

**PENGARUH PERSEPSI KEMUDAHAN PENGGUNAAN DAN PROMOSI TERHADAP
MINAT MENGGUNAKAN *E-WALLET* OVO DI KOTA SURABAYA**

SKRIPSI



Diajukan Oleh:

ZAYYAN HISYAM PRADANA

19012010177/FEB/EM

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL “VETERAN”

JAWA TIMUR

2023

PENGARUH PERSEPSI KEMUDAHAN PENGGUNAAN DAN PROMOSI
TERHADAP MINAT MENGGUNAKAN *E-WALLET* OVO DI KOTA
SURABAYA

SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Sebagaian Persyaratan
Dalam Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen
Program Studi Manajemen



Diajukan Oleh:

ZAYYAN HISYAM PRADANA
19012010177/FEB/EM

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN"

JAWA TIMUR

2023

SKRIPSI

**PENGARUH PERSEPSI KEMUDAHAN PENGGUNAAN DAN
PROMOSI TERHADAP MINAT MENGGUNAKAN E-WALLET OVO
DI KOTA SURABAYA**

Disusun Oleh :

ZAYYAN HISYAM PRADANA
19012010177 / FEB / EM

Telah Dipertahankan dan Diterima oleh Tim Penguji Skripsi

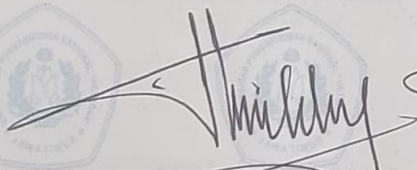
Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur

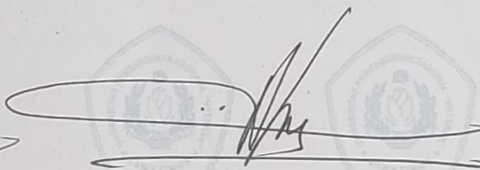
Pada Tanggal : 23 Februari 2024

**Koordinator Program Studi Manajemen
Fakultas Ekonomi dan Bisnis**

Pembimbing Utama



Dr. Wiwik Handayani, SE, M.Si
NIP. 196901132021212003

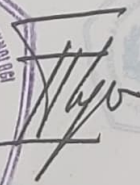


Dra. Ec. Siti Aminah, MM
NIP. 196107121988032001

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur



Dr. Dra. Ec. Tri Kartika Pertiwi, M.Si, CRP
NIP. 196304201991032001

20 FEB 2024

SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS KARYA

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama Lengkap : Zayyan Hisyam Pradana
NPM : 19012010177
NIK : 3578090502010002
Tempat/Tanggal Lahir : Surabaya, 5 Februari 2001
Alamat : Nginden Baru 8 / B – 33 Surabaya
Judul Artikel : Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan dan Promosi terhadap Minat Menggunakan E-Wallet OVO Di Kota Surabaya

Saya menyatakan bahwa skripsi ini merupakan hasil dari pemikiran sendiri, serta bukan dari saduran/terjemahan/plagiarisme.

Demikianlah pernyataan ini dibuat dalam keadaan sadar dan tanpa ada unsur paksaan dari siapapun. Jika di kemudian hari terbukti ada unsur plagiarisme maka kelulusan akan dibatalkan, saya bersedia dibatalkannya gelar akademik yang telah saya raih.

Surabaya, 23 Februari 2024

Yang menyatakan,



Zayyan Hisyam Pradana

KATA PENGANTAR

Dengan memanjatkan puji syukur kehadiran Tuhan Yang Maha Esa, karena atas hidayat dan limpahan rahmat-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan penelitian dengan judul **“Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan dan Promosi terhadap Minat Menggunakan E-Wallet OVO Di Kota Surabaya”** dengan baik. Penyusunan penelitian ini ditunjukkan untuk memenuhi salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur (UPN “Veteran” Jawa Timur).

Keberhasilan penyusunan penelitian ini tidak dapat berjalan dengan baik tanpa adanya bimbingan, dukungan, dan motivasi dari berbagai pihak, maka dari itu penulis menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Bapak Prof. Dr. Ir. Akhmad Fauzi, M. MT. selaku Rektor Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
2. Ibu Dr. Dra. Ec. Tri Kartika Pertiwi, M.Si, CFP selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
3. Ibu Dra. Ec. Nurjanti Takarini, M,Si selaku Koordinator Program Studi Manajemen Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
4. Ibu Dra. Ec. Siti Aminah, M.M. selaku dosen pembimbing skripsi yang telah banyak membantu mengarahkan penulis.
5. Seluruh Dosen Program Studi Manajemen maupun Staf Karyawan Fakultas Ekonomi dan Bisnis. Terima Kasih atas segala bantuan selama ini.

6. Orang tua serta keluarga besar yang sangat berjasa karena senantiasa memberikan dukungan materil maupun non-materil kepada penulis.
7. Teman-teman dan seluruh pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu, yang telah memberikan bantuan serta dukungan kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

Dalam penyusunan ini, penulis menyadari bahwa masih terdapat banyak kekurangan. Oleh sebab itu, penulis mengharapkan kerendahan hati pembaca untuk memberikan kritik dan saran yang membangun agar kedepannya dapat diperbaiki kemudian hari.

Surabaya, 25 Juli 2023

Zayyan Hisyam Pradana

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR.....	II
DAFTAR ISI	IV
DAFTAR GAMBAR	VI
DAFTAR TABEL	VII
ABSTRAK	VIII
BAB I PENDAHULUAN	9
1.1 Latar Belakang	9
1.2 Rumusan Masalah	16
1.3 Tujuan Penelitian.....	16
1.4 Manfaat Penelitian	16
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	18
2.1 Penelitian Terdahulu.....	18
2.2 Tinjauan Teori	20
2.2.1 Pemasaran.....	20
2.2.2 Technology Acceptance Model (TAM)	22
2.2.3 Persepsi Kemudahan Penggunaan.....	23
2.2.4 Promosi.....	24
2.2.5 Minat Menggunakan.....	27
2.3 Hubungan Antar Variabel	30
2.3.1 Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan terhadap Minat Menggunakan <i>E-Wallet</i>	30
2.3.2 Pengaruh Promosi terhadap Minat Menggunakan <i>E-Wallet</i>	31
2.4 Kerangka Konseptual	32
2.5 Hipotesis.....	32
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	33
3.1 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel	33
3.1.1 Definisi Operasional	33
3.1.2 Pengukuran Variabel.....	34
3.2 Teknik Penentuan Sampel	35
3.2.1 Populasi	35
3.2.2 Sampel	35
3.3 Teknik Pengumpulan Data	36
3.3.1 Jenis Data	36
3.3.2 Sumber Data	36
3.4 Metode Pengumpulan Data	37
3.5 Uji Validitas dan Reliabilitas.....	37
3.5.1 Uji Validitas	37
3.5.2 Uji Reliabilitas.....	38

3.6	Teknik Analisis dan Uji Hipotesis.....	38
3.6.1	Teknik Analisis	38
3.6.2	Cara Kerja PLS.....	39
3.6.3	Langkah-Langkah PLS.....	40
3.6.4	Asumsi PLS.....	47
3.6.5	Ukuran Sampel	47
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....		48
4.1	Deskripsi Objek Penelitian.....	48
4.1.1	Profil Perusahaan <i>E-Wallet</i> OVO	48
4.2	Deskripsi Hasil Penelitian.....	49
4.2.1	Analisis Karakteristik Responden	49
4.2.2	Deskripsi Variabel Persepsi Kemudahan Penggunaan	51
4.2.3	Deskripsi Variabel Promosi	52
4.2.4	Deskripsi Variabel Minat Menggunakan	54
4.3	Analisa dan Pengujian Hipotesis.....	55
4.3.1	Evaluasi Outlier.....	55
4.3.2	Interpretasi Hasil PLS	57
4.4	Pembahasan.....	67
4.4.1	Persepsi Kemudahan Penggunaan (X1) terhadap Minat Menggunakan (Y)	67
4.4.2	Promosi (X2) terhadap Minat Menggunakan (Y)	68
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....		69
5.1	Kesimpulan	69
5.2	Saran.....	69
DAFTAR PUSTAKA.....		71
LAMPIRAN.....		76

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Metode Pembayaran Yang Paling Banyak Digunakan.....	10
Gambar 1.2 Kolom Review Google Play Store	12
Gambar 1.3 Daftar Aplikasi E-Wallet Di Indonesia.....	13
Gambar 1.4 Promosi OVO Di Media Sosial.....	14
Gambar 1.5 Kolom Comment pada Instagram OVO.....	15
Gambar 2.1 Kerangka Konseptual	32
Gambar 3.1 Diagram Jalur Untuk PLS	42
Gambar 4.1 Outer Model dengan Factor Loading, Path Coefficient, dan R-Square	64

DAFTAR TABEL

Tabel 3.0.1 Skala Likert	35
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	49
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	50
Tabel 4.3 Hasil Jawaban Responden Variabel Persepsi Kemudahan Penggunaan	51
Tabel 4.4 Hasil Jawaban Responden Variabel Promosi	52
Tabel 4.5 Hasil Jawaban Responden Variabel Minat Menggunakan	54
Tabel 4.6 Outlier Data	56
Tabel 4.7 Outer Loading (Mean, STDEV, T-Values)	58
Tabel 4.8 Cross Loading	60
Tabel 4.9 Average Variance Extracted (AVE)	61
Tabel 4.10 Composite Reliability	62
Tabel 4.11 Latent Variable Correlations	62
Tabel 4.12 R-Square	65
Tabel 4.13 Path Coefficient (Mean, STDEV, T-Values, P-Values)	66

Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan dan Promosi Terhadap Minat Menggunakan *E-Wallet* OVO di Kota Surabaya

Oleh:

Zayyan Hisyam Pradana
19012010177/FEB/EM

Abstrak

Keberhasilan suatu perusahaan dalam menarik minat pelanggan bergantung dari kemudahan penggunaan serta promosi produknya dari perusahaan tersebut. Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi bagaimana pengaruh persepsi kemudahan penggunaan dan promosi terhadap minat menggunakan *e-wallet* ovo di kota Surabaya.

Metode penelitian ini secara kuantitatif dengan mengambil sampel berjumlah 110 responden dan penyebaran kuesioner ini dibantu dengan Google Form. Sedangkan sampel dalam penelitian ini diambil dengan menggunakan teknik *purposive sampling*. Sampel terdiri atas responden yang berdomisili di Surabaya dan mengetahui *e-wallet* ovo. Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah Partial Least Square (PLS) dengan uji validitas, uji reabilitas dan uji hipotesis.

Dari hasil penelitian didapati bahwa variabel persepsi kemudahan penggunaan dan promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel minat menggunakan.

Kata Kunci : Persepsi Kemudahan Penggunaan; Promosi; Minat Menggunakan