

**PENGARUH PERSEPSI MANFAAT, PERSEPSI KEMUDAHAN DAN
KEPERCAYAAN TERHADAP PENGGUNAAN APLIKASI *E-MONEY***

**(Studi Kasus Pada Mahasiswa Aktif Administrasi Bisnis Pengguna Aplikasi
E-Money OVO)**

SKRIPSI



**Oleh :
SOFIA NADILA
NPM : 1642010036**

**KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" JAWA TIMUR
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
PROGRAM STUDI ADMINISTRASI BISNIS
SURABAYA
2020**

**PENGARUH PERSEPSI MANFAAT, PERSEPSI KEMUDAHAN DAN
KEPERCAYAAN TERHADAP PENGGUNAAN APLIKASI *E-MONEY***

**(Studi Kasus Pada Mahasiswa Aktif Administrasi Bisnis Pengguna Aplikasi
E-Money OVO)**

SKRIPSI

**Diajukan untuk Memenuhi Sebagai Persyaratan Memperoleh Gelar
Sarjana Administrasi Bisnis pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur**



**Oleh :
SOFIA NADILA
NPM : 1642010036**

**KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL “VETERAN” JAWA TIMUR
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
PROGRAM STUDI ADMINISTRASI BISNIS
SURABAYA
2020**

**PENGARUH PERSEPSI MANFAAT, PERSEPSI KEMUDAHAN DAN
KEPERCAYAAN TERHADAP PENGGUNAAN APLIKASI *E-MONEY*
(Studi Kasus Pada Mahasiswa Aktif Administrasi Bisnis Pengguna Aplikasi
E-Money OVO)**

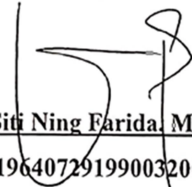
Disusun Oleh :

Sofia Nadila

NPM.1642010036

Telah disetujui untuk mengikuti Ujian Skripsi

Menyetujui,
PEMBIMBING


Dra. Siti Ning Farida M.Si
NIP. 196407291990032001

Mengetahui,
DEKAN

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK


Dr. Drs. Ec. Gendut Sukarno. MS. CHRA
NPT. 195907011987031001

**PENGARUH PERSEPSI MANFAAT, PERSEPSI KEMUDAHAN DAN
KEPERCAYAAN TERHADAP PENGGUNAAN APLIKASI E-MONEY**

**(Studi Kasus Pada Mahasiswa Aktif Administrasi Bisnis Pengguna Aplikasi E-Money
OVO)**

Oleh:

SOFIA NADILA
NPM.1642010036

**Telah dipertahankan dihadapan dan diterima oleh Tim Penguji Skripsi Jurusan
Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan
Nasional "Veteran" Jawa Timur
Pada Tanggal 14 April 2020**

Pembimbing Utama



Menyetujui,

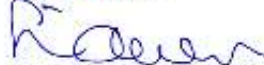
**Tim Penguji
1.) Ketua**



Dra. Siti Ning Farida, M.Si
NIP.196407291990032001

Budi Prabowo, S. Sos. MM
NIP.196210161988031001

2.) Sekretaris



Dra. Lia Nirawati, M.Si
NIP.196009241993032001

3.) Anggota



Dra. Siti Ning Farida, M.Si
NIP.196407291990032001

**Mengetahui,
DEKAN**



DR. Drs. Ec. Gendut Sukarno, MS. CHRA
NIP. 195907011987031001

KATA PENGANTAR

Dengan mengucapkan puji syukur kehadiran Tuhan Yang Maha Esa, atas berkat dan rahmat-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan dan Kepercayaan Terhadap Penggunaan Aplikasi *E-money* (Studi kasus pada Mahasiswa Aktif Administrasi Bisnis Pengguna Aplikasi *E-Money* OVO)”**

Sekalipun penulis harus mengalami berbagai kesulitan, tetapi syukurlah bahwa skripsi ini dapat terselesaikan tepat pada waktunya. Penulis menyadari bahwa di dalam penyusunan skripsi ini banyak terdapat kekurangan. Selesaiannya kegiatan hingga penyusunan skripsi ini tidak lepas dari Ibu Dra. Siti Ning Farida M.Si selaku dosen pembimbing yang dengan segala perhatian dan kesabarannya rela meluangkan waktu untuk penulis. Terimakasih yang tak terhingga penulis sampaikan.

Pada kesempatan kali ini penulis juga menyampaikan banyak terimakasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini, diantaranya :

1. Bapak Dr. Drs. Ec. Gendut Sukarno, MS. CHRA. selaku dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
2. Ibu Dra. Siti Ning Farida, M.Si selaku koordinator Program Studi Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.

3. Bapak dan Ibu dosen Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur, yang telah memberikan Ilmu Pengetahuan dan dukungan kepada penulis.
4. Kedua orang tua yang selalu memberi dukungan semangat dan materi kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
5. Seluruh teman-teman penulis yang selalu memberi dukungan dan semangat kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

Akhirnya penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak. Segala saran dan kritik yang bersifat membangun sangat penulis harapkan demi kebaikan skripsi ini.

Surabaya, April 2020

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PERSETUJUAN	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
ABSTRAK	xiv
<i>ABSTRACT</i>	xv
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	9
1.3 Tujuan Penelitian	9
1.4 Manfaat Penelitian	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Penelitian Terdahulu.....	12

2.2	Landasan Teori.....	15
2.2.1	Pemasaran	15
2.2.2	Internet	16
2.2.3	<i>E-money</i>	18
2.2.4	<i>Technology Acceptance Model (TAM)</i>	23
2.2.5	Persepsi Manfaat (<i>Perceived Usefulness</i>).....	27
2.2.6	Persepsi Kemudahan Penggunaan (<i>Perceived Ease of Use</i>)	29
2.2.7	Kepercayaan.....	31
2.2.8	Perilaku Konsumen.....	32
2.2.9	Penggunaan.....	34
2.3	Kerangka Berpikir	35
2.4	Hipotesis	38

BAB III METODE PENELITIAN

3.1	Jenis Penelitian	39
3.2	Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel.....	39
3.3	Populasi, Sampel dan Teknik Penarikan Sampel.....	44
3.3.1	Populasi.....	44
3.3.2	Sampel	45
3.3.3	Teknik Penarikan Sampel	45
3.4	Teknik Pengumpulan Data.....	45
3.4.1	Jenis Data	45
3.4.2	Sumber Data	46

3.4.3 Teknik Pengumpulan Data.....	46
3.5 Teknik Analisis	47
3.5.1 Uji Validitas.....	47
3.5.2 Uji Reliabilitas	48
3.5.3 Uji asumsi klasik.....	49
3.5.3.1 Uji Multikolinearitas	49
3.5.3.2 Uji Normalitas.....	50
3.5.3.3 Uji Heteroskedastistas	51
3.5.3.4 Autokorelasi	51
3.5.4 Analisis Regresi Linier Berganda	52
3.6 Uji Hipotesis	52
3.6.1 Uji F	52
3.6.2 Uji t	54
 BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	56
4.1.1 Sejarah Perusahaan	56
4.1.2 Visi dan misi Perusahaan.....	57
4.1.3 Lokasi PT. Visionet Internasional	58
4.1.4 Struktur Organisasi Perusahaan	59
4.2 Penyajian Data Hasil Penelitian.....	64
4.2.1 Deskripsi Karakteristik Responden	64
4.2.2 Deskripsi Variabel Penelitian.....	66

4.2.2.1 Variabel Persepsi Manfaat (X_1)	66
4.2.2.2 Variabel Persepsi Kemudahan (X_2)	67
4.2.2.3 Variabel Kepercayaan (X_3)	69
4.2.2.4 Penggunaan (Y).....	71
4.3 Hasil Penelitian	73
4.3.1 Uji Validitas dan Reliabilitas	73
4.3.1.1 Uji Validitas	73
4.3.1.2 Uji Reliabilitas	75
4.3.2 Uji Asumsi Klasik.....	76
4.3.2.1 Multikolinieritas.....	76
4.3.2.2 Normalitas	78
4.3.2.3 Heterokedastisitas	81
4.3.2.4 Autokorelasi	82
4.3.3 Regresi Linier Berganda	83
4.3.3.1 Analisis Koefisiensi Korelasi dan Koefisiensi Determinasi	86
4.3.4 Pengujian Hipotesis	88
4.3.4.1 Uji F (Uji Simultan)	88
4.3.4.2 Uji t (Uji Parsial).....	90
4.4 Pembahasan	96
4.4.1 Pengaruh Persepsi Manfaat (X_1) terhadap Penggunaan (Y).....	96
4.4.2 Pengaruh Persepsi Kemudahan (X_2) terhadap Penggunaan (Y).....	97
4.4.3 Pengaruh Kepercayaan (X_3) terhadap Penggunaan (Y).....	98
4.5 Review Penelitian Terdahulu Sebagai Dasar Penelitian.....	98

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan 103

5.2 Saran..... 104

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1_Pertumbuhan Pengguna Internet di Indonesia	2
Gambar 1.2 Jumlah Instrumen Uang Elektronik Beredar di Indonesia ...	5
Gambar 1.3 Jumlah Transaksi Uang Elektronik Di Indonesia.....	6
Gambar 2.1 <i>Technology Acceptance Model</i> (TAM)	27
Gambar 2.2 Kerangka Berpikir	37
Gambar 4.1 Struktur Organisasi Perusahaan	59
Gambar 4.2 Uji Normalitas dengan Normal P-P Plot	78
Gambar 4.3 Uji Normalitas dengan Grafik Histogram	79
Gambar 4.4 Uji Heterokedastisitas.....	81
Gambar 4.5 Uji F (Uji Simultan).....	90
Gambar 4.6 Hasil Uji t Variabel Persepsi Manfaat	92
Gambar 4.7 Hasil Uji t Variabel Persepsi Kemudahan	94
Gambar 4.8 Hasil Uji t Variabel Kepercayaan.....	96

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Jumlah Pengguna Aplikasi E-money pada Mahasiswa Aktif Administrasi Bisnis.....	4
Tabel 4.1 Hasil Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	64
Tabel 4.2 Hasil Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	65
Tabel 4.3 Hasil Tanggapan Responden Terhadap Variabel Persepsi Manfaat (X_1).....	66
Tabel 4.4 Hasil Tanggapan Responden Terhadap Variabel Persepsi Kemudahan (X_2)	68
Tabel 4.5 Hasil Tanggapan Responden Terhadap Variabel Kepercayaan (X_3).....	69
Tabel 4.6 Hasil Tanggapan Respienden Terhadap Variabel Penggunaan (Y)	71
Tabel 4.7 Uji Validitas.....	73
Tabel 4.8 Uji Reliabilitas	75
Tabel 4.9 Uji Multikolinieritas	77
Tabel 4.10 Kolmogorof –SmirnovTest.....	80
Tabel 4.11 Hasil Uji Autokorelasi	82
Tabel 4.12 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda	84
Tabel 4.13 Koefisien Korelasi	86
Tabel 4.14 Koefisien Determinan.....	87
Tabel 4.15 Perhitungan Uji F (Uji Simultan)	88
Tabel 4.16Hasil Perhitungan Uji t (Uji Parsial).....	91
Tabel 4.17 Matriks Penelitian Terdahulu dan Penelitian Sekarang....	98

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner

Lampiran 2 Hasil Kuesioner

Lampiran 3 Frekuensi Karakteristik Responden

Lampiran 4 Frekuensi Jawaban Responden

Lampiran 5 Uji Validitas

Lampiran 6 Uji Reliabilitas

Lampiran 7 Uji Asumsi Klasik

Lampiran 8 Analisis Regresi Linier Berganda

ABSTRAK

Sofia Nadila, 1642010036, Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan dan Kepercayaan Terhadap Penggunaan Aplikasi E-Money (Studi Kasus Pada Mahasiswa Aktif Administrasi Bisnis pengguna E-Money OVO)

Dalam sistem pembayaran peranan uang tunai sebagai alat pembayaran dapat bergeser dalam bentuk non tunai menggunakan *E-money* yang lebih efisien. Dengan adanya kenaikan jumlah pengguna internet, instrumen dan transaksi uang elektronik yang ada di Indonesia serta banyaknya pengguna aplikasi *e-money* OVO pada mahasiswa aktif administrasi bisnis. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah persepsi manfaat, persepsi kemudahan dan kepercayaan berpengaruh terhadap penggunaan aplikasi *e-money* OVO pada mahasiswa aktif administrasi bisnis.

Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Populasi yang diambil adalah mahasiswa aktif program studi administrasi bisnis yang menggunakan aplikasi *e-money* OVO berjumlah 119 mahasiswa dengan teknik pengambilan sampel yaitu *sampel jenuh*. Variabel bebas yang digunakan yaitu Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan dan Kepercayaan sedangkan variabel terikat yaitu Penggunaan. Untuk membuktikan hipotesis yang diajukan, digunakan teknik analisis Uji Validitas, Uji Reliabilitas, Uji Asumsi Klasik, Analisis Regresi Linier Berganda dan Uji F, Uji t.

Berdasarkan analisis data maka dapat diambil kesimpulan bahwa terdapat pengaruh secara simultan dan parsial antara variabel Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan dan Kepercayaan terhadap Penggunaan Aplikasi *e-money* OVO pada mahasiswa aktif program studi administrasi bisnis.

Kata Kunci : Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Kepercayaan dan Penggunaan.

ABSTRACT

Sofia Nadila, 1642010036, The Effect of Perception of Benefits, Perception of Ease and Trust in the Use of E-Money Applications (Case Study in Active Students in Business Administration for E-Money OVO users)

In the payment system the role of cash as a means of payment can be shifted in the form of non-cash using more efficient E-money. With the increase in the number of internet users, instruments and electronic money transactions in Indonesia as well as the number of OVO e-money application users in active business administration students. The purpose of this study was to determine whether perceived benefits, perceived convenience and trust affect the use of OVO e-money applications in active business administration students.

This type of research is quantitative research. The population taken was active business administration study program students who used the OVO e-money application totaling 119 students with a sampling technique that is saturated sample. The independent variable used is Benefit Perception, Perception of Ease and Trust while the dependent variable is Usage. To prove the proposed hypothesis, the analysis techniques used are Validity Test, Reliability Test, Classic Assumption Test, Multiple Linear Regression Analysis and F Test, t Test.

Based on data analysis, it can be concluded that there is a simultaneous and partial effect between the variables of Perception of Benefits, Perception of Ease and Trust in the Use of OVO e-money Applications in active students of business administration study programs.

Keywords: Perception of Benefits, Perception of Ease, Trust and Use.