

## DAFTAR PUSTAKA


- Amijaya, Gilang Rizky. 2010. *Pengaruh Persepsi Teknologi Informasi, Kemudahan, Resiko Dan Fitur Layanan Terhadap Minat Ulang Nasabah Bank Dalam Minat Menggunakan Internet Banking*. Semarang: Alfabeta.
- Arikunto. 2012. "Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik, Jakarta." *Rienaka Cipta*: 104.
- Buchari, Alma. 2014. *Manajemen Pemasaran Dan Pemasaran Jasa*. Bandung: CV. Alfabeta.
- Davis Bernard.et all. 2012. *Food And Baverage Mnagement*. ke-4. Bandung: Alfabeta.
- Duwi, Priyatno. 2013. *Anlisis Korelasi Regresi Dan Multivariate Dengan SPSS*. Bandung: salemba empat.
- Ferdinand, Agusti. 2014. *Metode Penelitian Manajemen*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Husein, and Umar. 2013. *PENGARUH MOTIVASI KERJA DAN PSYCHOLOGICAL WELL-BEING TERHADAP KOMITMEN ORGANISASI*.
- Imam, Ghozali. 2018. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS 25*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Juliansyah, Noor. 2011. *Metodologi Penelitian*. Jakarta: Prenada Media Group.
- Kloter, and Koller. 2012. *Manajemen Pemasaran*. ke-12. Jakarta: Erlangga.

- Moorman. 2017. "Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Manfaat Dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Dan Niat Menggunakan Kembali Aplikasi Ovo Pada Mahasiswa Pascasarjana Universitas Riau." XII(1).
- Moorman C. 2017. *Strategic Market Management*. ke-11. US: Wiley Global Education US.
- Nurmalasari. 2018. "Pengaruh Kemanfaatan , Kemudahan Penggunaan Dan Promosi Terhadap Keputusan Penggunaan E-Wallet OVO Di Depok." 7(1).
- Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- — —. 2015. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan Kombinasi (Mix Methods)*. ke-8. Bandung: Alfabeta.
- Sun, and Zhang. 2015. "PERSEPSI MANFAAT SERTA PROMOSI TERHADAP MINAT BELI ULANG SALDO E-WALLET OVO A . Pendahuluan Pembelian . Jika Dahulu Konsumen Harus Datang Langsung Ke Toko Maka Saat Ini Tidak Perlu Datang Ke Secara Gratis Di Google Play Store Dan App Store . Perilaku Mina."
- Widjiana. 2010. "PENGARUH PERSEPSI KEMUDAHAN DAN FITUR LAYANAN TERHADAP MINAT MENGGUNAKAN E-WALLET PADA APLIKASI DANA DI SURABAYA." 8(3): 33.
- Winkle, W.S. 2014. *Psikologi Pengajaran*. Jakarta: Grasindo.

## Lampiran 1 : Berita Acara Bimbingan Skripsi

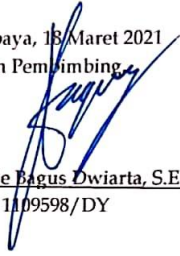
### BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI

1. Nama Mahasiswa : Yulyana Prihatin Ningsih
2. NIM : 171500103
3. Program Studi : Manajemen
4. Tanggal Pengajuan : 22 Oktober 2020  
Skripsi
5. Judul Skripsi : Pengaruh Persepsi Manfaat,  
Persepsi Kemudahan dan  
Kepercayaan Terhadap Minat  
Pengguna E-Wallet OVO di Desa  
Medaeng Waru Sidoarjo
6. Dosen Pembimbing : I Made Bagus Dwiarta, S.E., M.M.

NO	TANGGAL	MATERI BIMBINGAN	KET	TANDA TANGAN
1.	22/10/20	Judul	Revisi	
2.	16/10/20	Judul	ACC	
3.	09/11/20	Bab I	Revisi	
4.	10/11/20	Bab I	Revisi	
5.	18/11/20	Bab I	ACC	
6.	19/11/20	Bab II	Revisi	
7.	23/11/20	Bab II	Revisi	
8.	25/11/20	Bab II	ACC	
9.	10/12/20	Bab III	Revisi	
10	26/12/20	Bab III	Revisi	
11	29/12/20	Bab III	ACC dan lanjut Sempro	
12	24/02/21	Bab IV	Revisi	
13	08/03/21	Bab IV	ACC	
14	10/03/21	Bab V	Revisi	
15	12/03/21	Bab V	ACC	

7. Tanggal Selesai Menulis Skripsi : 15 Maret 2021

Surabaya, 15 Maret 2021  
Dosen Pembimbing



I Made Bagus Dwiarta, S.E., M.M.  
NPP : 1109598/DY


## Lampiran 2 : Halaman Lembar Persetujuan Skripsi

### LEMBAR PERSETUJUAN

Skripsi ini telah disetujui oleh dosen pembimbing dan layak untuk diuji:

Tanggal : 18 Maret 2021

Surabaya, 18 Maret 2021  
Dosen Pembimbing,

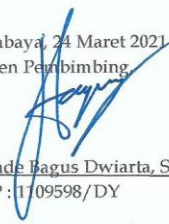
  
I Made Bagus Dwiarta, S.E., M.M.  
NPP : 1109598/DY

### Lampiran 3 : Halaman Lembar Persetujuan Artikel

#### HALAMAN PERSETUJUAN ARTIKEL

Judul Artikel : Pengaruh Persepsi Manfaat,  
Persepsi Kemudahan dan Kepercayaan  
Terhadap Minat Pengguna *E-Wallet*  
OVO  
Nama Mahasiswa : Yulyana Prihatin Ningsih  
Prodi/NIM : Manajemen/171500103  
Email : [yulyananingsih8@gmail.com](mailto:yulyananingsih8@gmail.com)

Surabaya, 24 Maret 2021  
Dosen Pembimbing

  
I Made Bagus Dwiarta, S.E., M.M.  
NPP : 1109598/DY

## Lampiran 4 : Kuesioner Penelitian

Hal : Pengisian Kuesioner Penelitian

Assalamualaikum Wr.Wb,

Perkenalkan Saya Yulyana Prihatin Ningsih Mahasiswi Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis dari Universitas PGRI Adi Buana Surabaya.

Saat ini saya sedang melakukan penelitian tugas akhir / skripsi saya yang berjudul “PENGARUH PERSEPSI MANFAAT, PERSEPSI KEMUDAHAN DAN KEPERCAYAAN TERHADAP MINAT PENGGUNA APLIKASI *E-WALLET* OVO DIDESA MEDAENG WARU SIDOARJO”. Memohon kesediaan saudara untuk meluangkan waktunya mengisi kuesioner penelitian. Informasi yang saudara berikan merupakan bantuan yang bernilai bagi saya dalam menyelesaikan skripsi ini. Kuesioner ini hanya dipergunakan untuk kepentingan akademis, sifatnya rahasia, terbatas dan tidak dipublikasikan. Atas kesediaan dan waktunya saudara saya sampaikan terimakasih.

Surabaya, 25 Januari 2020

Peneliti

Yulyana Prihatin Ningsih





No	Pernyataan	Pilihan Jawaban				
		SS	S	KS	TS	STS
Variabel Persepsi Manfaat (X1)						
Meningkatkan Produktivitas X1.1						
1.	Melalui <i>E-Wallet</i> saya mendapatkan informasi yang dibutuhkan.					
2.	Dengan Menggunakan layanan <i>E-Wallet</i> dapat melakukan dengan praktis.					
Meningkatkan keefektifan X1.2						
1.	Dengan layanan <i>E-Wallet</i> memungkinkan saya lebih cepat dalam bertansaksi					
2.	Dengan layanan <i>E-Wallet</i> memungkinkan saya lebih mudah dalam melakukan transaksi					
Mengurangi Waktu Transaksi X1.3						
1.	<i>E-wallet</i> OVO sangat fleksibel karena dapat menghemat waktu saya.					
2.	Saya dapat bertransaksi dengan internet tanpa harus mengantri.					
Sangat Bermanfaat X1.4						
1.	Manfaat layanan <i>E-Wallet</i> dapat menghemat waktu dalam melakukan transaksi.					
2.	Manfaat layanan <i>E-Wallet</i> dapat menghemat biaya dalam melakukan transaksi.					
Persepsi Kemudahan (X2)						
<i>Ease to learn</i> X2.1						
1.	Cara penggunaan layanan <i>E-Wallet</i> mudah dipelajari.					
2.	Susunan menu pada layanan <i>E-Wallet</i>					

	mudah dipahami.					
<i>Ease to use X2.2</i>						
1.	<i>E-Wallet</i> dapat digunakan dengan mudah dimanapun/kapanpun.					
2.	<i>E-Wallet</i> dapat digunakan dengan mudah diakses dibandingkan <i>internet banking</i>					
<i>Timelines X2.3</i>						
1.	Dengan menggunakan layanan <i>E-Wallet</i> dapat meningkatkan keterampilan					
2.	Menggunakan layanan <i>E-Wallet</i> dapat mengerti penggunaan teknologi dalam bertansaksi					
<i>Clear and Understable X2.4</i>						
1.	<i>E-Wallet</i> dapat membantu untuk sering melakukan transaksi					
2.	Fitur yang ada pada layanan <i>E-Wallet</i> mudah dimengerti					
Variabel Kepercayaan (X3)						
Kinerja X3.1						
1.	Percaya <i>E-Wallet</i> memberikan jasa sesuai dengan apa yang mereka janjikan.					
2.	Fitur dalam menggunakan <i>E-wallet</i> OVO lebih terbaru dan inovatif					
Kepercayaan Standar X3.2						
1.	Percaya pada kemampuan <i>E-Wallet</i> untuk melindungi data saya.					
2.	Percaya bahwa <i>E-Wallet</i> memiliki jaminan keamanan transaksi yang baik.					
Pelayanan Konsisten X3.3						
1.	Meskipun muncul dompet elektronik baru, saya tetap menggunakan <i>E-wallet</i> OVO.					
2.	<i>E-wallet</i> ovo selalu menggunakan kualitas yang baik dibanding yang lain.					

Perusahaan Bertahan Lama X3.4					
1.	Selalu memberikan fitur yang baru dan mudah di pahami.				
2.	Memberikan pelayanan yang baik kepada konsumen.				
Variabel Minat Pengguna (Y)					
Ingin menggunakan masa datang Y.1					
1.	Anda berniat untuk menggunakan <i>E-Wallet</i> OVO.				
2.	Anda bersedia menggunakan <i>E-Wallet</i> OVO				
Kesesuaian dengan kebutuhan Y1.2					
1.	Memilih <i>E-wallet</i> OVO dalam memenuhi kebutuhan saya				
2.	<i>E-wallet</i> memudahkan membayar transaksi				
Dukungan Menggunakan E-Wallet Y1.3					
1.	Semua transaksi dilakukan dengan cepat dan tepat				
2.	<i>E-wallet</i> OVO sudah terkenal di kalangan masyarakat				
Keinginan Merekomendasi Y1.4					
1.	Anda tidak ragu merekomendasikan <i>E-wallet</i> OVO ke teman anda				
2.	Saya senang membicarakan <i>E-wallet</i> OVO dengan teman-teman saya				

## Lampiran 5 : Berita Acara Seminar Proposal

Perihal : Ujian Proposal.

Kepada Yth :  
Ketua Program Studi Manajemen  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Universitas PGRI Adi Buana Surabaya

Sehubungan telah selesainya kepembimbingan proposal penelitian (skripsi) semester Ganjil/  
Genap 2020 / 2021, mohon mahasiswa tersebut dibawah ini:

Nama : YULYANA PRIHATIN NINGSIH  
NIM : 171500103  
Program Studi : Manajemen  
Judul Penelitian : PENGARUH PERSEPSI MANFAAT, PERSEPSI  
KEMUDAHAN DAN KEPERCAYAAN TERHADAP MINAT  
PENGGUNA *E-WALLET* OVO DI DESA MEDAENG WARU  
SIDOARJO

Untuk dapat mengikuti Ujian proposal pada :

Hari / Tanggal : /  
Waktu :  
Dosen Pembimbing : I Made Bagus Dwiarta, S.E., M.M.

Surabaya, 13 Januari 2021  
Dosen Pembimbing,

I Made Bagus Dwiarta, S.E., M.M.  
NIP. : 1109518101

Catatan :  
Apabila ada 2 (dua) pembimbing  
Cukup ditanda tangani Pembimbing I

## Lampiran 6 : Daftar Hadir Seminar Proposal



### UNIVERSITAS PGRI ADI BUANA SURABAYA FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

Kampus : Jl. Dukuh Menanggal XII/4 , Telp- Fax. 031-8281183 Surabaya 60234  
Website : <http://www.fe.unipasby.ac.id>

#### BERITA ACARA UJIAN PROPOSAL SKRIPSI

Pada Hari ini Senin tanggal 01 Bulan Februari Tahun 2021 bertempat di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas PGRI Adi Buana Surabaya telah dilaksanakan Ujian Proposal Skripsi Semester Ganjil Tahun Akademik 2020/2021.

Nama Mahasiswa	:	Yulyana Prihatin Ningsih
NIM	:	171500103
Program Studi	:	Manajemen
Judul Proposal	:	Persepsi Manfaat , Persepsi Kemudahan dan Kepercayaan Terhadap Minat Pengguna E-Wallet OVO di Desa Medaeng Waru Sidoarjo

Dihadiri oleh :

No	NIM	Nama Mahasiswa	Tanda Tangan
1	171500081	Nur'Ul Umroh	
2	171500036	Sindy Eka Prasetyani	
3	171500077	Meylia Ayu Yulianti	
4	171500043	Dela Tri Ramadani	
5	171500062	Rosa Miha Prasetyani	
6	171500048	Anggun Dias Irlanda	
7	171500166	Wiwid Novitasari	
8	171500221	Nur Fakhithah	
9	171500119	Adhelia Kurnia Fitri	
10	171500144	Istiadah Bilkhoir	
11	171500088	Vina Aprilia	
12	171500223	Moch. Fahrul Novaldi	
13	171500032	Faricha Hanum	
14	171500158	Armanda Yuli Agasti Ningsih	
15	171500138	Diyah Ayu	

Surabaya, Maret 2021

Penguji : Fachrudry Asj'ari, S.Psi.,  
M.M., Dr

Pembimbing : I Made Bagus Dwiarta,  
S.E., M.M

## Lampiran 7 : Surat Izin Penelitian



### UNIVERSITAS PGRI ADI BUANA SURABAYA FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

Kampus : Jl. Dukuh Menanggal XII/4 , Telp- Fax. 031-8281183 Surabaya 60234

Website : <http://www.unipasby.ac.id>


Nomor : 2001605701/FEB/XI/2020  
Lampiran : -  
Perihal : Ijin Penelitian dan Pengambilan Data

Kepada Yth:  
Kepala Desa Medaeng  
Jl. Ahmad Yani No 4 Medaeng Wetan  
Kecamatan Waru  
Kabupaten Sidoarjo  
di -  
Tempat

Sesuai kurikulum Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas PGRI Adi Buana Surabaya, maka mahasiswa wajib menulis Skripsi/Tugas Akhir dalam bentuk Laporan Penelitian dan Artikel Ilmiah. Berkaitan dengan hal tersebut mohon perkenan Bapak/Ibu untuk memberikan ijin penelitian kepada mahasiswa kami yang tersebut dibawah ini :

Nama : Yulyana Prihatin Ningsih  
NIM : 171500103  
Prodi : Manajemen  
Judul Skripsi : Pengaruh persepsi manfaat, persepsi kemudahan dan kepercayaan terhadap minat pengguna aplikasi E-Wallet OVO di Desa Medaeng Waru Sidoarjo..

Demikian atas perkenan serta kebijaksanaan Bapak/Ibu kami sampaikan terima kasih.

UNIVERSITAS PGRI ADI BUANA SURABAYA, 6 November 2020  
  
Hana Cahya Purwanto M.M.  
FAKULTAS EKONOMI No. 19601222.199003.1001

## Lampiran 8 : Surat Keterangan Penelitian



**PEMERINTAH KABUPATEN SIDOARJO**  
**KECAMATAN WARU**  
**KANTOR DESA MEDAENG**  
Jalan. A. Yani No. 04 Telp. 031 - 85582144 Kode Pos 61256

Sidoarjo, 10 November 2020

Nomor : 474.4/1064/438.7.6.17/2020  
Sifat : Biasa  
Lampiran : -  
Perihal : Perijinan

Kepada  
Yth. Sdr. Dekan Fakultas Ekonomi  
Universitas PGRI Adi Buana  
di  
Surabaya

Mendasari dan menindak lanjuti surat Saudara tanggal 06 November 2020 Nomor : 200605/01/FEB/XI/2020 Perihal : Ijin Penelitian dan Pengambilan Data. Maka dengan ini kami memberikan ijin untuk melakukan Penelitian dan Pengambilan Data di wilayah Desa Medaeng kepada :

Nama : Yulyana Prihatin Ningsih  
NIM : 171500103  
Prodi : Manajemen  
Judul Skripsi : Pengaruh persepsi manfaat, persepsi kemudahan dan kepercayaan terhadap minat pengguna aplikasi E-Wallet OVO di Desa Medaeng Waru Sidoarjo.

Demikian atas perhatian dan kerjasamanya disampaikan terima kasih.



## Lampiran 9 : Revisi Sidang Skripsi



### UNIVERSITAS PGRI ADI BUANA SURABAYA FAKULTAS EKONOMI dan BISNIS

Kampus : Jl. DukuhMenanggal XII/4, Telp- Fax. 031-8281183 Surabaya 60234  
Website : <http://www.unipasby.ac.id>

#### BERITA ACARA BIMBINGAN REVISI SKRIPSI

Nama : Julyana Pihatin Ningsil  
NIM/Program Studi : 171500103 / Manajemen  
Judul Skripsi : Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan dan Kepercayaan terhadap Minat Pengguna e-wallet OVO di Desa Medang Krau Sidoarjo  
Tanggal Ujian Skripsi : 09-04-2021  
Penguji : 1. I Ketut Surabagarta, Drs., SE., M.M. ✓  
2. Widhayani Pur., S.Sos., S.E., MSM.

No	Tanggal	Materi Konsultasi	Paraf Penguji
1	9/4/21	Bulet E, M, V, Sept Pihatin	[Signature]
2	14/4/21	[Signature]	[Signature]
3			
4			
5			
6			
7			
8			

Penguji I,

Surabaya, 14 April 2021  
Penguji II,

I Ketut Surabagarta, Drs., SE., M.M.

Widhayani Pur., S.Sos., S.E., MSM.



## Lampiran 10 : Revisi Sidang Skripsi



### UNIVERSITAS PGRI ADI BUANA SURABAYA FAKULTAS EKONOMI dan BISNIS

Kampus : Jl. DukuhMenanggal XII/4, Telp- Fax. 031-8281183 Surabaya 60234  
Website : <http://www.unipasby.ac.id>

#### BERITA ACARA BIMBINGAN REVISI SKRIPSI

Nama : Yuliana Pihakin Mingsih  
NIM/Program Studi : 171500103 / Manajemen  
Judul Skripsi : Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan dan Kepercayaan terhadap minat Pengguna e-wallet ovo di Desa Medoang Waru Sidoarjo  
Tanggal Ujian Skripsi : 09-04-2021  
Penguji : 1. I Ketut Suro bagianto, Dis, SE, M.M  
2. Widhayani Puri S.Sos., SE, MSM. ✓

No	Tanggal	Materi Konsultasi	Paraf Penguji
1	09-04-2021	Revisi bab I, bab II, bab III, Daftar	
2		Pustaka	
3	14-04-2021	ACC bab I, bab II, bab III, Daftar	
4		Pustaka.	
5			
6			
7			
8			

Penguji I,

Surabaya, 14 April 2021  
Penguji II,

Widhayani Puri S.Sos., SE, MSM.

Lampiran 11 : Tabulasi Data

Perspsi Manfaat ( $X_1$ )

Responden	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	X1.8	TOTAL
Resp_1	4	4	4	4	4	4	4	4	32
Resp_2	4	5	5	4	3	4	2	5	32
Resp_3	4	4	4	4	5	4	5	4	34
Resp_4	5	5	5	4	5	5	5	5	39
Resp_5	4	4	4	4	4	4	4	4	32
Resp_6	4	4	4	4	4	4	4	4	32
Resp_7	4	5	4	4	5	4	4	4	34
Resp_8	4	5	5	4	5	4	5	5	37
Resp_9	4	4	4	4	4	4	4	4	32
Resp_10	4	5	5	4	4	5	4	4	35
Resp_11	4	5	5	5	5	5	5	5	39
Resp_12	4	4	4	4	4	4	4	3	31
Resp_13	5	5	5	5	5	5	5	4	39
Resp_14	4	4	4	4	4	4	4	4	32
Resp_15	4	4	3	4	4	4	4	3	30
Resp_16	4	5	5	4	5	5	4	4	36



Resp_40	4	5	5	5	4	4	5	5	37
Resp_41	4	5	4	4	5	4	5	4	35
Resp_42	4	4	4	4	4	4	4	5	33
Resp_43	4	4	4	4	4	4	4	4	32
Resp_44	4	4	4	4	5	5	4	5	35
Resp_45	4	4	4	4	4	4	4	4	32
Resp_46	4	4	4	4	4	4	4	4	32
Resp_47	5	4	5	4	4	5	5	4	36
Resp_48	5	5	5	5	5	5	5	5	40
Resp_49	4	4	4	4	4	4	4	4	32
Resp_50	4	5	5	5	5	4	5	5	38
Resp_51	4	4	5	4	4	4	4	4	33
Resp_52	4	4	4	5	4	3	5	4	33
Resp_53	4	5	5	5	4	4	4	4	35
Resp_54	4	4	4	4	4	4	4	4	32
Resp_55	4	5	4	4	4	4	4	4	33
Resp_56	4	5	5	5	4	4	5	5	37
Resp_57	4	4	4	4	4	4	4	3	31
Resp_58	5	4	4	5	4	5	5	4	36
Resp_59	5	5	4	5	5	4	5	4	37







Persepsi Kemudahan (X<sub>2</sub>)

Responden	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	X2.7	X2.8	TOTAL
Resp_1	4	4	4	4	4	4	4	4	32
Resp_2	5	5	5	5	5	5	4	4	38
Resp_3	4	4	4	4	4	4	4	4	32
Resp_4	5	5	5	5	5	5	5	5	40
Resp_5	4	4	4	4	4	4	4	4	32
Resp_6	4	4	4	4	3	4	4	4	31
Resp_7	5	5	5	4	3	5	4	4	35
Resp_8	4	4	5	3	4	4	4	4	32
Resp_9	4	4	4	4	4	3	4	4	31
Resp_10	5	4	4	4	4	4	5	4	34
Resp_11	5	5	5	5	4	5	5	5	39
Resp_12	4	4	4	4	4	4	4	4	32
Resp_13	5	4	5	5	5	5	5	5	39
Resp_14	4	4	4	4	4	4	4	4	32
Resp_15	4	4	3	3	3	4	4	4	29
Resp_16	4	4	4	4	3	4	3	5	31
Resp_17	4	4	3	3	4	4	4	4	30



Resp_18	4	4	5	5	4	5	5	4	36
Resp_19	5	4	5	3	5	4	4	4	34
Resp_20	4	4	4	4	4	4	4	4	32
Resp_21	5	5	5	5	5	5	5	5	40
Resp_22	5	5	5	5	5	5	5	5	40
Resp_23	5	5	5	4	5	5	5	5	39
Resp_24	5	5	5	3	4	3	4	3	32
Resp_25	5	5	5	5	5	5	5	5	40
Resp_26	3	3	4	3	4	4	4	3	28
Resp_27	4	4	3	3	4	4	4	4	30
Resp_28	5	4	4	4	4	4	4	4	33
Resp_29	4	4	5	4	4	4	4	4	33
Resp_30	5	5	5	5	5	5	5	5	40
Resp_31	4	4	4	4	4	4	4	4	32
Resp_32	4	3	3	4	4	4	5	5	32
Resp_33	5	5	5	5	4	5	5	5	39
Resp_34	4	4	4	4	4	4	4	4	32
Resp_35	5	5	5	5	5	5	5	5	40
Resp_36	4	4	3	4	3	4	4	3	29
Resp_37	3	3	4	4	4	4	4	4	30
Resp_38	4	4	4	4	5	5	5	4	35
Resp_39	4	4	4	4	4	4	4	4	32
Resp_40	4	4	4	4	3	4	4	4	31

Resp_41	4	5	5	5	4	4	5	4	36
Resp_42	4	4	4	4	3	4	3	4	30
Resp_43	4	4	4	4	4	4	4	4	32
Resp_44	3	4	4	4	4	4	4	4	31
Resp_45	4	4	4	4	4	4	4	4	32
Resp_46	4	4	4	4	4	4	4	4	32
Resp_47	4	4	5	4	4	5	5	4	35
Resp_48	5	5	5	5	5	5	5	5	40
Resp_49	4	4	4	4	4	4	4	4	32
Resp_50	4	4	5	5	3	4	4	4	33
Resp_51	4	4	4	4	4	4	4	4	32
Resp_52	4	4	4	4	4	4	4	4	32
Resp_53	4	4	4	4	3	5	4	4	32
Resp_54	4	4	4	4	4	4	4	4	32
Resp_55	4	4	5	3	4	4	4	4	32
Resp_56	4	3	4	5	4	4	4	4	32
Resp_57	4	4	4	4	4	4	4	3	31
Resp_58	4	4	4	4	5	4	3	4	32
Resp_59	5	4	5	4	5	5	4	5	37
Resp_60	3	3	3	4	4	4	4	3	28
Resp_61	4	4	5	4	4	5	4	4	34



Resp_86	4	4	4	4	4	4	4	4	32
Resp_87	4	3	4	4	3	4	4	3	29
Resp_88	4	4	4	4	4	4	4	4	32
Resp_89	5	5	5	5	5	5	5	5	40
Resp_90	5	5	5	5	5	5	5	5	40
Resp_91	4	4	4	4	4	4	4	4	32
Resp_92	4	4	4	5	5	4	5	4	35
Resp_93	4	4	4	3	4	4	4	4	31
Resp_94	4	5	5	3	4	4	4	4	33
Resp_95	4	3	5	4	4	4	4	4	32
Resp_96	5	5	5	5	5	5	5	5	40
Resp_97	4	4	4	4	4	4	4	4	32
Resp_98	4	4	4	4	4	4	4	4	32
Resp_99	4	4	4	4	4	4	4	4	32
Resp_100	4	4	4	4	4	4	4	4	32
Resp_101	5	5	5	5	5	5	5	5	40
Resp_102	4	4	4	4	4	4	4	4	32
Resp_103	4	4	5	3	4	5	4	4	33
Resp_104	5	5	5	5	5	5	5	5	40
Resp_105	4	4	4	4	4	4	4	4	32
Resp_106	4	4	4	4	3	4	4	4	31







Resp_50	4	4	3	4	4	4	4	4	31
Resp_51	4	4	3	4	4	4	4	4	31
Resp_52	4	4	4	4	4	4	4	4	32
Resp_53	4	4	4	4	4	4	4	4	32
Resp_54	4	4	4	4	4	4	4	4	32
Resp_55	3	4	3	4	3	4	4	4	29
Resp_56	4	4	4	5	2	2	4	4	29
Resp_57	4	4	3	4	4	4	4	4	31
Resp_58	4	4	4	4	4	4	4	4	32
Resp_59	4	4	5	4	4	5	5	5	36
Resp_60	4	4	4	4	5	4	4	4	33
Resp_61	4	5	5	5	4	4	4	5	36
Resp_62	4	4	4	4	4	4	4	4	32
Resp_63	4	4	4	4	4	4	4	4	32
Resp_64	5	5	5	5	5	5	5	5	40
Resp_65	4	4	4	4	5	5	5	5	36
Resp_66	5	5	5	5	4	5	5	5	39
Resp_67	5	4	4	4	4	4	5	5	35
Resp_68	4	4	4	4	4	4	4	4	32
Resp_69	3	3	3	4	3	3	4	4	27



Resp_70	4	4	4	4	4	4	4	4	32
Resp_71	3	3	3	3	3	3	4	4	26
Resp_72	4	4	4	4	4	4	4	4	32
Resp_73	5	5	5	5	5	5	5	5	40
Resp_74	4	4	4	4	4	4	4	4	32
Resp_75	4	4	3	4	4	3	3	4	29
Resp_76	4	4	4	4	4	4	4	4	32
Resp_77	4	4	4	4	4	4	4	4	32
Resp_78	4	4	4	4	4	4	4	4	32
Resp_79	4	4	4	4	4	4	4	4	32
Resp_80	4	4	4	4	4	4	4	4	32
Resp_81	5	5	5	5	5	5	5	4	39
Resp_82	3	2	4	4	4	2	4	4	27
Resp_83	4	4	4	4	4	4	4	4	32
Resp_84	5	5	5	5	5	5	5	5	40
Resp_85	5	5	5	5	5	5	5	5	40
Resp_86	4	4	4	5	5	4	4	5	35
Resp_87	4	5	5	4	3	3	4	4	32
Resp_88	4	4	4	4	4	4	4	4	32
Resp_89	5	5	5	5	5	5	5	5	40
Resp_90	5	5	5	5	5	5	5	5	40
Resp_91	4	4	4	4	4	4	4	4	32
Resp_92	5	5	5	5	5	4	4	4	37





Resp_22	5	5	5	5	5	5	3	3	36
Resp_23	5	5	4	5	5	5	5	5	39
Resp_24	5	4	3	4	3	5	4	4	32
Resp_25	4	4	4	5	4	4	4	4	33
Resp_26	4	4	3	4	4	4	3	3	29
Resp_27	4	4	4	3	4	4	4	4	31
Resp_28	4	4	4	4	4	4	4	4	32
Resp_29	5	5	4	5	5	4	4	4	36
Resp_30	5	5	5	5	5	5	5	5	40
Resp_31	3	3	3	4	4	4	4	3	28
Resp_32	5	4	4	5	5	5	5	4	37













Lampiran 12 : Rekapitulasi Data

Variabel Penelitian				
Responden	Variabel Persepsi Manfaat	Variabel Persepsi Kemudahan	Variabel Kepercayaan	Variabel Minat Pengguna
Resp_1	32	32	32	32
Resp_2	32	38	32	36
Resp_3	34	32	32	32
Resp_4	39	40	40	40
Resp_5	32	32	32	32
Resp_6	32	31	31	32
Resp_7	34	35	31	35
Resp_8	37	32	32	35
Resp_9	32	31	32	29
Resp_10	35	34	32	33
Resp_11	39	39	36	35
Resp_12	31	32	32	32
Resp_13	39	39	40	39
Resp_14	32	32	31	32
Resp_15	30	29	30	30
Resp_16	36	31	35	37
Resp_17	39	30	27	29
Resp_18	36	36	36	34
Resp_19	31	34	30	30
Resp_20	32	32	32	32
Resp_21	36	40	34	32
Resp_22	40	40	40	36

Resp_23	37	39	40	39
Resp_24	38	32	28	32
Resp_25	40	40	38	33
Resp_26	30	28	24	29
Resp_27	32	30	29	31
Resp_28	32	33	32	32
Resp_29	40	33	34	36
Resp_30	40	40	40	40
Resp_31	32	32	30	28
Resp_32	38	32	31	37
Resp_33	37	39	36	37
Resp_34	33	32	35	32
Resp_35	40	40	34	35
Resp_36	32	29	30	32
Resp_37	30	30	30	28
Resp_38	39	35	28	32
Resp_39	32	32	32	32
Resp_40	37	31	32	34
Resp_41	35	36	34	30
Resp_42	33	30	31	27
Resp_43	32	32	32	31
Resp_44	35	31	32	32
Resp_45	32	32	31	33
Resp_46	32	32	32	32
Resp_47	36	35	32	32
Resp_48	40	40	40	40
Resp_49	32	32	32	32
Resp_50	38	33	31	31
Resp_51	33	32	31	32
Resp_52	33	32	32	31

Resp_53	35	32	32	34
Resp_54	32	32	32	32
Resp_55	33	32	29	31
Resp_56	37	32	29	33
Resp_57	31	31	31	32
Resp_58	36	32	32	35
Resp_59	37	37	36	38
Resp_60	32	28	33	34
Resp_61	39	34	36	35
Resp_62	32	32	32	32
Resp_63	32	32	32	32
Resp_64	37	36	40	33
Resp_65	38	37	36	40
Resp_66	40	40	39	38
Resp_67	34	34	35	37
Resp_68	32	32	32	32
Resp_69	34	30	27	32
Resp_70	32	32	32	32
Resp_71	30	29	26	25
Resp_72	32	32	32	32
Resp_73	40	40	40	39
Resp_74	32	32	32	32
Resp_75	29	28	29	32
Resp_76	32	32	32	32
Resp_77	32	32	32	32
Resp_78	34	32	32	32
Resp_79	32	32	32	32
Resp_80	32	32	32	32
Resp_81	34	37	39	38
Resp_82	32	22	27	20

Resp_83	32	32	32	26
Resp_84	38	40	40	32
Resp_85	40	40	40	40
Resp_86	32	32	35	36
Resp_87	32	29	32	31
Resp_88	32	32	32	32
Resp_89	40	40	40	40
Resp_90	40	40	40	40
Resp_91	32	32	32	32
Resp_92	32	35	37	32
Resp_93	36	31	32	32
Resp_94	36	33	33	32
Resp_95	34	32	34	34
Resp_96	40	40	40	40
Resp_97	32	32	32	33
Resp_98	32	32	32	33
Resp_99	32	32	32	32
Resp_100	32	32	32	32
Resp_101	40	40	40	40
Resp_102	32	32	32	32
Resp_103	36	33	31	30
Resp_104	40	40	40	40
Resp_105	32	32	32	32
Resp_106	36	31	31	32
Resp_107	40	40	40	40
Resp_108	29	30	26	28
Resp_109	35	32	32	27
Resp_110	30	25	29	29
Resp_111	30	27	28	26
Resp_112	32	32	32	32

Lampiran 13 : tabel frekuensi identitas responden

Frekuensi identitas responden

1. Berdasarkan jenis kelamin

**Jenis Kelamin**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid d	Laki-laki	42	37.5	37.5
	Perempuan	70	62.5	100.0
	Total	112	100.0	100.0

2. Berdasarkan usia

**Usia**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid d	15-20 Tahun	25	22.3	22.3
	21-25 Tahun	79	70.5	92.9
	26-30 Tahun	8	7.1	100.0
	Total	112	100.0	100.0

3. Berdasarkan lama menggunakan *e-wallet* ovo

**Lama Menggunakan E-Wallet OVO**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	< 1 Tahun	46	41.1	41.1
	1-2 Tahun	54	48.2	89.3
	> 2 Tahun	12	10.7	100.0
	Total	112	100.0	100.0

Lampiran 14 : tabel frekuensi jawaban responden

Frekuensi jawaban responden

1. Persepsi Manfaat ( $X_1$ )

**X1.1**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 3.00	5	4.5	4.5	4.5
4.00	80	71.4	71.4	75.9
5.00	27	24.1	24.1	100.0
Total	112	100.0	100.0	

**X1.2**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 3.00	3	2.7	2.7	2.7
4.00	57	50.9	50.9	53.6
5.00	52	46.4	46.4	100.0
Total	112	100.0	100.0	

**X1.3**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 3.00	4	3.6	3.6	3.6
4.00	68	60.7	60.7	64.3

	5.00	40	35.7	35.7	100.0
	Total	112	100.0	100.0	

#### X1.4

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
	3.00	2	1.8	1.8
Valid	4.00	73	65.2	67.0
	5.00	37	33.0	100.0
	Total	112	100.0	100.0

#### X1.5

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
	3.00	4	3.6	3.6
Valid	4.00	66	58.9	62.5
	5.00	42	37.5	100.0
	Total	112	100.0	100.0

#### X1.6

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3.00	3	2.7	2.7



4.00	68	60.7	60.7	63.4
5.00	41	36.6	36.6	100.0
Total	112	100.0	100.0	

**X1.7**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 2.00	1	.9	.9	.9
4.00	71	63.4	63.4	64.3
5.00	40	35.7	35.7	100.0
Total	112	100.0	100.0	

**X1.8**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 3.00	12	10.7	10.7	10.7
4.00	68	60.7	60.7	71.4
5.00	32	28.6	28.6	100.0
Total	112	100.0	100.0	

## Frekuensi jawaban responden

### 2. Persepsi Kemudahan (X<sub>2</sub>)

#### X2.1

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 3.00	5	4.5	4.5	4.5
4.00	78	69.6	69.6	74.1
5.00	29	25.9	25.9	100.0
Total	112	100.0	100.0	

#### X2.2

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 3.00	9	8.0	8.0	8.0
4.00	76	67.9	67.9	75.9
5.00	27	24.1	24.1	100.0
Total	112	100.0	100.0	

#### X2.3

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1.00	1	.9	.9	.9
2.00	1	.9	.9	1.8
3.00	9	8.0	8.0	9.8
4.00	62	55.4	55.4	65.2

5.00	39	34.8	34.8	100.0
Total	112	100.0	100.0	

### X2.4

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
2.00	2	1.8	1.8	1.8
3.00	16	14.3	14.3	16.1
Valid 4.00	67	59.8	59.8	75.9
5.00	27	24.1	24.1	100.0
Total	112	100.0	100.0	

### X2.5

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
2.00	2	1.8	1.8	1.8
3.00	14	12.5	12.5	14.3
Valid 4.00	68	60.7	60.7	75.0
5.00	28	25.0	25.0	100.0
Total	112	100.0	100.0	

### X2.6

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
--	-----------	---------	---------------	--------------------

	2.00	1	.9	.9	.9
	3.00	2	1.8	1.8	2.7
Valid	4.00	76	67.9	67.9	70.5
	5.00	33	29.5	29.5	100.0
	Total	112	100.0	100.0	

**X2.7**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
	2.00	1	.9	.9
	3.00	3	2.7	3.6
Valid	4.00	78	69.6	73.2
	5.00	30	26.8	100.0
	Total	112	100.0	

**X2.8**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
	3.00	9	8.0	8.0
Valid	4.00	76	67.9	75.9
	5.00	27	24.1	100.0
	Total	112	100.0	

## Frekuensi jawaban responden

### 3. Kepercayaan (X<sub>3</sub>)

**X3.1**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 3.00	11	9.8	9.8	9.8
4.00	75	67.0	67.0	76.8
5.00	26	23.2	23.2	100.0
Total	112	100.0	100.0	

**X3.2**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 2.00	1	.9	.9	.9
3.00	5	4.5	4.5	5.4
4.00	76	67.9	67.9	73.2
5.00	30	26.8	26.8	100.0
Total	112	100.0	100.0	

**X3.3**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 3.00	17	15.2	15.2	15.2
4.00	68	60.7	60.7	75.9
5.00	27	24.1	24.1	100.0

Total	112	100.0	100.0
-------	-----	-------	-------

### X3.4

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 3.00	8	7.1	7.1	7.1
4.00	76	67.9	67.9	75.0
5.00	28	25.0	25.0	100.0
Total	112	100.0	100.0	

### X3.5

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 2.00	2	1.8	1.8	1.8
3.00	19	17.0	17.0	18.8
4.00	68	60.7	60.7	79.5
5.00	23	20.5	20.5	100.0
Total	112	100.0	100.0	

### X3.6

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 2.00	2	1.8	1.8	1.8
3.00	20	17.9	17.9	19.6
4.00	66	58.9	58.9	78.6

5.00	24	21.4	21.4	100.0
Total	112	100.0	100.0	

**X3.7**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 3.00	3	2.7	2.7	2.7
4.00	85	75.9	75.9	78.6
5.00	24	21.4	21.4	100.0
Total	112	100.0	100.0	

**X3.8**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 3.00	1	.9	.9	.9
4.00	81	72.3	72.3	73.2
5.00	30	26.8	26.8	100.0
Total	112	100.0	100.0	

## Frekuensi jawaban responden

### 4. Minat pengguna (Y)

#### Y.1

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 3.00	8	7.1	7.1	7.1
4.00	75	67.0	67.0	74.1
5.00	29	25.9	25.9	100.0
Total	112	100.0	100.0	

#### Y.2

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 3.00	7	6.3	6.3	6.3
4.00	80	71.4	71.4	77.7
5.00	25	22.3	22.3	100.0
Total	112	100.0	100.0	

#### Y.3

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 2.00	1	.9	.9	.9
3.00	14	12.5	12.5	13.4
4.00	76	67.9	67.9	81.3
5.00	21	18.8	18.8	100.0



Total	112	100.0	100.0
-------	-----	-------	-------

#### Y.4

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
2.00	1	.9	.9	.9
3.00	2	1.8	1.8	2.7
Valid 4.00	78	69.6	69.6	72.3
5.00	31	27.7	27.7	100.0
Total	112	100.0	100.0	

#### Y.5

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
2.00	1	.9	.9	.9
3.00	4	3.6	3.6	4.5
Valid 4.00	75	67.0	67.0	71.4
5.00	32	28.6	28.6	100.0
Total	112	100.0	100.0	

#### Y.6

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 2.00	1	.9	.9	.9
3.00	14	12.5	12.5	13.4

	4.00	70	62.5	62.5	75.9
	5.00	27	24.1	24.1	100.0
	Total	112	100.0	100.0	

5.

Y.7

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
	3.00	12	10.7	10.7
Valid	4.00	74	66.1	76.8
	5.00	26	23.2	100.0
	Total	112	100.0	100.0

Y.8

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
	1.00	1	.9	.9
	2.00	1	.9	1.8
Valid	3.00	19	17.0	18.8
	4.00	70	62.5	81.3
	5.00	21	18.8	100.0
	Total	112	100.0	100.0

## Lampiran 15 : uji instrumen penelitian

### Uji validitas

#### 1. Persepsi Manfaat (X<sub>1</sub>)

		Correlations								
		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	X1.8	Persepsi Manfaat (X <sub>1</sub> )
X1.1	Pearson Correlation	1	.439**	.432**	.435**	.480**	.461**	.461**	.451**	.675**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	112	112	112	112	112	112	112	112	112
X1.2	Pearson Correlation	.439**	1	.583**	.544**	.551**	.507**	.476**	.550**	.765**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	112	112	112	112	112	112	112	112	112
X1.3	Pearson Correlation	.432**	.583**	1	.721**	.573**	.497**	.497**	.623**	.809**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	112	112	112	112	112	112	112	112	112
X1.4	Pearson Correlation	.435**	.544**	.721**	1	.595**	.444**	.613**	.497**	.790**



## 2. Persepsi Kemudahan (X<sub>2</sub>)

Correlations

		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	X2.7	X2.8	Persepsi Kemudahan (X <sub>2</sub> )
X2.1	Pearson Correlation	1	.716**	.616**	.537**	.581**	.590**	.553**	.652**	.810**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	112	112	112	112	112	112	112	112	112
X2.2	Pearson Correlation	.716**	1	.490**	.437**	.431**	.537**	.496**	.638**	.727**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	112	112	112	112	112	112	112	112	112
X2.3	Pearson Correlation	.616**	.490**	1	.613**	.571**	.563**	.489**	.513**	.776**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	112	112	112	112	112	112	112	112	112
X2.4	Pearson Correlation	.537**	.437**	.613**	1	.610**	.631**	.638**	.632**	.809**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000



### 3. Kepercayaan (X<sub>3</sub>)

Correlations

		X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5	X3.6	X3.7	X3.8	Kepercayaan (X <sub>3</sub> )
X3.1	Pearson Correlation	1	.748**	.686**	.752**	.574**	.610**	.605**	.527**	.839**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	112	112	112	112	112	112	112	112	112
X3.2	Pearson Correlation	.748**	1	.623**	.717**	.483**	.663**	.558**	.530**	.811**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	112	112	112	112	112	112	112	112	112
X3.3	Pearson Correlation	.686**	.623**	1	.701**	.538**	.549**	.638**	.547**	.807**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	112	112	112	112	112	112	112	112	112
X3.4	Pearson Correlation	.752**	.717**	.701**	1	.646**	.609**	.594**	.573**	.852**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000
	N	112	112	112	112	112	112	112	112	112
X3.5	Pearson Correlation	.574**	.483**	.538**	.646**	1	.765**	.618**	.525**	.802**





#### 4. Minat Pengguna (Y)

##### Correlations

		Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Y.5	Y.6	Y.7	Y.8	Minat Pengguna (Y)
Y.1	Pearson Correlation	1	.891**	.477**	.470**	.571**	.523**	.531**	.444**	.758**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	112	112	112	112	112	112	112	112	112
Y.2	Pearson Correlation	.891**	1	.601**	.526**	.662**	.482**	.546**	.445**	.794**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	112	112	112	112	112	112	112	112	112
Y.3	Pearson Correlation	.477**	.601**	1	.547**	.657**	.594**	.597**	.577**	.795**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	112	112	112	112	112	112	112	112	112
Y.4	Pearson Correlation	.470**	.526**	.547**	1	.769**	.665**	.560**	.491**	.783**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000
	N	112	112	112	112	112	112	112	112	112
Y.5	Pearson Correlation	.571**	.662**	.657**	.769**	1	.633**	.591**	.512**	.839**



## Uji Reliabilitas

### 1. Persepsi Manfaat ( $X_1$ )

**Case Processing Summary**

		N	%
Cases	Valid	112	100.0
	Excluded <sup>a</sup>	0	.0
	Total	112	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
.897	8

### 2. Persepsi Kemudahan ( $X_2$ )

**Case Processing Summary**

		N	%
Cases	Valid	112	100.0
	Excluded <sup>a</sup>	0	.0
	Total	112	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.915	8

### 3. Kepercayaan ( $X_3$ )

#### Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	112	100.0
	Excluded <sup>a</sup>	0	.0
	Total	112	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.926	8

### 4. Minat Pengguna (Y)

#### Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	112	100.0

Excluded <sup>a</sup>	0	.0
Total	112	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

#### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.915	8

## Lampiran 16 : Uji asumsi klasik

### Uji normalitas

#### One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test 4

		Unstandardized Residual
N		112 <sup>c</sup>
Exponential parameter. <sup>a,b</sup>	Mean	1.0838293
	Absolute	.152
Most Extreme Differences	Positive	.151
	Negative	-.152
Kolmogorov-Smirnov Z		1.325
Asymp. Sig. (2-tailed)		.060

#### a. Uji Multikolinieritas

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

Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
1		
	Persepsi Manfaat (X1)	.421 2.374
	Persepsi Kemudahan (X2)	.223 4.483
	Kepercayaan (X3)	.282 3.544

a. Dependent Variable: Minat Pengguna (Y)

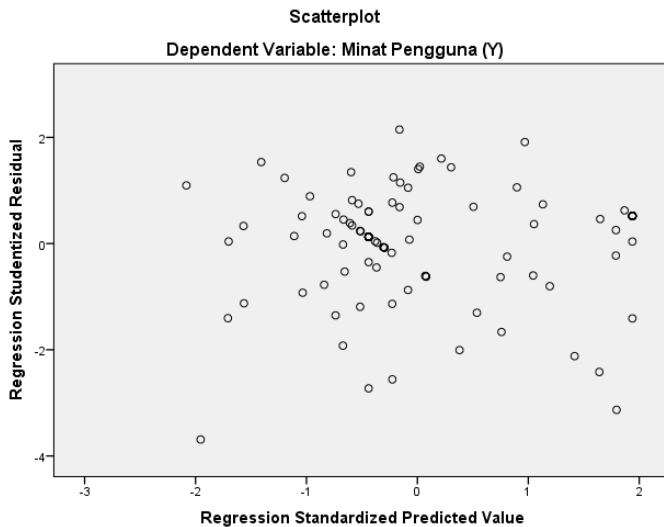
## b. Uji Autokorelasi

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

Model	Durbin-Watson
1	1.804 <sup>a</sup>

- a. Predictors: (Constant), Kepercayaan (X3), Persepsi Manfaat (X1), Persepsi Kemudahan (X2)
- b. Dependent Variable: Minat Pengguna (Y)

## c. Uji Heterokedastisitas



## Lamporan 17 : uji analisis regresi linier berganda

### 1. Analisis Regresi Linier Berganda

**Model Summary**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.823 <sup>a</sup>	.677	.668	2.11858

a. Predictors: (Constant), Kepercayaan (X3), Persepsi Manfaat (X1), Persepsi Kemudahan (X2)

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

Model	Unstandardized Coefficients	
	B	Std. Error
(Constant)	2.99	2.174
1 Persepsi Manfaat (X1)	0.215	0.094
Persepsi Kemudahan (X2)	0.232	0.113
Kepercayaan (X3)	0.451	0.101

a. Dependent Variable: Minat Pengguna (Y)



## 2. Uji hipotesis

### Uji t

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

Model	Unstandardized		Standardized	t	Sig.
	Coefficients		Coefficients		
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	2.990	2.174		1.375	.172
Persepsi Manfaat (X1)	.215	.094	.192	2.280	.025
Persepsi Kemudahan (X2)	.232	.113	.238	2.054	.042
Kepercayaan (X3)	.451	.101	.458	4.446	.000

a. Dependent Variable: Minat Pengguna (Y)

### Uji F

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

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	1013.819	3	337.940	75.292	.000 <sup>b</sup>
Residual	484.743	108	4.488		
Total	1498.563	111			

a. Dependent Variable: Minat Pengguna (Y)

b. Predictors: (Constant), Kepercayaan (X3), Persepsi Manfaat (X1), Persepsi Kemudahan (X2)

## Lampiran 18 : Surat Pengantar Plagiasi



**FAKULTAS EKONOMI**  
**UNIVERSITAS PGRI ADI BUANA SURABAYA**  
Kampus : Jl Dukuh Menanggal XII/4, Telp- Fax 031-8281183 Surabaya 60234  
Website : <http://www.unipasby.ac.id>

---

### SURAT PENGANTAR PLAGIASI

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama Dosen : I Made Bagus Dwiarta, S.E., M.M.

Menerangkan bahwa artikel ilmiah atas:

Nama Mahasiswa : Yulyana Prihatin Ningsih

NIM : 171500103

Prodi : Manajemen

Judul : Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan dan Kepercayaan Terhadap Minat Pengguna *E-Wallet* OVO.

Telah memenuhi syarat untuk dilakukan cek plagiasi

Surabaya, 21 April 2021

Dosen Pembimbing

  
I Made Bagus Dwiarta, S.E., M.M.

NPP : 1109598/DY

## Lampiran 19 : Surat Bebas Plagiasi



**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**  
**UNIVERSITAS PGRI ADI BUANA SURABAYA**  
Kampus : Jl. Dukuh Menanggal XII/4, Telp- Fax. 031-8281183 Surabaya 60234  
Website : <http://www.unipasby.ac.id>

### SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI

Yang bertanda tangan di bawah ini :  
Nama : I Made Bagus Dwiarta, S.E., M.M.  
Jabatan : Ketua Program Studi Manajemen

Menyatakan bahwa :

Nama : Yulyana Prihatin Ningsih  
NIM : 171500103  
Prodi : Manajemen

telah melakukan uji plagiasi dengan judul artikel PENGARUH PERSEPSI MANFAAT, PERSEPSI KEMUDAHAN DAN KEPERCAYAAN TERHADAP MINAT PENGGUNA E-WALLET OVO, dengan hasil Similarity Index 16% sehingga layak untuk mengikuti sidang skripsi.

Demikian surat pernyataan ini kami buat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Surabaya, 21 April 2021  
Ketua Program Studi Manajemen,  
I Made Bagus Dwiarta, S.E., M.M.

## Lampiran 20 : Matriks Penelitian

### MATRIK PENELITIAN

#### PENGARUH PERSEPSI MANFAAT, PERSEPSI KEMUDAHAN DAN KEPERCAYAAN TERHADAP MINAT PENGGUNA E-WALLET OVO DI DEDA MEDAENG WARU SIDOARJO

Masalah	Konsep	Variabel	Indikator	Hipotesis Penelitian	Sumber Data	Metode Penelitian			Daftar Pustaka
						Populasi dan Sampel	Teknik Pengambilan Data	Analisis Data	
<p>1. Apakah Persepsi manfaat berpengaruh terhadap minat pengguna e-wallet OVO?</p> <p>2. Apakah Persepsi kemudahan berpengaruh terhadap minat pengguna e-wallet OVO?</p> <p>3. Apakah kepercayaan berpengaruh terhadap minat pengguna e-wallet OVO?</p>	<p>1. Menurut Peter dan Olson (2014) Mendefinisikan bahwa keputusan pengguna merupakan proses dimana seseorang menyatakan dan mengolah pengetahuan yang digunakan untuk menggunakan suatu layanan konsumen untuk mencari persepsi manfaat.</p> <p>2. Sun dan Zhang (2015) dalam Nurya dan Tri (2020) menjelaskan dari dimensi persepsi</p>	<p>Persepsi Manfaat (<math>X_1</math>)</p> <p>Persepsi Kemudahan (<math>X_2</math>)</p> <p>Kepercayaan (<math>X_3</math>)</p> <p>Minat Pengguna (<math>Y</math>)</p>	<p>Persepsi Manfaat:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>Meningkatkan Produktivitas</li> <li>Meningkatkan keefifan dalam kehidupan sehari-hari.</li> <li>Mengurangi waktu transaksi</li> <li>Sangat bermanfaat</li> </ol> <p>Persepsi Kemudahan :</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>Ease to learn.</li> <li>Ease to use</li> <li>Timelines .</li> <li>Clear and understandable.</li> </ol> <p>Kepercayaan :</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>kinerja sesuai nasabah</li> </ol>	<p>H<sub>1</sub> : Persepsi manfaat berpengaruh signifikan terhadap minat pengguna e-wallet OVO.</p> <p>H<sub>2</sub> : Persepsi Kemudahan berpengaruh signifikan terhadap minat pengguna e-wallet OVO.</p> <p>H<sub>3</sub> : Kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap minat pengguna e-wallet OVO.</p>	<p>Primer Sekunder</p>	<p>Populasi : Seluruh Masyarakat Desa Medaeng.</p> <p>Sampel : 112 masyarakat Desa Medaeng</p>	<p>Teknik pengumpulan data menggunakan Kuisioner dengan uji instrument validitas dan reliabilitas.</p> <p>Teknik pengolahan data menggunakan SPSS versi 24.0</p>	<p>Analisis Regresi Linier Berganda</p> <p>Pengujian Hipotesis</p> <p>Pengujian instrumen</p> <p>Pengujian asumsi klasik</p>	<p>Alma, Buchari. (2014). <i>Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa</i>. Bandung: CV Alfabeta.</p> <p>Ghozali, Imam. (2018). <i>Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 24</i>. Badan Penerbit Universitas Diponegoro: Semarang.</p> <p>Kotler, dan Koller (2012). <i>Manajemen Pemasaran</i>. Edisi 12. Jakarta: Erlangga.</p>

<p>wallet OVO?</p> <p>4. Apakah persepsi manfaat, persepsi kemudahan dan kepercayaan berpengaruh terhadap minat pengguna e-wallet OVO?</p>	<p>kemudahan ialah <i>ease to learn, ease to use, timelines, clear and understandable</i></p> <p>3. Kotler dan Keller (2012:5) kepercayaan merupakan kesediaan perusahaan untuk bergantung pada mitra bisnis.</p> <p>4. Winkel (2014:218) menyatakan bahwa minat kecenderungan subjek untuk menetapkan untuk merasakan tertarik pada bidang, studi atau pokok bahasan tertentu.</p>		<p>2. kepercayaan telah mengajarkan sesuai dengan standar.</p> <p>3. kepercayaan bahwa pelayanan konsisten.</p> <p>4. kepercayaan perusahaan bertahan lama.</p> <p>Minat Pengguna:</p> <p>1. keinginan menggunakan e-wallet dimasa mendatang.</p> <p>2. kesesuaian oengguna e-wallet dengan kebutuhan</p> <p>3. dukungan dalam menggunakan e-wallet.</p> <p>4. keinginan merekomendasi e-wallet</p>	<p>H4 : Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan dan Kepercayaan berpengaruh terhadap minat pengguna e-wallet OVO.</p>				<p>Noor Juliansyah. (2011). <i>Metodologi Penelitian</i>. Jakarta: Prenada Media Group.</p> <p>Priyatno Duwi. (2013). <i>Analisis Korelasi Regresi dan Multicariate dengan SPSS</i>.</p> <p>Siregar Syofian. (2017). <i>Metode Penelitian Kuantitatif Dilengkapi dengan Perbandingan Perhitungan Manual dan SPSS</i>. cetakan pertama. Jakarta: Kencana.</p> <p>Sugiyono. (2014). <i>Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R &amp; D</i>. Bandung: Alfabeta.</p> <p>Sujarweni Wiratna. (2015). <i>Metodologi</i></p>
--	---	--	---	--	--	--	--	--

