PENGARUH KEMUDAHAN, KUALITAS LAYANAN DAN KEPERCAYAAN TERHADAP MINAT BERTRANSAKSI MENGGUNAKAN APLIKASI DANA DI YOGYAKARTA

RINGKASAN SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Gelar Sarjana

Disusun Oleh:

APRILIA STEPHANIE PADJI

1119 30718

PROGRAM STUDI AKUNTANSI

SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI

YAYASAN KELUARGA PAHLAWAN NEGARA

YOGYAKARTA

2023

TUGAS AKHIR

PENGARUH KEMUDAHAN, KUALITAS LAYANAN DAN KEPERCAYAAN TERHADAP MINAT BERTRANSAKSI MENGGUNAKAN APLIKASI DANA DI YOGYAKARTA

Dipersiapkan dan disusun oleh:

APRILIA STEPHANIE PADJI

Nomor Induk Mahasiswa: 111930718

telah dipresentasikan di depan Tim Penguji pada tanggal 4 Mei 2023 dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana Akuntansi (S.Ak.)

Susunan Tim Penguji:

Pembimbing	Penguji
Deden Iwan Kusuma, Drs., M.Si., Ak., CA.	Wing Wahyu Winarno, Dr., M.A.F.I.S., Ak., CA.

Yogyakarta, 4 Mei 2023
Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi YKPN Yogyakarta
Ketua

Wisnu Prajogo, Dr., M.B.A.

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh persepsi kemudahan, persepsi kualitas layanan dan persepsi kepercayaan terhadap minat bertransaksi menggunakan aplikasi DANA. Penelitian ini menggunakan pengumpulan data primer yang berupa kuesioner. Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa Yogyakarta yang pernah bertransaksi menggunakan aplikasi DANA. Pengambilan sampel menggunakan metode *purposive sampling* dengan kriteria yang pernah bertransaksi menggunakan aplikasi DANA. Sampel dalam penelitian ini berjumlah 104 responden. Teknik analisis data penelitian ini menggunakan teknik analisis deskriptif dan analisis regresi linear berganda. Hasil ini menunjukkan bahwa persepsi kemudahan dan persepsi kepercayaan berpengaruh positif terhadap minat bertransaksi menggunakan aplikasi DANA, sedangkan persepsi kualitas layanan berepngaruh negatif terhadap minat bertransaksi menggunakan aplikasi DANA.

Kata kunci: Persepsi Kemudahan, Persepsi Kualitas Layanan, Persepsi Kepercayaan, Minat Bertransaksi

ABSTRACT

This study aims to analyze the effect of perceived of ease, perceived service quality and perceived trust on requesting transactions using the DANA application. This study uses primary data collection in the form of a questionnaire. The population in this study were Yogyakarta students who had transacted using the DANA application. Sampling using the purposive sampling method with the criteria of have been transacted using the DANA application. The sample in this study amounted to 104 respondents. The data analysis technique of this research uses descriptive analysis technique and multiple linear regression analysis. The results of this study show that: Perceived of ease and Perceived trust has a positive effect on the intention to make transactions using the DANA application, while Perceived service quality have a negative effect on requesting transactions using the DANA application.

Keywords: Perceived of Ease , Perceived Quality of Service, Perceived Trust, Interest in Transactions

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

LATAR BELAKANG MASALAH

Diera globalisasi ini, perkembangan ekonomi yang semakin maju dan pesat didukung secara penuh oleh kemajuan sistem informasi dan daya beli masyarakat yang tinggi. Perkembangan teknologi informasi telah membuat gaya hidup masyarakat semakin mudah dan praktis, salah satu contohnya adalah teknologi pembayaran yang disebut dengan *financial technology* (*fintech*). Menurut Bank Indonesia *financial technology* (*fintech*) yang diatur dalam pasal 1 ayat 1 Peraturan Bank Indonesia Nomor 19/12/PBI/2017 Tentang Penyelenggaraan Teknologi Finansial adalah sistem teknologi berupa keuangan digital yang menciptakan produk, layanan, atau model bisnis baru yang mempengaruhi stabilitas moneter, dan keuangan serta efisiensi, fleksibilitas, keandalan, dan keamanan sistem pembayaran, seperti inovasi teknologi dalam layanan keuangan.

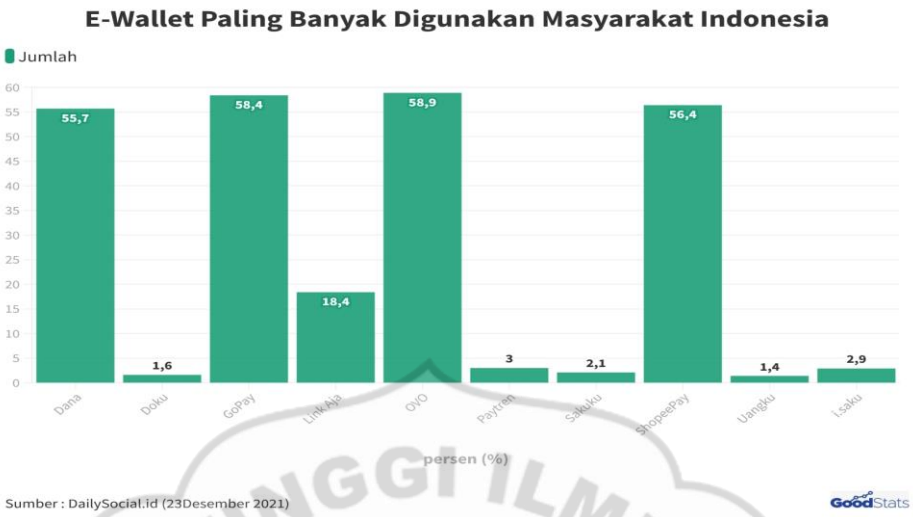
Fintech lebih memudahkan individu dalam melakukan pembayaran *online* tanpa uang tunai. Selain itu, perkembangan internet mendukung setiap proses pembayaran digital. Hal ini tentunya mendorong perusahaan membangun bisnis industry *financial technology* (*fintech*) dan menghadirkan produk dan fitur menarik kepada masyarakat.

Ada beberapa dompet digital yang digunakan masyarakat yaitu OVO, GOPAY, *ShopeePay*, DANA, LinkAja, dan iSaku. Diantara dompet digital yang beredar, DANA merupakan salah satu dompet digital yang sangat diminati. DANA berdiri pada tanggal 5 desember 2018, aplikasi DANA resmi terdaftar di Bank Indonesia sebagai dompet digital karena memiliki lisensi berupa uang elektronik, pembayaran pulsa, pulsa listrik, pulsa data, transfer antar bank, pembayaran BPJS kesehatan dan membayar asuransi.

Produk dan layanan yang baik memberikan nilai terbesar dan diminati oleh masyarakat. Hal ini penting bagi perusahaan untuk menyediakan produk atau layanan berkualitas yang menarik individu untuk menggunakan aplikasi DANA dan merasa puas dengan aplikasi DANA sebagai perusahaan dengan pengguna terbanyak dengan informasi sebagai berikut:

repository.stieykpn.ac.id

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI



Gambar 1. 1

Pengguna Dompet Digital Sumber: (DailySocial.id)

Berdasarkan gambar sebelumnya menunjukkan aplikasi DANA paling banyak digunakan dengan persentase pengguna sebesar 55,7% di urutan ke-4 di Indonesia. Dompet digital dipengaruhi berbagi faktor di antaranya menurut penelitian yang dilakukan Pratama & Suputra (2019) menyatakan bahwa persepsi manfaat, kemudahan penggunaan, dan tingkat kepercayaan dapat mempengaruhi seseorang dalam menggunakan aplikasi DANA.

Perkembangan teknologi informasi dilakukan dengan berbagai kajian agar tercipta suatu model yang mampu mengukur faktor-faktor yang dapat mempengaruhi adopsi teknologi informasi. Model yang umum digunakan adalah *Technology Acceptance Model* (TAM), TAM diperkenalkan oleh Davis, et al, (1989) dalam model ini mempelajari dan memahami perilaku pemakai sistem informasi. Nasution (2004) menyatakan bahwa perilaku saat mengadopsi sistem teknologi informasi yang di mana pengguna dan komputer saling berinteraksi yang merupakan hasil faktor persepsi kemudahan, sikap pengguna, persepsi kemanfaatan, dan minat perilaku.

Menurut penelitian Jogyianto (2007) menyatakan bahwa persepsi kemudahan adalah ketika seseorang percaya dan yakin jika menggunakan teknologi informasi akan bebas dari

repository.stieykpn.ac.id

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

usaha. Kemudahan penggunaan teknologi yang dirasakan, bahwa penggunaan teknologi mengurangi usaha individu. Semakin mudah sistem digunakan, semakin sedikit usaha yang dilakukan pengguna yang meningkatkan kinerjanya. Karena kemudahan yang didapat, masyarakat menggunakan teknologi informasi dalam kehidupan sehari-hari. Menurut penelitian yang dilakukan oleh (Ageng, 2022) persepsi kemudahan berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan *fintech* pada aplikasi DANA, sedangkan menurut Cindyana & Alimuddin menyatakan bahwa kemudahan tidak berpengaruh terhadap niat beli ulang *e-wallet.*

Kualitas layanan merupakan persyaratan dasar bagi perusahaan untuk menawarkan layanan yang berkualitas. Kualitas layanan dapat ditentukan dengan membandingkan persepsi pelanggan terhadap layanan yang diinginkan. Menurut Parasuman (1988:23) kualitas layanan dapat diartikan sebagai keharusan dalam memenuhi kebutuhan dan syarat, serta ketepatan waktu untuk memenuhi harapan pelanggan. Mengukur kualitas berarti mengevaluasi atau membandingkan kinerja suatu jasa dengan standar yang ada (Tjiptono, 2002:99).

Kepercayaan diperlukan agar pengguna sistem teknologi informasi merasa bahwa penggunaan teknologi informasi meningkatkan kinerjanya. Menurut penelitian yang dilakukan oleh (Pratama & Suputra, 2019) persepsi kepercayaan berpengaruh positif terhadap minat bertransaksi menggunakan *e-money*. Namun berbeda dengan penelitian Sati & Ratna bahwa persepsi kepercayaan yang dirasakan tidak memengaruhi minat dalam menggunakan uang elektronik.

Berdasarkan penjelasan di atas maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul "PENGARUH KEMUDAHAN, KUALITAS LAYANAN DAN KEPERCAYAAN TERHADAP MINAT BERTRANSAKSI MENGGUNAKAN APLIKASI DANA DI YOGYAKARTA"

repository.stieykpn.ac.id

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

TINJAUAN TEORI DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS

TAM (*Technology Acceptance Model*)

Technology Acceptance Model dikembangkan oleh Davis, et al, (1989) berdasarkan dari model TRA (*Theory of Reasoned Action*). TAM memiliki beberapa faktor model diantaranya yaitu persepsi kemudahan (*perceived ease of use*), persepsi kemanfaatan (*perceived usefulness*), sikap pengguna (*attitude toward using*), minat perilaku (*behavioral intention*) dan penggunaan (*actual use*).

1. Persepsi Kemudahan (*perceived ease of use*).

   Persepsi kemudahan diartikan seseorang percaya bahwa menggunakan teknologi dapat memudahkan pekerjaannya secara langsung maupun tidak langsung yang dimana seseorang akan terus menggunakannya.

2. Persepsi Kemanfaatan (*perceived usefulness*).

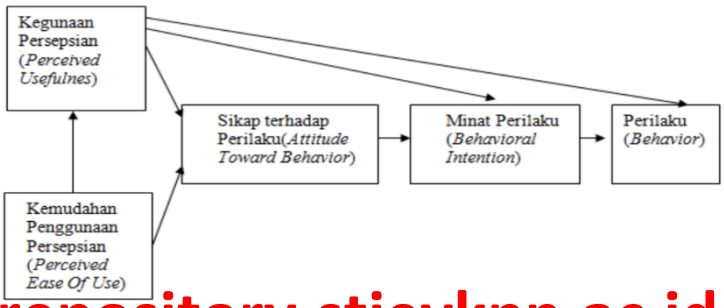
   Persepsi kemanfaatan didefinisikan sebagai persepsi individu bahwa penggunaan teknologi bermanfaat dan meningkatkan kinerja.

3. Sikap Pengguna (*attitude toward using*).

   Sikap pengguna diartikan sebagai ukuran kondisi nyata di mana pengguna mengekspresikan hasil penggunaan teknologi informasi.

4. Minat Perilaku (*behavioral intention*).
   Minat diartikan sebagai suatu keadaan dimana seseorang berkeinginan untuk melakukan sesuatu.
5. Penggunaan (*actual use*).
   Tindakan yang dilakukan sehubungan dengan penggunaan teknlogi informasi, termasuk perilaku penggunaan. .

Berikut adalah gambar dari penjelasan mengenai konstruk utama dalam TAM
.



repository.stieykpn.ac.id

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

Gambar 2. 1

Technology Acceptance Model (TAM)

Sumber :Jogiyanto (2007)

Dompet Digital

Dompet digital atau sering disebut *e-wallet* adalah bentuk perkembangan teknologi berbasis keuangan yang merupakan metode pembayaran secara *online* dengan jaringan internet.

Persepsi Kemudahan

Menurut Davis dalam Fahmawati (2015) menyebutkan tiga indikator dari persepsi kemudahan sebagai berikut:

1. Mudah dipelajari dan dipahami saat mengoperasikan sistem.
2. Mudah digunakan kapan saja, dimana saja tanpa harus menghabiskan banyak waktu dan tenaga.
3. Mudah digunakan ketika permintaan pengguna direspon dengan baik dan cepat.

Persepsi Kualitas Layanan

Tjiptono dan Chandra (2009:119) menyatakan kualitas layanan dapat dibentuk melalui empat indikator sebagai berikut:

1. Kecepatan
2. Ketepatan
3. Keramahan
4. Kenyamanan

repository.stieykpn.ac.id

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

Persepsi Kepercayaan

Menurut Chaucan (2015) berpendapat bahwa persepsi kepercayaan dapat diukur dengan empat indikator sebagai berikut:

1. Dapat dipercaya.
2. Adanya perlindungan.
3. Memberi keamanan.
4. Tepat janji.

Minat

Menurut Juhri & Dewi (2017) terdapat tiga indikator terbentuknya minat sebagai berikut:

1. Dorongan dalam diri seseorang menggunakan atau membeli suatu produk yang diminatinya.
2. Keinginan seseorang untuk merekomendasikannya pada orang lain.
3. Minat mencerminkan keinginan seseorang untuk menerima informasi terhadap produk yang disukai
4. .

Peneliti Terdahulu

No.	Penelitian	Variabel	Jurnal	Hasil Penelitian
1.	(Saputra, 2022)	Pengalaman Pengguna, Persepsi kemudahan, Persepsi Kepercayaan	Pengaruh Pengalaman Pengguna, Kemudahan Transaksi, dan Kepercayaan Konsumen terhadap Keputusan Penggunaan Aplikasi Dana	Pengalaman Pengguna tidak berpengaruh positif terhadap Keputusan Penggunaan Kemudahan Transaksi berpengaruh positif terhadap Keputusan

repository.stieykpn.ac.id

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

				Penggunaan. Kepercayaan Konsumen berpengaruh positif terhadap Keputusan Penggunaan.
2.	(Desita & Dewi, 2022)	Persepsi Kemanfaatan, Persepsi Kemudahan, Persepsi Risiko, Promosi, dan Fitur Layanan	Pengaruh Persepsi Kemanfaatan, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Risiko, Promosi dan Fitur Layanan terhadap Minat Menggunakan Transaksi Non Cash pada Aplikasi Dompet Elektronik *E-Wallet*	Persepsi kemanfaatan, persepsi kemudahan penggunaan, promosi , persepsi risiko berpengaruh negatif terhadap minat menggunakan aplikasi e-wallet dan fitur layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan aplikasi e-wallet.
3.	(Ageng, 2022)	Persepsi Kemudahan, Persepsi Kepercayaan, dan Persepsi Risiko.	Pengaruh Persepsi Kemudahan, Kepercayaan, dan Risiko terhadap Minat menggunakan Financial Technology (Fintech) pada Generasi Millineal di Kelurahan Pasir Putih	Persepsi Kemudahan, persepsi kepercayaan, dan persepsi risiko, berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan fintech pada Aplikasi DANA
4.	(Indrawati & Pattinama, 2021)	Persepsi *Brand Image*, Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Konsumen	*Brand Image*, Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Konsumen Di Dalam Pengaruhnya Terhadap Minat	*Brand Image*, Kualitas Pelayanan tidak berpengaruh positif dan signifikan dan kepuasan konsumen

repository.stieykpn.ac.id

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

			Ulang Penggunaan Aplikasi Dana	berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat kembali menggunakan Aplikasi Dana
5.	(Pratama & Suputra, 2019)	Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan dan Tingkat Kepercayaan	Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan, dan Tingkat Kepercayaan Pada Minat Menggunakan Uang Elektronik	Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan penggunaan, dan Tingkat Kepercayaan berpengaruh positif terhadap minat bertransaksi menggunakan uang *e-money*

Pengembangan Hipotesi dan Kerangka Pemikiran

Pengaruh Persepsi Kemudahan Terhadap Minat Bertransaksi Menggunakan aplikasi DANA

Menurut Chin dan Tod (1995) dalam Hardiawan (2013) kemudahan adalah sejauh mana perkembangan sistem teknologi informasi saat ini mudah dipahami, dipelajari dan digunakan. Berdasarkan penelitian yang dilakukan (Pratama & Suputra, 2019) menunjukkan bahwa kemudahan teknologi dapat mempengaruhi seseorang untuk menggunakannya secara positif.

H1 (+): Persepsi Kemudahan berpengaruh positif terhadap minat bertransaksi menggunakan aplikasi DANA

Pengaruh Persepsi Kualitas Layanan terhadap Minat Bertransaksi Menggunakan aplikasi DANA

Menurut Tjiptono (2005:4) menyatakan bahwa jika kualitas layanan yang diterima atau dialami sesuai maka kualitas tersebut dipersepsikan baik dan memuaskan. Fasilitas mempengaruhi kualitas pelayanan di mata pelanggan. Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh (Desita &

repository.stieykpn.ac.id

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

Dewi, 2022) menyatakan bahwa fitur layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan *e-wallet*, fitur layanan merupakan salah satu pendukung dari *e-wallet*..

H2 (+): Persepsi Kualitas Layanan berpengaruh positif terhadap minat bertransaksi menggunakan aplikasi DANA

Pengaruh Persepsi Kepercayaan Terhadap Minat Bertransaksi Menggunakan Aplikasi DANA

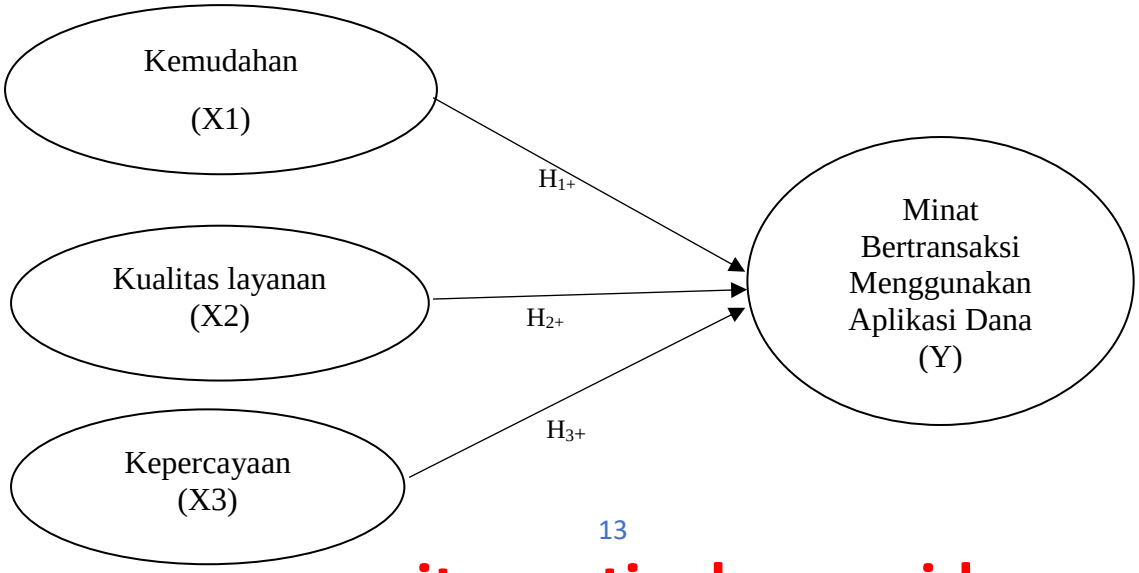
Ba dan Pavlou (2002) menggambarkan kepercayaan sebagai penilaian hubungan seseorang dengan harapan dalam lingkungan yang tidak dapat diprediksi. Berdasarkan penelitian (Pratama & Suputra, 2019) mengatakan bahwa kepercayaan mempengaruhi minat bertransaksi menggunakan aplikasi DANA.

H3 (+): Persepsi Kepercayaan berpengaruh positif terhadap minat bertransaksi menggunakan aplikasi.

METODE PENELITIAN

Administrasi Survei

Dengan menggunakan data kuantitaif kemudian diperoleh data dari hasil pengumpulan kuesioner melalui media whatssAp dan Instagram dalam bentuk link Google Form, yang kemudian diolah menggunakan aplikasi SPSS. Variabel yang digunakan tergambar dalam bagan berikut:



repository.stieykpn.ac.id

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

Gambar 3. 1

Model Penelitian

Hubungan antar X_1, X_2, X_3, dan Y

Keterangan :

X_1, X_2, X_3, : Variabel kemudahan, kualitas layanan dan kepercayaan

Y : Minat Bertransaksi Menggunakan Aplikasi DANA

Populasi

Menurut Sugiyono (2019) populasi adalah generalisasi yang terdiri dari objek atau subjek dengan sejumlah sifat tertentu untuk dipelajari dan analisis. Demografi yang diteliti dalam penelitian ini adalah mahasiswa Yogyakarta yang pernah

Sampel

Sampel mewakili ukuran dan karakteristik. Ketika populasi terlalu besar dan peneliti tidak dapat mempelajari semuanya karena keterbatasan keuangan atau masalah pribadi (Sugiyono, 2019:127).

$$\frac{N}{1+N(e)^2} = \frac{140}{1+140(0{,}05)^2} = \frac{140}{1+0{,}35} = \frac{140}{1{,}35} = 104$$

Keterangan:

N = Jumlah populasi

n = Jumlah sampel

e = Presentase kelonggaran 5%

Hasil yang di dapatkan dengan menggunakan rumus *slovin* ,sampel yang dapat digunakan dalam penelitian sebanyak 104 responden.

repository.stieykpn.ac.id

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

Metode dan Teknik Analisis

1. **Uji Statistic Descriptive**

Uji statistik deskriptif digunakan untuk mendeskripsikan atau menggambarkan objek penelitian melalui data sampel atau populasi (Sugiyono, 2007). Jenis dari pengujian statistik deskriptif merupakan sebuah angka.

2. **Uji Instrumen**

- **Uji Validitas**

Uji validitas digunakan untuk menguji ketepatan setiap item pertanyaan variabel penelitian dapat dikatakan valid atau tidak (Algifari, 2013). Pada setiap item variabel dapat dikatakan valid jika nilai korelasinya lebih besar dari nilai r tabel. Cara untuk mencari nilai r tabel pada nilai signifikan 0,05, (r tabel > r hitung).

- **Uji Reliabilitas**

Menurut Kuncoro (2013) uji realibilitas merupakan pengukuran yang menunjukkan dimana pengukurannya bebas dari kesalahan atau dapat juga mengukur konsisten lintas waktu dan lintas elemen dalam instrumen. Uji reliabilitas dilakukan untuk mengetahui apakah instrumen tersebut reliabel atau tidak. Menurut Algifari (2015) suatu item dinyatakan reliabel jika *Alpha Cronbach* >0,6.

3. **Uji Asumsi Klasik**

- **Uji Normalitas**

Uji Normalitas probability plot adalah membandingkan distribusi normal Ghozali (2011). Dasar pengambilan keputusan melalui analisis ini, jika data menyebar disekitar garis diagonal sebagai representasi pola distribusi normal, berarti model regresi memenuhi asumsi normalitas.

- **Uji Multikolinearitas**

repository.stieykpn.ac.id

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

Menurut Wing Wahyu Winarno (2009) Uji Multikolinearitas adalah suatu uji apakah didalam model regresi terdapat hubungan linear antar variabel bebas. Pengujian ini menggunakan metode *Tolerance* dan *Variance Inflation Factor* (VIF). Jika antar variabel terdapat koefisien relasi lebih dari 0,10 dan nilai VIF <; 10 dapat dikatakan multikolinearitas tidak terjadi.

- **Uji Heteroskedastisitas**

Uji Heteroskedasitisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terdapat ketidaksamaan varian residu dari satu pengamatan ke pengamatan lainnya, dalam pengujian ini menggunakan pengujian white yang digunakan untuk melihat apakah data terdapat masalah heteroskedastisitas atau tidak.

- Chi square hitung < Chi square tabel maka berkesimpulan tidak terjadi gejala heteroskedasitisitas.
- Chi square hitung > Chi square tabel maka berkesimpulan terjadi gejala heteroskedastisitas.

Rumus Chi square hitung : N * R Square

Keterangan : N (Jumlah Data Sampel)

4. Uji Regresi Linear Berganda

Analisis regresi berganda menurut (Ghozali & Ratmono, 2017) metode ini bertujuan untuk menguji apakah berpengaruh dua atau lebih variabel independen terhadap satu variabel dependen dan umumnnya dinyatakan dalam persamaan berikut ini:

$$\mathbf{Y = \alpha + \beta 1X1 + \beta 2X2 + \beta 3X3 + \mu}$$

Keterangan:

Y = Minat Bertrasnsaksi

α = Konstanta

β1, β2, β3 = Koefisien regresi untuk variabel

repository.stieykpn.ac.id

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

X1, X2, X3 = Persepsi Kemudahan, Persepsi Kualitas Layanan dan Persepsi Kepercayaan

μ = *Error term* (variabel residual)

5. Uji Hipotesis

- **Uji Koefisien Determinasi (R^2)**

Menurut Algifari (2015) uji koefisien determinasi digunakan untuk menentukan seberapa besar pengaruh yang ada antara variabel..

- **Uji F**

Menurut Algifari (2015) Uji F bertujuan untuk mengetahui apakah ada pengaruh semua variabel independen yang dimasukkan dalam model penelitian memepengaruhi variabel dependen. Pengujian hipotesis menggunakan uji F dengan nilai (a = 0,05). Dasar keputusan uji F dilihat dari nilai signifikan < 0,05 dapat diartikan bahwa semua variabel independen berpengaruh signifikan yang mempengaruhi variabel dependen.

- **Uji t**

Uji parsial atau uji t ini digunakan untuk menguji apakah ada pengaruh antar variabel bebas dengan variabel terikat atau tidak. Jika nilainya signifikan < 0,05 dapat diartikan variabel bebas berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat. Namun, jika nilai signifikan lebih tinggi > 0,05 dapat diartikan bahwa variabel bebas tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat.

ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian

Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Persentase (%)	Frequency
Pria	21,2%	22
Wanita	78,8%	82
Jumlah	**100**	**104**

Sumber: Data Primer diolah,2023

repository.stieykpn.ac.id

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

Usia

Usia	Persentase (%)	Frequency
17-20	8,7	9
21-25	88,5	92
>25	2,9	3
Jumlah	**100**	**104**

Sumber: Data Primer diolah,2023

Perguruan Tinggi:

Jenis Perguruan Tinggi	Persentase (%)	Frequency
PTS	90,4	94
PTN	9,6	10
Jumlah	**100**	**104**

Sumber: Data Primer diolah,2023

Berapa Kali Bertransaksi

Berapa kali	Persentase (%)	Frequency
1-3	40,4	42
3-5	18,3	19
>5	41,3	43
Jumlah	**100**	**104**

Sumber: Data Primer diolah,2023

1. **Uji Statistik Deskriptif**

Variabel	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Persepsi Kemudahan	104	2,00	5,00	4,4432	0,69432
Persepsi Kualitas Layanan	104	2,00	5,00	4,4135	0,69129
Persepsi Kepercayaan	104	1,00	5,00	4,3558	0,81155
Minat Bertransaksi	104	1,00	5,00	4,3942	0,78107

Sumber: Data Primer diolah,2023

Variabel persepsi kemudahan sebanyak 104 responden memiliki nilai minimum 2 dan nilai maximum 5 dan mean 4,4432 yang artinya secara keseluruhan responden menjawab sangat setuju. Variabel persepsi kualitas layanan sebanyak 104 responden memiliki nilai minimum 2 dan nilai maximum 5 dan mean 4,4135 yang artinya secara keseluruhan responden menjawab sangat setuju.. Variabel persepsi kepercayaan sebanyak 104 responden memiliki nilai minimum 1 dan nilai maximum 5 dan mean 4,3558 yang artinya secara keseluruhan responden menjawab sangat setuju.. Variabel minat berransaksi sebanyak 104 responden memiliki nilai

repository.stieykpn.ac.id

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

minimum 1 dan nilai maximum 5 dan mean 4,3942 yang artinya secara keseluruhan responden menjawab sangat setuju.

2. Uji Instrumen

- **Uji Validitas**

Nilai R tabel dapat diperoleh dari rumus DF=N-2 (DF=104-2=102) dengan tingkat signifikan 0,05 maka nilai R tabel adalah 0,1927. Adapun hasil uji validitas masing-masing variabel sebagai berikut:

Pertanyaan	r Tabel	r Hitung	Hasil
PK1	0,1927	0,880	Valid
PK2		0,790	Valid
PK3		0,878	Valid
PK4		0,873	Valid

Sumber: Data Primer diolah,2023

Berdasarkan tabel diatas menunjukkan keempat aitem pertanyaan persepsi kemudahan dinyatakan valid.

Pertanyaan	r Tabel	r Hitung	Hasil
PKL1	0,1927	0,876	Valid
PKL2		0,876	Valid
PKL3		0,868	Valid
PKL4		0,813	Valid

Sumber: Data Primer diolah,2023

Berdasarkan tabel diatas menunjukkan keempat aitem pertanyaan persepsi kualitas layanan dinyatakan valid.

Pertanyaan	r Tabel	r Hitung	Hasil
PKN1	0,1927	0,900	Valid
PKN2		0,931	Valid
PKN3		0,925	Valid
PKN4		0,864	Valid

Sumber: Data Primer diolah,2023

Berdasarkan tabel diatas menunjukkan keempat aitem pertanyaan persepsi kepercayaan dinyatakan valid.

repository.stieykpn.ac.id

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

Pertanyaan	r Tabel	r Hitung	Hasil
MB1	0,1927	0,879	Valid
MB2		0,893	Valid
MB3		0,916	Valid
MB4		0,876	Valid

Sumber: Data Primer diolah,2023

Berdasarkan tabel diatas menunjukkan keempat aitem pertanyaan minat bertransaksi dinyatakan valid.

- **Uji Reliabilitas**

Variabel	*Cronbach Alpha*	Standar	Hasil
Persepsi Kemudahan	0,877	0,6	Reliabel
Persepsi Kualitas Layanan	0,881		Reliabel
Persepsi Kepercayaan	0,927		Reliabel
Minat Bertransaksi	0,911		Reliabel

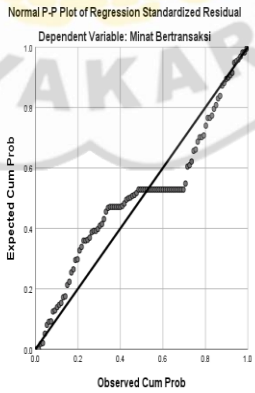
Sumber: Data Primer diolah,2023

Berdasarkan tabel di atas dapat disimpulkan bahwa variabel persepsi kemudahan, persepsi kualitas, persepsi pelayanan dan minat bertransaksi memiliki pertanyaan yang reliabel

3. **Uji Asumsi Klasik**

- **Uji Normalitas**

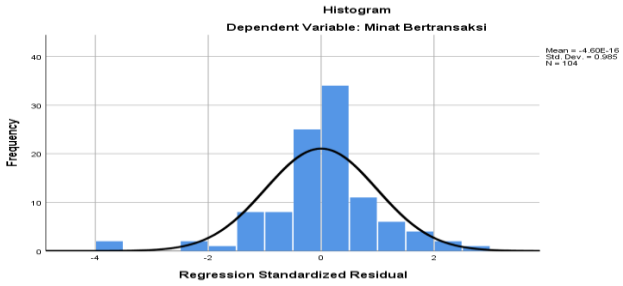
Hasil Uji Normalitas Probality Plot



menunjukkan bahwa titik-titik ploting menyebar mengikuti garis diagonal yang mengartikan bahwa data berdistribusi normal.

repository.stieykpn.ac.id

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI



Sumber: Data Primer diolah,2023

menunjukkan bahwa garis yang membentuk lonceng berada di tengah-tengah yang mengartikan bahwa mengartikan bahwa data berdistribusi normal

- **Uji Multikolinearitas**

Variabel	*Collinierity*		Kesimpulan
	Tolerance	*VIF*	
Persepsi Kemudahan	0,451	2,219	Tidak terjadi multikolinearitas
Persepsi Kualitas Layanan	0,318	3,141	Tidak terjadi multikolinearitas
Persepsi Kepercayaan	0,439	2,280	Tidak terjadi multikolinearitas

Sumber: Data Primer diolah,2023

Berdasarkan tabel diatas dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi masalah multikolinearitas.

- **Uji Heteroskedastisitas**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	0,832	0,692	0,670	0,17940

Sumber: Data Primer diolah,2023

Rumus:
Chi square hitung : N * R square = 104 * 0.692 = 71.968
Chi square tabel : 0.1909 (df= n – 2 = 104-2= 102, α = 0,05) = 126,574148
Berdasarkan perhitungan diatas maka Chi square hitung 71.968 < Chi square tabel 126,574148
Hal ini mengartikan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas.

4. Analisis Regresi Linear Berganda

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	0,979	1,044		0,938	0,351
	Persepsi Kemudahan	0,360	0,80	0,327	4,486	0,000
	Persepsi Kualitas Layanan	-0,042	0,100	-0,37	-0,425	0,672
	Persepsi Kepercayaan	0,628	0,70	0,664	8,978	0,000

Sumber: Data Primer diolah,2023

repository.stieykpn.ac.id

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

1. Constant sebesar 0,979 bersimbol positif dengan makna, apabila variabel independen tetap (bernilai 0) maka minat penggunaan akan naik sebesar 0.979
2. Kemudahan sebesar 0,360 bersimbol positif dengan makna, apabila variabel independen tetap (bernilai 0) maka minat penggunaan akan naik sebesar 0,360.
3. Kualitas Layanan sebesar -0,042 bersimbol negatif maka minat penggunaan akan naik turun sebesar -0,042.
4. Kemudahan sebesar 0,0628 bersimbol positif dengan makna, apabila variabel independen tetap (bernilai 0) maka minat penggunaan akan naik sebesar 0,0628

1. Uji Hipotesis

Uji Koefisien Determinasi R^2

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	0,872[a]	0,760	0,753	1,513

Sumber: Data Primer diolah,2023

Berdasarkan tabel diatas, bisa dikatakan variabel independen dapat berpengaruh terhadap variabel dependen sebesar 75,3%.

- **Uji F**

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	724,026	3	241,342	105,454	0,000[b]
	Residual	228,859	100	2,289		
	Total	952,885	103			

Sumber: Data Primer diolah,2023

Berdasarkan tabel diatas disimpulkan bahwa semua variabel yaitu persepsi kemudahan, kualitas layanan dan kepercayaan berpengaruh secara signifikan terhadap minat bertransaksi menggunakan aplikasi DANA.

- **Uji Parsial (Uji t)**

Hipotesis	P. Value	< *Alpha*	Keputusan
Persepsi Kemudahan berpengaruh positif terhadap minat menggunakan aplikasi DANA (H1)	0,000	0,05	Diterima
Persepsi Kualitas layanan berpengaruh negatif terhadap minat menggunakan aplikasi DANA (H2)	0,672		Ditolak
Persepsi Kepercayaan berpengaruh positif terhadap minat menggunakan aplikasi DANA (H3)	0,000		Diterima

Sumber: Data Primer diolah,2023.

repository.stieykpn.ac.id

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

1. Hasil pengujian menunjukkan bahwa variabel persepsi kemudahan memperlihatkan bahwa responden merasa mudah menggunakan aplikasi DANA untuk bertransaksi sehari-hari, sehingga hipotesis pertama yaitu persepsi kemudahan berpengaruh terhadap minat bertransaksi **diterima**.
2. Hasil pengujian menunjukkan bahwa variabel persepsi kualitas layanan memperlihatkan bahwa pelayanan yang diberikan aplikasi DANA tidak dapat memenuhi kebutuhan yang diharapkan pengguna, sehingga hipotesis kedua yaitu persepsi kualitas layanan berpengaruh terhadap minat bertransaksi **ditolak**.
3. Hasil pengujian menunjukkan bahwa variabel persepsi kepercayaan memperlihatkan bahwa pengguna telah memiliki rasa kepercayaan dan keamanan terhadap penggunaan aplikasi DANA dalam bertransaksi., sehingga hipotesis ketiga yaitu persepsi kepercayaan berpengaruh terhadap minat bertransaksi **diterima**

Saran

Saran yang dapat disampaikan dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Penelitian selanjutnya, diharapkan dapat menambahkan lebih banyak variabel pada penelitian. Misalnya, tambahkan variabel manfaat, fitur layanan, dan kepuasaan konsumen untuk melihat apakah ada perbedaan variabel tersebut pada minat seseorang.
2. Pihak aplikasi DANA mengevaluasi dan meningkatkan efisiensi kerja untuk memberikan kemudahan, kualitas layanan dan kepercayaan bagi pengguna, karena faktor-faktor tersebut sangat mempengaruhi minat bertransaksi dengan aplikasi DANA.

repository.stieykpn.ac.id

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

DAFTAR PUSTAKA

Ageng, R. W. (2022). PROGRAM STUDI MANAJEMEN FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS UNIVERSITAS MEDAN AREA MEDAN 2022.

Ajijah, J. H., & Selvi, E. (2021). Pengaruh kompetensi dan komunikasi terhadap kinerja perangkat desa. Jurnal Manajemen, 13.

Astuti, I. S., & Nugroho, E. S. (2021). Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi minat masyarakat dalam menggunakan aplikasi dompet digital go-pay. Jurnal Manajemen, 13.

Desita, W., & Dewi, G. A. K. R. S. (2022). Pengaruh Persepsi Kemanfaatan, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Risiko, Promosi dan Fitur Layanan terhadap Minat Menggunakan Transaksi Non Cash pada Aplikasi Dompet Elektronik E-Wallet. Vol. 13 No. 1 (2022).

Falah, M. N. (2021). PENGARUH PERSEPSI KEMUDAHAN, PERSEPSI KEPERCAYAAN, DAN PERSEPSI RISIKO TERHADAP MINAT MENGGUNAKAN KEMBALI SHOPEEPAY DI KOTA MALANG SAAT PANDEMI COVID19.

Hardiawan, A. C. (2013). Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan, dan Kualitas Informasi Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online (Studi Pada Pengguna Situs Jual Beli Online tokobagus.com).

Indrawati, L., & Pattinama, M. M. (2021). Brand Image, Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Konsumen Di Dalam Pengaruhnya Terhadap Minat Ulang Penggunaan Aplikasi Dana. Jurnal Bisnis dan Manajemen, 8(1). https://doi.org/10.26905/jbm.v8i1.4963

Joan, L., & Sitinjak, T. (2019). PENGARUH PERSEPSI KEBERMANFAATAN DAN PERSEPSI KEMUDAHAN PENGGUNAAN TERHADAP MINAT PENGGUNAAN LAYANAN PEMBAYARAN DIGITAL GO-PAY. Jurnal Manajemen, 8.

Latief, F., & Dirwan. (2020). PENGRARUH KEMUDAHAN, PROMOSI, DAN KEMANFAATAN TERHADAP KEPUTUSAN PENGGUNAAN UANG DIGITAL. https://doi.org/https:/doi.org/10.35326/jiam.v3i1

Nanincova, N., Petra, K., & Siwalankerto, J. (2019). PENGARUH KUALITAS LAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN NOACH CAFE AND BISTRO. 7(2).

Natalius, A. K., Budiman, R. B., & Wijayanto, D. (2021). PENGUKURAN KUALITAS LAYANAN DENGAN METODE SERVICE QUALITY (SERVQUAL) DAN ZONE OF TOLERANCE (ZOT) PADA LAYANAN INDIHOME DI KOTA PONTIANAK. Vol 5, No 1.

Pratama, A. B., & Suputra, I. D. G. D. (2019). Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan, dan Tingkat Kepercayaan Pada Minat Menggunakan Uang Elektronik. E-Jurnal Akuntansi, 927. https://doi.org/10.24843/EJA.2019.v27.i02.p04

Prawiyogi, A. G., Sadiah, T. L., Purwanugraha, A., & Elisa, P. N. (2021). Penggunaan Media Big Book untuk Menumbuhkan Minat Membaca di Sekolah Dasar. Jurnal Basicedu, 5(1), 446–452. https://doi.org/10.31004/basicedu.v5i1.787

S, A. R., Astuti, E. S., & Susilo, H. (n.d.). PENGARUH PERSEPSI KEMUDAHAN DAN PERSEPSI KEMANFAATAN TERHADAP PENGGUNAAN YOUTUBE DENGAN PENDEKATAN TAM (Studi Pada Mahasiswa S1 Fakultas Ilmu Administrasi Jurusan Administrasi Bisnis Angkatan Tahun 2010/2011 dan 2011/2012 Universitas Brawijaya).

Saputra, A. (2022). Pengaruh Pengalaman Pengguna, Kemudahan Transaksi, dan Kepercayaan Konsumen. http://repository.stei.ac.id/id/eprint/9094

Saputro, N. R. (2014). ANALISIS PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN NASABAH BMT ARAFAH SUKOHARJO.

repository.stieykpn.ac.id

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

Setyarko, Y. (2016). ANALISIS PERSEPSI HARGA, PROMOSI, KUALITAS LAYANAN, DAN KEMUDAHAN PENGGUNAAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK SECARA ONLINE. 5(2).

Stefani, F. (2009). PENGARUH KUALITAS LAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN (Studi pada pelanggan Carrefour Plaza Ambarukmo Yogyakarta). http://e-journal.uajy.ac.id/id/eprint/8791

Weenas, J. R. S. (2013). KUALITAS PRODUK, HARGA, PROMOSI DAN KUALITAS PELAYANAN PENGARUHNYA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SPRING BED COMFORTA.

Wida, P. A. M. W., Yasa, N. N. K., & Sukaatmadja, I. P. G. (2016). APLIKASI MODEL TAM (TECHNOLOGY ACCEPTANCE MODEL) PADA PERILAKU PENGGUNA INSTAGRAM.

repository.stieykpn.ac.id