

**PENGARUH FAKTOR KEMUDAHAN, KEPERCAYAAN, DAN FITUR  
LAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN MAHASISWA UNTUK  
MENGUNAKAN APLIKASI DOMPET DIGITAL  
(STUDI KASUS MAHASISWA FEBI UIN PROF. K.H. SAIFUDDIN  
ZUHRI PURWOKERTO)**



**SKRIPSI**

Diajukan Kepada Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri  
Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Guna  
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)

Oleh:

**ALDY YANUAR AWWAL**

**NIM. 1817202049**

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH  
JURUSAN EKONOMI DAN KEUANGAN ISLAM  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI PROF. K.H. SAIFUDDIN ZUHRI  
PURWOKERTO  
2024**

## PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Aldy Yanuar Awwal

NIM : 1817202049

Jenjang : S-1

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Jurusan : Ekonomi dan Keuangan Islam

Program Studi : Perbankan Syariah

Judul Skripsi : Pengaruh Kemudahan, Kepercayaan, dan Fitur Layanan Terhadap Keputusan Mahasiswa Untuk Menggunakan Aplikasi Dompot Digital (Studi Kasus Mahasiswa FEBI UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto)

Menyatakan bahwa Naskah Skripsi ini secara keseluruhan adalah hasil/penelitian saya sendiri kecuali pada bagian yang dirujuk sumbernya.

Purwokerto, 4 Januari 2024  
Saya yang menyatakan



Aldy Yanuar Awwal  
NIM. 1817202049



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
PROFESOR KIAI HAJI SAIFUDDIN ZUHRI PURWOKERTO  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jalan Jenderal Ahmad Yani No. 54 Purwokerto 53126  
Telp: 0281-635624, Fax: 0281-636553; Website: febi.uinsaizu.ac.id


**LEMBAR PENGESAHAN**

Skripsi Berjudul

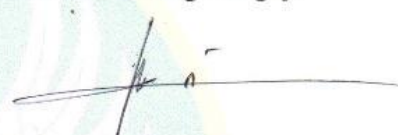
**PENGARUH FAKTOR KEMUDAHAN, KEPERCAYAAN, DAN FITUR  
LAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN MAHASISWA UNTUK  
MENGUNAKAN APLIKASI DOMPET DIGITAL (STUDI KASUS  
MAHASISWA FEBI UIN PROF. K.H. SAIFUDDIN ZUHRI PURWOKERTO)**

Yang disusun oleh Saudara **Aldy Yanuar Awwal NIM 1817202049** Program Studi **S-1 Perbankan Syariah** Jurusan Ekonomi dan Keuangan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto, telah diujikan pada hari **Selasa, 16 Januari 2024** dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk memperoleh gelar **Sarjana Ekonomi (S.E.)** oleh Sidang Dewan Penguji Skripsi.

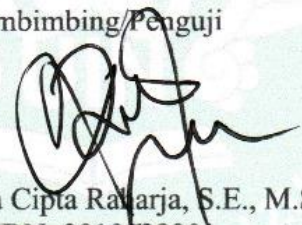
Ketua Sidang/Penguji

  
Iin Solikhin, M.Ag.  
NIP. 19720805 200112 1 002

Sekretaris Sidang/Penguji

  
H. Kholilur Rahman, Lc., M.A.  
NIDN. 2016068203

Pembimbing/Penguji

  
Mahardhika Cipta Ralarja, S.E., M.Si.  
NIDN. 2010028901

Purwokerto, 20 Januari 2024

Mengesahkan  
Dekan,  
  
**Dr. H. Jamat Abdul Aziz, M.Ag.**  
NIP. 19730921 200212 1 004

## NOTA DINAS PEMBIMBING

Kepada

Yth : Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Prof. KH. Saifuddin  
Zuhri Purwokerto  
di-  
Purwokerto

*Assalamu'alaikum Wr. Wb.*

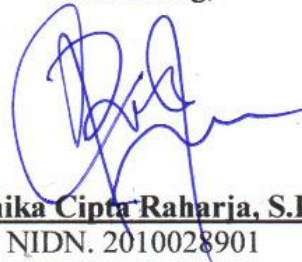
Setelah melakukan bimbingan, telaah, arahan dan koreksi terhadap penulisan skripsi dari Saudara Aldy Yanuar Awwal yang berjudul:

**PENGARUH FAKTOR KEMUDAHAN, KEPERCAYAAN, DAN FITUR  
LAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN MAHASISWA UNTUK  
MENGUNAKAN APLIKASI DOMPET DIGITAL (STUDI KASUS  
MAHASISWA FEBI UIN PROF. K.H. SAIFUDDIN ZUHRI  
PURWOKERTO**

Saya berpendapat bahwa skripsi tersebut sudah dapat diajukan kepada Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto untuk diujikan dalam rangka memperoleh gelar sarjana dalam Ilmu Perbankan Syariah (S.E.).

*Wassalamu'alaikum Wr. Wb.*

Purwokerto, 4 Januari 2024  
Pembimbing,



**Mahardhika Cipta Raharja, S.E., M.Si.**  
NIDN. 2010028901

## **MOTTO**

*Be the hero of your own story*

**Perlakukanlah orang lain seperti yang kamu harapkan dari mereka untuk  
memperlakukanmu**



**PENGARUH FAKTOR KEMUDAHAN, KEPERCAYAAN, DAN FITUR  
LAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN MAHASISWA UNTUK  
MENGUNAKAN APLIKASI DOMPET DIGITAL  
(Studi Kasus Mahasiswa FEBI UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto)**

**Aldy Yanuar Awwal  
NIM : 1817202049**

E-mail : [aldyyanuar2310@gmail.com](mailto:aldyyanuar2310@gmail.com)

Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifudin Zuhri Purwokerto

**ABSTRAK**

Pada jaman modern ini, segala sesuatu menjadi semakin canggih. Begitu pun di bidang teknologi keuangan yang juga semakin canggih, yaitu dengan munculnya dompet digital yang merupakan hasil produk dari *fintech*. Dalam beberapa tahun terakhir penggunaan aplikasi dompet digital telah meningkat pesat. Terutama dikalangan mahasiswa yang merupakan pengguna potensial. Keputusan menggunakan dipengaruhi oleh beberapa faktor yaitu, kemudahan, kepercayaan, dan fitur layanan. Adapun tujuan penelitian ini adalah untuk menguji apakah faktor kemudahan, kepercayaan, dan fitur layanan mempengaruhi keputusan mahasiswa untuk menggunakan aplikasi Dompet Digital.

Penelitian ini adalah penelitian dengan menggunakan pendekatan kuantitatif. Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer yang berasal dari kuesioner. Jumlah sampel penelitian ini sebanyak 100 responden yang merupakan Mahasiswa FEBI UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto. Teknik pengolahan data menggunakan analisis regresi linier berganda dengan alat bantu aplikasi SPSS.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kemudahan berpengaruh positif terhadap keputusan menggunakan aplikasi Dompet Digital. Kepercayaan berpengaruh positif terhadap keputusan menggunakan aplikasi Dompet Digital. Kemudian, fitur layanan berpengaruh positif terhadap keputusan menggunakan aplikasi Dompet Digital. Serta kemudahan, kepercayaan, dan fitur layanan secara simultan berpengaruh positif terhadap keputusan menggunakan aplikasi Dompet Digital.

**Kata Kunci : Kemudahan, Kepercayaan, Fitur Layanan, Keputusan Menggunakan**

**INFLUENCE OF CONVENIENCE, TRUST AND FEATURES FACTORS  
SERVICES REGARDING STUDENT DECISIONS FOR  
USING THE DIGITAL WALLET APPLICATION**  
(Case Study of FEBI UIN Students Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto)

**Aldy Yanuar Awwal**  
**NIM : 1817202049**

E-mail : [aldyyanuar2310@gmail.com](mailto:aldyyanuar2310@gmail.com)

Sharia Banking Study Program, Faculty of Islamic Economics and Business  
State Islamic University Prof. K.H. Saifudin Zuhri Purwokerto

**ABSTRACT**

*In this modern era, everything is becoming more sophisticated. Likewise in the field of financial technology which is also becoming more sophisticated, namely with the emergence of digital wallets which are products from fintech. In recent years the use of digital wallet applications has increased rapidly. Especially among students who are potential users. The decision to use is influenced by several factors, namely convenience, trust, and service features. The aim of this research is to test whether convenience, trust and service features influence students' decisions to use the Digital Wallet application.*

*This research is research using a quantitative approach. The type of data used in this research is primary data originating from questionnaires. The total sample for this research was 100 respondents who were FEBI students at UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto. The data processing technique uses multiple linear regression analysis with SPSS application tools.*

*The results of this research show that convenience has a positive influence on the decision to use the Digital Wallet application. Trust has a positive influence on the decision to use the Digital Wallet application. Then, service features have a positive influence on the decision to use the Digital Wallet application. And convenience, trust and service features simultaneously have a positive influence on the decision to use the Digital Wallet application.*

**Keyword: Convenience, Trust, Service Features, Decision to Use**

## PEDOMAN TRANSLITERASI BAHASA ARAB-INDONESIA

Transliterasi kata-kata yang dipakai dalam penelitian skripsi ini berpedoman pada Surat Keputusan Bersama antara Menteri Agama dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan RI. Nomor : 158/1987 dan nomor : 0543b/U/1987.

### A. Konsonan tunggal

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	<i>Alif</i>	tidak dilambangkan	tidak dilambangkan
ب	<i>Ba</i>	B	Be
ت	<i>Ta</i>	T	Te
ث	<i>Ša</i>	Š	es (dengan titik di atas)
ج	<i>Jim</i>	J	Je
ح	<i>Ĥa</i>	Ĥ	ha (dengan titik di bawah)
خ	<i>Kha</i>	Kh	ka dan ha
د	<i>Dal</i>	D	De
ذ	<i>Žal</i>	Ž	ze (dengan titik di atas)
ر	<i>Ra</i>	R	Er
ز	<i>Zai</i>	Z	Zet
س	<i>Sin</i>	S	Es
ش	<i>Syin</i>	Sy	es dan ye
ص	<i>Sad</i>	S	es (dengan titik di bawah)
ض	<i>Dad</i>	D	de (dengan titik di bawah)
ط	<i>Ta</i>	Ṭ	te (dengan titik di bawah)
ظ	<i>Ža</i>	Ž	zet (dengan titik di bawah)
ع	<i>Ain</i>	‘	Koma terbalik di atas



غ	<i>Gain</i>	G	Ge
ف	<i>Fa</i>	F	Ef
ق	<i>Qaf</i>	Q	Qi
ك	<i>Kaf</i>	K	Ka
ل	<i>Lam</i>	L	El
م	<i>Mim</i>	M	Em
ن	<i>Nun</i>	N	En
و	<i>Waw</i>	W	W
ه	<i>Ha</i>	H	Ha
ء	<i>Hamzah</i>	‘	Apostrof
ي	<i>Ya</i>	Y	Ye

**B. Konsonan Rangkap karena syadda ditulis rangkap**

عدة	Ditulis	Iddah
-----	---------	-------

**C. Ta'marbutah di akhir kata bila dimatikan ditulis h**

حكمة	Ditulis	Hikmah
جزية	Ditulis	Jizyah

(ketentuan ini tidak diperlakukan pada kata-kata Arab yang sudah terserap ke dalam Bahasa Indonesia, seperti zakat, salat, dan sebagainya, kecuali bila dikehendaki lafal aslinya)

1. Bila diikuti dengan kata sandang “*al*” serta bacaan kedua itu terpisah, maka ditulis dengan h.

كرامة الاولياء	Ditulis	Karamah al-auliya
----------------	---------	-------------------

2. Bila tamarbutah hidup atau dengan harakat, *fathah* atau *kasrah* atau *dammah* ditulis dengan

زكاة لاطر	Ditulis	Zakat al-fitr
-----------	---------	---------------

#### D. Vokal pendek

اَ	Fathah	Ditulis	A
اِ	Kasrah	Ditulis	I
اُ	Dammah	Ditulis	U

#### E. Vokal panjang

1.	Fathah + alif	Ditulis	A
	جا هلية	Ditulis	jahiliyah
2.	Fathah + ya mati	Ditulis	A
	تنسى	Ditulis	Tansa
3.	Kasrah + ya	Ditulis	I
	كريم	Ditulis	Karim
4.	Dammah + wawu mati	Ditulis	U
	فروض	Ditulis	Furud

#### F. Vocal rangkap

1.	Fathah + ya mati	Ditulis	Ai
	بينكم	Ditulis	bainakum
2.	Fathah + wawu mati	Ditulis	Au
	قول	Ditulis	Qaul

#### G. Vokal pendek yang berurutan dalam satu kata dipisahkan dengan apostrof

أنتم	Ditulis	Aantum
أعدت	Ditulis	Uiddat

#### H. Kata sandang alif + lam

1. Bila diikuti huruf qomariyyah

القرآن	Ditulis	al-quran
القياس	Ditulis	al-qiyas

2. Bila diikuti huruf syamsiyyah ditulis dengan menggunakan harus syamsiyyah yang mengikutinya, serta menggunakan huruf I (el)-nya.

السماء	Ditulis	As-sama
الشمس	Ditulis	Asy-syams

**I. Penulisan kata-kata dalam rangkaian kalimat**

Ditulis menurut bunyi atau pengucapannya.

ذوئ الفروض	Ditulis	Zawi al-furud
أهل السنة	Ditulis	Ahl as-sunnah



## KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya sehingga skripsi dengan judul “Pengaruh Kemudahan, Kepercayaan, dan Fitur Layanan Terhadap Keputusan Mahasiswa Untuk Menggunakan Aplikasi Dompot Digital (Studi Kasus Mahasiswa FEBI UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto)” dapat terselesaikan dengan baik. Sholawat serta salam tidak lupa mari kita panjatkan kepada junjungan kita Nabi Agung Muhammad SAW yang telah membawa kita dari zaman kegelapan menuju dunia yang terang benderang ini. Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan program Strata 1 (S1) pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Jurusan Ekonomi dan Keuangan Islam, Program Studi Perbankan Syariah, UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.

Selesainya skripsi ini pastinya tidak terlepas dari doa dan dukungan, bantuan baik secara moril maupun materil secara langsung maupun tidak langsung. Oleh karena itu penulis mengucapkan terima kasih atas segala bantuan, bimbingan, serta saran dari berbagai pihak. Penulis ucapkan terimakasih kepada:

1. Prof. Dr. H. Ridwan, M.Ag., Rektor UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
2. Dr. H. Jamal Abdul Aziz, M.Ag., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
3. Hastin Tri Utami, S.E., M.Si., selaku Koordinator Jurusan Perbankan Syariah UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
4. Mahardhika Cipta Raharja, S.E, M.Si, selaku dosen pembimbing, terima kasih telah meluangkan waktu, tenaga, motivasi, dan pemikirannya untuk memberikan bimbingan dalam penyusunan skripsi ini.
5. Segenap Dosen dan Karyawan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
6. Segenap Staff Administrasi Perpustakaan UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.

7. Kedua orang tua penulis, Bapak Waryono Rustam dan Ibu Nur Aeni yang tak pernah berhenti memberikan doa, dukungan, motivasi, pengertian, dan selalu memberikan yang terbaik untuk penulis.
8. Terima kasih banyak kepada Aprillia Rachmawati Atmaji selaku orang spesial yang selalu memberikan doa, semangat, motivasi, senantiasa mendukung hal baik yang penulis lakukan, yang selalu memberikan bantuan, yang senantiasa mau direpotkan, dan selalu menyediakan telinganya untuk mendengarkan keluh kesah penulis. Semoga selalu dimudahkan dalam segala urusan dan kebaikannya dibalas kebaikan oleh Allah SWT.
9. K.H. Fathul Aminuddin Aziz, M.M., selaku pengasuh Pondok Pesantren Modern eL-Fira Purwokerto yang telah memberikan bimbingan ilmu, pengalaman dan memberikan doa kepada saya, semoga Allah membalas kebaikan beliau.
10. Segenap guru dan ustadz/ustadzah saya yang telah memberikan bimbingan ilmu dan memberikan doa kepada saya, semoga Allah membalas kebaikan beliau.
11. Segenap pengurus dan teman-teman seperjuangan di Pondok Pesantren Modern eL-Fira Purwokerto.
12. Seluruh teman-teman santriwan-santriwati Pondok Pesantren Modern eL-Fira Purwokerto yang telah bersedia menjadi responden dalam penelitian ini sehingga penyusunan ini dapat terselesaikan. Semoga Allah SWT senantiasa membalas kebaikan kalian.
13. Teman-teman seperjuangan Perbankan Syariah B angkatan 2018 yang telah memberikan cerita, pengalaman, kehangatan layaknya keluarga dan banyak pelajaran hidup. Terima kasih atas semua kebaikannya, semoga senantiasa dimudahkan segala urusannya.
14. Terima kasih untuk semua pihak yang tidak dapat disebut satu-persatu yang telah mendukung dan mendoakan dalam penyelesaian skripsi ini. Kepada manusia yang datang dan pergi dalam hidup ini, terima kasih sudah banyak memberikan pengalaman, pelajaran hidup yang sangat berharga, dan

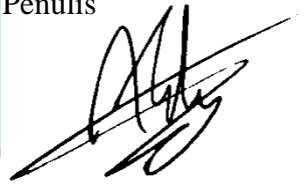
memberikan banyak warna dalam hidup ini. Semoga dipermudah segala urusannya.

Semoga Allah SWT memberikan balasan yang berlipat ganda kepada semua pihak yang berpartisipasi dalam pendidikan penulis. Dalam skripsi ini penulis menyadari masih banyak kekurangan dan kesalahan, oleh karena itu untuk perbaikan selanjutnya, saran dan kritik yang membangun penulis terima dengan senang hati. Akhirnya, hanya kepada Allah SWT penulis serahkan segalanya. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat baik untuk penulis maupun semua pihak.

*Wassalamualaikum Wr. Wb.*

Purwokerto, 31 Desember 2023

Penulis



Aldy Yanuar Awwal

NIM. 1817202049



## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu .....	15
Tabel 3.1 Indikator Variabel .....	35
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	44
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	44
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Jurusan.....	45
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Uang Saku .....	45
Tabel 4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Sudah Menggunakan .....	46
Tabel 4.6 Karakteristik Responden Berdasarkan Aplikasi Paling Sering Digunakan .....	47
Tabel 4.7 Karakteristik Responden Berdasarkan Fitur Layanan Paling Sering Digunakan .....	48
Tabel 4.8 Karakteristik Responden Berdasarkan Waktu Penggunaan.....	49
Tabel 4.9 Karakteristik Responden Berdasarkan Nominal Transaksi .....	49
Tabel 4.10 Hasil Uji Validitas.....	51
Tabel 4.11 Hasil Uji Reliabilitas.....	52
Tabel 4.12 Hasil Uji Normalitas .....	53
Tabel 4.13 Hasil Uji Multikolinieritas .....	54
Tabel 4.14 Hasil Uji Heteroskedastisitas .....	55
Tabel 4.15 Hasil Uji Regresi Linier Berganda.....	57
Tabel 4.16 Hasil Uji Signifikansi Parsial (Uji t).....	58
Tabel 4.17 Hasil Uji Signifikansi Simultan (Uji F) .....	60
Tabel 4.18 Hasil Uji Koefisien Determinan.....	61

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Jumlah Pengguna Internet Di Indonesia.....	2
Gambar 1.2 Dompot Digital yang Paling Banyak Digunakan Di Indonesia.....	6
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran.....	31





## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL .....	i
PERNYATAAN KEASLIAN .....	i
LEMBAR PENGESAHAN .....	ii
NOTA DINAS PEMBIMBING .....	iii
MOTTO .....	iv
ABSTRAK .....	v
ABSTRACT .....	vi
PEDOMAN TRANSLITERASI BAHASA ARAB-INDONESIA .....	vii
KATA PENGANTAR .....	xi
DAFTAR TABEL .....	xiv
DAFTAR GAMBAR .....	xv
DAFTAR ISI .....	xvi
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Rumusan Masalah .....	10
C. Tujuan Penelitian .....	11
D. Manfaat Penelitian .....	11
E. Sistematika Pembahasan .....	12
<b>BAB II LANDASAN TEORI</b> .....	<b>14</b>
A. Kajian Pustaka .....	14
B. Kajian Teori .....	18
C. Landasan Teologis .....	28
D. Kerangka Penelitian .....	31
E. Hipotesis .....	31
<b>BAB III METODE PENELITIAN</b> .....	<b>33</b>
A. Jenis Penelitian .....	33
B. Tempat dan Waktu Penelitian .....	33
C. Populasi dan Sampel Penelitian .....	33
D. Variabel dan Indikator Penelitian .....	34
E. Pengumpulan Data .....	35
F. Teknik Instrumen Penelitian .....	37

G. Teknik Analisis Data.....	38
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>41</b>
A. Gambaran Umum Subjek Penelitian.....	41
B. Karakteristik Responden .....	43
C. Hasil Analisis .....	50
D. Pembahasan Hasil Penelitian .....	61
<b>BAB V PENUTUP.....</b>	<b>65</b>
A. Kesimpulan.....	65
B. Saran.....	65
DAFTAR PUSTAKA.....	65
LAMPIRAN-LAMPIRAN.....	71
DAFTAR RIWAYAT HIDUP .....	97



# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Masalah

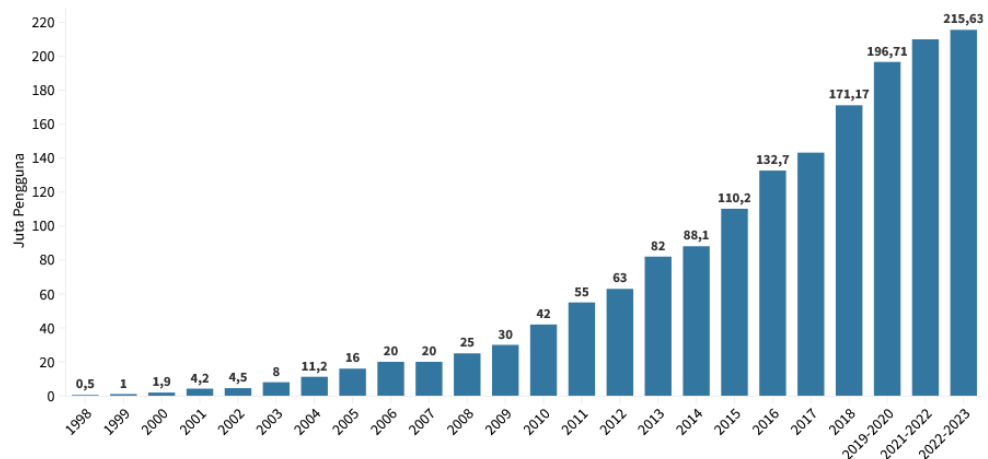
Pada jaman modern ini, segala sesuatu menjadi semakin canggih, khususnya terkait dengan teknologi, informasi, dan komunikasi. Hal ini dikarenakan adanya internet yang setiap harinya terdapat informasi yang akurat dan pastinya *up to date*. Internet juga merupakan kebutuhan pokok dan sebagai alat komunikasi utama bagi masyarakat serta berusaha untuk selalu bisa mengaksesnya kapan saja dan dimana saja. Karena kemudahan inilah yang membuat pengguna internet semakin bertambah dari tahun ke tahun (Nurfaidah, 2022).

Saat ini, perkembangan penggunaan internet di Indonesia lambat laun semakin meningkat. Setelah memasuki *New Normal* ini banyak dari masyarakat kita yang menggunakan internet untuk mengakses beragam informasi melalui media sosial maupun platform lainnya melalui perangkat digital yang mereka miliki. Hal ini dikarenakan semakin mudahnya kita mengakses internet dan juga ditambah dengan biaya yang kita keluarkan untuk mengakses internet ini tergolong murah. Internet juga sudah tersebar di berbagai daerah hingga pelosok penjuru Indonesia, hal inilah yang menyebabkan perkembangan penggunaan internet semakin meningkat (Taufik, 2022).

Berdasarkan hasil survei Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII), pengguna internet di Indonesia mencapai 215,62 juta orang pada periode 2022-2023. Jumlah tersebut meningkat 2,67% dibandingkan pada periode sebelumnya yang sebanyak 210,03 juta pengguna. Jumlah pengguna internet tersebut setara dengan 78,19% dari total populasi Indonesia yang sebanyak 275,77 juta jiwa. Persentasenya lebih tinggi 1,17% poin dibandingkan pada 2021-2022 yang sebesar 77,02%. Berdasarkan jenis kelaminnya, tingkat penetrasi internet terhadap laki-laki di Indonesia sebesar 79,32%, Angkanya lebih tinggi dibandingkan penetrasi internet kepada

perempuan yang sebesar 77,36%. Adapun, tingkat penetrasi internet di wilayah perkotaan sebesar 77,36% pada 2022-2023, dan di wilayah perdesaan sebesar 79,79% (Sarnita, 2023).

**Gambar 1.1**  
**Jumlah Pengguna Internet di Indonesia**



Sumber: Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII)

Sumber : DataIndonesia.id

Adanya perkembangan di bidang teknologi informasi dan komunikasi menyebabkan kegiatan bisnis di sektor perdagangan mengalami perkembangan yang pesat juga. Dalam kegiatan perdagangan, perubahan menggunakan media informasi menyebabkan pergeseran dan perubahan paradigma sistem perdagangan tradisional menjadi sistem perdagangan elektronik. Bentuk perdagangan elektronik ini mengarah pada transaksi jual beli barang dan jasa secara online yang dikenal dengan istilah *e-Commerce* (Nasution, et al., 2020).

*E-commerce* merupakan cara menjual suatu barang atau proses membeli suatu barang yang semua prosesnya dilakukan secara online, baik proses administrasi dan proses datanya melalui internet (Zhafirah, et al., 2022). Dengan berkembangnya teknologi informasi dan komunikasi dibidang perdagangan yaitu adanya transaksi jual beli secara online (*e-commerce*), maka secara tidak langsung metode pembayaran pun ikut berkembang dengan pesat. Salah satu kemajuan di jaman modern dalam bidang teknologi informasi dan teknologi yang berbasis perekonomian yaitu dengan memanfaatkan kemajuan

pada bisnis yang semula menggunakan sistem pembayaran tunai, sekarang menjadi sistem pembayaran non tunai dengan sistem elektronik atau biasa kita sebut uang elektronik.

Perkembangan di bidang teknologi keuangan selain dari *e-commerce* adalah *Financial Technology (fintech)*, *Financial Technology (fintech)* merupakan salah satu inovasi layanan jasa keuangan yang mulai populer di era digital sekarang ini dan teknologi dengan konsep digitalisasi pembayaran menjadi salah satu sektor dalam industri *fintech* yang paling berkembang di Indonesia. Dalam hal ini sektor *Fintech* paling diharapkan oleh pemerintah dan masyarakat untuk mendorong dan meningkatkan jumlah masyarakat yang memiliki akses untuk dapat menggunakan layanan keuangan (Muzdalifa, et al., 2018).

Saat ini sudah banyak penyedia jasa keuangan yang penyaluran dananya sudah bisa menggunakan internet, atau menggunakan teknologi pengelolaan dana. *Fintech* adalah solusi pengguna teknologi keuangan. Internet dan teknologi juga memberikan peranan yang penting dalam aktifitas umat manusia. Dengan banyaknya masyarakat Indonesia berpengaruh cukup besar terhadap perilaku masyarakat dan pemanfaatan bisnis keuangan yang merupakan *e-commerce* dalam bentuk *fintech* (Aziz & Utami, 2020).

Bank Indonesia memberikan definisi mengenai *Financial Technology* (Teknologi Finansial) yang diatur dan tertuang pada Pasal 1 Angka 1 Peraturan Bank Indonesia Nomor 19/12/PBI/2017. Tentang Penyelenggaraan Teknologi Finansial menyatakan bahwa Teknologi Finansial adalah pengguna teknologi dalam sistem pada bidang keuangan yang menghasilkan produk-produk layanan, teknologi, dan atau model bisnis baru serta dapat berdampak pada kondisi stabilitas moneter, stabilitas pada sistem keuangan, dan atau efisiensi, kelancaran, keamanan serta kehandalan sistem pembayaran (Marginingsih, 2021).

Selain *e-commerce* dan *fintech*, adapula yang dinamakan *marketplace*. *Marketplace* merupakan sebuah sarana aplikasi yang menjadi perantara antara pembeli dan penjual untuk melakukan kegiatan jual beli (bertransaksi) secara online. Dengan adanya kemudahan dalam melakukan transaksi online, sehingga transaksi online melalui *marketplace* ini banyak dilakukan oleh masyarakat (Sulasih, et al., 2022).

*E-commerce*, *marketplace* dan *fintech* saling bersinergi satu dengan yang lain, dimana *e-commerce* dan *marketplace* sebagai platform jual belinya, sementara *fintech* adalah suatu media untuk membantu proses jual beli tersebut. Contoh dari *e-commerce* antara lain yaitu Zalora. Contoh dari *marketplace* antara lain yaitu Shopee, Bukalapak, Tokopedia, dan lain-lain. Sementara contoh dari *fintech* itu sendiri antara lain: Uang Digital, Paylater, pinjaman modal, Investasi, Kredit, dan lain lain.

Uang elektronik adalah suatu alat pembayaran yang dimana mekanisme menggunakan teknologi guna melancarkan kegiatan jual beli menjadi lebih cepat, tepat, dan efisien. Penggunaan *e-money* hampir sama dengan kartu kredit dan kartu debit, namun pada penggunaan *e-money* masyarakat tidak memerlukan rekening. Masyarakat hanya perlu membeli kartu elektronik kemudian melakukan top-up (isi ulang) saldo dan *e-money* sudah bisa digunakan. *E-money* juga bisa digunakan pada transaksi-transaksi online yang dapat ditemukan pada perusahaan *e-commerce* yang menyediakan layanan *e-money* untuk transaksinya (Aksami & Jember, 2019). *E-money* tidak hanya berbentuk kartu saja, namun ada juga yang berupa aplikasi yang biasa kita sebut dengan dompet digital (*e-wallet*). Sama halnya dengan penggunaan kartu, untuk mengisi saldo *e-money* yang ada di *e-wallet* ini, harus melakukan top-up terlebih dahulu untuk mengisi saldo *e-wallet* sebelum melakukan transaksi online.

Dengan pesatnya perkembangan teknologi kian membawa kemudahan dalam berbagai aspek kehidupan. Salah satunya dengan kemudahan bertransaksi pembayaran elektronik seperti *e-wallet* atau dompet digital.

Penggunaan dompet digital kian populer dengan memberi kemudahan pembayaran *cashless* atau non tunai. E-wallet menawarkan metode pembayaran yang praktis, aman, dan menguntungkan bagi para penggunanya. Seseorang yang tidak memiliki akun bank juga dapat mengakses layanan keuangan modern melalui pendaftaran akun dompet digital. Proses ini memungkinkan mereka untuk mengelola transaksi keuangan tanpa adanya rekening bank tradisional. Dengan mendaftar pada platform dompet digital, orang tersebut dapat menyimpan dan mentransfer dana, melakukan pembayaran, serta mengakses berbagai layanan keuangan lainnya secara praktis. Tak jarang adanya promo atau potongan harga pada setiap transaksi menambah daya tarik masyarakat untuk beralih dengan metode ini. Hal ini dibuktikan bahwa 9 dari 10 orang pengguna internet berusia sekitar 25 hingga 35 tahun di Indonesia merupakan pengguna aktif dompet digital. Penggunaannya kian bertambah selama masa pandemi Covid-19 hingga mencapai lebih dari 300 persen sejak awal tahun 2021 (Adisty, 2022).

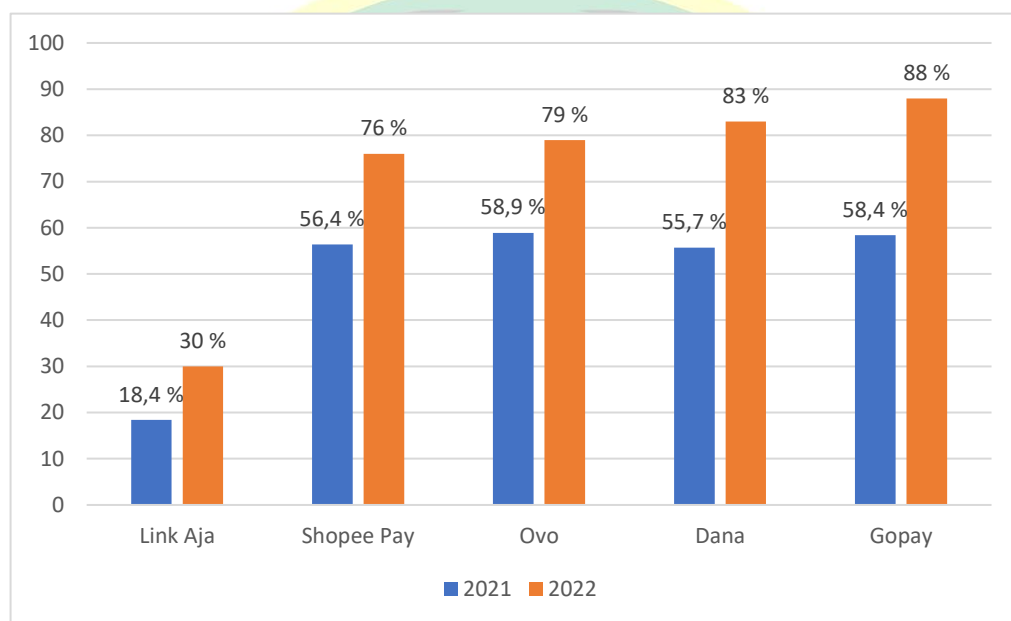
Di awal Juli tahun 2022 lalu, Populix merilis temuan survei yang secara umum membahas tentang preferensi konsumen terhadap perbankan dan aplikasi dompet digital. "Populix mensurvei 1.000 orang Indonesia menggunakan panel daring kamu untuk mempelajari lebih lanjut tentang pendapat, kebiasaan, dan preferensi mereka terhadap layanan keuangan digital, terutama aplikasi perbankan dan *e-wallet*," tulis Populix di pengantar laporannya. Dalam salah satu temuannya, Populix juga turut membahas mengenai perkembangan *e-wallet* di Indonesia yang di dalamnya turut merilis 10 besar *e-wallet* yang paling sering dipakai masyarakat. Lalu, apa saja merek 10 *e-wallet* paling laris di Indonesia tersebut? (Hasya, 2022).

Dari gambar 1.2 menunjukkan bahwa kenaikan pengguna E-wallet naik tiap tahunnya dan bersifat dinamis. Dan aplikasi yang paling banyak digunakan dari tahun 2021-2022 berbeda tiap tahunnya. Dimana aplikasi yang paling banyak digunakan di tahun 2021 yaitu aplikasi OVO, sedangkan ditahun 2022 aplikasi yang paling banyak di gunakan oleh masyarakat Indonesia adalah Gopay. Begitu pula dengan peringkat kedua, ketiga, dan seterusnya. Hal ini

terbukti bahwa kebutuhan dan keinginan konsumen sangat bervariasi dan dapat berubah-ubah karena adanya faktor-faktor yang mempengaruhinya. (Subianto, 2007) Dan itu terbukti pada data pengguna di tahun 2021-2022 berubah. Inilah yang menjadi dasar bagi penulis bahwa pentingnya meneliti tentang keputusan pengguna menggunakan *e-wallet*.

**Gambar 1.2**

**Dompot Digital Paling Banyak Digunakan Di Indonesia**



Sumber : goodstats.id

Dalam beberapa tahun terakhir, penggunaan aplikasi dompet digital telah meningkat pesat, terutama di kalangan mahasiswa yang merupakan kelompok pengguna potensial. Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) mengungkapkan bahwa penetrasi internet tertinggi di Indonesia ada di kalangan pelajar, pekerja dan ibu rumah tangga. Dalam survei APJII bertajuk Profil Internet Indonesia 2022, pelajar dan mahasiswa menempati peringkat pertama terkait penetrasi internet berdasarkan pekerjaan. Mereka memiliki persentase sebesar 99,26 persen. Jika digolongkan ke dalam kategori tingkat pendidikan, orang bergelar pascasarjana (S2 dan S3) menempati posisi teratas dengan persentase 100 persen. Di bawahnya ada kelompok dari gelar Sarjana (S1) atau



Diploma (D3/D2/D1) dengan persentase 98,39 persen (Jemadu & Prastya, 2022).

Mahasiswa tidak bisa lepas dari *e-commerce*, *marketplace* ataupun *fintech*. Mahasiswa pada umumnya indentic memiliki gaya hidup yang *up to date*, dan untuk memenuhi kebutuhan gaya hidupnya itu, mereka lebih banyak meluangkan banyak waktunya dengan gadget mereka untuk melihat barang-barang terbaru dan tersedia di situs belanja onlie. Mahasiswa juga dapat dikatakan bahwa mereka merupakan konsumen yang banyak melakukan aktifitas jual-beli di pasaran. Perkembangan teknologi khususnya pada *fintech* membuat mahasiswa mulai beralih menggunakan produk tersebut dalam segala transaksi (Nawawi, 2020).

Alasan mengapa penulis mengambil studi kasus pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN SAIZU yaitu karena mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam merupakan mahasiswa yang memiliki pengetahuan ekonomi yang lebih mendalam, memiliki kesadaran ekonomi yang lebih tinggi, dan literasi teknologi keuangan yang lebih bagus dibanding mahasiswa dari fakultas lain. Penelitian ini dilakukan karena maraknya penggunaan aplikasi dompet digital pada gen Z khususnya di kalangan mahasiswa dan dalam penelitian ini mengambil studi kasus pada mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Iskam UIN SAIZU Purwokerto.

Keputusan mahasiswa dalam menggunakan aplikasi dompet digital dipengaruhi oleh berbagai faktor. Oleh karena itu, diperlukan analisis faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan mahasiswa dalam menggunakan aplikasi dompet digital. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi keputusan mahasiswa dalam menggunakan aplikasi dompet digital.

Menurut Tjiptono keputusan pembelian adalah sebuah tahapan dimana pembeli melakukan riset terlebih dahulu tentang barang tertentu, dan pada akhirnya mengarah kepada keputusan pembelian (Widjaja & Indrawati, 2018).

Keputusan pembelian adalah proses pengambilan keputusan pembelian, proses dimana konsumen berpikir tentang produk-produk yang telah tersedia, dan akhirnya memilih barang yang konsumen suka sebelum memutuskan untuk membeli (Hidayatillah & Lasiono, 2022). Menurut Philip Kotler keputusan pembelian adalah dimana konsumen memiliki pilihan keputusan yang nantinya konsumen akan menentukan untuk membeli atau tidak (Suryani, et al., 2022).

Fenomena yang terjadi pada saat ini dimana perkembangan uang elektronik sudah membawa banyak sekali kemudahan bagi generasi milenial di berbagai aspek yang ada di kehidupan mereka. Kegiatan yang mereka lakukan dalam keseharian mereka sering mengandalkan uang elektronik berbasis server sebagai mekanisme pembayaran. Aktivitas itu tercermin pada saat membayar di gerai *minimarket*, membayar ojek online, membeli makanan dan minuman atau pun barang di *e-commerce*, dan membeli makanan dan minuman di gerai-gerai *merchant* yang sudah menyediakan layanan alat pembayaran nontunai. Sehingga, dengan adanya trend penggunaan uang elektronik tersebut yang memberi pengaruh perilaku keputusan penggunaan uang elektronik berbasis server kegiatan harian mereka.

Meskipun memiliki inovasi dari uang kertas ataupun logam, uang elektronik pada kenyataannya media yang mudah dipindah tangankan dan dapat digunakan oleh siapapun selama masih memiliki nilai yang tersimpan. Hal ini dapat berdampak negatif karena jika media yang digunakan hilang, maka saldo yang masih ada dapat digunakan oleh orang lain yang menemukan, serta masih adanya masyarakat yang memilih bertransaksi dengan uang tunai. Menurut Marati (2011) keamanan dari uang elektronik pun masih diragukan karena di zaman yang serba teknologi sekarang ini banyaknya kasus kejahatan terhadap teknologi informasi. Seperti yang dituturkan oleh Kepala Departemen Kebijakan dan Pengawasan Sistem Pembayaran BI Eni V Panggabean bahwa ada tiga kejahatan sistem pembayaran yang telah terbaca adalah *skimming*, *phising*, dan *malware*. *Skimming* adalah tindakan mencuci data nasabah dengan memasang alat perekam di mesin EDC. *Pishing* adalah tindakan ilegal untu

memperoleh informasi sensitif seperti user id dan *password*. *Malware* merupakan software atau kode yang diciptakan seseorang dengan tujuan jahat.

Hal ini menunjukkan bahwa masih adanya masyarakat yang belum merasakan kemudahan, kepercayaan mengenai keamanan terhadap uang elektronik. Pihak penerbit harus mencari tahu lebih lanjut tentang faktor-faktor apa saja yang memengaruhi masyarakat dalam menggunakan layanan fasilitas uang elektronik. Dengan berbagai masalah diatas, banyak masyarakat yang berminat menggunakan uang elektronik

Keputusan seseorang dalam keputusan menggunakan uang elektronik juga dipengaruhi oleh kemudahan penggunaan. Banyak masyarakat yang mempertimbangkan penggunaan uang elektronik dikarenakan sistem transaksi yang rumit dimana membutuhkan alat bantu tambahan dibandingkan dengan transaksi menggunakan uang tunai. Kemudahan penggunaan didefinisikan sebagai sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan suatu teknologi akan bebas dari usaha. (Davis, 1989) mendefinisikan *percieved ease of use* sebagai keyakinan akan kemudahan penggunaan, yaitu tingkatan dimana user percaya bahwa teknologi/sistem tersebut dapat digunakan dengan mudah dan bebas dari masalah.

Intensitas penggunaan dan interaksi antara pengguna dengan sistem juga dapat menunjukkan kemudahan penggunaan. Pihak penerbit dapat menerapkan strategi yang memudahkan konsumen dalam menggunakan uang elektronik sebagai alat transaksi sehingga masyarakat lebih sering menggunakan layanan uang elektronik. Kemudahan penggunaan didefinisikan sebagai sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan suatu teknologi akan bebas dari usaha (Jogiyanto, 2007). Jadi semakin mudah suatu produk untuk digunakan maka masyarakat akan semakin berminat untuk menggunakan produk tersebut.

Selain itu, faktor kepercayaan terhadap produk juga berpengaruh dalam keputusan menggunakan layanan uang elektronik. Youzafzai et al. (2003) mendefinisikan kepercayaan sebagai yang dinyatakan dari aktivitas

petualangan yang mencakup kesepakatan moneter yang menghasilkan risiko lebih rendah dan minat positif dalam pembelian produk dan layanan. Kepercayaan menjadi hal penting dalam minat menggunakan uang elektronik sebagai alat transaksi. Konsep kepercayaan ini berarti kehandalan pihak penyedia layanan uang elektronik dalam menjamin keamanan dan kerahasiaan instrumen yang digunakan pengguna untuk membuat konsumen percaya.

Faktor lain yang dapat memengaruhi konsumen untuk menggunakan suatu *e-wallet* yaitu fitur layanan yang ditawarkan oleh aplikasi tersebut. Fitur layanan dapat menjadi salah satu nilai tambah yang menjadi pertimbangan konsumen sehingga masyarakat lebih percaya untuk menggunakan dan membedakan aplikasi-aplikasi *e-wallet* yang ada. Berdasarkan uraian di atas penelitian ini akan membahas apakah variabel kemudahan, kepercayaan, dan fitur layanan berpengaruh terhadap keputusan penggunaan aplikasi dompet digital.

Berdasarkan penjelasan uraian latar belakang di atas, maka peneliti tertarik melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Faktor Kemudahan, Kepercayaan, dan Fitur Layanan Terhadap Keputusan Mahasiswa Untuk Menggunakan Aplikasi Dompet Digital”**

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang penelitian di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah faktor Kemudahan berpengaruh terhadap keputusan mahasiswa untuk menggunakan aplikasi Dompet Digital?
2. Apakah faktor Kepercayaan berpengaruh terhadap keputusan mahasiswa untuk menggunakan aplikasi Dompet Digital?
3. Apakah faktor Fitur Layanan berpengaruh terhadap keputusan mahasiswa untuk menggunakan aplikasi Dompet Digital?

4. Apakah faktor Kemudahan, Kepercayaan, dan Fitur Layanan berpengaruh terhadap keputusan mahasiswa untuk menggunakan aplikasi Dompot Digital?

### **C. Tujuan Penelitian**

1. Mengetahui seberapa besar pengaruh Kemudahan terhadap keputusan untuk menggunakan aplikasi Dompot Digital.
2. Mengetahui seberapa besar pengaruh Kepercayaan terhadap keputusan untuk menggunakan aplikasi Dompot Digital.
3. Mengetahui seberapa besar pengaruh Fitur Layanan terhadap keputusan untuk menggunakan aplikasi Dompot Digital.
4. Mengetahui seberapa besar pengaruh Kemudahan, Kepercayaan, dan Fitur Layanan terhadap keputusan untuk menggunakan aplikasi Dompot Digital.

### **D. Manfaat Penelitian**

#### **1. Manfaat Teoritis**

Peneliti berharap hasil penelitian ini dapat berkontribusi memberikan hasil yang selaras dengan tujuan penelitian yang diharapkan, hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat :

- a. Menambah pengetahuan dan wawasan bagi mahasiswa khususnya program studi Perbankan Syariah dalam disiplin ilmu yang ditekuni,
- b. Bagi pihak lain yang membutuhkan dapat dibuatkan sebagai bahan informasi dan bahan kajian dalam pembuatan karya ilmiah serta sebagai bahan kajian dalam pembuatan karya ilmiah serta sebagai bahan rujukan bagi penelitian-penelitian selanjutnya.

#### **2. Manfaat Praktis**

- a. Bagi perusahaan dapat digunakan sebagai bahan masukan untuk perusahaan dalam menentukan strategi yang diperlukan dan memperbaiki kekurangan yang ada untuk mengembangkan usaha di masa yang akan datang.

- b. Bagi peneliti akan sangat bermanfaat sebagai pengalaman dan menambah pengetahuan dalam disiplin ilmu yang ditekuni.

#### **E. Sistematika Pembahasan**

Disusun untuk memudahkan pembaca dalam melihat dan membaca keseluruhan bagian secara detail. Sistematika pembahasan ini dibagi menjadi tiga bagian di antaranya bagian awal, isi, dan penutup. Pada bagian awal berisikan tentang halaman judul, persyaratan keaslian, pengesahan, nota pembimbing, halaman moto, halaman persembahan, abstrak, pedoman transliterasi, kata pengantar, daftar isi, daftar tabel, daftar gambar, daftar bab, dan daftar lampiran.

Berikut isi terdiri dari lima bab yang memaparkan inti penelitian, yaitu di antaranya:

**Bab I : PENDAHULUAN**

Berisikan latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, serta sistematika pembahasan yang berisikan garis besar dari skripsi ini.

**Bab II : LANDASAN TEORI**

Berisikan tentang kajian pustaka, penelitian terdahulu, hipotesis, dan model penelitian.

**Bab III : METODE PENELITIAN**

Berisikan tentang jenis penelitian, waktu dan tempat penelitian, subjek dan objek penelitian, populasi dan sampel penelitian, variabel dan indikator, teknik pengumpulan data, dan analisis data.

**Bab IV : HASIL PENELITIAN**

Berisikan tentang hasil dari penelitian dan pembahasan tentang hasil analisis data setelah dilakukannya penelitian.

**Bab V : PENUTUP**

Berisikan tentang kesimpulan dan saran.

Bagian akhir berisi daftar pustaka yang dijadikan referensi dalam melakukan penulisan skripsi beserta lampiran dan daftar riwayat hidup.



## BAB II LANDASAN TEORI

### A. Kajian Pustaka

Penulis menyadari bahwa penelitian ini bukan satu satunya karya ilmiah yang membahas tentang Dompot Digital (*E-wallet*). Oleh sebab itu penulis perlu mencantumkan beberapa penelitian yang terkait dengan tema penelitian ini. Dalam penelitian yang dilakukan oleh Farahdiba (2019) dengan judul “Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Pengguna *E-Wallet* (*electronic wallet*) Sebagai Alat Transaksi Terhadap Mahasiswa di Yogyakarta (Studi Kasus : Mahasiswa Pengguna Layanan *E-Wallet* OVO di Yogyakarta)”. Dimana hasil penelitian ini menghasilkan bahwa faktor kepercayaan, persepsi keamanan, persepsi kemudahan, persepsi manfaat, persepsi risiko, dan perilaku konsumtif mempunyai pengaruh signifikan untuk minat pengguna *E-Wallet* OVO sebagai transaksi mahasiswa di Yogyakarta.

Kemudian dalam penelitian lain yang ditulis oleh Mubyl, et al. (2021) yang berjudul “Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Penggunaan *E-Wallet* (Studi Kasus Pada Mahasiswa Kota Makasar)”. Menghasilkan sebuah kesimpulan bahwa variabel Kepercayaan, Kemudahan, dan Keamanan berpengaruh positif signifikan terhadap Minat Menggunakan *E-Wallet* pada Mahasiswa STIE Nobel Indonesia.

Dalam jurnal yang berjudul “Pengaruh Persepsi Kemudahan dan Fitur Layanan Terhadap Minat Penggunaan *E-Wallet* pada Aplikasi DANA di Surabaya” yang ditulis oleh Abrilia & Sudarwanto (2020). Dalam penelitian tersebut mendapatkan kesimpulan yaitu Persepsi Kemudahan dan Fitur Layanan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap minat menggunakan *e-wallet* pada aplikasi DANA di Surabaya.

Kemudian dalam penelitian yang dilakukan oleh Ardana & Setyawan (2023) yang berjudul “Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Dan *Brand Image* Terhadap Keputusan Penggunaan *E-Wallet* Dana Dompot Digital Oleh Generasi Y Dan Generasi Z”, kesimpulan dalam penelitian ini antara lain



faktor manfaat, kemudahan, dan *brand image* berpengaruh signifikan terhadap keputusan penggunaan *E-Wallet* DANA.

Penelitian yang dilakukan oleh Aprilia & Susanti (2022) yang berjudul “Pengaruh Kemudahan, Fitur Layanan, dan Promosi Terhadap Keputusan Penggunaan *E-Wallet* Dana di Kabupaten Kebumen”, penelitian ini menghasilkan kesimpulan antara lain yaitu bahwa variabel kemudahan, fitur layanan, dan promosi berpengaruh signifikan terhadap keputusan penggunaan.

Berdasarkan penelitian-penelitian terdahulu, dapat diketahui bahwa kelima penelitian tersebut sama-sama membahas tentang faktor yang mempengaruhi mahasiswa untuk menggunakan Dompet Digital. Dan untuk perbedaannya adalah ada beberapa variabel yang berbeda untuk diteliti, ada yang terfokus pada satu jenis aplikasi dompet digital saja, tempat penelitian yang berbeda, dan beberapa jurnal menggunakan subjek penelitian yang berbeda yakni masyarakat umum.

**Tabel 2.1**  
**Penelitian Terdahulu**

No.	Nama dan Judul	Kesimpulan	Persamaan	Perbedaan
1	(Farahdiba, 2019) Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Pengguna <i>E-Wallet</i> ( <i>electronic wallet</i> ) Sebagai Alat Transaksi Terhadap Mahasiswa di Yogyakarta (Studi Kasus : Mahasiswa Pengguna Layanan <i>E-Wallet</i> OVO di Yogyakarta)	Faktor kepercayaan, persepsi keamanan, persepsi kemudahan, persepsi manfaat, persepsi risiko, dan perilaku konsumtif mempunyai pengaruh signifikan untuk minat pengguna <i>E-Wallet</i> OVO sebagai	Persamaan penelitian ini yaitu, sama-sama membahas tentang Dompet Digital, sama-sama menggunakan variabel kemudahan dan	Perbedaan penelitian ini yaitu, hanya terfokus pada satu aplikasi saja, tidak ada variabel fitur layanan, tempat penelitian yang berbeda, dan tahun penelitian yang berbeda

No.	Nama dan Judul	Kesimpulan	Persamaan	Perbedaan
		transaksi mahasiswa di Yogyakarta	kepercayaan, subjek penelitian sama-sama mahasiswa	
2	(Mubyl, et al., 2021) Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Penggunaan <i>E-Wallet</i> (Studi Kasus Pada Mahasiswa Kota Makasar)	Variabel Kepercayaan, Kemudahan, dan Keamanan berpengaruh positif signifikan terhadap Minat Menggunakan <i>E-Wallet</i> pada Mahasiswa STIE Nobel Indonesia	Persamaan penelitian ini yaitu, sama-sama membahas tentang Dompet Digital, sama-sama menggunakan variabel kemudahan dan kepercayaan, subjek penelitian sama-sama mahasiswa	Perbedaan penelitian ini yaitu, tidak ada variabel fitur layanan, tempat penelitian yang berbeda, dan tahun penelitian yang berbeda
3	(Abrilia & Sudarwanto 2020) Pengaruh Persepsi Kemudahan dan Fitur Layanan Terhadap Minat Penggunaan <i>E-Wallet</i>	Persepsi Kemudahan dan Fitur Layanan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap	Persamaan penelitian ini yaitu, sama-sama membahas tentang	Perbedaan penelitian ini yaitu, hanya terfokus pada satu aplikasi saja, tidak ada

No.	Nama dan Judul	Kesimpulan	Persamaan	Perbedaan
	pada Aplikasi DANA di Surabaya	minat menggunakan <i>e-wallet</i> pada aplikasi DANA di Surabaya	Dompet Digital, sama-sama menggunakan variabel kemudahan dan Fitur Layanan	variabel kepercayaan, subyek penelitian yang berbeda, tempat penelitian yang berbeda, dan tahun penelitian yang berbeda
4	(Ardana & Setyawan 2023) Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Dan <i>Brand Image</i> Terhadap Keputusan Penggunaan E-Wallet Dana Dompet Digital Oleh Generasi Y Dan Generasi Z	faktor manfaat, kemudahan, dan <i>brand image</i> berpengaruh signifikan terhadap keputusan penggunaan <i>E-Wallet</i> DANA	Persamaan penelitian ini yaitu, sama-sama membahas tentang Dompet Digital, sama-sama menggunakan variabel kemudahan	Perbedaan penelitian ini yaitu, hanya terfokus pada satu aplikasi saja, tidak ada variabel kepercayaan dan fitur layanan, subyek penelitian yang berbeda, tempat penelitian yang berbeda, dan tahun penelitian yang berbeda
5	(Aprilia & Susanti 2022) Pengaruh Kemudahan, Fitur Layanan, dan Promosi	variabel kemudahan, fitur layanan, dan promosi	Persamaan penelitian ini yaitu, sama-sama	Perbedaan penelitian ini yaitu, hanya terfokus pada

No.	Nama dan Judul	Kesimpulan	Persamaan	Perbedaan
	Terhadap Keputusan Penggunaan <i>E-Wallet</i> Dana di Kabupaten Kebumen	berpengaruh signifikan terhadap keputusan penggunaan	membahas tentang Dompot Digital, sama-sama menggunakan variabel kemudahan dan fitur layanan	satu aplikasi saja, tidak ada variabel kepercayaan, subyek penelitian yang berbeda, tempat penelitian yang berbeda, dan tahun penelitian yang berbeda

## B. Kajian Teori

### 1. Perilaku Konsumen

Perilaku konsumen menurut Schirffman dan Kanuk (2010) adalah perilaku yang konsumen perlihatkan dalam proses mencari, membeli, menggunakan, mengevaluasi, dan menghabiskan produk dan jasa yang konsumen harapkan bisa memberikan kepuasan atas kebutuhan mereka (Sujani, 2017). Menurut Irwansyah (2021) perilaku konsumen adalah perilaku yang konsumen tunjukkan dalam memilih dan memutuskan beberapa pilihan produk barang atau jasa untuk selanjutnya konsumen beli dan memilikinya (Sari, et al., 2023).

Menurut Peter dan Olson (2010), perilaku konsumen merupakan proses dinamis yang mencakup perilaku konsumen baik individu, maupun kelompok yang secara terus-menerus mengalami perubahan. Asosiasi Pemasaran Amerika mendefinisikan perilaku konsumen sebagai upaya interaksi yang dinamis mengenai perasaan, kognisi, perilaku dan lingkungan dimana individu ini akan melakukan pertukaran dalam berbagai aspek dalam kehidupan individu setiap manusia (Maulidin, et al., 2022). Berdasarkan pengertian perilaku konsumen diatas, dapat diartikan

bahwa perilaku konsumen merupakan tindakan yang dilakukan oleh konsumen dalam pengambilan keputusan untuk memperoleh barang yang sesuai dengan kebutuhannya.

Menurut Kotler (2001), terdapat beberapa macam faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen, diantaranya sebagai berikut.

a. Faktor Kebudayaan

1) Budaya

Merupakan kumpulan nilai-nilai dasar, persepsi, keinginan dan tingkah laku yang dipelajari oleh seorang anggota masyarakat dari keluarga dan lembaga penting lainnya.

2) Sub budaya

Merupakan sekumpulan orang dengan sistem nilai terpisah berdasarkan pengalaman dan situasi kehidupan yang umum. Sub budaya termasuk nasionalitas, agama, kelompok ras, dan wilayah geografis.

3) Kelas sosial

Merupakan divisi masyarakat yang relatif permanen dan teratur dengan para anggotanya yang menganut nilai-nilai minat dan tingkah laku yang serupa.

b. Faktor Sosial

1) Kelompok

Merupakan dua orang atau lebih yang berinteraksi untuk mencapai sasaran individu atau kelompok. Beberapa merupakan kelompok primer yang mempunyai interaksi reguler tetapi tidak formal, seperti keluarga, teman, tetangga, rekan kerja. Beberapa merupakan kelompok sekunder yang mencakup organisasi seperti kelompok keagamaan, asosiasi profesional, dan serikat pekerja.

2) Keluarga

Merupakan organisasi pembelian yang paling penting dalam masyarakat dan telah diteliti secara mendalam, pemasar tertarik

dalam peran dan pengaruh suami, istri, dan anak-anak pada pembelian berbagai barang dan jasa.

3) Peran dan status

Terdiri dari aktivitas yang diharapkan dilakukan individu menurut orang-orang yang ada disekitarnya. Setiap peran membawa status yang mencerminkan penghargaan yang diberikan oleh masyarakat. Orang seringkali memilih produk yang menunjukkan statusnya dalam masyarakat.

c. Faktor Pribadi

1) Umur dan tahap daur hidup

Seseorang mengubah barang dan jasa yang mereka beli semasa hidupnya. Selera akan makanan, berpakaian, perabotan, dan rekreasi sering berhubungan dengan usia seseorang. Pemasar seringkali menentukan sasaran pasar dalam bentuk tahap daur hidup dan mengembangkan produk yang sesuai serta rencana pemasaran untuk setiap tahap

2) Pekerjaan

Pekerjaan seseorang mempengaruhi barang dan jasa yang di belinya. Pemasar berusaha mengenali kelompok pekerjaan yang mempunyai minat di atas rata-rata akan produk dan jasa mereka.

3) Situasi ekonomi

Situasi ekonomi seseorang akan mempengaruhi pilihan produk. Bila indikator ekonomi menunjukkan resesi, pemasar dapat mengambil langkah-langkah untuk merancang ulang, memposisikan kembali, dan mengubah harga produknya.

4) Gaya hidup

Gaya hidup sebagai pola yang terlihat pada aktivitas, minat, dan pandangan seseorang terhadap perkembangan zaman. Faktor ini dapat mendeskripsikan konsumen yang berhubungan dengan lingkungan sekitarnya. Perusahaan diperlukan mencari keterkaitan hubungan antara produknya dengan tersebut.

Sehingga, pemasar dapat merancang mereknya sesuai kelompok gaya hidup tersebut.

5) Kepribadian

Kepribadian setiap orang jelas mempengaruhi tingkah laku membelinya. Kepribadian mengacu pada karakteristik psikologi unik yang menyebabkan respon yang relatif konsisten dan bertahan lama pada lingkungannya. Kepribadian dapat bermanfaat untuk menganalisis tingkah laku konsumen untuk pemilihan produk atau merk tertentu (Suprihati & Utami, 2015).

d. Faktor Psikologis

1) Motivasi

Seseorang memiliki berbagai macam keperluan dalam menjalani kehidupannya. Kebutuhan menjadi motif ketika digerakkan sampai ada pada tingkat intensitas yang cukup. Motif ialah kebutuhan yang mempengaruhi pembeli dalam melakukan tindakan.

2) Persepsi

Ialah proses diterapkannya seseorang dalam memilih, mengorganisir, dan mengartikan informasi untuk menggambarkan dunia yang bermakna. Faktor ini bukan hanya bergantung pada stimulus fisik, tetapi pada stimulus dari lingkungannya dan kondisi pribadi pemilik.

3) Pembelajaran

Hal ini mencakup tentang perubahan tingkah laku seseorang yang muncul dari pengalamannya membeli suatu barang. Terori pembelajaran ini mengajarkan perusahaan bahwa perusahaan dapat meningkatkan permintaan terhadap produknya dengan cara menghubungkan motivasi, dan memberikan penguatan yang positif.

#### 4) Keyakinan dan sikap

Kepercayaan seseorang terkait produk atau merek memiliki pengaruh pada penentuan membeli atau tidak. Hal ini bersumber dari pengetahuan, opini, atau kepercayaan. Selanjutnya, sikap ialah penilaian, perasaan emosional, dan tindakan baik yang berdampak baik maupun merugikan serta berlangsung lama dari pembeli.

Menurut Setiadi untuk memahami konsumen dan mengembangkan strategi pemasaran yang tepat, kita harus memahami apa yang mereka pikirkan (kognisi) dan mereka rasakan (afeksi), apa yang mereka lakukan (perilaku), dan serta dimana (kejadian disekitar) yang mempengaruhi serta dipengaruhi oleh apa yang dipikirkan, dirasakan, dan dilakukan konsumen tersebut. Dengan demikian, maka perlu untuk memahami perilaku konsumen agar mengambil suatu tindakan dalam mengambil keputusan mengkonsumsi produk. Dari pendapat tersebut, memberikan penjelasan bahwa dalam mempertahankan serta meningkatkan keputusan pembelian sebuah usaha, maka pemilik atau yang memiliki wewenang mempelajari perilaku konsumen dalam mengambil suatu tindakan mengkonsumsi produk yang ditawarkan (Gohae, et al., 2021).

## 2. Keputusan

### a. Pengertian keputusan

Berdasarkan pendapat Peter dan Olson (2013) keputusan penggunaan merupakan sebuah tahapan yang dilakukan konsumen/pengguna ketika sudah mengumpulkan berbagai informasi yang akhirnya menghasilkan beberapa alternatif. Keputusan penggunaan dilakukan dengan mempertimbangkan keuntungan-keuntungan dan tingkat risiko dari setiap pilihan (Etikaria & Munari, 2022).

Menurut Kurnia, Dzumali, dan Istiqomah (2016) keputusan pembelian merupakan proses-proses dalam pengambilan keputusan pembelian, prosesnya yaitu terbentuknya kumpulan alternatif dari



barang-barang yang sudah tersedia, lalu memilih produk mana yang konsumen suka sebelum menentukan pembelian (Hidayatillah & Lasiono, 2022).

Menurut Kotler & Amstrong (2016:176), keputusan penggunaan terjadi melalui suatu proses yang terjadi sebelumnya yang diawali dari pengenalan terhadap kebutuhan, yang kemudian melakukan kegiatan mencari informasi terhadap alat pemuas kebutuhan (Etikaria & Munari, 2022).

b. Faktor yang mempengaruhi keputusan

Menurut Kotler & Amstrong (2014) keputusan pembelian dipengaruhi oleh 4 faktor, yaitu :

1) Faktor Kebudayaan

Budaya merupakan penentu keinginan dan perilaku paling dasar. Masing-masing sub budaya terdiri dari sejumlah sub budaya yang lebih menampilkan identifikasi dan sosialisasi khusus seperti kebangsaan, agama, kelompok, ras, dan wilayah geografis.

2) Faktor Sosial

Faktor sosial diantaranya seperti kelompok acuan, keluarga, peran dan status.

3) Faktor Pribadi

Keputusan pembelian juga bisa dipengaruhi oleh faktor pribadi yang meliputi usia dan tahap siklus hidup, pekerjaan, keadaan ekonomi, gaya hidup, serta kepribadian dan konsep diri.

4) Faktor Psikologis

Faktor psikologis dipengaruhi oleh 4 faktor utama, antara lain yaitu motivasi, persepsi, pembelajaran, serta keyakinan dan sikap. (Sutanto, et al., 2019)

c. Indikator keputusan

Terdapat beberapa indikator keputusan penggunaan menurut Kotler & Keller antara lain, yaitu :

- 1) Sosial
- 2) Merk produk
- 3) Sesuai keinginan
- 4) Sesuai kebutuhan

### 3. Kemudahan

#### a. Pengertian

Menurut Davis et al., kemudahan dalam penggunaan (*easy of use*) diartikan sebagai tingkat dimana seseorang menggunakan sebuah benda tersebut merupakan hal yang mudah dan tidak adanya kesulitan yang signifikan untuk menggunakannya sehingga tidak perlu menggunakan usaha yang extra untuk menggunakannya (Antika & Andjarwati, 2016). Menurut Malhorta et al., kemudahan yaitu dimana seseorang percaya bahwa ketika menggunakan suatu barang atau sistem teknologi, seseorang tersebut dapat menggunakannya dengan mudah / tanpa usaha yang lebih (Kamarudin, et al., 2022).

Menurut Jogiyanto, kemudahan penggunaan persepsian (*perceived ease of used*) diartikan bahwa sejauh mana pengguna barang yakin bahwa barang yang digunakan tersebut akan terbebas dari usaha (Ali, 2016). Menurut Davis et al., terdapat beberapa indikator yang dapat mengukur tingkat kemudahan pengguna yaitu: mudah dipelajari; dapat dikontrol; fleksibel; mudah digunakan; jelas dan dapat dipahami.

Menurut Jogiyanto, kemudahan merupakan suatu kepercayaan tentang pengambilan sebuah keputusan. Jika seseorang merasa bahwa suatu sistem informasi tersebut dapat mudah untuk digunakan maka dia akan menggunakannya begitupun sebaliknya (Ernawati & Lina, 2020).

#### b. Faktor yang mempengaruhi kemudahan

- 1) Berfokus pada teknologi itu sendiri. Misalnya pengalaman dari pengguna yang baik dalam menggunakan teknologi tersebut bisa

mendorong kepercayaan pengguna terhadap kemudahan teknologi tersebut.

- 2) Reputasi teknologi yang diperoleh pengguna. Dengan reputasi yang bagus, maka tingkat kepercayaan pengguna terhadap kemudahan teknologi tersebut akan naik.
- 3) Tersedianya mekanisme *support* yang handal. Misalnya terdapat kesulitan dalam penggunaan aplikasi dompet digital, dan dengan adanya *support system* yang handal, maka akan mengarahkan pandangan konsumen ke arah yang lebih positif (Fauziati, 2012).

c. Indikator Kemudahan

Menurut Davis dalam (Afifah, 2017) terdapat beberapa indikator kemudahan konsumen dalam menggunakan suatu produk atau jasa, yaitu:

- 1) Mudah untuk digunakan
- 2) Mudah dijangkau
- 3) Sistem jelas dan mudah dipahami
- 4) Fleksibel

#### 4. Kepercayaan

a. Pengertian

Menurut Mayer et al, kepercayaan adalah kesadaran seseorang pada sebuah perbuatan seseorang atau pihak lain dimana pihak lain itu mengambil suatu keputusan pada seseorang itu. Bisa juga diartikan sebagai tingkah laku mengacu dengan kepercayaan seseorang mengenai karakteristik individu lain. Kepercayaan bukanlah suatu pengambilan resiko (Farahdiba, 2019)

Menurut Chauhan, bahwa memiliki harapan bahwa suatu teknologi dapat dipercaya akan menyelesaikan tugas dengan baik, dimana masyarakat akan menggunakannya apabila mereka memiliki rasa percaya terhadap suatu produk atau jasa yang ditawarkan (Astuti & Nugroho, 2021). Menurut M. Asari & Rubiah berpendapat bahwa kepercayaan konsumen adalah bersedianya satu pihak menerima suatu

resiko dari pihak lainnya berdasarkan keyakinan dan harapan bahwa pihak lain akan melakukan tindakan sesuai yang diharapkan, meskipun kedua belah pihak belum mengenal satu sama lain (Ardianto & Azizah, 2021).

b. Faktor yang mempengaruhi kepercayaan

Kepercayaan konsumen tidak diperoleh dalam waktu yang singkat. Kepercayaan akan timbul setelah melalui beberapa proses dan apabila kepercayaan sudah terbentuk, maka akan ada usaha yang harus dilakukan guna membina hubungan kerjasama yang lebih baik lagi. Faktor yang membentuk timbulnya kepercayaan ada tiga, yaitu :

1) Kemampuan (*Ability*)

Kemampuan ini berpusat pada kompetensi dan karakteristik dari penjual/organisasi itu sendiri dalam memberikan pengaruh dan mengotorisasi wilayah yang spesifik. Penjual/organisasi harus mampu menyediakan, melayani, serta menjamin keamanan transaksi dari gangguan yang diberikan pihak luar. Yang artinya bahwa konsumen harus memperoleh jaminan kepuasan dan keamanan dari penjual dalam melakukan transaksi. Kemampuan itu sendiri meliputi kompetensi, pengalaman, pengesahan, institusional, dan kemampuan dalam ilmu pengetahuan.

2) Kebaikan hati (*Benevolence*)

Kebaikan hati merupakan ketersediaan penjual dalam memberikan kepuasan yang sama-sama menguntungkan bagi kedua belah pihak. Profit yang didapatkan penjual dapat dimaksimalkan, akan tetapi kepuasan konsumen konsumen juga harus diperhatikan. Penjual bukan hanya mengejar keuntungan, melainkan juga harus memperhatikan konsumen dalam mewujudkan kepuasan konsumen. Kebaikan hati ini meliputi perhatian, empati, keyakinan, dan daya terima.

### 3) Integritas (*Integrity*)

Integritas berkaitan dengan perilaku penjual dalam menjelaskan usahanya. Informasi yang diberikan kepada konsumen harus sesuai fakta. Kualitas produk yang dijual juga harus dapat dipercaya. Integritas dapat dilihat dari sudut kewajaran, penentuan kesetiaan, keterus-terangan, keterkaitan, dan keandalan (Putra, 2020).

#### c. Indikator kepercayaan

Menurut Kotler & Keller (2016) terdapat beberapa indikator kepercayaan konsumen pada suatu produk atau jasa, yaitu:

##### 1) Integritas

Merupakan persepsi konsumen bahwa perusahaan mengikuti prinsip-prinsip yang dapat diterima seperti menepati janji, berperilaku sesuai etika dan jujur.

##### 2) Kebaikan (*Bevenolence*)

Yang didasarkan pada besarnya kepercayaan kemitaan yang memiliki tujuan dan motivasi yang menjadi kelebihan untuk organisasi lain pada saat kondisi yang baru muncul, yaitu kondisi dimana komitmen terbentuk.

##### 3) Keterbukaan

Kondisi dimana tidak menyukain kerahasiaan dan kurangnya transparansi dalam melaksanakan tugasnya, dengan demikian diperlukan sikap keterbukaan dan transparansi antara kedua belah pihak agar terciptanya kepercayaan.

## 5. Fitur Layanan

### a. Pengertian Fitur Layanan

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, fitur merupakan karakteristik khusus yang terdapat pada suatu alat (televisi, ponsel, dan sebagainya) atau fungsi, kemampuan, atau desain khusus dari perangkat keras atau perangkat lunak. Menurut Tjiptono & Chandra (2012) fitur merupakan unsur-unsur produk yang dipandang penting

oleh pengguna dan dijadikan sebagai dasar pengambilan keputusan (Widianingrum, 2021).

Menurut Schmitt (2010) fitur merupakan suatu produk sebagai fungsi dengan karakteristik yang berbeda (Aprilia & Susanti, 2022). Menurut Heny Agustina (2017) fitur layanan adalah persepsi nasabah terhadap layanan yang disediakan *Mobile Banking* (Badarudin, 2021).

Menurut Kotler & Keller (2012) Layanan adalah tindakan atau kinerja yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak pada pihak lainnya yang tidak berwujud dan tidak menghasilkan kepemilikan apapun (Widianingrum, 2021).

#### b. Indikator Fitur Layanan

Berikut merupakan indikator dari Fitur Layanan menurut Ponn (2008) yaitu:

- 1) Keberagaman layanan transaksi
- 2) Keberagaman fitur
- 3) Inovasi produk

### C. Landasan Teologis

Theologis secara etimologis berasal dari bahasa Yunani yang terdiri dari kata *Theos* yang berarti Tuhan atau Dewa dan *Logos* yang berarti pengetahuan. Teologi bisa diartikan sebagai Ilmu Ketuhanan atau *science of god*. Teologi merupakan ilmu yang mengutamakan pemahaman masalah Tuhan dengan pendekatan logis dari ilmu dasar tauhid yang bersama-sama dengan syarat membentuk tujuan-tujuan keagamaan (Rahayu, 2022).

#### 1. Keputusan dalam Perspektif Islam

Dalam perspektif islam, musyawarah adalah salah satu cara dalam pengambilan suatu keputusan terhadap suatu masalah. Di dalam musyawarah pun tetap harus melibatkan Allah. Keputusan yang diambil tentu merupakan keputusan bersama bukan karena kepentingan sepihak dan tentu saja berlandaskan pada nilai-nilai kebenaran yang tercantum baik dalam Al-Qur'an maupun Sunnah Rasul. Islam mengatur bahwa dalam musyawarah perlu memegang prinsip adil, amanah, istiqamah, dan jujur.

Adil berarti tidak berat sebelah atau tidak hanya memperhatikan kepentingan suatu pihak, amanah berarti ketika keputusan telah diambil maka kita memiliki tanggung jawab dalam pelaksanaan keputusan tersebut dikemudian hari, istiqamah berarti memiliki keteguhan hati untuk dapat melaksanakan keputusan tersebut sesuai dengan syariat Islam, sedangkan prinsip yang terakhir berarti kita harus selalu bersikap jujur termasuk dalam proses pengambilan keputusan maupun melaksanakan hasil keputusan. Dalam QS. Ali Imran: 159 Allah berfirman:

فِيمَا رَحْمَةٍ مِّنَ اللَّهِ لِنْتَ لَهُمْ وَلَوْ كُنْتَ فَظًّا غَلِيظَ الْقَلْبِ لَانْفَضُّوا مِنْ حَوْلِكَ فَاعْفُ عَنْهُمْ وَاسْتَغْفِرْ لَهُمْ وَشَاوِرْهُمْ فِي الْأَمْرِ فَإِذَا عَزَمْتَ فَتَوَكَّلْ عَلَى اللَّهِ إِنَّ اللَّهَ يُحِبُّ الْمُتَوَكِّلِينَ

Artinya : *“Maka disebabkan rahmat dari Allah swt-lah kamu berlaku lemah lembut terhadap mereka, sekiranya kamu bersikap keras dan berhati kasar tentulah mereka menjauhkan diri dari sekelilingmu. Karena itu maafkanlah mereka, mohonkan ampunan bagi mereka, dan bermusyawarahlah dengan mereka dalam urusan itu, dan apabila kamu telah membulatkan tekad maka berdakwahlah kepada Allah swt, sesungguhnya Allah menyukai orang-orang yang bertawakkal kepada-Nya”*

Dalam ayat tersebut dijelaskan bahwa dalam pengambilan keputusan tentu akan terjadi banyak perbedaan pendapat, dan kita diperintahkan untuk tetap berlaku lemah lembut terhadap pihak yang berselisih pendapat dengan kita. Dalam bermusyawarah pun kita diperintahkan untuk bertekad bulat untuk melaksanakannya sesuai dengan syariat sebagai bentuk taqwa kepada Allah, dan ketika telah dicapai kesepakatan maka kita harus bertanggung jawab terhadap keputusan tersebut.

## 2. Kemudahan dalam Perspektif Islam

Kemudahan dalam perspektif Islam dapat diukur sejauh keyakinan seseorang terhadap pemakaian suatu sistem sebagai pembebas dari upaya. Kemudahan ini bukan semata-mata kenyamanan dalam penggunaan,

melainkan juga mencakup keuntungan yang dirasakan selama pemanfaatannya (Marini, 2022).

Adapun ayat mengenai kemudahan yang tertera dalam (QS. Al-Insyirah: 5-6). Allah berfirman:

فَإِنَّ مَعَ الْعُسْرِ يُسْرًا , إِنَّ مَعَ الْعُسْرِ يُسْرًا

Artinya : *“Maka sesungguhnya bersama kesulitan ada kemudahan. Sesungguhnya bersama kesulitan ada kemudahan.”*

Penafsiran ayat ini menekankan pada konsep harmoni antara kesulitan dan kemudahan. Ayat ini menyampaikan pesan bahwa dalam setiap kesulitan, ada potensi kemudahan yang menyertainya. Terdapat dualitas yang diungkapkan untuk menyiratkan bahwa ketika seseorang menghadapi tantangan atau kesulitan, Allah juga menyediakan jalan keluar atau kemudahan sebagai bentuk rahmat-Nya. Pemahaman konteks ini dapat membantu umat Islam untuk menanggapi ujian hidup dengan ketenangan dan keyakinan bahwa setiap kesulitan akan diimbangi oleh kemudahan yang Allah sediakan.

### 3. Kepercayaan dalam Perspektif Islam

Dalam hubungan antar manusia, kepercayaan adalah hal yang sangat dihargai. Kepercayaan adalah rasa yang dimiliki satu orang dengan orang lainnya, dimana hal ini didasarkan pada integritas, reabilitas, dan kredibilitas. Kepercayaan akan terbentuk apabila antar individu saling percaya satu sama lain dan itu terjadi jika saling terbuka, kompeten, adil, jujur, akuntabel, dan penuh penghargaan (Marini, 2022).

Adapun ayat tentang kepercayaan dalam (QS. An-Nahl: 91), Allah berfirman :

وَأَوْفُوا بِعَهْدِ اللَّهِ إِذَا عَاهَدْتُمْ وَلَا تَنْفُضُوا الْأَيْمَانَ بَعْدَ تَوْكِيدِهَا وَقَدْ جَعَلْتُمُ اللَّهَ عَلَيْكُمْ كَفِيلًا ۚ إِنَّ اللَّهَ يَعْلَمُ مَا تَفْعَلُونَ

Artinya : *“Dan tepatilah perjanjian dengan Allah apabila kamu berjanji dan janganlah kamu membatalkan sumpah-sumpah(mu) itu, sesudah meneguhkannya, sedang kamu telah menjadikan Allah sebagai*



*saksimu (terhadap sumpah-sumpahmu itu). Sesungguhnya Allah mengetahui apa yang kamu perbuat”.*

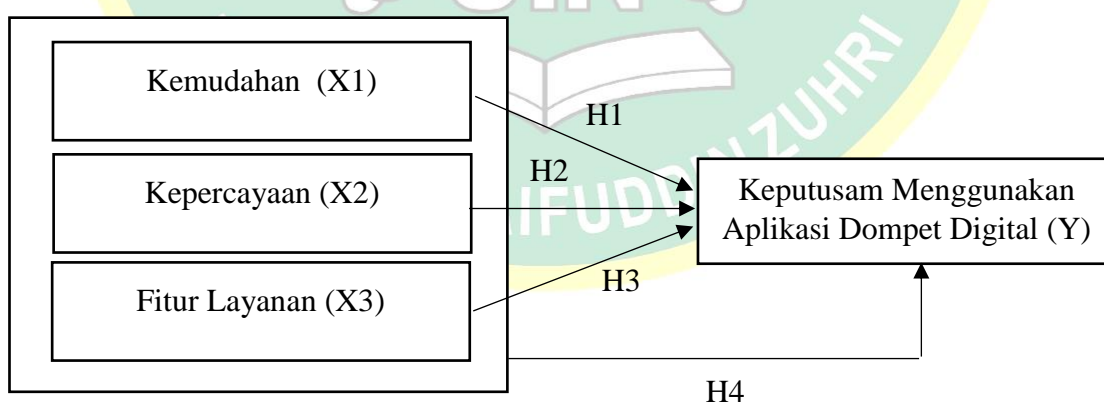
Ayat ini menegaskan pentingnya memenuhi janji dan menjaga sumpah yang diucapkan di hadapan Allah. Kewajiban untuk mematuhi perjanjian merupakan bentuk ketaatan kepada Allah, dan peringatan untuk tidak membatalkan sumpah setelah diucapkan menunjukkan seriusnya konsekuensi hukum yang dapat timbul. Allah sebagai saksi menegaskan bahwa segala perbuatan manusia telah diketahui-Nya, menekankan pengawasan dan kebijaksanaan-Nya terhadap tindakan individu. Kepercayaan juga akan terbentuk jika tiap individu saling percaya satu sama lain dan itu terjadi apabila saling terbuka, adil, jujur, dan penuh penghargaan. Allah juga menghendaki setiap umat manusia agar menepati janji yang telah diucapkan.

#### D. Kerangka Penelitian

Penelitian ini menggunakan empat variabel, yaitu tiga variabel *independen* (kemudahan, kepercayaan, dan fitur layanan) dan satu variabel *dependen* (keputusan menggunakan).

**Gambar 2.1**

**Kerangka Pemikiran**



#### E. Hipotesis

Berlandaskan tinjauan pustaka dan kerangka teori, pada penelitian penulis hipotesis yang akan diajukan dan diuji kebenarannya dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Pengaruh Kemudahan terhadap Keputusan Menggunakan

Penelitian yang dilakukan oleh Ardana & Setyawan (2023), Safitri (2021), dan Sari, et al (2023) menunjukkan bahwa variabel Kemudahan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Keputusan Menggunakan. Berdasarkan penelitian-penelitian tersebut, dapat ditarik hipotesis sebagai berikut.

H1: Kemudahan berpengaruh positif terhadap Keputusan Menggunakan

2. Pengaruh Kepercayaan terhadap Keputusan Menggunakan

Penelitian yang dilakukan oleh Etikara & Munari (2022), dan Fajrina (2021) menunjukkan bahwa variabel Kepercayaan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Keputusan Menggunakan. Berdasarkan penelitian-penelitian tersebut, dapat diambil hipotesis sebagai berikut.

H2: Kepercayaan berpengaruh positif terhadap Keputusan Menggunakan

3. Pengaruh Fitur Layanan terhadap Keputusan Menggunakan

Penelitian yang dilakukan oleh Widianingrum (2021), dan Aprilia & Susanti (2022) menunjukkan bahwa variabel Fitur Layanan berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Menggunakan. Berdasarkan penelitian-penelitian tersebut, dapat dikemukakan hipotesis sebagai berikut.

H3: Fitur Layanan berpengaruh positif terhadap Keputusan Menggunakan

4. Pengaruh Kemudahan, Kepercayaan, dan Fitur Layanan

Penelitian yang dilakukan oleh Astuti & Nugroho (2021) dan Nurvitri & Dwijayanti (2021) menunjukkan bahwa keputusan menggunakan dipengaruhi oleh faktor kemudahan, kepercayaan, dan fitur layanan yang secara signifikan berpengaruh secara positif dan signifikan. Berdasarkan jurnal penelitian tersebut dapat ditemukan hipotesis sebagai berikut.

H4: Kemudahan, Kepercayaan, dan Fitur Layanan secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menggunakan

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **A. Jenis Penelitian**

Dalam penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif. Metode penelitian ini merupakan metode yang digunakan dalam meneliti suatu sampel ataupun populasi. Dimana pengumpulan, instrumen, dan analisisnya dilakukan secara kuantitatif dan memiliki tujuan untuk menguji hipotesis yang ada (Sugiyono, 2017). Penelitian ini dilakukan untuk memperoleh informasi mengenai pengaruh kemudahan, kepercayaan, dan fitur layanan terhadap keputusan mahasiswa untuk menggunakan aplikasi dompet digital (studi kasus mahasiswa FEBI UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto).

#### **B. Tempat dan Waktu Penelitian**

##### **1. Tempat Penelitian**

Penelitian ini dilakukan di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.

##### **2. Waktu Penelitian**

Waktu penelitian dimulai dari bulan Desember 2023 dan direncanakan selesai pada bulan Januari 2024.

#### **C. Populasi dan Sampel Penelitian**

##### **1. Populasi**

Sugiyono (2017) menjelaskan populasi sebagai sebuah wilayah generalisasi atas sebuah obyek maupun subyek dengan karakter serta jumlah yang penulis tentukan guna mengambil serta mengkaji kesimpulan. Penelitian ini ditentukan populasi yakni mahasiswa FEBI UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.

##### **2. Sampel**

Sugiyono (2017) mengungkapkan bahwa sampel merupakan jumlah serta karakteristik dari sebuah populasi yang ada. Sampel pada penelitian ini adalah sebagian Mahasiswa FEBI UIN. Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto yang diambil dari populasi mahasiswa yang mengetahui

Dompert Digital. Sampel ditentukan berdasarkan *nonprobability sampling* yang menggunakan teknik *sampling incidental*. Teknik ini ditentukan secara kebetulan, sehingga semua yang penulis temui akan dijadikan sampel apabila sesuai ketentuan (Duli, 2019).

Teknik pengumpulan jumlah sampel menggunakan rumus *Unknown Population* (jumlah sampel yang tidak diketahui) (Duli, 2019).

$$N = \left\{ \frac{\left(\frac{Za}{2}\right) \cdot \sigma}{e} \right\}^2$$

Dengan :

N = Jumlah Sampel

Za/2 = Tingkat Kepercayaan 95% = 1,96

$\sigma$  = Standar Deviasi = 0,25

e = Tingkat Kesalahan dalam penelitian ini 5%

$$N = \left\{ \frac{\left(\frac{Za}{2}\right) \cdot \sigma}{e} \right\}^2$$

$$N = \left\{ \frac{\left(\frac{1,96}{2}\right) \cdot 0,25}{5\%} \right\}^2$$

N = 96,4 dibulatkan menjadi 97 responden

Dari rumus tersebut, responden pada penelitian ini menggunakan jumlah sampel sebanyak 97 responden

#### D. Variabel dan Indikator Penelitian

##### 1. Variabel *Independen* (Variabel Bebas)

Variabel *Independen* ialah variabel yang nantinya akan mempengaruhi variabel *dependen*. Variabel *independen* pada penelitian ini antara lain variabel kemudahan (X1), kepercayaan (X2), dan fitur layanan (X3).

## 2. Variabel *Dependen* (Variabel Terikat)

Variabel *dependen* ialah variabel yang terpengaruh karena adanya variabel bebas. Variabel *dependen* pada penelitian ini adalah keputusan menggunakan (Y)

**Tabel 3.1**  
**Indikator Variabel**

Variabel <i>Independen</i> (Bebas)	
Variabel	Indikator
Kemudahan	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Mudah untuk digunakan</li> <li>2. Mudah dijangkau</li> <li>3. Sistem jelas dan mudah dipahami</li> <li>4. Fleksibel</li> </ol>
Kepercayaan	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Integritas</li> <li>2. Kebaikan hati (<i>Bevenolence</i>)</li> <li>3. Keterbukaan</li> </ol>
Fitur Layanan	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Keberagaman layanan transaksi</li> <li>2. Keberagaman fitur</li> <li>3. Inovasi produk</li> </ol>
Variabel <i>Dependen</i>	
Keputusan Menggunakan	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Sosial</li> <li>2. Merk produk</li> <li>3. Sesuai keinginan</li> <li>4. Sesuai kebutuhan</li> </ol>

## E. Pengumpulan Data

### 1. Sumber Data

#### a. Data Primer

Sumber data primer merupakan sumber data yang bersumber secara langsung oleh seseorang yang memiliki maupun penghimpun data utama (Sugiyono, 2017). Data yang digunakan dalam penelitian ini yakni menggunakan data primer yang bersumber dari hasil pengumpulan kuesioner oleh para responden dari mahasiswa FEBI UIN Prof. K.H. Saifudin Zuhri Purwokerto yang mengetahui aplikasi Dompot Digital tentang pengaruh kemudahan, kepercayaan, dan fitur layanan terhadap keputusan mahasiswa untuk menggunakan aplikasi dompet digital.

b. Data Sekunder

Sumber data sekunder merupakan sumber data yang diperoleh dari narasumber yang pengumpulan datanya dilakukan melalui perantara atau tidak langsung (Sugiyono, 2017). Data ini dijadikan sebagai tambahan data yang sudah diproses lebih lanjut yang kemudian disajikan peneliti. Sumber data yang peneliti peroleh berasal dari website maupun sumber penelitian lainnya yang masih terdapat kaitannya dengan penelitian.

## 2. Teknik Pengumpulan Data

a. Kuesioner

Penelitian ini menggunakan teknik pengumpulan data berupa kuesioner. Dimana kuesioner ini merupakan suatu teknik pengumpulan data dengan penulis melampirkan sejumlah pertanyaan yang nantinya dijawab oleh responden. Dalam kuesioner ini, skala yang digunakan yaitu menggunakan skala likert dengan 5 kategori jawaban, yaitu Sangat Tidak Setuju (STS) bernilai 1, Tidak Setuju (TS) bernilai 2, Netral (N) bernilai 3, Setuju (S) bernilai 4, dan Sangat Setuju (SS) bernilai 5.

b. Observasi

Observasi merupakan rangkaian proses yang kompleks dan tersusun secara rapi dan memiliki proses biologis dan psikologis yang bermacam-macam.

c. Dokumentasi

Dokumentasi adalah suatu teknik pengumpulan data yang didapatkan melalui beberapa dokumen. Data dan sumber yang penulis gunakan merupakan data yang memiliki keterkaitan dengan masalah yang akan dibahas.

## F. Teknik Instrumen Penelitian

### 1. Validitas

Uji validitas ialah tingkat keandalan dan kecermatan dalam mengukur instrumen. Instrumen dapat dikatakan valid apabila pertanyaan kuesioner dapat menyatakan apa yang akan diukur. Uji tersebut bisa dilihat dengan membandingkan  $r_{hitung}$  dengan  $r_{tabel}$ . Jika  $r_{hitung}$  lebih besar dari  $r_{tabel}$ , maka variabel bisa dikatakan valid dan begitu juga sebaliknya, jika  $r_{hitung}$  lebih kecil dari  $r_{tabel}$ , maka variabel tersebut dikatakan tidak valid.

### 2. Reliabilitas

Uji reliabilitas merupakan uji untuk mengetahui konsistensi alat ukur, dimana sejauh mana alat yang digunakan dapat diandalkan dan konsisten jika dilakukannya pengukuran ulang. Suatu kuesioner dapat dikatakan reliabel apabila suatu kuesioner menghasilkan hasil yang sama apabila dilakukan pengukuran ulang. Pengujian instrumen menggunakan rumus *Cronbach Alpha*, dimana dianggap reliabel apabila nilai dari *cronbach alpha*  $> 0,60$ . Data akan semakin reliabel apabila nilai *alpha* mendekati 1. (Duli, 2019).

### 3. Metode Suksesif Interval

Metode ini merupakan metode transformasi dari data ordinal menjadi data interval. Data ordinal harus diubah terlebih dahulu menjadi bentuk interval, dikarenakan data ordinalnya merupakan bukan angka yang sebenarnya atau merupakan data kualitatif. Dalam beberapa prosedur metode klasik, data berskala ordinal harus diubah terlebih dahulu menjadi data interval seperti analisis linear berganda (Ningsih & Dukalang, 2019).

## G. Teknik Analisis Data

### 1. Uji Asumsi Klasik

#### a. Normalitas

Uji normalitas adalah uji yang digunakan untuk mengecek apakah nilai residu yang telah distandarisi melalui metode regresi berdistribusi normal atau tidak. Uji tersebut dapat dilakukan dengan analisis grafik dan uji statistik. Untuk analisis grafik dapat dideteksi dengan *leaf plot* grafik *histogram*. Uji statistik dilakukan melalui rasio *Skewness* dan *Kurtosis*, dan uji *Kolmogrov-Smirnov*. Uji normalitas dikatakan berdistribusi normal jika nilai signifikansi  $> 0,05$  maka nilai residual berdistribusi normal dan sebaliknya (Sihabudin et al., 2021).

#### b. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinieritas adalah alat uji yang dilakukan untuk mengukur apakah terdapat korelasi antar variabel bebas dalam model regresi. Model regresi yang baik seharusnya tidak ada korelasi diantara variabel bebas. Pengujian ini diketahui dengan melihat nilai toleransi dan VIF (*Variance Inflation Factor*). Jika nilai VIF tersebut dengan ketentuan nilai *Tolerance*  $> 0,10$  dan *VIF*  $< 10$ , maka artinya tidak terjadi multikolinieritas pada model regresi penelitian tersebut. (Sihabudin et al., 2021).

#### c. Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas yaitu alat uji yang dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui ketidakcocokan *variance* dari residual satu pengamatan dengan pengamatan lainnya. Untuk menguji tersebut dengan menggunakan uji Glejser. Pengujian dilakukan dengan meregresikan nilai absolut residual terhadap variabel bebasnya. Jika terlihat nilai signifikansi  $> 0,05$  artinya tidak terjadi gejala heteroskedastisitas (Sihabudin et al., 2021).



## 2. Uji Hipotesis

### a. Analisis Regresi Berganda

Regresi linier berganda yaitu analisis yang melibatkan lebih dari satu bebas. Pengujian ini digunakan untuk mengetahui besarnya pengaruh variabel *independen* (kemudahan, kepercayaan, dan fitur layanan) terhadap variabel *dependen* (keputusan penggunaan) melalui rumus sebagai berikut (Sihabudin et al., 2021).

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

### b. Koefisien determinasi

Koefisien determinasi ( $R^2$ ) adalah uji untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model menerangkan variasi variabel terikatnya. Nilai  $R^2$  bernilai antara 0 dan 1 dengan ketentuan semakin mendekati 1 maka artinya semakin baik (Sihabudin et al., 2021).

### c. Uji Signifikansi Parsial (Uji T)

Uji t yaitu uji untuk mengukur bagaimana pengaruh masing-masing variabel bebasnya secara parsial terhadap variabel terikat. Hasil uji tersebut dapat dilihat dengan membandingkan nilai  $t_{hitung}$  dengan  $t_{tabel}$ . Jika nilai sig.  $< 0,05$  atau  $t_{hitung}$  lebih besar  $t_{tabel}$  maka ada pengaruh variabel *independen* terhadap variabel *dependen* secara parsial. Tetapi, apabila nilai sig.  $> 0,05$  atau  $t_{hitung}$  lebih kecil dari  $t_{tabel}$  maka tidak pengaruh antara variabel *independen* dengan variabel *dependen* (Sihabudin et al., 2021).

### d. Uji Signifikansi Simultan (F Statistik)

Uji simultan (uji F) adalah uji yang digunakan untuk mengukur ada tidaknya pengaruh secara bersama-sama (simultan) antar variabel bebas terhadap variabel terikat. Uji tersebut dapat dilakukan dengan membandingkan nilai  $f_{hitung}$  dengan  $f_{tabel}$ . Apabila nilai sig.  $< 0,05$  atau  $f_{hitung} > f_{tabel}$  maka berarti variabel bebas secara simultan berpengaruh terhadap variabel terikat. Tetapi, apabila nilai sig.  $> 0,05$  atau  $f_{hitung} < f_{tabel}$  maka tidak terdapat pengaruh antara variabel

bebas secara bersama-sama dengan variabel terikat (Sihabudin et al., 2021).



## BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

### A. Gambaran Umum Subjek Penelitian

#### 1. Profil Dompot Digital / *E-wallet*

Dompot digital adalah alat untuk melakukan pembayaran secara digital yang didalamnya bisa disimpan beberapa informasi baik pribadi maupun yang lainnya dalam bermacam-macam bentuk (Laudon, 2016). *E-wallet* adalah salah satu *Fintech* dimana alat untuk bertransaksi bukan menggunakan uang cash, akan tetapi menggunakan saldo di dalam *e-wallet* pelanggan. *E-wallet* juga dapat disebut sebagai alat bertransaksi secara digital yang menggunakan media yang berupa *server based*. Melalui dompet digital dapat dihubungkan antara *mobilephone* dengan sistem pembayaran guna mempermudah pengguna untuk melakukan transaksi baik pembelian ataupun penjualan (Tenk et al., 2020).

Dompot digital dapat mengalihkan *benefit* dompet kedalam suatu aplikasi. Selain itu dompet digital juga menghapus kebutuhan pengguna terhadap berbagai kartu di dompet serta *e-wallet* menyuguhkan fitur lain yang tidak dimiliki oleh dompet seperti riwayat transaksi dan tagihan. Transaksi juga akan lebih terjamin keamanannya dan efektif. *E-Wallet* juga menawarkan berbagai menu keamanan yang tidak dimiliki oleh dompet pada umumnya. *E-Wallet* memungkinkan pemakainya guna melacak informasi tagihan serta pengiriman sehingga transaksi akan menjadi lebih efektif dan aman. (Uddin, 2014). Diantara beberapa dompet digital yang populer di Indonesia yaitu Gopay, Dana, Ovo, Shopee pay, dan Link aja.

Berdasarkan peraturan BI nomor 18/40/PBI/2016 pasal 1 ayat 7 tentang penyelenggaraan pemrosesan transaksi memaparkan bahwasanya, dompet digital adalah suatu alat elektronik yang dapat menyimpan berbagai instrumen data transaksi seperti alat transaksi dengan ATM atau *E-Money* yang bisa menyimpan uang untuk bertransaksi (Zada, 2021). *E-Wallet* bertujuan untuk mengontrol dan menyimpan informasi terkait

transaksi dari penggunanya. Informasi tersebut meliputi info *password*, pin, *login*, dan informasi penting lainnya terkait *credit card* pengguna. Informasi tersebut nantinya akan disimpan di suatu lokasi yang aman. Metode yang disajikan dalam *e-wallet* merupakan metode yang aman, nyaman, dan cepat agar bisa dipakai penggunanya untuk bertransaksi secara digital di berbagai belahan dunia dimanapun dan kapanpun (Uddin, 2014).

Belakangan ini, terdapat peningkatan popularitas aplikasi dompet digital atau *E-wallet* di kalangan mahasiswa yang dapat disebabkan oleh kemudahan penggunaannya. Penggunaan aplikasi tersebut memungkinkan mahasiswa untuk melakukan transaksi secara daring tanpa bergantung pada uang tunai (Richardo, 2023). Nadhilah menegaskan bahwa minat yang tinggi terhadap *e-wallet* terutama berasal dari kalangan muda, khususnya mahasiswa. Hasil penelitian dari “*Director Customer Experience Ipsos Indonesia*” menyebutkan bahwa sebanyak 68% pengguna *e-wallet* adalah kaum muda karena mereka memiliki tingkat produktivitas yang lebih tinggi dibandingkan dengan kelompok lainnya. Mahasiswa pada saat ini seringkali diasosiasikan dengan gaya hidup yang selalu terkini, sehingga dapat disimpulkan bahwa mereka merupakan kelompok konsumen yang aktif dalam aktivitas jual-beli di pasar. Kemajuan teknologi, terutama pada bidang *Fintech*, telah mendorong mahasiswa untuk beralih menggunakan produk tersebut dalam melakukan transaksi pembelian (Anjani, et al., 2022).

Dompet digital atau *e-wallet* adalah dompet yang terhubung dengan server dalam bentuk aplikasi *smartphone* yang memungkinkan untuk menyimpan sejumlah uang untuk dapat digunakan kapan dan dimana saja selama layanan pembayaran tersedia dengan baik (Bagla & Sancheti, 2018). Dompet digital memudahkan transaksi karena dengan hal tersebut user tidak perlu membawa uang tunai dengan jumlah banyak, hanya dengan memiliki deposit di dompet digital yang terpasang dalam ponsel dengan jaringan internet, pembayaran dapat dilakukan secara mudah atau

dikenal dengan istilah *cashless transaction*. Secara garis besar terdapat dua jenis model pembayaran dengan dompet digital, yaitu dengan kode OTP dan dengan *QR code*. Kode OTP atau *One Time Password* dalam dompet digital ialah kode yang dikirimkan oleh provider dompet digital kepada seseorang yang hendak melakukan pembayaran, provider mengirimkan kode verifikasi ke nomor telepon pengguna untuk memastikan bahwa pengguna benar benar ingin menggunakan uang dalam dompet digitalnya untuk melakukan pembayaran. Cara ini dilakukan untuk meminimalisir pencurian uang di dompet digital oleh pihak ketiga karena kode yang dikirimkan bersifat rahasia dan hanya diketahui oleh orang yang nomer teleponnya terhubung dalam dompet digital. Berbeda dengan OTP yang mengirimkan kode verifikasi, pembayaran dengan *QR code* terasa lebih mudah. Untuk memastikan pengguna benar benar ingin melakukan pembayaran dengan dompet digital, pengguna hanya perlu untuk melakukan *scan barcode* yang tertera pada *merchant* belanja lalu *provider* akan memverifikasi dengan memita pin pengguna.

## **B. Karakteristik Responden**

Penelitian ini dilakukan terhadap 100 responden, karakteristik responden dalam penelitian ini adalah mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto yang mengetahui tentang aplikasi Dompet Digital dan tidak diketahui nominalnya. Pada penelitian ini metode pengambilan sampel dengan nonprobability sampling dengan teknik sampling incidental. Dalam teknik ini, sampel ditentukan secara kebetulan, yang berarti semua yang bertemu peneliti akan digunakan sebagai sampel apabila memenuhi ketentuan yang telah ditetapkan (Sugiyono, 2017). Adapun karakteristik responden dalam penelitian ini, antara lain yaitu:

### **1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin**

Responden dalam penelitian ini ialah mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto yang berjumlah 100 orang. Dari hasil kuesioner yang di isi 100 responden, dapat

ditemukan karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin, diantaranya:

**Tabel 4.1**  
**Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin**

No	Jenis Kelamin	Jumlah
1	Laki-laki	55
2	Perempuan	45
Total		100

*Sumber: Data Primer yang diolah, 2023*

Tabel 4.1 menghasilkan bahwa terdapat 55 responden yang berjenis kelamin laki-laki dengan presentase 55%, dan terdapat 45 responden berjenis kelamin perempuan dengan presentase 45%. Jadi dapat diambil kesimpulan bahwa pada penelitian ini jumlah responden didominasi oleh responden berjenis kelamin laki-laki sebanyak 55%.

## 2. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Karakteristik responden berdasarkan kategori usia dapat dipaparkan dalam tabel berikut ini.

**Tabel 4.2**  
**Karakteristik Responden Berdasarkan Usia**

No	Usia	Jumlah
1	18-21	14
2	22-24	86
Total		100

*Sumber: Data primer yang diolah, 2023*

Berdasarkan hasil pengisian kuesioner dari 100 responden, menghasilkan bahwa sebanyak 14 responden berusia antara 18-21 tahun dan sebanyak 86 responden berusia 22-24 tahun. Dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa responden berusia 22-24 tahun mendominasi dengan 86%.

### 3. Karakteristik Responden Berdasarkan Jurusan

Karakteristik responden berdasarkan kategori Jurusan dapat dipaparkan dalam tabel berikut ini.

**Tabel 4.3**

#### **Karakteristik Responden Berdasarkan Jurusan**

No	Jurusan	Jumlah
1	Ekonomi Syariah	38
2	Perbankan Syariah	42
3	Manajemen Zakat dan Wakaf	20
Jumlah		100

*Sumber: Data primer yang diolah, 2023*

Berdasarkan tabel 4.3 menunjukkan bahwa responden dengan jurusan ekonomi syariah sebanyak 38 responden. Responden dengan jurusan perbankan syariah sebanyak 42 responden. Dan responden dengan jurusan manajemen zakat dan wakaf sebanyak 20 responden. Dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa responden penelitian ini didominasi oleh responden dengan jurusan perbankan syariah yaitu sebanyak 42%.

### 4. Karakteristik Responden Berdasarkan Uang Saku / Pendapatan Perbulan

Karakteristik responden berdasarkan kategori Uang saku / pendapatan perbulan dapat dipaparkan dalam tabel berikut ini.

**Tabel 4.4**

#### **Karakteristik Responden Berdasarkan Uang Saku / Pendapatan Perbulan**

No	Uang Saku / Pendapatan Perbulan	Jumlah
1	< Rp.1.000.000	33
2	Rp.1.000.000 – 2.000.000	37
3	>Rp.2.000.000	30
Jumlah		100

*Sumber: Data Primer yang diolah, 2023*

Berdasarkan tabel 4.4, menunjukkan bahwa responden dengan Uang saku / pendapatan perbulan <Rp.1.000.000 sebanyak 33 responden.

Responden dengan Uang saku / pendapatan perbulan Rp.1.000.000 – Rp.2.000.000 sebanyak 37 responden. Dan responden dengan Uang saku / pendapatan perbulan >Rp.2.000.000 sebanyak 30 responden. Maka dapat disimpulkan bahwa responden dalam penelitian ini didominasi oleh responden dengan Uang saku / pendapatan perbulan Rp.1.000.000 – Rp.2.000.000 sebesar 37%.

5. Karakteristik Responden Berdasarkan Pengalaman Sudah Menggunakan Dompot Digital

Karakteristik responden berdasarkan kategori pengalaman menggunakan Dompot Digital dapat dipaparkan dalam tabel berikut ini.

**Tabel 4.5**  
**Karakteristik Responden Berdasarkan Pengalaman**  
**Sudah Menggunakan Dompot Digital**

No	Sudah Menggunakan Dompot Digital	Jumlah
1	Ya	98
2	Tidak	2
	Jumlah	100

*Sumber: Data primer yang diolah, 2023*

Dari tabel 4.5 menunjukkan bahwa sebanyak 98 responden sudah menggunakan Dompot Digital, sementara 2 responden tidak menggunakan. Dapat disimpulkan bahwa pada penelitian ini sebanyak 98 responden sudah menggunakan Dompot Digital.

6. Karakteristik Responden Berdasarkan Aplikasi Paling Sering Digunakan

Karakteristik responden berdasarkan kategori aplikasi yang paling sering digunakan dapat dipaparkan dalam tabel berikut ini.



**Tabel 4.6**  
**Karakteristik Responden Berdasarkan Aplikasi Paling Sering Digunakan**

No	Aplikasi Paling Sering Digunakan	Jumlah
1	Dana	64
2	Ovo	25
3	Go-pay	35
4	Shopeepay	67
5	Link Aja	4
6	Lainnya	4
Jumlah		100

*Sumber: Data primer yang diolah, 2023*

Dari tabel 4.6 menunjukkan bahwa responden yang menggunakan aplikasi Dana sebagai aplikasi yang paling sering digunakan sebanyak 64 responden. Responden yang menggunakan aplikasi Ovo sebagai aplikasi yang paling sering digunakan sebanyak 25 responden. Responden yang menggunakan aplikasi Go-pay sebagai aplikasi yang paling sering digunakan sebanyak 35 responden. Responden yang menggunakan aplikasi Shopeepay sebagai aplikasi yang paling sering digunakan sebanyak 67 responden. Responden yang menggunakan aplikasi Link Aja sebagai aplikasi yang paling sering digunakan sebanyak 4 responden, dan yang menggunakan aplikasi lainnya sebanyak 4 responden. Dari hasil tersebut dapat diambil kesimpulan bahwa aplikasi yang paling sering digunakan adalah aplikasi Shopeepay sebanyak 67%.

#### 7. Karakteristik Responden Berdasarkan Fitur Layanan Paling Sering Digunakan

Karakteristik responden berdasarkan kategori fitur layanan yang paling sering digunakan dapat dipaparkan dalam tabel berikut ini.

**Tabel 4.7**  
**Karakteristik Responden Berdasarkan Fitur Layanan Paling Sering Digunakan**

No	Fitur Layanan Paling Sering Digunakan	Jumlah	Presentase
1	Melakukan Transaksi Pembelian	77	28%
2	Pemindahan dana (dari Dompot Digital ke Bank atau sebaliknya)	56	21%
3	Pembelian pulsa dan paket data	55	20%
4	Pemindahan dana (sesama Dompot Digital)	48	18%
5	Pembayaran tagihan listrik, air, dan lain lain	30	11%
6	Lainnya	6	2%
Jumlah		272	100%

*Sumber: Data primer yang diolah*

Dari tabel 4.7 dihasilkan data bahwa 77 responden menggunakan fitur layanan yaitu Melakukan Transaksi Pembelian, sebanyak 48 responden menggunakan fitur layanan yaitu Pemindahan dana (sesama Dompot Digital), sebanyak 56 responden menggunakan fitur layanan yaitu Pemindahan dana (dari Dompot Digital ke Bank atau sebaliknya), sebanyak 55 responden menggunakan fitur layanan yaitu Pembelian pulsa dan paket data, sebanyak 30 responden menggunakan fitur layanan yaitu Pembayaran tagihan listrik, air, dan lain-lain, dan sisanya sebanyak 6 responden menggunakan fitur layanan yang lainnya. Dapat disimpulkan bahwa fitur layanan yaitu Melakukan Transaksi Pembelian merupakan fitur layanan yang paling sering digunakan oleh responden dengan 28%.

8. Karakteristik Responden Berdasarkan Waktu Penggunaan Dompot Digital

Karakteristik responden berdasarkan kategori seberapa sering menggunakan Dompot Digital dapat dipaparkan dalam tabel berikut ini.

**Tabel 4.8**  
**Karakteristik Responden Berdasarkan Waktu Penggunaan**  
**Dompot Digital**

No	Waktu Penggunaan Dompot Digital	Jumlah
1	Setiap Hari	17
2	Beberapa hari	25
3	Setiap Minggu	17
4	Beberapa Minggu	26
5	Setiap Bulan	14
6	Lainnya	1
Jumlah		100

*Sumber: Data primer yang diolah*

Dari tabel 4.8 dapat diketahui bahwa sebanyak 17 responden menggunakan Dompot Digital setiap hari, sebanyak 25 responden menggunakan Dompot Digital beberapa hari, sebanyak 17 responden menggunakan Dompot Digital setiap minggu, sebanyak 26 responden menggunakan Dompot Digital beberapa minggu, sebanyak 14 responden menggunakan Dompot Digital setiap bulan, dan 1 responden mengatakan lainnya. Dapat diambil kesimpulan bahwa waktu penggunaan Dompot Digital oleh responden yaitu setiap minggu dengan 26%.

9. Karakteristik Responden Berdasarkan Rata-rata Nominal Transaksi

Karakteristik responden berdasarkan kategori rata rata nominal yang digunakan ketika bertransaksi dengan Dompot Digital dapat dipaparkan dalam tabel berikut ini.

**Tabel 4.9**  
**Karakteristik Responden Berdasarkan Rata-rata Nominal Transaksi**

No	Rata Nominal Transaksi	Jumlah
1	< Rp. 50.000	9
2	Rp. 50.000 – Rp. 100.000	52

No	Rata Nominal Transaksi	Jumlah
3	> Rp. 100.000 – Rp. 200.000	24
4	>Rp. 200.000	15
Jumlah		100

Sumber: Data primer yang diolah

Dari tabel 4.9 dihasilkan data bahwa nominal transaksi <Rp. 50.000 dilakukan oleh 9 responden, nominal transaksi Rp. 50.000 – Rp. 100.000 dilakukan oleh 52 responden, nominal transaksi Rp. 100.000 – Rp. 200.000 dilakukan oleh 24 responden, dan nominal transaksi >Rp. 200.000 dilakukan oleh 15 responden. Dapat disimpulkan bahwa rata rata nominal transaksi pada penelitian ini sebesar Rp. 50.000 – Rp. 100.000 yakni dengan 52%.

### C. Hasil Analisis

#### 1. Uji Instrumen Penelitian

##### a. Uji Validitas

Uji validitas bertujuan untuk menguji keabsahan instrumen dalam hal ini kuesioner yang digunakan dalam penelitian. Pengujian ini bertujuan untuk memastikan apakah pertanyaan dalam kuesioner dapat mengungkapkan apa yang diukur dan sesuai dengan kondisi lapangan. Validitas data diukur dengan membandingkan  $r_{hitung}$  dengan  $r_{tabel}$  (*r pearson product moment*) dengan drajat kebebasan data sebesar ( $df = n-2$ ) pada tingkat kepercayaan 95% atau  $\alpha = 0,05$ . Dengan kriteria penguji apabila  $r_{hitung} > r_{tabel}$  dengan  $\alpha = 0,05$  maka alat ukur tersebut dinyatakan valid, dan sebaliknya apabila  $r_{hitung} < r_{tabel}$  maka alat ukur tersebut dinyatakan tidak valid. Untuk uji validitas, peneliti menggunakan 30 responden. Jadi  $30-2 = 28$  maka nilai signifikansinya adalah 0,361, dan berikut hasil perhitungan uji validitas yang menggunakan bantuan SPSS.

**Tabel 4.10**  
**Hasil Uji Validitas**

Variabel	No. Item	Nilai $r_{hitung}$	Nilai $r_{tabel}$	Keterangan
Kemudahan (X1)	1	0,497	0,361	Valid
	2	0,616	0,361	Valid
	3	0,443	0,361	Valid
	4	0,569	0,361	Valid
	5	0,668	0,361	Valid
	6	0,659	0,361	Valid
	7	0,742	0,361	Valid
	8	0,757	0,361	Valid
Kepercayaan (X2)	1	0,875	0,361	Valid
	2	0,828	0,361	Valid
	3	0,767	0,361	Valid
	4	0,855	0,361	Valid
	5	0,744	0,361	Valid
Fitur Layanan (X3)	1	0,788	0,361	Valid
	2	0,899	0,361	Valid
	3	0,864	0,361	Valid
Keputusan Menggunakan (Y)	1	0,750	0,361	Valid
	2	0,666	0,361	Valid
	3	0,762	0,361	Valid
	4	0,567	0,361	Valid
	5	0,458	0,361	Valid

Sumber: Hasil Olahan Data SPSS

Berdasarkan tabel 4.10, terlihat hasil perhitungan uji validitas setiap item pertanyaan menunjukkan nilai  $r_{hitung}$  yang lebih besar daripada  $r_{tabel}$ . Ini berarti variabel Kemudahan (X1), Kepercayaan (X2), Fitur Layanan (X3), dan Keputusan Menggunakan (Y) dikatakan

Valid. Oleh karena itu, kuesioner yang digunakan pada penelitian ini dapat diandalkan dan layak digunakan.

b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas bertujuan untuk melihat seberapa konsisten dan dapat diandalkan alat ukur dalam memberikan hasil yang sama meskipun dilakukan pengukuran ulang. Teknik yang digunakan untuk mengukur tersebut dengan *Cronbach's Alpha*. Suatu instrumen dikatakan reliabel apabila nilai alpha melebihi 0,60 (Duli, 2019)

**Tabel 4.11**  
**Hasil Uji Reliabilitas**

Variabel	Nilai Hitung Cronbach Alpha	Keterangan
Kemudahan (X1)	0,778	Reliabel
Kepercayaan (X2)	0,920	Reliabel
Fitur Layanan(X3)	0,912	Reliabel
Keputusan Menggunakan (Y)	0,810	Reliabel

*Sumber: Hasil Olahan Data SPSS*

Dalam tabel 4.11 dapat dilihat secara keseluruhan item dalam Kemudahan (X1), Kepercayaan (X2), Fitur layanan (X3), dan Keputusan menggunakan (Y) dinyatakan reliabel. Hal ini terbukti dari nilai *cronbach's alpha* yang tiap variabel nya lebih besar dari 0,60. Dengan demikian, dapat disimpulkan setiap aspek penelitian dapat diandalkan serta dilanjutkan ke pengujian berikutnya.

2. Metode Succesive Interval (MSI)

Metode ini digunakan untuk mentransformasikan data ordinal menjadi data interval (Ningsih & Dukalang, 2019). Penelitian ini menggunakan data ordinal, sehingga diperlukan perubahan data menjadi interval. Hal tersebut bertujuan agar data terdistribusi normal atau menjadi homogen yang kemudian dapat dilanjutkan ke dalam uji asumsi klasik dan regresi linier berganda setelah dilakukan perubahan data

### 3. Uji Asumsi Klasik

#### a. Uji Normalitas

Pengujian ini bertujuan melihat apakah nilai residual terdistribusi normal atau tidak. Sebuah model regresi yang baik harus memiliki nilai residual yang terdistribusi normal. Uji kolmogorovsmirnov digunakan untuk menguji normalitas dalam penelitian ini. Keputusan uji ini didasarkan pada nilai signifikansi yang diperoleh. Apabila nilai Exact Sig. (2-tailed) lebih besar dari  $\alpha = 0,05$ , maka nilai residual dikatakan terdistribusi normal dan sebaliknya jika nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05, maka nilai residual tidak terdistribusi normal (Sihabudin et al., 2021).

**Tabel 4.12**  
**Uji Normalitas**  
**One-Simple Kolmogorov-Smirnov Test**

		Unstandardized Residual	
N		100	
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	,0000000	
	Std. Deviation	2,64577557	
Most Extreme Differences	Absolute	,075	
	Positive	,048	
	Negative	-,075	
Test Statistic		,075	
Asymp. Sig. (2 – tailed) <sup>c</sup>		,184	
Monte Carlo Sig. (2 – tailed) <sup>d</sup>	Sig.		,179
	99% Confidence Interval	Lower Bound	,169
		Upper Bound	,189

a. Test Distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction

d. Lilliefors' method based on 10000 Monte Carlo samples with starting seed 624387341.

Sumber: Hasil Olahan Data SPSS

Dari tabel 4.12, dapat disimpulkan bahwa hasil uji normalitas menunjukkan nilai signifikansi sebesar 0,185 lebih tinggi dari 0,05, menunjukkan bahwa data tersebut memiliki nilai residual terdistribusi normal. Oleh karena itu, asumsi atau persyaratan normalitas dalam model telah terpenuhi.

b. Uji Multikolinieritas

Pengujian ini dipergunakan guna melihat apakah antara variabel *independen* terdapat korelasi yang signifikan atau tidak. Kriteria pengujian nya yakni jika nilai *tolerance* > 0,1 dan nilai dari VIF < 10, jika hasilnya demikian maka disimpulkan tidak terdapat multikolinieritas, begitu pun sebaliknya jika nilai *tolerance* < 0,1 dan VIF > 10, maka dalam model regresi penelitiannya telah terjadi masalah multikolinieritas (Sihabudin et al, 2021)

**Tabel 4.13**  
**Hasil Uji Multikolinieritas**  
**Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistic		
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF	
1	(Constant)	3,802	2,662		1,428	0,156		
	Kemudahan	0,120	0,116	0,138	1,031	0,305	0,424	1,357
	Kepercayaan	0,480	0,147	0,422	3,265	0,002	0,451	2,216
	Fitur Layanan	-0,009	0,203	-0,006	-0,046	0,963	0,451	1,925

a. Dependent Variabel : Keputusan Menggunakan

Sumber : Hasil Olahan Data SPSS



Berdasarkan tabel 4.13 dapat dilihat bahwa nilai *tolerance* untuk setiap variabel *independen*  $> 0,10$ , yaitu variabel kemudahan (X1) sebesar 0,424, variabel kepercayaan (X2) sebesar 0,451, dan variabel fitur layanan (X3) sebesar 0,451. Dengan nilai VIF untuk setiap variabel *independen*  $< 10$ , yaitu variabel kemudahan (X1) sebesar 1,357, variabel kepercayaan (X2) sebesar 2,216, dan variabel fitur layanan (X3) sebesar 1,925. Dengan begitu, berdasarkan nilai *tolerance* dan VIF dari setiap variabel independen, maka dapat disimpulkan tidak terjadi multikolinieritas pada model regresi linier berganda. Sehingga, antara variabel independen tidak terdapat korelasi yang kuat dan dapat dipergunakan sebagai penelitian.

c. Uji Heteroskedastisitas

Pengujian ini dipergunakan guna melihat apakah antara varian dan residul satu pengamatan ke pengamatan lainnya terdapat ketidaksamaan atau tidak. Jika terjadi heteroskedastisitas maka model regresi nya terpenuhi, yang dimana varian dan residul pengamatan satu ke pengamatan lain terdapat kesamaan. Dalam penelitian ini digunakan pengujian dengan metode Glejser yang meregresikan seluruh variabel independen dengan nilai mutlak residual. Jika nilai signifikansi nya  $> \alpha = 0,05$  maka tidak mengalami heteroskedastisitas, begitu pun sebaliknya (Sihabudin et al, 2021).

**Tabel 4.14**  
**Hasil Uji Heteroskedastisitas**  
**Coefficients<sup>a</sup>**

	Model	Unstandardized		Standardized	T	Sig.
		Coefficients		Coefficients		
		B	Std.Error	Beta		
1	<i>(Constant)</i>	- 0,998	1,447		- 0,689	0,492
	<i>Kemudahan</i>	0,066	0,063	0,160	1,052	0,296

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
<i>Kepercayaan</i>	0,059	0,080	0,109	0,737	0,463
<i>Fitur Layanan</i>	- 0,027	0,110	- 0,033	- 0,242	0,810

a. Dependent Variabel : RES2

Sumber : Hasil Olahan Data SPSS

Dari tabel , dapat diambil kesimpulan signifikansi setiap variabel > 0,05, dibuktikan nilai sig. variabel kemudahan (X1) sebesar 0,296, variabel kepercayaan (X2) sebesar 0,463, dan variabel fitur layanan (X3) sebesar 0,810. Dengan demikian, diambil kesimpulan dalam model regresi yang dipergunakan tidak ada masalah heteroskedastisitas.

#### 4. Analisis Regresi Linier Berganda

Pada analisis linier berganda dalam penelitian ini, digunakan untuk memeriksa dan memodelkan hubungan antar variabel. Analisis ini bertujuan untuk melihat seberapa besar pengaruh variabel *independen* (kemudahan, kepercayaan, dan fitur layanan) terhadap variabel *dependen* (keputusan menggunakan) dengan menggunakan rumus berikut ini (Sihabudin et al, 2021).

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

Keterangan :

Y = Keputusan Menggunakan

a = Nilai Konstanta

b = Koefisien regresi

X<sub>1</sub> = Kemudahan

X<sub>2</sub> = Kepercayaan

X<sub>3</sub> = Fitur Layanan

e = error

**Tabel 4.15**  
**Hasil Uji Regresi Linier Berganda**  
**Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized B	Coefficients Std. Error	Standardized Coefficient Beta	t	Sig.
1	(Constant)	4,194		5,812	<,001
	Kemudahan	,166	,205	2,867	,005
	Kepercayaan	,372	,650	9,357	<,001
	Fitur Layanan	,121	,122	1,996	,049

a. Dependent Variable: Y.1

Sumber: Hasil Olahan Data SPSS

Dari Tabel 4.15, terlihat adanya persamaan regresi linier berganda antara variabel kemudahan (X1), kepercayaan (X2), dan fitur layanan (X3) dalam keputusan menggunakan (Y) aplikasi dompet digital, yaitu

$Y = 4,194 + 0,166X_1 + 0,372X_2 + 0,121X_3 + e$  penjelasan dari persamaan regresi linier berganda tersebut adalah sebagai berikut:

- a. Persamaan regresi  $Y = 4,194 + 0,166X_1 + 0,372X_2 + 0,121X_3 + e$  menunjukkan bahwa nilai bilangan konstanta positif, maka jika variabel kemudahan (X1), kepercayaan (X2), dan fitur layanan (X3) sama-sama nol, maka keputusan menggunakan (Y) sebesar 4,194.
- b.  $b_1 = 0,166$  artinya nilai koefisien dari variabel kemudahan (X1) memiliki nilai positif terhadap keputusan menggunakan (Y), artinya variabel kemudahan memiliki pengaruh positif terhadap keputusan pembelian. Dengan kata lain, jika kemudahan (X1) meningkat satu satuan, maka keputusan menggunakan (Y) akan meningkat sebesar 0,166, dengan asumsi variabel lainnya tetap konstan.
- c.  $b_2 = 0,372$  artinya nilai koefisien dari variabel kepercayaan (X2) memiliki nilai positif terhadap keputusan menggunakan (Y), artinya variabel kepercayaan memiliki pengaruh positif terhadap keputusan pembelian. Dengan kata lain, jika kepercayaan (X2) meningkat satu

satuan, maka keputusan menggunakan (Y) akan meningkat sebesar 0,372, dengan asumsi variabel lainnya tetap konstan.

- d.  $b_3 = 0,121$  artinya nilai koefisien dari variabel fitur layanan (X3) memiliki nilai positif terhadap keputusan menggunakan (Y), artinya variabel fitur layanan memiliki pengaruh positif terhadap keputusan pembelian. Dengan kata lain, jika fitur layanan (X3) meningkat satu satuan, maka keputusan menggunakan (Y) akan meningkat sebesar 0,121, dengan asumsi variabel lainnya tetap konstan.

## 5. Uji Hipotesis

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

Penelitian ini menggunakan pengujian signifikansi parsial (uji t) untuk menentukan hubungan signifikan antara variabel *independen* (X) dan variabel *dependen* (Y). Keputusan diambil berdasarkan kriteria berikut: jika nilai sig < 0,05, atau  $t_{hitung} > t_{tabel}$  maka variabel *independen* berpengaruh signifikan terhadap variabel *dependen*, sehingga H1 diterima. Namun, jika nilai sig > 0,05, atau  $t_{hitung} < t_{tabel}$ , maka tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel *independen* terhadap variabel *dependen*, sehingga H1 ditolak (Sihabudin et al., 2021).

**Tabel 4.16**

### Hasil Uji Signifikansi Parsial (Uji t)

#### Coefficients<sup>a</sup>

Model	Unstandardized B	Coefficients Std. Error	Standardized Coefficient Beta	t	Sig.
1	(Constant)	4,194		5,812	<,001
	Kemudahan	,166	,205	2,867	,005
	Kepercayaan	,372	,650	9,357	<,001
	Fitur Layanan	,121	,122	1,996	,049

a. Dependent Variable: Y.1

Sumber: Hasil Olahan Data SPSS

Dari Tabel 4.16, terlihat nilai Sig. variabel kemudahan (X1) terhadap keputusan menggunakan (Y) adalah 0,005 yang kurang dari 0,05. Oleh karena itu:

H<sub>1</sub> diterima dan dapat disimpulkan bahwa secara parsial kemudahan (X1) memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan menggunakan (Y).

Pada tabel 4.16 dapat diketahui juga bahwa nilai Sig. variabel kepercayaan (X2) terhadap keputusan menggunakan (Y) adalah <0,001 yang kurang dari 0,05. Dengan demikian:

H<sub>2</sub> diterima dan dapat disimpulkan bahwa secara parsial kepercayaan (X2) memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan menggunakan (Y).

Pada tabel 4.16 dapat diketahui juga bahwa nilai Sig. variabel fitur layanan (X3) terhadap keputusan menggunakan (Y) adalah 0,049 yang kurang dari 0,05. Dengan demikian:

H<sub>3</sub> diterima dan dapat disimpulkan bahwa secara parsial fitur layanan (X3) memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan menggunakan (Y).

b. Uji Signifikansi Simultan (F. Statistik)

Uji ini digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel *independen* secara bersama-sama (simultan) terhadap variabel *dependen*. Pengujian ini dilakukan dengan membandingkan  $f_{hitung}$  dengan  $f_{tabel}$ . Kriteria penilaian uji F yaitu jika nilai sig < 0,05 atau  $f_{hitung} > f_{tabel}$ , maka mengindikasikan adanya pengaruh variabel *independen* secara simultan terhadap variabel *dependen*. Sebaliknya, jika nilai sig > 0,05 atau  $f_{hitung} < f_{tabel}$  maka tidak ada pengaruh variabel *independen* secara simultan terhadap variabel *dependen* (Sihabudin et al., 2021).

**Tabel 4.17**  
**Hasil Uji Signifikansi Simultan (Uji F)**  
**ANOVA<sup>a</sup>**

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	317,956	3	105,985	126,893	<,0001 <sup>b</sup>
	Residual	80,182	96	,835		
	Total	398,138	99			

- a. Dependent Variable : Keputusan Menggunakan  
 b. Predictors : (Constant), Kemudahan, Kepercayaan, Fitur Layanan

*Sumber: Hasil Olahan Data SPSS*

Dari tabel 4.17 menyebutkan bahwa nilai sig. <0,0001<sup>b</sup> < 0,05.

Dapat disimpulkan bahwa:

H<sub>4</sub> diterima, dalam artian variabel kemudahan (X1), kepercayaan (X2), dan fitur layanan (X3) memiliki pengaruh terhadap keputusan menggunakan (Y) secara simultan.

- c. Uji Koefisien Determinan (R<sup>2</sup>)

Uji tersebut bertujuan untuk melihat seberapa jauh kontribusi variabel bebas dalam model regresi mampu menginterpretasikan variasi suatu variabel *dependen*. Nilai koefisien determinan berkisar dari 0 hingga satu ( $0 < R^2 < 1$ ). Apabila nilai R<sup>2</sup> lebih rendah bahkan mendekati 0 berarti kemampuan variabel *independen* dalam menginterpretasikan variabel *dependen* sangat terbatas. Namun, jika nilai R<sup>2</sup> mendekati 1 dan menjauhi 0 artinya *independen* memiliki kemampuan memberikan semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel *dependen* (Sihabudin et al., 2021).

**Tabel 4.18**  
**Hasil Uji Koefisien Determinan ( $R^2$ )**  
**Model Summary**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	0,894 <sup>a</sup>	0,799	0,792	0,914

a. Predictors: (Constant), Kemudahan, Kepercayaan, Fitur Layanan

*Sumber: Hasil Olahan Data SPSS*

Dari tabel 4.18 dapat dilihat bahwa nilai Adjusted R Square sebesar 0,792. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa kemudahan (X1), kepercayaan (X2), dan fitur layanan (X3) mempengaruhi keputusan menggunakan (Y) sebesar 79,2%.

#### **D. Pembahasan Hasil Penelitian**

##### **1. Pengaruh Kemudahan Terhadap Keputusan Menggunakan Aplikasi Dompot Digital**

Dari hasil pengujian hipotesis 1,  $H_1$  diterima artinya bahwa variabel kemudahan terdapat pengaruh positif terhadap keputusan menggunakan secara signifikan. Temuan ini sejalan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Ardana & Setyawan (2023), Safitri (2021), dan Sari, et al (2023) yang mengungkapkan bahwa kemudahan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan menggunakan.

Berdasarkan pertanyaan terbuka yang diberikan dalam kuesioner mengenai kemudahan, didapati berbagai macam jawaban. Diantaranya meliputi kemudahan bertransaksi, fleksibel, praktis, bisa melakukan berbagai transaksi, dapat dilakukan kapan dan dimana saja, dan lain-lain. Pengguna merasakan berbagai kemudahan ketika menggunakan aplikasi dompet digital, diantaranya yaitu ketika pengguna ingin melakukan transaksi seperti ingin membeli makanan, memindah kan dana yang ada di dompet digital ke bank, ataupun yang lainnya, pengguna bisa melakukan

transaksi tersebut hanya dari rumah saja dan tidak perlu keluar rumah untuk membeli makanan, atau mengantri di bank untuk memindahkan dananya. Hal ini menunjukkan bahwa pengguna dompet digital sudah merasakan kemudahan dalam menggunakan aplikasi dompet digital ini. Oleh karena itu, dapat diketahui bahwa mudahnya menggunakan aplikasi dompet digital ini yang mendorong konsumen untuk menggunakan aplikasi dompet digital ini.

## 2. Pengaruh Kepercayaan Terhadap Keputusan Menggunakan Aplikasi Dompet Digital

Dari hasil pengujian hipotesis 2,  $H_2$  diterima artinya bahwa variabel kepercayaan terdapat pengaruh positif terhadap keputusan menggunakan secara signifikan. Temuan ini sejalan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Etika & Murani (2022), Mubyl, et al. (2021), dan Fajrina (2021) yang mengungkapkan bahwa kepercayaan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan menggunakan.

Berdasarkan pertanyaan terbuka yang diberikan dalam kuesioner mengenai kepercayaan, didapati berbagai macam jawaban. Diantaranya meliputi aplikasi dompet digital memiliki rating dan ulasan yang baik, karena sudah banyak yang menggunakan dompet digital, keamanan uang, adanya riwayat transaksi yang jelas, adanya transparansi mengenai kebijakan privasi, biaya dan proses transaksi yang dapat membangun kepercayaan. Sebelum pengguna memutuskan untuk menggunakan aplikasi dompet digital, pengguna melihat dan mengamati rating dan ulasan dari aplikasi tersebut di Play Store terlebih dahulu. Dikarenakan aplikasi dompet digital tersebut sudah banyak yang menggunakan dan memberikan ulasan yang baik, serta memiliki rating yang tinggi, para pengguna akhirnya percaya pada aplikasi dompet digital tersebut dan mulai menggunakan aplikasi dompet digital tersebut. Setelah pengguna mulai menggunakan aplikasi dompet digital, pengguna merasa lebih percaya terhadap aplikasi dompet digital dikarenakan aplikasi dompet digital secara jelas dan transparan terhadap semua transaksi dan dapat



melihat riwayat transaksi yang sudah dilakukan. Hal ini menunjukkan bahwa tingkat kepercayaan seseorang sangat berpengaruh terhadap keputusan seseorang untuk menggunakan aplikasi dompet digital.

### 3. Pengaruh Fitur Layanan Terhadap Keputusan Menggunakan Aplikasi Dompet Digital

Dari hasil pengujian hipotesis 3,  $H_3$  diterima artinya bahwa variabel fitur layanan terdapat pengaruh positif terhadap keputusan menggunakan secara signifikan. Temuan ini sejalan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Widianingrum (2021), Abrilia & Sudarwanto (2020), dan Aprilia & Susanti (2022) yang mengungkapkan bahwa fitur layanan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan menggunakan.

Berdasarkan pertanyaan terbuka yang diberikan dalam kuesioner mengenai fitur layanan, didapati berbagai macam jawaban. Diantaranya meliputi adanya bebas biaya admin, fitur pemindahan dana dari aplikasi dompet digital ke bank, bisa melakukan berbagai transaksi, proses transaksi yang tergolong cepat, dan lain-lain. Dengan adanya berbagai macam fitur yang disediakan aplikasi dompet digital, pengguna merasa lebih mudah dan cepat untuk melakukan berbagai transaksi melalui dompet digital. Ketika para pengguna ingin memindahkan saldo/dana yang ada di dompet digital ke akun bank miliknya, para pengguna bisa melakukannya dari mana saja dengan adanya fitur pemindahan dana dari dompet digital ke bank yang ada di dompet digital. Dengan adanya fitur ini, pengguna tidak perlu lagi untuk datang ke bank lagi untuk memindahkan uang miliknya. Dan juga ketika pengguna ingin membeli makanan atau pun barang di sebuah toko, ketika melakukan pembayaran, pengguna bisa membayar makanan atau barang yang di inginkan hanya dengan *scan barcode Qris* yang telah tersedia. Jadi dengan adanya fitur *scan barcode Qris* pengguna tidak perlu lagi membawa uang *cash* lagi untuk melakukan pembayaran. Hal ini membuktikan bahwa fitur-fitur yang ditawarkan aplikasi dompet digital ini mendorong konsumen untuk menggunakannya.

#### 4. Pengaruh Kemudahan, Kepercayaan, dan Fitur Layanan terhadap Keputusan Menggunakan Aplikasi Dompot Digital

Dari hasil pengujian hipotesis 4, H<sub>4</sub> diterima artinya bahwa variabel kemudahan, kepercayaan, dan fitur layanan secara bersama-sama memiliki pengaruh positif terhadap keputusan menggunakan secara signifikan. Temuan ini sejalan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Astuti & Nugroho (2021) dan Nurvitarsi & Dwijayanti (2021) yang mengungkapkan bahwa kemudahan, kepercayaan, dan fitur layanan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan menggunakan.

Berdasarkan pertanyaan terbuka yang diberikan dalam kuesioner mengenai faktor yang mendorong untuk menggunakan aplikasi dompet digital didapati berbagai macam jawaban. Diantaranya meliputi karena mudah untuk digunakan kapan dan dimana saja, lebih simple dan praktis, tidak perlu lagi untuk membawa uang cash, merasa nyaman dan aman ketika melakukan transaksi, dan lain-lain. Mayoritas responden menjawab bahwa faktor mudah digunakan kapan dan dimana saja, serta praktis dalam mendorong keputusan untuk menggunakan aplikasi dompet digital ini. Dimana mereka memutuskan untuk menggunakan aplikasi dompet digital ini karena mereka merasa mudah untuk digunakan kapan dan dimana saja, serta sebagai alternatif alat pembayaran dimana sudah tidak perlu membawa uang *cash* lagi. Kedua keuntungan tersebut yang menjadi faktor pendorong konsumen untuk memutuskan menggunakan aplikasi dompet digital.

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

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

1. Nilai Sig. variabel Kemudahan adalah 0,005 yang kurang dari 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa Kemudahan berpengaruh positif terhadap keputusan mahasiswa FEBI UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto untuk menggunakan aplikasi dompet digital
2. Nilai Sig. variabel Kepercayaan adalah 0,001 yang kurang dari 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa Kepercayaan berpengaruh positif terhadap keputusan mahasiswa FEBI UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto untuk menggunakan aplikasi dompet digital
3. Nilai Sig. variabel Fitur Layanan adalah 0,049 yang kurang dari 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa Fitur layanan berpengaruh positif terhadap keputusan mahasiswa FEBI UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto untuk menggunakan aplikasi dompet digital
4. Nilai Sig. dari Kemudahan, kepercayaan, dan fitur layanan adalah 0,0001 yang kurang dari 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa Kemudahan, Kepercayaan, dan Fitur layanan secara simultan berpengaruh positif terhadap keputusan mahasiswa FEBI UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto untuk menggunakan dompet digital.

#### **B. Saran**

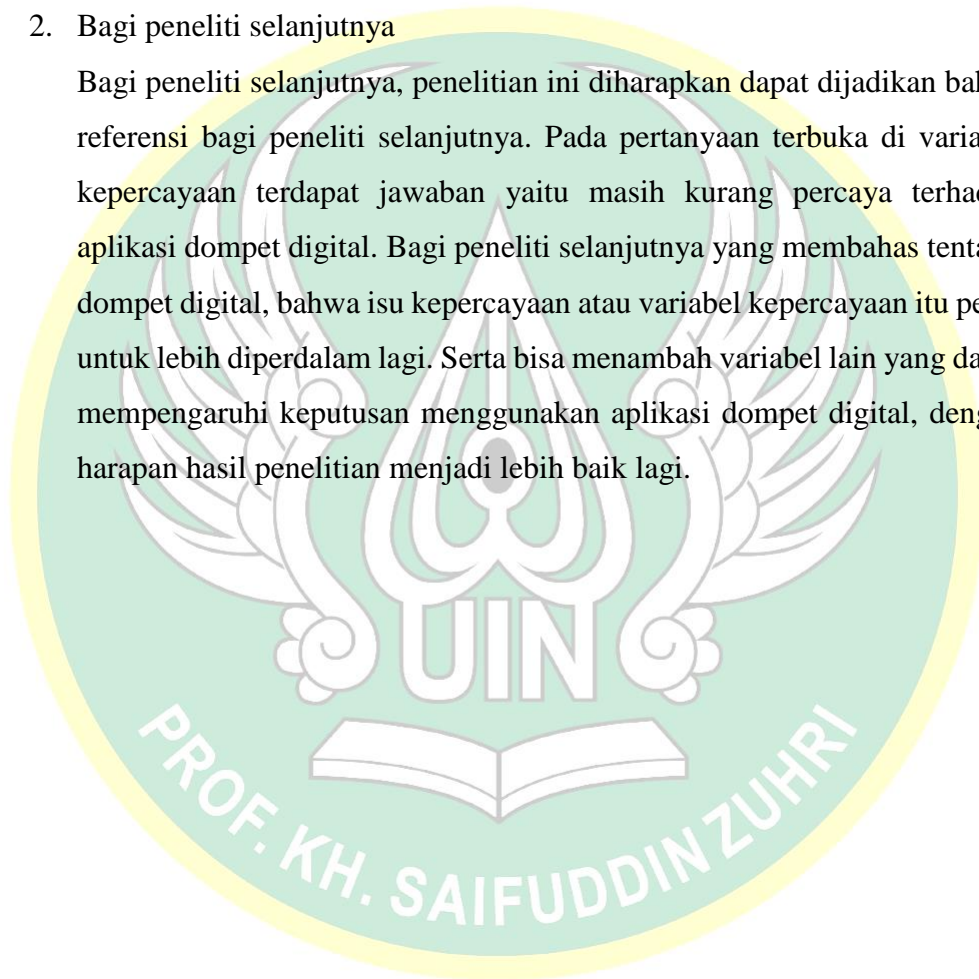
Berdasarkan hasil penelitian. Pembahasan, dan kesimpulan pada bab sebelumnya, maka dapat dikemukakan beberapa saran kepada pihak-pihak yang terkait dengan penelitian ini dengan harapan agar bisa bermanfaat dan bisa dijadikan acuan dalam hal perbaikan. Adapun saran-saran tersebut diantaranya:

1. Bagi aplikasi dompet digital

Bagi aplikasi dompet digital perlu untuk mempertahankan kemudahan, kepercayaan, dan fitur layanan karena bersama-sama mempunyai pengaruh terhadap keputusan menggunakan. Serta bisa menjaga tingkat kepercayaan penggunanya agar lebih banyak pengguna yang mau memutuskan untuk menggunakan aplikasi dompet digital ini.

2. Bagi peneliti selanjutnya

Bagi peneliti selanjutnya, penelitian ini diharapkan dapat dijadikan bahan referensi bagi peneliti selanjutnya. Pada pertanyaan terbuka di variabel kepercayaan terdapat jawaban yaitu masih kurang percaya terhadap aplikasi dompet digital. Bagi peneliti selanjutnya yang membahas tentang dompet digital, bahwa isu kepercayaan atau variabel kepercayaan itu perlu untuk lebih diperdalam lagi. Serta bisa menambah variabel lain yang dapat mempengaruhi keputusan menggunakan aplikasi dompet digital, dengan harapan hasil penelitian menjadi lebih baik lagi.



## DAFTAR PUSTAKA

- Abrilia, N. D. & Sudarwanto, T., 2020, " Pengaruh Persepsi Kemudahan dan Fitur Layanan Terhadap Minat Menggunakan E-Wallet Pada Aplikasi Dana Surabaya.", dalam *Jurnal Pendidikan Pendidikan Tata Niaga*, Vol.8, No.3
- Adisty, N., "*Pengguna Dompot Digital di Indonesia Kian Tinggi, Mana yang Paling Banyak Digemari?.*", diakses 6 Mei 2023 dari <https://goodstats.id/article/penggunaan-dompot-digital-di-indonesia-kian-tinggi-dompot-digital-apa-paling-banyak-digunakan-0C7Nx>, 2022, diakses pukul 18.37
- Akbar, N. F., 2020, "Analisis Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pengguna Aplikasi Komunikasi SNAAPP Pada SD Ignatius Slamet Riyadi Karawang." dalam *Jurnal Manajemen*, Vol. 3, No. 2
- Aksami , N. M. D. & Jember, I. M., 2019. "ANALISIS MINAT PENGGUNAAN LAYANAN E-MONEY PADA MASYARAKAT KOTA DENPASAR.", dalam *Jurnal Ekonomi Pembangunan*, Vol.8, No.9.
- Ali, S. I., 2016. "Pengaruh Persepsi Kegunaan dan Persepsi Kemudahan terhadap Niat Pembelian Ulang dengan Sikap sebagai Vairabel Meduiasi.", *Jurnal Ekonomi*, Vol. 5, No. 2.
- Altara, K. P. & Triyanto, E., 2023. Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Penggunaan E-Wallet. *Jurnal Cakrawala Ilmiah*, Vol. 2(No. 8), pp. 3205-3220.
- Anjani, D., Awali, H. & Misidawati, D. N., 2022. Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Generasi Z Dalam Menggunakan Sistem Pembayaran E-wallet. *Jurnal Sahmiyya*, Vol. 1 (No. 1), pp. 124-134.
- Antika, B. W. & Andjarwati, A. L., 2016. "Pengaruh Kemudahan dan Emotional Factor Terhadap Word Of Mouth Dengan Kepuasan Sebagai Variabel Intervening.", *Jurnal Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Surabaya*, Vol. 4, No. 3.
- Aprilia, R. W. & Susanti, D. N., 2022. "Pengaruh Kemudahan, Fitur Layanan, dan Promosi Terhadap Keputusan Penggunaan E-wallet Dana di Kabupaten Kebumen.", dalam *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, Vol. 4, No. 3.
- Ardana, H. T. & Setyawan, D., 2023. "Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Dan Brand Image Terhadap Keputusan Penggunaan E-Wallet

Dana Dompot Digital Oleh Generasi Y Dan Generasi Z.", dalam *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, Vol. 2, No. 1.

Ardianto, K. & Azizah, N., 2021. "Analisis Minat Penggunaan Dompot Digital Dengan Pendekatan Acceptance Model (TAM) Pada Pengguna di Kota Surabaya.", *Jurnal Pengembangan Wiraswasta*, Vol. 23, No. 01.

Astuti, I. S. & Nugroho, E. S., 2021. "Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi minat masyarakat dalam menggunakan aplikasi dompet digital go-pay.", dalam *Jurnal Manajemen*, Vol. 13, No. 1.

Aziz, F. A. & Utami, H. T., 2020. "UMKM di era baru kewirausahaan."

Badarudin, R., 2021. "Pengaruh Fitur Layanan Dan Kemudahan Terhadap Minat Menggunakan Mobile Banking.", *Journal Margin*, Vol. 1, No. 1.

Bagla, R.K. & Sancheti, V. 2018, "Gaps in customer satisfaction with digital wallets: challenge for sustainability. *Journal of Management Development*, 37(6), 442–451. <https://doi.org/10.1108/JMD-04-2017-0144>.

Chandra, D. H. W., Mulyono, J., Mulyana, J. & Sudaryanto, Y., 2021. "Analisis Faktor Penggunaan Dompot Digital Studi Kasus Di Kota Surabaya." dalam *Seminar Nasional Teknik Dan Manajemen Industri dan Call for Paper*, Vol. 1, No. 1.

Duli, N., 2019. *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Yogyakarta: Deepublish Publisher

Ernawati, N. & Lina, N., 2020. "Pengaruh Persepsi Manfaat, kemudahan Penggunaan dan Kepercayaan terhadap Minat Penggunaan pada Aplikasi OVO.", *Jurnal Manajemen STEI*, Vol. 3, No. 2.

Etikaria, G. & Munari, 2022. "Analisis Fator Faktor yang Mempengaruhi Penggunaan Dompot Digital." *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, dan Akuntansi*, Vol. 6, No. 2.

Farahdiba, E. S. 2019. "Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi minat pengguna E-wallet (electronic wallet) sebagai alat transaksi terhadap mahasiswa di Yogyakarta (studi kasus : Mahasiswa Pengguna Layanan E-Wallet OVO di Yogyakarta)", *Skripsi*, Yogyakarta: Universitas Islam Indonesia.

Fauziati, P., 2012. "Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Penerimaan Nasabah Terhadap Layanan Internet Banking Dengan Pendekatan Technology Acceptance Model (TAM).", *Jurnal Kajian Akuntansi Dan Auditing*, Vol. 7, No. 2.

Gohae, M., Dakhi, P. & Duha, T., 2021, "Pengaruh Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Pada UD. Anisa Kecamatan Teluk Dalam Kabupaten

- Nias Selatan.", dalam *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Nias Selatan*, Vol. 04, No. 02.
- Hasya, R., "Ini 10 E-Wallet yang Paling Sering Dipakai Masyarakat Indonesia Tahun 2022.", diakses 6 Mei 2023 dari <https://goodstats.id/article/ini-10-e-wallet-yang-paling-sering-dipakai-masyarakat-indonesia-M4TA4>, 2022, diakses pada pukul 18.44
- Hidayatillah, K. S. R. & Lasiono, U., 2022. "Pengaruh Kepercayaan Pelanggan dan Penjualan Online Terhadap Keputusan Pembelian dengan Minat Beli sebagai Variabel Intervening Pada Mahasiswa Prodi Manajemen Universitas PGRI Adi Buana Surabaya.", dalam *Journal of Sustainability Business Research*, Vol. 3, No. 1.
- Jemadu, L. & Prasty, D., "suara.com.", diakses 20 July 2023 dari <https://www.suara.com/tekno/2022/06/09/192337/penetrasi-internet-indonesia-tertinggi-di-kalangan-pelajar-dan-ibu-rumah-tangga>, 2022, diakses pada pukul 21.29
- Kamarudin, J., Nursiah & Novianti, M., 2022. "Pengaruh Faktor Kemudahan, Keamanan, dan Resiko Terhadap Kepuasan Nasabah.", *Jurnal Ilmiah Ilmu Manajemen*, Vol. 1, No. 2.
- Laudon, K. C. dan J. P. L., 2016., "Management Information Systems: Managing The Digital Firm. Global" (G. Editions (ed.)).
- Lisnawati, E., Malik, Z. A. & Bayuni, E. M., 2018. "Tinjauan Fiqh Muamalah Terhadap Biaya Isi Ulang (Top Up) Produk E-money Bank Syariah Mandiri KC Bandung Dago.", dalam *Hukum Ekonomi Syariah*, Vol. 4, No. 2.
- Marginingsih, R., 2021. "Financial Technology (Fintech) Dalam Inklusi Keuangan Nasional Di Masa Pandemi Covid-19." ,dalam *Jurnal Akuntansi dan Keuangan*, Vol.8, No.1.
- Marini. 2022, "PENGARUH KEMUDAHAN, KEPERCAYAAN, DAN KEAMANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PENGGUNA APLIKASI DANA DALAM PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM", 22
- Maulidin, M. S. et al., 2022, "Analisis Perilaku Konsumen Dalam Transaksi Di e-commerce.", dalam *Proceeding of Islamic Economics, Business, and Philantrophy*, Vol. 1, No. 1.
- Mubyl, M., Abidin, A. & Ramadhani, N. M., 2021. "FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT PENGGUNAAN E-WALLET.", *Jurnal Management*, Vol. 2, No. 4.

- Muzdalifa, I., Rahma, I. A., Novalia, B. G. & Rafsanjani, H., 2018. "Peran Fintech Dalam Meningkatkan Keuangan Inklusif pada UMKM di Indonesia (Pendekatan Keuangan Syariah).", dalam *Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah*, Vol.3, No.1.
- Nasution, E. Y., Hariani, P., Hasibuan, L. S. & Pradita, W., 2020. "Perkembangan Transaksi Bisnis E-Commerce terhadap Pertumbuhan Ekonomi Di Indonesia.", dalam *Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah*, Vol.3, No.2.
- Nawawi, H. H., 2020. "Penggunaan E-wallet Di Kalangan Mahasiswa.", dalam *Jurnal Emik*, Vol. 3, No. 2.
- Ningsih, S. & Dukulang, H., 2019, "Penerapan Metode Suksesif Interval pada Analisis Regresi Linier Berganda.", dalam *Jambura Journal of Mathematics*, Vol. 1, No. 1.
- Nurfaidah., "*Perkembangan Teknologi Komunikasi di Masyarakat.*" diakses pada 14 Juni 2023 dari <https://www.metrojambi.com/kolom/13556718/Perkembangan-Teknologi-Komunikasi-di-Masyarakat>, 2022, diakses pukul 23.53
- Putra, A., 2020., "Faktor-Faktor yang Berpengaruh Terhadap Kepercayaan Konsumen dan Implikasinya Pada Minat Pembelian Ulang Produk Sunnygold." *Jurnal JDM*, Vol. 3, No. 2.
- Rahayu, L.D. (2022)., "PENGARUH PERSEPSI RISIKO DAN KEPUASAN PELANGGAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MENGGUNAKAN METODE PEMBAYARAN SHOPEE PAYLATER", Skripsi, hal. 10
- Richardo, I., "*Memberikan Kemudahan Buat Mahasiswa! Pahami Keunggulan Dompot Digital Sebelum Beralih.*" diakses pada 28 Desember 2023 dari <https://sumeks.disway.id/amp/681915/memberikan-kemudahan-buat-mahasiswa-pahami-keunggulan-dompot-digital-sebelum-beralih/32>, 2023, diakses pukul 22.47
- Sari, A. W., Djan, I., Wartaka, M. & Sumardjono, 2023, "Analisis Sikap Dan Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Pada Online Marketplace.", dalam *Jurnal Ekonomi Efektif*, Vol. 5, No. 3.
- Sarnita, S. "*APJII: Pengguna Internet Indonesia 215,63 Juta Pada 2022-2023.*", diakses 29 April 2023 dari <https://dataindonesia.id/digital/detail/apjii-pengguna-internet-indonesia-21563-juta-pada-2022-2023>, 2023, diakses pukul 20.42



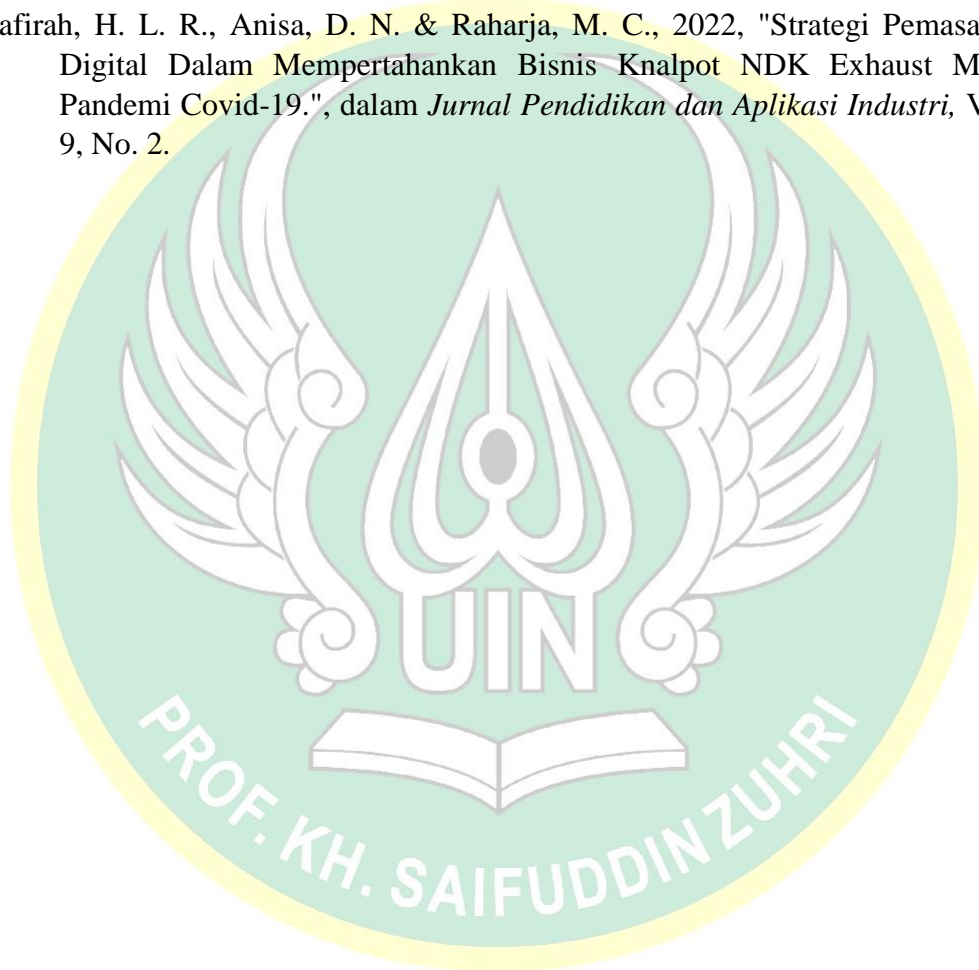
- Sihabudin, Wibowo, D., Mulyono, S., Kusuma, J. W., Arofah, I., Ningsi, B. A., Saputra, E., Purwasih, R., & Syaharuddin. (2021). *Ekonometrika Dasar Teori dan Praktik Berbasis SPSS*. Banyumas: Pena Persada
- Subianto, T., 2007. "Studi Tentang Perilaku Konsumen Beserta Implikasinya Terhadap Keputusan Pembelian." *Jurnal Ekonomi MODERNISASI* , Volume 3, No.3.
- Sugiyono., 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- Sujani, 2017, "Pengaruh Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Belanja Di Indomaret.", dalam *Jurnal Ekonomi*, Vol. 22, No. 02.
- Sulasih, Suliyanto, Novandari, W. & Munawaroh, A., 2022, "Memprediksi Niat Beli Produk Fashion Melalui Aplikasi Marketplace dengan Theory Planned Behavior dan Product Knowledge sebagai Variabel Moderasi dengan Analisa Partial Least Square (PLS).", dalam *Jurnal Ekonomi Islam*, Vol. 10, No. 1.
- Suprihati & Utami, W. B., 2015, "Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen Dalam Keputusan Pembelian Mobil Pribadi di Kelurahan Gonilan Kabupaten Sukoharjo.", dalam *Jurnal Paradigma*, Vol. 13, No. 01.
- Suryani, M., Adawiyah, N. N. & Syahputri, E. B., 2022. "Pengaruh Harga dan Online Customer Review Terhadap Keputusan Pembelian di E-Commerce Sociolla Pada Masa Pandemi Covid-19.", dalam *Formosa Journal of Multidisciplinary Research (FJMR)*, Vol. 1, No. 1.
- Sutanto, W. L., Zaini, O. K. & Irawan, A. W., 2019. "Analisis Faktor-Faktor Keputusan Mahasiswa/i Pengguna Dompot Digital." *Jurnal Ekonomi*.
- Taufik, M. "*Media Sosial Sebagai Alat Komunikasi Dan Informasi Organisasi Yang Efektif.*" diakses 15 Juni 2023 dari <https://djp.kemenkeu.go.id/kppn/meulaboh/id/data-publikasi/artikel/2862-media-sosial.html>, 2022, diakses pukul 00.16
- Tenk, T. T., Yew, H. C., Heang, L. T., Semantan, J., & Damansara, B., 2020., E-Wallet Adoption: A Case in Malaysia. *International Journal of Research in Commerce and Management Studies*. 2(02), 216–233
- Uddin, M. S., 2014., E-wallet System for Bangladesh an Electronic Payment System. *International Journal of Modeling and Optimization* 4.3, 216.
- Widyaningrum, K., 2021. "Pengaruh Manfaat, Kemudahan dan Fitur Layanan Terhadap Minat Nasabah Menggunakan *Mobile Banking* Bank Syariah dan

Dampaknya Terhadap Kepuasan Nasabah" *Skripsi*, Jakarta: Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta.

Widjaja, A. E. & Indrawati, L., 2018., "Pengaruh Lokasi, Harga, Promosi, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Menggunakan Ojek Online.", dalam *Jurnal Bisnis Terapan*, Vol. 02, No. 02.

Zada, C. dan Y. S., 2021., "Penggunaan E- Wallet atau Dompot Digital sebagai Alat Transaksi Pengganti Uang Tunai Bagi UMKM di Kecamatan Banjarmasin Tengah Chrysilla.", Vol. 4, No. 1.,

Zhafirah, H. L. R., Anisa, D. N. & Raharja, M. C., 2022, "Strategi Pemasaran Digital Dalam Mempertahankan Bisnis Knalpot NDK Exhaust Masa Pandemi Covid-19.", dalam *Jurnal Pendidikan dan Aplikasi Industri*, Vol. 9, No. 2.



## LAMPIRAN-LAMPIRAN

Lampiran 1: Kuesioner Penelitian

### KUESIONER PENELITIAN

**Kuesioner penelitian “Pengaruh Faktor Kemudahan, Kepercayaan, dan Fitur Layanan Terhadap Keputusan Mahasiswa untuk Menggunakan Aplikasi Dompot Digital (Studi Kasus Mahasiswa FEBI UIN. Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto)”**

Assalamu’alaikum Wr. Wb.

Dengan Hormat,

Perkenalkan saya Aldy Yanuar Awwal, Mahasiswa semester 11 Program Studi Perbankan Syariah Universitas Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto. Saat ini saya sedang melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh Faktor Kemudahan, Kepercayaan, dan Fitur Layanan Terhadap Keputusan Mahasiswa Untuk Menggunakan Aplikasi Dompot Digital (Studi Kasus Mahasiswa FEBI UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto)”.

Penelitian ini menggunakan kuisisioner sebagai alat pengumpulan data primer. Oleh karena itu, saya memohon ketersediaan saudara/i berkenan meluangkan waktu sejenak untuk mengisi atau memberikan jawaban atas beberapa pertanyaan terkait dengan penelitian ini.

Dalam kuesioner ini tidak ada jawaban salah, namun saya hanya memohon agar saudara/i menjawab seluruh pertanyaan dengan ketentuan. Mengenai data dan informasi dalam kuesioner ini hanya digunakan untuk keperluan akademik sehingga peneliti menjamin sepenuhnya kerahasiaan jawaban. Adapun kriteria responden yang dibutuhkan pada penelitian ini:

1. Mahasiswa FEBI UIN. Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto
2. Mengetahui Aplikasi Dompot Digital (E-Wallet)

Saya ucapkan terimakasih atas ketersediaan waktu dan kerjasama saudara/i dalam melakukan pengisian kuesioner ini. Setiap jawaban dari saudara/i sangat membantu peneliti dalam menyelesaikan penelitian ini. Terimakasih.

## I. Identifikasi Responden

1. Nama lengkap :
2. Jenis kelamin
  - Laki-laki
  - Perempuan
3. Usia
  - 18-20 Tahun
  - 21-24 Tahun
4. Jurusan
  - Ekonomi Syariah
  - Perbankan Syariah
  - Manajemen Zakat dan Waqaf
5. Uang saku / pendapatan perbulan
  - < Rp.1.000.000
  - Rp.1.000.000 – Rp.2.000.000
  - > Rp.2.000.000
6. Apakah sudah menggunakan Dompot Digital?
  - Iya (jika iya, silahkan lanjutkan)
  - Tidak
7. Aplikasi apa yang sering digunakan? (Boleh memilih lebih dari 1)
  - Dana
  - Ovo
  - Go-pay
  - Shopeepay
  - Link Aja
  - Lainnya:
8. Fitur layanan apa yang sering anda gunakan? (Boleh memilih lebih dari 1)
  - Melakukan transaksi pembelian
  - Pemindahan dana (sesama Dompot Digital)
  - Pemindahan dana (dari Dompot Digital ke Bank atau sebaliknya)
  - Pembelian pulsa dan paket data

- Pembayaran tagihan listrik, air, dan lain-lain
  - Lainnya
9. Seberapa sering anda menggunakan Dompot Digital?
- Setiap hari
  - Beberapa hari
  - Setiap minggu
  - Beberapa minggu
  - Setiap bulan
  - lainnya
10. Berapa rata-rata nominal yang anda gunakan ketika bertransaksi menggunakan Dompot Digital?
- > Rp.50.000
  - Rp.50.000 – Rp.100.000
  - Rp.100.000 – Rp.200.000
  - < Rp.200.000

## II. Variabel Penelitian

### a. Kemudahan

No	Pertanyaan	SS	S	N	TS	STS
Indikator : Mudah untuk digunakan						
1	Aplikasi dompet digital mudah digunakan					
2	Aplikasi dompet digital simple digunakan					
Indikator : Mudah dijangkau						
3	Saat ini udah banyak outlet yang sudah menerima transaksi dengan uang elektronik					
4	Pengisian saldo dompet digital sudah bisa dilakukan diberbagai tempat					
Indikator : Sistem jelas dan mudah dipahami						
5	Sistem dari dompet digital ini sudah sangat jelas					
6	Sistem dari dompet digital sangat mudah untuk dipahami / dipelajari					
Indikator : Fleksibel						

No	Pertanyaan	SS	S	N	TS	STS
7	Aplikasi dompet digital dapat dioperasikan kapan saja					
8	Aplikasi dompet digital dapat dioperasikan dimana saja					

Pertanyaan Terbuka

1. Kemudahan apa yang menurut anda paling menarik pada Dompet Digital ini?

b. Kepercayaan

No	Pertanyaan	SS	S	N	TS	STS
Indikator : Integritas						
9	Dompet digital memberikan pelayanan sesuai dengan apa yang dijanjikan oleh aplikasi tersebut					
10	Dompet digital memberikan kebenaran informasi saat bertransaksi					
Indikator : Kebaikan hati ( <i>Bevenolence</i> )						
11	Aplikasi dompet digital sering memberikan keuntungan bagi pengguna					
12	Aplikasi dompet digital memberikan perhatian untuk memberikan pelayanan terbaiknya bagi penggunanya					
Indikator : Keterbukaan						
13	Dompet digital memberikan keterbukaan mengenai biaya tambahan saat melakukan transaksi					

Pertanyaan Terbuka

1. Apa yang dapat mendorong kepercayaan anda pada aplikasi Dompet Digital?

c. Fitur Layanan

No	Pertanyaan	SS	S	N	TS	STS
Indikator : Keberagaman layanan transaksi						
14	Dompet digital sudah bisa melakukan transaksi/ pembayaran apa saja					
Indikator : Keberagaman Fitur						
15	Fitur dompet digital yang sangat beragam sangat membatu pengguna					

No	Pertanyaan	SS	S	N	TS	STS
Indikator : Inovasi Produk						
16	Inovasi yang dilakukan dompet digital selalu <i>up to date</i> seiring perkembangan zaman					

Pertanyaan Terbuka

1. Fitur apa yang menurut anda paling menarik pada aplikasi Dompet Digital?

d. Keputusan Menggunakan

No	Pertanyaan	SS	S	N	TS	STS
Indikator : Sosial						
17	Saya memutuskan menggunakan Dompet Digital karena teman saya					
18	Saya memutuskan menggunakan Dompet Digital karena keluarga saya					
Indikator : Merk produk						
19	Saya memutuskan menggunakan Dompet Digital karena merk aplikasinya sudah terkenal					
Indikator : Sesuai keinginan						
20	Saya memutuskan menggunakan dompet digital karena fitur yang ditawarkan sesuai dengan keinginan					
Indikator : Sesuai kebutuhan						
21	Saya memutuskan menggunakan dompet digital karena sesuai dengan kebutuhan saya					

Pertanyaan Terbuka

1. Faktor utama apa yang dapat mendorong anda untuk menggunakan aplikasi Dompet Digital?

Lampiran 2 : Tabulasi Data

No	Kemudahan (X1)								Total	Kepercayaan (X2)					Total
	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	X1.8		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	
1	4	4	5	5	4	5	5	5	37	4	4	4	4	4	20
2	5	5	5	5	5	5	5	5	40	5	5	5	5	5	25
3	4	3	4	5	5	4	4	4	33	4	4	4	4	4	20
4	5	4	3	3	4	4	5	4	32	4	4	4	3	4	19
5	5	4	4	4	3	4	4	4	32	3	4	3	4	4	18
6	5	5	4	4	4	4	5	5	36	3	3	4	3	4	17
7	5	5	4	4	4	5	5	3	35	4	4	4	4	5	21
8	4	4	5	4	4	4	4	4	33	4	4	4	4	4	20
9	4	4	5	4	3	4	3	4	31	4	4	3	4	4	19
10	5	5	4	4	4	5	5	5	37	5	5	3	4	5	22
11	5	5	4	3	5	5	4	4	35	4	5	4	5	4	22
12	5	5	5	3	5	5	4	3	35	4	4	4	4	4	20
13	4	4	3	3	3	4	4	3	28	3	4	3	3	3	16
14	5	5	5	5	5	5	5	5	40	5	5	5	5	5	25
15	5	5	4	4	4	4	4	4	34	4	4	4	4	5	21
16	5	5	5	3	4	4	4	2	32	3	4	3	3	4	17
17	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4	4	4	4	4	20
18	4	5	3	3	5	5	5	3	33	4	4	3	4	2	17
19	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4	4	4	4	4	20
20	5	5	5	4	4	4	4	4	35	4	4	4	4	3	19
21	5	5	5	5	4	4	5	5	38	3	4	4	3	4	18
22	2	4	4	4	4	4	4	3	29	3	3	3	3	3	15
23	5	5	2	5	5	5	5	5	37	5	5	5	5	5	25
24	5	4	4	4	2	4	2	2	27	4	4	4	4	2	18
25	5	5	5	5	5	5	5	5	40	5	5	5	5	5	25
26	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4	4	4	4	4	20
27	4	5	4	4	5	4	4	4	34	4	4	4	3	3	18
28	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4	4	4	4	4	20
29	5	5	5	5	5	5	5	5	40	5	5	5	5	5	25
30	5	5	5	5	5	5	5	5	40	5	5	5	5	5	25
31	5	5	4	5	5	5	5	5	39	4	5	3	4	5	21
32	5	5	5	5	5	5	5	5	40	5	5	5	5	5	25
33	5	5	4	5	5	5	5	5	39	5	5	5	5	5	25
34	5	4	4	4	4	4	4	4	33	4	5	4	4	5	22



No	Kemudahan (X1)								Total	Kepercayaan (X2)					Total
	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	X1.8		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	
35	5	5	5	5	4	4	5	4	37	4	4	4	3	4	19
36	5	5	4	2	5	1	5	5	32	4	2	5	4	4	19
37	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4	4	4	4	4	20
38	5	5	4	5	5	5	5	5	39	4	4	5	5	5	23
39	5	5	5	5	5	5	5	5	40	5	5	4	4	4	22
40	5	5	4	4	5	5	5	5	38	5	5	5	5	5	25
41	5	5	5	5	5	5	5	5	40	5	5	4	5	5	24
42	5	5	5	5	5	5	5	5	40	5	5	5	5	5	25
43	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4	4	4	4	4	20
44	5	5	4	4	5	4	5	4	36	4	5	4	4	4	21
45	4	4	4	4	4	4	4	4	32	3	4	2	4	3	16
46	4	4	4	3	4	4	4	4	31	4	4	4	4	4	20
47	5	5	5	5	5	5	5	5	40	5	5	5	5	5	25
48	4	5	4	4	3	4	5	5	34	4	4	3	3	4	18
49	4	3	4	4	3	3	3	5	29	3	5	3	3	4	18
50	4	4	5	4	4	4	5	4	34	4	4	5	5	4	22
51	4	4	3	4	3	4	4	4	30	3	3	3	3	3	15
52	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4	4	4	4	4	20
53	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4	4	4	4	4	20
54	5	4	4	3	3	4	4	4	31	4	4	3	3	4	18
55	5	5	5	3	4	5	5	5	37	5	5	3	2	5	20
56	5	5	4	5	5	4	5	5	38	4	4	4	5	4	21
57	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4	4	4	4	4	20
58	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4	4	4	4	4	20
59	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4	4	4	3	3	18
60	4	4	4	4	5	5	4	4	34	5	5	4	4	5	23
61	5	5	4	5	4	3	5	3	34	4	4	3	3	2	16
62	4	4	4	4	4	4	4	4	32	3	4	3	4	4	18
63	5	5	5	4	5	5	5	5	39	4	4	3	4	4	19
64	4	4	5	4	4	4	4	4	33	4	4	4	4	3	19
65	4	3	2	4	4	4	3	2	26	3	4	4	5	4	20
66	5	5	5	5	4	4	4	3	35	4	3	3	4	5	19
67	5	3	3	4	5	4	5	4	33	4	4	3	4	4	19
68	5	4	4	4	5	4	4	3	33	3	4	4	4	5	20
69	5	5	5	5	5	5	5	5	40	5	5	4	4	4	22

No	Kemudahan (X1)								Total	Kepercayaan (X2)					Total
	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	X1.8		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	
70	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4	4	4	4	4	20
71	5	5	5	4	4	4	4	4	35	4	4	3	4	4	19
72	4	4	4	4	3	4	4	3	30	3	3	3	3	3	15
73	4	4	4	3	4	4	4	4	31	4	4	4	4	4	20
74	5	5	5	5	5	5	5	5	40	5	5	5	5	5	25
75	5	5	5	5	5	5	5	5	40	5	5	5	5	5	25
76	4	3	4	4	4	4	5	5	33	3	4	4	3	4	18
77	4	4	5	5	5	2	5	5	35	2	3	4	1	5	15
78	5	5	5	5	5	5	5	5	40	5	5	5	5	5	25
79	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4	4	4	4	4	20
80	5	5	4	4	5	5	5	5	38	4	5	3	4	5	21
81	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4	4	4	4	4	20
82	4	4	5	5	5	5	5	5	38	5	4	4	4	5	22
83	5	5	3	4	3	4	5	5	34	4	3	3	4	4	18
84	5	5	4	4	4	5	5	5	37	4	4	4	3	5	20
85	5	4	4	4	3	4	5	5	34	4	5	3	5	4	21
86	5	5	4	5	4	4	5	5	37	4	4	3	4	4	19
87	5	5	5	5	5	4	5	5	39	4	5	4	4	5	22
88	5	5	5	5	4	5	4	4	37	5	5	5	5	4	24
89	4	4	4	4	4	3	4	4	31	4	4	4	4	3	19
90	5	5	4	4	4	4	4	4	34	4	4	3	4	5	20
91	5	5	4	5	5	5	5	5	39	4	5	3	3	4	19
92	4	4	3	4	4	4	5	5	33	4	5	3	4	5	21
93	4	4	4	4	3	4	4	4	31	3	2	3	3	4	15
94	5	5	4	4	5	5	5	5	38	4	5	5	5	5	24
95	5	5	5	5	4	5	5	5	39	4	5	4	4	5	22
96	5	4	3	2	4	4	5	5	32	3	5	3	3	4	18
97	5	5	5	5	5	5	5	5	40	5	5	4	5	5	24
98	5	5	4	3	4	5	5	5	36	4	4	3	3	5	19
99	5	5	5	5	5	5	5	5	40	5	5	4	5	5	24
100	5	5	4	5	5	5	5	5	39	4	4	4	3	5	20

No	Fitur Layanan (X3)			Total	Keputusan Menggunakan (Y)					Total
	X3.1	X3.2	X3.3		Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Y.5	
1	4	5	5	14	5	2	4	4	4	19
2	5	5	5	15	3	1	5	5	5	19
3	3	3	3	9	3	3	3	3	3	15
4	4	5	4	13	2	2	2	3	3	12
5	4	4	4	12	2	2	4	4	4	16
6	2	3	3	8	5	2	4	4	5	20
7	5	4	4	13	1	1	4	4	4	14
8	4	4	4	12	3	3	4	4	4	18
9	4	3	3	10	3	3	5	4	4	19
10	4	5	5	14	1	1	5	5	5	17
11	5	5	5	15	1	1	4	4	5	15
12	4	5	5	14	3	3	3	3	3	15
13	4	4	4	12	2	2	3	3	4	14
14	5	5	5	15	1	5	1	5	5	17
15	3	4	4	11	2	3	4	4	4	17
16	2	5	5	12	1	2	4	4	5	16
17	4	4	4	12	2	2	3	3	4	14
18	5	4	3	12	5	1	4	4	4	18
19	4	4	4	12	4	4	4	4	4	20
20	4	4	4	12	2	3	3	4	5	17
21	5	4	4	13	3	3	4	4	4	18
22	2	3	3	8	3	3	3	3	3	15
23	5	5	5	15	3	2	5	5	5	20
24	4	4	4	12	2	2	4	4	4	16
25	5	5	5	15	2	4	4	4	5	19
26	4	4	4	12	3	3	4	4	4	18
27	2	4	4	10	2	2	2	4	4	14
28	4	4	4	12	3	2	4	4	4	17
29	5	5	5	15	1	1	1	5	5	13
30	5	5	5	15	4	4	5	5	5	23
31	4	5	4	13	2	1	4	3	5	15
32	5	5	5	15	5	5	5	5	5	25
33	5	5	5	15	3	3	5	5	5	21
34	4	4	4	12	2	2	2	4	4	14
35	4	5	4	13	5	5	4	5	3	22

No	Fitur Layanan (X3)			Total	Keputusan Menggunakan (Y)					Total
	X3.1	X3.2	X3.3		Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Y.5	
36	3	1	2	6	3	3	3	3	3	15
37	4	4	4	12	4	4	4	4	4	20
38	3	5	5	13	1	1	5	5	5	17
39	5	5	5	15	1	1	4	5	5	16
40	4	5	5	14	3	4	4	5	5	21
41	4	5	5	14	2	3	4	5	5	19
42	5	5	5	15	5	1	5	5	5	21
43	4	4	4	12	2	2	3	4	4	15
44	5	4	4	13	3	4	4	4	4	19
45	4	4	4	12	3	2	4	4	4	17
46	3	4	4	11	3	3	3	4	4	17
47	4	5	4	13	2	2	4	4	5	17
48	4	5	4	13	3	3	4	4	4	18
49	3	4	3	10	2	2	2	2	4	12
50	5	4	4	13	4	3	5	5	5	22
51	4	4	4	12	2	2	2	2	2	10
52	4	4	4	12	4	4	4	4	4	20
53	4	4	4	12	4	4	4	4	4	20
54	2	3	3	8	4	1	1	4	4	14
55	5	5	5	15	1	1	3	5	5	15
56	5	5	5	15	1	1	5	5	5	17
57	4	4	4	12	2	2	2	4	4	14
58	4	4	4	12	3	3	4	3	4	17
59	4	4	4	12	4	3	4	4	4	19
60	5	5	5	15	3	3	5	5	5	21
61	5	5	3	13	1	1	4	5	5	16
62	4	4	4	12	3	3	2	4	4	16
63	4	4	4	12	2	3	3	4	4	16
64	4	4	4	12	4	4	4	4	4	20
65	2	4	4	10	3	2	4	4	4	17
66	3	5	4	12	1	1	1	4	4	11
67	5	5	4	14	1	1	4	4	4	14
68	3	4	4	11	3	3	4	4	4	18
69	3	3	5	11	1	1	5	4	5	16
70	3	3	4	10	3	3	4	4	4	18

No	Fitur Layanan (X3)			Total	Keputusan Menggunakan (Y)					Total
	X3.1	X3.2	X3.3		Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Y.5	
71	4	4	4	12	4	4	4	4	3	19
72	3	4	3	10	2	4	1	3	5	15
73	4	4	4	12	2	2	3	4	4	15
74	5	5	5	15	3	3	5	5	5	21
75	5	5	5	15	5	4	5	5	5	24
76	3	4	4	11	2	1	3	4	5	15
77	3	4	4	11	3	1	3	4	4	15
78	5	5	5	15	5	5	5	5	5	25
79	4	4	4	12	3	2	3	3	3	14
80	5	5	4	14	3	1	3	4	4	15
81	4	4	4	12	3	3	4	4	4	18
82	5	2	5	12	5	5	4	4	4	22
83	5	5	4	14	5	2	4	4	5	20
84	5	5	5	15	3	3	4	5	5	20
85	4	5	4	13	5	4	4	5	4	22
86	5	4	3	12	4	3	4	4	4	19
87	5	4	4	13	4	3	5	4	4	20
88	5	5	5	15	3	3	5	5	5	21
89	4	4	4	12	4	4	3	3	4	18
90	4	3	4	11	3	3	4	5	5	20
91	4	4	5	13	3	3	4	5	5	20
92	4	4	3	11	5	4	4	5	5	23
93	4	4	3	11	2	1	5	3	5	16
94	4	5	4	13	5	3	4	4	5	21
95	5	4	4	13	1	1	4	5	5	16
96	5	4	4	13	1	1	5	4	4	15
97	5	5	5	15	5	3	5	5	5	23
98	5	5	4	14	1	1	4	5	5	16
99	5	5	4	14	5	4	5	5	5	24
100	5	5	5	15	1	1	4	5	5	16

Lampiran 3 : Hasil Analisis

*Hasil Metode Succesive Interval*

No	Succesive Interval								
	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	X1.8	X1.TOT
1	3,743	4,346	5,479	5,479	4,277	4,649	5,400	5,114	38,488
2	5,309	5,798	5,479	5,479	5,631	4,649	5,400	5,114	42,860
3	3,743	3,000	4,067	5,479	5,631	3,164	3,925	3,786	32,795
4	5,309	4,346	2,832	2,938	4,277	3,164	5,400	3,786	32,053
5	5,309	4,346	4,067	4,115	3,089	3,164	3,925	3,786	31,801
6	5,309	5,798	4,067	4,115	4,277	3,164	5,400	5,114	37,245
7	5,309	5,798	4,067	4,115	4,277	4,649	5,400	2,801	36,417
8	3,743	4,346	5,479	4,115	4,277	3,164	3,925	3,786	32,836
9	3,743	4,346	5,479	4,115	3,089	3,164	2,681	3,786	30,404
10	5,309	5,798	4,067	4,115	4,277	4,649	5,400	5,114	38,730
11	5,309	5,798	4,067	2,938	5,631	4,649	3,925	3,786	36,102
12	5,309	5,798	5,479	2,938	5,631	4,649	3,925	2,801	36,531
13	3,743	4,346	2,832	2,938	3,089	3,164	3,925	2,801	26,839
14	5,309	5,798	5,479	5,479	5,631	4,649	5,400	5,114	42,860
15	5,309	5,798	4,067	4,115	4,277	3,164	3,925	3,786	34,441
16	5,309	5,798	5,479	2,938	4,277	3,164	3,925	2,000	32,891
17	3,743	4,346	4,067	4,115	4,277	3,164	3,925	3,786	31,423
18	3,743	5,798	2,832	2,938	5,631	4,649	5,400	2,801	33,793
19	3,743	4,346	4,067	4,115	4,277	3,164	3,925	3,786	31,423
20	5,309	5,798	5,479	4,115	4,277	3,164	3,925	3,786	35,854
21	5,309	5,798	5,479	5,479	4,277	3,164	5,400	5,114	40,021
22	2,000	4,346	4,067	4,115	4,277	3,164	3,925	2,801	28,696
23	5,309	5,798	2,000	5,479	5,631	4,649	5,400	5,114	39,381
24	5,309	4,346	4,067	4,115	2,000	3,164	2,000	2,000	27,001
25	5,309	5,798	5,479	5,479	5,631	4,649	5,400	5,114	42,860
26	3,743	4,346	4,067	4,115	4,277	3,164	3,925	3,786	31,423
27	3,743	5,798	4,067	4,115	5,631	3,164	3,925	3,786	34,229
28	3,743	4,346	4,067	4,115	4,277	3,164	3,925	3,786	31,423
29	5,309	5,798	5,479	5,479	5,631	4,649	5,400	5,114	42,860
30	5,309	5,798	5,479	5,479	5,631	4,649	5,400	5,114	42,860
31	5,309	5,798	4,067	5,479	5,631	4,649	5,400	5,114	41,447
32	5,309	5,798	5,479	5,479	5,631	4,649	5,400	5,114	42,860
33	5,309	5,798	4,067	5,479	5,631	4,649	5,400	5,114	41,447
34	5,309	4,346	4,067	4,115	4,277	3,164	3,925	3,786	32,990

No	Successive Interval								
	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	X1.8	X1.TOT
35	5,309	5,798	5,479	5,479	4,277	3,164	5,400	3,786	38,693
36	5,309	5,798	4,067	2,000	5,631	1,000	5,400	5,114	34,319
37	3,743	4,346	4,067	4,115	4,277	3,164	3,925	3,786	31,423
38	5,309	5,798	4,067	5,479	5,631	4,649	5,400	5,114	41,447
39	5,309	5,798	5,479	5,479	5,631	4,649	5,400	5,114	42,860
40	5,309	5,798	4,067	4,115	5,631	4,649	5,400	5,114	40,084
41	5,309	5,798	5,479	5,479	5,631	4,649	5,400	5,114	42,860
42	5,309	5,798	5,479	5,479	5,631	4,649	5,400	5,114	42,860
43	3,743	4,346	4,067	4,115	4,277	3,164	3,925	3,786	31,423
44	5,309	5,798	4,067	4,115	5,631	3,164	5,400	3,786	37,270
45	3,743	4,346	4,067	4,115	4,277	3,164	3,925	3,786	31,423
46	3,743	4,346	4,067	2,938	4,277	3,164	3,925	3,786	30,246
47	5,309	5,798	5,479	5,479	5,631	4,649	5,400	5,114	42,860
48	3,743	5,798	4,067	4,115	3,089	3,164	5,400	5,114	34,491
49	3,743	3,000	4,067	4,115	3,089	1,841	2,681	5,114	27,651
50	3,743	4,346	5,479	4,115	4,277	3,164	5,400	3,786	34,311
51	3,743	4,346	2,832	4,115	3,089	3,164	3,925	3,786	29,001
52	3,743	4,346	4,067	4,115	4,277	3,164	3,925	3,786	31,423
53	3,743	4,346	4,067	4,115	4,277	3,164	3,925	3,786	31,423
54	5,309	4,346	4,067	2,938	3,089	3,164	3,925	3,786	30,624
55	5,309	5,798	5,479	2,938	4,277	4,649	5,400	5,114	38,965
56	5,309	5,798	4,067	5,479	5,631	3,164	5,400	5,114	39,963
57	3,743	4,346	4,067	4,115	4,277	3,164	3,925	3,786	31,423
58	3,743	4,346	4,067	4,115	4,277	3,164	3,925	3,786	31,423
59	3,743	4,346	4,067	4,115	4,277	3,164	3,925	3,786	31,423
60	3,743	4,346	4,067	4,115	5,631	4,649	3,925	3,786	34,262
61	5,309	5,798	4,067	5,479	4,277	1,841	5,400	2,801	34,973
62	3,743	4,346	4,067	4,115	4,277	3,164	3,925	3,786	31,423
63	5,309	5,798	5,479	4,115	5,631	4,649	5,400	5,114	41,496
64	3,743	4,346	5,479	4,115	4,277	3,164	3,925	3,786	32,836
65	3,743	3,000	2,000	4,115	4,277	3,164	2,681	2,000	24,981
66	5,309	5,798	5,479	5,479	4,277	3,164	3,925	2,801	36,233
67	5,309	3,000	2,832	4,115	5,631	3,164	5,400	3,786	33,238
68	5,309	4,346	4,067	4,115	5,631	3,164	3,925	2,801	33,359
69	5,309	5,798	5,479	5,479	5,631	4,649	5,400	5,114	42,860
70	3,743	4,346	4,067	4,115	4,277	3,164	3,925	3,786	31,423
71	5,309	5,798	5,479	4,115	4,277	3,164	3,925	3,786	35,854

No	Successive Interval								
	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	X1.8	X1.TOT
72	3,743	4,346	4,067	4,115	3,089	3,164	3,925	2,801	29,251
73	3,743	4,346	4,067	2,938	4,277	3,164	3,925	3,786	30,246
74	5,309	5,798	5,479	5,479	5,631	4,649	5,400	5,114	42,860
75	5,309	5,798	5,479	5,479	5,631	4,649	5,400	5,114	42,860
76	3,743	3,000	4,067	4,115	4,277	3,164	5,400	5,114	32,881
77	3,743	4,346	5,479	5,479	5,631	1,489	5,400	5,114	36,682
78	5,309	5,798	5,479	5,479	5,631	4,649	5,400	5,114	42,860
79	3,743	4,346	4,067	4,115	4,277	3,164	3,925	3,786	31,423
80	5,309	5,798	4,067	4,115	5,631	4,649	5,400	5,114	40,084
81	3,743	4,346	4,067	4,115	4,277	3,164	3,925	3,786	31,423
82	3,743	4,346	5,479	5,479	5,631	4,649	5,400	5,114	39,842
83	5,309	5,798	2,832	4,115	3,089	3,164	5,400	5,114	34,823
84	5,309	5,798	4,067	4,115	4,277	4,649	5,400	5,114	38,730
85	5,309	4,346	4,067	4,115	3,089	3,164	5,400	5,114	34,605
86	5,309	5,798	4,067	5,479	4,277	3,164	5,400	5,114	38,609
87	5,309	5,798	5,479	5,479	5,631	3,164	5,400	5,114	41,375
88	5,309	5,798	5,479	5,479	4,277	4,649	3,925	3,786	38,702
89	3,743	4,346	4,067	4,115	4,277	1,841	3,925	3,786	30,100
90	5,309	5,798	4,067	4,115	4,277	3,164	3,925	3,786	34,441
91	5,309	5,798	4,067	5,479	5,631	4,649	5,400	5,114	41,447
92	3,743	4,346	2,832	4,115	4,277	3,164	5,400	5,114	32,993
93	3,743	4,346	4,067	4,115	3,089	3,164	3,925	3,786	30,235
94	5,309	5,798	4,067	4,115	5,631	4,649	5,400	5,114	40,084
95	5,309	5,798	5,479	5,479	4,277	4,649	5,400	5,114	41,506
96	5,309	4,346	2,832	2,000	4,277	3,164	5,400	5,114	32,444
97	5,309	5,798	5,479	5,479	5,631	4,649	5,400	5,114	42,860
98	5,309	5,798	4,067	2,938	4,277	4,649	5,400	5,114	37,552
99	5,309	5,798	5,479	5,479	5,631	4,649	5,400	5,114	42,860
100	5,309	5,798	4,067	5,479	5,631	4,649	5,400	5,114	41,447

No	Successive Interval						Successive Interval			
	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.TOT	X3.1	X3.2	X3.3	X3.TOT
1	4,567	4,036	4,828	3,652	3,923	21,006	3,744	4,596	5,803	14,143
2	5,961	5,460	6,093	4,936	5,270	27,720	5,006	4,596	5,803	15,405
3	4,567	4,036	4,828	3,652	3,923	21,006	2,814	2,077	3,124	8,015
4	4,567	4,036	4,828	2,472	3,923	19,826	3,744	4,596	4,413	12,753
5	3,250	4,036	3,578	3,652	3,923	18,439	3,744	3,216	4,413	11,373



No	Successive Interval						Successive Interval			
	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.TOT	X3.1	X3.2	X3.3	X3.TOT
6	3,250	2,793	4,828	2,472	3,923	17,266	2,000	2,077	3,124	7,201
7	4,567	4,036	4,828	3,652	5,270	22,353	5,006	3,216	4,413	12,635
8	4,567	4,036	4,828	3,652	3,923	21,006	3,744	3,216	4,413	11,373
9	4,567	4,036	3,578	3,652	3,923	19,756	3,744	2,077	3,124	8,945
10	5,961	5,460	3,578	3,652	5,270	23,920	3,744	4,596	5,803	14,143
11	4,567	5,460	4,828	4,936	3,923	23,714	5,006	4,596	5,803	15,405
12	4,567	4,036	4,828	3,652	3,923	21,006	3,744	4,596	5,803	14,143
13	3,250	4,036	3,578	2,472	2,833	16,170	3,744	3,216	4,413	11,373
14	5,961	5,460	6,093	4,936	5,270	27,720	5,006	4,596	5,803	15,405
15	4,567	4,036	4,828	3,652	5,270	22,353	2,814	3,216	4,413	10,444
16	3,250	4,036	3,578	2,472	3,923	17,259	2,000	4,596	5,803	12,399
17	4,567	4,036	4,828	3,652	3,923	21,006	3,744	3,216	4,413	11,373
18	4,567	4,036	3,578	3,652	2,000	17,833	5,006	3,216	3,124	11,347
19	4,567	4,036	4,828	3,652	3,923	21,006	3,744	3,216	4,413	11,373
20	4,567	4,036	4,828	3,652	2,833	19,916	3,744	3,216	4,413	11,373
21	3,250	4,036	4,828	2,472	3,923	18,509	5,006	3,216	4,413	12,635
22	3,250	2,793	3,578	2,472	2,833	14,926	2,000	2,077	3,124	7,201
23	5,961	5,460	6,093	4,936	5,270	27,720	5,006	4,596	5,803	15,405
24	4,567	4,036	4,828	3,652	2,000	19,083	3,744	3,216	4,413	11,373
25	5,961	5,460	6,093	4,936	5,270	27,720	5,006	4,596	5,803	15,405
26	4,567	4,036	4,828	3,652	3,923	21,006	3,744	3,216	4,413	11,373
27	4,567	4,036	4,828	2,472	2,833	18,737	2,000	3,216	4,413	9,629
28	4,567	4,036	4,828	3,652	3,923	21,006	3,744	3,216	4,413	11,373
29	5,961	5,460	6,093	4,936	5,270	27,720	5,006	4,596	5,803	15,405
30	5,961	5,460	6,093	4,936	5,270	27,720	5,006	4,596	5,803	15,405
31	4,567	5,460	3,578	3,652	5,270	22,527	3,744	4,596	4,413	12,753
32	5,961	5,460	6,093	4,936	5,270	27,720	5,006	4,596	5,803	15,405
33	5,961	5,460	6,093	4,936	5,270	27,720	5,006	4,596	5,803	15,405
34	4,567	5,460	4,828	3,652	5,270	23,777	3,744	3,216	4,413	11,373
35	4,567	4,036	4,828	2,472	3,923	19,826	3,744	4,596	4,413	12,753
36	4,567	2,000	6,093	3,652	3,923	20,235	2,814	1,000	2,000	5,814
37	4,567	4,036	4,828	3,652	3,923	21,006	3,744	3,216	4,413	11,373
38	4,567	4,036	6,093	4,936	5,270	24,903	2,814	4,596	5,803	13,213
39	5,961	5,460	4,828	3,652	3,923	23,823	5,006	4,596	5,803	15,405
40	5,961	5,460	6,093	4,936	5,270	27,720	3,744	4,596	5,803	14,143
41	5,961	5,460	4,828	4,936	5,270	26,455	3,744	4,596	5,803	14,143
42	5,961	5,460	6,093	4,936	5,270	27,720	5,006	4,596	5,803	15,405

No	Successive Interval						Successive Interval			
	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.TOT	X3.1	X3.2	X3.3	X3.TOT
43	4,567	4,036	4,828	3,652	3,923	21,006	3,744	3,216	4,413	11,373
44	4,567	5,460	4,828	3,652	3,923	22,430	5,006	3,216	4,413	12,635
45	3,250	4,036	2,000	3,652	2,833	15,771	3,744	3,216	4,413	11,373
46	4,567	4,036	4,828	3,652	3,923	21,006	2,814	3,216	4,413	10,444
47	5,961	5,460	6,093	4,936	5,270	27,720	3,744	4,596	4,413	12,753
48	4,567	4,036	3,578	2,472	3,923	18,576	3,744	4,596	4,413	12,753
49	3,250	5,460	3,578	2,472	3,923	18,683	2,814	3,216	3,124	9,155
50	4,567	4,036	6,093	4,936	3,923	23,556	5,006	3,216	4,413	12,635
51	3,250	2,793	3,578	2,472	2,833	14,926	3,744	3,216	4,413	11,373
52	4,567	4,036	4,828	3,652	3,923	21,006	3,744	3,216	4,413	11,373
53	4,567	4,036	4,828	3,652	3,923	21,006	3,744	3,216	4,413	11,373
54	4,567	4,036	3,578	2,472	3,923	18,576	2,000	2,077	3,124	7,201
55	5,961	5,460	3,578	1,489	5,270	21,757	5,006	4,596	5,803	15,405
56	4,567	4,036	4,828	4,936	3,923	22,290	5,006	4,596	5,803	15,405
57	4,567	4,036	4,828	3,652	3,923	21,006	3,744	3,216	4,413	11,373
58	4,567	4,036	4,828	3,652	3,923	21,006	3,744	3,216	4,413	11,373
59	4,567	4,036	4,828	2,472	2,833	18,737	3,744	3,216	4,413	11,373
60	5,961	5,460	4,828	3,652	5,270	25,170	5,006	4,596	5,803	15,405
61	4,567	4,036	3,578	2,472	2,000	16,653	5,006	4,596	3,124	12,726
62	3,250	4,036	3,578	3,652	3,923	18,439	3,744	3,216	4,413	11,373
63	4,567	4,036	3,578	3,652	3,923	19,756	3,744	3,216	4,413	11,373
64	4,567	4,036	4,828	3,652	2,833	19,916	3,744	3,216	4,413	11,373
65	3,250	4,036	4,828	4,936	3,923	20,973	2,000	3,216	4,413	9,629
66	4,567	2,793	3,578	3,652	5,270	19,860	2,814	4,596	4,413	11,823
67	4,567	4,036	3,578	3,652	3,923	19,756	5,006	4,596	4,413	14,015
68	3,250	4,036	4,828	3,652	5,270	21,036	2,814	3,216	4,413	10,444
69	5,961	5,460	4,828	3,652	3,923	23,823	2,814	2,077	5,803	10,694
70	4,567	4,036	4,828	3,652	3,923	21,006	2,814	2,077	4,413	9,304
71	4,567	4,036	3,578	3,652	3,923	19,756	3,744	3,216	4,413	11,373
72	3,250	2,793	3,578	2,472	2,833	14,926	2,814	3,216	3,124	9,155
73	4,567	4,036	4,828	3,652	3,923	21,006	3,744	3,216	4,413	11,373
74	5,961	5,460	6,093	4,936	5,270	27,720	5,006	4,596	5,803	15,405
75	5,961	5,460	6,093	4,936	5,270	27,720	5,006	4,596	5,803	15,405
76	3,250	4,036	4,828	2,472	3,923	18,509	2,814	3,216	4,413	10,444
77	2,000	2,793	4,828	1,000	5,270	15,891	2,814	3,216	4,413	10,444
78	5,961	5,460	6,093	4,936	5,270	27,720	5,006	4,596	5,803	15,405
79	4,567	4,036	4,828	3,652	3,923	21,006	3,744	3,216	4,413	11,373

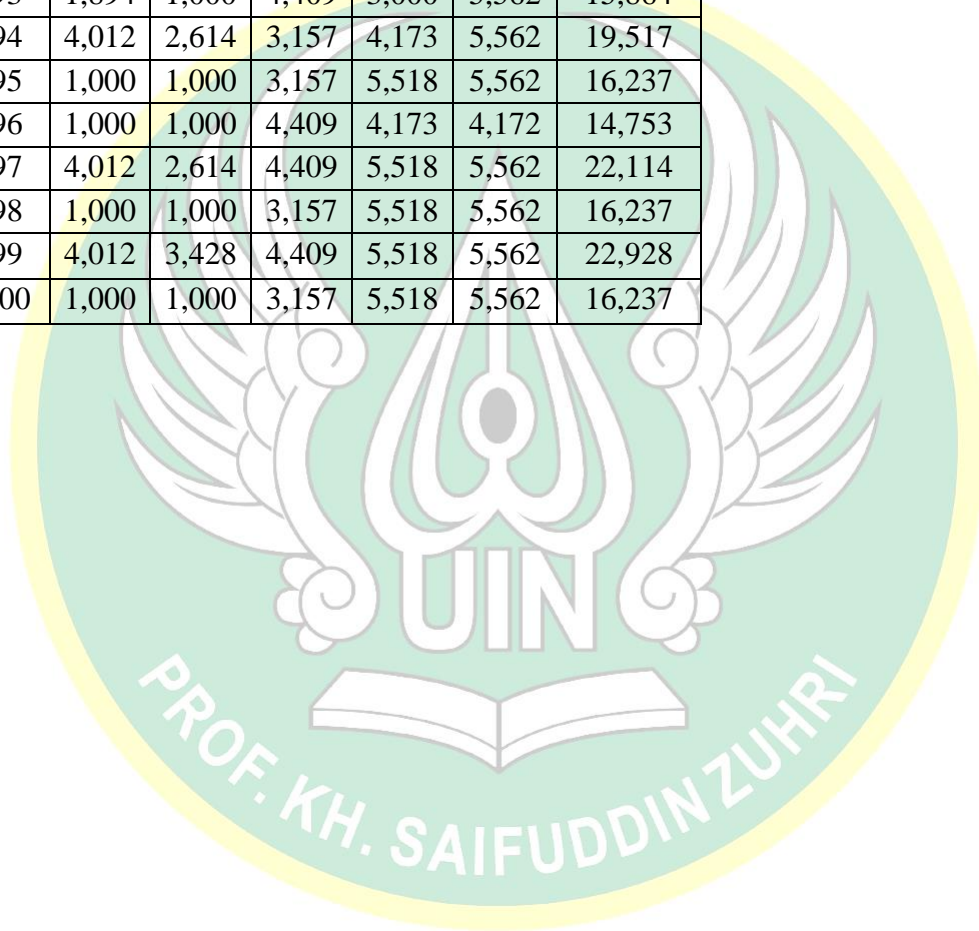
No	Successive Interval						Successive Interval			
	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.TOT	X3.1	X3.2	X3.3	X3.TOT
80	4,567	5,460	3,578	3,652	5,270	22,527	5,006	4,596	4,413	14,015
81	4,567	4,036	4,828	3,652	3,923	21,006	3,744	3,216	4,413	11,373
82	5,961	4,036	4,828	3,652	5,270	23,746	5,006	1,489	5,803	12,298
83	4,567	2,793	3,578	3,652	3,923	18,512	5,006	4,596	4,413	14,015
84	4,567	4,036	4,828	2,472	5,270	21,174	5,006	4,596	5,803	15,405
85	4,567	5,460	3,578	4,936	3,923	22,464	3,744	4,596	4,413	12,753
86	4,567	4,036	3,578	3,652	3,923	19,756	5,006	3,216	3,124	11,347
87	4,567	5,460	4,828	3,652	5,270	23,777	5,006	3,216	4,413	12,635
88	5,961	5,460	6,093	4,936	3,923	26,373	5,006	4,596	5,803	15,405
89	4,567	4,036	4,828	3,652	2,833	19,916	3,744	3,216	4,413	11,373
90	4,567	4,036	3,578	3,652	5,270	21,103	3,744	2,077	4,413	10,234
91	4,567	5,460	3,578	2,472	3,923	20,000	3,744	3,216	5,803	12,764
92	4,567	5,460	3,578	3,652	5,270	22,527	3,744	3,216	3,124	10,085
93	3,250	2,000	3,578	2,472	3,923	15,223	3,744	3,216	3,124	10,085
94	4,567	5,460	6,093	4,936	5,270	26,327	3,744	4,596	4,413	12,753
95	4,567	5,460	4,828	3,652	5,270	23,777	5,006	3,216	4,413	12,635
96	3,250	5,460	3,578	2,472	3,923	18,683	5,006	3,216	4,413	12,635
97	5,961	5,460	4,828	4,936	5,270	26,455	5,006	4,596	5,803	15,405
98	4,567	4,036	3,578	2,472	5,270	19,924	5,006	4,596	4,413	14,015
99	5,961	5,460	4,828	4,936	5,270	26,455	5,006	4,596	4,413	14,015
100	4,567	4,036	4,828	2,472	5,270	21,174	5,006	4,596	5,803	15,405

No	Successive Interval					
	Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Y.5	Y TOT
1	4,012	1,907	3,157	4,173	4,172	17,421
2	2,613	1,000	4,409	5,518	5,562	19,102
3	2,613	2,614	2,226	3,000	2,968	13,421
4	1,894	1,907	1,678	3,000	2,968	11,448
5	1,894	1,907	3,157	4,173	4,172	15,303
6	4,012	1,907	3,157	4,173	5,562	18,811
7	1,000	1,000	3,157	4,173	4,172	13,501
8	2,613	2,614	3,157	4,173	4,172	16,728
9	2,613	2,614	4,409	4,173	4,172	17,980
10	1,000	1,000	4,409	5,518	5,562	17,489
11	1,000	1,000	3,157	4,173	5,562	14,891

No	Successive Interval					
	Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Y.5	Y TOT
12	2,613	2,614	2,226	3,000	2,968	13,421
13	1,894	1,907	2,226	3,000	4,172	13,199
14	1,000	4,334	1,000	5,518	5,562	17,414
15	1,894	2,614	3,157	4,173	4,172	16,009
16	1,000	1,907	3,157	4,173	5,562	15,799
17	1,894	1,907	2,226	3,000	4,172	13,199
18	4,012	1,000	3,157	4,173	4,172	16,514
19	3,254	3,428	3,157	4,173	4,172	18,183
20	1,894	2,614	2,226	4,173	5,562	16,468
21	2,613	2,614	3,157	4,173	4,172	16,728
22	2,613	2,614	2,226	3,000	2,968	13,421
23	2,613	1,907	4,409	5,518	5,562	20,009
24	1,894	1,907	3,157	4,173	4,172	15,303
25	1,894	3,428	3,157	4,173	5,562	18,214
26	2,613	2,614	3,157	4,173	4,172	16,728
27	1,894	1,907	1,678	4,173	4,172	13,824
28	2,613	1,907	3,157	4,173	4,172	16,022
29	1,000	1,000	1,000	5,518	5,562	14,080
30	3,254	3,428	4,409	5,518	5,562	22,170
31	1,894	1,000	3,157	3,000	5,562	14,613
32	4,012	4,334	4,409	5,518	5,562	23,835
33	2,613	2,614	4,409	5,518	5,562	20,715
34	1,894	1,907	1,678	4,173	4,172	13,824
35	4,012	4,334	3,157	5,518	2,968	19,990
36	2,613	2,614	2,226	3,000	2,968	13,421
37	3,254	3,428	3,157	4,173	4,172	18,183
38	1,000	1,000	4,409	5,518	5,562	17,489
39	1,000	1,000	3,157	5,518	5,562	16,237
40	2,613	3,428	3,157	5,518	5,562	20,278
41	1,894	2,614	3,157	5,518	5,562	18,745
42	4,012	1,000	4,409	5,518	5,562	20,501
43	1,894	1,907	2,226	4,173	4,172	14,372
44	2,613	3,428	3,157	4,173	4,172	17,542
45	2,613	1,907	3,157	4,173	4,172	16,022
46	2,613	2,614	2,226	4,173	4,172	15,797
47	1,894	1,907	3,157	4,173	5,562	16,693
48	2,613	2,614	3,157	4,173	4,172	16,728

No	Successive Interval					
	Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Y.5	Y TOT
49	1,894	1,907	1,678	2,000	4,172	11,652
50	3,254	2,614	4,409	5,518	5,562	21,356
51	1,894	1,907	1,678	2,000	2,000	9,480
52	3,254	3,428	3,157	4,173	4,172	18,183
53	3,254	3,428	3,157	4,173	4,172	18,183
54	3,254	1,000	1,000	4,173	4,172	13,598
55	1,000	1,000	2,226	5,518	5,562	15,306
56	1,000	1,000	4,409	5,518	5,562	17,489
57	1,894	1,907	1,678	4,173	4,172	13,824
58	2,613	2,614	3,157	3,000	4,172	15,555
59	3,254	2,614	3,157	4,173	4,172	17,369
60	2,613	2,614	4,409	5,518	5,562	20,715
61	1,000	1,000	3,157	5,518	5,562	16,237
62	2,613	2,614	1,678	4,173	4,172	15,250
63	1,894	2,614	2,226	4,173	4,172	15,078
64	3,254	3,428	3,157	4,173	4,172	18,183
65	2,613	1,907	3,157	4,173	4,172	16,022
66	1,000	1,000	1,000	4,173	4,172	11,344
67	1,000	1,000	3,157	4,173	4,172	13,501
68	2,613	2,614	3,157	4,173	4,172	16,728
69	1,000	1,000	4,409	4,173	5,562	16,143
70	2,613	2,614	3,157	4,173	4,172	16,728
71	3,254	3,428	3,157	4,173	2,968	16,980
72	1,894	3,428	1,000	3,000	5,562	14,884
73	1,894	1,907	2,226	4,173	4,172	14,372
74	2,613	2,614	4,409	5,518	5,562	20,715
75	4,012	3,428	4,409	5,518	5,562	22,928
76	1,894	1,000	2,226	4,173	5,562	14,855
77	2,613	1,000	2,226	4,173	4,172	14,183
78	4,012	4,334	4,409	5,518	5,562	23,835
79	2,613	1,907	2,226	3,000	2,968	12,715
80	2,613	1,000	2,226	4,173	4,172	14,183
81	2,613	2,614	3,157	4,173	4,172	16,728
82	4,012	4,334	3,157	4,173	4,172	19,847
83	4,012	1,907	3,157	4,173	5,562	18,811
84	2,613	2,614	3,157	5,518	5,562	19,464
85	4,012	3,428	3,157	5,518	4,172	20,287

No	Successive Interval					
	Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Y.5	Y TOT
86	3,254	2,614	3,157	4,173	4,172	17,369
87	3,254	2,614	4,409	4,173	4,172	18,620
88	2,613	2,614	4,409	5,518	5,562	20,715
89	3,254	3,428	2,226	3,000	4,172	16,079
90	2,613	2,614	3,157	5,518	5,562	19,464
91	2,613	2,614	3,157	5,518	5,562	19,464
92	4,012	3,428	3,157	5,518	5,562	21,677
93	1,894	1,000	4,409	3,000	5,562	15,864
94	4,012	2,614	3,157	4,173	5,562	19,517
95	1,000	1,000	3,157	5,518	5,562	16,237
96	1,000	1,000	4,409	4,173	4,172	14,753
97	4,012	2,614	4,409	5,518	5,562	22,114
98	1,000	1,000	3,157	5,518	5,562	16,237
99	4,012	3,428	4,409	5,518	5,562	22,928
100	1,000	1,000	3,157	5,518	5,562	16,237



## Lampiran 4 : Hasil Olah Data SPSS

### Hasil Uji Validitas X1

		Correlations								
		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	X1.8	X1_TOTAL
X1.1	Pearson Correlation	1	,555**	,178	,039	,071	,328	,225	,212	,497**
	Sig. (2-tailed)		,002	,365	,846	,721	,088	,250	,279	,007
	N	28	28	28	28	28	28	28	28	28
X1.2	Pearson Correlation	,555**	1	,214	-,046	,424*	,526**	,450*	,182	,616**
	Sig. (2-tailed)	,002		,274	,815	,024	,004	,016	,354	<,001
	N	28	28	28	28	28	28	28	28	28
X1.3	Pearson Correlation	,178	,214	1	,420*	,070	,145	-,025	,230	,443*
	Sig. (2-tailed)	,365	,274		,026	,723	,463	,900	,239	,018
	N	28	28	28	28	28	28	28	28	28
X1.4	Pearson Correlation	,039	-,046	,420*	1	,202	,180	,279	,669**	,569**
	Sig. (2-tailed)	,846	,815	,026		,303	,359	,151	<,001	,002
	N	28	28	28	28	28	28	28	28	28
X1.5	Pearson Correlation	,071	,424*	,070	,202	1	,559**	,609**	,397*	,668**
	Sig. (2-tailed)	,721	,024	,723	,303		,002	<,001	,036	<,001
	N	28	28	28	28	28	28	28	28	28
X1.6	Pearson Correlation	,328	,526**	,145	,180	,559**	1	,548**	,289	,659**
	Sig. (2-tailed)	,088	,004	,463	,359	,002		,003	,136	<,001
	N	28	28	28	28	28	28	28	28	28
X1.7	Pearson Correlation	,225	,450*	-,025	,279	,609**	,548**	1	,607**	,742**
	Sig. (2-tailed)	,250	,016	,900	,151	<,001	,003		<,001	<,001
	N	28	28	28	28	28	28	28	28	28
X1.8	Pearson Correlation	,212	,182	,230	,669**	,397*	,289	,607**	1	,757**
	Sig. (2-tailed)	,279	,354	,239	<,001	,036	,136	<,001		<,001
	N	28	28	28	28	28	28	28	28	28
X1_TOTAL	Pearson Correlation	,497**	,616**	,443*	,569**	,668**	,659**	,742**	,757**	1
	Sig. (2-tailed)	,007	<,001	,018	,002	<,001	<,001	<,001	<,001	
	N	28	28	28	28	28	28	28	28	28

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

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

### Hasil Uji Validitas X2

		Correlations					
		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2_TOTAL
X2.1	Pearson Correlation	1	,808**	,603**	,747**	,462*	,875**
	Sig. (2-tailed)		<,001	<,001	<,001	,012	<,001
	N	29	29	29	29	29	29
X2.2	Pearson Correlation	,808**	1	,447*	,710**	,475**	,828**
	Sig. (2-tailed)	<,001		,015	<,001	,009	<,001
	N	29	29	29	29	29	29
X2.3	Pearson Correlation	,603**	,447*	1	,603**	,484**	,767**
	Sig. (2-tailed)	<,001	,015		<,001	,008	<,001
	N	29	29	29	29	29	29
X2.4	Pearson Correlation	,747**	,710**	,603**	1	,462*	,855**
	Sig. (2-tailed)	<,001	<,001	<,001		,012	<,001
	N	29	29	29	29	29	29

X2.5	Pearson Correlation	,462*	,475**	,484**	,462*	1	,744**
	Sig. (2-tailed)	,012	,009	,008	,012		<,001
	N	29	29	29	29	29	29
X2_TOTAL	Pearson Correlation	,875**	,828**	,767**	,855**	,744**	1
	Sig. (2-tailed)	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	
	N	29	29	29	29	29	29

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

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

### Hasil Uji Validitas X3

#### Correlations

		X3.1	X3.2	X3.3	X3_TOTAL
X3.1	Pearson Correlation	1	,465*	,391*	,788**
	Sig. (2-tailed)		,013	,040	<,001
	N	28	28	28	28
X3.2	Pearson Correlation	,465*	1	,929**	,899**
	Sig. (2-tailed)	,013		<,001	<,001
	N	28	28	28	28
X3.3	Pearson Correlation	,391*	,929**	1	,864**
	Sig. (2-tailed)	,040	<,001		<,001
	N	28	28	28	28
X3_TOTAL	Pearson Correlation	,788**	,899**	,864**	1
	Sig. (2-tailed)	<,001	<,001	<,001	
	N	28	28	28	28

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

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

### Hasil Uji Validitas Y

#### Correlations

		Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Y.5	Y_TOTAL
Y.1	Pearson Correlation	1	,612**	,454*	,148	,032	,750**
	Sig. (2-tailed)		<,001	,013	,444	,870	<,001
	N	29	29	29	29	29	29
Y.2	Pearson Correlation	,612**	1	,223	,070	-,072	,666**
	Sig. (2-tailed)	<,001		,244	,719	,712	<,001
	N	29	29	29	29	29	29
Y.3	Pearson Correlation	,454*	,223	1	,375*	,447*	,762**
	Sig. (2-tailed)	,013	,244		,045	,015	<,001



Y.4	Pearson Correlation	,148	,070	,375*	1	,729**	,567**
	Sig. (2-tailed)	,444	,719	,045		<,001	,001
	N	29	29	29	29	29	29
Y.5	Pearson Correlation	,032	-,072	,447*	,729**	1	,458*
	Sig. (2-tailed)	,870	,712	,015	<,001		,012
	N	29	29	29	29	29	29
Y_TOTAL	Pearson Correlation	,750**	,666**	,762**	,567**	,458*	1
	Sig. (2-tailed)	<,001	<,001	<,001	,001	,012	
	N	29	29	29	29	29	29

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

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

### Hasil Uji Reliabilitas X1

Reliability Statistics		
Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
,774	,778	8

### Hasil Uji Reabilitas X2

Reliability Statistics		
Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
,807	,920	6

### Hasil Uji Reabilitas X3

Reliability Statistics		
Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
,839	,912	4

*Hasil Uji Reliabilitas Y*

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
,765	,810	6

*Hasil Uji Normalitas*

**One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

		Unstandardized Residual	
N		100	
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	,0000000	
	Std. Deviation	2,64577557	
Most Extreme Differences	Absolute	,075	
	Positive	,048	
	Negative	-,075	
Test Statistic		,075	
Asymp. Sig. (2-tailed) <sup>c</sup>		,184	
Monte Carlo Sig. (2-tailed) <sup>d</sup>	Sig.	,179	
	99% Confidence Interval	Lower Bound	,169
		Upper Bound	,189

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. Lilliefors' method based on 10000 Monte Carlo samples with starting seed 624387341.

*Hasil Uji Multikolinearitas*

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	3,802	2,662		1,428	,156		
	Kemudahan	,120	,116	,138	1,031	,305	,424	2,357
	Kepercayaan	,480	,147	,422	3,265	,002	,451	2,216
	Fitur Layanan	-,009	,203	-,006	-,046	,963	,520	1,925

a. Dependent Variable: Keputusan Menggunakan

*Hasil Uji Heteroskedastisitas*

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-,998	1,447		-,689	,492
	Kemudahan	,066	,063	,160	1,052	,296
	Kepercayaan	,059	,080	,109	,737	,463
	Fitur Layanan	-,027	,110	-,033	-,242	,810

a. Dependent Variable: RES2

*Hasil Perhitungan Analisis Regresi Berganda*

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	4,194	,722		5,812	<,001
	X1	,166	,058	,205	2,867	,005
	X2	,372	,040	,650	9,357	<,001
	X3	,121	,060	,122	1,996	,049

a. Dependent Variable: Y.1

*Hasil Uji Signifikansi Parsial (Uji t)*

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	4,194	,722		5,812	<,001
	X1	,166	,058	,205	2,867	,005
	X2	,372	,040	,650	9,357	<,001
	X3	,121	,060	,122	1,996	,049

a. Dependent Variable: Y.1

*Hasil Signifikansi Simultan (Uji f)*

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

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	317,956	3	105,985	126,893	<,001 <sup>b</sup>
	Residual	80,182	96	,835		
	Total	398,138	99			

a. Dependent Variable: Y.1

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

*Hasil Uji Koefisien Determinasi R<sup>2</sup>*

**Model Summary**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,894 <sup>a</sup>	,799	,792	,914

a. Predictors: (Constant), X3, X2, X1

## DAFTAR RIWAYAT HIDUP

### A. Identitas Diri

1. Nama Lengkap : Aldy Yanuar Awwal
2. NIM : 1817202049
3. Jurusan : Ekonomi dan Keuangan Syariah
4. Program Studi : Perbankan Syariah
5. Tempat/Tgl. Lahir : Tegal, 23 Oktober 1999
6. Alamat Rumah : Jl. Cendrawasih lt. 14, No. 04 Rt 06  
Rw 04, Kel. Randugunting, Kec. Tegal Selatan, Kota Tegal
7. Nomor Hp : 087774137950
8. E-mail : aldyyanuar2310@gmail.com
9. Nama Orang Tua Ayah : Waryono Rustam  
Ibu : Nur Aeni

### B. Riwayat Pendidikan

1. Pendidikan Formal
  - a. SD/MI, tahun lulus : SD N Randugunting 03, 2012
  - b. SMP/MTs, tahun lulus : SMP N 2 Tegal, 2015
  - c. SMA/MA, tahun lulus : SMA N 3 Tegal, 2018
  - d. S.1 tahun masuk : UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri  
Purwokerto (Dalam Proses, 2018)
2. Pendidikan Non-Formal (jika ada)
  - a. Pondok Pesantren Modern eL-Fira 3 Purwokerto

### C. Pengalaman Organisasi (jika ada)

1. OSIS SMP
2. Pengurus Pondk Pesantren Modern eL-Fira 3 Purwokerto

Purwokerto, 4 Januari 2024



Aldy Yanuar Awwal