

**PENGARUH PERSEPSI MANFAAT DAN KEMUDAHAN  
PENGUNAAN TERHADAP KEPUTUSAN PENGGUNAAN  
APLIKASI OVO PADA MAHASISWA FAKULTAS  
EKONOMI UNIVERSITAS PRIMA INDONESIA**

**SKRIPSI**

**OLEH :**

**VINA FEBRIANTI  
17.832.0292**



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS MEDAN AREA  
MEDAN  
2024**

**UNIVERSITAS MEDAN AREA**

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

Document Accepted 12/12/24

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber  
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah

3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area

Access From (repositorv.uma.ac.id)12/12/24

**PENGARUH PERSEPSI MANFAAT DAN KEMUDAHAN  
PENGUNAAN TERHADAP KEPUTUSAN PENGGUNAAN  
APLIKASI OVO PADA MAHASISWA FAKULTAS  
EKONOMI UNIVERSITAS PRIMA INDONESIA**

**SKRIPSI**

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh  
Gelar Sarjana di Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Universitas Medan Area



**OLEH :**

**VINA FEBRIANTI**

**17.832.0292**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS MEDAN AREA  
MEDAN  
2024**

**UNIVERSITAS MEDAN AREA**

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

Document Accepted 12/12/24

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber  
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah

3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area  
Access From (repositorv.uma.ac.id)12/12/24

**HALAMAN PENGESAHAN**

Judul Skripsi : Pengaruh Persepsi Manfaat Dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Keputusan Penggunaan Aplikasi OVO Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Prima Indonesia  
Nama : Vina Febrianti  
NPM : 17.832.0292  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

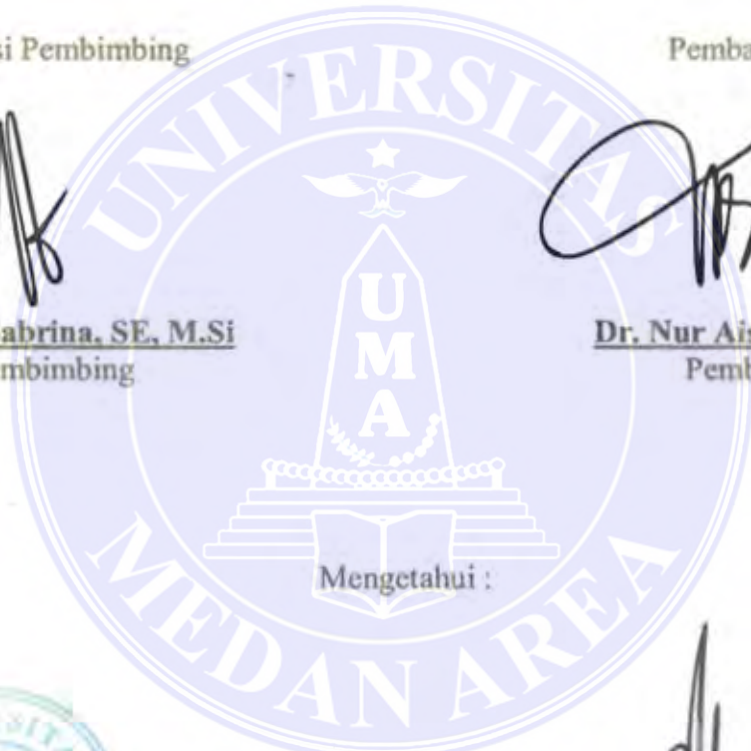
Disetujui Oleh :

Komisi Pembimbing

Pemanding

**Hesti Sabrina, SE, M.Si**  
Pembimbing

**Dr. Nur Aisyah, SE, MM**  
Pemanding



**Ahmad Rafiqi, BBA, MMgt, Ph.D, CIMA**  
Dekan

**Fitriani Tobing, SE, M.Si**  
ka. Prodi/WD I

Tanggal Lulus : 30 September 2024

## HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya menyatakan bahwaannya skripsi yang saya susun dengan judul "Pengaruh Persepsi Manfaat dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Keputusan Penggunaan Aplikasi OVO Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Prima Indonesia" merupakan hasil karya tulis saya sendiri sebagai syarat memperoleh gelar sarjana. Adapun bagian-bagian tertentu dalam penyusunan skripsi yang saya kutip dari hasil karya orang lain dan sumbernya secara jelas sesuai dengan norma, kaidah, dan etika penulisan ilmiah. Apabila dikemudian hari ditemui adanya plagiat dalam skripsi ini saya bersedia menerima sanksi pencabutan gelar akademik yang saya peroleh dan sanksi-sanksi lainnya dengan peraturan yang berlaku.



Medan, 30 September 2024



Vina Febrianti

178320292

## HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR/SKRIPSI/TESIS UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademik Universitas Medan Area, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Vina Febrianti  
NPM : 17.832.0292  
Program Studi : Manajemen  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis  
Jenis Karya : Skripsi

Demikian pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Medan Area **Hak Bebas Royalti Noneksklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*)** atas karya ilmiah saya berjudul: Pengaruh Persepsi Manfaat Dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Keputusan Penggunaan Aplikasi OVO Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Prima Indonesia beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Universitas Medan Area berhak menyimpan, mengalihmedia/format-kan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan memublikasikan tugas akhir/skripsi/tesis saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.  
Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Medan, 30 September 2024

Yang menyatakan



Vina Febrianti

178320292

## RIWAYAT HIDUP

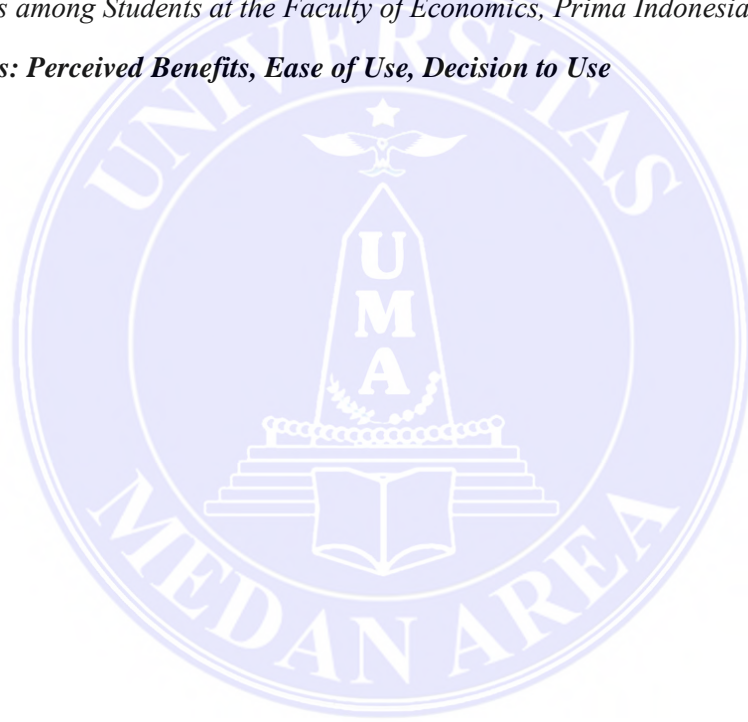


Nama	Vina Febrianto
Npm	178320292
Tempat, Tanggal Lahir	Medan, 09 Februari 1999
Nama Orang Tua :	
Ibu	Marlina
Ayah	Sudarmin
Riwayat Pendidikan :	
SMP	SMP Negeri 30 Medan
SMA	SMA Negeri 15 Medan
Riwayat Studi di UMA	Pada tahun 2017 penulis terdaftar selaku mahasiswa dari Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Medan Area
Pengalaman Pekerjaan	-
No. HP/WA	089613800328
Email	vinafebrianti40@gmail.com

## ABSTRACT

*This research aims to determine "The influence of perceived benefits and ease of use on decisions to use the OVO application among students at the Faculty of Economics, Prima Indonesia University. The type of research that will be used is associative research. The population is all students at the Faculty of Economics, Prima Indonesia University, it is known from the 2022 standard that there are 598 people using the Slovin formula technique, so it is known that the number of samples to be studied is 86 respondents taken from part of the population. Based on the results of the hypothesis test (t test), the Perception of Benefits variable has a positive and significant effect on Usage Decisions. Where the significance level  $\alpha$  is 5%, the tcount value is  $2,557 > ttable 1.986$  and the p-value is in the sig column.  $0.012 < 0.05$  means significant. This explains that Perception of Benefits has a positive and significant effect on Usage Decisions among Students at the Faculty of Economics, Prima Indonesia University and the significance level is  $\alpha$  5%, the t-value is  $5,508 > ttable 1.986$  and the p-value is in the sig column.  $0.000 < 0.05$  means significant. This explains that Ease of Use has a positive and significant effect on Usage Decisions among Students at the Faculty of Economics, Prima Indonesia University.*

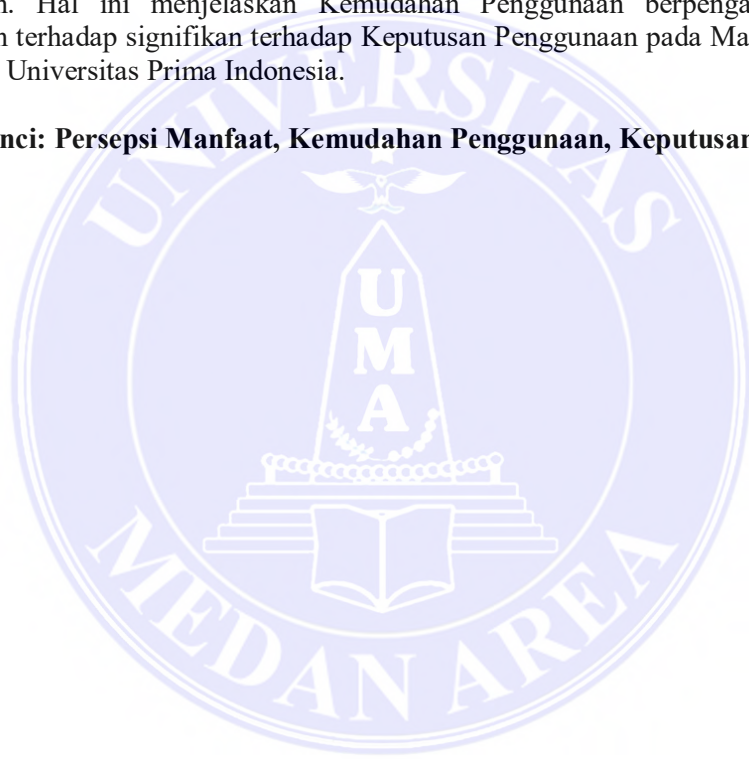
**Keywords:** *Perceived Benefits, Ease of Use, Decision to Use*



## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk Mengetahui “Pengaruh Persepsi Manfaat Dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Keputusan Penggunaan Aplikasi OVO Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Prima Indonesia. Jenis penelitian yang akan digunakan adalah jenis penelitian penelitian Asosiatif. Populasi adalah seluruh mahasiswa di Fakultas Ekonomi Universitas Prima Indonesia yang diketahui dari stambuk 2022 sebanyak 598 orang dengan menggunakan teknik rumus slovin, maka diketahui jumlah sampel yang akan diteliti sebanyak 86 responden yang diambil dari sebagian populasi. Berdasarkan hasil uji hipotesis (uji t) bahwa variabel Persepsi Manfaat berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Penggunaan. Dimana taraf signifikan  $\alpha$  5% nilai nilai  $t_{hitung}$  2,557 >  $t_{table}$  1,986 dan nilai p-value pada kolom sig. 0,012 < 0.05 artinya signifikan. Hal ini menjelaskan bahwa Persepsi Manfaat berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Penggunaan pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Prima Indonesia dan taraf signifikan  $\alpha$  5% nilai nilai  $t_{hitung}$  5,508 >  $t_{table}$  1,986 dan nilai p-value pada kolom sig. 0,000 < 0.05 artinya signifikan. Hal ini menjelaskan Kemudahan Penggunaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap signifikan terhadap Keputusan Penggunaan pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Prima Indonesia.

**Kata Kunci: Persepsi Manfaat, Kemudahan Penggunaan, Keputusan Penggunaan**





## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur saya ucapkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas segala berkat dan karunianya telah melindungi saya dalam penelitian proposal skripsi ini. Proposal skripsi ini telah menjadi persyaratan bagi setiap mahasiswa yang ingin menyelesaikan studi di Universitas Medan Area, sehubungan dengan itu, disusunnya proposal skripsi ini dengan judul **“Pengaruh Persepsi Manfaat dan Kemudahan Penggunaan terhadap Keputusan Penggunaan Aplikasi OVO pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Prima Indonesia”**. Dengan selesainya skripsi ini, perkenankanlah saya mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Dadan Ramdan, M.Eng, M.Sc. selaku Rektor Universitas Medan Area.
2. Bapak Ahmad Rafiki, BBA, MMgt., Ph.D. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Medan Area.
3. Ibu Fitriani Tobing, SE, M.Si. selaku Ketua Program Studi Universitas Medan Area.
4. Ibu Wan Suryani, SE, M.Si selaku Dosen Ketua skripsi saya yang telah memberikan masukan dan saran bagi skripsi ini.
5. Ibu Hesti Sabrina, SE, M.Si selaku Dosen Pembimbing yang telah bersedia meluangkan waktu, tenaga, motivasi, dan pemikirannya untuk memberikan bimbingan dalam penyusunan skripsi ini.
6. Ibu Dr. Nur Aisyah, SE, M.M. selaku dosen pembeding yang telah memberikan saran dan masukan untuk kelengkapan proposal ini.

7. Ibu Muthya Rahmi Darmansyah, SE, M.Sc. selaku Sekretaris yang telah memberikan sumbangan pemikiran dan saran bagi skripsi ini.
8. Kepada kedua orang tua penulis yang sangat istimewa, yang tak pernah berhenti memberikan doa, dukungan, motivasi, pengertian, dan selalu memberikan yang terbaik untuk penulis.
9. Terimakasih banyak kepada Dimas Ardiansah, yang telah banyak meluangkan waktu dalam membantu penulis, serta memberikan dukungan.
10. Kepada sahabat-sahabat teristimewa Aura, Nanas, Dila, Nuri, Popi, melly, Maudina, Nurul, Afiqah, Indah, Cindi, Ari, Deki, Afif, Nonos, Adel, Putri yang telah membantu dan memberikan dukungan serta motivasi kepada penulis.
11. Dari kepada semua pihak yang telah banyak membantu penulis secara langsung maupun tidak langsung yang tidak dapat disebutkan satu persatu, terima kasih atas doa dan dukungan serta semangat yang diberikan kepada penulis.

Demikianlah yang dapat penulis sampaikan. Bila ada kesalahan dan kekurangan dalam skripsi ini penulis mohon maaf yang sebesar besarnya. Semoga skripsi ini bermanfaat bagi semua masyarakat yang membaca. Atas perhatiannya penulis ucapkan terima kasih.

Medan, Juli 2024



Vina Febrianti

## DAFTAR ISI

	<b>Halaman</b>
<b>ABSTRACT</b> .....	<b>i</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>ii</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>iii</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>v</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>viii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>ix</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	<b>x</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Rumusan Masalah.....	6
1.3. Tujuan Penelitian.....	6
1.4. Manfaat Penelitian .....	7
<b>BAB II LANDASAN TEORI</b> .....	<b>8</b>
2.1. Keputusan Penggunaan .....	8
2.1.1. Pengertian Keputusan Penggunaan .....	8
2.1.2. Indikator Keputusan Penggunaan .....	9
2.2. Persepsi Manfaat.....	9
2.2.1 . Pengertian Persepsi Manfaat.....	9
2.2.2. Indikator Persepsi Manfaat .....	11
2.3. Kemudahan Penggunaan.....	12
2.3.1. Pengertian Kemudahan Penggunaan.....	12
2.3.2. Indikator Kemudahan Penggunaan .....	13
2.4. Pengaruh persepsi manfaat terhadap keputusan penggunaan aplikasi OVO.....	14
2.5. Pengaruh kemudahap penggunaan terhadap keputusan penggunaan aplikasi OVO.....	15
2.6. Penelitian terdahulu .....	16
2.7. Kerangka Konseptual.....	17
2.8. Hipotesis.....	18
<b>BAB III METODE PENELITIAN</b> .....	<b>19</b>
3.1. Jenis , Lokasi dan Waktu penelitian .....	19
3.1.2. Jenis Penelitian .....	19
3.1.3. Lokasi Penelitian .....	19

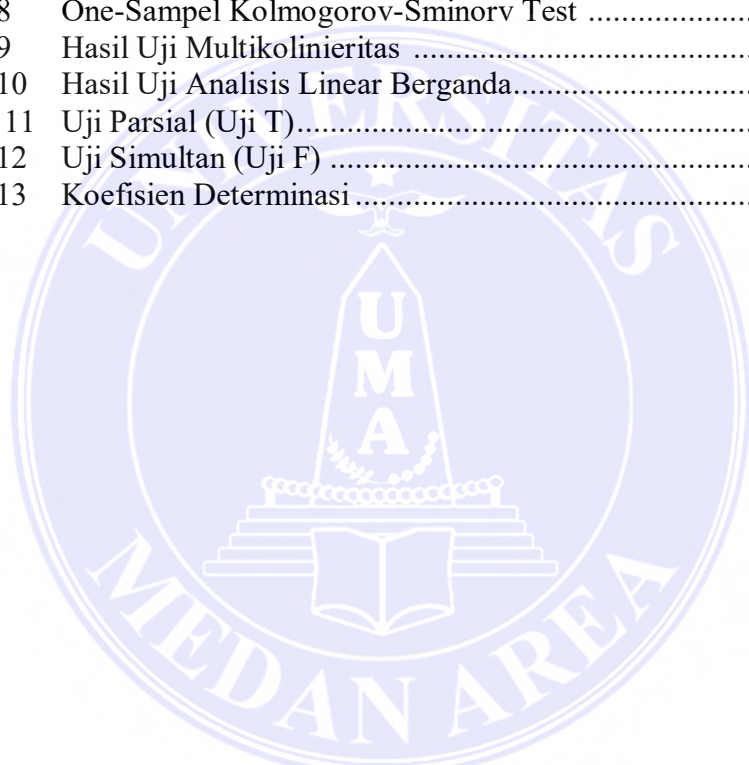
3.1.4. Waktu Penelitian.....	19
3.2. Populasi & Sample .....	20
3.3.1. Populasi .....	20
3.3.2. Sampel.....	20
3.3. Definisi Operasional Variabel Penelitian .....	22
3.4. Jenis Dan Sumber Data .....	23
3.5. Teknik Pengumpulan Data.....	23
3.6. Teknik Analisis Data .....	24
3.6.1. Uji Validitas dan Reliabilitas.....	24
3.6.2. Uji Asumsi Klasik.....	26
3.6.3. Uji Statistik.....	27
3.7. Uji Hipotesis .....	27
3.8. Koefisien Determinasi .....	28
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>29</b>
4.1 Gambaran Umum OVO .....	29
4.2 Deskriptif Responden .....	30
4.2.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	30
4.2.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Waktu Penggunaan .....	31
4.3 Penyajian Data Angket .....	32
4.4 Tanggapan Responden.....	32
4.4.1 Variabel Persepsi Manfaat .....	32
4.4.2 Variabel Kemudahan Penggunaan .....	37
4.4.3 Variabel keputusan penggunaan .....	41
4.5 Teknik Analisis Data .....	43
4.5.1 Uji Validitas.....	44
4.5.2 Uji Reabilitas .....	47
4.6 Uji Asumsi Klasik .....	48
4.6.1 Uji Normalitas .....	48
4.6.1.1 Uji Kolmogrov Smirnov Test .....	48
4.6.1.2 Uji Histogram .....	49
4.6.1.3 Normality Probability Plot.....	50
4.6.2 Uji Multikolinearitas .....	50
4.6.5 Uji Heterokedastisitas .....	51
4.7 Uji Statistik.....	52
4.8 Uji Hipotesis.....	54
4.8.1 Uji Parsial (Uji T) .....	54
4.8.2 Uji Simultan (Uji F) .....	55
4.8.3 Koefisien Determinasi.....	56
4.9 Pembahasan.....	57
4.9.1 Pengaruh Persepsi Manfaat Terhadap Keputusan Penggunaan .....	57
4.9.2 Pengaruh Kemudahan Penggunaan Terhadap Keputusan penggunaan .....	58

<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....</b>	<b>60</b>
5.1 Kesimpulan .....	60
5.2 Saran .....	61
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>62</b>



## DAFTAR TABEL

Tabel 2.6	Penelitian Terdahulu .....	16
Tabel 3.1	Rincian Waktu Penelitian .....	20
Tabel 3.3	Definisi Operasional Variabel.....	22
Tabel 4.1	Jumlah Responden berdasarkan jenis kelamin .....	30
Tabel 4.2	Jumlah Responden berdasarkan lama penggunaan .....	30
Tabel 4.3	Jawaban Variabel Persepsi Manfaat.....	32
Tabel 4.4	Jawaban Variabel Kemudahan Penggunaan .....	37
Tabel 4.5	Jawaban Variabel Keputusan Penggunaan .....	41
Tabel 4.6	Hasil Uji Validitas Data.....	45
Tabel 4.7	Hasil Uji Realibilitas Variabel .....	47
Tabel 4.8	One-Sampel Kolmogorov-Sminorv Test .....	48
Tabel 4.9	Hasil Uji Multikolinieritas .....	51
Tabel 4.10	Hasil Uji Analisis Linear Berganda.....	53
Tabel 4. 11	Uji Parsial (Uji T).....	54
Tabel 4.12	Uji Simultan (Uji F) .....	55
Tabel 4.13	Koefisien Determinasi .....	57



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	Kerangka konseptual.....	17
Gambar 4.1	Histogram.....	49
Gambar 4.2	Grafik Normality Probability Plot .....	50
Gambar 4.3	Grafik Scatterplot.....	52



## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Kuesioner Penelitian .....	63
Lampiran 2	Rekapitulasi Kuesioner .....	67
Lampiran 3	Uji Validitas dan Reliabilitas .....	73
Lampiran 4	Misi .....	79
Lampiran 5	Surat Izin Penelitian .....	86
Lampiran 6	Surat Izin Persetujuan Riset .....	87
Lampiran 7	Surat Izin Selesai Riset .....	88





## BAB I

### PENDAHULUAN

#### 1.1 Latar Belakang

Perkembangan teknologi di Indonesia saat ini telah mengalami kemajuan yang sangat pesat. Semakin berkembangnya teknologi tersebut akan menimbulkan perubahan pola hidup masyarakat dalam melakukan kegiatan sehari-hari salah satunya yaitu dengan menggunakan teknologi digital dalam bertransaksi, agar menjadi lebih mudah dan cepat untuk dilakukan kapan saja dan dimana saja. Sistem pembayaran non tunai saat ini menjadi gaya hidup masyarakat dari semua golongan dalam melakukan transaksi elektronik ini, sehingga pembayaran dapat lebih cepat dan mudah karena tidak memerlukan perhitungan uang secara manual. (Rahmawati & Yuliana, 2020)

Saat ini Indonesia sudah mulai dikenal adanya dompet digital. Dompet digital adalah suatu aplikasi, perangkat dan layanan digital elektronik yang dapat digunakan untuk transaksi non-tunai atau pembayaran online tanpa perlu membawa uang. Dompet digital merupakan suatu alat pembayaran digital yang dilakukan dengan media elektronik berbentuk server (Mulyana dan Wijaya, 2018). Dompet digital juga dapat digunakan untuk pembayaran pajak, tagihan listrik, tol, BPJS, belanja di mall, membayar barang di online shop, membayar ojek online dan lain-lain. Sistem pembayaran dompet digital biasa menggunakan *QR Code*, *near field communication (NFC)*, dan *one time password (OTP)*. Terdapat beberapa jenis dompet digital yang ada di Indonesia yaitu OVO, Gopay, Dana, LinkAja, Jenius dan lainnya. (Akhyar & Sisilia, 2023)

**Tabel 1.1** Top 10 *E-wallet* yang sering di pakai di Indonesia

No	<i>E-wallet</i>	Jumlah Pengguna
1	Go-pay	88%
2	Dana	83%
3	OVO	79%
4	Shopee pay	76%
5	Link aja	30%
6	i.saku	7%
7	Octo Mobile	5%
8	Doku	4%
9	Sakuku	3%
10	JakOne Mobile	2%

Sumber: *Populix* (2022)

Dari hasil survei yang dilakukan oleh *Populix* tahun 2022 yang melibatkan 1.000 responden dari seluruh Indonesia, dapat dilihat bahwa aplikasi Go-pay menempati posisi pertama pengguna *E-wallet* sebanyak 88% pengguna. DANA menempati posisi kedua dengan jumlah pengguna sebanyak 83%. Sedangkan posisi berikutnya ditempati oleh OVO sebanyak 79%. Shopee Pay berada di posisi keempat dengan jumlah pengguna sebanyak 76%. (*GoodStats*, 2022)

OVO merupakan layanan dompet digital yang dapat mempermudah dalam bertransaksi dan sangat dibutuhkan di zaman ini hanya dengan menggunakan *smartphone* yang dimiliki sejumlah pengguna OVO, aplikasi OVO dikembangkan oleh PT.Visionet Internasional pada maret 2017. Untuk menggunakan aplikasi OVO harus mendaftarkan diri terlebih dahulu dengan mengikuti petunjuk yang tersedia pada aplikasi (*Phan & Riyadi*, 2022) . Untuk pembayaran yang terdapat dalam aplikasi OVO dapat digunakan untuk transaksi pada aplikasi Grab, Tokopedia, pembelian pulsa data/listrik, transportasi umum dan pembayaran di *merchant* rekanan. Pengisian saldo OVO dapat dilakukan dengan kartu kredit, *internet banking*, *mobile banking* dan *OVO Both*.

Pengguna aplikasi OVO saat ini sebagian besar adalah kalangan muda ataupun Mahasiswa karena OVO diketahui sedang banyak memberikan penawaran dibandingkan aplikasi yang lainnya. mereka juga banyak menawarkan kerjasama kepada *merchant*, produk atau *brand* yang terkenal seperti Tokopedia, Hypermart, dan masih banyak yang lainnya. Adapun banyaknya promosi *Cashback* di berbagai sector makanan dan minuman yang terkenal. Yang dimana *brand* itu banyak diminati oleh Mahasiswa terutama pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Prima Indonesia.

Perusahaan aplikasi digital saat ini yang sama dengan aplikasi OVO yaitu Shoppe-pay, Dana, Go-pay dan yang pastinya juga banyak menawarkan program kerja sama dengan produk-produk tertentu dalam hal dengan potongan harga atau *cashback*.

Oleh karna itu dari persaingan harga penulis ingin melihat dan memiliki ketertarikan kepada aplikasi OVO, dimana aplikasi OVO fitur-fitur promo yang menarik dan penulis ingin mengetahui apakah aplikasi dapat mempengaruhi minat dan perilaku pasar dalam hal ini pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Prima Indonesia atau disebut kaum milenial yang menggunakan aplikasi OVO untuk melakukan transaksi ataupun pembelian suatu produk.

Perusahaan yang dikatakan berhasil memperkenalkan produknya kepada setiap golongan sehingga menimbulkan di benak konsumen tentang produk tersebut. Perusahaan OVO juga banyak melakukan promosi *cashback* melalui iklan di media sosial seperti *facebook*, *instagram*, *twitter* yang dimana pengguna sosial media ini banyak yang menggunakannya, terutama pada kalangan anak muda, zaman

sekarang para remaja gemar sekali menggunakan aplikasi apalagi dengan aplikasi OVO dimana dapat dilakukan dengan mudah.

Promosi yang sering diberikan untuk pengguna OVO antara lain seperti memberikan diskon-diskon untuk setiap produk atau *brand* yang sudah berkerja sama. Contohnya pada saat melakukan pembelian produk makanan dan minuman OVO selalu memberikan penawaran potongan harga baik berupa diskon 10%-30% maupun promo *buy one get one*. Sehingga kemudahan bertransaksi menggunakan aplikasi OVO terdapat banyak manfaat seperti mendapatkan produk dengan harga lebih murah dan mekanisme pembayarannya juga sangat mudah hanya melalui *scan barcode* tanpa harus melakukan transaksi tunai. (Iliyini & Widiartanto, 2019)

OVO memberikan dampak positif untuk kalangan masyarakat Indonesia. Pengguna aplikasi OVO akan dipermudah dalam melakukan pembayaran dengan mempersingkat waktu agar tidak terlalu lama dalam menunggu antrian. hanya saja kekurangan aplikasi OVO ketika sedang menggunakan aplikasi maka smartphone harus tersambung ke internet atau harus dalam keadaan online, ketika smartphone tidak terkoneksi ke internet maka tidak bisa melakukan transaksi pembayaran. (Phan & Riyadi, 2022) Penggunaan dalam melakukan transaksi pembayaran menggunakan *E-Money* pada aplikasi OVO setiap tahunnya dikarenakan banyaknya manfaat dan kemudahan yang disarankan oleh penggunanya.

Dari beberapa manfaat dan kemudahan yang ditawarkan oleh OVO sebagai dompet digital ternyata masih banyak masyarakat yang masih menggunakan uang tunai sebagai metode pembayarannya. Dilansir dari laman Bank Indonesia, walaupun penggunaan dompet digital memiliki persentase penggunaan yang lebih tinggi

dari metode pembayaran lainnya akan tetapi uang tunai masih memiliki nilai persentase yang cukup besar yaitu senilai 49%. Melalui penelitian ini juga akan menggambarkan seberapa pengaruh manfaat dan kemudahan yang dalam penelitian ini dijadikan variabel bebas terhadap keputusan untuk pemakaian OVO sebagai dompet digital.

Persepsi Manfaat menurut Jogiyanto mengukur sejauh mana seseorang percaya bahwa suatu teknologi tertentu akan meningkatkan pekerjaannya. Jika konsumen merasa layanan uang elektronik bermanfaat, maka semakin sering layanan tersebut akan digunakan.

Faktor kedua yang digunakan di dalam penelitian ini adalah kemudahan penggunaan, yang diartikan sebagai tolak ukur untuk seseorang yang percaya bahwa suatu teknologi dapat dipahami dan digunakan dengan mudah. Kemudahan yang diberikan oleh OVO kepada penggunanya sangat beragam, mulai dari kemudahan dalam pembelian pulsa serta token listrik, pembayaran transportasi, pembayaran online ataupun offline, pembayaran BPJS hingga TV kabel. (Iliyin & Widiartanto, 2019)

Berdasarkan latar belakang diatas bahwa persepsi manfaat dan kemudahan penggunaan pada aplikasi OVO memiliki pengaruh dalam kehidupan sehari-hari terutama dalam hal bertransaksi, maka penelitian ini dituangkan yang berjudul:

**“Pengaruh persepsi manfaat dan kemudahan penggunaan terhadap keputusan penggunaan aplikasi OVO pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Prima Indonesia.**

## 1.2 Rumusan Masalah

1. Apakah persepsi manfaat berpengaruh terhadap keputusan penggunaan aplikasi OVO pada mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Prima Indonesia ?
2. Apakah kemudahan penggunaan berpengaruh terhadap keputusan penggunaan aplikasi OVO pada mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Prima Indonesia?
3. Apakah persepsi manfaat dan kemudahan penggunaan berpengaruh secara simultan terhadap keputusan penggunaan aplikasi OVO pada mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Prima Indonesia?

## 1.3 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui dan menganalisis persepsi manfaat berpengaruh terhadap keputusan penggunaan aplikasi OVO pada mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Prima Indonesia.
2. Untuk mengetahui dan menganalisis kemudahan penggunaan berpengaruh terhadap keputusan penggunaan aplikasi OVO pada Fakultas Ekonomi Universitas Prima Indonesia.
3. Untuk mengetahui dan menganalisis persepsi manfaat dan kemudahan penggunaan berpengaruh secara simultan terhadap keputusan penggunaan aplikasi OVO pada mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Prima Indonesia .

## 1.4 Manfaat Penelitian

### 3.1 Bagi penulis

Hasil penelitian ini bermanfaat untuk menambah pengetahuan dan memperluas wawasan penulis dibidang ilmu pengetahuan ekonomi, khususnya penggunaan aplikasi OVO pada mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Prima Indonesia.

### 3.2 Bagi Perusahaan

Hasil penelitian ini dapat menjadi dorongan bagi perusahaan OVO untuk mengetahui pengaruh apa saja yang dapat mempengaruhi keputusan konsumen dalam penggunaan aplikasi OVO.

### 3.3 Bagi Akademis

Penelitian ini dapat menjadi referensi untuk mahasiswa yang melakukan penelitian selanjutnya dalam bidang yang sejenis.

## BAB II

### LANDASAN TEORI

#### 2.1 Keputusan Penggunaan

##### 2.1.1 Pengertian Keputusan Penggunaan

Menurut Nurzanita, R & Marlana (2020) Keputusan penggunaan adalah proses dimana seseorang menyatukan dan mengolah pengetahuan yang digunakan untuk mengevaluasi dari dua pilihan alternatif atau lebih untuk dipilih salah satunya. Proses pengambilan keputusan dimulai dengan fakta bahwa ada kebutuhan yang ingin dipenuhi. Kemudahan penggunaan diartikan sebagai suatu ukuran dimana seseorang percaya bahwa teknologi tersebut mudah dipahami dan mudah digunakan (Wibowo dalam Abdi). Keputusan penggunaan adalah keyakinan individu bahwasannya suatu sistem teknologi informasi yang akan digunakan mudah dipahami dan tidak menimbulkan masalah ketika digunakan.

Menurut Mahmud Machfoedz (2010) mengemukakan bahwa pengambilan keputusan adalah suatu proses penilaian dan pemilihan dari berbagai alternatif sesuai dengan kepentingan-kepentingan tertentu dengan menetapkan suatu pilihan yang dianggap paling menguntungkan. Sedangkan keputusan penggunaan merupakan suatu keinginan seseorang untuk melakukan sesuatu perilaku tertentu, seseorang akan melakukan sesuatu perilaku jika memiliki keinginan atau keputusan untuk melakukannya (Jogiyanto Hartono, 2007). Keputusan penggunaan adalah suatu pilihan individu dalam memilih satu objek tertentu yang merasa individu merasa ingin menggunakannya. (Febri et al., 2018)



### 2.1.2 Indikator Keputusan Penggunaan

Menurut Pavlo (2010) adapun indikator Keputusan penggunaan yang dapat digunakan yaitu :

- a. Rasa ingin menggunakan
- b. Selalu menggunakan
- c. Berlanjut menggunakan dimasa yang akan datang

Berdasarkan beberapa definisi diatas dapat disimpulkan bahwa keputusan penggunaan merupakan suatu keinginan individu dalam memilih satu objek tertentu yang dapat membuat individu merasa suka dan merasa ingin selalu menggunakannya di masa yang akan datang.

## 2.2 Persepsi Manfaat

### 2.2.1 Pengertian Persepsi Manfaat

Menurut Davis Menurut Davis et al dalam jurnal Ahmad & Pambudi (2013) persepsi manfaat yaitu dimana seseorang percaya akan teknologi dan meningkatkan suatu kinerja seseorang dalam usahanya. Sedangkan menurut Jogiyanto (2017:114) Persepsi manfaat didefinisikan sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan suatu teknologi akan meningkatkan pekerjaanya. Seseorang akan menggunakan suatu teknologi tersebut apabila teknologi akan memberikan manfaat kepada mereka. Jika seseorang percaya bahwa teknologi tersebut berguna baginya maka dia akan menggunakannya. Sebaliknya, jika seseorang kurang berguna maka dia tidak akan menggunakannya, seseorang juga akan menggunakan suatu teknologi jika seseorang tersebut mengetahui manfaat positif atas penggunaannya. Persepsi manfaat adalah kepercayaan seseorang bahwa teknologi yang

digunakan mampu meningkatkan prestasi kerja seseorang (Dewi, 2017). Sedangkan menurut Rahmatsyah dalam Marchelina & Pratiwi (2016) mengatakan bahwa persepsi manfaat yaitu sebagai probabilitas subyektif untuk pengguna suatu aplikasi guna memudahkan kinerja bagi pekerjaannya.(Bangsa & Khumaeroh, 2023)

Persepsi manfaat merupakan faktor yang cukup kuat mempengaruhi penerimaan, adopsi dan penggunaan sistem oleh pengguna. beberapa dari penelitian tersebut menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang positif dengan penggunaan layanan dompet digital. Pada konteks penulisan ini dapat diartikan bahwa persepsi manfaat dalam penggunaan dompet elektronik merupakan pandangan pengguna mengenai manfaat yang diperoleh oleh para pengguna dalam peningkatan kinerja pengguna karena menggunakan dompet digital. Ketika pengguna telah menggunakan dompet digital berkali-kali, maka pengguna telah merasakan manfaat dari dompet digital tersebut.

Studidari Wong dan Mohamed (2021) mengatakan bahwa persepsi manfaat memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap niat menggunakan *E-wallet*, ketika konsumen merasakan kenyamanan, menghemat waktu, bermanfaat dalam transaksi mereka. (Iliyin & Widiartanto, 2019), (Astari et al., 2023). Persepsi manfaat adalah tingkatan dimana sebuah individu percaya bahwa penggunaan suatu sistem tertentu dapat meningkatkan prestasi kerja orang tersebut, yang dapat diartikan bahwa manfaat dari penggunaan teknologi tersebut dapat meningkatkan kinerja dan prestasi kerja orang yang menggunakannya.

## 2.2.2 Indikator persepsi Manfaat

Menurut Davis (dalam Yogananda et al., 2017) Terdapat 4 indikator di dalam persepsi manfaat, yaitu:

1. Mempermudah transaksi
2. Mempercepat transaksi
3. Memberikan keuntungan tambahan saat menyelesaikan transaksi
4. Meningkatkan efisiensi dalam melakukan transaksi

Menurut Chin dan Todd (1995) memberikan beberapa indikator persepsi manfaat suatu system, yaitu :

1. Menjadikan pekerjaan lebih mudah
2. Menambah produktifitas
3. Menambah efektifitas
4. Mengembangkan kinerja pekerjaan
5. Berguna

Berdasarkan definisi diatas dapat diartikan bahwa persepsi manfaat merupakan suatu kepercayaan bagi pengguna teknologi yang mengambil keputusan untuk meningkatkan kinerja.

## 2.3 Kemudahan Penggunaan

### 2.3.1 Pengertian Kemudahan Penggunaan

Kemudahan penggunaan yaitu sejauh mana pengguna percaya bahwa penggunaan teknologi akan menjadi tugas yang mudah. Jika pengguna percaya bahwa teknologi mudah digunakan mereka akan lebih cenderung untuk menggunakannya (Ns. Yelly Herien et al., n.d.). Menurut Jogiyanto (2017) mendefinisikan kemudahan penggunaan sejauh mana

seseorang percaya bahwa menggunakan suatu teknologi akan bebas dari usaha. Semakin mudah dalam penggunaan sistem tersebut maka akan lebih sedikit upaya yang harus dikerjakan seseorang sehingga ketika menggunakan teknologi tersebut dapat meningkatkan kinerja seseorang. Karna kemudahan penggunaan merupakan usaha yang tidak memberatkan bagi seseorang yang akan menggunakan teknologi tersebut. Menurut Nasution (2004) dalam Andryanto (2016) menjelaskan bahwa karakteristik dari kemudahan penggunaan adalah teknologi yang mudah untuk digunakan, mudah untuk dipahami serta mudah dalam pengoperasiannya. (Widiyanti, 2020)

Menurut Wibowo (2006) kemudahan penggunaan adalah suatu ukuran dimana seseorang percaya bahwa teknologi dengan mudah dipahami dan digunakan. Kemudahan penggunaan merupakan suatu keyakinan tentang proses dalam mengambil keputusan. Apabila seseorang merasa yakin bahwa suatu sistem mudah digunakan maka individu tersebut akan menggunakannya. Sebaliknya, apabila individu merasa suatu sistem tidak mudah digunakan maka dia tidak akan menggunakannya. Kemudahan penggunaan diartikan bahwa dengan menggunakan suatu sistem tertentu tidak diperlukan usaha apapun (*free of effort*) atau teknologi tersebut dapat dengan mudah dipahami oleh pengguna (Davis dalam Andryanto, 2016 : 26). Kemudahan penggunaan yaitu keyakinan individu bahwa menggunakan sistem teknologi tidak akan merepotkan atau membutuhkan usaha yang besar pada saat digunakan (Widjana, 2010:33).

Faktor kemudahan penggunaan terkait dengan bagaimana masyarakat bertransaksi secara online. Biasanya pertama kali untuk melakukan transaksi secara online akan mengalami kesulitan dalam menggunakannya. dari lain pihak, terdapat juga inisiatif untuk mencoba karna telah mendapatkan informasi tentang cara bertransaksi secara online.

### 2.3.2 Indikator Kemudahan Penggunaan

Menurut Jogiyanto (2017) ada beberapa indikator yang dapat mempengaruhi kemudahan penggunaan yaitu:

1. Mudah digunakan
2. Mudah dipahami
3. simple
4. Jelas dan juga dapat dipahami

Menurut (Davis, 2017) dalam penelitian (Ernawati & Noersanti, 2020) terdapat beberapa indikator untuk mengukur kemudahan penggunaan yaitu:

1. Mudah dipelajari
2. Dapat dikontrol
3. Fleksibel
4. Mudah dijelaskan
5. Jelas dan dapat dipahami

Berdasarkan beberapa definisi diatas dapat disimpulkan bahwa kemudahan dalam menggunakan sesuatu sistem tertentu akan mengurangi usaha dan tidak menyulitkan, seseorang akan menggunakannya ketika merasa percaya bahwa sistem tersebut mudah digunakan.

## 2.4 Pengaruh persepsi manfaat terhadap keputusan penggunaan aplikasi OVO

Menurut Indriani (2018:18) Persepsi adalah suatu proses dimana seseorang memilih, mengorganisir dan menginterpretasikan informasi untuk membentuk gambaran dunia nyata dan memberikan makna kepada seseorang. Melalui persepsi tersebut seseorang akan menentukan untuk memilih produk-produk yang dipandang bagus, berkualitas dan sesuai dengan kebutuhannya. Menurut Jogiyanto (2019:933) Persepsi Manfaat adalah sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan suatu teknologi akan meningkatkan kinerja pekerjaannya. Hal tersebut dapat diartikan bahwa persepsi manfaat merupakan pandangan subjektif seseorang atas manfaat yang diperoleh dengan menggunakan suatu layanan.

Berdasarkan hasil analisis tersebut variabel persepsi manfaat mempunyai pengaruh terhadap keputusan penggunaan aplikasi OVO secara positif dan signifikan. Ini menggambarkan apabila semakin tinggi manfaat yang dirasakan pada saat menggunakan aplikasi tersebut maka keputusan pemakaian pada aplikasi OVO juga akan meningkat. Adanya secara signifikan bahwa persepsi manfaat dalam penggunaan aplikasi OVO adalah memberi kecepatan dalam bertransaksi, lebih efisien karena tidak perlu membawa banyak uang tunai dan akan menghemat waktu untuk bisa melakukan kegiatan selanjutnya.

## 2.5 Pengaruh kemudahan penggunaan terhadap keputusan penggunaan aplikasi OVO

Kemudahan yang dirasakan dalam menggunakan alat pembayaran sangat mempengaruhi seseorang untuk menggunakannya dalam kehidupan sehari-hari. Kemudahan dalam menggunakan suatu sistem merupakan tingkat dimana seseorang percaya bahwa menggunakan sistem tersebut akan bebas dari kesalahan dalam suatu usaha. Semakin mudah sistem tersebut dalam penggunaannya, maka lebih sedikit upaya yang harus dikerjakan seseorang. Sehingga dapat meningkatkan kinerja seseorang ketika menggunakan teknologi tersebut, karena kemudahan penggunaan merupakan usaha yang tidak memberatkan atau tidak membutuhkan kemampuan yang tinggi ketika seseorang menggunakan suatu sistem tersebut. Fakta yang ditemukan dari hasil observasi yang dilakukan oleh peneliti sebelumnya terhadap pengguna aplikasi OVO secara menyeluruh jawaban tersebut menyatakan bahwa kemudahan penggunaan yang didapat adalah lebih cepat dan praktis dalam bertransaksi tanpa menggunakan atau membawa uang tunai. Karena dengan uang elektronik berbasis aplikasi OVO mereka hanya menggunakan fitur *scan barcode* untuk transaksi pembayaran. Kemudahan penggunaan aplikasi OVO sebagai alat pembayaran. Jika pengguna beranggapan bahwa aplikasi OVO mudah dipelajari dan mudah digunakan maka mereka senantiasa menggunakannya dalam bertransaksi. Sedangkan jika pengguna sudah beranggapan bahwa aplikasi OVO sulit untuk dipelajari dan digunakan.

## 2.6 Penelitian Terdahulu

Adapun penelien terdahulu yang menjadi acuan saya dalam penelitian ini ialah sebagai berikut:

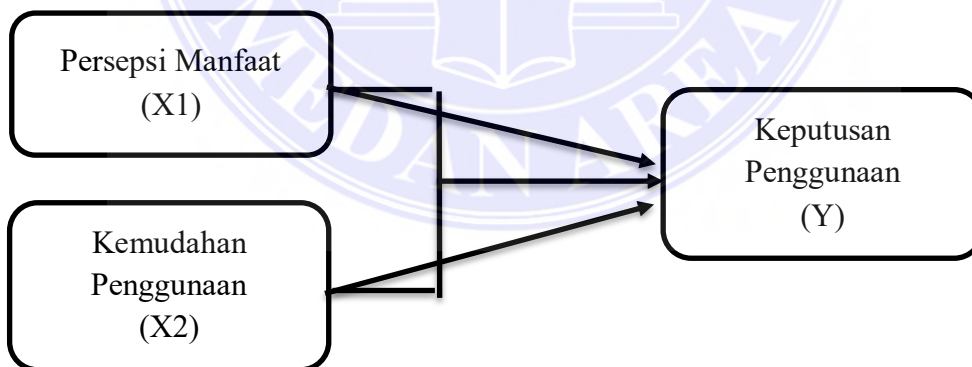
No	Peneliti (Tahun)	Judul penelitian	Variabel	Hasil Penelitian
1	Ahmad Iliyini, Widiartanto (2020)	Pengaruh persepsi kemudahan penggunaan dan persepsi manfaat terhadap keputusan penggunaan OVO pada PT Visionet data Internasional	X1 = Persepsi Kemudahan Penggunaan X2 = Persepsi Keamanan Variabel Terikat: Y = Keputusan Penggunaan	keamanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan OVO pada PT Visionet data Internasional (status pada pengguna OVO di kota Surakarta).
2	Wiwik Widayanti (2020)	Pengaruh kemanfaatan, kemudahan penggunaan dan promosi terhadap keputusan penggunaan <i>E-Wallet</i> OVO di Depok	X1 = Kemanfaatan X2 = Kemudahan Penggunaan X3 = Promosi Variable Terkait: Y = Keputusan Penggunaan	Hasil uji ini menunjukkan bahwa kemanfaatan, kemudahan penggunaan dan promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan <i>E-Wallet</i> OVO di Depok
3	Jaya Ramadacy Bangsa & Luk Lu'ul Khumae-roh (2023)	Pengaruh persepsi manfaat dan kemudahan penggunaan terhadap keputusan penggunaan QRIS Shoppe Pay pada mahasiswa S1 Bisnis Digital Universitas Ngudi Waluyo	X1 = Persepsi Manfaat X2 = Kemudahan Penggunaan Variable Terkait : Y = Keputusan Penggunaan	Hasil uji ini menunjukkan bahwa persepsi manfaat dan kemudahan penggunaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan QRIS Shoppe Pay pada mahasiswa S1
4	Yuliani Dwi Rahmawati & Rahmi Yuliana (2020)	Pengaruh persepsi manfaat, persepsi kemudahan dan persepsi keamanan terhadap keputusan penggunaan <i>E-Wallet</i> pada mahasiswa STIE BANK BPD Janten	X1 = Persepsi Manfaat X2 = Persepsi Kemudahan X3 = persepsi Keamanan Variabel Terkait: Y = Keputusan Penggunaan	Hasil ui ini menunjukkan bahwa persepsi manfaat, persepsi kemudahan dan persepsi keamanan berpengaruh positif dan signifikan keputusan penggunaan <i>E-Wallet</i> pada mahasiswa STIE BANK BPD Janten
5	Rahmi Auliya Akhyar & Kristina Sisilia (2023)	Pengaruh persepsi manfaat dan persepsi kemudahan terhadap keputusan penggunaan pembayaran <i>Digital Quick Response Code Indonesia Standard (QRIS)</i>	X1 = Persepsi Manfaat X2 = Persepsi Kemudahan Vriabel Terkait : Y = Keputusan Penggunaan	Hasil ui ini menunjukkan bahwa persepsi manfaat, persepsi kemudahan dan persepsi keamanan berpengaruh positif dan signifikan keputusan penggunaan pembayaran <i>Digital Quick Response Code Indonesia Standard (QRIS)</i>



## 2.7 Kerangka Konseptual

Kerangka konseptual merupakan hasil penelitian yang bersifat kritis dalam memperkirakan kemungkinan hasil penelitian yang akan dicapai. Hubungan antara variabel yang disusun dari beberapa teori yang telah dideskripsikan antara analisis secara kritis dan sistematis. Kerangka konseptual dapat memperkuat untuk menyajikan masalah penelitian dengan cara yang jelas dan dapat di uji (Sugiyono).

Dalam kerangka konseptual tersebut dimana peneliti membuat suatu sketsa atau gambaran yang mengenai pengaruh persepsi manfaat dan kemudahan penggunaan terhadap keputusan penggunaan aplikasi OVO, karena hal ini penting sebagai bahan masukan yang untuk melihat secara karakteristik ketiga variabel yang akan diteliti nantinya. Maka model kerangka konseptual dari penelitian ini yaitu sebagai berikut:



## 2.8 Hipotesis

Hipotesis merupakan jawaban sementara dari permasalahan yang ada di penelitian, oleh karena itu jawaban yang diberikan seharusnya penjelasan yang masuk akal (Mudrajad Kuncoro). Berdasarkan hubungan antara variabel dalam penelitian tersebut memiliki hipotesis sebagai berikut:

H1 : Persepsi manfaat berpengaruh terhadap keputusan penggunaan aplikasi OVO pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Prima Indonesia.

H2 : Kemudahan penggunaan berpengaruh terhadap keputusan penggunaan aplikasi OVO pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Prima Indonesia.

H3 : Persepsi manfaat dan kemudahan penggunaan secara simultan berpengaruh terhadap keputusan penggunaan aplikasi OVO pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Prima Indonesia.

## BAB III

### METODE PENELITIAN

#### 3.1 Jenis, Lokasi, dan Waktu Penelitian

##### 3.1.1 Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang akan digunakan adalah jenis penelitian penelitian Asosiatif, yaitu penelitian yang bertujuan untuk mengetahui hubungan antara dua variabel atau lebih (Sugiyono, 2013: 57). Penelitian ini juga mempunyai tingkat tertinggi dibandingkan dengan deskriptif dan komparatif karena dengan penelitian tersebut dapat dibangun suatu teori yang berfungsi untuk menjelaskan, meramalkan dan mengontrol suatu gejala.

##### 3.1.2 Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan di kampus Universitas Prima Indonesia Jl. Sampul No. 4 Medan, Sumatera Utara.

##### 3.1.3 Waktu Penelitian

Waktu penelitian direncanakan dari bulan juli 2024 sampai juni 2024. Berikut ini waktu penelitian yang peneliti rencanakan.

Table 3.1

## Rincian waktu penelitian

No	Kegiatan	2023						2024					
		Apr	Mei	Jun	Jul	Aug	sept	Apr	Mei	Jun	Jul	Aug	sept
1	Penyusunan Proposal	■	■										
2	Bimbingan Proposal		■	■									
3	Seminar Proposal				■								
3	Pengumpulan Data					■	■	■	■				
4	Analisis Data							■	■	■	■		
5	Seminar Hasil										■	■	
6	Pengajuan Meja Hijau											■	■
7	Meja Hijau												■

### 3.2 Populasi dan Sampel

#### 3.2.1 Populasi

Menurut Kuncoro (2009) populasi adalah kelompok elemen yang lengkap yang berupa orang, objek, transaksi atau objek dimana kita tertarik untuk menjadi objek di dalam penelitian. Dalam penelitian ini yang akan menjadi populasi adalah seluruh mahasiswa di Fakultas Ekonomi Universitas Prima Indonesia yang diketahui dari stambuk 2022 sebanyak 598 orang.

#### 3.2.2 Sampel

Menurut Sugiyono (2012) sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Sampel yang diambil dari populasi harus betul-betul mewakili (*representative*). Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan sampel jenis *nonprobability sampling*. Menurut (Sugiyono, 2015) *nonprobability sampling* merupakan teknik pengambilan sampel yang tidak memberikan peluang dan kesempatan yang sama bagi setiap unsur atau populasi untuk dipilih menjadi

sampel, teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan *Purposive Sampling*. Dalam menentukan sample yang hendak diteliti yaitu dengan kriteria – kriteria yang dijadikan sebagai sampel penelitian ialah sebagai berikut :

1. Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Prima Indonesia tahun 2022

2. Sudah menggunakan aplikasi OVO

Dalam menentukan jumlah sampel dalam penelitian ini akan ditentukan berdasarkan rumus Slovin, yaitu dengan rumus sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1+(N(e)^2)}$$

Dimana : n = Jumlah Sample

N = Jumlah Populasi

xe = Tarif Kesalahan (Standart Error 10% atau 0,1)

Populasi dalam penelitian ini berjumlah 598 orang dengan tingkat signifikansi 0,1 maka besarnya sampel pada penelitian ini ialah sebagai berikut:

$$n = \frac{598}{1+(598(0,1)^2)}$$

= 86 responden

Berdasarkan hasil perhitungan rumus slovin maka diketahui jumlah sampel yang akan diteliti adalah sebanyak 86 responden.

### 3.3 Defenisi Operasional Variabel Penelitian

Defenisi Operasional ialah variabel penelitian untuk memahami arti dari setiap variabel penelitian yang belum dilakukan analisis. Penelitian ini digunakan tiga variabel bebas dan terikat, dimana variabel bebas dalam penelitian ini adalah manfaat dan kemudahan. Variabel terikat adalah kepuasan pelanggan.

No	Variabel	Defenisi	Indikator	Skala
1	Keputusan Penggunaan (Y)	Menurut Nurzanita, R & Marlina (2020) Keputusan penggunaan adalah proses dimana seseorang menyatukan dan mengolah pengetahuan yang digunakan untuk mengevaluasi dari dua pilihan alternatif atau lebih untuk dipilih salah satunya.	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Rasa ingin menggunakan</li> <li>2. Selalu menggunakan</li> <li>3. Berlanjut menggunakan dimasa yang akan datang</li> </ol>	Skala likert
2	Kemudahan Penggunaan (X2)	Menurut Jogiyanto (2017) mendefinisikan kemudahan penggunaan sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan suatu teknologi akan bebas dari usaha.	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Mudah digunakan</li> <li>2. Mudah dipahami</li> <li>3. simple</li> <li>4. Jelas dan juga dapat dipahami</li> </ol>	Skala likert
3	Persepsi Manfaat (X1)	Menurut Davis et al dalam jurnal Ahmad & Pambudi (2013) persepsi manfaat yaitu dimana seseorang percaya akan teknologi dan meningkatkan suatu kinerja seseorang dalam usahanya.	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Mempermudah Transaksi</li> <li>2. Mempercepat Transaksi</li> <li>3. Memberikan Keuntungan tambahan saat menyelesaikan transaksi</li> <li>4. Meningkatkan efisiensi dalam melakukan transaksi</li> </ol>	Skala likert

### 3.4 Jenis dan Sumber Data

Jenis dan sumber data yang akan dianalisis dalam penelitian ini adalah jenis penelitian kuantitatif yaitu memberikan pengumpulan data dengan memberikan pertanyaan kepada responden yang melalui koesioner untuk menganalisis data kedalam angka-angka yang menarik kesimpulan dari penguji tersebut.

Untuk mendukung penelitian ini membutuhkan data sebagai sumber informasi yaitu:

1. Data Primer merupakan sumber data penelitian yang diperoleh langsung dari objek penelitian, hasil dari wawancara dengan pihak yang bersangkutan, dan daftar pertanyaan akan disebarakan kepada responden.
2. Data Sekunder merupakan sumber data penelitian yang diperoleh secara tidak langsung melalui perantara oleh peneliti (diperoleh dan dicatat oleh pihak lain).

### 3.5 Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data merupakan langkah yang penting diperoleh dalam penelitian, data yang dikumpulkan harus valid untuk digunakan. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan menggunakan angket (Quesioner) yaitu suatu pengumpulan data yang menganalisis data dengan member pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden yang sudah berbentuk pilihan ganda.

**Table 3.2**  
**Instrumen Skala Likert**

No	Item Instrumen	Skor
1	Sangat Setuju (SS)	5
2	Setuju (S)	4
3	Kurang Setuju (KS)	3
4	Tidak Setuju (TS)	2
5	Sangat Tidak Setuju (STS)	1

### 3.6 Teknik Analisis Data

#### 3.6.1 Uji Validitas dan Reliabilitas

Uji validitas dan reliabilitas dilakukan untuk menguji apakah suatu kuesioner bisa layak untuk digunakan sebagai instrumen penelitian. Validitas menunjukkan seberapa nyata suatu pengajaran mengukur apa yang semestinya diukur. Pengukuran dikatakan valid jika mengukur tujuannya dengan nyata atau benar.

Reliabilitas memperlihatkan akurasi dan konsistensi dari pengukurannya. Dikatakan konsisten jika beberapa pengukuran terhadap subjek yang sama diperoleh dari hasil yang tidak berbeda (Jogiyanto 2016).

##### a. Uji Validitas

Uji validitas adalah pengujian sejauh mana kebenaran atau ketepatan suatu instrumen sebagai alat ukur variabel penelitian. Jika instrumen valid atau benar, maka hasil pengukuran pun kemungkinan akan benar (Juliadi 2014).



Berikut ini adalah rumus Cronbach Alpha:

$$r = \left( \frac{K}{K-1} \right) \left( \frac{\sum \sigma_b^2}{\sigma_1^2} \right)$$

Dimana:

r = Reliabilitas Instrumen

K = Banyaknya Butiran Soal

$\sum \sigma_b^2$  = Jumlah Varian Butir Item

$\sigma^2$  = Varians Total

Dengan kriteria:

1. Jika nilai r hitung r tabel maka dinyatakan valid.
2. Jika nilai r hitung r table maka dinyatakan tidak valid.

#### **b. Uji Reabilitas**

Uji reabilitas digunakan untuk mengetahui apakah instrumen penelitian ini merupakan alat pengukur yang dapat diandalkan dan dapat dipercaya. Jika variabel penelitian ini tetap konsisten maka hasil penelitan ini juga dapat memiliki tingkat kepercayaan yang besar (Juliadi et al, 2014, hal 80).

Berikut ini rumus Crombath Alpha :

$$r = \left( \frac{K}{K-1} \right) \left( \frac{\sum \sigma_b^2}{\sigma_1^2} \right)$$

Sumber : ( Juliadi & Irfan, 2013)

Dimana :

$r$  = Reabilitas Instrument

$K$  = Banyaknya butir soal

$\sum \sigma_b^2$  = Jumlah varian butir item

$\sigma^2$  = Varians total

Dengan Kriteria :

1. jika nilai *crobach alpha* > 0,6 maka reabilitas cukup terpercaya
2. jika nilai *cronbach alpha* < 0,6 maka reabilitas tidak terpercaya

### 3.6.2 Uji Asumsi Klasik

#### a. Uji Normalitas

Uji normalitas dapat digunakan untuk menguji apakah sampel yang digunakan distribusi normal atau tidak. Apabila regresi distribusi ini normal maka model regresi baik. Menurut Singgih Santoso (2012:293) pengujian normalitas data dapat menggunakan *Test of Normality Kolmogorov-Smirnov* dalam Program *SPSS*.

#### b. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas yaitu untuk mengetahui apakah pada model regresi ditemukan adanya korelasi yang kuat antara variabel independen. Menurut Hines dan Montgomery (Juliandi et al, 2014, hal 161) Cara yang dilakukan untuk menilainya yaitu dengan melihat nilai faktor inflasi VIF (Variance inflasi faktor) yang tidak melebihi 4 atau 5.

### c. Uji Heteroskedastisitas

Menurut Lubis & Osman (2017 : 92) uji heteroskedastisitas adalah untuk melihat apakah terdapat ketidaksamaan variabel dari satu pengamatan ke pengamatan lainnya. Model regresi yang baik adalah homoskedastisitas yaitu berupa variance dari satu pengamatan ke pengamatan lainnya yang bersifat tetap (Ghozali, 2011).

### 3.6.3 Uji Statistik

#### a. Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi berganda adalah analisis yang digunakan untuk mengetahui pengaruh antara dua variabel atau lebih terhadap variabel bebas yang disebut  $X_1$ ,  $X_2$ , dan seterusnya dengan variabel terikat disebut  $Y$ . Model regresi linier berganda dengan memakai program software *spss 20.00 for windows* yaitu:

$$Y = a + b_1x_1 + b_2x_2 + e$$

Dimana :

$Y$  = Variabel Terikat (Keputusan Pemakaian)

$x_1$  = Variabel bebas (Persepsi Manfaat)

$x_2$  = Variabel Bebas (Kemudahan Penggunaan)

$a$  = Konstanta

$b_{1,2}$  = Koefisien Regresi

$e$  = Standart error (tingkat kesalahan) yaitu 0,1 (10%)

### 3.7 Uji Hipotesis

#### a. Uji Simultan (Uji F)

Uji f digunakan untuk menguji secara simultan apakah hipotesis yang diajukan diterima atau ditolak saat menggunakan statistic f (uji f). Jika >

maka ditolak dan diterima, sedangkan jika  $<$  maka diterima atau ditolak. Jika tingkat signifikan dibawah 0,05 maka ditolak dan diterima (Situmorang, 2017:171-172).

b. Uji Parsial (Uji t)

Uji t digunakan untuk menguji secara parsial apakah hipotesis yang diajukan diterima atau ditolak saat menggunakan statistic t (uji t). Jika  $>$  maka ditolak dan diterima, sedangkan jika  $<$  maka diterima atau ditolak. Jika tingkat signifikan dibawah 0,05 maka ditolak dan diterima (Situmorang, 2017:171-172).

### 3.8 Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Koefisien determinasi merupakan kemampuan variabel independen terhadap variabel dependen, jika koefisien determinasi semakin besar maka semakin baik kemampuan variabel independen menerangkan variabel dependen. Berikut ini rumus uji koefisien determinasi sebagai berikut:

$$D = R^2 \times 100\%$$

Dimana :

D = Determinasi

R = Nilai Korelasi Berganda

100% = Presentase kontribusi

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1 Kesimpulan

Berdasarkan data yang diperoleh dalam penelitian mengenai Pengaruh Persepsi Manfaat pada OVO dan Kemudahan Penggunaan terhadap Keputusan Penggunaan” dengan studi kasus Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Prima Indonesia.

1. Persepsi Manfaat berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Penggunaan OVO pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Prima Indonesia, artinya semakin baik atau semakin positif persepsi mahasiswa terhadap manfaat yang ditawarkan oleh OVO, semakin besar kemungkinan mereka akan memutuskan untuk menggunakan aplikasi tersebut. Dengan kata lain, jika mahasiswa merasa bahwa OVO memberikan manfaat yang jelas dan memuaskan, mereka akan lebih cenderung untuk memilih dan terus menggunakan aplikasi ini.
2. Kemudahan Penggunaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Penggunaan OVO pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Prima Indonesia, artinya semakin mudah mahasiswa menggunakan OVO, semakin besar kemungkinan mereka akan memutuskan untuk terus menggunakan aplikasi tersebut. Kemudahan dalam penggunaan berkontribusi pada kepuasan pengguna, sehingga meningkatkan kemungkinan mereka untuk memilih dan menggunakan OVO secara berkelanjutan.

3. Persepsi Manfaat dan Kemudahan Penggunaan berpengaruh positif signifikan terhadap Keputusan Penggunaan OVO pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Prima Indonesia, artinya Jika mahasiswa memiliki persepsi yang positif mengenai manfaat OVO, mereka cenderung lebih memilih dan menggunakan aplikasi tersebut. Persepsi manfaat yang baik meningkatkan kemungkinan mahasiswa untuk memilih OVO sebagai aplikasi e-wallet

## 5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian ini penulis memberikan beberapa saran yaitu:

1. Di harapkan pihak aplikasi OVO dapat meningkatkan persepsi manfaat, kemudahan penggunaan yang mempengaruhi keputusan penggunaan sehingga konsumen setia dalam melakukan transaksi melalui OVO dan tidak beralih ke dompet digital lainnya.
2. Aplikasi OVO seharusnya memberikan pelayanan yang mudah kepada konsumen serta manfaat atau cashback yang didapat konsumen sehingga dapat meningkatnya pengguna OVO.
3. Bagi peneliti selanjutnya diharapkan untuk dapat melakukan peneliti serupa yang dilakukan lebih mendalam dengan menggunakan objek penelitian dan populasi yang berbeda untuk menvalidasi hasil penelitian ini. Selain itu dapat meneliti variabel-variabel lain diluar variabel yang telah di teliti untuk dapat mengungkapkan lebih banyak suatu permasalahan serta dapat memberikan temuan-temuan peneliti yang baru lagi.

## DAFTAR PUSTAKA

- Akhya, R. A., & Sisilia, K. (2023). Pengaruh Persepsi Manfaat Dan Persepsi Kemudahan Terhadap Keputusan Penggunaan Pembayaran Digital Quick Response Code Indonesian Standard (QRIS). *Management Studies and Entrepreneurship Journal (MSEJ)*, 4(4), 3944–3954.
- Astari, A. A. E., Yasa, N. N. K., Giantari, I. G. A. K., Sukaatmadja, I. P. G., & Wardana, M. A. (2023). *TECHNOLOGY ACCEPTED MODEL, THEORY OF PLANNED BEHAVIOR, DAN FEAR OF COVID-19: NIAT KONSUMEN MELANJUTKAN PENGGUNAAN DOMPET DIGITAL*. CV. Intelektual Manifes Media. <https://books.google.co.id/books?id=uRPjEAAAQBAJ>
- Bangsa, J. R., & Khumaeroh, L. L. (2023). Pengaruh Persepsi Manfaat dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Keputusan Penggunaan QRIS Shopeepay pada Mahasiswa S1 Bisnis Digital Universitas Ngudi Waluyo. *Jibaku: Jurnal Ilmiah Bisnis, Manajemen Dan Akuntansi*, 3(1), 61–67.
- Febri, D. M., Sari, P., Gede, K., & Dwiya, S. (2018). Strategi Digital Marketing, Word of Mouth (Wom), Service Quality Terhadap Keputusan Pemakaian Jasa Go-Jek. *Jurnal Ilmiah Manajemen & Bisnis*, 3(2), 188–198. <http://journal.undiknas.ac.id/index.php/manajemen>
- GoodStats. (2022). Ini 10 E-Wallet yang Paling Sering Dipakai Masyarakat Indonesia Tahun 2022. In *Raihan Hasya*. <https://goodstats.id/article/ini-10-e-wallet-yang-paling-sering-dipakai-masyarakat-indonesia-M4TA4>
- Iliyin, A., & Widiartanto, W. (2019). PENGARUH PERSEPSI KEMUDAHAN PENGGUNAAN DAN PERSEPSI KEAMANAN TERHADAP KEPUTUSAN PENGGUNAAN OVO PT VISIONET DATA

INTERNASIONAL (STUDI PADA PENGGUNA OVO DI KOTA SURAKARTA). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 9(1), 85–92.

<https://doi.org/10.14710/jiab.2020.26225>

Ns. Yelly Herien, S. K. M. K., Rahman, A., & Adab, P. (n.d.). *Meningkatkan Akseptabilitas Teknologi dalam Pendidikan Keperawatan: Peran Behavioral Intention*. Penerbit Adab.

<https://books.google.co.id/books?id=bSLIEAAAQBAJ>

Phan, M. S. K., & Riyadi, O. T. A. (2022). *Teknologi Keuangan Anak Muda*. SCU Knowledge Media. <https://books.google.co.id/books?id=mBFsEAAAQBAJ>

Rahmawati, Y. D., & Yuliana, R. (2020). Pengaruh persepsi manfaat, persepsi kemudahan, dan persepsi keamanan terhadap keputusan penggunaan e-wallet pada mahasiswa STIE Bank BPD Jateng. *ECONBANK: Journal of Economics and Banking*, 2(2), 157–168.

Widiyanti, W. (2020). Pengaruh Kemanfaatan, Kemudahan Penggunaan dan Promosi terhadap Keputusan Penggunaan E-Wallet OVO di Depok. *Moneter - Jurnal Akuntansi Dan Keuangan*, 7(1), 54–68.

<https://doi.org/10.31294/moneter.v7i1.7567>



## Lampiran 1 Kuesioner Penelitian

### KUESIONER PENELITIAN

#### PENGARUH PERSEPSI MANFAAT DAM KEMUDAHAN PENGGUNAAN TERHADAP KEPUTUSAN PENGGUNAAN APLIKASI OVO PADA MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS PRIMA INDONESIA

Peneliti memahami waktu saudara/i sangatlah terbatas dan berharga, namun peneliti juga berharap kesediaan saudara/i untuk membantu penelitian ini dengan mengisi secara lengkap kuesioner yang terlampir. Dalam rangka melengkapi data yang diperlukan untuk memenuhi tugas akhir, bersama ini peneliti:

NAMA PENELITI : VINA FEBRIANTI  
NIM : 178320292  
PROGRAM STUDI : MANAJEMEN  
FAKULTAS : EKONOMI DAN MANAJEMEN  
UNIVERSITAS : UNIVERSITAS MEDAN AREA

Berharap saudara/i dapat memberikan jawaban yang sebenar-benarnya demu membantu penelitian ini dan atas waktu juga kesediannya peneliti ucapkan terimakasih.

#### A. Identitas Responden

Isilah pertanyaan berikut dengan baik dan benar sesuai dengan kondisi sebenarnya. Berilah tanda (√) pada salah satu jawaban yang menurut anda benar.

NAMA : \_\_\_\_\_  
JENIS KELAMIN : [1] Laki-laki [2] Perempuan  
BERAPA LAMA MENGGUNAKAN OVO : \_\_\_\_\_

#### B. Pernyataan

Istilah pernyataan berikut dengan baik dan benar sesuai dengan kondisi sebenarnya. Berilah tanda (√) pada salah satu jawaban yang menurut anda benar.

keterangan :

SS = Sangat Setuju  
S = Setuju  
KS = Kurang Setuju  
TS = Tidak Setuju  
STS = Sangat Tidak Setuju

**Persepsi Manfaat (X1)**

## 1. Mempermudah transaksi

No	Pernyataan	SS	S	KS	TS	STS
1	Saya percaya dengan menggunakan aplikasi OVO dapat melakukan transaksi lebih praktis					
2	Dengan adanya aplikasi OVO dapat diakses kapan saja					

## 2. Mempercepat transaksi

No	Pernyataan	SS	S	KS	TS	STS
1	Manfaat pemakaian aplikasi OVO dapat menghemat waktu saya dalam bertransaksi					
2	Layanan OVO meningkatkan saya melakukan transaksi lebih cepat					

## 3. Memberikan keuntungan tambahan saat menyelesaikan transaksi

No	Pernyataan	SS	S	KS	TS	STS
1	Aplikasi OVO sangat bermanfaat bagi mahasiswa					
2	Aplikasi OVO sangat bermanfaat bagi kehidupan sehari - hari					

## 4. Meningkatkan efisiensi dalam melakukan transaksi

No	Pernyataan	SS	S	KS	TS	STS
1	Menggunakan aplikasi OVO sangat nyaman untuk mentransfer uang					
2	Layanan OVO meningkatkan efisiensi transaksi saya					

**Kemudahan Penggunaan (X2)**

## 1. Mudah digunakan

No	Pernyataan	SS	S	KS	TS	STS
1	Aplikasi OVO mudah digunakan oleh pengguna baru					
2	Saya merasa mudah melakukan top-up OVO melalui Mbanking					

## 2. Mudah dipahami

No	Pernyataan	SS	S	KS	TS	STS
1	Saya merasa aplikasi OVO merupakan sistem yang tidak rumit					
2	Saya merasa pengguna OVO mudah dimengerti					

## 3. Simple

No	Pernyataan	SS	S	KS	TS	STS
1	Saya merasa tidak membutuhkan waktu yang lama untuk menggunakan aplikasi OVO					
2	Pembayaran menggunakan OVO lebih praktis dibandingkan dengan pembayaran tunai					

## 4. Jelas dan juga dapat dipahami

No	Pernyataan	SS	S	KS	TS	STS
1	Saya merasa layanan aplikasi OVO memberikan kemudahan dalam proses bertransaksi					
2	Fitur yang ditawarkan OVO sangat mudah dipahami					

**Keputusan Penggunaan (Y)**

## 1. Rasa ingin menggunakan

No	Pernyataan	SS	S	KS	TS	STS
1	Saya mencari informasi mengenai aplikasi OVO ke sumber terdekat					
2	Saya memutuskan untuk menggunakan Aplikasi OVO karna informasi yang di dapat cukup memuaskan					

## 2. Selalu menggunakan

No	Pernyataan	SS	S	KS	TS	STS
1	Saya memakai aplikasi OVO sesuai dengan kebutuhan saya					
2	Saya mengevaluasi aplikasi OVO dengan membandingkan beberapa e-wallet lainnya.					

## 3. Berlanjut menggunakan dimasa yang akan datang

No	Pernyataan	SS	S	KS	TS	STS
1	Saya akan selalu menggunakan aplikasi OVO					
2	Saya ingin merekomendasikan cerita positif dari aplikasi OVO ke orang lain					

## Lampiran 2 Rekapitulasi Kuisioner

### Variabel X1

No	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	X1.8	X1
1	5	5	4	5	5	4	5	4	37
2	5	5	5	5	5	5	5	5	40
3	5	5	4	5	5	5	5	4	38
4	4	5	5	4	5	4	4	5	36
5	5	5	5	5	5	5	5	5	40
6	5	5	4	5	4	5	5	5	38
7	4	4	5	4	5	5	4	5	36
8	5	5	5	4	5	5	4	5	38
9	5	5	5	5	4	5	5	5	39
10	4	4	4	5	4	4	4	4	33
11	5	5	5	5	5	5	4	5	39
12	4	5	5	5	4	5	5	4	37
13	4	5	5	4	5	5	5	5	38
14	5	5	4	5	5	4	5	4	37
15	5	5	5	5	5	5	5	5	40
16	5	5	4	5	5	5	5	4	38
17	4	5	5	4	5	4	4	5	36
18	5	5	5	5	5	5	5	5	40
19	5	5	4	5	4	5	5	5	38
20	4	4	5	4	5	5	4	5	36
21	5	5	5	4	5	5	4	5	38
22	5	5	5	5	4	5	5	5	39
23	4	4	4	5	4	4	4	4	33
24	5	5	5	3	5	5	5	5	38
25	5	5	5	5	5	5	5	5	40
26	5	4	5	5	5	5	5	5	39
27	4	5	4	5	5	4	5	5	37
28	5	5	4	5	5	4	5	4	37
29	5	5	5	5	5	5	5	5	40
30	5	5	4	5	5	5	5	4	38
31	4	5	5	4	5	4	4	5	36
32	5	5	5	5	5	5	5	5	40
33	5	5	4	5	4	5	5	5	38
34	4	4	5	4	5	5	4	5	36
35	5	5	5	4	5	5	4	5	38
36	5	5	5	5	4	5	5	5	39
37	4	4	4	5	4	4	4	4	33
38	4	5	4	4	4	4	4	4	33
39	4	4	5	4	4	4	4	5	34
40	5	5	4	5	5	4	5	4	37
41	5	5	5	5	5	5	5	5	40
42	5	5	4	5	5	5	5	4	38
43	4	5	5	4	5	4	4	5	36
44	5	5	5	5	5	5	5	5	40
45	5	5	4	5	4	5	5	5	38
46	4	4	5	4	5	5	4	5	36
47	5	5	5	4	5	5	4	5	38

48	5	5	5	5	4	5	5	5	39
49	4	4	4	5	4	4	4	4	33
50	5	5	5	5	5	5	5	5	40
51	5	5	4	5	4	5	5	5	38
52	4	4	5	4	5	5	4	5	36
53	5	5	5	4	5	5	4	5	38
54	5	5	5	5	4	5	5	5	39
55	4	4	4	5	4	4	4	4	33
56	4	4	4	3	3	3	4	5	30
57	4	4	4	4	3	3	4	4	30
58	5	4	4	3	3	3	4	4	30
59	4	4	5	4	3	3	4	4	31
60	5	5	4	5	5	4	5	4	37
61	5	5	5	5	5	5	5	5	40
62	5	5	4	5	5	5	5	4	38
63	4	5	5	4	5	4	4	5	36
64	5	5	5	5	5	5	5	5	40
65	5	5	4	5	4	5	5	5	38
66	4	4	5	4	5	5	4	5	36
67	5	5	5	4	5	5	4	5	38
68	5	5	5	5	4	5	5	5	39
69	4	4	4	5	4	4	4	4	33
70	3	3	3	4	3	5	3	3	27
71	5	5	4	4	4	4	4	4	34
72	5	5	4	5	5	4	5	4	37
73	5	5	5	5	5	5	5	5	40
74	5	5	4	5	5	5	5	4	38
75	4	5	5	4	5	4	4	5	36
76	5	5	4	5	5	4	5	4	37
77	5	5	5	5	5	5	5	5	40
78	5	5	4	5	5	5	5	4	38
79	4	5	5	4	5	4	4	5	36
80	5	5	5	5	5	5	5	5	40
81	5	5	4	5	4	5	5	5	38
82	4	4	5	4	5	5	4	5	36
83	5	5	5	4	5	5	4	5	38
84	5	5	5	5	4	5	5	5	39
85	4	4	4	5	4	4	4	4	33
86	4	4	4	4	3	4	4	4	31
	398	407	393	395	393	396	391	400	3173

**Variabel X2**

No	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	X2.7	X2.8	X2
1	5	5	4	5	5	4	5	4	37
2	4	5	5	4	5	4	4	5	36
3	5	5	5	5	5	5	5	5	40
4	5	5	4	5	4	5	5	5	38
5	4	4	5	4	5	5	4	5	36
6	5	5	4	5	4	5	5	5	38
7	4	4	5	4	5	5	4	5	36
8	5	5	5	4	5	5	4	5	38
9	4	5	5	4	5	4	4	5	36
10	5	5	5	5	5	5	5	5	40
11	5	5	4	5	4	5	5	5	38
12	4	4	5	4	5	5	4	5	36
13	4	5	5	4	5	4	5	5	37
14	5	4	4	5	4	5	4	4	35
15	5	5	5	4	5	5	5	5	39
16	4	5	5	4	4	4	5	5	36
17	5	4	5	3	5	5	4	5	36
18	5	5	5	4	5	5	5	5	39
19	4	4	4	5	4	4	5	4	34
20	5	4	5	5	5	5	5	5	39
21	4	5	5	3	5	4	5	5	36
22	5	5	4	5	5	5	5	4	38
23	4	5	5	5	5	4	5	5	38
24	5	5	5	3	5	5	5	5	38
25	5	5	5	5	5	5	5	5	40
26	5	4	5	5	5	5	5	5	39
27	4	4	4	5	4	5	4	4	34
28	5	5	4	5	4	5	4	4	36
29	5	5	4	5	4	5	4	4	36
30	4	4	4	5	4	4	4	4	33
31	5	5	4	5	4	5	4	4	36
32	5	5	4	5	4	5	4	4	36
33	4	4	4	5	4	4	4	4	33
34	4	4	4	5	4	5	4	4	34
35	5	5	4	5	4	5	4	4	36
36	5	5	4	5	4	5	4	4	36
37	4	4	4	5	4	4	4	4	33
38	4	5	4	4	4	4	4	4	33
39	4	4	5	4	4	4	4	5	34
40	4	5	4	5	4	4	4	4	34
41	4	5	4	4	4	4	4	4	33
42	4	4	5	4	4	4	4	5	34
43	4	5	4	5	4	4	4	4	34
44	5	5	4	4	3	5	3	4	33
45	4	4	4	4	3	4	3	4	30
46	5	4	5	4	3	5	3	5	34
47	5	4	4	3	3	5	3	4	31
48	4	4	4	5	3	4	3	4	31

49	5	4	5	4	3	5	3	5	34
50	5	4	4	3	3	5	3	4	31
51	4	4	4	5	3	4	3	4	31
52	5	5	4	4	3	5	3	4	33
53	4	4	4	4	3	4	3	4	30
54	5	4	5	4	3	5	3	5	34
55	5	4	4	3	3	5	3	4	31
56	4	4	4	5	3	4	3	4	31
57	4	4	4	4	3	4	3	4	30
58	5	4	4	3	3	5	3	4	31
59	4	4	5	4	3	4	3	5	32
60	4	4	3	3	3	4	3	3	27
61	5	4	3	4	3	5	5	3	32
62	3	4	3	3	3	3	5	3	27
63	4	3	3	4	3	4	5	3	29
64	3	5	5	3	3	3	4	5	31
65	4	3	3	4	3	4	5	3	29
66	3	5	3	3	3	3	5	3	28
67	4	5	3	4	3	4	4	3	30
68	3	3	3	3	3	3	4	3	25
69	4	3	3	4	3	4	5	3	29
70	3	3	3	4	3	3	4	3	26
71	5	5	4	4	4	5	3	4	34
72	4	5	4	4	4	4	3	4	32
73	4	5	4	4	4	5	3	5	34
74	5	5	4	4	3	5	3	4	33
75	4	4	4	4	3	4	3	4	30
76	5	4	5	4	3	4	3	5	33
77	5	4	4	3	3	4	3	4	30
78	4	4	4	5	3	4	3	4	31
79	4	4	5	3	3	5	3	4	31
80	4	4	4	3	3	4	3	4	29
81	4	4	4	5	3	5	3	5	33
82	5	5	4	4	4	5	3	4	34
83	4	5	4	4	4	4	3	4	32
84	4	5	4	4	4	4	3	5	33
85	5	5	4	4	3	4	3	4	32
86	4	4	4	4	3	4	3	4	30
	377	380	362	360	327	381	335	367	2889



**Variabel Y**

No	Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y6	Y
1	4	5	4	5	5	4	27
2	5	5	5	5	5	5	30
3	5	5	4	5	5	5	29
4	4	4	5	4	5	4	26
5	5	5	5	5	5	5	30
6	4	5	4	5	5	4	27
7	5	5	5	5	5	5	30
8	5	5	4	5	5	5	29
9	4	4	5	4	5	4	26
10	5	5	5	5	5	5	30
11	5	5	4	5	4	5	28
12	4	4	5	4	5	4	26
13	5	5	5	4	5	5	29
14	5	5	5	5	4	5	29
15	4	5	5	4	5	4	27
16	5	4	4	5	4	5	27
17	5	5	5	4	5	5	29
18	4	5	5	3	5	4	26
19	5	5	4	5	5	5	29
20	4	5	5	5	5	4	28
21	5	5	5	3	5	5	28
22	5	5	5	5	5	5	30
23	5	4	5	5	5	5	29
24	4	5	4	5	5	4	27
25	5	5	5	5	5	5	30
26	5	4	5	5	5	5	29
27	4	5	4	5	5	4	27
28	5	5	5	5	5	5	30
29	5	5	5	5	4	5	29
30	4	4	4	5	4	5	26
31	5	5	4	5	4	5	28
32	5	5	4	5	4	5	28
33	4	4	4	5	4	4	25
34	5	5	4	5	4	5	28
35	5	5	4	5	4	5	28
36	5	4	4	5	4	5	27
37	4	5	5	5	4	4	27
38	4	5	4	4	4	4	25
39	4	4	5	4	4	4	25
40	4	5	4	5	4	4	26
41	4	5	4	4	4	4	25
42	4	4	5	4	4	4	25
43	4	5	4	5	4	4	26
44	5	5	4	4	4	5	27
45	5	5	4	5	5	5	29
46	4	5	5	5	5	4	28
47	5	5	5	3	5	5	28
48	5	5	5	5	5	5	30

49	5	4	5	5	5	5	29
50	4	5	4	5	5	4	27
51	5	5	5	5	5	5	30
52	5	4	5	5	5	5	29
53	4	5	4	5	5	4	27
54	5	5	5	5	5	5	30
55	4	4	5	3	3	4	23
56	4	4	4	3	3	4	22
57	4	4	4	4	3	4	23
58	5	4	4	3	3	5	24
59	4	5	4	5	5	4	27
60	5	5	5	5	5	5	30
61	5	4	5	5	5	5	29
62	4	5	4	5	5	4	27
63	5	5	5	5	5	5	30
64	4	4	5	3	3	4	23
65	4	4	4	3	3	4	22
66	4	4	4	4	3	4	23
67	5	4	4	3	3	5	24
68	4	4	5	4	3	4	24
69	4	4	3	3	3	4	21
70	3	3	3	4	3	3	19
71	5	5	4	4	4	5	27
72	4	5	4	4	4	4	25
73	4	5	4	4	4	5	26
74	5	5	4	4	3	5	26
75	4	4	4	4	3	4	23
76	5	4	5	4	3	4	25
77	5	4	4	3	3	4	23
78	4	4	4	5	3	4	24
79	4	4	5	3	3	5	24
80	4	4	4	3	3	4	22
81	4	4	4	5	3	5	25
82	5	5	4	4	4	5	27
83	4	5	4	4	4	4	25
84	4	5	4	4	4	4	25
85	5	5	4	4	3	4	25
86	4	4	4	4	3	4	23
	386	396	380	378	363	387	2290

## Lampiran 3 Uji Validitas dan Reliabilitas

### Uji Validitas X1

		Correlations								
		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	X1.8	X1
X1.1	Pearson Correlation	1	,708**	,099	,451**	,305**	,452**	,727**	,222*	,744**
	Sig. (2-tailed)		,000	,365	,000	,004	,000	,000	,040	,000
	N	86	86	86	86	86	86	86	86	86
X1.2	Pearson Correlation	,708**	1	,245*	,340**	,485**	,341**	,647**	,346**	,769**
	Sig. (2-tailed)	,000		,023	,001	,000	,001	,000	,001	,000
	N	86	86	86	86	86	86	86	86	86
X1.3	Pearson Correlation	,099	,245*	1	-,204	,437**	,365**	,010	,767**	,515**
	Sig. (2-tailed)	,365	,023		,060	,000	,001	,931	,000	,000
	N	86	86	86	86	86	86	86	86	86
X1.4	Pearson Correlation	,451**	,340**	-,204	1	,132	,331**	,686**	-,134	,502**
	Sig. (2-tailed)	,000	,001	,060		,224	,002	,000	,220	,000
	N	86	86	86	86	86	86	86	86	86
X1.5	Pearson Correlation	,305**	,485**	,437**	,132	1	,435**	,260*	,341**	,665**
	Sig. (2-tailed)	,004	,000	,000	,224		,000	,016	,001	,000
	N	86	86	86	86	86	86	86	86	86
X1.6	Pearson Correlation	,452**	,341**	,365**	,331**	,435**	1	,410**	,449**	,732**
	Sig. (2-tailed)	,000	,001	,001	,002	,000		,000	,000	,000
	N	86	86	86	86	86	86	86	86	86
X1.7	Pearson Correlation	,727**	,647**	,010	,686**	,260*	,410**	1	,152	,734**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,931	,000	,016	,000		,164	,000
	N	86	86	86	86	86	86	86	86	86
X1.8	Pearson Correlation	,222*	,346**	,767**	-,134	,341**	,449**	,152	1	,589**
	Sig. (2-tailed)	,040	,001	,000	,220	,001	,000	,164		,000
	N	86	86	86	86	86	86	86	86	86
X1	Pearson Correlation	,744**	,769**	,515**	,502**	,665**	,732**	,734**	,589**	1

Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	
N	86	86	86	86	86	86	86	86	86

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

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

### Uji Validitas X2

		Correlations								
		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	X2.7	X2.8	X2
X2.1	Pearson Correlation	1	,333**	,282**	,218*	,236*	,808**	,011	,304**	,590**
	Sig. (2-tailed)		,002	,008	,044	,029	,000	,920	,004	,000
	N	86	86	86	86	86	86	86	86	86
X2.2	Pearson Correlation	,333**	1	,291**	,200	,469**	,242*	,163	,366**	,592**
	Sig. (2-tailed)	,002		,007	,065	,000	,025	,135	,001	,000
	N	86	86	86	86	86	86	86	86	86
X2.3	Pearson Correlation	,282**	,291**	1	,043	,573**	,345**	,066	,906**	,680**
	Sig. (2-tailed)	,008	,007		,694	,000	,001	,547	,000	,000
	N	86	86	86	86	86	86	86	86	86
X2.4	Pearson Correlation	,218*	,200	,043	1	,316**	,249*	,258*	,144	,496**
	Sig. (2-tailed)	,044	,065	,694		,003	,021	,016	,187	,000
	N	86	86	86	86	86	86	86	86	86
X2.5	Pearson Correlation	,236*	,469**	,573**	,316**	1	,326**	,588**	,575**	,837**
	Sig. (2-tailed)	,029	,000	,000	,003		,002	,000	,000	,000
	N	86	86	86	86	86	86	86	86	86
X2.6	Pearson Correlation	,808**	,242*	,345**	,249*	,326**	1	-,003	,387**	,627**
	Sig. (2-tailed)	,000	,025	,001	,021	,002		,978	,000	,000
	N	86	86	86	86	86	86	86	86	86
X2.7	Pearson Correlation	,011	,163	,066	,258*	,588**	-,003	1	,097	,489**
	Sig. (2-tailed)	,920	,135	,547	,016	,000	,978		,374	,000
	N	86	86	86	86	86	86	86	86	86
X2.8	Pearson Correlation	,304**	,366**	,906**	,144	,575**	,387**	,097	1	,734**
	Sig. (2-tailed)	,004	,001	,000	,187	,000	,000	,374		,000
	N	86	86	86	86	86	86	86	86	86
X2	Pearson Correlation	,590**	,592**	,680**	,496**	,837**	,627**	,489**	,734**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	86	86	86	86	86	86	86	86	86

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

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

## Uji Validitas Y

		Correlations						
		Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y6	Y
Y1	Pearson Correlation	1	,330**	,307**	,254*	,294**	,851**	,688**
	Sig. (2-tailed)		,002	,004	,018	,006	,000	,000
	N	86	86	86	86	86	86	86
Y2	Pearson Correlation	,330**	1	,094	,384**	,545**	,304**	,645**
	Sig. (2-tailed)	,002		,389	,000	,000	,004	,000
	N	86	86	86	86	86	86	86
Y3	Pearson Correlation	,307**	,094	1	,081	,453**	,289**	,528**
	Sig. (2-tailed)	,004	,389		,457	,000	,007	,000
	N	86	86	86	86	86	86	86
Y4	Pearson Correlation	,254*	,384**	,081	1	,554**	,302**	,684**
	Sig. (2-tailed)	,018	,000	,457		,000	,005	,000
	N	86	86	86	86	86	86	86
Y5	Pearson Correlation	,294**	,545**	,453**	,554**	1	,315**	,821**
	Sig. (2-tailed)	,006	,000	,000	,000		,003	,000
	N	86	86	86	86	86	86	86
Y6	Pearson Correlation	,851**	,304**	,289**	,302**	,315**	1	,700**
	Sig. (2-tailed)	,000	,004	,007	,005	,003		,000
	N	86	86	86	86	86	86	86
Y	Pearson Correlation	,688**	,645**	,528**	,684**	,821**	,700**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	86	86	86	86	86	86	86

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

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

## Uji Reliabilitas X1

### Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	86	100,0
	Excluded <sup>a</sup>	0	,0
	Total	86	100,0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,804	8

**Item Statistics**

	Mean	Std. Deviation	N
X1.1	4,6279	,50982	86
X1.2	4,7326	,47090	86
X1.3	4,5698	,52110	86
X1.4	4,5930	,56105	86
X1.5	4,5698	,62385	86
X1.6	4,6047	,57964	86
X1.7	4,5465	,52372	86
X1.8	4,6512	,50334	86

**Item-Total Statistics**

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X1.1	32,2674	6,034	,644	,768
X1.2	32,1628	6,091	,686	,765
X1.3	32,3256	6,669	,359	,808
X1.4	32,3023	6,637	,330	,814
X1.5	32,3256	5,963	,510	,789
X1.6	32,2907	5,856	,611	,771
X1.7	32,3488	6,018	,628	,770
X1.8	32,2442	6,493	,452	,795

**Scale Statistics**

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
36,8953	7,907	2,81186	8

**Uji Reliabilitas X2****Case Processing Summary**

		N	%
Cases	Valid	86	100,0
	Excluded <sup>a</sup>	0	,0
	Total	86	100,0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
,779	8

**Item Statistics**

	Mean	Std. Deviation	N
X2.1	4,3837	,59742	86
X2.2	4,4186	,60323	86
X2.3	4,2093	,63461	86
X2.4	4,1860	,71145	86
X2.5	3,8023	,79439	86
X2.6	4,4302	,60470	86
X2.7	3,8953	,81210	86
X2.8	4,2674	,65842	86

**Item-Total Statistics**

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X2.1	29,2093	9,626	,458	,759
X2.2	29,1744	9,605	,458	,759
X2.3	29,3837	9,133	,559	,743
X2.4	29,4070	9,774	,315	,783
X2.5	29,7907	7,767	,741	,703
X2.6	29,1628	9,456	,500	,753
X2.7	29,6977	9,625	,277	,796
X2.8	29,3256	8,810	,623	,732

**Scale Statistics**

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
33,5930	11,679	3,41753	8

**Uji Reliabilitas Y****Case Processing Summary**

		N	%
Cases	Valid	86	100,0
	Excluded <sup>a</sup>	0	,0
	Total	86	100,0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
,762	6

**Item Statistics**

	Mean	Std. Deviation	N
Y1	4,4884	,52567	86
Y2	4,6047	,51516	86
Y3	4,4186	,54157	86
Y4	4,3953	,74010	86
Y5	4,2209	,81747	86
Y6	4,5000	,52580	86

**Item-Total Statistics**

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Y1	22,1395	4,827	,551	,719
Y2	22,0233	4,964	,500	,731
Y3	22,2093	5,226	,347	,763
Y4	22,2326	4,369	,472	,741
Y5	22,4070	3,656	,657	,683
Y6	22,1279	4,795	,567	,715

**Scale Statistics**

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
26,6279	6,378	2,52538	6



**Lampiran 4 MSI****Variabel X1**

<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>	<b>6</b>	<b>7</b>	<b>8</b>	<b>X1</b>
4,203	4,061	2,740	3,834	3,448	2,228	4,333	2,625	27,472
4,203	4,061	4,300	3,834	3,448	3,703	4,333	4,203	32,086
4,203	4,061	2,740	3,834	3,448	3,703	4,333	2,625	28,947
2,625	4,061	4,300	2,332	3,448	2,228	2,776	4,203	25,972
4,203	4,061	4,300	3,834	3,448	3,703	4,333	4,203	32,086
4,203	4,061	2,740	3,834	2,048	3,703	4,333	4,203	29,126
2,625	2,428	4,300	2,332	3,448	3,703	2,776	4,203	25,815
4,203	4,061	4,300	2,332	3,448	3,703	2,776	4,203	29,026
4,203	4,061	4,300	3,834	2,048	3,703	4,333	4,203	30,686
2,625	2,428	2,740	3,834	2,048	2,228	2,776	2,625	21,303
4,203	4,061	4,300	3,834	3,448	3,703	2,776	4,203	30,529
2,625	4,061	4,300	3,834	2,048	3,703	4,333	2,625	27,529
2,625	4,061	4,300	2,332	3,448	3,703	4,333	4,203	29,005
4,203	4,061	2,740	3,834	3,448	2,228	4,333	2,625	27,472
4,203	4,061	4,300	3,834	3,448	3,703	4,333	4,203	32,086
4,203	4,061	2,740	3,834	3,448	3,703	4,333	2,625	28,947
2,625	4,061	4,300	2,332	3,448	2,228	2,776	4,203	25,972
4,203	4,061	4,300	3,834	3,448	3,703	4,333	4,203	32,086
4,203	4,061	2,740	3,834	2,048	3,703	4,333	4,203	29,126
2,625	2,428	4,300	2,332	3,448	3,703	2,776	4,203	25,815
4,203	4,061	4,300	2,332	3,448	3,703	2,776	4,203	29,026
4,203	4,061	4,300	3,834	2,048	3,703	4,333	4,203	30,686
2,625	2,428	2,740	3,834	2,048	2,228	2,776	2,625	21,303
4,203	4,061	4,300	1,000	3,448	3,703	4,333	4,203	29,252
4,203	4,061	4,300	3,834	3,448	3,703	4,333	4,203	32,086
4,203	2,428	4,300	3,834	3,448	3,703	4,333	4,203	30,453
2,625	4,061	2,740	3,834	3,448	2,228	4,333	4,203	27,472
4,203	4,061	2,740	3,834	3,448	2,228	4,333	2,625	27,472
4,203	4,061	4,300	3,834	3,448	3,703	4,333	4,203	32,086
4,203	4,061	2,740	3,834	3,448	3,703	4,333	2,625	28,947
2,625	4,061	4,300	2,332	3,448	2,228	2,776	4,203	25,972
4,203	4,061	4,300	3,834	3,448	3,703	4,333	4,203	32,086
4,203	4,061	2,740	3,834	2,048	3,703	4,333	4,203	29,126
2,625	2,428	4,300	2,332	3,448	3,703	2,776	4,203	25,815
4,203	4,061	4,300	2,332	3,448	3,703	2,776	4,203	29,026
4,203	4,061	4,300	3,834	2,048	3,703	4,333	4,203	30,686
2,625	2,428	2,740	3,834	2,048	2,228	2,776	2,625	21,303
2,625	4,061	2,740	2,332	2,048	2,228	2,776	2,625	21,434
2,625	2,428	4,300	2,332	2,048	2,228	2,776	4,203	22,940
4,203	4,061	2,740	3,834	3,448	2,228	4,333	2,625	27,472

4,203	4,061	4,300	3,834	3,448	3,703	4,333	4,203	32,086
4,203	4,061	2,740	3,834	3,448	3,703	4,333	2,625	28,947
2,625	4,061	4,300	2,332	3,448	2,228	2,776	4,203	25,972
4,203	4,061	4,300	3,834	3,448	3,703	4,333	4,203	32,086
4,203	4,061	2,740	3,834	2,048	3,703	4,333	4,203	29,126
2,625	2,428	4,300	2,332	3,448	3,703	2,776	4,203	25,815
4,203	4,061	4,300	2,332	3,448	3,703	2,776	4,203	29,026
4,203	4,061	4,300	3,834	2,048	3,703	4,333	4,203	30,686
2,625	2,428	2,740	3,834	2,048	2,228	2,776	2,625	21,303
4,203	4,061	4,300	3,834	3,448	3,703	4,333	4,203	32,086
4,203	4,061	2,740	3,834	2,048	3,703	4,333	4,203	29,126
2,625	2,428	4,300	2,332	3,448	3,703	2,776	4,203	25,815
4,203	4,061	4,300	2,332	3,448	3,703	2,776	4,203	29,026
4,203	4,061	4,300	3,834	2,048	3,703	4,333	4,203	30,686
2,625	2,428	2,740	3,834	2,048	2,228	2,776	2,625	21,303
2,625	2,428	2,740	1,000	1,000	1,000	2,776	4,203	17,772
2,625	2,428	2,740	2,332	1,000	1,000	2,776	2,625	17,526
4,203	2,428	2,740	1,000	1,000	1,000	2,776	2,625	17,772
2,625	2,428	4,300	2,332	1,000	1,000	2,776	2,625	19,086
4,203	4,061	2,740	3,834	3,448	2,228	4,333	2,625	27,472
4,203	4,061	4,300	3,834	3,448	3,703	4,333	4,203	32,086
4,203	4,061	2,740	3,834	3,448	3,703	4,333	2,625	28,947
2,625	4,061	4,300	2,332	3,448	2,228	2,776	4,203	25,972
4,203	4,061	4,300	3,834	3,448	3,703	4,333	4,203	32,086
4,203	4,061	2,740	3,834	2,048	3,703	4,333	4,203	29,126
2,625	2,428	4,300	2,332	3,448	3,703	2,776	4,203	25,815
4,203	4,061	4,300	2,332	3,448	3,703	2,776	4,203	29,026
4,203	4,061	4,300	3,834	2,048	3,703	4,333	4,203	30,686
2,625	2,428	2,740	3,834	2,048	2,228	2,776	2,625	21,303
1,000	1,000	1,000	2,332	1,000	3,703	1,000	1,000	12,035
4,203	4,061	2,740	2,332	2,048	2,228	2,776	2,625	23,012
4,203	4,061	2,740	3,834	3,448	2,228	4,333	2,625	27,472
4,203	4,061	4,300	3,834	3,448	3,703	4,333	4,203	32,086
4,203	4,061	2,740	3,834	3,448	3,703	4,333	2,625	28,947
2,625	4,061	4,300	2,332	3,448	2,228	2,776	4,203	25,972
4,203	4,061	2,740	3,834	3,448	2,228	4,333	2,625	27,472
4,203	4,061	4,300	3,834	3,448	3,703	4,333	4,203	32,086
4,203	4,061	2,740	3,834	3,448	3,703	4,333	2,625	28,947
2,625	4,061	4,300	2,332	3,448	2,228	2,776	4,203	25,972
4,203	4,061	4,300	3,834	3,448	3,703	4,333	4,203	32,086
4,203	4,061	2,740	3,834	2,048	3,703	4,333	4,203	29,126
2,625	2,428	4,300	2,332	3,448	3,703	2,776	4,203	25,815
4,203	4,061	4,300	2,332	3,448	3,703	2,776	4,203	29,026
4,203	4,061	4,300	3,834	2,048	3,703	4,333	4,203	30,686

2,625	2,428	2,740	3,834	2,048	2,228	2,776	2,625	21,303
2,625	2,428	2,740	2,332	1,000	2,228	2,776	2,625	18,753

### Variabel X2

1	2	3	4	5	6	7	8	X2
3,933	3,915	2,407	3,454	3,203	2,395	3,169	2,335	24,811
2,473	3,915	3,820	2,194	3,203	2,395	2,136	3,716	23,852
3,933	3,915	3,820	3,454	3,203	3,843	3,169	3,716	29,054
3,933	3,915	2,407	3,454	2,179	3,843	3,169	3,716	26,616
2,473	2,458	3,820	2,194	3,203	3,843	2,136	3,716	23,843
3,933	3,915	2,407	3,454	2,179	3,843	3,169	3,716	26,616
2,473	2,458	3,820	2,194	3,203	3,843	2,136	3,716	23,843
3,933	3,915	3,820	2,194	3,203	3,843	2,136	3,716	26,760
2,473	3,915	3,820	2,194	3,203	2,395	2,136	3,716	23,852
3,933	3,915	3,820	3,454	3,203	3,843	3,169	3,716	29,054
3,933	3,915	2,407	3,454	2,179	3,843	3,169	3,716	26,616
2,473	2,458	3,820	2,194	3,203	3,843	2,136	3,716	23,843
2,473	3,915	3,820	2,194	3,203	2,395	3,169	3,716	24,886
3,933	2,458	2,407	3,454	2,179	3,843	2,136	2,335	22,744
3,933	3,915	3,820	2,194	3,203	3,843	3,169	3,716	27,794
2,473	3,915	3,820	2,194	2,179	2,395	3,169	3,716	23,862
3,933	2,458	3,820	1,000	3,203	3,843	2,136	3,716	24,109
3,933	3,915	3,820	2,194	3,203	3,843	3,169	3,716	27,794
2,473	2,458	2,407	3,454	2,179	2,395	3,169	2,335	20,870
3,933	2,458	3,820	3,454	3,203	3,843	3,169	3,716	27,597
2,473	3,915	3,820	1,000	3,203	2,395	3,169	3,716	23,693
3,933	3,915	2,407	3,454	3,203	3,843	3,169	2,335	26,259
2,473	3,915	3,820	3,454	3,203	2,395	3,169	3,716	26,146
3,933	3,915	3,820	1,000	3,203	3,843	3,169	3,716	26,600
3,933	3,915	3,820	3,454	3,203	3,843	3,169	3,716	29,054
3,933	2,458	3,820	3,454	3,203	3,843	3,169	3,716	27,597
2,473	2,458	2,407	3,454	2,179	3,843	2,136	2,335	21,284
3,933	3,915	2,407	3,454	2,179	3,843	2,136	2,335	24,201
3,933	3,915	2,407	3,454	2,179	3,843	2,136	2,335	24,201
2,473	2,458	2,407	3,454	2,179	2,395	2,136	2,335	19,836
3,933	3,915	2,407	3,454	2,179	3,843	2,136	2,335	24,201
3,933	3,915	2,407	3,454	2,179	3,843	2,136	2,335	24,201
2,473	2,458	2,407	3,454	2,179	2,395	2,136	2,335	19,836
2,473	2,458	2,407	3,454	2,179	3,843	2,136	2,335	21,284
3,933	3,915	2,407	3,454	2,179	3,843	2,136	2,335	24,201
3,933	3,915	2,407	3,454	2,179	3,843	2,136	2,335	24,201
2,473	2,458	2,407	3,454	2,179	2,395	2,136	2,335	19,836
2,473	3,915	2,407	2,194	2,179	2,395	2,136	2,335	20,033

2,473	2,458	3,820	2,194	2,179	2,395	2,136	3,716	21,371
2,473	3,915	2,407	3,454	2,179	2,395	2,136	2,335	21,293
2,473	3,915	2,407	2,194	2,179	2,395	2,136	2,335	20,033
2,473	2,458	3,820	2,194	2,179	2,395	2,136	3,716	21,371
2,473	3,915	2,407	3,454	2,179	2,395	2,136	2,335	21,293
3,933	3,915	2,407	2,194	1,000	3,843	1,000	2,335	20,626
2,473	2,458	2,407	2,194	1,000	2,395	1,000	2,335	16,261
3,933	2,458	3,820	2,194	1,000	3,843	1,000	3,716	21,964
3,933	2,458	2,407	1,000	1,000	3,843	1,000	2,335	17,975
2,473	2,458	2,407	3,454	1,000	2,395	1,000	2,335	17,522
3,933	2,458	3,820	2,194	1,000	3,843	1,000	3,716	21,964
3,933	2,458	2,407	1,000	1,000	3,843	1,000	2,335	17,975
2,473	2,458	2,407	3,454	1,000	2,395	1,000	2,335	17,522
3,933	3,915	2,407	2,194	1,000	3,843	1,000	2,335	20,626
2,473	2,458	2,407	2,194	1,000	2,395	1,000	2,335	16,261
3,933	2,458	3,820	2,194	1,000	3,843	1,000	3,716	21,964
3,933	2,458	2,407	1,000	1,000	3,843	1,000	2,335	17,975
2,473	2,458	2,407	3,454	1,000	2,395	1,000	2,335	17,522
2,473	2,458	2,407	2,194	1,000	2,395	1,000	2,335	16,261
3,933	2,458	2,407	1,000	1,000	3,843	1,000	2,335	17,975
2,473	2,458	3,820	2,194	1,000	2,395	1,000	3,716	19,056
2,473	2,458	1,000	1,000	1,000	2,395	1,000	1,000	12,326
3,933	2,458	1,000	2,194	1,000	3,843	3,169	1,000	18,596
1,000	2,458	1,000	1,000	1,000	1,000	3,169	1,000	11,627
2,473	1,000	1,000	2,194	1,000	2,395	3,169	1,000	14,231
1,000	3,915	3,820	1,000	1,000	1,000	2,136	3,716	17,587
2,473	1,000	1,000	2,194	1,000	2,395	3,169	1,000	14,231
1,000	3,915	1,000	1,000	1,000	1,000	3,169	1,000	13,084
2,473	3,915	1,000	2,194	1,000	2,395	2,136	1,000	16,112
1,000	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000	2,136	1,000	9,136
2,473	1,000	1,000	2,194	1,000	2,395	3,169	1,000	14,231
1,000	1,000	1,000	2,194	1,000	1,000	2,136	1,000	10,329
3,933	3,915	2,407	2,194	2,179	3,843	1,000	2,335	21,805
2,473	3,915	2,407	2,194	2,179	2,395	1,000	2,335	18,897
2,473	3,915	2,407	2,194	2,179	3,843	1,000	3,716	21,727
3,933	3,915	2,407	2,194	1,000	3,843	1,000	2,335	20,626
2,473	2,458	2,407	2,194	1,000	2,395	1,000	2,335	16,261
3,933	2,458	3,820	2,194	1,000	2,395	1,000	3,716	20,516
3,933	2,458	2,407	1,000	1,000	2,395	1,000	2,335	16,528
2,473	2,458	2,407	3,454	1,000	2,395	1,000	2,335	17,522
2,473	2,458	3,820	1,000	1,000	3,843	1,000	2,335	17,868
2,473	2,458	2,407	1,000	1,000	2,395	1,000	2,335	15,068
2,473	2,458	2,407	3,454	1,000	3,843	1,000	3,716	20,351
3,933	3,915	2,407	2,194	2,179	3,843	1,000	2,335	21,805

2,473	3,915	2,407	2,194	2,179	2,395	1,000	2,335	18,897
2,473	3,915	2,407	2,194	2,179	2,395	1,000	3,716	20,279
3,933	3,915	2,407	2,194	1,000	2,395	1,000	2,335	19,178
2,473	2,458	2,407	2,194	1,000	2,395	1,000	2,335	16,261

**Variabel Y**


1	2	3	4	5	6	Y
2,897	4,317	2,762	3,223	3,078	2,863	19,139
4,452	4,317	4,295	3,223	3,078	4,417	23,783
4,452	4,317	2,762	3,223	3,078	4,417	22,249
2,897	2,758	4,295	1,996	3,078	2,863	17,887
4,452	4,317	4,295	3,223	3,078	4,417	23,783
2,897	4,317	2,762	3,223	3,078	2,863	19,139
4,452	4,317	4,295	3,223	3,078	4,417	23,783
4,452	4,317	2,762	3,223	3,078	4,417	22,249
2,897	2,758	4,295	1,996	3,078	2,863	17,887
4,452	4,317	4,295	3,223	3,078	4,417	23,783
4,452	4,317	2,762	3,223	1,991	4,417	21,162
2,897	2,758	4,295	1,996	3,078	2,863	17,887
4,452	4,317	4,295	1,996	3,078	4,417	22,556
4,452	4,317	4,295	3,223	1,991	4,417	22,696
2,897	4,317	4,295	1,996	3,078	2,863	19,446
4,452	2,758	2,762	3,223	1,991	4,417	19,603
4,452	4,317	4,295	1,996	3,078	4,417	22,556
2,897	4,317	4,295	1,000	3,078	2,863	18,450
4,452	4,317	2,762	3,223	3,078	4,417	22,249
2,897	4,317	4,295	3,223	3,078	2,863	20,673
4,452	4,317	4,295	1,000	3,078	4,417	21,560
4,452	4,317	4,295	3,223	3,078	4,417	23,783
4,452	2,758	4,295	3,223	3,078	4,417	22,224
2,897	4,317	2,762	3,223	3,078	2,863	19,139
4,452	4,317	4,295	3,223	3,078	4,417	23,783
4,452	2,758	4,295	3,223	3,078	4,417	22,224
2,897	4,317	2,762	3,223	3,078	2,863	19,139
4,452	4,317	4,295	3,223	3,078	4,417	23,783
4,452	4,317	4,295	3,223	1,991	4,417	22,696
2,897	2,758	2,762	3,223	1,991	4,417	18,048
4,452	4,317	2,762	3,223	1,991	4,417	21,162
4,452	4,317	2,762	3,223	1,991	4,417	21,162
2,897	2,758	2,762	3,223	1,991	2,863	16,493
4,452	4,317	2,762	3,223	1,991	4,417	21,162
4,452	4,317	2,762	3,223	1,991	4,417	21,162
4,452	2,758	2,762	3,223	1,991	4,417	19,603

2,897	4,317	4,295	3,223	1,991	2,863	19,586
2,897	4,317	2,762	1,996	1,991	2,863	16,825
2,897	2,758	4,295	1,996	1,991	2,863	16,800
2,897	4,317	2,762	3,223	1,991	2,863	18,052
2,897	4,317	2,762	1,996	1,991	2,863	16,825
2,897	2,758	4,295	1,996	1,991	2,863	16,800
2,897	4,317	2,762	3,223	1,991	2,863	18,052
4,452	4,317	2,762	1,996	1,991	4,417	19,935
4,452	4,317	2,762	3,223	3,078	4,417	22,249
2,897	4,317	4,295	3,223	3,078	2,863	20,673
4,452	4,317	4,295	1,000	3,078	4,417	21,560
4,452	4,317	4,295	3,223	3,078	4,417	23,783
4,452	2,758	4,295	3,223	3,078	4,417	22,224
2,897	4,317	2,762	3,223	3,078	2,863	19,139
4,452	4,317	4,295	3,223	3,078	4,417	23,783
4,452	2,758	4,295	3,223	3,078	4,417	22,224
2,897	4,317	2,762	3,223	3,078	2,863	19,139
4,452	4,317	4,295	3,223	3,078	4,417	23,783
2,897	2,758	4,295	1,000	1,000	2,863	14,813
2,897	2,758	2,762	1,000	1,000	2,863	13,279
2,897	2,758	2,762	1,996	1,000	2,863	14,275
4,452	2,758	2,762	1,000	1,000	4,417	16,389
2,897	4,317	2,762	3,223	3,078	2,863	19,139
4,452	4,317	4,295	3,223	3,078	4,417	23,783
4,452	2,758	4,295	3,223	3,078	4,417	22,224
2,897	4,317	2,762	3,223	3,078	2,863	19,139
4,452	4,317	4,295	3,223	3,078	4,417	23,783
2,897	2,758	4,295	1,000	1,000	2,863	14,813
2,897	2,758	2,762	1,000	1,000	2,863	13,279
2,897	2,758	2,762	1,996	1,000	2,863	14,275
4,452	2,758	2,762	1,000	1,000	4,417	16,389
2,897	2,758	4,295	1,996	1,000	2,863	15,809
2,897	2,758	1,000	1,000	1,000	2,863	11,517
1,000	1,000	1,000	1,996	1,000	1,000	6,996
4,452	4,317	2,762	1,996	1,991	4,417	19,935
2,897	4,317	2,762	1,996	1,991	2,863	16,825
2,897	4,317	2,762	1,996	1,991	4,417	18,380
4,452	4,317	2,762	1,996	1,000	4,417	18,944
2,897	2,758	2,762	1,996	1,000	2,863	14,275
4,452	2,758	4,295	1,996	1,000	2,863	17,365
4,452	2,758	2,762	1,000	1,000	2,863	14,835
2,897	2,758	2,762	3,223	1,000	2,863	15,502
2,897	2,758	4,295	1,000	1,000	4,417	16,367
2,897	2,758	2,762	1,000	1,000	2,863	13,279

2,897	2,758	2,762	3,223	1,000	4,417	17,056
4,452	4,317	2,762	1,996	1,991	4,417	19,935
2,897	4,317	2,762	1,996	1,991	2,863	16,825
2,897	4,317	2,762	1,996	1,991	2,863	16,825
4,452	4,317	2,762	1,996	1,000	2,863	17,390
2,897	2,758	2,762	1,996	1,000	2,863	14,275



## Lampiran 5 Surat Izin Penelitian



## UNIVERSITAS MEDAN AREA

### FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

Kampus I : Jl. Kolam No. 1 Medan Estate Telp (061)7360168, Medan 20223  
Kampus II : Jl. Sei Serayu No. 70A/Jl. Setia Budi No. 79B Medan Telp (061) 42402994, Medan 20122  
Email : univ\_medanarea@uma.ac.id Website.uma.ac.id/ekonomi.luma.ac.id email fakultas:ekonomi@uma.ac.id

---

Nomor : 1928/ FEB / 01.1/ VI /2024 3 Juni 2024  
Lamp : -  
Perihal : Izin Research / Survey

Kepada Yth,  
**Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Prima Indonesia**


Dengan hormat,  
Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Medan Area di Medan, mengharapkan bantuan saudara saudari , Bapak/Ibu kepada mahasiswa kami :

**N a m a** : Vina Febrianti  
**NPM** : 178320292  
**Program Studi** : Manajemen  
**Judul** : **Pengaruh Persepsi Manfaat Dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Keputusan Pemakaian Aplikasi Ovo Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Prima Indonesia**

Untuk diberi surat izin mengambil data pada kantor yang sedang Bapak / Ibu Pimpin selama satu bulan. Hal ini dibutuhkan sehubungan dengan tugasnya menyusun Skripsi sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan studi pada Perguruan Tinggi dengan memenuhi ketentuan dan peraturan administrasi di Instansi / Perusahaan Bapak/Ibu.

Dapat kami beritahukan bahwa Research ini dipergunakan hanya untuk kepentingan ilmiah semata-mata. Kami mohon kiranya diberikan kemudahan dalam pengambilan data yang diperlukan, serta memberikan surat keterangan yang menyatakan telah selesai melakukan penelitian.

Demikian kami sampaikan atas bantuan dan kerjasama yang baik kami ucapkan terima kasih.

  
**Ketua Program Studi Manajemen**  
**Fitriani Tobing, SE, M.Si**

**Tembusan :**

1. Wakil Rektor Bidang Akademik
2. Kepala LPPM
3. Mahasiswa ybs
4. Pertinggal



## Lampiran 6 Surat Izin Persetujuan Riset



**UNIVERSITAS  
PRIMA INDONESIA**  
FAKULTAS EKONOMI

Medan, 11 Juni 2024

Nomor : 020/SKT/F5.E/UNPRI/VI/2024  
Lamp : -  
Hal : Balasan Permohonan Izin Riset

Kepada Yth,  
**Wakil Dekan Bidang Inovasi, Kemahasiswaan dan Alumni**  
**Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Medan Area**  
Di \_\_\_\_\_  
Tempat \_\_\_\_\_

Dengan hormat,

Menindaklanjuti permohonan surat riset pada tanggal **04 April 2023** dengan Nomor: **199/FEB/01.1/IV/2023** bersamaan dengan surat ini, Saya selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Prima Indonesia memberikan izin untuk melaksanakan Penelitian/Riset atas nama mahasiswa dibawah ini:

Nama : Vina Febrianti  
NIM : 178320292  
Prodi /Jurusan : Sarjana Manajemen  
Semester : 8 – Manajemen  
Judul : **“Pengaruh Persepsi Manfaat Dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Minat Pemakaian Aplikasi Ovo Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Prima Indonesia”.**

Demikianlah surat permohonan ini saya sampaikan untuk kiranya dapat diketahui dan disetujui. Atas kerjasama yang terjalin baik saya ucapkan terima kasih.

Hormat saya,  
a.n Dekan Fakultas Ekonomi  
Wakil Dekan III



Dr. Fenny Krisna Marpaung, S.E., M.Si.

Tembusan: - *Arsip*



## Lampiran 7 Surat Izin Selesai Riset



**UNIVERSITAS  
PRIMA INDONESIA**  
FAKULTAS EKONOMI

**SURAT KETERANGAN**

No: 030/SKT/F5.E/UNPRI/VII/2024

Yang bertanda tangan di bawah ini Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Prima Indonesia, menerangkan bahwa:

Nama : Vina Febrianti  
NIM : 178320292  
Prodi /Jurusan : Sarjana Manajemen  
Semester : 8 - Manajemen

Yang bersangkutan telah mengadakan penelitian (Research) di Fakultas Ekonomi Universitas Prima Indonesia, terhitung tanggal 17 Juni – 06 Juli 2024 guna penulisan skripsi dengan judul: “Pengaruh Persepsi Manfaat Dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Keputusan Pemakaian Aplikasi Ovo Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Prima Indonesia”.

Demikianlah surat keterangan ini diterbitkan untuk dapat dipergunakan seperlunya.

Medan, 12 Juli 2024

Dekan Fakultas Ekonomi  
Universitas Prima Indonesia



**Prof. Dr. Drs. Svaifuddin, M.MA.**

📍 Kampus Utama Jalan Sampul No 3, Medan, Sumatera Utara, 20118.  
✉ fe@unprimdn.ac.id  
🌐 www.unprimdn.ac.id