	19
5	5	5	5	20
5	5	5	4	19
3	3	3	3	12
4	3	3	5	15
2	2	1	5	10
4	4	3	4	15
2	2	2	2	8
5	5	4	5	19
5	5	5	4	19
5	4	5	5	19
5	5	5	5	20
5	5	5	5	20
4	4	4	3	15
5	5	4	4	18
3	3	3	4	13
4	4	4	4	16

Persepsi Keamanan				
PK 1	PK 2	PK 3	PK 4	Total
5	4	5	4	18

5	5	5	5	20
5	5	5	5	20
4	3	4	4	15
4	4	4	4	16
4	4	4	4	16
5	4	5	5	19
5	5	5	5	20
4	5	4	4	17
4	4	4	4	16
3	3	3	3	12
5	5	5	5	20
3	4	3	3	13
4	4	5	5	18
5	5	5	5	20
3	4	2	2	11
3	3	4	4	14
3	4	4	3	14
3	5	4	3	15
4	4	3	3	14
4	4	4	4	16
3	3	3	3	12
5	4	5	5	19

3	4	4	4	15
5	5	5	4	19
3	3	3	3	12
5	5	5	5	20
3	4	4	4	15
4	3	4	4	15
5	4	4	4	17
5	5	5	5	20
4	4	4	4	16
3	4	4	4	15
5	5	5	5	20
4	4	5	5	18
4	4	4	4	16
4	5	4	4	17
5	5	5	5	20
5	5	5	5	20
3	4	4	4	15
4	3	4	4	15
2	4	3	3	12
4	3	5	5	17
4	5	4	4	17
5	4	4	4	17

3	3	4	4	14
4	4	4	4	16
3	2	4	4	13
4	4	4	4	16
4	5	4	4	17
4	5	4	5	18
4	4	4	4	16
4	4	4	4	16
4	5	5	5	19
3	4	4	4	15
4	4	4	4	16
4	4	4	4	16
4	4	4	4	16
4	4	4	4	16
5	4	5	4	18
5	4	5	5	19
4	4	4	4	16
5	5	5	5	20
4	4	4	4	16
4	5	4	4	17
4	1	3	3	11
4	4	4	4	16

4	4	4	4	16
4	4	4	4	16
5	5	5	5	20
3	3	4	4	14
5	4	4	4	17
4	4	4	3	15
4	4	4	4	16
5	5	5	5	20
4	5	5	4	18
4	3	3	4	14
4	2	4	4	14
3	3	5	5	16
4	4	4	4	16
5	4	3	4	16
2	2	4	4	12
3	3	3	3	12
4	4	4	4	16
5	5	5	5	20
5	5	5	5	20
4	4	4	4	16
4	4	4	4	16
3	3	3	3	12

4	4	4	4	16
---	---	---	---	----

Kepercayaan				
K 1	K 2	K 3	K 4	Total
5	5	5	5	20
5	5	5	5	20
5	5	5	5	20
5	4	4	4	17
4	4	4	4	16
4	4	4	5	17
5	5	5	5	20
5	5	5	5	20
4	5	5	5	19
4	4	4	4	16
4	4	2	2	12
5	5	5	5	20
3	4	4	4	15
4	5	5	5	19
5	5	5	5	20
2	3	4	4	13
4	4	4	4	16
4	3	3	3	13

4	4	5	5	18
3	3	3	3	12
4	4	5	5	18
4	4	4	4	16
4	4	4	5	17
4	4	4	4	16
5	5	5	4	19
4	4	4	4	16
5	5	3	5	18
4	4	5	5	18
4	4	5	5	18
4	4	4	4	16
5	5	5	5	20
4	4	4	4	16
4	4	4	4	16
5	5	5	5	20
5	5	5	5	20
4	4	4	4	16
4	5	5	5	19
5	5	5	5	20
5	5	5	5	20
4	4	4	4	16

4	4	4	4	16
5	3	3	3	14
5	5	5	5	20
4	4	4	4	16
5	5	5	5	20
3	4	4	4	15
5	5	5	5	20
3	4	4	4	15
4	4	3	4	15
4	5	5	4	18
5	4	5	4	18
4	4	4	4	16
4	4	4	4	16
4	5	5	5	19
4	4	4	4	16
4	4	4	4	16
4	4	4	4	16
4	4	4	4	16
4	4	4	4	16
4	4	4	4	16
5	5	5	5	20
5	5	5	5	20
3	3	4	4	14

5	5	5	5	20
4	4	3	4	15
4	4	4	4	16
3	3	2	2	10
5	5	5	5	20
4	4	4	4	16
4	4	4	4	16
5	5	5	5	20
3	4	4	4	15
4	4	4	4	16
4	4	4	4	16
4	5	5	5	19
5	5	5	5	20
5	5	4	4	18
3	3	3	3	12
5	4	4	4	17
5	5	5	5	20
4	4	3	4	15
4	4	4	3	15
4	5	5	5	19
3	4	4	4	15
5	5	4	4	18

5	5	5	5	20
5	5	5	5	20
4	4	4	4	16
4	5	5	5	19
3	3	3	3	12
4	4	4	4	16

Persepsi Kemudahan				
PKM 1	PKM 2	PKM 3	PKM 4	Total
5	4	5	5	19
5	5	5	5	20
5	5	5	5	20
4	4	4	3	15
4	4	4	3	15
4	4	4	5	17
5	5	5	5	20
5	5	5	5	20
5	5	5	5	20
4	4	4	4	16
3	4	5	5	17
5	5	5	5	20
4	4	4	4	16

5	5	5	5	20
5	5	5	5	20
4	4	4	4	16
4	4	4	4	16
3	3	4	4	14
5	5	5	5	20
4	3	2	2	11
5	5	5	5	20
4	5	4	5	18
5	5	5	5	20
4	4	4	4	16
5	5	5	5	20
4	4	4	4	16
5	5	5	5	20
5	5	5	5	20
4	4	4	4	16
4	4	4	4	16
5	5	5	5	20
5	5	5	5	20
4	4	3	4	15
5	5	5	5	20
5	5	5	5	20

4	4	5	5	18
4	4	4	5	17
5	5	5	5	20
5	5	5	5	20
5	5	4	5	19
4	4	4	4	16
3	3	3	3	12
5	5	5	5	20
5	4	4	5	18
4	4	4	5	17
4	3	4	4	15
5	4	4	5	18
5	5	3	4	17
4	3	4	3	14
2	4	3	5	14
5	4	5	4	18
4	4	4	4	16
5	5	4	4	18
5	4	5	4	18
4	4	4	4	16
4	4	4	4	16
3	4	4	4	15

4	4	4	4	16
4	4	4	4	16
5	5	4	4	18
5	5	5	5	20
5	5	5	5	20
5	5	5	5	20
5	5	5	4	19
5	5	5	5	20
2	2	2	3	9
4	5	4	3	16
4	4	4	4	16
4	4	4	4	16
5	4	5	5	19
4	4	4	3	15
4	4	4	4	16
3	3	4	3	13
5	5	5	5	20
5	5	5	5	20
4	5	4	4	17
3	3	3	3	12
4	4	4	3	15
5	5	5	5	20

5	3	4	3	15
2	3	3	3	11
4	4	4	4	16
5	5	4	5	19
4	4	4	5	17
5	5	5	5	20
5	5	5	5	20
4	4	4	4	16
5	5	5	5	20
3	3	3	3	12
5	4	4	3	16

Minat Penggunaan				
MP 1	MP 2	MP 3	MP 4	Total
5	4	5	5	19
5	5	5	5	20
5	5	5	5	20
4	3	3	3	13
4	4	4	4	16
4	4	5	5	18
5	5	5	5	20

5	5	5	5	20
5	4	5	5	19
4	2	4	4	14
4	4	3	4	15
5	3	5	4	17
5	3	3	4	15
5	4	5	5	19
5	5	5	5	20
4	4	4	5	17
4	4	4	4	16
3	4	4	4	15
5	3	4	5	17
4	2	3	3	12
5	5	5	5	20
3	3	5	4	15
5	4	4	4	17
5	5	4	4	18
5	5	5	5	20
4	4	4	4	16
5	2	5	5	17
5	5	5	5	20
4	4	4	4	16

4	4	4	4	16
5	3	5	4	17
4	5	4	5	18
3	3	3	4	13
5	5	5	5	20
5	5	5	5	20
4	4	4	4	16
4	3	4	4	15
5	5	5	5	20
5	5	5	5	20
5	3	4	4	16
4	3	4	4	15
3	3	3	3	12
5	3	5	5	18
5	4	5	4	18
4	4	5	5	18
5	3	3	3	14
5	5	5	5	20
5	4	4	4	17
4	3	4	3	14
4	3	3	4	14
4	5	4	5	18

4	4	4	4	16
4	4	4	4	16
5	3	4	4	16
4	5	3	4	16
4	4	4	4	16
4	3	4	4	15
4	4	4	4	16
4	4	4	4	16
5	4	4	5	18
5	5	5	5	20
5	4	5	5	19
5	4	5	5	19
4	3	4	4	15
5	3	4	5	17
4	3	3	3	13
5	4	4	4	17
4	3	4	4	15
4	4	4	4	16
4	5	4	5	18
5	3	4	4	16
5	3	4	4	16
4	3	3	3	13

5	5	5	5	20
5	4	5	5	19
4	5	5	5	19
3	2	3	3	11
5	2	4	3	14
5	2	3	5	15
4	4	4	4	16
5	1	2	2	10
4	5	4	5	18
4	4	5	5	18
5	5	5	5	20
5	5	5	5	20
5	4	5	5	19
4	3	4	4	15
5	3	4	5	17
3	2	3	3	11
5	4	4	4	17



LAMPIRAN 3 UJI KUALITAS DATA

1. UJI VALIDITAS

Correlations

		X1	X1	X1	X1	X2	X2	X2	X2	X3	X3	X3	X3	X4	X4	X4	X4	Y1	Y1	Y1	Y1	Score
		.1	.2	.3	.4	.1	.2	.3	.4	.1	.2	.3	.4	.1	.2	.3	.4	.1	.2	.3	.4	total
X1.	Pearson	1	.8	.8	.6	.3	.4	.4	.4	.3	.5	.5	.5	.5	.6	.5	.5	.4	.5	.7	.6	.79
1	n		33*	41*	78*	74*	01*	68*	01*	71*	78*	25*	84*	92*	12*	77*	59*	85*	63*	26*	73*	9**
	Correlation		*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*

	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90
X1.2	Pearson	.833*	.785*	.764*	.602*	.698*	.532*	.429*	.325*	.524*	.514*	.592*	.598*	.637*	.584*	.565*	.357*	.539*	.699*	.695*	.776**
	Correlation	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.004	.000	.000	.000	.002	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.001	.000	.000	.000	.000
	N	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90
X1.3	Pearson	.841*	.785*	.606*	.555*	.737*	.929*	.422*	.212*	.636*	.352*	.739*	.936*	.545*	.578*	.080*	.292*	.593*	.393*	.818*	.88**
	Correlation	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.001	.000	.000	.001	.002	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.002	.000	.000	.000	.000
	N	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90
X1.4	Pearson	.678*	.664*	.606*	.254*	.314*	.517*	.439*	.386*	.621*	.621*	.720*	.561*	.615*	.815*	.595*	.585*	.090*	.525*	.595*	.80**
	Correlation	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.016	.003	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90
X2.1	Pearson	.374*	.302*	.355*	.254*	.537*	.631*	.640*	.550*	.523*	.389*	.430*	.331*	.317*	.402*	.310*	.282*	.898*	.515*	.767*	.22**
	Correlation	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
	Sig. (2-tailed)	.000	.004	.001	.016	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.001	.002	.000	.003	.000	.074	.000	.009	.000

	N	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	
X2.2	Pearson	.4	.3	.4	.3	.5	1	.5	.4	.4	.4	.4	.4	.4	.4	.5	.4	.3	.2	.4	.4	.61
	n	01*	98*	73*	14*	37*		05*	51*	52*	65*	55*	59*	15*	10*	09*	47*	11*	90*	20*	29*	3**
	Correlation	*	*	*	*	*		*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
	Sig. (2-tailed)	.00	.00	.00	.03	.00		.00	.00	.00	.00	.00	.00	.00	.00	.00	.00	.03	.06	.00	.00	.00
	N	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90
X2.3	Pearson	.4	.4	.3	.5	.6	.5	1	.8	.7	.7	.6	.7	.6	.5	.6	.5	.5	.3	.5	.5	.79
	n	68*	32*	92*	17*	31*	05*		75*	35*	64*	20*	14*	12*	80*	57*	08*	58*	82*	74*	33*	1**
	Correlation	*	*	*	*	*	*		*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
	Sig. (2-tailed)	.00	.00	.00	.00	.00	.00		.00	.00	.00	.00	.00	.00	.00	.00	.00	.00	.00	.00	.00	.00
	N	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90
X2.4	Pearson	.4	.4	.3	.4	.6	.4	.8	1	.6	.6	.5	.6	.5	.5	.5	.4	.5	.3	.4	.4	.72
	n	01*	29*	42*	39*	40*	51*	75*		66*	99*	83*	55*	62*	22*	98*	55*	32*	01*	84*	26*	3**
	Correlation	*	*	*	*	*	*	*		*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
	Sig. (2-tailed)	.00	.00	.01	.00	.00	.00	.00		.00	.00	.00	.00	.00	.00	.00	.00	.00	.04	.00	.00	.00
	N	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90
X3.1	Pearson	.3	.3	.3	.3	.5	.4	.7	.6	1	.7	.5	.5	.3	.4	.5	.3	.3	.3	.4	.4	.64
	n	71*	25*	21*	86*	50*	52*	35*	66*		25*	25*	37*	83*	33*	09*	93*	41*	44*	68*	10*	7**
	Correlation	*	*	*	*	*	*	*	*		*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
	Sig. (2-tailed)	.00	.02	.02	.00	.00	.00	.00	.00		.00	.00	.00	.00	.00	.00	.00	.01	.01	.00	.00	.00
	N	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90

X3.2	Pearson	.5	.5	.4	.6	.5	.4	.7	.6	.7	1	.7	.7	.5	.6	.5	.5	.3	.5	.6	.81	
	n	78*	24*	63*	21*	23*	65*	64*	99*	25*		58*	75*	12*	08*	93*	97*	82*	86*	66*	08*	1**
	Correlation	*	*	*	*	*	*	*	*	*		*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
N	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	
X3.3	Pearson	.5	.5	.4	.6	.3	.4	.6	.5	.5	.7	1	.8	.5	.6	.5	.5	.5	.4	.5	.6	.77
	n	25*	14*	35*	21*	89*	55*	20*	83*	25*	58*		60*	59*	26*	70*	70*	57*	32*	39*	26*	7**
	Correlation	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*		*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
N	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	
X3.4	Pearson	.5	.5	.4	.7	.4	.4	.7	.6	.5	.7	.8	1	.7	.6	.6	.6	.5	.3	.6	.6	.84
	n	84*	92*	73*	20*	30*	59*	14*	55*	37*	75*	60*		13*	84*	71*	01*	77*	99*	64*	84*	4**
	Correlation	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*		*	*	*	*	*	*	*	*	*
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
N	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	
X4.1	Pearson	.5	.5	.4	.5	.3	.4	.6	.5	.3	.5	.5	.7	1	.7	.7	.5	.5	.4	.6	.6	.78
	n	92*	98*	93*	61*	31*	15*	12*	62*	83*	12*	59*	13*		59*	28*	59*	98*	50*	86*	97*	5**
	Correlation	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*		*	*	*	*	*	*	*	*
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
N	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	

X4.2	Pearson	.6	.6	.5	.6	.3	.4	.5	.5	.4	.6	.6	.6	.7	1	.7	.7	.5	.4	.6	.7	.80
	n	12*	37*	54*	15*	17*	10*	80*	22*	33*	08*	26*	84*	59*		23*	10*	64*	06*	71*	35*	8**
	Correlation	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*		*	*	*	*	*	*	*
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.002	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
N	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90
X4.3	Pearson	.5	.5	.5	.5	.4	.5	.6	.5	.5	.5	.5	.6	.7	.7	1	.7	.5	.4	.6	.7	.81
	n	77*	84*	57*	81*	02*	09*	57*	98*	09*	93*	70*	71*	28*	23*		19*	53*	54*	35*	01*	9**
	Correlation	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*		*	*	*	*	*	*
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000
N	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90
X4.4	Pearson	.5	.5	.6	.6	.3	.4	.5	.4	.3	.5	.5	.6	.5	.7	.7	1	.4	.4	.6	.7	.77
	n	59*	65*	08*	59*	10*	47*	08*	55*	93*	97*	70*	01*	59*	10*	19*		38*	51*	71*	70*	5**
	Correlation	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*		*	*	*	*	*
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.003	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000
N	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90
Y1.1	Pearson	.4	.3	.3	.4	.4	.3	.5	.5	.3	.5	.5	.5	.5	.5	.5	.4	1	.2	.4	.4	.64
	n	85*	57*	29*	58*	28*	11*	58*	32*	41*	82*	57*	77*	98*	64*	53*	38*		37*	61*	37*	0**
	Correlation	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*		*	*	*	*
	Sig. (2-tailed)	.000	.001	.002	.000	.000	.003	.000	.000	.001	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000
N	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90

Y1.2	Pearson	.5	.5	.6	.4	.1	.2	.3	.3	.3	.3	.4	.3	.4	.4	.4	.2	1	.5	.6	.62	
	n	63*	39*	59*	09*	89	90*	82*	01*	44*	86*	32*	99*	50*	06*	54*	51*	37*		81*	51*	8**
	Correlation	*	*	*	*		*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*		*	*	*	
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.074	.006	.000	.004	.001	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.024		.000	.000	.000	
	N	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90
Y1.3	Pearson	.7	.6	.7	.6	.4	.4	.5	.4	.4	.5	.5	.6	.6	.6	.6	.4	.5	1	.7	.83	
	n	26*	99*	39*	52*	51*	20*	74*	84*	68*	66*	39*	64*	86*	71*	35*	71*	61*	81*		56*	6**
	Correlation	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	
	N	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90
Y1.4	Pearson	.6	.6	.6	.6	.2	.4	.5	.4	.4	.6	.6	.6	.6	.7	.7	.7	.4	.6	.7	1	.83
	n	73*	95*	81*	59*	76*	29*	33*	26*	10*	08*	26*	84*	97*	35*	01*	70*	37*	51*	56*		6**
	Correlation	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.009	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000
	N	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90
Score_total	Pearson	.7	.7	.7	.7	.5	.6	.7	.7	.6	.8	.7	.8	.7	.8	.8	.7	.6	.6	.8	.8	1
	n	99*	76*	58*	60*	72*	13*	91*	23*	47*	11*	77*	44*	85*	08*	19*	75*	40*	28*	36*	36*	
	Correlation	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

2. UJI RELIABILITAS

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X1	16.8694	4.795	.767	.907
X2	16.9778	5.353	.696	.918
X3	16.7750	5.118	.807	.897
X4	16.7333	4.833	.845	.889
Y1	16.8667	4.985	.851	.888

LAMPIRAN 4 UJI ASUMSI KLASIK

1. UJI NORMALITAS

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		90
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	.28755857
Most Extreme Differences	Absolute	.084
	Positive	.044
	Negative	-.084
Test Statistic		.084
Asymp. Sig. (2-tailed)		.158 ^c

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

2. UJI HETEROSKEDASTISITAS

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.395	.136		2.911	.005
	X1	-.022	.038	-.095	-.585	.560
	X2	-.021	.046	-.078	-.461	.646
	X3	-.019	.053	-.068	-.350	.727
	X4	.023	.047	.089	.478	.634

a. Dependent Variable: RES2

3.UJI MULTIKOLINERITAS

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	.397	.240		1.654	.102		
	X1	.363	.067	.421	5.435	.000	.434	2.303
	X2	-.008	.081	-.008	-.101	.920	.400	2.497
	X3	.158	.093	.156	1.691	.095	.307	3.260
	X4	.378	.083	.403	4.532	.000	.329	3.038

a. Dependent Variable: Y1

LAMPIRAN 5 UJI REGRESI

1. UJI KOEFISIEN DETERMINASI

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.883 ^a	.779	.769	.29425

a. Predictors: (Constant), X4, X2, X1, X3
b. Dependent Variable: Y1

2. UJI PERSAMAAN REGRESI LINIER

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.397	.240		1.654	.102
	X1	.363	.067	.421	5.435	.000
	X2	-.008	.081	-.008	-.101	.920
	X3	.158	.093	.156	1.691	.095
	X4	.378	.083	.403	4.532	.000

a. Dependent Variable: Y1



LAMPIRAN 6 UJI HIPOTESIS

1. UJI F

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	25.929	4	6.482	74.870	.000 ^b
	Residual	7.359	85	.087		
	Total	33.289	89			

a. Dependent Variable: Y1

b. Predictors: (Constant), X4, X2, X1, X3

2. UJI T

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.397	.240		1.654	.102
	X1	.363	.067	.421	5.435	.000
	X2	-.008	.081	-.008	-.101	.920
	X3	.158	.093	.156	1.691	.095
	X4	.378	.083	.403	4.532	.000

a. Dependent Variable: Y1

