

**PENGARUH PERSEPSI MANFAAT DAN KEPERCAYAAN  
TERHADAP KEPUTUSAN PENGGUNAAN  
*E-WALLET* DANA DI KECAMATAN  
MEDAN SELAYANG**

**SKRIPSI**

**OLEH :**

**SYAMAYA MAGVIRA TANJUNG  
218320083**



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS MEDAN AREA  
MEDAN  
2025**

**UNIVERSITAS MEDAN AREA**

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

Document Accepted 23/5/25

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 (repository.uma.ac.id)23/5/25

**PENGARUH PERSEPSI MANFAAT DAN KEPERCAYAAN  
TERHADAP KEPUTUSAN PENGGUNAAN  
*E-WALLET* DANA DI KECAMATAN  
MEDAN SELAYANG**

**SKRIPSI**

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh  
Gelar Sarjana di Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Universitas Medan Area

**OLEH :**

**SYAMAYA MAGVIRA TANJUNG  
218320083**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS MEDAN AREA  
MEDAN  
2025**

UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

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

Document Accepted 23/5/25

Access From (repository.uma.ac.id)23/5/25

**HALAMAN PENGESAHAN**

Judul Skripsi : Pengaruh Persepsi Manfaat Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Penggunaan *E-Wallet* Dana Di Kecamatan Medan Selayang  
Nama : Syamaya Magvira Tanjung  
NPM : 218320083  
Fakultas/Prodi : Ekonomi dan Bisnis / Manajemen

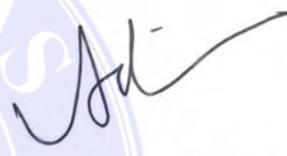
Disetujui Oleh :

Komisi Pembimbing

Pemanding

  
**(Hesti Sabrina, SE, M.Si)**

Pembimbing

  
**(Dr. Adelina Lubis, SE, M.Si)**

Pemanding

Mengetahui :



  
**(Ahmad Rafiki, BBA, MMgt, Ph.D, CIMA)**

Dekan

  
**(Fitriani Tobing, SE, M.Si)**

Ketua Program Studi

Tanggal Lulus : 07 Maret 2025

### HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya menyatakan bahwa skripsi yang berjudul “Pengaruh Persepsi Manfaat Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Penggunaan *E-Wallet* Dana Di Kecamatan Medan Selayang” yang saya susun, sebagai syarat memperoleh gelar sarjana merupakan hasil karya tulis saya sendiri. Adapun bagian – bagian tertentu dalam penulisan skripsi ini yang saya kutip dari hasil karya orang lain telah dituliskan sumbernya secara jelas sesuai dengan norma, kaidah, dan etika penulisan ilmiah.

Saya bersedia menerima sanksi pencabutan gelar akademik yang saya peroleh dan sanksi – sanksi lainnya dengan peraturan yang berlaku, apabila di kemudian hari ditemukan adanya plagiat dalam skripsi ini.

Medan, 07 Maret 2025



**Syamaya Magvira Tanjung**  
218320083

## HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI

Sebagai civitas akademik Universitas Medan Area, saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Syamaya Magvira Tanjung

Npm : 218320083

Program Studi : Manajemen

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Jenis Karya : Tugas Akhir Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Medan Area Hak Bebas Royalti Non Eksklusif (*Non – exclusive Royalty – Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul : Pengaruh Persepsi Manfaat Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Penggunaan *E-Wallet* Dana Di Kecamatan Medan Selayang.

Dengan Hak Bebas Royalti Non eksklusif ini Universitas Medan Area berhak menyimpan, mengalih media/format-kan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat, dan mempublikasikan 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.

Di buat di Medan

Pada Tanggal : 07 Maret 2025

Yang menyatakan,



**Syamaya Magvira Tanjung**

## RIWAYAT HIDUP

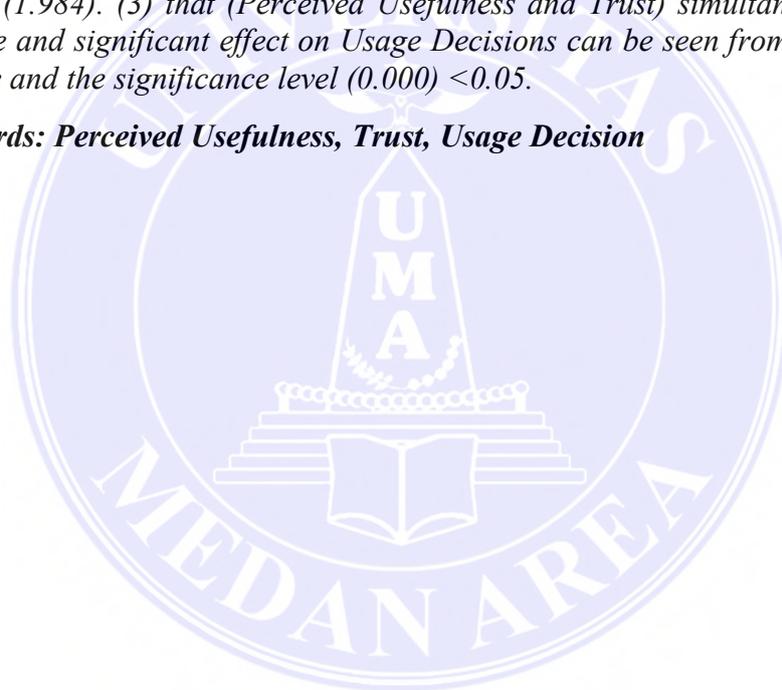


Nama	Syamaya Magvira Tanjung
NPM	218320083
Tempat, Tanggal Lahir	Padang, 10 September 2003
Nama Orang Tua :	
Ayah	Syakban Nursap Tanjung
Ibu	Latifah Hanum
Riwayat Peendidikan :	
SMP	SMP Negeri 30 Padang
SMA/SMK	SMA Negeri 4 Padang
Riwayat Studi di UMA	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Magang Studi Independent Bersertifikat (MSIB) Batch 5 di PT Citi Asia Internasional</li> <li>2. Mengikuti Program Indonesia Cyber Education Institute (ICE-I) di Binus University</li> <li>3. Pernah Menjadi Anggota HIMMEN Periode 2022 / 2023</li> <li>4. Pernah Menjadi Kepala Divisi BEM Periode 2023 / 2024</li> </ol>
Pengalaman Kerja	1. Magang di PT Perkebunan Nusantara IV Regional I
No HP/WA	0831 – 6953 – 5570
Email	<a href="mailto:syamayamagvira10@gmail.com">syamayamagvira10@gmail.com</a>

## **ABSTRACT**

*This study aims to determine The Effect of Perceived Usefulness and Trust on Decisions to Use E-Wallet Dana in Medan Selayang District. This study uses a quantitative method with an associative approach. The population in this study were residents of Medan Selayang District aged between 17 and 50 years totaling 59.117 people. With a research sample using the slovin formula totaling 100 respondents. The data analysis technique used multiple linear regression with the SPSS 25 program. With the results of the study. (1) Perceived Usefulness, has a positive and significant effect on Usage Decisions. This can be seen from the significant value (0.000) <0.05 and t-count (5.013)> compared to t-table (1.984). (2) Trust, has a positive and significant effect on Usage Decisions. This can be seen from the significant value (0.000) < from 0.05 and t-count (4.550) > compared to t-table (1.984). (3) that (Perceived Usefulness and Trust) simultaneously have a positive and significant effect on Usage Decisions can be seen from the F-count> F-table and the significance level (0.000) <0.05.*

**Keywords: Perceived Usefulness, Trust, Usage Decision**



## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh Persepsi Manfaat Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Penggunaan *E-Wallet* Dana Di Kecamatan Medan Selayang. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan asosiatif. Populasi pada penelitian ini adalah penduduk Kecamatan Medan Selayang yang berusia antara 17 sampai 50 tahun sebanyak 59.117 orang. Dengan sampel penelitian dengan menggunakan rumus slovin berjumlah 100 responden. Teknik analisis data menggunakan regresi linear berganda dengan program SPSS 25. Dengan hasil penelitian. (1) Persepsi Manfaat, berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap Keputusan Penggunaan. Hal ini terlihat dari nilai signifikan  $(0,000) < \text{dari } 0,05$  dan  $t\text{-hitung } (5.013) > \text{dibandingkan } t\text{-tabel } (1.984)$ . (2) Kepercayaan, berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap Keputusan Penggunaan. Hal ini terlihat dari nilai signifikan  $(0,000) < \text{dari } 0,05$  dan  $t\text{-hitung } (4.550) > \text{dibandingkan } t\text{-tabel } (1.984)$ . (3) bahwa (Persepsi Manfaat dan Kepercayaan) secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Penggunaan dapat di liat  $F\text{-hitung} > F\text{-tabel}$  dan tingkat signifikansinya  $(0,000) < 0,05$ .

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



## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan atas kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan karunianya, serta sholawat beriringkan salam kita panjatkan kepada Nabi Muhammad SAW, sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir “Skripsi” dengan judul **“Pengaruh Persepsi Manfaat Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Penggunaan *E-Wallet* Dana Di Kecamatan Medan Melayang”**. Adapun proses penyusunan skripsi ini yakni untuk melengkapi salah satu gelar Sarjana Manajemen (SM) pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Medan Area.

Kemudian penulis mengucapkan terima kasih sebesar – besarnya kepada yang istimewa untuk kedua orang tua penulis, Ayahanda tercinta Syakban Nursap Tanjung dan Ibunda tercinta Latifah Hanum yang selalu memberikan semangat dan dukungan setiap harinya dalam bentuk doa maupun materi sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Pada Kesempatan ini penulis juga ingin mengucapkan terimakasih kepada :

1. Bapak Prof. Dr. Dadan Ramdan, M.Eng, M.Sc., Selaku Rektor Universitas Medan Area.
2. Bapak Ahmad Rafiki, BBA (Hons), MMgt, Ph.D, CIMA., Selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Medan Area.
3. Ibu Sari Nuzullina Rahmadhani, S.E. Ak, M.Acc., Selaku Wakil Bidang Penjamin Mutu Akademik Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Medan Area.

4. Ibu Fitriaini Tobing, SE, M.Si Selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Medan Area.
5. Ibu Hesti Sabrina, SE, M.Si Selaku Dosen Pembimbing penulis yang telah bersedia membimbing, mengarahkan, memberikan semangat dan meluangkan waktunya sehingga penulis bisa menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
6. Ibu Dr. Adelina Lubis, SE, M.Si Selaku Dosen Pembimbing yang telah banyak memberikan masukan dan saran dalam menyelesaikan skripsi ini.
7. Ibu Nindya Yunita, S.Pd, M.Si Selaku Dosen Sekretaris yang telah banyak memberikan masukan dan saran dalam menyelesaikan skripsi ini.
8. Ibu Muthya Rahmi Darmansyah, SE, M.Sc Selaku Kabid. Pembelajaran dan Sistem Informasi Akademik Program Studi Manajemen.
9. Bapak Alfifto, SE, M.Si Selaku Kabid. Minat Bakat dan Inovasi Program Studi Manajemen.
10. Seluruh Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis di lingkungan Universitas Medan Area, yang telah memberikan ilmu pengetahuan kepada penulis selama masih duduk di bangku perkuliahan.
11. Seluruh Pegawai yang telah bersedia membantu proses pengurusan administrasi penulis selama berkuliah di Universitas Medan Area.
12. Kepada kakak penulis Arini Manasika dan Riska Andini, serta adik penulis Lutfi Adillah Hafiz Tanjung yang selalu memberikan dukungan dan semangat kepada penulis.

13. Sahabat penulis Azilla Luthfiyyah, M. Rizky, M. Dicky Dharmawan, Stepany Melani Br Ginting, Nabil Fauzan, Chairul Amri, Denissa Aldana, Desi Lestari Br Ginting, Geby Enjelita Perangin Angin, Fitria Novalyza, dan teman – teman lainnya yang telah banyak membantu, menyemangati, memberikan saran, dan memotivasi penulis. Serta membuat kehidupan perkuliahan penuh warna dan kebahagiaan.
14. Sahabat penulis Dwi Ramadhani, Davina Anjelia, Solpa Annisa Fitri, dan Talitha Fadiyah yang senantiasa selalu membantu dan mensupport penulis.
15. Para sahabat MSIB Batch 5 yang turut memberikan warna dalam cerita masa muda penulis.
16. Syamaya Magvira Tanjung, *last but no least*, ya! Diri saya sendiri. Apresiasi sebesar – besarnya karena telah bertanggung jawab untuk menyelesaikan apa yang telah dimulai. Terimakasih karena terus berusaha dan tidak menyerah.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih memiliki kekurangan, oleh karena itu penulis mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun demi kesempurnaan skripsi ini. Penulis juga berharap skripsi ini dapat bermanfaat untuk kalangan Pendidikan maupun Masyarakat. Akhir kata penulis ucapkan terima kasih.

Medan, 07 Maret 2025

Penulis



**Syamaya Magvira Tanjung**  
**218320083**

## DAFTAR ISI

<b>ABSTRACK</b> .....	<b>i</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>ii</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>iii</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>vi</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 .....	14
1.3 Pertanyaan Penelitian .....	15
1.4 Tujuan Penelitian.....	15
1.5 Manfaat Penelitian.....	15
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	<b>17</b>
2.1 Keputusan Penggunaan.....	17
2.1.1 Pengertian Keputusan Penggunaan .....	17
2.1.2 Faktor – Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Penggunaan.....	18
2.1.3 Indikator Keputuasan Penggunaan.....	20
2.2 Persepsi Manfaat .....	21
2.2.1 Pengertian Persepsi Manfaat.....	21
2.2.2 Faktor – Faktor yang Mempengaruhi Persepsi Manfaat .....	22
2.2.3 Indikator Persepsi Manfaat .....	23
2.3 Kepercayaan.....	24
2.3.1 Pengertian Kepercayaan .....	24
2.3.2 Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Kepercayaan.....	25
2.3.3 Indikator Kepercayaan .....	27
2.4 Penelitian Terdahulu.....	28
2.5 Hubungan Antar Variabel.....	30
2.5.1 Pengaruh Persepsi Manfaat Terhadap Keputusan Penggunaan.....	30
2.5.2 Pengaruh Kepercayaan Terhadap Keputusan Penggunaan .....	31
2.5.3 Pengaruh Persepsi Manfaat dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Penggunaan .....	31
2.6 Kerangka Konseptual .....	32
2.7 Hipotesis Penelitian .....	33
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN</b> .....	<b>34</b>
3.1 Jenis Penelitian .....	34
3.2 Lokasi dan Waktu Penelitian .....	34
3.2.1 Lokasi Penelitian .....	34
3.2.2 Waktu Penelitian .....	35
3.3 Populasi Dan Sampel.....	35

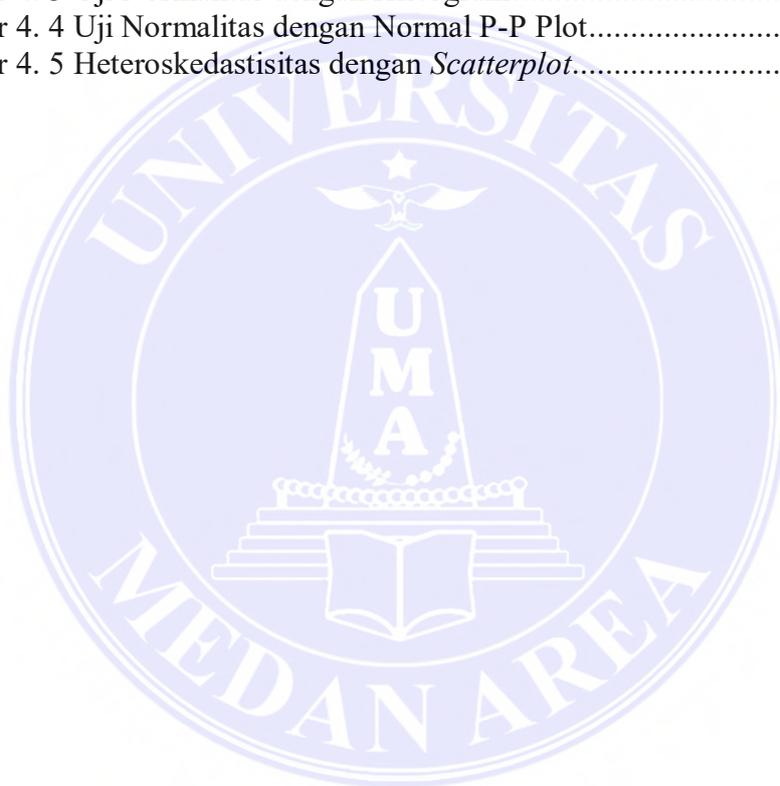
3.3.1	Populasi .....	35
3.3.2	Sampel .....	36
3.4	Definisi Operasional .....	37
3.5	Skala Pengukuran Data .....	38
3.6	Metode Pengumpulan Data .....	39
3.7	Jenis dan Sumber Data .....	39
3.7.1	Jenis Data .....	39
3.7.2	Sumber Data .....	40
3.8	Uji Instrumen Penelitian .....	40
3.8.1	Uji Validitas .....	40
3.8.2	Uji Reliabilitas .....	42
3.9	Uji Asumsi Klasik .....	43
3.9.1	Uji Normalitas .....	43
3.9.2	Uji Multikolinearitas .....	44
3.9.3	Uji Heteroskedastisitas .....	44
3.10	Teknik Analisis Data .....	45
3.10.1	Analisis Statistik Deskriptif .....	45
3.10.2	Analisis Regresi Linear Berganda .....	45
3.10.3	Uji Hipotesis .....	46
3.10.3.1	Uji t (Uji Parsial) .....	46
3.10.3.2	Uji F (Uji Simultan) .....	46
3.10.3.3	Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....	47
<b>BAB IV</b>	<b>HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>48</b>
4.1	Profil Perusahaan .....	48
4.1.1	Sejarah DANA .....	48
4.1.2	Visi dan Misi DANA .....	50
4.1.3	Struktur Organisasi Perusahaan .....	50
4.2	Analisis Deskriptif Responden .....	51
4.2.1	Analisis Karakteristik Responden .....	51
4.2.2	Frekuensi Jawaban Responden .....	53
4.2.3	Hasil Pengujian Asumsi Klasik .....	61
4.2.4	Analisis Regresi Linear Berganda .....	65
4.2.5	Pengujian Hipotesis .....	66
4.3	Pembahasan .....	69
4.3.1	Pengaruh Persepsi Manfaat Terhadap Keputusan Penggunaan .....	69
4.3.2	Pengaruh Kepercayaan Terhadap Keputusan Penggunaan ....	69
4.3.3	Pengaruh Persepsi Manfaat Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Penggunaan .....	70
<b>BAB V</b>	<b>KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>72</b>
5.1	Kesimpulan .....	72
5.2	Saran .....	72
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>		<b>74</b>

## DAFTAR TABEL

No. Tabel	Judul	Halaman
Tabel 1. 1	Hasil <i>Prasurvey</i> Keputusan penggunaan .....	8
Tabel 1. 2	Hasil <i>Prasurvey</i> Persepsi Manfaat .....	10
Tabel 1. 3	Hasil <i>Prasurvey</i> Kepercayaan .....	12
Tabel 2. 1	Penelitian Terdahulu.....	28
Tabel 3. 1	Rencana Waktu Penelitian .....	35
Tabel 3. 2	Populasi Kecamatan Medan Selayang Usia 17 – 50 Tahun .....	36
Tabel 3. 3	Operasionalisasi Variabel .....	37
Tabel 3. 4	Instrumen Skala Likert .....	38
Tabel 3. 5	Hasil Uji Validitas .....	41
Tabel 3. 6	Hasil Uji Reliabilitas .....	42
Tabel 4. 1	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia .....	52
Tabel 4. 2	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	52
Tabel 4. 3	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	53
Tabel 4. 4	Distribusi Jawaban Responden Keputusan Penggunaan .....	54
Tabel 4. 5	Distribusi Jawaban Responden Variabel Persepsi Manfaat.....	56
Tabel 4. 6	Distribusi Jawaban Responden Variabel Kepercayaan .....	59
Tabel 4. 7	One-Sample Kolmogrov-Smirnov Test.....	63
Tabel 4. 8	Uji Multikolinearitas .....	64
Tabel 4. 9	Hasil Regresi Linear Berganda .....	65
Tabel 4. 10	Hasil Uji Parsial (Uji-t).....	67
Tabel 4. 11	Hasil Uji F Signifikansi Serempak (Uji-F).....	68
Tabel 4. 12	Hasil Pengujian Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....	68

## DAFTAR GAMBAR

No. Gambar	Judul	Halaman
Gambar 1. 1	Survei metode pembayaran terpopuler .....	4
Gambar 1. 2	Survei penggunaan <i>E-wallet</i> di Indonesia.....	5
Gambar 1. 3	Survei penggunaan <i>E-wallet</i> di Kota Medan.....	6
Gambar 2. 1	Kerangka Konseptual.....	32
Gambar 4. 1	Logo <i>E-wallet</i> DANA.....	49
Gambar 4. 2	Struktur Organisasi <i>E-wallet</i> Dana .....	51
Gambar 4. 3	Uji Normalitas dengan Histogram.....	61
Gambar 4. 4	Uji Normalitas dengan Normal P-P Plot.....	62
Gambar 4. 5	Heteroskedastisitas dengan <i>Scatterplot</i> .....	64



## DAFTAR LAMPIRAN

No. Lampiran	Judul	Halaman
Lampiran 1.	Kuesioner Penelitian .....	79
Lampiran 2.	Tabulasi Data Jawaban Responden.....	83
Lampiran 3.	Tabel dan Gambar Hasil Pengolahan Data SPSS .....	90
Lampiran 4.	Surat Izin Riset.....	96
Lampiran 5.	Surat Selesai Riset.....	97



## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **1.1 Latar Belakang**

Di era modern ini, kemajuan teknologi yang cepat telah memengaruhi banyak aspek kehidupan, termasuk kebutuhan masyarakat akan sistem pembayaran. Sekarang, masyarakat menginginkan suatu sistem pembayaran yang tidak hanya cepat dan mudah, tetapi juga aman untuk digunakan dalam berbagai transaksi sehari-hari. Kebutuhan ini semakin penting mengingat kompleksitas dan dinamika kehidupan masyarakat yang semakin meningkat. Seperti yang kita ketahui, Indonesia telah memasuki era ekonomi digital, di mana banyak transaksi dan interaksi ekonomi sudah mulai bergantung pada teknologi informasi dan komunikasi digital. Kemajuan teknologi seperti internet, ponsel, dan aplikasi keuangan telah memungkinkan masyarakat untuk lebih mudah dan mudah melakukan transaksi secara digital. Salah satu fenomena yang terjadi di Indonesia pada era ekonomi digital ini adalah masyarakat yang sudah mulai menerapkan sistem pembayaran yang menggunakan uang elektronik.

Keputusan penggunaan merupakan cara bagaimana individu, grup, atau organisasi memilih, membeli, dan menggunakan barang atau jasa untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan mereka (Piercy et al., 2016). Ini adalah komponen penting dari perilaku konsumen yang berfokus pada proses pengambilan keputusan. Adapun menurut Kotler & Armstrong (2016) juga menambahkan keputusan penggunaan merupakan proses kompleks yang dilalui konsumen sebelum akhirnya memutuskan untuk menggunakan suatu produk atau layanan. keputusan ini dipengaruhi oleh faktor-faktor eksternal seperti opini teman, iklan, dan pengalaman

sebelumnya, yang semuanya berkontribusi pada pemahaman konsumen tentang nilai dan manfaat yang ditawarkan oleh produk atau layanan yang mereka pertimbangkan. Persepsi manfaat konsumen terhadap produk atau jasa dapat dijadikan pertimbangan dalam pengambilan keputusan penggunaan.

Persepsi merupakan proses dimana kita memilih, mengatur dan menerjemahkan informasi untuk menciptakan gambaran dunia yang berarti (Hurriyati, 2019). Menurut Jogiyanto (2019) persepsi manfaat merupakan sejauh mana seseorang percaya bahwa dalam menggunakan suatu teknologi tertentu akan meningkatkan kinerja pekerjaannya. Seseorang akan menggunakan teknologi apabila suatu teknologi tersebut dapat memberikan manfaat kepada mereka. Adapun menurut Purba et al., (2020) persepsi manfaat merupakan tingkatan dimana seorang pengguna percaya bahwa teknologi atau sistem akan meningkatkan performanya dalam bekerja.

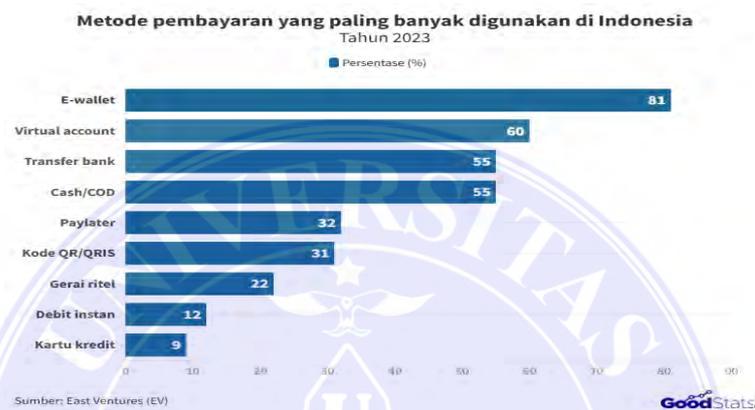
Kepercayaan pengguna juga sangat berpengaruh dalam pengambilan keputusan secara konsisten. Menurut Sugara (2017) Kepercayaan merupakan bentuk dukungan yang dimiliki oleh konsumen untuk mendapatkan sesuatu yang dibutuhkan. Kepercayaan yang berkembang dalam diri konsumen terhadap kualitas dan manfaat akan memainkan peran krusial dalam menentukan bagaimana konsumen mengambil keputusan dalam menggunakan atau membeli sesuatu. Adapun menurut Nurrachmi & Setiawan (2020) juga menambahkan Kepercayaan merupakan keyakinan yang memungkinkan individu untuk secara sukarela menjadi pelanggan penyedia layanan setelah mempertimbangkan karakteristik penyedia layanan tersebut. Ketika sebuah produk dapat memberikan kepercayaan kepada

konsumennya maka dapat memberikan pengaruh yang cukup kuat terhadap calon pelanggan sebelum memutuskan untuk menggunakan suatu produk atau jasa.

Salah satu bentuk implementasi dalam transaksi pembayaran elektronik adalah dengan berdirinya perusahaan rintisan atau *startup* yang bergerak di bidang *financial technology*. Dompot digital atau yang dikenal sebagai *E-wallet* ini merupakan salah satu bentuk dari penerapan *Fintech* (*financial technology*) (Mawardi & Prabowo, 2023).

Menurut Nismara (2024) *E-wallet* merupakan salah satu metode pembayaran yang telah berkembang di Indonesia. Pembayaran ini dapat dilakukan melalui teknologi *Near Field Communication* (NFC), teknologi *barcode*, dan teknologi *One Time Password* (OTP). Berdasarkan penelitian Daştan & Gürler, (2016) pengetahuan tentang teknologi, kemudahan penggunaan aplikasi, dan mobilitas adalah faktor yang mempengaruhi masyarakat menggunakan sistem pembayaran *third party* atau *mobile payment system* seperti *e-wallet*. Menurut penelitian MUNIANDY, (2021) pengetahuan tentang teknologi adalah faktor yang mempengaruhi masyarakat menggunakan *e-wallet* serta penggunaan *e-wallet*. Kusuma & Syahputra (2020) menambahkan bahwa *e-wallet* memiliki manfaat yang sangat banyak. *E-wallet* dapat digunakan sebagai alat transaksi untuk pembelian online dan untuk mentransfer uang antar bank atau sesama *e-wallet*. Selain itu, *e-wallet* juga dapat digunakan untuk pembayaran makanan, belanja, asuransi, tagihan rumah tangga seperti internet, listrik, air, dan TV kabel, dan lainnya.

Berdasarkan laporan *East Ventures (EV)* bertajuk *Digital Competitiveness Index 2023: Equitable Digital Nation*, *E-wallet* menjadi metode pembayaran yang paling banyak digunakan di Indonesia dengan persentase sebesar 81% pada tahun 2023.

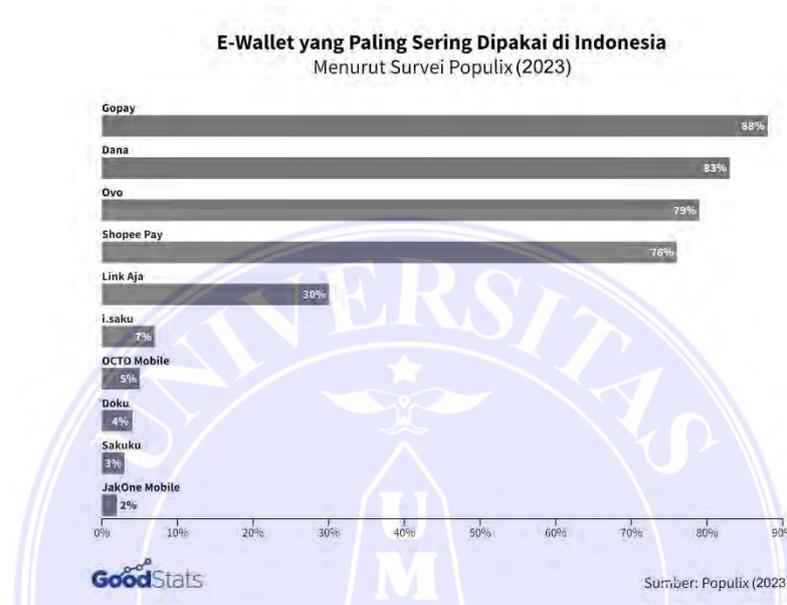


Sumber : east.vc (2023)

**Gambar 1. 1**  
**Survei metode pembayaran terpopuler**

Diikuti oleh *virtual account* dengan 60%. Selain itu, ada juga metode transfer bank dan cash/COD (*cash on delivery*) dengan persentase masing-masing mencapai 55%. Lalu, disusul oleh metode *paylater* dan QR/QRIS (*Quick Response Code Indonesian Standard*) dengan proporsi masing-masing sebesar 32% dan 31% di tahun 2023. Berdasarkan Gambar 1.1, ini membuktikan bahwasannya metode pembayaran non tunai melalui dompet elektronik atau *e-wallet* semakin populer. Hal ini karena, penggunaan *e-wallet* tidak membutuhkan waktu yang lama dan juga mudah digunakan, sehingga *e-wallet* banyak dipilih oleh masyarakat (Hidayat et al., 2020)

Menurut lembaga survei konsumen Populix (2023), dari 1000 orang yang disurvei sudah pernah menggunakan *E-wallet*, dapat dilihat bahwa popularitas dompet digital sebagai metode pembayaran semakin meningkat.



Sumber : [info.populix.co](http://info.populix.co) (2023)

**Gambar 1. 2**  
**Survei penggunaan *E-wallet* di Indonesia**

Berdasarkan Gambar 1.2, Populix mensurvei sebanyak 1.000 orang Indonesia mengenai pendapat, kebiasaan, dan preferensi mereka mengenai layanan *e-wallet*. Populix mengambil sepuluh sampel jenis *e-wallet* yang sering digunakan di Indonesia yaitu: Go-pay, DANA, OVO, Shopee Pay, LinkAja, i.Saku, Octo Mobile, Doku, Sakuku, dan JakOne Mobile. Pada survei yang dilakukan oleh populix ditemukan bahwa Gopay berada di peringkat pertama sebagai *e-wallet* yang sering dipakai di Indonesia sebanyak 88%. Pada urutan kedua adalah DANA sebanyak 83%, OVO memiliki persentase 79%, Shopee Pay memiliki persentase 76%, Link Aja memiliki persentase 30%, OCTO Mobile memiliki persentase 5%,

Doku memiliki persentase 4%, Sakuku memiliki persentase 3%, dan JakOne Mobile memiliki persentase 2%.



Sumber : databoks.katadata.co.id (2023)

**Gambar 1.3**  
**Survei penggunaan *E-wallet* di Kota Medan**

Berdasarkan Gambar 1.3, Databoks mensurvei sebanyak 1.300 orang di Kota Medan mengenai layanan penggunaan *e-wallet*. Databoks mengambil lima sampel jenis *e-wallet* yang sering digunakan yaitu: Gopay, OVO, Dana, ShopeePay, dan LinkAja. Pada survei yang dilakukan oleh Databoks ditemukan bahwa Gopay berada di peringkat pertama sebagai *e-wallet* yang sering dipakai di Kota Medan sebanyak 71%. Pada urutan kedua adalah OVO sebanyak 70%, pada urutan ketiga Dana memiliki persentase sebanyak 61%, pada urutan keempat ShopeePay memiliki persentase 60%, dan yang terakhir pada urutan kelima LinkAja memiliki persentase 27%.

Berdasarkan data dari Populix dan Databoks, Peneliti menemukan adanya permasalahan yakni *e-wallet* Dana belum mampu menduduki posisi 1 (satu) atau belum menjadi *e-wallet* yang paling populer. Yang dimana posisi 1 (satu) ditempati oleh *e-wallet* Gopay merupakan perusahaan yang sudah ada duluan daripada *e-*

*wallet* Dana, oleh karena itu peneliti menduga konsumen cenderung lebih terbiasa pada *e-wallet* yang lebih dulu ada.

Dilansir dari katadata.co.id DANA adalah aplikasi dompet digital yang memungkinkan pengguna melakukan berbagai transaksi keuangan dengan cepat dan aman. Aplikasi ini memungkinkan pengguna untuk membayar tagihan, melakukan transfer uang antar pengguna, dan melakukan pembelian di berbagai merchant yang bekerja sama dengan platform ini. Selain itu pengguna DANA juga dapat menggunakan fitur Simpan Kartu Bank untuk menyambungkan pembayaran dari bank ke aplikasi DANA. Pengguna dapat mengelola keuangan mereka dengan lebih baik karena DANA memudahkan mereka berbelanja dan melakukan transaksi sehari-hari. PT Espay Debit Indonesia Koe (EDIK) meluncurkan aplikasi ini pada 5 November 2018, perusahaan yang berdedikasi untuk menyediakan produk keuangan digital yang inovatif dan menguntungkan (Yesidora, 2022).

Pengguna di Kecamatan Medan Selayang memiliki faktor yang berbeda yang dapat mempengaruhi keputusan penggunaan dalam melakukan transaksi di aplikasi *E-wallet* Dana, karena pada dasarnya konsumen akan melakukan keputusan penggunaan apabila aplikasi *E-wallet* Dana memiliki persepsi manfaat dan kepercayaan dalam menggunakan layanan tersebut sesuai dengan keinginan mereka. Namun sebaliknya, ketika mereka menganggap faktor tersebut tidak sesuai maka mereka tidak akan menggunakan *e-wallet* Dana tersebut.

*E-wallet* Dana memberikan berbagai keunggulan diantaranya mengedepankan kecepatan, kemudahan dan efisiensi dibandingkan dengan instrumen pembayaran non tunai lainnya, ini membuktikan bahwa *e-wallet* dana

telah memberikan banyak manfaat dan kemudahan serta kepercayaan bagi pengguna. Akan tetapi sebagai salah satu metode pembayaran dalam melakukan transaksi *e-wallet* Dana masih belum banyak digunakan di Kecamatan Medan Selayang, hal ini akibat kurangnya pemahaman masyarakat mengenai persepsi manfaat dan kepercayaan dalam bertransaksi menggunakan *e-wallet* dana.

Sebelumnya peneliti telah melakukan *prasurvey* terhadap 30 responden mengenai pengguna aplikasi *E-wallet* Dana di kecamatan Medan Selayang. Dengan menyebarkan *kuesioner*. Berikut hasil *survey* awal mengenai keputusan penggunaan yang dapat di lihat sebagai berikut :

**Tabel 1. 1**  
**Hasil Pra Survey Keputusan Penggunaan**

No	Pernyataan	Jawaban					Total
		SS	S	KS	TS	STS	
1	Saya selalu menggunakan E-Wallet Dana dalam melakukan transaksi	6	9	5	7	5	30
2	Saya tertarik menggunakan E-wallet Dana karena adanya Kerja sama antara beberapa merchant dengan E-wallet Dana	8	8	6	4	4	30
3	Saya berencana terus menggunakan <i>E-wallet</i> Dana untuk keperluan pembayaran di masa mendatang	4	5	8	7	6	30
4	Saya merasa <i>E-Wallet</i> Dana adalah metode pembayaran yang paling praktis bagi saya	7	6	7	6	4	30

Sumber : Hasil *Prasurvey* (2024)

Berdasarkan Tabel 1.1 pada *prasurvey* terkait variabel keputusan penggunaan, menunjukkan bahwa 6 responden (20%) responden menjawab sangat setuju pada pernyataan saya percaya bahwa *e-wallet* Dana aman digunakan dalam bertransaksi, 9 responden (30%) menjawab setuju, 5 responden (16,7%) menjawab

kurang setuju, 7 responden (23,3%) menjawab tidak setuju, dan 3 responden (10%) menjawab sangat tidak setuju dalam pernyataan tersebut. Selanjutnya pada pernyataan kedua dimana terdapat 8 responden (26,7%) menjawab sangat setuju saya percaya data pribadi saya terlindungi saat menggunakan *e-wallet* Dana, 8 responden (26,7%) menjawab setuju, 6 responden (20%) menjawab kurang setuju, 4 responden (13,3%) menjawab tidak setuju, dan 4 responden (13,3%) menjawab sangat tidak setuju dalam pernyataan tersebut. Lalu pada pernyataan ketiga dimana 4 responden (13,3%) menjawab sangat setuju pada pernyataan saya percaya bahwa *e-wallet* Dana menyediakan layanan pelanggan yang responsif, 5 responden (16,7%) menjawab setuju, 8 responden (26,7%) menjawab kurang setuju, 7 responden (23,3%) menjawab tidak setuju, dan 6 responden (20%) menjawab sangat tidak setuju dalam pernyataan tersebut. Dan pada pernyataan keempat dimana 7 responden (23,3%) menjawab sangat setuju pada pernyataan saya percaya *e-wallet* Dana memiliki reputasi baik sebagai platform pembayaran digital, 6 responden (20%) menjawab setuju, 7 responden (20%) menjawab kurang setuju, 6 responden (23,3%) menjawab tidak setuju, dan 4 responden (13,3%) menjawab sangat tidak setuju dalam pernyataan tersebut. Dari hasil *prasurvey* berikut dapat disimpulkan bahwa keputusan penggunaan *e-wallet* dana di Kecamatan Medan Selayang masih bervariasi. Ini dapat dilihat bahwa masih banyaknya responden yang mengungkapkan bahwa *e-wallet* Dana bukan satu satunya dompet digital yang dapat melakukan transaksi. Dan mereka menganggap *e-wallet* Dana tetaplah tidak berbeda walaupun telah bekerja sama dengan *merchant* lain.

Selanjutnya peneliti juga melakukan *prasurvey* terhadap 30 responden mengenai variabel persepsi manfaat. Berikut hasil *prasurvey* mengenai variabel persepsi manfaat yang dapat di lihat sebagai berikut :

**Tabel 1. 2**  
**Hasil Pra Survey Persepsi Manfaat**

No	Pernyataan	Jawaban					Total
		SS	S	KS	TS	STS	
1	Saya merasa E-Wallet Dana memudahkan saya dalam bertransaksi	8	7	6	5	4	30
2	Saya merasa melakukan transaksi lebih cepat ketika menggunakan E-Wallet Dana	7	6	6	6	5	30
3	Saya merasa E-Wallet Dana menawarkan keuntungan lebih dibandingkan metode pembayaran lainnya	4	5	7	8	6	30
4	Saya merasa aman saat melakukan transaksi menggunakan E-Wallet Dana	5	7	7	6	5	30
5	Saya merasa <i>E-wallet</i> Dana memberikan kemudahan dalam mengelola pengeluaran harian saya	6	8	7	5	4	30

Sumber : Hasil *Prasurvey* (2024)

Berdasarkan Tabel 1.2 pada *prasurvey* terkait variabel persepsi manfaat, menunjukkan bahwa 8 responden (26,7%) responden menjawab sangat setuju pada pernyataan saya percaya bahwa *e-wallet* Dana aman digunakan dalam bertransaksi, 7 responden (23,3%) menjawab setuju, 5 responden (16,7%) menjawab kurang setuju, 6 responden (20%) menjawab tidak setuju, dan 4 responden (13,3%) menjawab sangat tidak setuju dalam pernyataan tersebut. Selanjutnya pada pernyataan kedua dimana terdapat 7 responden (23,3%) menjawab sangat setuju saya percaya data pribadi saya terlindungi saat menggunakan *e-wallet* Dana, 6

responden (20%) menjawab setuju, 6 responden (20%) menjawab kurang setuju, 6 responden (20%) menjawab tidak setuju, dan 5 responden (16,7%) menjawab sangat tidak setuju dalam pernyataan tersebut. Lalu pada pernyataan ketiga dimana 4 responden (13,3%) menjawab sangat setuju pada pernyataan saya percaya bahwa *e-wallet* Dana menyediakan layanan pelanggan yang responsif, 5 responden (16,7%) menjawab setuju, 7 responden (23,3%) menjawab kurang setuju, 8 responden (26,7%) menjawab tidak setuju, dan 6 responden (20%) menjawab sangat tidak setuju dalam pernyataan tersebut. Dilanjutkan pada pernyataan keempat dimana 5 responden (16,7%) menjawab sangat setuju pada pernyataan saya percaya *e-wallet* Dana memiliki reputasi baik sebagai platform pembayaran digital, 7 responden (23,3%) menjawab setuju, 7 responden (23,3%) menjawab kurang setuju, 6 responden (20%) menjawab tidak setuju, dan 5 responden (16,7%) menjawab sangat tidak setuju dalam pernyataan tersebut. Dan pada pernyataan kelima dimana 6 responden (20%) menjawab sangat setuju pada pernyataan saya percaya *e-wallet* Dana memiliki reputasi baik sebagai platform pembayaran digital, 8 responden (26,7%) menjawab setuju, 7 responden (23,3%) menjawab kurang setuju, 5 responden (16,7%) menjawab tidak setuju, dan 4 responden (13,3%) menjawab sangat tidak setuju dalam pernyataan tersebut. Dari hasil *prasurvey* berikut dapat disimpulkan bahwa responden mengungkapkan bahwasannya saat mereka melakukan transaksi masih sering terjadinya *error* atau *bug system* pada aplikasi *e-wallet* Dana sehingga menyulitkan mereka dalam melakukan transaksi. Dan responden mengatakan masih ada *e-wallet* ataupun metode pembayaran lain yang menawarkan keuntungan lebih daripada *e-wallet* Dana ini.

Lalu peneliti juga juga melakukan *prasurvey* terhadap 30 responden mengenai variabel kepercayaan. Berikut hasil *prasurvey* mengenai variabel kepercayaan yang dapat di lihat sebagai berikut :

**Tabel 1.3**  
**Hasil Pra Survey Kepercayaan**

No	Pernyataan	Jawaban					Total
		SS	S	KS	TS	STS	
1	Saya percaya bahwa <i>E-Wallet</i> Dana aman digunakan dalam bertransaksi	5	4	6	10	5	30
2	Saya percaya data pribadi saya terlindungi saat menggunakan <i>E-Wallet</i> Dana	4	4	8	8	6	30
3	Saya percaya bahwa <i>E-wallet</i> Dana menyediakan layanan pelanggan yang responsif	7	7	6	5	5	30
4	Saya percaya <i>E-wallet</i> Dana memiliki reputasi baik sebagai platform pembayaran digital	8	7	4	6	5	30

Sumber : Hasil *Prasurvey* (2024)

Berdasarkan Tabel 1.3 pada *prasurvey* terkait variabel kepercayaan, menunjukkan bahwa 5 responden (16,7%) responden menjawab sangat setuju pada pernyataan saya percaya bahwa *e-wallet* Dana aman digunakan dalam bertransaksi, 4 responden (13,3%) menjawab setuju, 6 responden (20%) menjawab kurang setuju, 10 responden (33,3%) menjawab tidak setuju, dan 5 responden (16,7%) menjawab sangat tidak setuju dalam pernyataan tersebut. Selanjutnya pada pernyataan kedua dimana terdapat 4 responden (13,3%) menjawab sangat setuju saya percaya data pribadi saya terlindungi saat menggunakan *e-wallet* Dana, 4 responden (13,3%) menjawab setuju, 8 responden (26,7%) menjawab kurang setuju, 8 responden (26,7%) menjawab tidak setuju, dan 6 responden (20%) menjawab sangat tidak setuju dalam pernyataan tersebut. Lalu pada pernyataan

ketiga dimana 7 responden (23,3%) menjawab sangat setuju pada pernyataan saya percaya bahwa *e-wallet* Dana menyediakan layanan pelanggan yang responsif, 7 responden (23,3%) menjawab setuju, 6 responden (20%) menjawab kurang setuju, 5 responden (16,7%) menjawab tidak setuju, dan 5 responden (16,7%) menjawab sangat tidak setuju dalam pernyataan tersebut. Dan pada pernyataan keempat dimana 8 responden (26,7%) menjawab sangat setuju pada pernyataan saya percaya *e-wallet* Dana memiliki reputasi baik sebagai platform pembayaran digital, 7 responden (23,3%) menjawab setuju, 4 responden (13,3%) menjawab kurang setuju, 6 responden (20%) menjawab tidak setuju, dan 5 responden (16,7%) menjawab sangat tidak setuju dalam pernyataan tersebut. Dari hasil *prasurvey* berikut dapat disimpulkan bahwa responden mengungkapkan bahwasannya mereka masih kurang percaya dalam melakukan transaksi menggunakan *e-wallet* Dana apalagi dengan nominal transaksi yang cukup besar. Lalu dari segi aspek perlindungan untuk data pribadi mereka masih kurang percaya data pribadi mereka akan terlindungi saat menggunakan *e-wallet* Dana.

Adapun *research gap* dalam penelitian ini, penelitian sebelumnya Savitri & Purwanti (2022) menunjukkan bahwa persepsi manfaat dan kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan *e-wallet*. Hasil ini sependapat dengan penelitian Rahmawati & Yuliana (2020) yang menunjukkan bahwa persepsi manfaat dan kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan *e-wallet*. Tetapi sebaliknya hasil ini tidak sependapat dengan penelitian Annisa et al., (2023) yang mengatakan persepsi manfaat tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan

*e-wallet*. Dan juga pada penelitian yang dilakukan oleh Risky et al., (2023) menemukan bahwa kepercayaan tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan *e-wallet*.

Berdasarkan uraian latar belakang dan fenomena serta *research gap* sebelumnya, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian mengenai: **“Pengaruh Persepsi Manfaat dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Penggunaan *E-Wallet* Dana di Kecamatan Medan Selayang.”**

## 1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian diatas, Dimana fenomena yang terjadi saat ini masyarakat sudah mulai menerapkan sistem pembayaran yang menggunakan uang elektronik. Yang mana peneliti menemukan adanya permasalahan yakni *e-wallet* Dana masih belum mampu menjadi *e-wallet* paling populer yang banyak digunakan dibandingkan dengan *e-wallet* yang lainnya. Sebagai salah satu metode pembayaran dalam melakukan transaksi, *e-wallet* Dana masih belum banyak digunakan di Kecamatan Medan Selayang, hal ini akibat dari kurangnya pemahaman masyarakat di Kecamatan Medan Selayang dalam bertransaksi menggunakan *e-wallet* dana. Ini karena adanya ketidaksetujuan mengenai *E-wallet* Dana bukanlah satu satunya dompet digital yang dapat melakukan transaksi. Lalu keluhan lain yang muncul atas terjadinya *error* atau *bug system* pada aplikasi *e-wallet* Dana dapat menyulitkan dalam melakukan transaksi. Serta masih minimnya kepercayaan saat menggunakan aplikasi *e-wallet* Dana dalam melakukan transaksi.

### 1.3 Pertanyaan Penelitian

Melalui latar belakang yang telah dijelaskan diatas, Maka pertanyaan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah Persepsi Manfaat berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan *E-Wallet* Dana di Kecamatan Medan Selayang?
2. Apakah Kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan *E-Wallet* Dana di Kecamatan Medan Selayang?
3. Apakah Persepsi Manfaat dan Kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan *E-Wallet* Dana di Kecamatan Medan Selayang?

### 1.4 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh Persepsi Manfaat terhadap Keputusan Penggunaan *E-Wallet* Dana di Kecamatan Medan Selayang.
2. Untuk mengetahui pengaruh Kepercayaan terhadap Keputusan Penggunaan *E-Wallet* Dana di Kecamatan Medan Selayang.
3. Untuk mengetahui pengaruh Persepsi Manfaat dan Kepercayaan terhadap Keputusan Penggunaan *E-Wallet* Dana di Kecamatan Medan Selayang.

### 1.5 Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat kepada berbagai pihak, baik bagi Peneliti, Akademis, Maupun bagi peneliti selanjutnya. Adapun manfaat yang diperoleh dalam penelitian ini adalah:

### 1. Bagi Peneliti

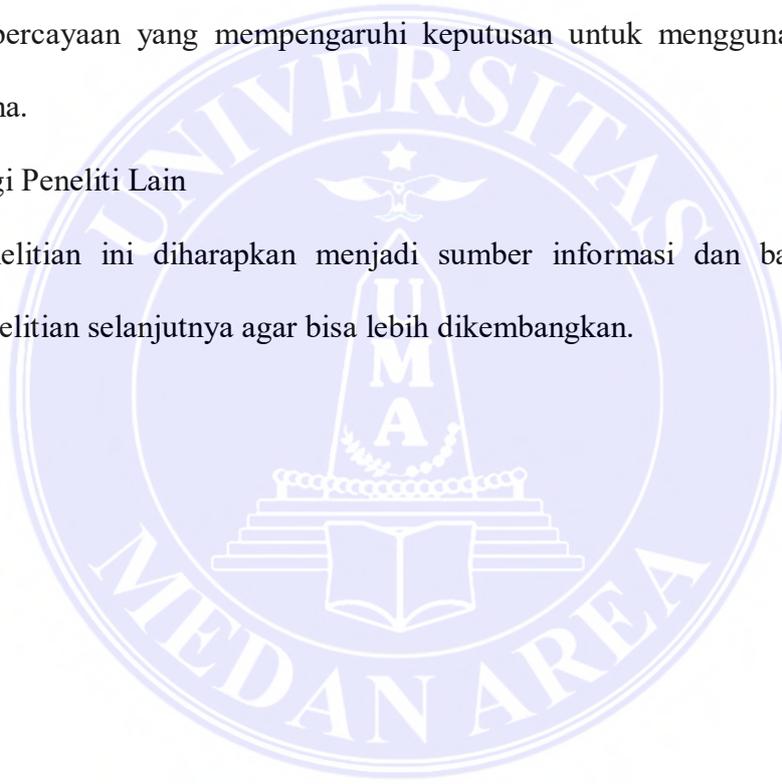
Sebagai penambah wawasan dan pengetahuan tentang manajemen terutama tentang variabel penelitian ini, yaitu Persepsi Manfaat dan Kepercayaan yang berdampak pada keputusan untuk menggunakan *E-Wallet* Dana.

### 2. Bagi Akademis

Diharapkan penelitian ini akan menambah kajian tentang Persepsi Manfaat dan Kepercayaan yang mempengaruhi keputusan untuk menggunakan *E-Wallet* Dana.

### 3. Bagi Peneliti Lain

Penelitian ini diharapkan menjadi sumber informasi dan bahan referensi penelitian selanjutnya agar bisa lebih dikembangkan.



## **BAB II**

### **TINJAUAN PUSTAKA**

#### **2.1 Keputusan Penggunaan**

##### **2.1.1 Pengertian Keputusan Penggunaan**

Kotler & Armstrong (2016) menjelaskan teori tentang keputusan penggunaan merupakan proses yang kompleks dan dinamis di mana seseorang, sekelompok orang, atau suatu organisasi memilih, membeli, dan menggunakan berbagai jenis barang, jasa, gagasan, atau pengalaman. Proses ini tidak hanya mencakup langkah-langkah praktis untuk menentukan barang yang akan dibeli, tetapi juga mempertimbangkan secara menyeluruh bagaimana berbagai jenis kebutuhan dan keinginan dapat dipenuhi oleh pilihan tersebut. Hal ini menunjukkan bahwa keputusan penggunaan sangat penting untuk perilaku pelanggan, karena setiap tindakan dilakukan untuk mencapai kepuasan pelanggan dan meningkatkan kualitas hidup mereka secara keseluruhan.

Menurut Muharam & Soliha (2017) keputusan penggunaan merupakan proses memilih antara dua atau lebih opsi untuk menggunakan produk atau layanan. Ini berarti bahwa beberapa opsi harus tersedia untuk dipertimbangkan agar seseorang dapat membuat keputusan yang bijak dan tepat. Kuheba et al., (2020) menyatakan bahwa keputusan penggunaan adalah proses integrasi yang kompleks di mana individu atau kelompok menggabungkan berbagai pengetahuan yang mereka miliki untuk menilai berbagai alternatif perilaku yang tersedia. Proses ini tidak hanya mengumpulkan informasi yang relevan, tetapi juga menganalisis secara menyeluruh setiap alternatif yang tersedia, yang memungkinkan pengambil

keputusan untuk mempertimbangkan berbagai faktor yang mempengaruhi keputusan mereka.

Adapun menurut menurut Wahyuni & Waloejo (2020) keputusan penggunaan merupakan proses menggunakan yang bersifat konsisten, terutama yang berkaitan dengan kebutuhan sehari-hari. Proses ini dapat dilakukan dengan cepat untuk memenuhi kebutuhan dan kebutuhan pelanggan setelah melalui berbagai tahapan, seperti mengidentifikasi kebutuhan, mencari informasi, dan menilai alternatif setelah digunakan.

Berdasarkan pendapat diatas dapat disimpulkan bahwa Keputusan penggunaan adalah suatu proses *integratif* yang melibatkan serangkaian langkah evaluasi terhadap berbagai pilihan yang tersedia, di mana individu atau kelompok secara sistematis mempertimbangkan dan membandingkan kelebihan dan kekurangan dari setiap pilihan tersebut. Tujuan dari proses ini tidak hanya adalah untuk memilih salah satu dari berbagai pilihan yang tersedia, tetapi juga untuk menemukan cara terbaik untuk menyelesaikan masalah atau masalah dengan lebih efektif dan efisien.

### **2.1.2 Faktor – Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Penggunaan**

Beberapa faktor yang mempengaruhi keputusan penggunaan menurut Kotler & Armstrong (2016) yaitu:

#### **1. Faktor Psikologis**

Faktor psikologis ini termasuk persepsi, motivasi, kemampuan dan pengetahuan, sikap dan kepribadian. Faktor psikologis yang terdapat pada pribadi seseorang

sebagian menunjukkan perilaku orang tersebut sehingga berpengaruh terhadap perilaku sebagai konsumen. Fator – faktor tersebut antara lain:

a. Persepsi

Proses menentukan, pengelompokan, serta pemahaman informasi untuk menghasilkan makna.

b. Motivasi

Motivasi adalah situasi energi dari dalam yang memfokuskan aktifitas seseorang dalam memuaskan kebutuhan atau mencapai tujuan.

c. Kemampuan dan Pengetahuan

Kemampuan adalah keandalan dan ketepatan saat menjalankan tugas tertentu. Kemampuan yang diminati oleh pengusaha adalah kemampuan individu untuk terus belajar di mana proses pembelajaran tersebut pengaruh dari sikap seseorang yang disebabkan dari informasi serta pengalaman.

d. Sikap

Sikap berasal pada tingkat pengetahuan serta tingkat perasaan pada suatu produk ataupun aktifitas tertentu.

e. Kepribadian

Kepribadian adalah sifat murni dari dalam dan perilaku yang membentuk seseorang itu unik. Kepribadian seseorang bisa terbentuk melalui faktor keturunan maupun pengalaman pribadi.

2. Faktor Situasional

Faktor situasional berkaitan dengan situasi sarana dan prasarana lokasi pembelian, waktu pembelian produk, dan keadaan pada saat pembelian. Keadaan sarana dan

prasarana tempat pembelian berhubungan dengan gedung, tempat parkir, tempat ibadah, eksterior dan interior toko, pencahayaan, pendingin udara, dan sebagainya. Waktu berbelanja bisa pagi, siang, sore atau malam hari. Kondisi pelanggan saat melangsungkan pembelian akan berpengaruh terhadap keputusan akhir konsumen.

### 3. Faktor Sosial

Faktor sosial berisikan mengenai peraturan undang-undang, keluarga, kelompok acuan, tingkatan sosial dan culture.

#### 2.1.3 Indikator Keputusan Penggunaan

Berdasarkan menurut Muharam & Soliha (2017), mengidentifikasi indikator keputusan penggunaan sebagai berikut:

##### 1. Pilihan produk

Konsumen membuat keputusan untuk membeli sesuatu berdasarkan memilih berbagai produk dan menetapkan satu produk yang dianggap paling cocok.

##### 2. Waktu pembelian

Keputusan konsumen untuk membeli sesuatu dalam jangka waktu tertentu didasarkan pada frekuensi pembelian mereka.

##### 3. Jumlah pembelian

Keputusan konsumen untuk membeli sesuatu dalam jangka waktu tertentu didasarkan pada jumlah barang yang mereka beli dalam jangka waktu tertentu.

##### 4. Metode pembayaran

Konsumen dapat memilih keputusan tentang metode pembayaran yang akan dilakukan dalam pengambilan keputusan menggunakan produk atau jasa.

## 2.2 Persepsi Manfaat

### 2.2.1 Pengertian Persepsi Manfaat

Menurut Hurriyati, (2019) persepsi merupakan proses dimana kita memilih, mengatur dan menerjemahkan informasi untuk menciptakan gambaran dunia yang berarti. Menurut Purba et al., (2020) persepsi manfaat merupakan tingkatan dimana seorang pengguna percaya bahwa teknologi atau sistem akan meningkatkan performanya dalam bekerja. Pengguna merasa bahwa dengan memanfaatkan teknologi ini, ia dapat menyelesaikan pekerjaan lebih efisien, lebih cepat, atau dengan hasil yang lebih baik, sehingga memberikan keuntungan baik secara pribadi maupun untuk organisasi di mana ia bekerja.

Menurut Rahmawati (2023) persepsi manfaat merupakan pandangan atau keyakinan seorang pengguna terhadap sebuah program atau teknologi tertentu, di mana pengguna meyakini bahwa dengan memanfaatkan program tersebut, proses penyelesaian tugas-tugas yang dihadapinya akan berjalan lebih cepat, efisien, dan efektif dibandingkan dengan cara-cara konvensional atau tanpa menggunakan teknologi sama sekali. Pengguna merasa bahwa teknologi tersebut mampu memberikan kontribusi yang signifikan baik dalam aspek fisik, seperti kecepatan dan efisiensi kerja, maupun dalam aspek nonfisik, seperti kepuasan kerja atau hasil yang lebih memuaskan. Dengan demikian, penggunaan teknologi dipandang sebagai faktor penting yang mempermudah dan mempercepat pencapaian tujuan kerja secara optimal. Adapun menurut Hermanto & Patmawati (2017) persepsi manfaat adalah suatu ukuran atau tingkat keyakinan individu bahwa teknologi yang digunakan, baik dalam bentuk perangkat lunak, perangkat keras, atau sistem

tertentu, akan secara signifikan berkontribusi dalam meningkatkan performa pekerjaan yang dilakukannya.

### 2.2.2 Faktor – Faktor yang Mempengaruhi Persepsi Manfaat

Berikut faktor utama yang mempengaruhi persepsi manfaat menurut Furi et al., (2021) yaitu:

#### 1. Produktivitas

Persepsi bahwa penggunaan sistem baru akan meningkatkan produktivitas suatu usaha dibandingkan sebelumnya.

#### 2. Kinerja pekerjaan

Keyakinan bahwa penggunaan sistem baru akan meningkatkan kinerja pekerjaan dan membuat usaha lebih efisien.

#### 3. Pentingnya bagi tugas

Persepsi bahwa sistem baru akan menjadi bermanfaat jika penting untuk menjalankan suatu usaha.

#### 4. Kebermanfaatan secara keseluruhan

Dampak positif yang diberikan oleh sistem baru terhadap perkembangan suatu usaha.

Selain itu menurut Novalianti & Saad, (2019) adapun faktor-faktor tambahan yang mempengaruhi persepsi manfaat yaitu:

#### 1. Persepsi kemudahan pengguna

Keyakinan bahwa menggunakan sistem teknologi informasi tidak akan merepotkan atau membutuhkan usaha yang besar.

## 2. Reputasi teknologi

Pengalaman pengguna terhadap penggunaan teknologi yang sejenis dan reputasi teknologi yang baik dapat meningkatkan keyakinan pengguna terhadap manfaat.

## 3. Keamanan sistem

Persepsi keamanan sistem juga berpengaruh terhadap minat penggunaan layanan.

### 2.2.3 Indikator Persepsi Manfaat

Berdasarkan menurut Purba et al., (2020), Indikator dari persepsi manfaat adalah sebagai berikut:

#### 1. Mempermudah transaksi pembayaran

Keyakinan bahwa teknologi atau sistem pembayaran membantu menyederhanakan proses transaksi, sehingga pengguna tidak perlu melakukan langkah-langkah yang rumit atau teknis. Pengguna merasa lebih mudah untuk melakukan pembayaran, baik dari segi aksesibilitas, navigasi, maupun alur transaksi yang tidak berbelit-belit.

#### 2. Mempercepat transaksi pembayaran

Seberapa besar teknologi mampu mempercepat proses penyelesaian transaksi, sehingga pengguna bisa menyelesaikan pembayaran dalam waktu yang lebih singkat. Hal ini sangat penting dalam situasi yang menuntut efisiensi waktu, seperti ketika berbelanja online atau di kasir.

#### 3. Memberikan keuntungan tambahan saat menyelesaikan transaksi

Mengacu pada persepsi bahwa selain menyelesaikan transaksi dengan mudah dan cepat, teknologi atau sistem pembayaran juga memberikan keuntungan tambahan,

seperti diskon, cashback, atau poin loyalitas. Dengan adanya manfaat ini, pengguna merasa mendapatkan nilai lebih dari setiap transaksi yang mereka lakukan..

4. Memberikan rasa aman ketika sedang melakukan transaksi pembayaran

Keyakinan pengguna bahwa teknologi atau sistem pembayaran yang digunakan memiliki perlindungan yang baik terhadap risiko keamanan, seperti penipuan, pencurian data, atau akses yang tidak sah. Pengguna merasa yakin bahwa data pribadi dan keuangan mereka terlindungi.

5. Meningkatkan efisiensi dalam melakukan transaksi pembayaran

kemampuan teknologi atau sistem pembayaran untuk mengoptimalkan penggunaan waktu, usaha, dan sumber daya dalam menyelesaikan transaksi. Ini berarti pengguna dapat melakukan pembayaran dengan sedikit usaha dan waktu yang lebih singkat, sehingga lebih produktif dalam aktivitas mereka.

## **2.3 Kepercayaan**

### **2.3.1 Pengertian Kepercayaan**

Menurut Sugara (2017) kepercayaan atau trust merupakan bentuk keyakinan yang dimiliki oleh konsumen terhadap produk, layanan, atau merek tertentu, di mana keyakinan ini membuat konsumen merasa yakin bahwa mereka akan memperoleh manfaat atau hasil yang diharapkan dari apa yang mereka gunakan atau beli. Kepercayaan ini sangat penting karena menjadi landasan bagi konsumen dalam membuat keputusan, baik itu dalam memilih produk atau layanan, maupun dalam mengambil tindakan lebih lanjut seperti pembelian, penggunaan berulang, atau bahkan merekomendasikan kepada orang lain. Dengan kepercayaan yang kuat, konsumen akan merasa lebih aman dan yakin bahwa apa yang mereka

pilih atau gunakan akan memenuhi kebutuhan mereka, memberikan kepuasan, dan tidak akan mengecewakan.

Menurut Jogiyanto (2019) kepercayaan adalah penilaian individu sesudah mendapatkan, mengolah, dan mengumpulkan informasi, yang kemudian menghasilkan berbagai pendapat dan penilaian. Adapun Priansa (2017) menyatakan kepercayaan dalam melakukan hubungan transaksi berdasarkan keyakinan bahwa produk atau jasa yang dipercayai sesuai dengan harapan. Pelanggan menilai kualitas produk berdasarkan apa yang mereka lihat, pahami, atau rasakan. Oleh karena itu, membangun rasa percaya pelanggan terhadap barang atau jasa yang ditawarkannya sangat penting bagi bisnis untuk meningkatkan kepercayaan pelanggan terhadap perusahaan dan mencapai kepuasan pelanggan.

### **2.3.2 Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Kepercayaan**

Berikut faktor – faktor yang dapat mempengaruhi kepercayaan pengguna menurut Gunawan, (2018) yaitu:

#### *1. Technology orientation*

Teknologi orientasi mencerminkan seberapa besar pengguna percaya pada kemampuan sistem elektronik, termasuk kecepatan akses, keandalan jaringan, dan kemampuan sistem navigasi.

#### *2. Reputation*

Reputasi bank atau platform digital memainkan peran penting dalam membangun kepercayaan. Pengguna cenderung lebih percaya jika bank atau platform tersebut memiliki reputasi baik.

### 3. *Perceived risk*

Risiko yang dipahami oleh pengguna dapat mempengaruhi tingkat kepercayaannya. Meskipun risiko sebenarnya mungkin rendah, perspektif yang lebih optimis dapat meningkatkan kepercayaan.

### 4. *Shared value*

Bagian-bagian seperti privasi, keamanan, dan respons cepat yang relevan dengan nilai-nilai ini dapat meningkatkan kepercayaan pengguna. Faktor-faktor ini memastikan bahwa pengguna merasa aman dan dihargai

### 5. *Opportunistic behaviour control*

Kontrol perilaku oportunistik yang efektif dapat meningkatkan kepercayaan pengguna karena menjamin bahwa interaksi online aman dan transparan tanpa upaya manipulasi.

### 6. *Communication*

Komunikasi yang efektif dan transparan dapat meningkatkan kepercayaan pengguna. Respons yang cepat dan klarifikasi yang tepat waktu dapat membuahakan rasa aman dan dipahami.

### 7. *Keamanan sistem*

Keamanan sistem yang solid memastikan bahwa data dan transaksi pengguna aman dari ancaman *cyber*. Hal ini sangat penting bagi kepercayaan pengguna dalam melakukan transaksi online.

## 8. Kualitas Informasi

Informasi yang akurat dan lengkap dapat meningkatkan kepercayaan pengguna. Kualitas informasi yang baik menunjukkan bahwa platform digital peduli dengan kebutuhan dan keadaban penggunanya.

### 2.3.3 Indikator Kepercayaan

Berdasarkan menurut Kotler & Keller (2016), Indikator dari kepercayaan konsumen adalah sebagai berikut:

#### 1. *Benevolence* (kesungguhan/ketulusan)

Konsumen merasa bahwa perusahaan atau penjual yang menyediakan produk atau layanan (seperti merek atau perusahaan) bertindak dengan niat baik dan peduli terhadap kepentingan mereka. Dengan kata lain, konsumen merasa bahwa perusahaan atau penjual bertindak dengan ketulusan dan berusaha memberikan yang terbaik untuk kebutuhan konsumen.

#### 2. *Ability* (kemampuan)

keyakinan konsumen bahwa perusahaan atau penyedia layanan memiliki kompetensi, keahlian, dan sumber daya yang diperlukan untuk memenuhi kebutuhan dan harapan konsumen. Ini melibatkan kemampuan teknis, profesionalisme, serta kapasitas untuk menyediakan produk atau layanan yang berkualitas sesuai dengan standar yang diharapkan.

#### 3. *Integrity* (Integritas)

persepsi bahwa perusahaan atau penyedia layanan memiliki nilai-nilai moral yang kuat, konsisten, dan dapat dipercaya. Perusahaan dengan integritas tinggi akan mematuhi standar etika, transparansi, dan kejujuran dalam semua aspek operasinya.

Konsumen percaya bahwa perusahaan akan menepati janjinya dan berperilaku sesuai dengan nilai-nilai yang diakui secara luas.

#### 4. *Willingness to depend* (kesediaan untuk mengandalkan)

ejauh mana konsumen bersedia mempercayakan kebutuhannya pada perusahaan atau produk tertentu. Ini melibatkan kesiapan konsumen untuk bergantung pada pihak tersebut tanpa merasa perlu terus-menerus mengawasi atau memverifikasi tindakan mereka. Konsumen percaya bahwa perusahaan atau produk tersebut akan berfungsi atau beroperasi sebagaimana yang dijanjikan tanpa adanya kekhawatiran.

### 2.4 Penelitian Terdahulu

Menurut Harys (2020) penelitian terdahulu ialah penelitian yang pernah dilakukan oleh peneliti sebelumnya. Berfungsi sebagai acuan, tolak ukur, dan referensi bagi peneliti saat melakukan penelitian. Sebagai penunjang penelitian mengenai “Pengaruh Persepsi Manfaat dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Penggunaan *E-Wallet* Dana di Kecamatan Medan Selayang. Beberapa penelitian terkait disusun dalam table 2.1 sebagai berikut:

**Tabel 2. 1**  
**Penelitian Terdahulu**

No	Peneliti/Tahun	Judul	Variabel Penelitian	Hasil Penelitian
1	Mawardi & Prabowo (2023)	Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, dan Kepercayaan terhadap Keputusan Penggunaan Aplikasi <i>E-Wallet</i> DANA (Studi Pada Mahasiswa FISIP UPN “Veteran” Jawa Timur)	<b>Dependen :</b> Keputusan penggunaan  <b>Independen :</b> Persepsi Manfaat (X1) Persepsi Kemudahan(X2) Kepercayaan(X3)	Hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi manfaat dan kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan. Sedangkan persepsi kemudahan berpengaruh negatif terhadap keputusan penggunaan.

No	Peneliti/Tahun	Judul	Variabel Penelitian	Hasil Penelitian
2	Savitri & Purwanti (2022)	Pengaruh Kepercayaan, Persepsi Manfaat dan Risiko Terhadap Keputusan Mahasiswa Dalam Memilih <i>E-Wallet</i> (Studi Kasus Pada Mahasiswa FEBI IAIN Pekalongan)	<b>Dependen :</b> Keputusan penggunaan  <b>Independen :</b> Kepercayaan(X1) Persepsi Manfaat (X2) Resiko (X3)	Hasil penelitian menunjukkan bahwa kepercayaan dan persepsi manfaat berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan <i>e-wallet</i> . Sedangkan resiko berpengaruh negatif terhadap keputusan penggunaan <i>e-wallet</i> .
3	Ambarwati (2019)	Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Dan Persepsi Kepercayaan Terhadap Keputusan Penggunaan Go-Pay Pada Mahasiswa Stie Aub Surakarta	<b>Dependen :</b> Keputusan penggunaan  <b>Independen :</b> Persepsi Manfaat(X1) Persepsi Kemudahan(X2) Kepercayaan(X3)	Hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi manfaat dan kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan. Sedangkan kemudahan berpengaruh negatif terhadap keputusan penggunaan.
4	Rosana (2023)	Pengaruh Kepercayaan, Persepsi Manfaat, Dan Persepsi Kemudahan Terhadap Keputusan Pembelian Menggunakan OVO	<b>Dependen :</b> Keputusan pembelian  <b>Independen :</b> Kepercayaan(X1) Persepsi Manfaat (X2) Persepsi Kemudahan(X3)	Hasil penelitian menunjukkan bahwa kepercayaan, persepsi manfaat, dan persepsi kemudahan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.
5	Alfiana et al., (2022)	Pengaruh Kepercayaan, Persepsi Manfaat, Promosi, Fitur, Hedonic Motivation, Dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Penggunaan Shopeepay	<b>Dependen :</b> Keputusan penggunaan  <b>Independen :</b> Kepercayaan(X1) Persepsi Manfaat (X2) Promosi (X3) Fitur (X4) Hedonic Motivation (X5) Gaya Hidup (X6)	Hasil penelitian menunjukkan bahwa kepercayaan, persepsi manfaat, fitur dan gaya hidup berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan. Sedangkan promosi dan hedonic motivation berpengaruh negatif terhadap keputusan penggunaan.

No	Peneliti/Tahun	Judul	Variabel Penelitian	Hasil Penelitian
6	Rahmawati & Yuliana (2020)	Pengaruh persepsi manfaat, persepsi kemudahan, dan persepsi keamanan terhadap keputusan penggunaan e-wallet pada mahasiswa STIE Bank BPD Jateng	<b>Dependen :</b> Keputusan penggunaan  <b>Independen :</b> Persepsi Manfaat (X1) Persepsi Kemudahan (X2) Persepsi Keamanan (X3)	Hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi terhadap manfaat, kemudahan dan keamanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan e-wallet.
7	Tonio & Imam (2021)	Analisis Pengaruh Promosi Penjualan, Kepercayaan, Dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Keputusan Penggunaan Aplikasi Dana	<b>Dependen :</b> Keputusan penggunaan  <b>Independen :</b> Promosi Penjualan (X1) Kepercayaan (X2) Kemudahan (X3)	Hasil penelitian menunjukkan bahwa Promosi Penjualan, Kepercayaan, Dan Kemudahan Penggunaan berpengaruh positif dan signifikan Terhadap Keputusan Penggunaan
8	Alfani & Ariani (2023)	Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Risiko Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Menggunakan Uang Elektronik ( <i>Qris</i> )	<b>Dependen :</b> Keputusan penggunaan  <b>Independen :</b> Persepsi Manfaat (X1) Persepsi Kemudahan (X2) Resiko (X3) Kepercayaan (X4)	Hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi manfaat, resiko dan kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan. Sedangkan persepsi kemudahan berpengaruh negatif terhadap keputusan penggunaan.

Sumber : Data Diolah Peneliti, (2024)

## 2.5 Hubungan Antar Variabel

### 2.5.1 Pengaruh Persepsi Manfaat Terhadap Keputusan Penggunaan

Persepsi manfaat memiliki peran penting dalam mempengaruhi keputusan penggunaan. Dengan adanya persepsi manfaat dapat membuat pengguna untuk mempertimbangkan dalam keputusan. Penelitian terdahulu oleh Harminingtyas &

Susetyarsi, (2023) menunjukkan bahwa Persepsi manfaat memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan *e-wallet*. Umumnya para pengguna akan lebih cenderung memilih untuk menggunakan suatu produk atau jasa yang mereka anggap memiliki manfaat paling tinggi bagi diri mereka sendiri. Hal ini terjadi karena mereka ingin memastikan bahwa setiap keputusan yang mereka ambil dalam memilih produk atau layanan tersebut akan memberikan nilai tambah yang signifikan dalam kehidupan sehari-hari mereka.

### **2.5.2 Pengaruh Kepercayaan Terhadap Keputusan Penggunaan**

Kepercayaan merupakan salah satu aspek penting dalam mempengaruhi suatu keputusan penggunaan. Kepercayaan menjadi modal awal bagi organisasi atau perusahaan yang harus dipupuk sejak awal dalam benak para pengguna, dengan hadirnya kepercayaan yang diberi kepada pengguna maka akan membuat suatu produk mempunyai nilai yang lebih baik di mata pengguna. Penelitian oleh Ramalda et al., (2024) menunjukkan bahwa kepercayaan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan *e-wallet*. Terlebih lagi dalam hal yang erat kaitannya dengan transaksi, pentingnya menumbuhkan rasa kepercayaan para pengguna terhadap penggunaan *E-Wallet* agar mereka dapat menggunakannya tanpa merasa ragu dan takut akan mengalami hal yang buruk maupun kerugian.

### **2.5.3 Pengaruh Persepsi Manfaat dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Penggunaan**

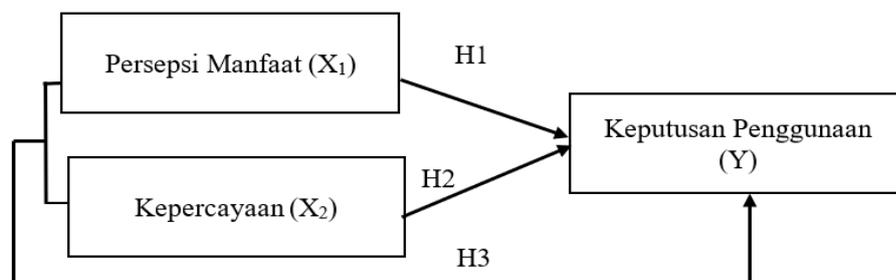
Pembahasan: Persepsi manfaat dan kepercayaan memiliki peran penting dalam mempengaruhi keputusan penggunaan *e-wallet*. Ketiga faktor ini saling melengkapi dalam menciptakan strategi pemasaran yang efektif. Penelitian oleh

Mawardi & Prabowo (2023) menunjukkan bahwa kombinasi kedua faktor ini secara positif berpengaruh terhadap keputusan penggunaan aplikasi *e-wallet*. persepsi manfaat dan kepercayaan saling berinteraksi dalam mempengaruhi keputusan penggunaan *e-wallet*. Penyedia layanan perlu fokus pada peningkatan fitur yang memberikan manfaat jelas kepada pengguna serta membangun kepercayaan melalui jaminan keamanan dan transparansi dalam transaksi. Hal ini akan membantu mendorong adopsi *e-wallet* di kalangan masyarakat secara lebih luas.

## 2.6 Kerangka Konseptual

Kerangka konseptual adalah suatu model yang menerangkan bagaimana hubungan suatu teori dengan faktor-faktor yang telah diketahui dalam suatu masalah tertentu. Kerangka konseptual dimaksudkan untuk menggambarkan paradigma pemikiran sebagai jawaban atau masalah penelitian. Kerangka konseptual akan menjelaskan secara teoritis hubungan antar variabel yang diteliti yaitu variabel bebas dan variabel terikat (Sugiyono, 2019)

Atas dasar landasan teori dari uraian penelitian terdahulu mengenai hubungan variabel bebas Persepsi Manfaat dan Kepercayaan dengan variabel terikat Keputusan Penggunaan, maka dapat digambarkan kerangka konseptual sebagai berikut:



**Gambar 2. 1**  
**Kerangka Konseptual**

## 2.7 Hipotesis Penelitian

Hipotesis adalah jawaban yang bersifat sementara terhadap permasalahan penelitian yang masih harus di buktikan kebenarannya secara empiris. Dengan kerangka konseptual yang disebutkan di atas, hipotesis yang dapat dirumuskan dari penelitian ini adalah:

- H1:** Persepsi Manfaat berpengaruh positif dan signifikan Terhadap Keputusan Penggunaan *E-Wallet* Dana di Kecamatan Medan Selayang.
- H2:** Kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan Terhadap Keputusan Penggunaan *E-Wallet* Dana di Kecamatan Medan Selayang.
- H3:** Persepsi Manfaat dan Kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan Terhadap Keputusan Penggunaan *E-Wallet* Dana di Kecamatan Medan Selayang.

## **BAB III**

### **METODOLOGI PENELITIAN**

#### **3.1 Jenis Penelitian**

Jenis penelitian ini menggunakan metode Kuantitatif dengan pendekatan asosiatif. Menurut (Sugiyono, 2017) Strategi penelitian asosiatif adalah rumusan masalah penelitian yang memiliki tujuan untuk menanyakan hubungan antar dua variabel. Alasan memilih penelitian asosiatif sebagai metode penelitian disebabkan karena untuk meneliti data yang bersifat pengaruh antara dua variabel atau lebih. Dalam penelitian ini strategi penelitian asosiatif digunakan untuk mengidentifikasi sejauh mana pengaruh variabel X (variabel bebas) yang terdiri dari Persepsi Manfaat (X1) dan Kepercayaan (X2) terhadap variabel Y (variabel terikat) yaitu Keputusan Penggunaan, baik secara parsial maupun simultan.

Metode penelitian kuantitatif menurut Sugiyono, (2019) adalah Metode penelitian yang melibatkan proses pengumpulan dan analisis data numerik secara obyektif untuk menggambarkan, memprediksi, atau mengontrol variabel yang menarik. Penelitian ini diekspresikan dalam angka dan grafik dan digunakan untuk menguji atau mengkonfirmasi teori dan asumsi. Tujuannya untuk mengetahui ketertarikan pengaruh Persepsi Manfaat dan Kepercayaan terhadap Keputusan Penggunaan E-Wallet Dana di Kecamatan Medan Selayang.

#### **3.2 Lokasi dan Waktu Penelitian**

##### **3.2.1 Lokasi Penelitian**

Dalam penelitian ini, Peneliti melakukan penelitian di Kecamatan Medan Selayang.

### 3.2.2 Waktu Penelitian

Berikut adalah uraian tabel rencana waktu penelitian yang ditampilkan di bawah ini :

**Tabel 3. 1**  
**Rencana Waktu Penelitian**

No	Jenis Kegiatan	2024				2025		
		Sept	Okt	Nov	Des	Jan	Feb	Mar
1	Pengajuan Judul	■						
2	Penyelesaian Proposal		■	■				
3	Seminar Proposal				■			
4	Pengumpulan Data				■			
5	Analisis Data					■		
6	Pengajuan Seminar Hasil						■	
7	Seminar Hasil							■
8	Revisi Seminar Hasil							■
9	Sidang Meja Hijau							■

### 3.3 Populasi Dan Sampel

#### 3.3.1 Populasi

Menurut Sugiyono (2019), populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri dari obyek atau subyek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Kecamatan Medan Selayang terbagi menjadi 6 (enam) kelurahan yaitu, Kelurahan Asam Kumbang, Kelurahan Tanjung Sari, Kelurahan Padang Bulan Selayang I, Kelurahan Padang Bulan Selayang II, Kelurahan Beringin, Kelurahan Sempakata. Populasi dalam penelitian ini melibatkan seluruh penduduk Kecamatan Medan Selayang yang berusia antara 17 sampai 50 tahun sebanyak 59.117 orang.

**Tabel 3. 2**  
**Populasi Kecamatan Medan Selayang Usia 17 – 50 Tahun**

No	Kelurahan	Jumlah
1	Asam Kumbang	11.035
2	Tanjung Sari	19.221
3	Padang Bulan Selayang I	5.073
4	Padang Bulan Selayang II	13.575
5	Beringin	3.961
6	Sempakata	6.252
<b>Total</b>		<b>59.117</b>

Sumber : Data Diolah peneliti (2024)

### 3.3.2 Sampel

Teknik pengambilan sampel untuk menentukan sampel yang akan digunakan dalam penelitian ini menggunakan *Nonprobability Sampling*. *Nonprobability Sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang/kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel. Sementara metode pengambilan sampel yang digunakan yaitu *purposive sampling*, yang dimana *purposive sampling* itu sendiri merupakan teknik penentuan sampel yang memiliki pertimbangan tertentu berdasarkan kriteria yang telah ditentukan (Sugiyono, 2019). Untuk menentukan sampel penelitian digunakan Rumus Slovin yaitu :

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

$n$  = Jumlah elemen/anggota sampel

$N$  = Jumlah elemen/anggota populasi

$e$  = *Error level* = 10%

Maka :

$$n = \frac{59117}{1 + (59117 \times 0.1^2)}$$

$$n = 99,831$$

$$n = 100$$

Dari rumus Slovin diatas menunjukkan bahwa jumlah sampel penelitian ini sebanyak 100 responden. Menurut Alfito (2024) *purposive sampling* adalah Teknik pengambilan sampel dengan menentukan kriteria-kriteria tertentu. Adapun kriteria-kriteria sebagai berikut :

1. Berusia 17 – 50 tahun
2. Penduduk Kecamatan Medan Selayang
3. Pernah menggunakan E-Wallet Dana

### 3.4 Definisi Operasional

**Tabel 3. 3**  
**Operasionalisasi Variabel**

Variabel	Defenisi	Indikator Variabel	Skala
Keputusan Penggunaan (Y)	Keputusan penggunaan merupakan proses memilih antara dua atau lebih opsi untuk menggunakan produk atau layanan. Ini berarti bahwa beberapa opsi harus tersedia untuk dipertimbangkan agar seseorang dapat membuat keputusan yang bijak dan tepat. (Muharam & Soliha, 2017)	1. Pilihan Produk 2. Waktu Pembelian 3. Jumlah Pembelian 4. Metode pembayaran (Muharam & Soliha, 2017)	<i>Likert</i>
Persepsi Manfaat (X1)	Persepsi manfaat merupakan tingkatan dimana seorang pengguna percaya bahwa teknologi atau sistem akan meningkatkan performanya dalam bekerja. (Purba et al., 2020)	1. Mempermudah transaksi pembayaran 2. Mempercepat transaksi pembayaran 3. Memberikan keuntungan tambahan saat menyelesaikan transaksi 4. Memberikan rasa aman ketika sedang	<i>Likert</i>

Variabel	Defenisi	Indikator Variabel	Skala
		melakukan transaksi pembayaran 5. Meningkatkan efesiensi dalam melakukan transaksi pembayaran (Purba et al., 2020)	
Kepercayaan (X2)	kepercayaan atau trust merupakan bentuk keyakinan yang dimiliki oleh konsumen terhadap produk, layanan, atau merek tertentu, di mana keyakinan ini membuat konsumen merasa yakin bahwa mereka akan memperoleh manfaat atau hasil yang diharapkan dari apa yang mereka gunakan atau beli. (Sugara, 2017)	1. <i>Benevolence</i> (kesungguha/ketulusan) 2. <i>Ability</i> (kemampuan) 3. <i>Integrity</i> (Integritas) 4. <i>Willingness to depend</i> (kesediaan untuk mengandalkan) (Kotler & Keller, 2016)	<i>Likert</i>

Sumber : Data Diolah peneliti (2024)

### 3.5 Skala Pengukuran Data

Penelitian ini menggunakan Skala *Likert*. Skala *likert* digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Skala ini juga sering disebut *summated rating scale*, karena digunakan untuk memberi peluang kepada responden untuk mengekspresikan jawaban pernyataan atau pertanyaan yang diberikan (Situmorang, 2017).

Skala interval yang digunakan didalam penelitian ini adalah bersifat *favorable* dimana :

**Tabel 3. 4**  
**Instrumen Skala *Likert***

No	Skala	Skor
1.	Sangat Setuju	5
2.	Setuju	4
3.	Kurang Setuju	3
4.	Tidak Setuju	2
5.	Sangat Tidak Setuju	1

Sumber: Situmorang (2018)

### 3.6 Metode Pengumpulan Data

Sumber pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah melalui observasi dan survei melalui kuesioner kepada responden. Untuk mengumpulkan data dalam penelitian ini, peneliti menggunakan teknik-teknik antara lain:

1. Observasi, yaitu pengumpulan data dengan metode observasi adalah metode pengumpulan data dengan melakukan pengamatan terhadap perilaku subjek yang akan atau sedang diteliti kemudian dilakukan pencatatan tentang apa yang sedang diamati.
2. Wawancara, yaitu metode pengumpulan data dengan cara melakukan Tanya jawab dengan pihak-pihak terkait guna mendapatkan data yang menunjang penelitian.
3. Daftar pertanyaan (*Questionnaire*), yaitu pengumpulan data dengan menggunakan daftar pertanyaan/angket yang sudah dipersiapkan sebelumnya dan diberikan kepada responden. Dimana responden memilih salah satu jawaban yang telah disediakan dalam daftar pertanyaan. Metode ini digunakan untuk menyingkap identitas penelitian dan untuk mengungkap variabel-variabel dalam penelitian guna mendapatkan informasi spesifik dan melibatkan pengelolaan data dimana pengumpulan data menggunakan alat berupa kuesioner.

### 3.7 Jenis dan Sumber Data

#### 3.7.1 Jenis Data

Menurut Alfifto (2024), berdasarkan pengelompokannya, data dapat dikelompokkan menjadi data primer dan data sekunder.

### 3.7.2 Sumber Data

Menurut Alfifto (2024), Sumber data mengacu pada informasi mentah atau pengamatan yang dikumpulkan sebagai informasi. Data yang digunakan yaitu data primer dan sekunder dengan penjelasan sebagai berikut :

- a. Data Primer yang digunakan dalam penelitian merupakan jawaban responden mengenai persepsi manfaat, kepercayaan dan keputusan penggunaan berupa kuesioner yang di isi pada kecamatan Medan Selayang dengan kriteria tertentu.
- b. Data sekunder merupakan berbagai informasi yang telah ada sebelumnya dan dengan sengaja dikumpulkan oleh peneliti yang digunakan untuk melengkapi kebutuhan data penelitian. Biasanya data-data ini berupa diagram, grafik, atau tabel sebuah informasi penting seperti sensus penduduk. Data sekunder yang diperoleh untuk melengkapi data primer yang meliputi sumber dari literatur buku untuk teori-teori, situs internet, dan penelitian terdahulu yang berupa skripsi, jurnal ilmiah nasional dan internasional serta data mengenai penggunaan Dana yang diperoleh sehubungan dengan masalah yang diteliti.

## 3.8 Uji Instrumen Penelitian

### 3.8.1 Uji Validitas

Menurut Alfifto (2024), uji validitas menunjukkan sejauh mana suatu alat ukur mampu mengukur apa yang ingin di ukur. Suatu pengukuran instrumen pengukuran dikatakan valid jika instrumen tersebut dapat mengukur *construct* sesuai dengan tujuan dan harapan peneliti. Uji validitas dilakukan dengan membandingkan nilai *corrected item–total correlation* atau disebut dengan  $r_{hitung}$

pada setiap butir pertanyaan terhadap nilai  $r_{\text{tabel}}$ . Pengujian validitas akan dilakukan dengan menggunakan program *SPSS*, dengan kriteria sebagai berikut :

- Jika  $r \geq 0.361$ , maka butir instrumen tersebut dinyatakan valid.
- Jika  $r < 0.361$ , maka butir instrumen tersebut dinyatakan tidak valid.

Hasil dari uji validitas ini akan digunakan untuk melihat seberapa jauh kesesuaian alat ukur dalam melakukan fungsi ukurannya pada sebuah objek penelitian yang dapat dilihat berdasarkan  $r_{\text{hitung}} > r_{\text{tabel}}$ .

**Tabel 3.5**  
**Uji Validitas 30 Responden**

Variabel	Pernyataan	$r_{\text{hitung}}$	$r_{\text{tabel}}$	Keterangan
Keputusan Penggunaan (Y)	Y1.1	0.684	0.361	Valid
	Y1.2	0.861	0.361	Valid
	Y1.3	0.757	0.361	Valid
	Y1.4	0.831	0.361	Valid
	Y1.5	0.834	0.361	Valid
	Y1.6	0.834	0.361	Valid
	Y1.7	0.794	0.361	Valid
	Y1.8	0.868	0.361	Valid
Persepsi Manfaat (X1)	X1.1	0.742	0.361	Valid
	X1.2	0.768	0.361	Valid
	X1.3	0.759	0.361	Valid
	X1.4	0.817	0.361	Valid
	X1.5	0.756	0.361	Valid
	X1.6	0.825	0.361	Valid
	X1.7	0.836	0.361	Valid
	X1.8	0.739	0.361	Valid
	X1.9	0.725	0.361	Valid
	X1.10	0.789	0.361	Valid
Kepercayaan (X2)	X2.1	0.781	0.361	Valid
	X2.2	0.764	0.361	Valid
	X2.3	0.763	0.361	Valid
	X2.4	0.805	0.361	Valid
	X2.5	0.767	0.361	Valid
	X2.6	0.708	0.361	Valid

Variabel	Pernyataan	$r_{hitung}$	$r_{tabel}$	Keterangan
	X2.7	0.837	0.361	Valid
	X2.8	0.812	0.361	Valid

Sumber: data diolah peneliti (2024)

Berdasarkan hasil uji validitas yang dipaparkan Tabel 3.4 di atas, terlihat bahwa seluruh item pernyataan memiliki nilai  $r_{hitung} > r_{tabel}$  (0,361), sehingga dapat disimpulkan bahwa semua butir pernyataan tersebut adalah valid dan layak untuk digunakan sebagai instrumen pada penelitian ini.

### 3.8.2 Uji Reliabilitas

Reliabilitas merupakan alat untuk menguji kekonsistenan jawaban responden atas pertanyaan di kuesioner. Penelitian ini menggunakan *one shot* dimana kuesioner diberikan hanya sekali saja kepada responden dan kemudian hasilnya dibandingkan dengan pertanyaan lain untuk mengukur korelasi antar jawaban pertanyaan. Pengukuran reliabilitasnya menggunakan uji statistik *Cronbach Alpha*. Suatu kuisioner dikatakan reliabel jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu Suatu konstruk atau variabel dapat dikatakan reliabel jika memberikan nilai *Cronbach Alpha* ( $\alpha$ )  $>$  0,60 maka, dinyatakan *reliable* atau valid. Sebaliknya jika memberikan nilai *Cronbach Alpha* ( $\alpha$ )  $<$  0,60 maka, dinyatakan tidak *reliable* atau tidak valid.

**Tabel 3. 6**  
**Uji Reliabilitas**

Variabel	<i>Cronbach Alpha</i>	Keteranagn
Keputusan Penggunaan (Y)	0.927 $>$ 0.60	<i>Reliabel</i>
Persepsi Manfaat (X2)	0.924 $>$ 0.60	<i>Reliabel</i>
Kepercayaan (X3)	0.906 $>$ 0.60	<i>Reliabel</i>

Sumber: Hasil Pengelolaan SPSS (2024)

Berdasarkan hasil uji reliabilitas yang dipaparkan Tabel 3.5 di atas, dapat disimpulkan bahwa Persepsi Manfaat (X1), Kepercayaan (X2), dan Keputusan Penggunaan (Y) dinyatakan “Reliabel” karena nilai *Cronbach Alpha* ( $\alpha$ ) > 0,60. Maka dapat disimpulkan bahwa tiap – tiap pernyataan pada *kuesioner* layak dan *reliabel* untuk dipergunakan sebagai instrumen pada penelitian ini.

### 3.9 Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik adalah persyaratan statistik yang harus dipenuhi pada analisis regresi linier berganda yang berbasis *ordinary least square* (OLS) (Alfifto, 2024). Pengujian asumsi klasik bertujuan untuk menguji mengenai ada atau tidaknya pelanggaran terhadap asumsi-asumsi klasik. Hasil pengujian hipotesis yang baik adalah pengujian yang tidak melanggar tiga asumsi klasik, dimana ketiga asumsi klasik tersebut adalah sebagai berikut:

#### 3.9.1 Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk mengenali apakah model regresi variabel independen dan variabel dependen, keduanya mempunyai distribusi wajar atau tidak. Uji normalitas dilakukan dengan menggunakan pendekatan uji histogram, uji *kolmogorov-smirnov*, dan normal p-plot.

Analisis grafik dilakukan dengan memeriksa histogram, yang membandingkan distribusi observasi dengan distribusi normal. Jika data tersebar secara merata di sekitar garis diagonal dan mengikuti polanya, maka dapat dikatakan bahwa regresi memenuhi asumsi normalitas. Selain itu, uji statistik sederhana dapat dilakukan dengan mengecek nilai *kurtosis* dan *skewness* dari *residual*, atau menggunakan uji statistik non-parametrik seperti *Kolmogorov-Smirnov* (K-S). Uji

statistik dengan melihat nilai kurtosis mempertimbangkan jika nilai  $t$  hitung  $>$   $t$  tabel, maka distribusi dianggap tidak normal. Sedangkan dalam uji K-S, hipotesis dibentuk sebagai berikut:

$H_0$ : Data residual memiliki distribusi normal

$H_1$ : Data residual tidak memiliki distribusi normal

Penelitian ini menghadapi keterbatasan sampel yang cukup kecil, sehingga pendekatan yang tepat untuk uji normalitas adalah dengan menggunakan analisis grafik dan uji statistik non-parametrik *Kolmogorov-Smirnov* (K-S).

### 3.9.2 Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk mengetahui apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel independen atau tidak. Model regresi yang baik seharusnya tidak terdapat korelasi antar variabel independen. Untuk mendeteksi ada atau tidaknya multikolinearitas dalam model regresi maka dilakukan dengan melihat nilai toleransi 0,1 dan sebaliknya, Sebab *Variance Inflasi Factor* (VIF)  $< 10$  menunjukkan jika data tidak mempunyai masalah multikolinearitas.

### 3.9.3 Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam sebuah model regresi terjadi ketidaksamaan varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika varians dari satu pengamatan ke pengamatan yang lain tetap, maka disebut homoskedastisitas dan jika varians dari satu pengamatan ke pengamatan lainnya berbeda, disebut heteroskedastisitas. Cara untuk mendeteksi ada atau tidaknya heteroskedastisitas yaitu dengan uji *Scatterplot*.

### 3.10 Teknik Analisis Data

#### 3.10.1 Analisis Statistik Deskriptif

Metode analisis data yang digunakan kuantitatif yang merupakan data berupa angka-angka. Proses penyederhanaan data kedalam bentuk yang mudah dibaca dan diinterpretasikan. Prosedur pengolahan data dalam penelitian ini akan dimulai dengan memilah data ke dalam variabel-variabel yang digunakan pada penelitian ini. Dari hasil operasionalisasi variabel yang akan diuji, nilai variabel tersebut akan dimasukkan dalam uji SPSS (*statistical program for social science*).

#### 3.10.2 Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linear berganda digunakan untuk mengukur intensitas pengaruh antara variabel-variabel independen terhadap variabel dependen yaitu *profitabilitas, leverage, kebijakan deviden Terhadap struktur modal*.

Maka model analisis regresi linear berganda dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + e$$

Keterangan :

Y = Keputusan Penggunaan

$\alpha$  = Konstanta

$\beta$  = Koefisien Regresi

X<sub>1</sub> = Persepsi Manfaat

X<sub>2</sub> = Kepercayaan

e = *Error*

### 3.10.3 Uji Hipotesis

Menurut Alfifto (2024), uji hipotesis merupakan suatu proporsi atau anggapan yang mungkin benar dan sering digunakan sebagai dasar pembuatan keputusan. Uji hipotesis adalah pengujian yang dicoba untuk bertujuan mencari tingkatan signifikan paling tinggi dari masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen. Uji hipotesis dicoba dengan cara analisis regresi berganda, disebabkan terdapatnya variabel independen yang lebih dari satu.

#### 3.10.3.1 Uji t (Uji Parsial)

Uji t digunakan untuk pengujian regresi secara parsial (uji t) dilakukan guna mengetahui seberapa besar pengaruh variabel independen ( $X_1$ ,  $X_2$ ) secara parsial terhadap variabel dependen. Uji t digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat secara individu. Toleransi yang diterapkan dalam penelitian ini adalah 5% ( $\alpha = 0,05$ ) dengan batasan:

1. Jika  $t_{hitung} > t_{tabel}$  atau  $Sig < 0,05$ , maka  $H_1$  diterima, menunjukkan adanya pengaruh signifikan antara variabel bebas dengan variabel terikat.
2. Jika  $t_{hitung} < t_{tabel}$  atau  $Sig > 0,05$ , maka  $H_0$  diterima dan menunjukkan tidak adanya pengaruh signifikan antara variabel bebas dengan variabel terikat.

#### 3.10.3.2 Uji F (Uji Simultan)

Uji F dilakukan untuk mengetahui apakah semua variabel independen secara bersamaan berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen. Apabila tingkat probabilitas lebih kecil dari 5% (0,05) maka model penelitian dapat digunakan atau dinyatakan layak. Kriteria dalam pengambilan keputusan adalah sebagai berikut:

1. Jika  $f_{hitung} > f_{tabel}$  atau  $Sig < 0,05$ , maka  $H_1$  diterima, menunjukkan adanya pengaruh signifikan secara simultan antara variabel bebas dengan variabel terikat.
2. Jika  $f_{hitung} < f_{tabel}$  atau  $Sig > 0,05$ , maka  $H_0$  diterima, menunjukkan tidak adanya pengaruh signifikan secara simultan antara variabel bebas dengan variabel terikat.

### 3.10.3.3 Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

(Ghozali, 2018), menyatakan bahwa koefisien determinasi ( $R^2$ ) mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menjelaskan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi ( $R^2$ ) adalah 0 (nol) dan 1 (satu). Dari sini dapat diketahui seberapa besar variabel dependen akan mampu dijelaskan oleh variabel independennya, sedangkan sisanya akan dijelaskan oleh sebab-sebab lain diluar model. Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi dependen.

Uji Koefisien determinasi ( $R^2$ ) adalah sebuah koefisien yang menunjukkan persentase semua pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen semakin besar adjusted  $R^2$  suatu variabel independen, maka menunjukkan semakin dominan pengaruh variabel dependen. Nilai adjusted  $R^2$  yang telah di sediakan adalah antar 0 dan sampai 1. Apabila terdapat nilai adjusted  $R^2$  bernilai negatif, maka di anggap bernilai 0 (nol). Nilai  $R^2$  yang mendekati 1 berarti variabel-variabel independen memberikan hampir seluruh informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variabel-variabel independen. Jika koefisien determinasi ( $R^2$ ) = 0, artinya variabel independen tidak mampu menjelaskan pengaruhnya terhadap variabel dependen (Nilla et al., 2017)

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan yang telah dilakukan dalam penelitian ini, maka peneliti mengambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Berdasarkan uji parsial Persepsi Manfaat berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Penggunaan *E-Wallet* Dana di Kecamatan Medan Selayang, maka hipotesis pertama diterima.
2. Berdasarkan uji parsial Kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Penggunaan *E-Wallet* Dana di Kecamatan Medan Selayang, maka hipotesis kedua diterima.
3. Berdasarkan uji simultan Persepsi Manfaat dan Kepercayaan secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Penggunaan *E-Wallet* Dana di Kecamatan Medan Selayang, maka hipotesis ketiga diterima.

#### 5.2 Saran

1. Persepsi Manfaat. memiliki pengaruh yang cukup baik dalam keputusan penggunaan. Namun pada pernyataan "Saya merasa *E-Wallet* Dana menawarkan keuntungan lebih dibandingkan metode pembayaran lainnya" memperoleh nilai terkecil dibandingkan dengan pernyataan yang lainnya. *E-wallet* Dana diharapkan dapat terus meningkatkan manfaat pengguna dengan memaksimalkan manfaat penggunaan *e-wallet* dana yaitu dengan menawarkan program promosi yang lebih menarik, seperti *diskon*, *cashback*, atau *point reward eksklusif*. Dengan melakukan ini, diharapkan dapat membuat pengguna merasa lebih baik tentang aplikasi *e-wallet* dana.

2. Kepercayaan. memiliki pengaruh yang cukup baik dalam keputusan penggunaan. Namun pada pernyataan "Saya percaya bahwa *E-Wallet* Dana aman digunakan dalam bertransaksi" memperoleh nilai terkecil dibandingkan dengan pernyataan yang lainnya. *E-wallet* Dana diharapkan dapat terus membangun dan menjaga kepercayaan pengguna melalui keamanan transaksi, transparansi layanan, dan perlindungan data pribadi. Dengan memastikan kepercayaan pengguna tetap terjaga, perusahaan dapat membangun hubungan jangka panjang dengan pengguna dan meningkatkan loyalitas mereka terhadap aplikasi *e-wallet* dana. Hal ini diharapkan dapat memperkuat keyakinan pengguna dalam menggunakan layanan *e-wallet* secara konsisten.
3. Hasil dari penelitian ini dapat dijadikan sebagai acuan atau referensi bagi peneliti selanjutnya. Peneliti selanjutnya disarankan untuk untuk mempertimbangkan variabel lain yang mungkin mempengaruhi keputusan penggunaan *e-wallet* seperti *perceived risk*, *promotion* dan *easy to use*.

## DAFTAR PUSTAKA

- Alfani, R. S., & Ariani, K. R. (2023). PENGARUH PERSEPSI MANFAAT, PERSEPSI KEMUDAHAN, RISIKO DAN KEPERCAYAAN TERHADAP KEPUTUSAN MENGGUNAKAN UANG ELEKTRONIK (QRIS). *Jurnal Ilmiah Edunomika*, 8(1).
- Alfiana, C., Harmanto, S., & Anggrainie, N. (2022). Pengaruh Kepercayaan, Persepsi Manfaat, Promosi, Fitur, Hedonic Motivation, Dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Penggunaan Shopeepay. *YUME: Journal of Management*, 5(3), 238–253.
- Alfifto. (2024). *Statistika Penelitian: Konsep dan Kasus*. Medan: UMA Press.
- Ambarwati, D. (2019). Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Dan Persepsi Kepercayaan Terhadap Keputusan Penggunaan Go-Pay Pada Mahasiswa Stie Aub Surakarta. *Kelola*, 6(2), 88–103.
- Annisa, A., Syarifuddin, S., & Rura, Y. (2023). Analisis Pengaruh Persepsi Manfaat, Kemudahan Penggunaan, dan Risiko terhadap Keputusan Penggunaan Uang Elektronik Berbasis Quick Response Code Indonesian Standard. *Akrual: Jurnal Bisnis Dan Akuntansi Kontemporer*, 133–144. <https://doi.org/10.26487/akrual.v16i2.25714>
- Arriza, U. (2021). *Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Manfaat Serta Persepsi Kepercayaan Terhadap Minat Penggunaan E-Wallet Dana (pada Mahasiswa Manajemen FEB UNISMA)*.
- Daştan, İ., & Gürler, C. (2016). Factors affecting the adoption of mobile payment systems: An empirical analysis. *EMAJ: Emerging Markets Journal*, 6(1), 17–24.
- Furi, F. N. A., Sandra, C., & Witcahyo, E. (2021). Faktor yang Mempengaruhi Persepsi Kemudahan dan Kemanfaatan Penggunaan Sistem Informasi Manajemen RSU Kaliwates Jember Tahun 2019. *Pustaka Kesehatan*, 9(1), 34–36.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi analisis multivariate dengan program IBM SPSS 23*.
- Gunawan, C. (2018). *FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPERCAYAAN DAN KEPUASAN PENGGUNA E-MONEY BERBASIS APLIKASI PADA APLIKASI GO PAY*. <https://dspace.uii.ac.id/handle/123456789/11719>
- Harminingtyas, R., & Susetyarsi, T. (2023). Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Dan Persepsi Keamanan Terhadap Pengguna E-Wallet Pada Masyarakat di Kota Semarang. *Jurnal Ilmiah Fokus Ekonomi, Manajemen, Bisnis & Akuntansi (EMBA)*, 1(3), 390–395.

- Harys. (2020). *Penelitian Terdahulu*. Jopglass.Com. <https://www.jopglass.com/penelitian-terdahulu/>
- Hermanto, S. B., & Patmawati, P. (2017). Determinan Penggunaan Aktual Perangkat Lunak Akuntansi Pendekatan Technology Acceptance Model. *Jurnal Akuntansi Dan Keuangan*, 19(2), 67–81.
- Hidayat, M. T., Aini, Q., & Fetrina, E. (2020). Penerimaan pengguna e-wallet menggunakan UTAUT 2 (Studi kasus). *Jurnal Nasional Teknik Elektro Dan Teknologi Informasi* | Vol, 9(3).
- Hurriyati, R. (2019). Bauran pemasaran dan loyalitas konsumen. *Bandung: Alfabeta*, 129, 29.
- Jogiyanto Hartono, M. (2019). *Strategi Penelitian Bisnis*. Penerbit Andi.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2016). *Prinsip-prinsip pemasaran* (Vol. 1, Issue 2). Jilid.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15th Editi). *England: Pearson Education Limited*.
- Kuheba, M. R., Manoppo, W. S., & Tumbel, T. M. (2020). Pengaruh Brand Image Terhadap Keputusan Menggunakan Aplikasi Go-Jek pada Mahasiswa Fispol Unsrat Manado. *Productivity*, 1(2), 120–127.
- Kusuma, A. P., & Syahputra, S. (2020). Pengaruh persepsi kemudahan dan persepsi manfaat terhadap sikap penggunaan e-wallet di Kota Bandung 2020. *Journal of Applied Business Administration*, 4(2), 108–114.
- Mawardi, T. F. R., & Prabowo, B. (2023). Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, dan Kepercayaan terhadap Keputusan Penggunaan Aplikasi E-Wallet DANA (Studi Pada Mahasiswa FISIP UPN “Veteran” Jawa Timur). *Management Studies and Entrepreneurship Journal (MSEJ)*, 4(4), 3733–3741.
- Muharam, W., & Soliha, E. (2017). *Kualitas produk, citra merek, persepsi harga dan keputusan pembelian konsumen honda mobilio*.
- MUNIANDY, M. (2021). *Factors Affecting Adoption of E-wallet Among University Students in Malaysia: A Case of Universiti Utara Malaysia. Unpublished Master Thesis*. *Universiti Utara Malaysia*.
- Nilla, K., Retta, A. M., & Sari, N. (2017). *Pengantar Statistika Penelitian*. *Depok: PT Raja Grafindo Persada*.
- Nismara, S. N. (2024). Analisis Media Monitoring Aplikasi E-Wallet DANA Pada Bulan Maret 2024. *Jurnal Ilmu Komunikasi Dan Media Sosial (JKOMDIS)*, 4(2), 361–369.
- Novalianti, T., & Saad, B. (2019). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Persepsi Pengguna E-Payment (Studi Empiris Terhadap Pengguna Gopay Dan

- OVO Di DKI Jakarta Dan Depok). *Jurnal Ekonomi, Manajemen Dan Perbankan (Journal of Economics, Management and Banking)*, 5(2), 54–63.
- Nurrachmi, I., & Setiawan, S. (2020). Pengaruh religiusitas, kepercayaan, dan kepuasan terhadap keputusan pembelian ulang produk halal. *IQTISHADIA Jurnal Ekonomi & Perbankan Syariah*, 7(2), 126–137.
- Piercy, N., Harris, L. C., Kotler, P., & Armstrong, G. (2016). *Principles of Marketing 7th edn PDF eBook*. Pearson Higher Ed.
- Priansa, D. J. (2017). *Perilaku konsumen dalam persaingan bisnis kontemporer*.
- Purba, M., Samsir, S., & Arifin, K. (2020). Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Manfaat dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan dan Niat Menggunakan Kembali Aplikasi OVO Pada Mahasiswa Pascasarjana Universitas Riau. *Jurnal Tepak Manajemen Bisnis*, 12(1), 151–170.
- Rahmawati, A. (2023). Pengaruh persepsi manfaat dan persepsi kemudahan penggunaan uang elektronik (QRIS) pada mahasiswa akuntansi. *Jurnal Ekonomi Trisakti*, 3(1), 1247–1256.
- 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.
- Ramalda, N., Widarko, A., & Slamet, A. R. (2024). Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Kemanfaatan, dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Penggunaan E-wallet (DANA) di Kota Malang (Studi Kasus Pada Masyarakat di Kota Malang). *E-JRM: Elektronik Jurnal Riset Manajemen*, 13(01), 2323–2334.
- Risky, B. S., Nurhidayah, N., & Ramadhan, T. S. (2023). Pengaruh Kepercayaan, Citra Merek Dan Persepsi Kemudahan Terhadap Penggunaan E-Wallet (Studi Kasus Pada Mahasiswa FEB Universitas Islam Malang Angkatan 2019). *E-JRM: Elektronik Jurnal Riset Manajemen*, 12(02).
- Rosana, J. (2023). *PENGARUH KEPERCAYAAN, PERSEPSI MANFAAT, DAN PERSEPSI KEMUDAHAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MENGGUNAKAN OVO*.  
<https://repositori.uma.ac.id/handle/123456789/21425>
- Savitri, A., & Purwanti, I. (2022). Pengaruh Kepercayaan, Manfaat dan Risiko Terhadap Keputusan Mahasiswa Dalam Memilih E-Wallet (Studi Kasus Pada Mahasiswa FEBI IAIN Pekalongan). *Sahmiyya: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 194–201.
- Situmorang, S. H. (2017). *RISET PEMASARAN*. <http://usupress.usu.ac.id>
- Sugara, A. (2017). *ANALISIS KEPERCAYAAN DAN KEPUASAN TERHADAP PENGGUNAAN SISTEM TRANSAKSI JUAL BELI ONLINE (Studi Pada*

- Konsumen “Z”). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 52. [administrasibisnis.studentjournal.ub.ac.id](http://administrasibisnis.studentjournal.ub.ac.id)
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono, P. D. (2017). *Metode penelitian bisnis: pendekatan kuantitatif, kualitatif, kombinasi, dan R&D: Vol. 225(87)*. Penerbit CV. Alfabeta: Bandung.
- Tonio, A. M. P., & Imam, A. (2021). Analisis Pengaruh Promosi Penjualan, Kepercayaan, Dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Keputusan Penggunaan Aplikasi Dana. *Academia. Edu*, 1–22.
- Wahyuni, R. C., & Waloejo, H. D. (2020). Pengaruh kualitas pelayanan, harga, dan citra perusahaan terhadap keputusan penggunaan jasa PT Pos Indonesia (Persero) Kantor Pos Semarang. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 9(1), 349–356.
- Yesidora, A. (2022). *Profil DANA, Dompot Digital Bagian Grup Emtek dan Sinarmas*. Katadata.Co.Id. <https://katadata.co.id/ekonopedia/profil/623835fd7de77/profil-dana-dompot-digital-bagian-grup-emtek-dan-sinarmas>



## Lampiran 1. Kuesioner Penelitian

### KUESIONER PENELITIAN

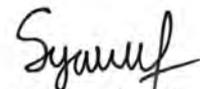
#### Lampiran 1. Angket/Kuesioner Penelitian

Responden yang terhormat:

Dalam rangka untuk menyelesaikan skripsi pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Medan Area, saya sedang melakukan penelitian dengan judul : **“Pengaruh Persepsi Manfaat dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Penggunaan E-Wallet Dana di Kecamatan Medan Selayang.”** Dalam pengisian kuesioner ini bapak/ibu/saudara/i diminta untuk mengisi pertanyaan dan telah disediakan kolom jawaban dengan memberi tanda Ceklis (√) pada jawaban yang dianggap paling sesuai.

Demi terlaksananya penelitian ini maka saya sangat mengharapkan kesediaan bapak/ibu/saudara/i untuk berpartisipasi dan berkenan memberikan jawaban kuesioner ini dengan sebenarnya, karena jawaban anda tersebut merupakan kontribusi yang berharga baik bagi peneliti dan ilmu pengetahuan. Atas ketersediaan, dukungan dan kerja sama yang baik, saya ucapkan terima kasih.

Hormat Saya,



Syamaya Magvira Tanjung  
218320083

**A. Petunjuk Pengisian :**

1. Jawablah pernyataan ini sesuai dengan pendapat Bapak/Ibu.
2. Pilihlah jawaban dari tabel daftar pernyataan dengan memberi Tanda *Checklist* pada salah satu jawaban yang paling sesuai menurut Bapak/Ibu.

Adapun makna tanda jawaban tersebut adalah sebagai berikut:

Alternatif Jawaban	Bobot Nilai
Sangat Setuju (SS)	5
Setuju (S)	4
Kurang Setuju (KS)	3
Tidak Setuju (TS)	2
Sangat Tidak Setuju (STS)	1

**B. Identitas Responden**

1. Nama :
2. Umur :
  - a) 17 – 27 Tahun
  - b) 28 – 43 Tahun
  - c) 44 – 50 Tahun
3. Jenis Kelamin :
  - a) Laki – laki
  - b) Perempuan
4. Pekerjaan :
  - a) Pelajar / Mahasiswa
  - b) Dosen / Guru
  - c) Wiraswasta
  - d) Karyawan

**PERNYATAAN VARIABEL KEPUTUSAN PENGGUNAAN (Y)**

No	Pernyataan	SS	S	KS	TS	STS
<b>Pilihan Produk</b>						
1	Saya selalu menggunakan <i>E-Wallet</i> Dana dalam melakukan transaksi					
2	Saya tertarik menggunakan <i>E-wallet</i> Dana karena adanya Kerja sama antara beberapa merchant dengan <i>E-wallet</i> Dana					
<b>Waktu Pembelian</b>						
3	Saya sering menggunakan <i>E-wallet</i> Dana untuk bertransaksi secara online maupun offline					
4	Saya merasa penggunaan <i>E-Wallet</i> Dana mempercepat proses transaksi saya dalam melakukan pembelian					
<b>Jumlah Pembelian</b>						
5	Saya berencana terus menggunakan <i>E-wallet</i> Dana untuk keperluan pembayaran di masa mendatang					
6	Saya merasa nyaman menggunakan <i>E-Wallet</i> Dana untuk pembayaran dengan jumlah kecil maupun besar					
<b>Metode Pembayaran</b>						
7	Saya memilih menggunakan metode pembayaran <i>E-Wallet</i> Dana karena memiliki berbagai pilihan layanan yang menarik					
8	Saya merasa <i>E-Wallet</i> Dana adalah metode pembayaran yang paling praktis bagi saya					

**PERNYATAAN VARIABEL PERSEPSI MANFAAT (X1)**

No	Pernyataan	SS	S	KS	TS	STS
<b>Mempermudah transaksi pembayaran</b>						
1	Saya merasa <i>E-Wallet</i> Dana memudahkan saya dalam bertransaksi					
2	Saya sering menggunakan <i>E-Wallet</i> Dana karena lebih mudah untuk menyelesaikan pembayaran					
<b>Mempercepat transaksi pembayaran</b>						
3	Saya merasa melakukan transaksi lebih cepat ketika menggunakan <i>E-Wallet</i> Dana					
4	Saya merasa <i>E-wallet</i> Dana memperlancar saya untuk melakukan transaksi kapan saja dan di mana saja					
<b>Memberikan keuntungan tambahan saat menyelesaikan transaksi</b>						
5	Saya memilih menggunakan <i>E-Wallet</i> Dana karena berbagai promo yang ditawarkan					
6	Saya merasa <i>E-Wallet</i> Dana menawarkan keuntungan lebih dibandingkan metode pembayaran lainnya					
<b>Memberikan rasa aman ketika sedang melakukan transaksi pembayaran</b>						
7	Saya merasa aman saat melakukan transaksi menggunakan <i>E-Wallet</i> Dana					
8	Saya merasa aman menggunakan <i>E-wallet</i> Dana karena sistem keamanannya					
<b>Meningkatkan efisiensi dalam melakukan transaksi pembayaran</b>						
9	Saya merasa <i>E-Wallet</i> Dana menghemat waktu saya dalam melakukan transaksi pembayaran					
10	Saya merasa <i>E-wallet</i> Dana memberikan kemudahan dalam mengelola pengeluaran harian saya					

**PERNYATAAN VARIABEL KEPERCAYAAN (X2)**

No	Pernyataan	SS	S	KS	TS	STS
<b><i>Benevolence (kesungguha/ketulusan)</i></b>						
1	Saya percaya bahwa <i>E-Wallet</i> Dana aman digunakan dalam bertransaksi					
2	Saya percaya data pribadi saya terlindungi saat menggunakan <i>E-Wallet</i> Dana					
<b><i>Ability (kemampuan)</i></b>						
3	Saya merasa nyaman menggunakan <i>E-wallet</i> Dana karena proteksi keamanannya yang baik					
4	Saya percaya bahwa <i>E-wallet</i> Dana menyediakan layanan pelanggan yang responsif					
<b><i>Integrity (Integritas)</i></b>						
5	Saya percaya <i>E-wallet</i> Dana memiliki reputasi baik sebagai platform pembayaran digital					
6	Saya yakin <i>E-wallet</i> Dana memiliki sistem yang melindungi saya dari penipuan					
<b><i>Willingness to depend (kesediaan untuk mengandalkan)</i></b>						
7	Saya yakin <i>E-wallet</i> Dana berkomitmen untuk memenuhi kebutuhan transaksi saya					
8	Saya percaya <i>E-wallet</i> Dana akan menyelesaikan keluhan atau masalah yang saya hadapi dengan baik					

## Lampiran 2. Tabulasi Data Jawaban Responden

### 1. Tabulasi data keputusan penggunaan (Y)

Y1.1	Y1.2	Y1.3	Y1.4	Y1.5	Y1.6	Y1.7	Y1.8
4	5	4	3	5	4	4	3
4	4	5	4	5	4	5	5
3	4	4	2	3	3	2	3
5	4	4	4	4	5	5	4
4	3	4	4	4	4	4	4
4	5	4	4	4	4	5	3
1	2	3	1	3	2	3	2
4	5	5	5	4	4	4	5
5	4	4	4	5	4	4	4
4	5	2	4	4	5	5	4
3	1	2	3	2	2	3	2
1	3	3	2	3	1	2	1
4	4	4	3	3	3	4	4
4	5	4	3	4	5	4	4
4	4	5	4	3	4	5	4
4	5	3	2	4	5	4	5
2	2	3	2	1	2	2	1
5	4	3	5	4	5	4	4
4	2	3	3	4	3	1	2
3	4	3	4	4	4	4	3
5	4	3	3	2	1	5	4
5	4	3	2	1	2	3	4
2	4	4	2	4	4	4	2
4	3	1	4	3	3	4	5
4	4	4	5	5	4	5	4
5	4	4	5	3	4	4	3
5	4	4	4	5	4	4	5
4	5	4	4	4	5	4	4
3	4	4	5	4	4	5	4
4	4	5	5	3	4	4	4
3	5	5	3	5	3	5	5
4	4	3	4	3	4	4	3
5	4	4	5	4	5	4	5
5	4	5	5	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4
5	4	4	5	5	5	4	4
4	4	5	4	5	4	4	4
1	3	1	3	2	1	1	2
4	5	5	4	4	5	5	4
4	5	4	4	4	5	4	4
1	2	3	3	2	1	2	3
2	2	2	3	2	1	3	2
5	4	2	3	2	2	2	2
2	4	2	4	5	1	4	4

Y1.1	Y1.2	Y1.3	Y1.4	Y1.5	Y1.6	Y1.7	Y1.8
1	4	2	5	4	4	5	3
5	4	5	4	5	5	4	5
1	1	3	4	1	3	5	5
4	5	4	3	4	4	3	4
3	5	3	3	5	3	3	4
4	4	4	5	5	4	4	4
5	4	4	4	4	4	5	5
4	4	4	4	4	5	4	5
1	4	1	2	1	1	2	1
5	4	4	5	5	5	4	5
4	5	4	5	5	4	4	5
3	3	2	3	1	2	2	2
4	5	5	5	5	4	4	5
2	3	1	3	1	2	2	2
4	5	5	5	4	5	4	5
2	3	1	3	2	2	3	1
5	5	5	5	4	4	4	5
3	2	3	1	2	3	1	2
1	2	3	2	1	3	2	1
4	4	4	4	5	4	5	4
5	4	4	4	5	5	4	5
4	4	4	3	3	3	4	4
4	4	4	4	4	3	3	4
4	4	4	4	4	4	3	3
4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4
3	3	3	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4
3	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	2	4
4	5	4	4	5	4	4	4
2	2	3	1	3	2	2	3
4	4	4	4	4	4	3	4
2	2	2	2	2	1	2	2
4	4	4	5	4	5	5	3
5	4	4	5	4	4	4	4
1	3	3	1	1	3	2	2
2	1	1	2	2	3	1	2
1	1	4	1	1	4	1	2
4	2	4	4	5	5	3	4
4	5	4	4	4	5	5	5
2	1	3	2	3	3	1	1
4	4	5	3	5	3	5	4
3	2	1	2	2	1	3	1
4	4	5	3	3	4	5	4
1	3	1	3	3	2	1	3
3	1	3	1	3	3	3	1

Y1.1	Y1.2	Y1.3	Y1.4	Y1.5	Y1.6	Y1.7	Y1.8
2	3	2	3	1	1	3	2
2	2	3	1	3	3	2	3
5	3	4	5	3	5	5	4
5	4	3	3	3	5	3	4
3	5	3	4	4	4	5	3
2	2	3	1	3	2	3	1
2	3	3	2	2	1	3	2
5	4	4	3	5	4	5	3

## 2. Tabulasi data Persepsi Manfaat (X1)

X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	X1.8	X1.9	X1.10
4	4	5	5	4	5	4	5	4	5
5	4	5	5	5	4	5	4	5	4
3	3	4	3	4	4	3	4	4	4
5	4	4	4	4	4	5	4	4	4
5	5	4	4	4	4	4	5	5	4
4	5	3	5	4	5	4	5	5	4
4	2	3	2	1	3	3	4	4	2
4	5	5	4	5	5	5	5	4	5
4	4	4	5	4	5	5	4	4	5
5	5	5	5	4	5	4	5	5	4
4	3	3	2	5	4	2	1	3	1
2	3	2	3	2	4	4	3	2	3
3	4	4	5	4	3	4	5	4	5
5	5	4	4	5	5	4	4	5	4
5	5	4	4	4	2	5	5	4	4
5	4	4	5	4	4	5	5	4	4
1	4	5	1	4	1	3	2	3	4
5	4	4	5	5	5	5	4	4	4
4	4	4	5	5	4	3	2	1	3
4	4	5	3	3	5	4	4	4	5
4	1	5	4	5	5	1	5	5	5
5	4	1	2	4	2	4	5	4	5
4	4	2	2	1	3	3	3	3	2
5	4	3	5	3	4	5	4	2	3
5	4	4	5	5	4	4	4	5	4
4	4	4	4	5	4	4	4	5	4
5	4	4	5	4	4	5	5	5	5
5	4	4	4	5	4	5	4	4	4
4	4	5	4	4	5	5	4	4	3
4	5	4	4	3	5	5	4	4	5
4	5	4	5	5	4	5	4	5	5

X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	X1.8	X1.9	X1.10
4	4	5	4	4	4	4	4	4	4
4	5	4	4	5	4	4	4	5	4
5	4	5	5	5	5	4	5	5	4
4	4	4	4	5	5	4	5	4	5
4	5	5	5	4	5	5	5	5	4
5	4	5	5	4	5	4	4	4	4
3	2	4	2	3	3	2	2	3	3
5	5	4	5	4	5	5	5	4	5
5	4	4	3	5	5	4	5	5	4
3	2	3	2	3	1	2	3	2	2
1	3	2	2	3	3	2	3	2	3
5	3	5	1	1	3	1	4	4	2
1	3	3	5	2	3	4	3	2	1
4	4	4	1	4	5	1	3	4	5
4	5	5	5	4	5	5	4	4	5
4	3	3	5	4	5	5	3	5	4
3	3	3	5	5	4	5	4	4	4
5	3	5	5	3	3	5	4	5	3
4	5	5	5	5	4	5	4	5	4
4	5	4	5	5	5	5	4	5	4
5	5	5	4	4	5	4	5	4	5
4	2	1	2	2	1	3	2	2	2
5	2	4	4	4	5	5	5	5	5
4	5	4	5	4	4	4	4	4	5
3	3	3	3	3	2	1	1	1	3
4	5	4	5	5	5	5	4	4	5
2	2	3	2	2	2	1	1	3	3
5	5	4	4	5	4	4	5	4	4
1	2	3	2	1	1	1	1	2	2
5	4	4	4	5	4	5	3	4	5
1	3	2	1	2	3	1	3	2	3
3	2	1	3	2	2	3	3	3	2
4	5	5	4	4	4	4	4	5	4
5	4	4	4	5	4	4	5	4	4
4	4	5	4	3	4	3	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	5
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
3	3	4	4	4	3	4	3	4	4
2	4	4	3	3	4	4	4	4	4
4	5	4	4	4	4	5	4	4	4
4	4	3	3	4	4	4	4	2	4
3	4	5	1	4	2	5	4	5	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4

X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	X1.8	X1.9	X1.10
4	2	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	5	5	3	4	5	5	4	4
2	1	2	3	2	1	1	2	2	2
5	5	4	4	5	3	3	3	5	3
3	1	2	1	2	1	1	2	1	2
4	4	4	5	5	5	4	4	4	4
4	4	5	4	4	5	4	4	4	5
2	1	2	2	1	2	2	1	2	1
1	3	1	2	3	2	2	4	3	2
1	2	4	2	2	3	2	2	1	2
4	4	4	4	4	4	5	3	4	4
5	4	4	5	4	4	5	4	4	4
1	1	2	2	3	1	1	1	1	2
4	5	3	3	4	4	4	3	4	4
1	2	1	3	3	1	3	3	2	2
4	3	4	5	2	4	4	3	5	4
3	3	2	2	1	1	3	3	3	2
2	3	3	3	3	2	1	1	2	1
1	4	3	3	2	2	2	3	1	2
2	3	1	3	2	1	1	1	2	1
3	3	4	3	5	5	4	4	4	5
5	4	3	3	5	4	4	4	4	5
5	4	5	4	5	4	4	4	4	4
3	3	2	3	2	1	3	2	3	1
3	2	2	3	3	1	1	3	2	1
4	4	5	4	3	3	4	3	4	4

### 3. Tabulasi data Kepercayaan (X2)

X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	X2.7	X2.8
5	5	5	5	5	5	5	5
3	5	4	5	4	5	4	4
4	4	3	2	4	4	3	5
4	3	4	4	4	4	4	4
4	5	5	5	4	5	4	5
5	4	4	5	5	4	5	4
1	2	2	4	3	2	3	4
4	4	5	5	5	4	4	5
4	5	5	5	4	4	5	4
5	4	5	4	5	5	5	5
3	1	1	3	3	3	2	3
2	3	2	1	3	4	4	3
4	4	3	5	4	5	5	4
5	4	5	4	5	5	4	5

X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	X2.7	X2.8
5	4	4	4	4	5	3	1
5	5	5	5	4	4	5	4
4	3	3	2	1	3	1	3
4	4	5	5	5	4	4	4
5	4	3	3	2	1	3	4
4	4	4	4	4	4	4	4
5	3	2	2	3	5	4	4
4	3	4	3	3	4	3	4
3	4	4	3	4	3	5	2
5	3	5	4	3	5	3	2
5	4	5	5	4	4	5	5
3	4	4	4	4	5	5	4
5	4	5	2	4	5	5	5
4	5	4	4	5	4	4	5
3	5	5	5	4	4	5	4
4	4	5	5	4	4	3	5
4	4	5	4	5	5	5	5
4	3	4	4	3	4	4	5
5	4	3	5	4	4	5	5
4	4	5	5	4	4	4	5
4	4	4	4	5	4	5	5
5	5	4	4	5	4	4	5
4	5	3	4	5	5	4	4
2	2	1	4	2	1	4	3
4	5	5	4	5	4	4	5
4	4	5	3	4	5	4	5
2	3	3	1	1	4	3	3
4	2	2	1	3	2	2	3
1	1	1	3	2	2	3	1
4	4	1	5	5	4	1	4
3	2	1	2	2	2	5	4
4	5	4	4	5	5	4	5
2	5	3	3	2	1	2	1
5	4	3	4	4	4	4	4
3	3	5	3	4	4	4	5
5	5	4	5	4	5	4	5
4	5	4	4	5	4	5	4
5	4	5	4	5	5	5	5
1	3	2	2	1	2	1	2
4	5	5	5	5	4	5	5
4	3	2	4	4	4	4	5
1	1	1	2	3	2	1	3
4	4	5	4	5	5	4	5
1	1	1	1	1	1	1	1
5	5	5	5	5	5	4	4
1	1	2	2	1	3	2	1
4	4	4	4	4	4	4	4
2	2	1	1	2	3	2	1

X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	X2.7	X2.8
1	2	3	2	2	3	3	3
5	4	5	4	5	4	4	5
5	4	4	4	5	4	4	5
4	4	4	4	5	4	4	4
4	4	4	5	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4
4	3	4	4	4	3	4	4
4	4	4	4	4	4	3	3
4	4	5	5	4	4	4	4
4	3	4	4	3	4	4	4
3	4	4	4	4	3	4	3
4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4
5	5	4	4	5	4	4	5
2	3	1	1	2	3	2	2
3	5	5	3	5	3	5	3
1	1	2	1	1	1	1	1
4	3	5	5	4	5	4	5
4	4	5	4	4	5	5	4
2	2	3	3	2	3	2	3
2	3	2	1	1	1	2	2
1	2	2	1	2	2	3	1
4	4	4	5	4	3	4	4
5	5	4	5	3	4	4	5
2	1	1	3	1	1	2	1
3	4	4	3	4	4	4	3
1	2	2	1	3	1	3	1
4	4	5	4	3	4	3	4
2	2	1	3	2	1	3	2
2	3	3	2	2	2	2	3
2	1	2	3	2	2	1	3
3	2	3	1	1	2	2	2
4	4	5	3	4	3	4	5
4	5	4	3	4	5	4	4
3	5	5	4	4	3	5	5
1	2	2	3	2	1	3	2
2	2	3	3	1	2	3	3
3	5	3	3	5	3	5	3

### Lampiran 3. Tabel dan Gambar Hasil Pengolahan Data SPSS

#### 1. Uji Validitas

Variabel	Pernyataan	$r_{hitung}$	$r_{tabel}$	Keterangan
Keputusan Penggunaan (Y)	Y1.1	0.684	0.361	Valid
	Y1.2	0.861	0.361	Valid
	Y1.3	0.757	0.361	Valid
	Y1.4	0.831	0.361	Valid
	Y1.5	0.834	0.361	Valid
	Y1.6	0.834	0.361	Valid
	Y1.7	0.794	0.361	Valid
	Y1.8	0.868	0.361	Valid
Persepsi Manfaat (X1)	X1.1	0.742	0.361	Valid
	X1.2	0.768	0.361	Valid
	X1.3	0.759	0.361	Valid
	X1.4	0.817	0.361	Valid
	X1.5	0.756	0.361	Valid
	X1.6	0.825	0.361	Valid
	X1.7	0.836	0.361	Valid
	X1.8	0.739	0.361	Valid
	X1.9	0.725	0.361	Valid
	X1.10	0.789	0.361	Valid
Kepercayaan (X2)	X2.1	0.781	0.361	Valid
	X2.2	0.764	0.361	Valid
	X2.3	0.763	0.361	Valid
	X2.4	0.805	0.361	Valid
	X2.5	0.767	0.361	Valid
	X2.6	0.708	0.361	Valid
	X2.7	0.837	0.361	Valid
	X2.8	0.812	0.361	Valid

#### 2. Uji Reliabilitas

Variabel	<i>Cronbach Alpha</i>	Keterangan
Keputusan Penggunaan (Y)	0.927 > 0.60	Reliabel
Persepsi Manfaat (X2)	0.924 > 0.60	Reliabel
Kepercayaan (X3)	0.906 > 0.60	Reliabel

### 3. Analisis Karakteristik Responden

#### a. Usia

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	17 - 27 Tah	54	54.0	54.0	54.0
	28 - 43 Tah	39	39.0	39.0	93.0
	44 - 50 Tah	7	7.0	7.0	100.0
Total		100	100.0	100.0	

#### b. Jenis Kelamin

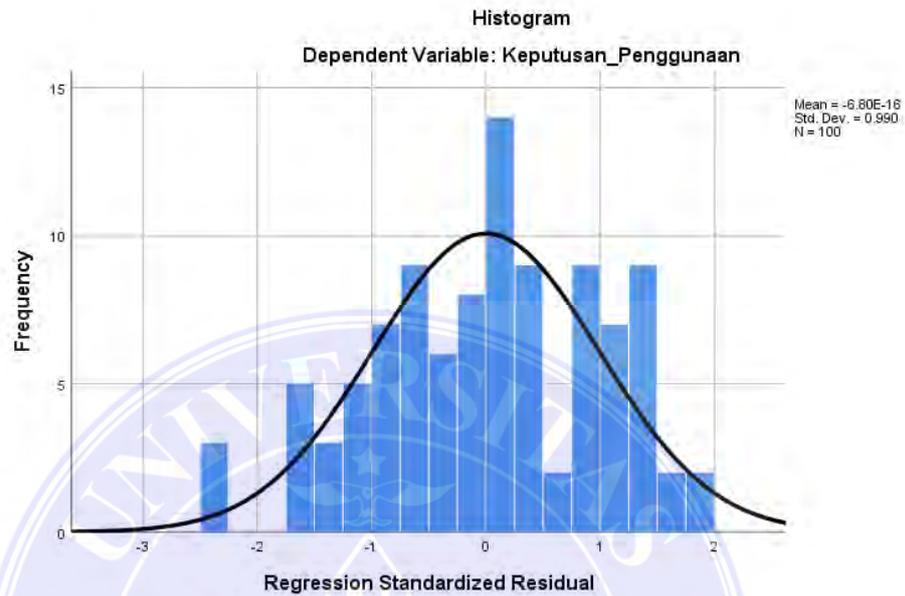
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Laki -	40	40.0	40.0	40.0
	Perempuan	60	60.0	60.0	100.0
Total		100	100.0	100.0	

#### c. Pekerjaan

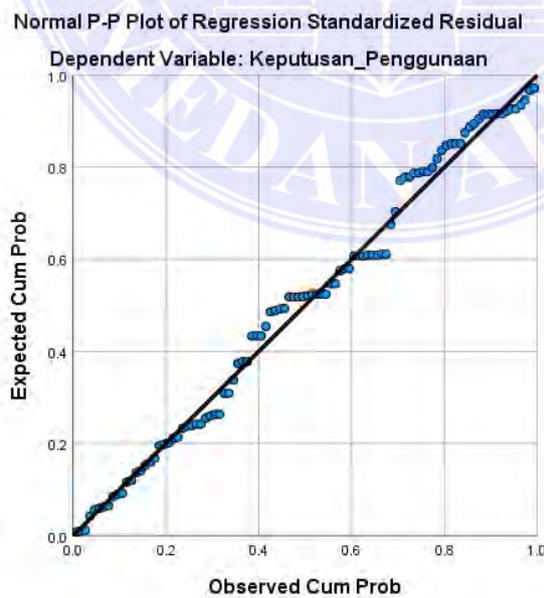
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Dosen / Guru	13	13.0	13.0	13.0
	Karyawan	23	23.0	23.0	36.0
	Pelajar / Mahasiswa	52	52.0	52.0	88.0
	Wiraswasta	12	12.0	12.0	100.0
	Total		100	100.0	100.0

## 4. Uji Normalitas

### a. Grafik Histogram



### b. Grafik Normal P-P Plot



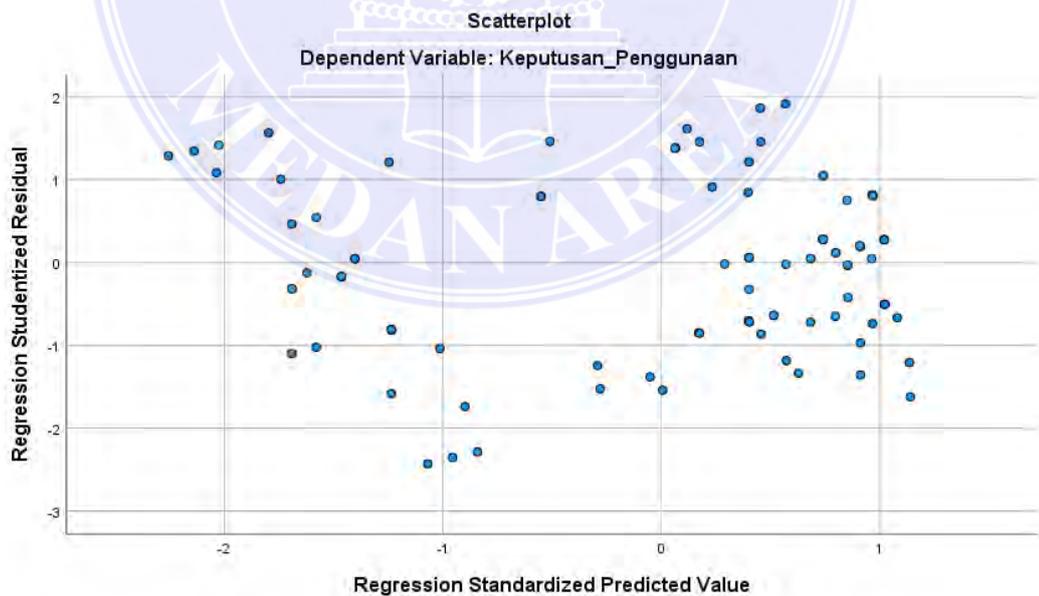
**c. Kolmogorov-Smirnov**

**One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters <sup>a, b</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.58570276
Most Extreme Differences	Absolute	.073
	Positive	.068
	Negative	-.073
Test Statistic		.073
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 <sup>c, d</sup>

- a. Test distribution is Normal.
- b. Calculated from data.
- c. Lilliefors Significance Correction.
- d. This is a lower bound of the true significance.

**5. Uji Heterokedastisitas**



## 6. Uji Multikolinearitas

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	1.638	1.038		1.579	.118		
	Persepsi_Manfaat	.399	.080	.501	5.013	.000	.118	8.451
	Kepercayaan	.414	.091	.455	4.550	.000	.118	8.451

a. Dependent Variable: Keputusan\_Penggunaan

## 7. Uji Analisis Regresi Linear Berganda

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.638	1.038		1.579	.118
	Persepsi_Manfaat	.399	.080	.501	5.013	.000
	Kepercayaan	.414	.091	.455	4.550	.000

a. Dependent Variable: Keputusan\_Penggunaan

## 8. Uji Hipotesis

### a. Uji Parsial (Uji-t)

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.638	1.038		1.579	.118
	Persepsi_Manfaat	.399	.080	.501	5.013	.000
	Kepercayaan	.414	.091	.455	4.550	.000

a. Dependent Variable: Keputusan\_Penggunaan

**b. Uji Simultan (Uji F)**

**ANOVA<sup>a</sup>**

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	5113.940	2	2556.970	374.718	.000 <sup>b</sup>
	Residual	661.900	97	6.824		
	Total	5775.840	99			

a. Dependent Variable: Keputusan\_Penggunaan

b. Predictors: (Constant), Kepercayaan, Persepsi\_Manfaat

**c. Koefisien Determinasi (R<sup>2</sup>)**

**Model Summary<sup>b</sup>**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.941 <sup>a</sup>	.885	.883	2.612

a. Predictors: (Constant), Kepercayaan, Persepsi\_Manfaat

b. Dependent Variable: Keputusan\_Penggunaan

## Lampiran 4. Surat Izin Riset



**UNIVERSITAS MEDAN AREA**  
**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

Kampus I : Jl. Kualan 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.uma.ac.id email fakultas\_ekonomi@uma.ac.id

---

Nomor : 4641/ FEB / 01.1/ XII / 2024 10 Desember 2024  
Lamp : -  
Perihal : Izin Research / Survey

Kepada Yth,  
**Kepala Badan Riset dan Inovasi Daerah**

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

Nama : Syamaya Magvira Tanjung  
NPM : 218320083  
Program Studi : Manajemen  
Judul : **Pengaruh Persepsi Manfaat Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Penggunaan E-Wallet Dana Di Kecamatan Medan Selayang**

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.

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

**Tembusan :**

1. Wakil Rektor Bidang Akademik
2. Kepala L.PPM
3. Mahasiswa ybs
4. Peringgal

## Lampiran 5. Surat Selesai Riset



**PEMERINTAH KOTA MEDAN**  
**BADAN RISET DAN INOVASI DAERAH**  
 Jalan Jenderal Besar A. H. Nasution Nomor 32, Medan Johor, Medan Sumatera Utara 20143,  
 Telepon (061) 7873439 Faksimile (061) 7873314  
 Laman [brida.medan.go.id](http://brida.medan.go.id), Pos-el [brida@medan.go.id](mailto:brida@medan.go.id)

---

**SURAT KETERANGAN SELESAI RISET**  
 Nomor : 000.9/0476

Berdasarkan Surat Keterangan Riset dari Badan Riset dan Inovasi Daerah Kota Medan Nomor 000.9/3178 Tanggal 24 Desember 2024 dan dokumen lainnya, dengan ini menerangkan nama di bawah ini :

Nama	: Syamaya Magvira Tanjung
NIM	: 218320083
Jurusan	: Manajemen
Lokasi	: Kecamatan Medan Selayang Kota Medan
Lamanya	: 1 (Satu) Bulan
Penanggung Jawab	: Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Medan Area

Bahwa yang bersangkutan tersebut diatas telah menyelesaikan Riset di Kecamatan Medan Selayang Kota Medan.

Demikian surat ini diperbuat untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Dikeluarkan di : Medan  
 Pada Tanggal : 14 Januari 2025



Ditandatangani secara elektronik oleh :  
 Kepala Badan  
 Riset dan Inovasi Daerah,  
 Mansursyah, S. Sos, M. AP  
 Pembina Tk. I (IV/b)  
 NIP 196805091989091001

**Tembusan :**

1. Wali Kota Medan.
2. Camat Medan Selayang Kota Medan.
3. Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Medan Area.



- Dokumen ini telah ditandatangani secara elektronik, menggunakan **sertifikat elektronik** yang diterbitkan **BSrE**  
 - UU ITE No. 11 Tahun 2008 Pasal 5 Ayat 1 "Informasi Elektronik dan/atau Dokumen Elektronik dan/atau hasil cetaknya merupakan alat bukti hukum yang sah."