

**PENGARUH PERSEPSI MANFAAT, PERSEPSI KEMUDAHAN, DAN  
PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN MENGGUNAKAN APLIKASI  
DOMPET DIGITAL DANA.ID PADA MAHASISWA FKIP  
UNIVERSITAS LAMPUNG**

**(Skripsi)**

**Oleh**

**Jihan Nafisya Fitri  
1713031013**



**FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN  
UNIVERSITAS LAMPUNG  
BANDAR LAMPUNG  
2021**

## **ABSTRAK**

### **PENGARUH PERSEPSI MANFAAT, PERSEPSI KEMUDAHAN, DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN MENGGUNAKAN APLIKASI DOMPET DIGITAL DANA.ID PADA MAHASISWA FKIP UNIVERSITAS LAMPUNG**

Oleh

**JIHAN NAFISYA FITRI**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh persepsi manfaat, persepsi kemudahan, dan promosi terhadap keputusan menggunakan aplikasi dompet digital Dana.id pada mahasiswa FKIP Universitas Lampung. Metode yang digunakan dalam penelitian ini yaitu deskriptif verifikatif dengan pendekatan *ex post facto* dan *survey*. Populasi yang terlibat yaitu sebanyak 430 mahasiswa aktif angkatan 2017 yang tersebar di empat jurusan FKIP Universitas Lampung. Menggunakan teknik sampling *non-probability sampling* jenis *purposive sampling* yang akhirnya diperoleh sebanyak 81 mahasiswa pengguna aplikasi dompet digital Dana.id. Analisis hipotesis menggunakan regresi linier sederhana (parsial) dan regresi linier berganda (simultan). Hasil penelitian menunjukkan adanya pengaruh secara simultan persepsi manfaat, persepsi kemudahan, dan promosi terhadap keputusan menggunakan aplikasi dompet digital Dana.id dengan tingkat determinasi sebesar 0,607 atau setara 60,7 persen yang dipengaruhi oleh faktor persepsi manfaat, persepsi kemudahan, promosi, dan sisanya sebesar 39,3 persen dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Kata kunci: Dana.id, keputusan penggunaan, persepsi kemudahan, persepsi manfaat, promosi

## **ABSTRACT**

### **THE INFLUENCE OF PERCEIVED BENEFIT, PERCEIVED EASE, AND PROMOTION ON THE USE DECISION OF E-WALLET APPLICATION'S DANA.ID OF STUDENTS IN FKIP UNIVERSITAS LAMPUNG**

**By**

**JIHAN NAFISYA FITRI**

The research aims to determine the influence of perceived benefit, perceived ease, and promotion on the use decision of e-wallet application's Dana.id of students in FKIP Universitas Lampung. The research method used descriptive verification with an ex post facto and survey approaches. The population was all active students of 430 from four majors in FKIP Universitas Lampung batch 2017. Using non-probability sampling technique with the purposive sampling type which obtained of 81 samples. The hypotheses were analyzed both partially and simultaneously through simple linier regression and multiple linier regression. The results show that there is simultaneous influence of perceived benefit, perceived ease, and promotion on the use decision of e-wallet application's Dana.id with the determinant level of 0,607 or equals to 60,7 percent. It indicates that the use decision of e-wallet application's Dana.id of students in FKIP Universitas Lampung was influenced by perceived benefit, perceived ease, and promotion. While the rest of 39,2 percent was influenced by other factors which were not tested in the research.

Key words: e-wallet's Dana.id, perceived benefit, perceived ease, promotion, use decision

**PENGARUH PERSEPSI MANFAAT, PERSEPSI KEMUDAHAN DAN  
PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN MENGGUNAKAN  
APLIKASI DOMPET DIGITAL DANA.ID  
PADA MAHASISWA FKIP  
UNIVERSITAS LAMPUNG**

**Oleh  
Jihan Nafisya Fitri**

**Skripsi**

**Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Mencapai Gelar  
SARJANA PENDIDIKAN**

**Pada**

**Jurusan Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial  
Program Studi Pendidikan Ekonomi**



**FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN  
UNIVERSITAS LAMPUNG  
BANDAR LAMPUNG  
2021**

Judul Skripsi : **PENGARUH PERSEPSI MANFAAT, PERSEPSI KEMUDAHAN DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN MENGGUNAKAN APLIKASI DOMPET DIGITAL DANA.ID PADA MAHASISWA FKIP UNIVERSITAS LAMPUNG**

Nama Mahasiswa : **Jihan Nafisyah Fitri**

NPM : **1713031013**

Program Studi : **Pendidikan Ekonomi**

Jurusan : **Pendidikan IPS**

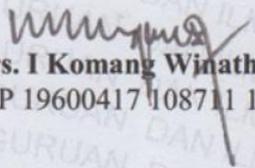
Fakultas : **Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan**



Pembimbing Utama

Pembimbing Pembantu

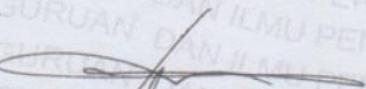
  
**Drs. Tedi Rusman M.Si.**  
NIP. 19600826 198603 1 001

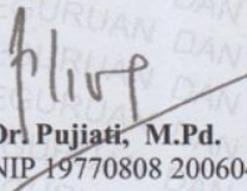
  
**Drs. I Komang Winatha, M.Si.**  
NIP 19600417 108711 1 001

**2. Mengetahui**

Ketua Jurusan Pendidikan  
Ilmu Pengetahuan Sosial

Ketua Program Studi  
Pendidikan Ekonomi

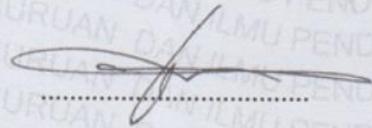
  
**Drs. Tedi Rusman, M.Si.**  
NIP 19600826 198603 1 001

  
**Dr. Pujiati, M.Pd.**  
NIP 19770808 200604 2 001

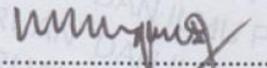
**MENGESAHKAN**

**1. Tim Penguji**

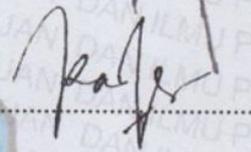
**Ketua : Drs. Tedi Rusman, M.Si.**



**Sekretaris : Drs. I Komang Winatha, M.Si.**



**Penguji Bukan Pembimbing : Rahmah Dianti Putri, S.E., M.Pd**



**2. Dekan Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan**



**Prof. Dr. Batuan Raja, M.Pd.**

**NIP. 19620404 198905 1 001**

**Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 5 Agustus 2021**



KEMENTERIAN PENDIDIKAN KEBUDAYAAN,  
RISET, DAN TEKNOLOGI  
UNIVERSITAS LAMPUNG  
FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN  
JURUSAN PENDIDIKAN ILMU PENGETAHUAN SOSIAL

Jl. Prof. Dr. Sumantri Brojonegoro No.1 Gedong Meneng - Bandar Lampung Telp.Fax:(0721)704624  
e-mail: fkip.unila.ac.id. laman: http://fkip.unila.ac.id

---

**SURAT PERNYATAAN**

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Jihan Nafisyah Fitri  
NPM : 1713031013  
Jurusan/Program Studi : Pendidikan IPS/ Pendidikan Ekonomi  
Fakultas : Keguruan dan Ilmu Pendidikan

Dengan ini saya menyatakan bahwa dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan disuatu perguruan tinggi dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali disebutkan di dalam daftar pustaka.

Bandar Lampung, 5 Agustus 2021



Jihan Nafisyah Fitri  
1713031013

## RIWAYAT HIDUP



Penulis bernama Jihan Nafisy Fitri yang biasa dipanggil dengan sapaan Jihan . Penulis lahir pada tanggal 04 Oktober 1999, merupakan anak dari pasangan Bapak Arizal, S.Hi dan Ibu Putri Kencana Suri S.Kep. Penulis berasal dari Way Kanan.

Berikut pendidikan formal yang pernah ditempuh:

1. Sekolah Dasar (SD) SDN 1 Negeri Baru lulus pada tahun 2011.
2. Sekolah Menengah Pertama (SMP) SMPN 1 Blambangan Umpu lulus pada tahun 2014.
3. Sekolah Menengah Atas (SMA) SMA Al- Kautsar Bandar Lampung lulus pada tahun 2017.
4. Pada tahun 2017 penulis diterima melalui jalur SNMPTN pada Program Studi Pendidikan Ekonomi Jurusan PIPS FKIP Universitas Lampung.

Pada tahun 2019 penulis mengikuti Kuliah Kerja Lapangan (KKL) kemudian melaksanakan Pengenalan Lapangan Persekolahan (PLP) di SMAN 9 Bandar Lampung dan Kuliah Kerja Nyata (KKN) di Pekon Suka Marga Kecamatan Suoh Kabupaten Lampung Barat pada tahun 2020. Pada tanggal 10 Februari 2021 penulis melaksanakan Seminar Proposal dan Pada Tanggal 29 Juni 2021 penulis melaksanakan Seminar Hasil.

## **PERSEMBAHAN**

*Alhamdulillahirabbilalamin, puji syukur kepada Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan ridho-nya sehingga penulis sampai tahap ini.*

*Karya kecil ini kupersembahkan untuk  
Kedua Orangtuaku*

*Arizal, S.Hi dan Putri Kencana Suri, S.Kep yang dengan tulus, ikhlas dan sabar telah membesarkan ku serta mendidik ku dengan kasih sayang yang berlimpah. Tak pernah berhenti menasehati, mendukung, mendokan ku, dan memberikan kebebasan memilih jalan hidup ku. Terima kasih telah menjadi sandaran pertama dan tempat terbaik dikala aku tak mampu memikul beban sendirian.*

*Adik-adik ku tersayang*

*Terima kasih adik ku M. Riyadhil Jinan, Muhammad Azzam Puningkawan, yang selalu menyemangati dan memotivasiku dalam terus berjuang untuk menggapai cita-citaku.*

*Sahabat-sahabatku*

*Terima kasih untuk semua canda tawa dan tangisan yang kalian bagi padaku, terima kasih untuk nasihat dan motivasi agar aku menjadi pribadi yang lebih baik, terima kasih atas semua dukungan dan bantuan kalian selama ini, semoga Allah SWT kumpulkan kita kembali di Surga-Nya.*

*Semua guru, dosen, pendidik dan almamater tercinta Terima kasih Bapak Ibu atas jasa kalian, terima kasih atas semua ilmu yang kalian ajarkan dan semua motivasi hidup yang kalian tanamkan kepadaku, semoga Allah SWT selalu memberkahi setiap perjalanan dan memudahkan segala urusan bapak dan ibu semua.*

## Motto

Karena sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan.

Sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan.

(QS. Al-Insyirah: 5-6)

Rencana Allah itu selalu jauh lebih besar dan lebih penting dibandingkan rencana manusia. Jangan putus asa, kecewa atau marah atas situasi yang ternyata beda dari harapan kita. Allah sedang punya rencana terbaik.

(Tere Liye)

*Bersemangatlah untuk memperbaiki hidupmu sendiri sehingga kamu tidak punya waktu untuk membenci, berdebat atau pun membicarakan orang lain.*

(Kinand)

*Education is the most powerful weapon which can use to change the world.*

(Jihan

Nafisyah)

Selalu berusaha melakukan yang terbaik dan bisa bermanfaat bagi sekitar.

(Jihan Nafisyah)

## **Sanwacana**

Puji syukur kehadiran Allah SWT atas segala nikmat, rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan dan Promosi Terhadap Keputusan Menggunakan Aplikasi Dompe Digital Dana.id pada mahasiswa FKIP Universitas Lampung ” Sholawat serta salam senantiasa kita sanjungkan kepada baginda kita Nabi Muhammad SAW.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa penulisan skripsi ini tak terlepas dari bantuan, motivasi, bimbingan serta saran dari berbagai pihak. Maka dari itu, penulis mengucapkan terimakasih sedalam-dalamnya kepada:

1. Rektor, wakil rector, segenap pimpinan dan tenaga kerja Universitas Lampung.
2. Prof. Dr. Patuan Raja, M.Pd. selaku Dekan FKIP Universitas Lampung.
3. Dr. Sunyono, M.Si. selaku Wakil Dekan Bidang Akademik dan Kerja Sama FKIP Universitas Lampung.
4. Drs. Supriyadi, M.Pd. selaku Wakil Dekan Bidang Umum dan Keuangan FKIP Universitas Lampung.
5. Dr. Riswanti Rini, M.Si. selaku Wakil Dekan Bidang Kemahasiswaan dan Alumni FKIP Universitas Lampung.
6. Drs. Tedi Rusman M.Si. selaku Ketua Jurusan Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial FKIP Universitas Lampung dan juga selaku

pembimbing akademik dan pembimbing I yang telah memberikan motivasi serta membimbing supaya saya terus bersemangat dalam menyelesaikan skripsi, terimakasih untuk seluruh nasehat serta dukungan selama ini, semoga Allah SWT selalu memberikan kesehatan dan diberikan kemudahan di setiap urusan bapak.

7. Dr. Pujiati, S.Pd.,M.Pd. selaku Ketua Program Studi Pendidikan Ekonomi FKIP Universitas Lampung.
8. Bapak Drs. I Komang Winatha, M.Si selaku Pembimbing II yang telah bersedia membimbing penulis dengan sabar dalam penyelesaian skripsi. Terima kasih Pak Komang yang selalu memberikan nasehat dan sarannya dalam penyempurnaan skripsi ini, terimakasih bapak atas semua bimbingan dan saran bapak selama ini, Semoga bapak selalu diberikan kesehatan dan keberkahan serta diberikan kemudahan segala urusannya.
9. Ibu Rahmah Dianti Putri, S.E.,M.Pd. selaku Pembahas yang telah bersedia membimbing penulis dalam menyelesaikan penyusunan skripsi ini. Terima kasih Ibu yang telah memberikan kritik dan sarannya serta membimbing supaya saya terus bersemangat dalam menyelesaikan skripsi. Semoga Ibu selalu diberikan kesehatan dan keberkahan serta diberikan kemudahan segala urusannya.
10. Terima kasih kepada Bapak dan Ibu Dosen Pendidikan Ekonomi Bapak Drs. Yon Rizal, M.Si., Bapak Drs. I Komang Winatha, M.Si., Bapak Suroto, S.Pd.,M.Pd., Bapak Albet Maydiantoro, S.Pd.,M.Pd., Ibu Dr.

Erlina Rufaidah, M.Si., Ibu Widya Hestiningtyas, S.Pd.,M.Pd., Ibu Fanny Rahmawati, S.Pd.,M.Pd., Ibu Rahmawati, S.Pd.,M.Pd.

11. Ibu Margaret Suryani,S.Pd selaku Guru Pamong saat melakukan PLP di SMAN 9 Bandar Lampung. Terimakasih Ibu atas arahan dan bimbingannya selama melakukan PLP. Semoga Ibu selalu diberikan kesehatan dan keberkahan serta diberikan kemudahan segala urusannya.
12. Teruntuk yang teristimewa kedua orangtuaku tercinta Bapak Arizal,S.Hi dan Ibu Putri Kencana Suri, S.Kep yang telah memberikan kasih sayangnya yang tak terhingga sejak aku kecil hingga saat ini, yang selalu mendoakanku, memberikan semangat serta perhatian luar biasa, selalu sabar dalam mendidik dan membesarkanku. Terimakasih banyak atas segalanya untuk papa dan mama kalian luar biasa semoga Allah SWT senantiasa memberikan kesehatan serta keselamatan untuk papa dan mama baik di dunia maupun diakhirat kelak.
13. Teruntuk orang tua/wali ku tercinta selama di Bandar Lampung bapak Iedwan Mahpi, S.H, M.H dan Ibu Ratu Mira Astika, S.E , yang telah memberikan kasih sayang, mengajarkan banyak hal, motivasi dan nasehat. Terimakasih banyak atas segalanya kalian sungguh luar biasa semoga Allah SWT senantiasa memberikan kesehatan, keberkahan serta keselamatan untuk ayah adin dan bunda baik di dunia maupun diakhirat kelak.
14. Adik-adiku tersayang M Riyadhil Jinan dan Muhammad Azzam Puningkawan terimakasih atas perhatianmu selama ini meski tak kau

ungkapkan namun aku tahu bahwa kau sangat menyayangi kakak mu ini, serta adik-adik sepupu ku Fiera Khairunnisa Afifah, Yusuf Rasyid Rado, Farrel Raja Rafie yang telah memberikan motivasi dan semangat kepadaku dalam proses penyelesaian kuliah. Semoga selalu diberikan kesehatan dan sukses untuk kita semua.

15. Sahabat-sahabat terbaikku selama masa kuliah Zona Nyaman atau Team HahaHihi Ejak, Maul, Tata, Merta, Salsa, Anggun, Ony, Arum, dan Ibung. Terimakasih kalian telah bersedia menjadi temanku dikala susah ataupun senang dan selalu memberikan semangat serta menemani perjalananku selama kuliah. Serta Teruntuk sahabat satu kontrakan Restu dan Vira terimakasih kalian selalu menjadi tempat mengadu tak kenal waktu dan selalu sabar dengan sikapku. Kalian semua luar biasa telah membuat masa kuliahku menjadi berwarna. Semoga sukses untuk kita semua dan semoga dipertemukan disyurganya Allah kelak.
16. Teman-teman seperbimbingan Ony, Anggun, Vera, Maya, Fadia, Della, Ayu, Natali dan Eka. Terimakasih atas kebaikan-kebaikan kalian selama ini terimakasih atas semangat dan motivasinya.
17. Keluarga besar Pendidikan Ekonomi Angkatan 2017 yang tak dapat ku sebutkan satu persatu, terimakasih atas kebersamaan dan perjuangan selama ini. Untuk kakak tingkat 2014, 2015, 2016 terimakasih sudah menyemangati dan adik-adik 2018, 2019, 2020 terimakasih telah membantu penyempurnaan skripsi ini, semangat ya kuliahnya.

18. Keluarga KKN Desa Sukamarga Kec. Suoh Kab.Lampung Barat.  
Jonathan, Rio, Ali, Nadya, Eka dan Ria terimakasih sudah menjadi teman sekaligus keluarga 40 Hariku. Semoga sukses untuk kita semua.
19. Keluarga besar Bapak Ridho selaku Induk Semang yang selalu direpotkan selama KKN disana, terimakasih untuk teteh, Rais dan Rayyan dan Warga Desa Sukamarga atas kenyamanan yang diberikan selama tinggal disana. Sehat selalu untuk semua.
20. Terimakasih untuk sahabat seperjuangan ku yang selalu menjadi tempat berkeluh kesah, juga selalu sabar memberikan semangat, bantuan, kepercayaan diri kepadaku dalam menyelesaikan skripsi ini. Terimakasih telah menjadi seseorang yang baik selama ini, semoga sukses selalu, semangat ya.
21. Keluarga besar alumni IPS 2 (SOLO) terutama Kenia, Puh, Manda, Yulisa, Sintia, Shalsa, Veny, Dewi, Sultan, Bes, Baga terimakasih telah mengisi masa-masa yang indah selama SMA. Teruntuk sahabat-sahabat ASDAM terutama team ASL terimakasih telah ada disegala suka dukaku, tempat berkeluh kesah juga menjadi Support System, semoga sukses selalu dan tetap semangat ya.
22. Terimakasih kepada sahabat-sahabat almamater tercinta, SDN 1 Negeri Baru, SMPN 1 Blambangan Umpu teruntuk Darra, Rani, Dhira, Yufit, Hesti, terimakasih telah mewarnai masa-masa remajaku dengan penuh suka, duka, dan cita semoga senantiasa selalu diberi kemudahan dan kesehatan serta SMA Al Kautsar Bandar Lampung yang telah memberikan

banyak ilmu dan mengajarkan bahwa begitu pentingnya pendidikan serta betapa luar biasanya jasa guru.

23. Semua pihak yang telah membantu menyelesaikan skripsi ini baik secara langsung maupun tidak langsung semoga kebaikannya bernilai ibadah.

24. Last but not least, I wanna thank me, I wanna thank me for believing in me, I wanna thank for doing all this hard work, I wanna thank me for having no days off, I wanna thank me for never quitting, for just being me at all times.

Semoga Allah memberikan berkah, rahmat, hidayah serta kemuliaan-Nya atas kebaikan dan pengorbanan bagi kita semua. Disadari sepenuhnya bahwa dalam penulisan skripsi ini masih jauh dari sempurna, saran dan kritik yang bersifat membangun selalu diharapkan. Semoga skripsi ini bermanfaat bagi penulis khususnya dan bagi pembaca pada umumnya.

Bandar Lampung, 4 Juli 2021  
Penulis,

Jihan Nafisya Fitri

## DAFTAR ISI

Halaman

### DAFTAR ISI DAFTAR TABEL DAFTAR LAMPIRAN

I.	PENDAHULUAN .....	1
A.	Latar Belakang .....	1
B.	Identifikasi Masalah.....	17
C.	Pembatasan Masalah.....	18
D.	Rumusan Masalah.....	18
E.	Tujuan Penelitian .....	19
F.	Manfaat Penelitian .....	20
G.	Ruang Lingkup Penelitian.....	20
II.	TINJUAN PUSTAKA, KERANGKA PIKIR DAN HIPOTESIS .....	22
A.	Tinjauan Pustaka.....	22
1.	Perilaku Konsumen .....	22
2.	Pembayaran Elektronik ( <i>E-Payment</i> ) .....	25
3.	Keputusan Menggunakan Aplikasi Dompot Digital Dana.....	27
4.	Aplikasi Dompot Digital Dana. ....	32
5.	Persepsi Manfaat .....	38
6.	Persepsi Kemudahan .....	41
7.	Promosi.....	44
B.	Keterkaitan Judul Penelitian dengan Mata Kuliah di Pendidikan Ekonomi .....	47
C.	Penelitian Relevan .....	50
D.	Grand Teori.....	58
E.	Kerangka Pikir .....	62
F.	Paradigma Penelitian .....	64
G.	Hipotesis .....	64

III.	METODOLOGI PENELITIAN.....	66
A.	Metodologi Penelitian.....	66
B.	Populasi dan Sampel.....	67
1.	Populasi.....	67
2.	Sampel.....	68
C.	Teknik Sampling.....	69
D.	Variabel Penelitian.....	71
1.	Variabel bebas (Independent Variable).....	71
2.	Variabel terikat (Dependent Variable).....	72
E.	Definisi Konseptual.....	72
1.	Persepsi Manfaat ( $X_1$ ).....	72
2.	Persepsi Kemudahan ( $X_2$ ).....	73
3.	Promosi ( $X_3$ ).....	73
F.	Definisi Operasional Variabel.....	73
G.	Teknik Pengumpulan Data.....	74
1.	Observasi.....	75
2.	Kuisisioner.....	75
H.	Uji Persyaratan Instrument.....	76
1.	Uji validitas instrument.....	76
2.	Uji reabilitas.....	80
I.	Uji Persyaratan Statistik Parametrik.....	82
1.	Uji Normalitas.....	82
2.	Uji Homogenitas.....	83
J.	Uji Persyaratan Regresi Linier (Uji Asumsi Klasik).....	85
1.	Uji kelinearan regresi.....	85
2.	Uji Multikolinearitas.....	86
3.	Uji Autokorelasi.....	87
4.	Uji Heteroskedastisitas.....	89
K.	Pengujian Hipotesis.....	90
1.	Pengujian Hipotesis Secara Parsial.....	90
2.	Pengujian Secara Simultan.....	91

IV.	HASIL DAN PEMBAHASAN.....	95
A.	Deskripsi Lokasi Penelitian .....	95
1.	Sejarah Singkat Berdirinya FKIP universitas Lampung.....	95
2.	Gambaran Umum FKIP universitas Lampung .....	96
3.	Visi FKIP Universitas Lampung .....	96
4.	Misi FKIP Universitas Lampung.....	96
5.	Tujuan FKIP Univeristas Lampung.....	97
B.	Gambaran Responden Penelitian .....	97
C.	Deskripsi Data.....	98
1.	Persepsi Manfaat (X1).....	99
2.	Persepsi Kemudahan (X2).....	101
3.	Promosi (X3) .....	103
4.	Keputusan Menggunakan Aplikasi Dompot Digital Dana.id(Y).....	105
D.	Uji Persyaratan Statistik Parametrik .....	108
1.	Uji Normalitas Data.....	108
2.	Uji Homogenitas Sampel.....	109
E.	Uji Asumsi Klasik untuk Regresi Ganda .....	111
1.	Uji Linearitas Garis Regresi .....	111
2.	Uji Multikolinearitas .....	112
3.	Uji Autokorelasi .....	113
4.	Uji Heterokedastisitas.....	115
F.	Pengujian Hipotesis .....	116
1.	Pengujian Hipotesis Secara sendiri-sendiri .....	117
2.	Pengujian Secara Simultan .....	123
G.	Pembahasan.....	128
1.	Pengaruh Persepsi Manfaat (X1) Terhadap Keputusan Menggunakan Aplikasi Dompot Digital Dana (Y) .....	128
2.	Pengaruh Persepsi Kemudahan (X2) Terhadap Keputusan Menggunakan Aplikasi Dompot Digital Dana (Y) .....	130
3.	Pengaruh Promosi (X3) Terhadap Keputusan Menggunakan Aplikasi Dompot Digital Dana (Y).....	133

4. Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan dan Promosi Terhadap Keputusan Menggunakan Dana. ....	135
V. KESIMPULAN DAN SARAN.....	139
A. KESIMPULAN.....	139
B. SARAN.....	140
DAFTAR PUSTAKA.....	142

## DAFTAR TABEL

Tabel 1 hasil kuisioner pengaruh persepsi manfaat terhadap keputusan menggunakan aplikasi dompet digital DANA.ID FKIP Universitas Lampung.....	11
Tabel 2 hasil kuisioner pengaruh persepsi kemudahan terhadap keputusan menggunakan aplikasi dompet digital Dana FKIP Universitas Lampung.....	13
Tabel 3 hasil kuisioner pengaruh promosi terhadap keputusan menggunakan aplikasi dompet digital Dana.id FKIP Universitas Lampung.....	15
Tabel 4 Penelitian yang Relevan.....	50
Tabel 5 Data Mahasiswa Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Lampung jumlah angkatan 2017 yang menggunakan aplikasi dompet digital .....	68
Tabel 6 Perhitungan Jumlah Sampel untuk Mahasiswa FKIP UNILA Angkatan 2017 .....	70
Tabel 7 Definisi Operasional .....	74
Tabel 8 Hasil Uji Validitas Angket Variabel Persepsi Manfaat .....	77
Tabel 9 Hasil Uji Validitas Angket Variabel Persepsi Kemudahan .....	77
Tabel 10 Hasil Uji Validitas Angket Variabel Promosi.....	78
Tabel 11 Hasil Uji Validitas Angket Variabel Keputusan Menggunakan Aplikasi Dana .....	79
Tabel 12 Realibilitas Angket Persepsi Manfaat .....	81
Tabel 13 Realibilitas Angket Persepsi Kemudahan .....	81
Tabel 14 Realibilitas Angket Promosi .....	81
Tabel 15 Realibilitas Angket Keputusan Menggunakan.....	82
Tabel 16 Analisis Varians Anova .....	85
Tabel 17 Distribusi frekuensi variabel Persepsi Manfaat .....	99
Tabel 18 Kategori Variabel Volume Persepsi Manfaat .....	100
Tabel 19 Distribusi frekuensi variabel Persepsi Kemudahan .....	102
Tabel 20 Kategori Variabel Volume Persepsi Kemudahan .....	102
Tabel 21 Distribusi frekuensi variabel Promosi.....	104
Tabel 22 Kategori Variabel Volume Promosi.....	105
Tabel 23 Distribusi frekuensi variabel Keputusan Menggunakan Aplikasi Dompet Digital Aplikasi Dompet Digital Dana .....	106
Tabel 24 Kategori Variabel Volume Keputusan Menggunakan Aplikasi Dompet Digital Dana .....	107
Tabel 25 One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test .....	108
Tabel 26 Rekapitulasi Uji Normalitas.....	109
Tabel 27 Test of Homogeneity of Variances .....	110
Tabel 28 Rekapitulasi Uji Homogenitas .....	110
Tabel 29 Rekapitulasi Uji linear .....	111
Tabel 30 Rekapitulasi Uji Multikolinearitas .....	113
Tabel 31 Hasil Uji Autokorelasi .....	114
Tabel 32 Rekapitulasi Hasil Uji Heteroskedastisitas .....	116
Tabel 33 Hasil Uji Variabel Persepsi Manfaat (X1) .....	117
Tabel 34 Koefisien Regresi, Persepsi Manfaat (X1) Terhadap Keputusan Menggunakan	

Aplikasi Dompot Digital Dana (Y).....	118
Tabel 35 Hasil Uji Variabel Persepsi Kemudahan (X2) .....	119
Tabel 36 Koefisien Regresi, Persepsi Kemudahan (X2) Terhadap Keputusan Menggunakan Aplikasi Dompot Digital Dana (Y).....	120
Tabel 37 Hasil Uji Variabel Promosi (X3) .....	121
Tabel 38 Koefisien Regresi, Promosi (X3) Terhadap Keputusan Menggunakan Aplikasi Dompot Digital Dana (Y) .....	122
Tabel 39 Hasil Uji Pengaruh Variabel Persepsi Manfaat (X1), Persepsi Kemudahan (X2) dan Promosi (X3) terhadap Keputusan Menggunakan Aplikasi Dompot Digital Dana.id pada mahasiswa FKIP Universitas Lampung .....	124
Tabel 40 Koefisien Regresi Persepsi Manfaat (X1), Persepsi Kemudahan (X2) dan Promosi (X3) terhadap Keputusan Menggunakan Aplikasi Dompot Digital Dana.id pada mahasiswa FKIP Universitas Lampung .....	124
Tabel 41 ANOVA untuk Uji Hipotesis Pengaruh Variabel Persepsi Manfaat (X1), Persepsi Kemudahan (X2) dan Promosi (X3) terhadap Keputusan Menggunakan Aplikasi Dompot Digital Dana.id pada mahasiswa FKIP Universitas Lampung.....	127

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Pengunjung Web E-Commerce Bulanan Kuartal II.....	3
Gambar 2 Metode Pembayaran Transaksi Belanja Online .....	4
Gambar 3 Instrumen Uang Elektronik .....	5
Gambar 4 Pengguna Aktif e-wallet.....	8
Gambar 5 Proses Perilaku Konsumen.....	24
Gambar 6 Paradigma Teoritis Pengaruh X1,X2,X3 dan Y.....	64
Gambar 7 Kurva Durbins-Watson .....	114

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 kisi-kisi angket.....	147
Lampiran 2 angket penelitian.....	146
Lampiran 3 data hasil angket 81 responden.....	152
Lampiran 4 Uji Normalitas Sampel .....	168
Lampiran 5 Uji Homogenitas.....	168
Lampiran 6 Uji Kelinearan .....	169
Lampiran 7 Uji Multikolinearitas .....	170
Lampiran 8 Uji Autokorelasi .....	170
Lampiran 9 Uji Heteroskedastisitas .....	170
Lampiran 10 Uji regresi secara parsial .....	171
Lampiran 11 Uji Secara Multiple.....	174
Lampiran 12 Kuisisioner penelitian pendahuluan .....	175
Lampiran 13 Surat Izin Penelitian .....	176
Lampiran 14 Surat Balasan .....	177
Lampiran 15 kuisisioner Penentuan Populasi dan penelitian pendahuluan Pengguna Dompot Digital Pada Mahasiswa FKIP UNILA Angkatan 2017 .....	178
Lampiran 16 kuisisioner penelitian .....	178

## I. PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang

Perkembangan teknologi di era globalisasi tren digital bertumbuh begitu cepat. Digitalisasi yang sedang berkembang saat ini yaitu sistem pembayaran elektronik. Dengan adanya Kemajuan teknologi dalam sistem pembayaran sudah mengambil alih peranan uang tunai yang dikenal sebagai alat pembayaran pada umumnya kedalam wujud pembayaran non tunai yang lebih efektif dan efisien. Pembayaran dengan sistem transaksi non tunai yang dikenal saat ini yaitu uang elektronik.

Penafsiran uang elektronik bagi Peraturan Bank Indonesia Nomor 11/12/PBI/2009 merupakan perlengkapan pembayaran yang diterbitkan atas dasar nilai uang yang disetor terlebih dahulu kepada penerbit. Nilai uang disimpan secara elektronik dalam suatu media server ataupun chip, serta dapat dipindahkan untuk kepentingan transaksi pembayaran dan transfer dana.id. Menurut Bank Indonesia terdapat dua macam uang elektronik berdasarkan penyimpanan dan pencatatan transaksi, yang pertama yaitu :

1. uang elektronik berbasis *chip* (*chip based*), merupakan uang elektronik berbasis *chip* yang di tanam pada kartu ataupun

media lain. Contoh uang elektronik berbasis *chip*: BCA, Mandiri, BRI, BNI, serta yang lainnya.

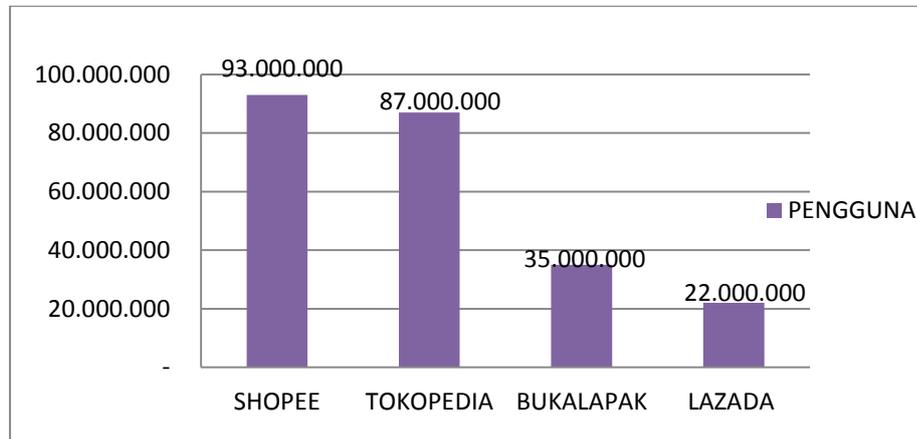
2. uang elektronik berbasis *server* (*server based*), merupakan uang elektronik tidak mempunyai bentuk fisik seperti kartu, sehingga pencatatan transaksi keuangan ditampung pada server aplikasi yang disebut dengan dompet digital. Contoh dompet digital berbasis server : GoPay, Ovo, Dana.id, Link aja, Doku, sakuku , Paytren dsb. (Bank Indonesia, 2006)

Penggunaan uang elektronik ini sebagai alat pembayaran yang inovatif dan *instant* diharapkan dapat membantu kelancaran pembayaran aktivitas ekonomi semacam pembayaran retail, transportasi online, *E-Commerce*, pesan makan cepat saji *online*, tagihan-tagihan serta transaksi lainnya yang dilakukan melalui sebuah aplikasi. Berawal dari opsi pembayaran memakai kartu debit atau kredit di toko maupun restoran, saat ini lingkup transaksi non tunai juga terus menjadi luas berkat kemunculan *e-commerce* di Indonesia.

Kehadiran *E-Commerce* mendorong perkembangan *fintech* di Indonesia. Sebutan ini ialah kependekan dari *financial technology*. Menurut National Digital Research Centre di Dublin *fintech* adalah inovasi layanan keuangan. *Fintech* muncul seiring dengan perubahan gaya hidup masyarakat yang menyukai hal-hal bersifat cepat serta praktis. Ada beberapa *startup* yang mengembangkan *fintech* untuk

memudahkan masyarakat dalam membayar produk dan jasa. saat ini ada beberapa jenis aplikasi *E-Commerce* yang populer digunakan masyarakat Indonesia pada tahun 2020 terlihat pada gambar berikut.

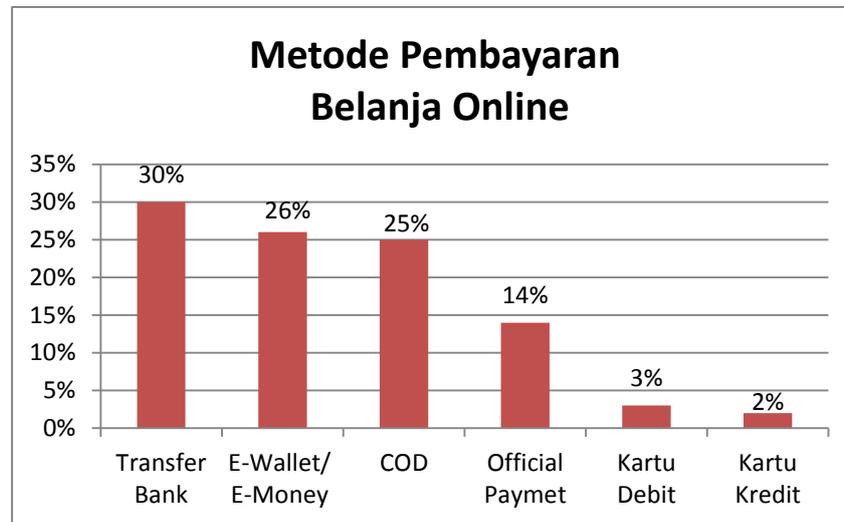
**Gambar 1 Pengunjung Web E-Commerce Bulanan Kuartal II**



*Sumber: katadata.id*

Bersumber dari informasi di atas Shopee menjadi *E-Commerce* dengan rata-rata kunjungan sebanyak 93 juta pengunjung, lalu di susul oleh tokopedia sebanyak 87 juta pengujung, Bukalapak 35 juta pengunjung dan sisanya memilih mengunjungi *E-Commerce* lainnya. Hadirnya *E-Commerce* dan tingginya tingkat penggunaannya sejalan dengan tersedianya berbagai macam metode pembayaran yang dapat dilakukan pada saat transaksi belanja online.

**Gambar 2 Metode Pembayaran Transaksi Belanja Online**



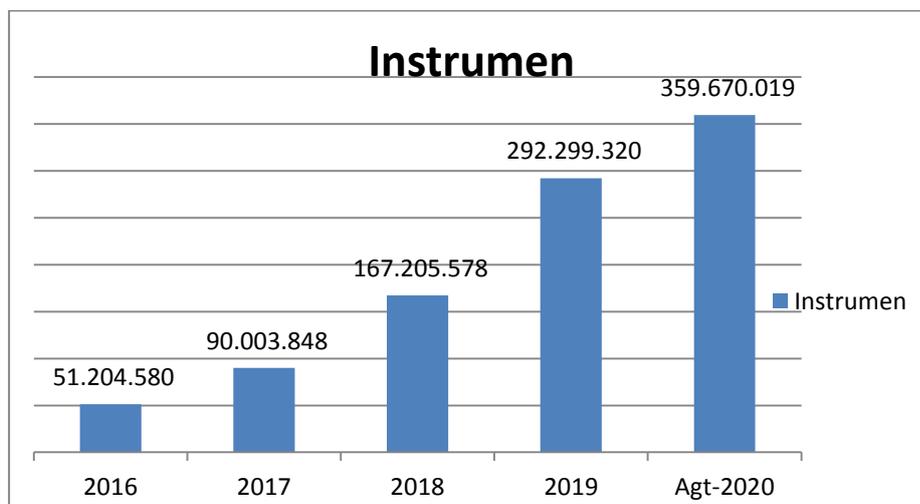
Sumber: iPrice.com

Berdasarkan gambar 2 diperoleh informasi dari situs iPrice tahun 2020. 30% mereka memilih pembayaran melalui transfer bank, 26% menyebutkan mereka memilih untuk menggunakan dompet digital/ uang elektronik, dan sisanya melakukan metode pembayaran lainnya, dari pernyataan diatas dapat kita ketahui sebagian masyarakat sudah dapat menerima adanya alternatif alat pembayaran non tunai dalam bertransaksi *online*, namun metode pembayaran dengan uang elektronik belum menjadi opsi utama saat melakukan belanja *online*.

Bank Indonesia selaku pemegang otoritas yang mengendalikan bidang sistem pembayaran di Indonesia sudah mencanangkan upaya gerakan pemerintah dalam menciptakan gerakan masyarakat tanpa uang tunai atau kerap disebut *less cash society*. Tentunya Pertumbuhan teknologi digital disektor finansial dan perilaku generasi

milenial saat ini yang selalu ingin praktis dalam melakukan pembelian atau pembayaran mendorong tumbuhnya transaksi non tunai. Penggunaan uang elektronik di Indonesia mengalami peningkatan yang cukup pesat. Berdasarkan data statistik jumlah pengguna uang elektronik sendiri dapat dilihat pada gambar berikut.

**Gambar 3 Instrumen Uang Elektronik**



Sumber : Bank Indonesia, 2020

Pengguna uang elektronik selalu meningkat di setiap tahunnya. Seperti yang dapat dilihat pada gambar 3, pada tahun 2016 jumlah instrumen uang elektronik hanya 51.204.580 unit, sedangkan sampai dengan data terakhir pada agustus 2020, uang elektronik sejumlah 359.670.019 unit. Pertumbuhan transaksi pembayaran *Less Cash Society* merupakan gerakan perubahan yang mampu meningkatkan sirkulasi keuangan dalam perekonomian. Hal ini juga sebagai upaya untuk mengurangi biaya percetakan uang rupiah dan *cash handling*. Maka berbagai transaksi pembayaran non tunai kini telah menjadi

trend sekaligus kebutuhan dimasa sekarang. Mantan Deputy Gubernur Bank Indonesia R.Maulana Ibrahim S, menyebutkan bahwa perputaran uang yang semakin cepat dalam masyarakat akan menstimulasi kegairahan dan pertumbuhan ekonomi sebagai dampak dari *money multiplier* yang diciptakannya ([www.iPrice.com](http://www.iPrice.com), 2020).

Bentuk pembayaran elektronik yang tengah populer saat ini ialah dompet digital yang berbasis aplikasi. Dompet digital menawarkan lebih banyak manfaat dan kemudahan dengan teknologi yang dapat diakses oleh berbagai kalangan. Berdasarkan survei yang dilakukan Jakpat bersama dailysocial, sebanyak 76,40% pengguna dompet digital aktif merupakan penduduk yang berusia 20-35 tahun, maka dari itu dapat di ketahui bahwa pengguna dompet digital di dominasi oleh kalangan milenial dan generasi Z karna kaum milenial dan generasi z dianggap telah akrab dan mudah dalam pengadopsian teknologi terbaru (Eka, 2017).

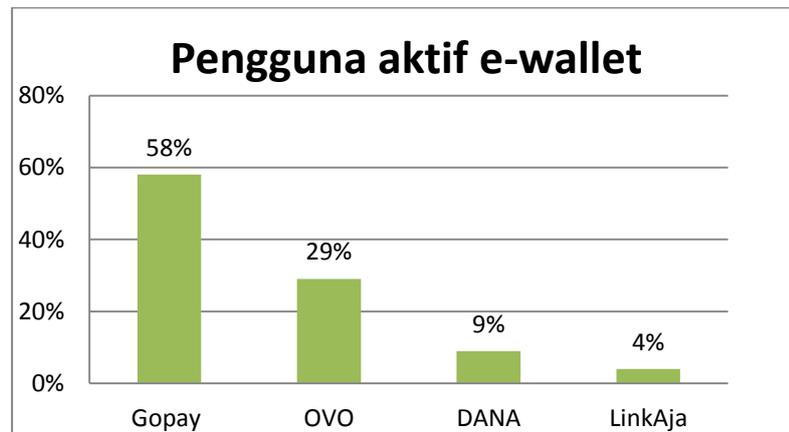
Mahasiswa dapat dikatakan sebagai generasi milenial yang identik dengan *lifestyle yang up to date*, hal itu membuat sistem pembayaran non tunai telah menjadi tren sekaligus menjadi kebutuhan saat ini juga dapat mendorong inovasi dibidang keuangan dan menjaga stabilitas moneter serta stabilitas keuangan dalam sistem pembayaran yang efisien, lancar, aman serta andal. Maka dari itu dalam penelitian ini mahasiswa dipilih sebagai subjek penelitian karna mahasiswa dianggap

lebih *up to date* dalam memperoleh informasi mengenai teknologi baru.

Dana.id mulai di perkenalkan pada tanggal 21 Maret 2018 secara resmi sebagai salah satu layanan pembayaran elektronik di Indonesia. Dengan berbasis *Open-Platform*, Dana.id sendiri memiliki keunggulan terutama dari segi penggunaanya. Berbeda dengan layanan pembayaran digital lainnya (Gopay, Grabpay, OVO, dan sebagainya), dilansir dari situs money kompas.com dana.id mencatat jumlah *users* sebanyak 40 juta *user* atau meningkat dari Desember 2019 sebesar 30 juta *user*, dengan 1 juta transaksi setiap harinya dan memiliki lebih dari 1500 *merrchant* yang tersebar di Jabodetabek dan pulau Jawa (Kartika, 2019). Sebagai pendatang baru dana.id dianggap dapat cukup bersaing dengan dompet digital lainnya yang sudah terlebih dahulu mendominasi pasar layanan pembayaran non tunai. Itu artinya masyarakat telah menerima bentuk pembayaran non tunai yang dikemas dengan aplikasi dompet digital.

Dana.id yang dikelola oleh PT.Espay Debit Indonesia Koe mendapati urutan ketiga aplikasi dompet digital yang paling banyak diunduh, setelah Gopay, dan OVO Per kuartal II/2020. Menurut situs iPrice berdasarkan jumlah pengguna aktif bulanan dompet digital terbanyak selama periode Kuartal II tahun 2020 terlihat pada gambar berikut.

**Gambar 4 Pengguna Aktif e-wallet.**



Sumber: iPrice.com

Berdasarkan gambar 4 jumlah pengguna aktif bulanan selama periode Kuartal II tahun 2020. GoPay menjadi dompet digital yang paling tinggi diminati yaitu ada sebanyak 58% peminatnya, sementara OVO 29%, Dana 9% dan LinkAja 4%. Dapat diketahui eksistensi Dana masih kalah bersaing dengan dompet digital lainnya. Dana sendiri diusung oleh pemodal yang cukup kuat yaitu Emtek Group dan Ant Financial yang merupakan perusahaan asal Cina Alipay milik miliarder terkaya di dunia, Jack Ma. Maka dari itu dana.id mempunyai kekuatan untuk bersaing dengan Gopay dan Ovo.

Keunggulan Dana dibandingkan dengan Aplikasi dompet digital lainnya adalah Dana telah menyediakan fasilitas memindai QR code yang sudah ada saat Dana.id diluncurkan pertama kali, pemindaian kode QRIS dapat dipakai untuk transaksi pada *outlet-outlet* yang telah bekerja sama dengannya. sehingga pembayaran pun menjadi lebih

mudah, cepat dan praktis dengan pemindaian kode QR ini, keunggulan lainnya yang dimiliki Dana ialah terdapat fitur tranfer uang antar bank tanpa di kenai biaya admin, tentunya fitur tersebut memberikan konsumen kemudahan dalam transafer antar bank lain tanpa di bebani biaya admin dan saldo Dana dapat di tarik ke rekening pengguna. selain itu pengisian saldo Dana pun dapat dilakukan melalui agen-agen terdekat seperti Alfamart, Alfamidi, Kantor Pos dan juga dapat melalui transfer bank.

Dalam rangka mempermudah kegiatan transaksi, Dana pun menyediakan meyediakan fasilitas yang dapat memberikan akses langsung terhadap kartu debit, sehingga pengguna dapat bertansaksi tanpa perlu melakukan *top up* terlebih dahulu. Selain dapat dilakukan untuk bertransaksi di merchant, Dana juga menjadi solusi dalam berbagai jenis pembayaran seperti pembayaran tagihan-tagihan, isi ulang pulsa token/ pulsa Prabayar maupun pascabayar, BPJS Kesehatan, Telkom, tv kabel, Lazada, Tix id, voucher digital, voucher games, cicilan, asuransi, zakat, parkir serta pembayaran lainnya. Berbagai fasilitas dan layanan yang di tawarkan, pengguna diharapkan dapat beralih dan menggunakan Dana sebagai alat pembayaran elektronik yang sah.

Dari segi keamanan, saat ini Dana perkuat kemanan dengan menghadirkan fitur keamanan Face Login dengan fitur ini, pengguna tak perlu khawatir untuk gagal melakukan login akibat lupa PIN dan

bisa menghindarkan dari kemungkinan pengambilalihan akun DANA akibat informasi tentang PIN pengguna diketahui oleh pihak lain yang tidak bertanggungjawab. Selain itu, juga Dana memiliki Sertifikat PCIDSS (Payment Card Industry Data Security Standard). DANA tidak menyimpan data kartu kredit dan kartu debit yang disimpan pengguna pada dompet digital DANA-nya. Semua data ditokenisasi dan bersifat rahasia.

Dana juga menerapkan program DANA Protection, jaminan 100% uang kembali untuk pengguna. Juga bekerja sama dengan Dukcapil untuk verifikasi data pengguna serta menerapkan zero-data sharing policy serta dilengkapi dengan kode PIN dan OTP tentunya akan mengurangi terjadinya cyber crime dan Dompet elektronik Dana pun telah mengantongi izin dari Bank Indonesia, tidak hanya izin layanan dompet elektronik tetapi sekaligus izin layanan uang elektronik, izin Lembaga Keuangan Digital (LKD), dan izin transfer. Berbagai keunggulan yang dimiliki oleh Dana tentu akan menjadi kekuatan Dana dalam bersaing dengan penyedia dompet digital lainnya.

Teknologi tentunya tidak sepenuhnya 100% sempurna, masih terdapat beberapa kekurangan yang akan menjadi tolak ukur untuk pengembangan berikutnya, Kekurangan Dana sendiri di bandingkan dengan dompet digital lainnya yaitu, *merchant* yang masih terbatas. Bila dibandingkan dengan kompetitor lainnya, seperti OVO, GoPay, dan aplikasi LinkAja, *merchant* yang telah bekerja sama dengan DANA jauh lebih

sedikit. seperti pada pembayaran di minimarket Sejauh ini Dana hanya menjangkau Alfamart dan Alfamidi, Dana belum bekerjasama dengan indomaret ataupun minimarket lainnya. Selain itu DANA juga belum menjangkau pedagang-pedagang kecil, misal pedagang kaki lima. Peralnya, aplikasi OVO dan GoPay telah menjangkau ke sektor-sektor yang lebih kecil. Sejauh ini, DANA hanya menjangkau kafe dan kedai kecil, tapi bukan kaki lima.

Berdasarkan hasil observasi pendahuluan, diketahui masih kurangnya pengetahuan mahasiswa tentang manfaat menggunakan Dana Hal ini dapat terlihat dari hasil angket pra penelitian yang dilakukan terhadap 20 mahasiswa FKIP Universitas Lampung berikut ini disajikan data mengenai pengaruh persepsi manfaat terhadap keputusan menggunakan aplikasi dompet digital Dana, yakni sebagai berikut .

**Tabel 1 hasil kuisioner pengaruh persepsi manfaat terhadap keputusan menggunakan aplikasi dompet digital DANA.ID FKIP Universitas Lampung**

No.	Pernyataan	Ya	Tidak	Jumlah mhasiswa
1.	Dana.id.id memberikan manfaat tertentu atas kebutuhan saya	7	13	20
2.	Dana.id.id menjadikan transaksi pembayaran saya menjadi lebih cepat	8	12	20
3.	Saya lebih memilih menggunakan Dana.id.id karena pembayaran yang lebih efisien dibandingkan tunai	11	9	20
4.	Dengan menggunakan Dana.id.id , saya mampu mengerjakan dua pekerjaan secara bersama-sama	4	16	20
	Jumlah	30	57	80
	Presentase rata-rata	38%	62 %	

*Sumber: Hasil Kuisioner*

Berdasarkan tabel 1 diatas dapat diketahui bahwa sebanyak 62 % mahasiswa menyebutkan adanya persepsi manfaat dapat mempengaruhi keputusan penggunaan aplikasi dompet digital , dan sebanyak 38 % mahasiswa menyatakan sebaliknya, dari pertanyaan ini dapat dipahami bahwa mahasiswa akan cenderung menggunakan suatu sistem teknologi yang di rasa dapat memberikan sebuah efektifitas, efisiensi serta produktivitas kinerjanya. Wijaya dalam Oliver (2011) menyebutkan bahwa persepsi pengguna terhadap manfaat teknologi dapat di ukur dari beberapa faktor sebagai, berikut:

1. Penggunaan sistem teknologi dapat meningkatkan produktivitas pengguna
2. Penggunaan sistem teknologi dapat meningkatkan kinerja pengguna
3. Penggunaan sistem teknologi dapat meningkatkan efisiensi proses yang dilakukan pengguna

Pengguna teknologi akan mempunyai minat menggunakan teknologi (minat perilaku) jika merasakan teknologi bermanfaat dan mudah digunakan. Pengguna sistem cenderung menggunakan sistem jika sistem tersebut dapat digunakan dengan mudah. Manfaat terhadap suatu produk dapat di jadikan pertimbangan dalam pengambilan keputusan penggunaan.

Keputusan seseorang terhadap penggunaan sistem teknologi (dalam penelitian ini adalah aplikasi Dana) dapat diukur dengan teori tentang penerimaan suatu teknologi. *Technology Accepted Model* (TAM) merupakan model yang paling sering digunakan dalam pengdopsian

teknologi. Model penerimaan teknologi ini yang pertama kali di perkenalkan oleh Davis *et al* dalam Ahmad & Pambudi (2013) mengemukakan bahwa Model penerimaan teknologi persepsi manfaat dan persepsi Kemudahan penggunaan merupakan faktor utama yang mempengaruhi dalam pengadopsian penggunaan teknologi baru. manfaat serta kemudahan yang di tawarkan uang elektronik dapat mempengaruhi peningkatan penggunaannya.

Berdasarkan hasil obervasi pendahuluan, diketahui salah satu alasan mahasiswa tidak menggunakan dompet digital Dana disebabkan masih terbatasnya *merchant* yang bekerja sama dengan Dana. berikut ini disajikan data mengenai pengaruh persepsi kemudahan terhadap keputusan menggunakan aplikasi dompet digital Dana yakni sebagai berikut .

**Tabel 2 hasil kuisisioner pengaruh persepsi kemudahan terhadap keputusan menggunakan aplikasi dompet digital Dana FKIP Universitas Lampung**

No.	Pernyataan	Ya	Tidak	Jumlah mahasiswa
1.	Fitur dan penggunaan E-Wallet Dana.id.id mudah untuk dipelajari	13	7	20
2.	Saya tidak memerlukan banyak upaya untuk menggunakan dana.id.id	9	11	20
3.	Dana.id.id sebagai alternatif uang tunai fleksibel dapat digunakan dimanapun dan kapan pun	6	14	20
4.	Sudah banyak <i>merchant</i> yang menerima transaksi dengan Dana.id.id	8	12	20
	Jumlah	36	44	80
	Presentase rata-rata	45%	55%	

*Sumber: Hasil Kuisisioner*

Berdasarkan informasi tabel 2 di atas dapat diketahui sebanyak 55% mahasiswa menyebutkan bahwa adanya persepsi kemudahan dapat mempengaruhi keputusan penggunaan aplikasi dompet digital, dan sebanyak 45% mahasiswa menyatakan sebaliknya, dari pernyataan ini dapat di pahami bahwa penggunaan aplikasi dompet digital Dana masih memerlukan beberapa upaya saat menggunakannya, selain itu sebagian mahasiswa merasa Dana tidak dapat digunakan secara fleksibel karena Dana hanya menerima transaksi dengan *merchant* yang telah berkejasama dengannya. Itu sebabnya masih banyaknya mahasiswa lebih memilih menggunakan metode pembayaran tunai.

Persepsi kemudahan didefinisikan sebagai sistem yang mudah untuk dipelajari dan di pergunakan oleh *user atau user friendly* (Amin, 2014). dalam kasus dompet digital, yang dimaksud dengan persepsi kemudahan adalah ukuran dari perasaan konsumen bahwa dalam pengeroperasian aplikasi layanan yang disediakan mudah untuk dipelajari dan digunakan. Dalam kasus dompet digital, yang dimaksud dengan persepsi kemudahan adalah ukuran dari perasaan konsumen bahwa dalam pengoperasian aplikasi layanan yang disediakan mudah untuk dipelajari dan digunakan.

Produk uang elektronik di indonesia merupakan sebuah produk baru (inovasi) dari perkembangan teknologi yang semakin maju maka dari

itu para pencipta produk baru (inovasi) harus melakukan berbagai langkah untuk memasarkan produk tersebut agar dapat di ketahui oleh masyarakat luas yaitu dengan cara promosi produk. Menurut Rambat Lupiyoadi (2013) promosi ialah salah satu jenis variable dalam marketing mix yang sangat perlukan oleh perusahaan dalam memasarkan suatu produk maupun jasa. aktivitas promosi bukan hanya berguna sebagai sarana alat komunikasi antara perusahaan dengan pelanggan, melainkan juga sebagai alat yang digunakan untuk dapat mempengaruhi pelanggan dalam melakukan kegiatan pembelian atau penggunaan jasa sesuai dengan keinginan dan kebutuhan pelanggan.

Berdasarkan hasil observasi pendahuluan, diketahui daya tarik promosi masih kurang maksimal sehingga mahasiswa tidak menggunakan dompet digital Dana sebagai alternatif pembayaran. berikut ini disajikan data mengenai pengaruh promosi terhadap keputusan menggunakan aplikasi dompet digital Dana.id, yakni sebagai berikut.

**Tabel 3 hasil kuisioner pengaruh promosi terhadap keputusan menggunakan aplikasi dompet digital Dana.id FKIP Universitas Lampung**

No.	Pernyataan	Ya	Tidak	Jumlah mahasiswa
1.	dana.id.id memiliki berbagai promosi penjualan	8	12	20
2.	Penerbit Dana.id.id menampilkan iklan secara menarik dan informatif	4	16	20
3.	banyak memberikan potongan harga saat bertransaksi dengan dana.id.id	5	15	20
4.	Pencipta uang elektronik melakukan promosi dengan	6	14	20

memasang alat promosi (spanduk, poster, pamflet dll) di tempat strategis

Jumlah	23	44	80
Presentase rata-rata	29%	71%	

*Sumber: Hasil Kuisisioner*

Berdasarkan tabel 3 diatas dapat diketahui sebanyak 71 % mahasiswa menyatakan dengan adanya promosi dapat mempengaruhi keputusan penggunaan aplikasi dompet digital, dan sebanyak 29 % mahasiswa menyatakan sebaliknya, dari pernyataan ini dapat di pahami bahwa promosi yang dilakukan Dana masih kurang maksimal, berbeda dengan penyedia dompet digital lainnya yang sering memberikan promo *cashback* hingga 60% untuk para penggunanya. Selain itu masih banyak mahasiswa merasa bahwa iklan atau promosi yang ditampilkan Dana kurang menarik dan informatif. Aktivitas promosi tidak hanya berguna sebagai alat komunikasi antara perusahaan dengan pelanggan, melainkan juga sebagai alat yang digunakan untuk dapat mempengaruhi pelanggan dalam melakukan kegiatan pembelian atau penggunaan jasa sesuai dengan keinginan dan kebutuhan pelanggan.

Dari uraian latar belakang diatas dapat dipahami bahwa persepsi manfaat dan persepsi kemudahan menjadi faktor dalam pengadopsian sistem teknologi dimana pengguna percaya bahwa teknologi mampu meningkatkan kinerja, produktivitas dan efektifitas serta dapat terbebas dari upaya saat menggunakannya. Hal lain yang juga mempengaruhi penggunaan teknologi ialah adanya informasi serta

bentuk pemasaran penyedia produk atau yang lebih sering disebut dengan promosi produk. Oleh karena itu, dalam penelitian ini difokuskan dalam memecahkan kebermanfaatan Dana dikalangan mahasiswa, kemudahan penggunaan aplikasi Dana dan daya tarik promosi yang ditawarkan oleh Dana. maka peneliti melakukan sebuah penelitian yang berjudul **“Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan dan Promosi Terhadap Keputusan Menggunakan Aplikasi Dompot Digital Dana.id Pada Mahasiswa FKIP Universitas Lampung ”**.

## **B. Identifikasi Masalah**

**Identifikasi masalah dari penelitian ini adalah :**

1. Menurut situs iPrice tahun 2020 Sebanyak 30% mereka memilih pembayaran melalui transfer bank, 26% menyebutkan mereka memilih untuk menggunakan dompet digital dan sisanya melakukan metode pembayaran lainnya. Dapat diketahui masih rendahnya konsumen yang memilih dompet digital sebagai alternatif metode pembayaran saat melakukan *online shopping*.
2. Menurut situs iPrice jumlah pengguna aktif bulanan dompet digital selama periode Kuartal II tahun 2020 , Gopay memperoleh sebanyak 58% peminatnya, sementara OVO 29%, DANA.ID 9% dan LinkAja 4%. Dapat diketahui eksistensi Dana masih kalah bersaing dengan dompet digital lainnya.
3. Masih kurangnya pengetahuan mahasiswa tentang manfaat menggunakan dompet digital Dana

4. Alasan mahasiswa tidak menggunakan dompet digital Dana disebabkan masih terbatasnya *merchant* yang bekerja sama dengan Dana
5. Masih banyak mahasiswa yang lebih memilih metode pembayaran tunai, karna penggunaan dompet digital Dana masih memerlukan beberapa usaha dan tidak dapat digunakan pada tempat yang belum terjalin kerjasama dengan Dana
6. Daya tarik promosi yang masih kurang maksimal sehingga mahasiswa tidak menggunakan dompet digital Dana sebagai alternatif pembayaran.

### **C. Pembatasan Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah dan identifikasi masalah yang telah di paparkan. Peneliti hanya di batasi dan berfokus pada variabel Pengaruh Persepsi Manfaat(X1), Persepsi Kemudahan (X2) dan Promosi (X3) Terhadap Keputusan Menggunakan Aplikasi Dompet Digital Dana.id.id Pada Mahasiswa FKIP Universitas Lampung .

### **D. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah, identifikasi masalah, dan pembatasan masalah tersebut, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah ada pengaruh Persepsi Manfaat terhadap keputusan menggunakan aplikasi dompet digital Dana.id Pada Mahasiswa FKIP Universitas Lampung ?
2. Apakah ada pengaruh Persepsi Kemudahan terhadap keputusan menggunakan aplikasi dompet digital Dana.id Pada Mahasiswa FKIP Universitas Lampung?
3. Apakah ada pengaruh Promosi terhadap keputusan menggunakan aplikasi Dana.id dompet digital Pada Mahasiswa FKIP Universitas Lampung
4. Apakah ada hubungan Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, dan Promosi terhadap keputusan menggunakan aplikasi dompet digital Dana.id Pada Mahasiswa FKIP Universitas Lampung?

#### **E. Tujuan Penelitian**

**Tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :**

1. Mengetahui Pengaruh Persepsi Manfaat Terhadap Keputusan Menggunakan Aplikasi Dompet Digital Dana.id Pada Mahasiswa FKIP Universitas Lampung
2. Mengetahui Pengaruh Persepsi kemudahan Terhadap Keputusan Menggunakan Aplikasi Dompet Digital Dana.id Pada Mahasiswa FKIP Universitas Lampung
3. Mengetahui Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Menggunakan Aplikasi Dompet Digital Dana.id Pada Mahasiswa FKIP Universitas Lampung

4. Mengehtahui Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi kemudahan,dan Promosi secara bersama-sama Terhadap Keputusan Menggunakan Aplikasi Dompot Digital Dana.id Pada Mahasiswa FKIP Univeristas Lampung

## **F. Manfaat Penelitian**

1. Manfaat teoritis
  - a. Bagi peneliti: guna meningkatkan dan memperluas kemampuan peneliti pemahaman *finacial technology* berbasis aplikasi dan di harapkan menjadi salah satu refrensi untuk penelitian selanjutnya
  - b. Bagi akademisi: guna memberikan kontribusi dalam ilmu ekonomi khususnya dalam penggunaan *finacial technology* berbasis aplikasi.
2. Manfaat praktis
  - a. Bagi pengguna : menjadi bahan pertimbangan baik bagi kalangan mahasiswa maupun masyarakat dalam memilih produk *fintech* .
  - b. Bagi perusahaan : di harapkan dapat memberikan masukan positif bagi perusahaan di bidang *fintech* untuk lebih mengembangkan layanan terhadap pelanggan

## **G. Ruang Lingkup Penelitian**

Ruang lingkup penelitian ini adalah sebagai berikut:

### **1. Ruang Lingkup Objek Penelitian.**

Pada penelitian ini yang menjadi ruang lingkup objek penelitian adalah Persepsi Manfaat(X1), Persepsi Kemudahan (X2) dan

Promosi (X3) Keputusan Menggunakan Aplikasi Dompot Digital Dana.id (Y)

**2. Ruang Lingkup Subjek Penelitian**

Subjek penelitian ini adalah Mahasiswa Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Lampung Angkatan 2017 .

**3. Ruang Lingkup Tempat Penelitian**

Tempat penelitian ini adalah Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Lampung .

**4. Ruang Lingkup Waktu Penelitian**

Waktu penelitian ini adalah dilaksanakan pada tahun 2020/2021.

**5. Disiplin Ilmu**

Disiplin ilmu penelitian ini adalah menggunakan disiplin ilmu ekonomi khususnya perilaku konsumen dan manajemen pemasaran.

## **II. TINJUAN PUSTAKA, KERANGKA PIKIR DAN HIPOTESIS**

### **A. Tinjauan Pustaka**

#### **1. Perilaku Konsumen**

##### **a. Pengertian Perilaku Konsumen**

Perilaku konsumen mengacu pada setiap kegiatan konsumen dalam melakukan transaksi jual beli suatu barang atau jasa untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari. Perilaku Konsumen dapat di pengaruhi oleh berbagai faktor baik dari dalam diri maupun dari luar. Pengaruh ini yang akan menjadi pertimbangan seseorang dalam mengambil keputusan pembelian. Secara sederhana perilaku konsumen adalah tindakan yang langsung terlibat dalam mendapatkan, menggunakan (memakai, mengonsumsi) produk barang dan jasa (Supranto dan LimaKrisna, 2011).

##### **b. Faktor– Faktor Perilaku Konsumen**

Menurut Kotler (2012) Perilaku konsumen di pengaruhi oleh beberapa faktor-faktor, sebagai berikut:

###### **1. Faktor kebudayaan**

Menurut Kotler dan Keller (2012:183), budaya merupakan sekumpulan nilai, persepsi, keinginan serta perilaku. Faktor budaya mempunyai pengaruh budaya dan pengaruh budaya pada perilaku pembelian bisa sangat bervariasi.

###### **2. Faktor sosial**

Menurut Kotler dan Keller (2012:201)

- a. Kelompok  
Kelompok ialah dua orang atau lebih yang berinteraksi untuk mencapai tujuan bersama. Kelompok referensi memperkenalkan perilaku dan gaya hidup baru kepada seseorang mempengaruhi sikap dan konsep diri seseorang.
- b. Keluarga  
Anggota keluarga sangat mempengaruhi perilaku membeli. Di dalam diri keluarga akan ditanamkan nilai-nilai yang terpatrit di dalam diri seseorang.
- c. Peran dan status  
Peran terdiri dari kegiatan terdiri dari kegiatan yang diharapkan dilakukan seseorang sesuai dengan orang-orang disekitarnya. Orang biasanya memilih produk yang sesuai dengan peran dan status mereka.

#### 1. Faktor pribadi

Menurut Kotler dan Keller (2012:214) menafsirkan perilaku konsumen dipengaruhi oleh beberapa karakteristik pribadi:

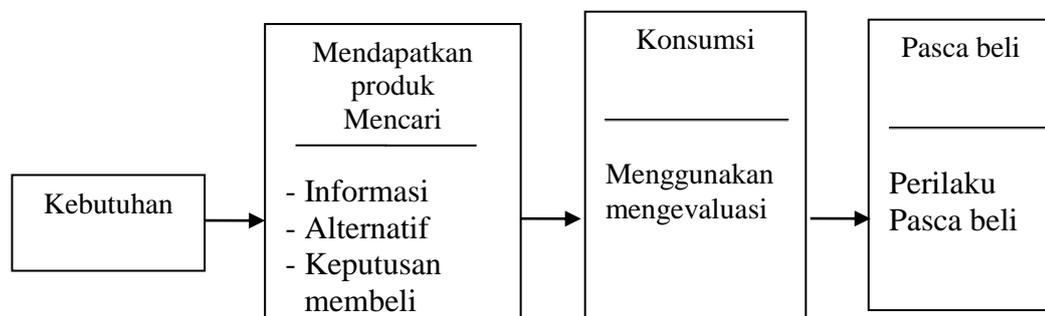
- a. Usia dan tahap siklus hidup  
Orang mengubah barang dan jasa yang mereka beli sepanjang hidup mereka. Selera makan, pakaian, perabot dan rekreasi sering berhubungan dengan usia.
- b. Pekerjaan  
Pekerjaan seseorang juga dipengaruhi barang dan jasa yang mereka gunakan. Hal ini dikarenakan terkadang pekerjaan akan membentuk suatu pola perilaku tersendiri pada seseorang.
- b. Situasi ekonomi  
Situasi ekonomi seseorang akan mempengaruhi pilihan produk atau jasa yang akan digunakan. Hal ini berkaitan erat dengan daya beli yang dimiliki oleh tiap-tiap individu.
- c. Gaya hidup  
hidup ialah gambaran tingkah laku pola, dan cara hidup seseorang yang di tunjukan bagaimana aktivitas seseorang, minat, dan pendapatnya. Gaya hidup merangkap sesuatu yang lebih dari sekedar kelas sosial atau kepribadian seseorang.
- d. Kepribadian dan konsep diri  
Kepribadian dan konsep diri setiap orang berbeda mempengaruhi perilaku pembeliannya. Kepribadian biasanya didasarkan dalam karakteristik perilaku seperti kepercayaan diri, kemampuan bersosialisasi dll.

#### 2. Faktor psikologis yang terdiri dari pilihan pembelian seseorang di pengaruhi oleh empat faktor, yaitu :

- a. Motivasi  
Motivasi atau dorongan ialah kebutuhan dengan tekanan kuat yang memacu seseorang untuk mencari kepuasan atas kebutuhannya.
- b. Persepsi  
Persepsi ialah proses ketika seseorang memilih, mengatur dan mengintrepetasikan informasi untuk membentuk gambaran dunia yang bermakna. Begitu pula dalam pengambilan keputusan dan perilaku, konsumen juga di landasi pada persepsi.
- c. Pembelajaran  
Pembelajaran ialah perubahan dalam perilaku seseorang yang timbul dari pengalaman. Jika pengalaman konsumen dalam memakai suatu produk adalah positif, maka konsumen mungkin akan terus menggunakan produk tersebut.
- d. Keyakinan dan Sikap  
Keyakinan ialah pikiran deskriptif yang dimiliki seseorang tentang sesuatu. Keyakinan bisa didasarkan pada pengehtahuan nyata, pendapat dan bisa membawa muatan emosi atau tidak. Keyakinan dan sikap ini mempengaruhi perilaku pembelian konsumen.

Menurut Schiffman dan Kanuk (2007), menyatakan bahwa perilaku konsumen ialah suatu proses yang terdiri dari beberapa tahapan, yaitu:

1. Tahapan perolehan : mencari dan membeli
2. Tahapan konsumsi: menggunakan dan mengevaluasi
3. Tahapan tindakan pasca beli : apa yang dilakukan oleh konsumen setelah produk itu di gunakan atau di konsumsi. Proses ini dapat di gambarkan sebagai berikut



**Gambar 5 Proses Perilaku Konsumen**

Teori Maslow menafsirkan bahwasannya kebutuhan manusia

diatur pada sebuah hierarki dari kebutuhan yang paling mendesak dibagian bawah sampai kebutuhan yang paling tidak mendesak dibagian atas, yang meliputi kebutuhan psikologis, kebutuhan keselamatan, kebutuhan sosial, kebutuhan akan penghargaan, serta kebutuhan aktualisasi diri Maslow (2010:114). Saat kebutuhan itu sudah terpenuhi, kebutuhan itu tidak lagi menjadi pendorong motivasi dan orang kemudian mencoba memuaskan kebutuhan terpenting berikutnya. Setiadi (2010:26) menafsirkan bahwa motif pembelian konsumen berkenaan dengan dua hal yakni:

*a. Utilitarian shopping motives*

Motif yang mendorong konsumen membeli produk karena manfaat fungsional dan karakteristik objektif dari produk tersebut dan disebut juga motif rasional

*b. Hedonic shopping motives*

Keinginan seseorang untuk mendapatkan suatu kesenangan bagi seperti rasa puas, gengsi, emosi, dan perasaan subjektif lainnya. Kebutuhan ini seringkali muncul karena untuk memenuhi tuntutan sosial dan estetika dan disebut juga motif emosional

## **2. Pembayaran Elektronik (*E-Payment*)**

### **a. Pengertian Pembayaran Elektronik**

Pembayaran elektronik ialah sebuah metode pembayaran yang menggunakan media internet. Menurut Ming-Yen Teoh et al., (2013) mengatakan bahwa pembayaran elektronik merupakan metode pembayaran yang dapat memudahkan dan memberikan kenyamanan bagi penggunanya saat melakukan transaksi pembayaran. Pengguna hanya perlu bertansaksi secara online

dengan memanfaatkan jaringan internet, tanpa harus perlu usaha lebih untuk bertemu dengan penjual.

Berdasarkan pernyataan diatas dapat di pahami bahwa pembayaran elektronik ialah sebuah inovasi kemajuan teknologi pada sistem pembayaran yang memanfaatkan internet sebagai media, munculnya inovasi ini karena peningkatan jual beli secara online. pembayaran elektronik dapat menjadi alternatif pembayaran yang tentunya dapat memudahkan dan memberikan kenyamanan bagi penggunanya dalam melakukan transaksi pembayaran tanpa harus perlu usaha lebih.

#### **b. Jenis – jenis *E-Payment***

1. *Payment card/ smart card* ialah kartu pintar yang mempunyai *microprocessor* yang dapat melakukan perhitungan, fungsi logika dan sebagai alat penyimpanan data, kartu menyimpan nama pemiliknya. Pembayaran dapat dilakukan dengan menggunakan kartu, terdiri atas:
  - a. Kartu kredit  
Menurut Undang-Undang No.10 Tahun 1998 tentang perbankan, kartu kredit ialah salah satu alat pembayaran paling mutakhir setelah cek dan giro yang bersifat tidak tunai. Kartu kredit dibuat dari plastik dengan ukuran standar tertentu dan berisikan data nomor kartu yang terekam dalam *magnetic stripe* pada bagian belakang kartu.
  - b. Kartu Debit  
kartu debit merupakan sebuah kartu pembayaran elektronik yang diterbitkan oleh bank berfungsi sebagai alternatif pembayaran dengan uang tunai.
  - c. *E-Wallet*  
Pengguna memiliki akun dimana di dalamnya terdapat data jumlah uang yang mereka miliki pada akun tersebut dan dapat digunakan untuk melakukan transaksi. Amoroso (2011:8) berpendapat bahwa *E-Wallet* merupakan *mobile payment* yang tergolong

kategori *elektronic wallet*, yang termasuk transaksi non tunai, tidak menggunakan media seperti kartu dan melakukan transaksi melalui media server internet. Berbeda dengan kartu debit atau kartu kredit, transaksi menggunakan *E-Wallet* tidak secara langsung melalui pihak ketiga atau intermediari (Amoroso, 2011:15).

*d. E-Cash*

Merupakan versi digital dari mata uang kertas dan koin yang sudah ada sebelumnya yang memungkinkan pembayaran barang-barang dengan harga rendah secara aman. Menurut Olsen (2011:2) berpendapat bahwa *E-Cash* mempunyai arti bahwa seseorang dapat membeli barang atau jasa dengan cara mengirimkan nomor dari satu komputer ke komputer lain.

*e. E-Check*

*E-Check* ialah suatu intitusi secara elektronik menyelesaikan transaksi. Transaksi antara pembeli dan penjual dalam bentuk cek elektronik.

### **3. Keputusan Menggunakan Aplikasi Dompet Digital Dana**

#### **a. Pengertian Keputusan Menggunakan Aplikasi Dompet Digital Dana**

Keputusan menggunakan merupakan proses menentukan dan memilih salah satu diantara alternatif yang tersedia. Kotler dan Keller (2016:240) menafsirkan bahwa dalam tahap evaluasi para konsumen membentuk preferensi atas merek-merek yang ada didalam kumpulan pilihan. Sedangkan Menurut Sciffman dan Kanuk (2011:478) keputusan ialah suatu tindakan dari dua atau lebih pilihan alternatif. Seorang konsumen yang hendak melakukan pilihan maka ia harus memiliki pilihan alternatif,

yang berarti bahwa seseorang konsumen dapat membuat keputusan dengan beberapa pilihan alternatif yang tersedia, keputusan pembelian di pengaruhi oleh perilaku konsumen.

Sehingga dari penafisran diatas dapat dipahami bahwa keputusan pembelian merupakan serangkaian proses kognitif yang dilakukan seseorang untuk sampai pada penentuan atas produk atau jasa yang ingin dibeli atau di gunakan dengan begitu akan mendorong seseorang untuk membeli suatu produk. Setiap pembelian konsumen tercipta karena adanya kebutuhan kebutuhan serta keinginan.

Menurut Kotler dan Amstrong (2013:179) mendefinisikan bahwa proses keputusan pembeli terdiri dari lima proses keputusan pembelian yang dilalui oleh setiap individu dalam melakukan pembelian, yakni:

- 1) Pengenalan kebutuhan  
Tahap awal dalam proses membeli, konsumen terlebih dahulu mengetahui masalah atau kebutuhan konsumen menyadari suatu perbedaan antara keadaan yang sebenarnya dan keadaan yang diinginkannya. Kebutuhan itu bisa di sebabkan adanya pengaruh dorongan dari dalam diri konsumen atau dari luar.
- 2) Pencarian informasi  
Tahap keputusan pembelian yang bisa memberi pengaruh kepada konsumen untuk mencari informasi lebih banyak. Konsumen mungkin hanya meningkatkan perhatian atau pun mungkin aktif mencari informasi.
- 3) Evaluasi alternatif  
Proses yang dilakukan konsumen untuk menggunakan informasi yang didapat untuk mengevaluasi alternatif yang ada, proses memilih produk yang akan di beli atau yang digunakan.
- 4) Keputusan pembelian  
Konsumen merencanakan untuk membeli sebuah produk barang atau jasa kemudian membeli produk tertentu untuk pemenuhan kebutuhan .
- 5) Tingkah laku pasca pembelian

Tindak lanjut setelah membeli berdasarkan rasa puas atau tidaknya konsumen pada produk yang digunakannya. Jika konsumen merasa puas memperoleh manfaat, kemudahan serta diuntungkan maka konsumen akan tetap terus menggunakannya atau membeli dengan demikian akan tercipta loyalitas pelanggan pada sebuah produk. Begitu pun sebaliknya.

## **b. Faktor – faktor Keputusan Menggunakan Aplikasi**

### **Dompot Digital Dana.id**

Terdapat beberapa Faktor-faktor yang mempengaruhi konsumen dalam pengambilan keputusan membeli, sebagai berikut:

#### 1) Faktor lingkungan

Faktor budaya, persepsi cara pandang sesuatu, rasa suka pada suatu produk di bandingkan produk lain, dan kebiasaan.

#### 2) Faktor sosial

kelompok yang mempengaruhi anggota/komunitas dalam membuat keputusan terhadap pembelian suatu barang atau jasa. Selain itu faktor keluarga, faktor ini membawa pengaruh seseorang dalam memilih barang atau jasa yang ingin di beli.

Peran dan status seseorang di masyarakat atau perusahaan akan mempengaruhi pola tindakannya dalam membeli produk barang atau jasa.

### 3) Faktor teknologi

Tersedianya fasilitas teknologi yang canggih, seperti internet, seluler dan sebagainya.

### 4) Faktor pribadi

Pada faktor pribadi terdiri dari dua aspek, yaitu:

A.

A

Aspek pribadi merupakan seorang konsumen memiliki perbedaan dengan seorang konsumen lainnya yang dilihat dari berbagai aspek, yakni: usia, pekerjaan, kondisi keuangan, gaya hidup, kepribadian serta konsep diri.

B.

A

Aspek psikologis merupakan faktor kejiwaan yang merangsang seseorang dalam mengambil tindakan dalam membeli suatu barang atau jasa aspek psikologis yang terdiri dari : motivasi, persepsi, kepercayaan serta perilaku. Sedangkan Menurut Kotler dan Keller (2016:228), mendefinisikan bahwa persepsi tidak hanya bergantung pada rangsangan fisik tetapi juga rangsangan berhubungan dengan lingkungan sekitar dan keadaan individu yang bersangkutan. Persepsi merupakan semua proses yang dilakukan seseorang dalam memahami informasi mengenai lingkungannya .

### c. **Indikator Keputusan Menggunakan Aplikasi Dompet Digital Dana.id**

Menurut Kotler & Keller ( 2012: 227) adapun beberapa indikator dalam keputusan pembelian produk, sebagai berikut:

1. Pengenalan masalah sebelum membeli barang dan jasa, Konsumen nya dari suatu perbedaan antara keadaan yang sebenarnya dan keadaan yang diinginkan, sehingga konsumen dapat menentukan produk apakah yang di gunakan sesuai dengan kebutuhannya.
2. Pencarian informasi, dalam tahap ini konsumen akan mencari informasi sebanyak-banyak yang berakitan dengan produk barang atau jasa yang dibutuhkan
3. Evaluasi alternatif merupakan saat konsumen telah menetapkan produk apa yang hendak di gunakan setelah melakukan pemilihan dari satu diantara berbagai alternatif yang tersedia
4. Keputusan pembelian merupakan konsumen memutuskan untuk menggunakan produk barang atau jasa sesuai kebutuhan yang diinginkan.
5. Prilaku pasca pembelian merupakan saat konsumen telah memutuskan untuk menggunakan suatu produk barang atau jasa, maka tindakan setelahnya ialah memberi penilaian atas kepuasan konsumen ketika menggunakan suatu produk barang atau jasa setelah itu konsumen akan memberikan loyalty nya terhadap sebuah produk.

Mengacu pada indikator diatas, maka indikator Keputusan Menggunakan Produk yang digunakan untuk instrumen dalam penelitian ini, yaitu: 1) Pengenalan masalah 2) Pencarian informasi 3) Evaluasi alternatif 4) Keputusan pembelian 5) Prilaku pasca pembelian

#### 4. Aplikasi Dompot Digital Dana

##### a. Pengertian Dana

Dana.id merupakan sebuah produk *fintech* yang menawarkan layanan pembayaran dan transaksi dalam jaringan melalui aplikasi. Aplikasi Dana dan layanan sistem pembayaran berupa uang elektronik atau dompet elektronik yang berbasis *mobile phone*.

Dana dikelola oleh PT Espay Debit Indonesia Koe (“EDIK”) yang merupakan pemegang lisensi resmi dan telah memperoleh izin Uang Elektronik, Dompot Elektronik, *Transfer Dana.id*, dan Layanan Keuangan Digital (LKD) dari Bank Indonesia. dompet digital dana.id bersifat *open platform* sehingga dapat bekerja sama dengan berbagai pihak sehingga lebih fleksibel dalam melakukan pembayaran.

Kedua Dana.id telah menyediakan fasilitas memindai kode QRIS bisa juga dipakai untuk transaksi dengan memindai kode QR pada *outlet-outlet* yang telah bekerja sama dengannya. Sehingga pembayaran pun menjadi lebih mudah, cepat dan praktis dengan pemindaiaan kode QR ini.

Dompot elektronik Dana telah dikemas dengan sistem keamanan yang canggih dan terjamin. Dana memperkuat keamanan dengan menghadirkan fitur keamanan Face Login dengan fitur ini, pengguna tak perlu khawatir untuk gagal melakukan login akibat lupa PIN dan bisa menghindarkan dari kemungkinan pengambilalihan akun DANA akibat informasi tentang PIN pengguna diketahui oleh pihak lain yang tidak bertanggungjawab. Selain itu, juga Dana memiliki Sertifikat PCIDSS (Payment Card Industry Data Security Standard). DANA tidak menyimpan data kartu kredit dan kartu debit yang disimpan pengguna pada dompet digital DANA-nya. Semua data ditokenisasi dan bersifat rahasia.

Dana juga menerapkan program DANA Protection, jaminan 100% uang kembali untuk pengguna. Juga bekerja sama dengan Dukcapil untuk verifikasi data pengguna serta menerapkan zero-data sharing policy serta dilengkapi dengan kode PIN dan OTP tentunya akan mengurangi terjadinya cyber crime dan Dompot elektronik Dana pun telah mengantongi izin dari Bank Indonesia, tidak hanya izin layanan dompet elektronik tetapi sekaligus izin layanan uang elektronik, izin Lembaga Keuangan Digital (LKD), dan izin transfer. Adapun berbagai fitur layanan Dana yang dapat dimanfaatkan oleh pengguna .

#### **b. Fitur Dana**

- 1) Saldo dana.id saldo maksimum atau limit: Rp.2.000.000 untuk akun dana.id yang belum terverifikasi Rp10.000.000 atau untuk akun premium dana.id. Minimum jumlah top up saldo: Rp10.000, masa berlaku tidak terbatas.
- 2) Tarik ialah fitur penarikan saldo Dana melalui rekening bank yang terdaftar dalam aplikasi dana.id atau melalui pihak lain yang bekerja sama dengan Dana
- 3) Kirim uang merupakan fitur Dana di mana pengguna dapat mengirimkan sebagian atau seluruh saldo dana.id yang tersedia dan Saldo pada kartu yang tersimpan pada aplikasi Dana, kepada pengguna dana.id lain, maupun kepada non penggunaan dana.id melalui rekening bank, atau pun melalui media chat.
- 4) Minta Uang ialah fitur Dana di mana pengguna dapat mengajukan permintaan sejumlah nominal uang kepada sesama pengguna dana.id lain dengan memindai QR, mengirimkan QR atau dengan mengirimkan Link permintaan sejumlah nominal yang diminta melalui media chat.
- 5) Simpan kartu ialah fitur Dana di mana pengguna dapat menyimpan informasi terkait kartu debit atau kartu kredit yang dikeluarkan oleh bank bank yang bekerjasama dengan EDIK ke dalam akun pengguna, yang dapat digunakan untuk melakukan transaksi.

- 6) *Manage bills* ialah Fitur Dana yang memungkinkan pengguna mengatur tagihan tagihan penggunanya dan akan memberikan motivasi pengingat untuk pembayaran tagihan.
- 7) Pembelian isi ulang pulsa operator telekomunikasi atau operator lainnya dapat dilakukan melalui aplikasi Dana dengan denominasi yang tersedia atau sesuai petunjuk yang ditampilkan dalam aplikasi Dana
- 8) Loyalitas adalah kita aplikasi dan lain dasarnya pada kerjasama antara edik dengan merchant dalam bentuk kartu loyalitas di mana pengguna mendapatkan poin loyalitas untuk setiap pembayaran melalui dana.id yang dilakukan di *merchants*.
- 9) Dana *Paylater* adalah Fitur aplikasi Dana dalam rangka pemberian biaya untuk pembelian produk dengan pembayaran secara angsuran bagi pengguna.
- 10) Fitur untuk membantu pengguna memenuhi kebutuhan pembayaran bisnis atau usaha perseorangan. Aku tanah menyediakan pembayaran melalui Link, fitur tarik saldo, dan fitur untuk melihat transaksi dan status pembayaran.
- 11) Pengguna dapat melakukan transaksi pembayaran untuk pembelian di *merchant* atau pembelian barang maupun jasa menggunakan aplikasi dana.id termasuk

sarana lainnya milik pihak ketiga yang terhubung dengan layanan Dana

- 12) Pencarian promo ialah Salah satu fitur aplikasi di mana pengguna diharuskan menyelesaikan beberapa tugas atau skenario permainan yang beragam yang di tentukan oleh EDIK, untuk mendapatkan promosi yang bervariasi dari Dana
- 13) Fitur di mana pengguna dapat memberikan referensi kepada calon pengguna lain maupun relasi pengguna untuk melakukan registrasi aplikasi dana.id dengan cara membagi Link referral .
- 14) Pembayaran parkir di tempat tempat yang telah bekerjasama dengan Dana.( [www.dana.id.id](http://www.dana.id.id), 2020)

## **B. Cara registrasi dana.id**

Langkah-langkah berikut untuk registrasi Dana

1. Instal aplikasi dana.id di ponsel Anda
2. Setelah berhasil ter instal, buka aplikasi dana.id.
3. Kemudian masukan nomor telepon Anda yang masih aktif, klik lanjut.
4. Selanjutnya masukan kode OTP 4 digit yang dikirimkan dana.id via SMS ke nomor yang anda masukan tadi.
5. Lalu akan muncul halaman kode promosi jika tidak ada klik lewati.

6. Masukkan nama lengkap atau nama panggilan anda dan foto anda, lalu pilih daftar.

7. Buat enam digit PIN untuk keamanan akun Anda dan klik lanjut.( [personalfinance.kontan.co.id](http://personalfinance.kontan.co.id))

#### **b. Cara Cek Saldo Dana**

Untuk mengetahui saldo dana.id, cukup masuk ke dalam aplikasi dan bisa langsung lihat bagian kiri atas yang sudah tertera jumlah saldo dana.id yang dimiliki oleh pengguna..

#### **c. Cara Isi Ulang/ Top Up Saldo Dana**

Pengguna dapat mengisi ulang saldo dana.id melalui bank transfer virtual account akun virtual atau via minimarket Alfamart. Anda dapat menemukan informasi lebih lanjut mengenai cara Pengisian ulang saldo dengan mengklik ikon top up (+) di aplikasi dana.id.

#### **d. Indikator Pengukuran Sebuah Kualitas Sistem Aplikasi**

Menurut Hamilton dan Chervany, 1981 (dalam Agus,dkk, 2016) terdapat beberapa indikator untuk mengukur kuliatas sistem sebuah aplikasi, sebagai berikut :

1. *Easy Of Uuse* ( Kemudahan Penggunaan)  
Merupakan ukuran saat seseorang percaya dan yakin akan suatu sistem teknologi bisa digunakan dengan mudah tanpa memerlukan usaha lebih.
2. *Response Time* ( Kecepatan Akses)  
kecepatan *transfer* data saat melakukan akses melalui jaringan internet yang diukur melalui satuan bps.
3. *Reliability* (Keandalan Sebuah Sistem Aplikasi)  
Sebuah sistem informasi dapat di andalkan, jika sistem itu sangat layak digunakan. Keandalan sistem informasi

dalam konteks ini ialah ketahanan sistem informasi dari kerusakan dan kesalahan.

4. *Flexibility* (Fleksibilitas)

Fleksibilitas suatu sistem menunjukkan bahwa sistem informasi yang di gunakan tersebut memiliki kualitas yang baik. Dalam hal ini Fleksibilitas yang di maksud adalah kemampuan sistem Informasi dalam melakukan perubahan-perubahan yang dapat memenuhi kebutuhan pengguna.

5. *Security* (Keamanan)

Suatu sistem dapat dikatakan berkualitas apabila sistem tersebut memiliki keamanan yang sangat baik artinya keamanan dalam sebuah sistem dipercaya dapat menjaga *privacy* penggunanya, memiliki sistem keamanan yang ketat dan terhindar dari *cyber crime*.

## 5. Persepsi Manfaat

### a. Pengertian Persepsi Manfaat

Persepsi Manfaat merupakan suatu cara individu memandang, mengartikan, dan menyimpulkan akan manfaat yang dirasakan pengguna nya. Menurut Fullah dan Candra (2011) mendefinisikan manfaat sebagai tingkat keyakinan individu dalam penggunaan teknologi dapat meningkatkan produkvitasnya, atau lebih Sederhannya manfaat yang dirasakan dari pengguna teknologi tersebut ialah menguntungkan.

*Technology Acceptance Model* (TAM) atau model penerimaan teknologi adalah model yang paling sering digunakan untuk dalam pengadopsian sebuah teknologi yang

baru, Penelitian yang dilakukan (Chawla & Joshi, 2019) menyatakan bahwa persepsi manfaat memegang peran penting dalam mempengaruhi ketertarikan dan penggunaan berulang. Hal ini sejalan dengan Menurut Adiyanti (2015) menyatakan bahwa kebermanfaatan produk akan mempengaruhi minat pengguna dalam bertransaksi menggunakan uang elektronik, saat produk baru tersebut sangat bermanfaat dalam penggunaannya., maka akan banyak pengguna yang semakin tertarik dalam menggunakan produk baru ini, baik yang dikeluarkan oleh perbankan/ non-bank.

#### **b. Faktor –faktor Persepsi Manfaat Teknologi**

Adapun beberapa faktor- faktor yang mempengaruhi pemanfaatan teknologi (Wijaya dalam Oliver, 2011) sebagai berikut :

1. Pengguna teknologi bisa meningkatkan produktivitas pengguna
2. Penggunaan teknologi bisa meningkatkan kinerja pengguna
3. Penggunaan teknologi bisa meningkatkan efisiensi proses yang dilakukan pengguna

Persepsi manfaat dan persepsi Kemudahan penggunaan memiliki pengaruh ke minat perilaku. Pengguna teknologi akan mempunyai minat menggunakan teknologi (minat perilaku) jika merasakan teknologi memiliki manfaat dan mudah digunakan. Sehingga dapat dikatakan bahwa manfaat terhadap suatu produk dapat di jadikan pertimbangan dalam pengambilan keputusan .

Menurut (Peter & Olson, 2014) mendefinisikan bahwa keputusan penggunaan ialah proses dimana pengguna menyatukan dan mengolah pengetahuan yang digunakan untuk mengevaluasi dari dua pilihan alternatif atau lebih untuk dipilih salah satunya. Sebelum memutuskan untuk memakai suatu produk ataupun layanan, konsumen hendak mencari informasi manfaat dari pemakaian produk ataupun layanan tersebut sehingga akan menimbulkan tingkat kepercayaan konsumen. Dari definisi bisa dimengerti bahwa Persepsi manfaat sebagai suatu ukuran yang mana pengguna suatu sistem teknologi percaya akan manfaatnya bagi penggunaannya. Sebaliknya apabila pengguna suatu sistem teknologi kurang mempercayai manfaatnya maka pengguna enggan menggunakannya.

Persepsi manfaat merupakan salah satu komponen utama dalam *Technology Accepted Model* (TAM). Model penerimaan teknologi ini yang pertama kali diperkenalkan oleh Davis *et al* dalam Ahmad & Pambudi (2013) mengemukakan bahwa persepsi manfaat merupakan bentuk model penerimaan teknologi yang pertama kali dan persepsi Kemudahan penggunaan merupakan faktor utama yang mempengaruhi dalam pengadopsian penggunaan teknologi baru.

### c. Indikator Persepsi Manfaat

Menurut Vankatesh dan Davis dalam Irmadhani dkk (2012)

Persepsi manfaat dapat diukur melalui beberapa indikator yaitu:

1. Pengguna sistem mampu meningkatkan kinerja pengguna (*improves job performance*)  
Meningkatkan Kinerja individu merupakan suatu kondisi dimana pengguna dapat meningkatkan hasil kinerja sesuai kualitas & kuantitas dicapai oleh seseorang dalam melaksanakan fungsinya sesuai dengan tanggung jawab yang diberikan kepadanya.
2. Pengguna sistem mampu menambah tingkat produktivitas pengguna (*increases productivity*)  
Menambah tingkat Produktivitas merupakan suatu ukuran yang menyatakan bagaimana baiknya sumber daya diatur dan dimanfaatkan untuk mencapai hasil yang optimal.
3. Pengguna sistem mampu meningkatkan efektivitas kinerja individu (*enhances effectiveness*)  
Efektivitas kinerja ialah suatu keadaan yang menunjukkan tingkat keberhasilan ataupun pencapaian suatu tujuan yang diukur dengan kualitas, kuantitas dan waktu sesuai dengan yang telah direncanakan
4. Pengguna sistem bermanfaat bagi individu (*the system is usefull*)  
Bermanfaat artinya saat seseorang memperoleh keuntungan yang berguna yang dapat meningkatkan kinerjanya baik secara sistem maupun secara manual.

Mengacu pada indikator diatas, maka indikator Persepsi Manfaat yang digunakan untuk instrumen dalam penelitian ini, yaitu:

- 1) Pengguna sistem mampu Meningkatkan Kinerja individu
- 2) Pengguna sistem mampu Menambah tingkat Produktivitas Individu
- 3) Pengguna sistem mampu Meningkatkan Efektivitas Kinerja individu
- 4) Pengguna sistem Bermanfaat Bagi individu .

## 6. Persepsi Kemudahan

### a. Pengertian Persepsi Kemudahan

Persepsi Kemudahan ialah sebuah keyakinan atau kepercayaan individu ketika menggunakan suatu sistem teknologi dapat dengan mudah digunakan dan dipahami sehingga pengguna tidak merasa berat ketika ada teknologi baru (dalam Ermawati, 2016).

Menurut Jogiyanto (2011:330), kemudahan penggunaan merupakan sebagai suatu derajat dimana seseorang yakin bahwa saat menggunakan sebuah teknologi dapat membuat orang bebas dari upaya. Hal ini sejalan menurut Amijaya (2020:49), kemudahan ini akan berdampak pada perilaku yaitu semakin tinggi persepsi seseorang tentang kemudahan menggunakan sistem teknologi, semakin tinggi pula tingkat manfaat teknologi tersebut.

Persepsi kemudahan didefinisikan sebagai sistem yang mudah untuk dipahami dan di pergunakan oleh *user atau user friendly* (Amin, 2014). dalam kasus dompet digital, makna persepsi kemudahan ialah ukuran dari keyakinan konsumen bahwa dalam pengeroperasian aplikasi layanan yang disediakan mudah untuk dipelajari dan digunakan.

Variabel kemudahan memberikan gejala bahwa suatu sistem teknologi di buat bukan buat mempersulit, tetapi buat

mempermudah penggunaannya, dalam meningkatkan produktivitas kinerjanya agar menjadi lebih cepat, praktis dan efisien di banding secara manual. Dalam penelitian yang dilakukan oleh Chawla dan Joshi (2019) menyatakan bahwa persepsi kemudahan mempengaruhi banyak aspek dalam pengadopsian teknologi seperti persepsi manfaat, kepercayaan dan juga perilaku.

#### **b. Faktor faktor Persepsi Kemudahan menggunakan Teknologi**

Terdapat beberapa faktor dalam persepsi kemudahan (Seni dalam Fauziati, 2012:82), sebagai berikut :

1. Berfokus pada teknologi itu sendiri misalnya pengalaman pengguna dalam menggunakan suatu sistem teknologi. Pengalaman yang baik akan mempengaruhi persepsi pengguna untuk menggunakan teknologi tersebut. Begitu pula sebaliknya
2. Reputasi akan teknologi tersebut di peroleh oleh pengguna informasi reputasi yang baik akan mendorong keyakinan para pengguna teknologi tersebut. Demikian juga sebaliknya.
3. Tersedianya mekanisme yang mendukung serta handal. Dengan dukungan mekanisme yang handal dan terpercaya juga akan mempengaruhi pengguna terhadap kemudahan penggunaan teknologi, misalnya pengguna merasa yakin bahwa tersedia mekanisme yang mendukung dan handal. Serta terpercaya sangat mempengaruhi apabila ketika pengguna dalam kesulitan saat memakai teknologi maka pengguna akan mendorong ke arah yang lebih positif.

#### **c. Indikator Persepsi Kemudahan**

Persepsi kemudahan penggunaan memiliki makna sebagai ukuran sejauh mana seseorang merasa atau yakin ketika menggunakan suatu sistem akan bebas dari usaha, Sehingga

ketika seseorang percaya bahwa suatu teknologi mudah digunakan maka pengguna tersebut akan menggunakannya kembali. Menurut (Sun dan Zhang, 2011) mengidentifikasi dimensi dari persepsi kemudahan yaitu:

1. *Ease to learn* (mudah untuk di pelajari)  
Mudah di pelajari ialah saat individu pertama kali memakai sistem teknologi, individu tersebut akan langsung mengerti serta paham mengenai cara menggunakannya. Sehingga untuk penggunaan selanjutnya tidak ada kesulitan apapun dalam menggunakannya.
2. *Ease to use* (mudah digunakan)  
Mudah digunakan ialah suatu sistem teknologi dapat degan mudah di operasikan, maka akan memudahkan pemakai dalam penggunaannya.
3. *Reachable* (Mudah dijangkau )  
Mudah di jangkau ialah sistem teknologi dapat digunakan dimana saja sehingga tidak memerlukan upaya yang lebih saat menggunakannya
4. *Become skillful* (menjadi terampil)  
Menjadi terampil ialah suatu sistem teknologi mampu membuat penggunanya menjadi cekatan dalam menyelesaikan pekerjaanya.

Mengacu pada indikator diatas, maka indikator Persepsi Kemudahan yang digunakan untuk instrumen pada penelitian ini, yaitu: 1) Mudah Untuk Dipelajari 2) Mudah Digunakan 3) Jelas dan Mudah Dimengerti 4) Menjadi Terampil.

## 7. Promosi

### a. Pengertian Promosi

Promosi merupakan kegiatan bauran pemasaran yang digunakan untuk menyebarkan informasi serta mempengaruhi konsumen untuk membeli atau memakai produk yang

ditawarkan. Menurut Buchari Alma (2011:124), mendefinisikan promosi ialah suatu bentuk komunikasi yang memberikan informasi kepada calon konsumen mengenai suatu produk, yang dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen untuk memacu para konsumen agar membeli atau pun memakai suatu produk dalam memenuhi keinginan konsumen.

Kegiatan promosi ialah sebuah usaha pemasaran yang memberikan berbagai upaya intensif dalam jangka pendek untuk memacu keinginan konsumen untuk mencoba ataupun membeli suatu produk atau jasa. Seluruh kegiatan promosi yang dilakukan tentunya memiliki tujuan untuk mempengaruhi perilaku pembeli, akan tetapi tujuan promosi yang utama ialah untuk menginformasikan, membujuk dan mengingatkan konsumen dengan produk yang di pasarkan (Kurtz, 2012:489) . dari definisi diatas dapat dimengerti bahwa Promosi ialah suatu bentuk komunikasi penjual produk dengan tujuan ingin memberi informasi mengenai produk yang diberikan kepada seseorang untuk membeli atau menggunakan produk tersebut dalam memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen.

#### **b. Faktor- faktor Promosi**

Adapun beberapa faktor yang mempengaruhi bauran promosi Menurut Sunyoto (2012:161), sebagai berikut:

1. sifat pasar

faktor yang mempengaruhi bauran promosi bersifat pasaran yang meliputi tiga variabel, yakni luasnya geografis pasar, tipe pelanggan, konsentrasi pasar.

2. Sifat produk

Seorang manajer pemasaran harus cermat dan tepat dalam menentukan pasar sasaran sebelum menentukan jenis bauran promosinya. Misalnya produk peninggi badan, pasar sasarannya ialah para konsumen yang cenderung ingin menambah tinggi badannya. Adapun faktor yang mempengaruhi bauran promosi bersifat produk ada tiga variabel, yaitu nilai unit barang, tingkat kebutuhan barang bagi konsumen dan *presale & postsale service*.

3. Daur hidup produk

Strategi suatu produk akan dipengaruhi oleh tahap dasar hidup produk. Pada tahap produsen harus menstimulasi permintaan primer.

4. Dana.id yang tersedia

Dana.id yang tersedia merupakan faktor yang menentukan, karena program periklanan tidak akan berhasil baik jika dana.id sangat terbatas.

Menurut Rambat Lupiyoadi (2013) promosi ialah salah satu variabel dalam marketing mix yang sangat penting untuk dilakukan oleh perusahaan dalam memasarkan suatu produk jasa. Kegiatan promosi tidak hanya berguna sebagai alat komunikasi antara perusahaan dengan pelanggan, melainkan juga sebagai alat yang digunakan untuk bisa mempengaruhi pelanggan dalam melakukan kegiatan pembelian atau penggunaan jasa sesuai dengan keinginan dan kebutuhan pelanggan.

### c. Indikator Promosi

Terdapat beberapa indikator bauran promosi menurut Kotler dan Armstrong (2012:432) variabel-variabel yang ada di *promotional mix*, sebagai berikut :

1. Periklanan (*advertising*)

Segala macam penyajian secara umum dan promosi ide barang atau jasa oleh suatu sponsor yang dipilih.

2. Penjualan Perorangan (*personal selling*)  
Presentasi yang dilakukan para wiraniaga perusahaan untuk mengsucceskan penjualan dan membangun hubungan serta loyalitas
3. Promosi penjualan (*sales promotion*)  
Suatu bentuk penawaran berupa nilai tambah yang menguntungkan konsumen seperti potongan harga, kupon, dll.
4. Hubungan masyarakat (*public relation*)  
Menciptakan hubungan yang baik dengan publik untuk mendapatkan dukungan, membangun “citra perusahaan” yang baik serta menangani ataupun menghindari berita-berita yang dapat merugikan perusahaan.
5. pemasaran langsung (*direct marketing*)  
metode pemasaran yang dipakai oleh perusahaan untuk berkomunikasi langsung kepada sasaran konsumen. untuk memperoleh tanggapan langsung. Dengan demikian maka promosi merupakan kegiatan perusahaan yang dilakukan untuk memperkenalkan produk kepada konsumen sehingga dengan kegiatan tersebut konsumen tertarik untuk melakukan pembelian produk barang atau jasa dalam memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen.

Mengacu pada indikator diatas, maka indikator promosi yang digunakan untuk instrumen dalam penelitian ini, yaitu:

- 1) periklanan 2) penjualan perorangan 3) promosi penjualan 4) hubungan masyarakat 5) pemasaran langsung.

## **B. Keterkaitan Judul Penelitian dengan Mata Kuliah di Pendidikan Ekonomi**

Keterkaitan judul penelitian Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan dan Promosi Terhadap Keputusan Menggunakan Aplikasi Dompot Digital Dana dengan beberapa mata kuliah yang ada di Pendidikan Ekonomi, yaitu:

## **1. Pengantar Ilmu Ekonomi**

Mata kuliah ini membahas mengenai perilaku manusia untuk memenuhi segala kebutuhan serta keinginannya dengan memanfaatkan sumber daya yang terbatas. Dari hasil memahami perilaku konsumen tersebut kita bisa mengetahui dan memprediksi apa yang harus dilakukan oleh konsumen kedepannya.

Hasil perkiraan itu bisa digunakan sebagai dasar untuk membuat perencanaan bisnis, menentukan harga, kebijakan pemasaran, kebijakan SDM , serta untuk membuat kebijakan dalam menambah tingkat kesejahteraan masyarakat. Jadi keterkaitan dengan mata kuliah pengantar ilmu ekonomi yaitu mahasiswa bisa memahami perilaku konsumen, selain itu mahasiswa dapat memahami mengenai konsep mikro dan makro ekonomi sehingga hal tersebut dapat di terapkan dalam kehidupan sehari-hari

## **2. Manajemen Pemasaran**

Mata kuliah ini memiliki tujuan agar mahasiswa dapat memahami fungsi-fungsi manajemen saat membuat perencanaan, mengontrol, mengorganisasikan yang berkaitan dengan fungsi pemasaran riset pemasaran, pengembangan produk, penetapan harga, iklan, penjualan dan distribusi yang bertujuan untuk memuaskan kebutuhan

konsumen. Jadi keterkaitan dengan mata kuliah manajemen pemasaran yaitu mahasiswa diharapkan dapat mengimplemtasiakan hal yang berkaitan dengan manajemen pemasaran, seperti perencanaan, membaca peluang pasar, mengelola, mengontrol dan mengorganisasikan sebuah usaha maupun dalam kehidupan sehari- hari.

### **3. Pengantar Akuntansi**

Mata kuliah ini memiliki tujuan agar mahasiswa memiliki ilmu pengehtahuan mengenai konsep-konsep dasar pencatatan akuntansi. Dalam mata kuliah pengantar akuntansi terdapat beberapa konsep instrumen dalam pencatatan akuntansi seperti prosedur siklus akuntansi dan pencatatan transaksi yang disajikan berupa bentuk laporan keuangan baik untuk perusahaan jasa maupun perusahaan dagang. Jadi keterkaitan dengan mata kuliah pengantar akuntansi, mahasiswa telah memahami tentang pengehtahuan dasar mengenai akuntansi seperti misalnya penyusunan laporan keuangan yang dapat diaplikasikan baik dalam perusahaan maupun di kehidupan pribadinya sehingga hal tersebut sangat membantu mahasiswa untuk mengatur literasi keuangan pribadinya seperti apa dan untuk apa saja uang yang dimiliki untuk dipergunakan secara tepat.

### **4. Bank, Lembaga Keuangan Bank Dan Non Bank**

Mata kuliah ini memiliki tujuan agar mahasiswa dapat

memahami mengenai peranan lembaga keuangan terhadap perekonomian suatu negara. Lembaga keuangan memiliki peranan penting dalam menjamin tercapainya kesejahteraan masyarakat dan menjaga stabilitas ekonomi. Dalam hal ini lembaga keuangan bank berfungsi untuk menyalurkan dana ataupun memberikan pinjaman juga melakukan usaha menghimpun dana dari masyarakat luas dalam bentuk simpanan, sehingga keterkaitan mata kuliah ini bagi mahasiswa ialah dengan mempelajari lembaga keuangan bank dan non bank mahasiswa dapat memahami konsep-konsep dasar lembaga keuangan, menganalisis dan mengaplikasikan tentang peran lembaga keuangan serta dapat mendeskripsikan tentang perkembangan lembaga keuangan .

### C. Penelitian Relevan

**Tabel 4 Penelitian yang Relevan**

No.	Penulis	Judul	Hasil Penelitian
1.	Nguyen et al., (2016)	<i>Perceived usefulness, perceived ease of use, perceived enjoyment, perceived trust, subjective norms, perceived behavioural control, dan customer intention</i>	Menunjukkan Persepsi manfaat, persepsi kemudahan, persepsi kenikmatan, kepercayaan, norma subjektif, dan kontrol perilaku berpengaruh secara signifikan terhadap minat menggunakan

2. Adi Firman Ramadhan, Andrian Budi Prasetyo, Lala Irviana(2016)	Persepsi Mahasiswa dalam Menggunakan <i>E- Money</i>	Menunjukkan bahwa persepsi mudah digunakan dan persepsi keamanan serta persepsi resiko secara signifikan mempengaruhi minat penggunaan. Namun persepsi manfaat tidak berpengaruh signifikan terhadap minat penggunaan <i>E-Money</i>
--	---	--

Tabel 4 Lanjutan

3. Ajeng Nurmalasari (2018)	Faktor-faktor yang mempengaruhi Minat Penggunaan T-Cash pada Mahasiswa Universitas Islam Indonesia	Menunjukkan bahwa variabel kepercayaan secara parsial berpengaruh positif terhadap minat penggunaan T- Cash. Sedangkan persepsi kemudahan, persepsi kebermanfaatan serta keamanan secara parsial tidak berpengaruh terhadap minat penggunaan T- cash
4. Rurie Wiedya Rahayu(2018)	Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Persepsi Risiko dan Inovasi Teknologi Terhadap Aplikasi GoPay dari PT.Gojek Indonesia	Menunjukkan bahwa persepsi manfaat, persepsi kemudahan dan inovasi teknologi berpengaruh positif signifikan terhadap minat menggunakan gopay. Sedangkan persepsi risiko berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap minat menggunakan go pay.

5. Andrean Septa Yogananda, dan I Made Bayu Dirgantara(2017)	Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Kepercayaan dan Persepsi Risiko terhadap Niat Untuk Menggunakan Instrumen Uang Elektronik.	Variabel Persepsi Manfaat,persepsi kemudahan dan kepercayaan mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap Minat menggunakan layanan uang elektronik Sedangkan persepsi risiko berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap minat menggunakan uang elektronik.
Tabel 4 lanjutan		
6. Wiwik Widiyanti(2020)	Pengaruh Kemanfaatan, Kemudahan Penggunaan dan Promosi terhadap Keputusan Penggunaan E-wallet OVO di Depok	menyatakan bahwa variabel kemanfaatan, kemudahan dan promosi berpengaruh secara signifikan dan positif terhadap keputusan penggunaan <i>e-wallet</i> OVO penggunaan
7. Pramelani,dkk (2020).	Pengaruh Promosi dan Fitur Layanan Transaksi Terhadap Keputusan Konsumen dalam Pemilihan <i>e-wallet</i> .	adanya pengaruh positif promosi dan fitur layanan terhadap keputusan konsumen dalam pemilihan <i>e-wallet</i>
8. Andhika Bayu Pratama ,I Dewa Gede Dharma Suputra (2019)	Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan, dan Tingkat Kepercayaan Pada Minat Menggunakan Uang Elektronik	Hasil penelitian ini membuktikan persepsi manfaat, persepsi kemudahan dan kepercayaan berpengaruh positif terhadap minat menggunakan uang elektronik

9. Indrawan Firdauzi (2016)	Pengaruh Kemampuan Finansial, Kemudahan dan Perilaku Konsumen Terhadap Minat Penggunaan Uang Elektronik di Kota Yogyakarta	Menunjukkan bahwa variabel kemampuan finansial berpengaruh positif signifikan terhadap minat variabel kemampuan finansial berpengaruh positif terhadap kemudahan variabel kemudahan berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumen variabel kemudahan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat sebesar variabel perilaku konsumen berpengaruh positif signifikan terhadap minat penggunaan gopay.
-----------------------------	--	---

Sumber : Google Schollar

**Tabel 5 Persamaan dan Perbedaan Penelitian**

No.	Penulis	Judul	Persamaan Penelitian	Perbedaan Penelitian	Pembaruan Penelitian (Novelty)
1.	Nguyen et al., (2016)	<i>Perceived usefulness, perceived ease of use, perceived enjoyment, perceived trust, subjective norms, perceived behavioural control, dan customer intention</i>	Persamaan penelitian dengan penelitian ini adalah pemilihan variabel yang sama dengan penelitian yang akan dilaksanakan peneliti, yaitu variabel <i>Perceived usefulness</i> ( persepsi manfaat) X1, <i>perceived ease of use</i> ( Persepsi Kemudahan ) X2	Perbedaan penelitian yang akan dilaksanakan dengan penelitian ini adalah terdapat perbedaan pada variabel penelitian. Pada penelitian ini menggunakan variabel persepsi manfaat, persepsi kemudahan dan promosi terhadap keputusan menggunakan aplikasi dompet digital dana, id sedangkan pada variabel penelitian	Pada penelitian ini menggunakan variabel promosi sebagai bentuk pemasaran pada penggunaan aplikasi dompet digital dan subjek yang di teliti yaitu mahasiswa sehingga lebih fokus hal-hal apa saja yang mempengaruhi perilaku konsumen terhadap keputusan penggunaan produk aplikasi dompet digital

			Nguyen et al, menggunakan variabel Persepsi manfaat, persepsi kemudahan, persepsi kenikmatan, kepercayaan, norma subjektif, dan kontrol perilaku terhadap minat menggunakan	
2. Adi Firman Ramadhan, Andrian Budi Prasetyo, Lala Irviana(2016)	Persepsi Mahasiswa dalam Menggunakan <i>E- Money</i>	Persamaan penelitian dengan penelitian ini adalah pemilihan variabel yang sama dengan penelitian yang akan dilaksanakan peneliti, yaitu variabel persepsi manfaat (X1) dan Persepsi Kemudahan (X2 ) serta sama-sama membahas produk uang elektronik	Pada penelitian ini hanya menggunakan variabel persepsi manfaat, persepsi kemudahan dan promosi terhadap keputusan menggunakan aplikasi dompet digital dana.id sedangkan pada variabel penelitian Adi firman dkk, selain menggunakan berbagai persepsi mahasiswa pada penggunaan e-money.	Pada penelitian ini menggunakan variabel promosi sebagai bentuk pemasaran pada penggunaan aplikasi dompet digital dan objek penelitian yang digunakan lebih spsesifik yaitu e-money berbentuk server aplikasi dompet digital sehingga lebih fokus hal-hal apa saja yang mempengaruhi perilaku konsumen terhadap keputusan penggunaan produk aplikasi dompet digital dana.id
3. Ajeng Nurmalasari (2018)	Faktor-faktor yang mempengaruhi Minat Penggunaan T-Cash pada Mahasiswa Universitas Islam Indonesia	Persamaan penelitian dengan penelitian ini adalah pemilihan variabel yang sama dengan penelitian yang akan dilaksanakan peneliti, yaitu variabel persepsi manfaat (X1) dan Persepsi Kemudahan (X2 ) serta sama-sama membahas produk dompet digital	Pada penelitian ini lebih memfokuskan keterkaitan antara pengaruh persepsi manfaat, persepsi kemudahan dan promosi terhadap keputusan menggunakan aplikasi dompet digital dana.id sedangkan pada penelitian ajeng nurmalasari , memfokuskan pada faktor-faktor yang mempengaruhi pada masing-masing	Pada penlitian ini tidak hanya membahas faktor-faktor yang mempengaruhi masing- masing varibel tetapi juga keterkaitan varibel independent dan dependent selain itu lokasi penelitian dan objek penelitian berbeda dengan penlitian ajeng

---

			variabel, selain itu lokasi penelitian dan objek penelitian berbeda dengan penelitian ajeng nurmalasari	nurmalasari sehingga lebih fokus keterkaitan pengaruh masing-masing variabel penelitian pada mahasiswa FKIP UNILA pengguna dompet digital Dana.id
4. RurieWiedya Rahayu(2018)	Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Persepsi Risiko dan Inovasi Teknologi Terhadap Aplikasi GoPay dari PT.Gojek Indonesia	Persamaan penelitian dengan penelitian ini adalah pemilihan variabel yang sama dengan penelitian yang akan dilaksanakan peneliti, yaitu variabel persepsi manfaat (X1) dan Persepsi Kemudahan (X2 ) serta sama-sama membahas produk dompet digital	Pada penelitian ini hanya menggunakan variabel persepsi manfaat, persepsi kemudahan dan promosi terhadap keputusan menggunakan aplikasi dompet digital dana.id sedangkan pada variabel penilitian RurieWiedya Rahayu memakai variabel Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Persepsi Risiko dan Inovasi Teknologi Terhadap Aplikasi GoPay dari PT.Gojek Indonesia pada penelitiannya, selain itu objek yang digunakanpun berbeda.	Pada penelitian ini menggunakan variabel promosi sebagai bentuk pemasaran pada penggunaan aplikasi dompet digital dan objek penelitian yang digunakan yaitu aplikasi dompet digital dana.id sehingga lebih fokus hal-hal apa saja yang mempengaruhi perilaku konsumen terhadap keputusan penggunaan produk aplikasi dompet digital dana.id

---

5. Andrean Septa Yogananda, dan I Made Bayu Dirgantara(2017)	Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Kepercayaan dan Persepsi Risiko terhadap Niat Untuk Menggunakan Instrumen Uang Elektronik.	Persamaan penelitian dengan penelitian ini adalah pemilihan variabel yang sama dengan penelitian yang akan dilaksanakan peneliti, yaitu variabel persepsi manfaat (X1) dan Persepsi Kemudahan (X2) serta sama-sama membahas produk uang elektronik.	Perbedaan Pada penelitian ini hanya menggunakan variabel persepsi manfaat, persepsi kemudahan dan promosi terhadap keputusan menggunakan aplikasi dompet digital dana.id sedangkan pada variabel penelitian Andrean Septa Yogananda dkk, menggunakan variabel Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Kepercayaan dan Persepsi Risiko terhadap Niat Untuk Menggunakan Instrumen Uang Elektronik.	Pada penelitian ini menggunakan variabel promosi sebagai bentuk pemasaran pada penggunaan aplikasi dompet digital dan objek penelitian yang digunakan lebih spesifik yaitu uang elektronik berbentuk server aplikasi dompet digital sehingga lebih fokus hal-hal apa saja yang mempengaruhi perilaku konsumen terhadap keputusan penggunaan produk aplikasi dompet digital dana.id
6. Wiwik Widiyanti(2020)	Pengaruh Kemanfaatan, Kemudahan Penggunaan dan Promosi terhadap Keputusan Penggunaan E-wallet OVO di Depok	Persamaan penelitian dengan penelitian ini adalah pemilihan variabel yang sama dengan penelitian yang akan dilaksanakan peneliti, yaitu variabel persepsi manfaat (X1), Persepsi Kemudahan (X2), dan promosi (Y) terhadap Keputusan Penggunaan E-wallet OVO di Depok serta sama-sama membahas produk dompet digital.	Perbedaan Pada penelitian ini subjek penelitian yaitu mahasiswa FKIP UNILA, objek penelitian dompet digital dana.id dan lokasi penelitian yaitu FKIP UNILA sedangkan pada penelitian Wiwik Widiyanti subjek penelitian yaitu masyarakat Depok, objek penelitian dompet digital OVO dan lokasi penelitian yaitu Depok	Pada penelitian yang akan dilaksanakan subjek yang diambil atau diteliti yaitu mahasiswa, sehingga lebih fokus hal-hal apa saja yang mempengaruhi perilaku konsumen mahasiswa pada penggunaan dompet digital dana.id, selain itu objek penelitian yang diteliti yaitu dana.id yang memiliki berbagai fasilitas dan layanan fitur yang lebih unggul.
7. Pramelani,dkk (2020).	Pengaruh Promosi dan Fitur Layanan	Persamaan penelitian dengan penelitian ini adalah	Perbedaan penelitian ini yaitu variabel penelitian	Pada penelitian yang akan dilaksanakan subjek

Transaksi Terhadap Keputusan Konsumen dalam Pemilihan <i>e-wallet</i> .	pemilihan variabel yang sama dengan penelitian yang dilaksanakan peneliti, yaitu variabel promosi (Y) serta sama-sama membahas produk uang elektronik.	yang mana pada penelitian ini lebih banyak membahas pengaruh penggunaan dompet digital dana.id sedangkan pada variabel penelitian Pramelani,dkk, hanya membahas Pengaruh Promosi dan Fitur Layanan Transaksi Terhadap Keputusan Konsumen dalam Pemilihan <i>e-wallet</i> .	yang diambil atau diteliti yaitu mahasiswa, sehingga lebih fokus hal-hal apa saja yang mempengaruhi perilaku konsumen mahasiswa pada penggunaan dompet digital dana.id, selain itu objek penelitian yang diteliti yaitu lebih spesifik produk keluaran PT.Espay dana.id yang memiliki berbagai fasilitas dan layanan fitur yang lebih unggul.	
8. Andhika Bayu Pratama ,I Dewa Gede Dharma Suputra (2019)	Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan dan Penggunaan, dan Tingkat Kepercayaan Pada Minat Menggunakan Uang Elektronik	Persamaan penelitian dengan penelitian ini adalah pemilihan variabel yang sama dengan penelitian yang akan dilaksanakan peneliti, yaitu variabel persepsi manfaat (X1) dan Persepsi Kemudahan (X2) serta sama-sama membahas produk uang elektronik.	Perbedaan Pada penelitian ini hanya menggunakan variabel persepsi manfaat, persepsi kemudahan dan promosi terhadap keputusan menggunakan aplikasi dompet digital dana,id sedangkan pada variabel penelitian Andhika Bayu Pratama, dkk, memiliki variabel lain yang mendukung keterkaitan antara variabel independent dan dependent.	Pada penelitian ini menggunakan variabel promosi sebagai bentuk pemasaran pada penggunaan aplikasi dompet digital dan objek penelitian yang digunakan lebih spesifik yaitu uang elektronik berbentuk server aplikasi dompet digital sehingga lebih fokus hal-hal apa saja yang mempengaruhi perilaku konsumen terhadap keputusan penggunaan produk aplikasi dompet digital dana.id

---

9. Indrawan Firdauzi (2016)	Pengaruh Kemampuan Finansial, Kemudahan dan Perilaku Konsumen Terhadap Minat Penggunaan Uang Elektronik di Kota Yogyakarta	Persamaan penelitian dengan penelitian ini adalah pemilihan objek penelitian (uang elektronik) dan pembahasan bentuk dari perilaku konsumen yang sama dengan penelitian yang akan dilaksanakan peneliti, persepsi manfaat (X1), Persepsi Kemudahan (X2), dan promosi (Y)	Perbedaan Pada penelitian ini yaitu variabel yang digunakan persepsi manfaat (X1), Persepsi Kemudahan (X2), dan promosi (Y) sedangkan pada variabel penelitian Indrawan Firdauzi, lebih membahas terkait kemampuan finansial dan perilaku konsumen terhadap Minat Penggunaan Uang Elektronik di Kota Yogyakarta	Pada penelitian ini menggunakan variabel persepsi manfaat dan promosi sebagai bentuk pemasaran pada penggunaan aplikasi dompet digital dan objek penelitian yang digunakan lebih spesifik yaitu uang elektronik berbentuk server aplikasi dompet digital sehingga lebih fokus hal-hal apa saja yang mempengaruhi perilaku konsumen terhadap keputusan penggunaan produk aplikasi dompet digital dana.id
-----------------------------	--	--	---	---

---

## D. Grand Teori

### 1. Persepsi Manfaat (X1) Terhadap Keputusan Menggunakan Aplikasi Dompet Digital Dana (Y)

Persepsi manfaat merupakan suatu cara individu memandang, mengartikan, dan menyimpulkan akan manfaat yang dirasakan pengguna nya. Persepsi manfaat dan persepsi kemudahan mempunyai pengaruh ke minat perilaku. Pengguna teknologi akan memiliki keinginan menggunakan teknologi (minat perilaku) jika merasa sistem teknologi memiliki manfaat serta mudah digunakan. Pemanfaatan juga bisa mempengaruhi kemudahan tapi tidak sebaliknya. Keputusan individu pada pemakaian sistem teknologi

(dalam penelitian ini adalah aplikasi Dana) dapat diukur dengan menggunakan teori mengenai penerimaan sistem teknologi.

Persepsi manfaat merupakan salah satu komponen utama dalam *Technology Accepted Model* (TAM) merupakan model penerimaan teknologi ini yang pertama kali di perkenalkan oleh Davis *et al* dalam ahmad dan Pambudi (2013) menafsirkan bahwa persepsi manfaat model penerimaan teknologi dan persepsi Kemudahan penggunaan merupakan hal utama yang memberi pengaruh dalam pengadopsian penggunaan teknologi baru. Manfaat serta kemudahan yang ditawarkan uang elektronik dapat mempengaruhi peningkatan penggunaannya. Masyarakat akan cenderung menggunakan suatu teknologi yang di rasa dapat memberikan sebuah efektifitas, efisiensi dan produktivitas kinerjanya.

Didukung dengan penelitian oleh Wibowo & Suryoko(2017), menyatakan bahwa persepsi manfaat berpengaruh signifikan Pada keputusan penggunaan. sehingga dapat di katakan tingginya tingkat manfaat yang dirasakan oleh pengguna akan mempengaruhi keinginan konsumen untuk menggunakan sistem tersebut.

## **2. Persepsi Kemudahan (X2) Terhadap Keputusan Menggunakan Aplikasi Dompot Digital Dana (Y)**

Menurut Jogiyanto (2011:330), kemudahan penggunaan ialah

sebagai suatu derajat dimana seseorang yakin bahwa dengan memakai sebuah teknologi akan membuat orang bebas dari upaya. Hal ini sejalan dengan Menurut Amijaya (2020:49), kemudahan ini tentunya akan memberi dampak pada perilaku konsumen yaitu semakin tinggi persepsi seseorang tentang kemudahan menggunakan sistem teknologi, semakin tinggi pula tingkat pemanfaatan teknologi tersebut.

Sehingga pemanfaatan dan kemudahan memiliki pengaruh ke minat perilaku. Persepsi kemudahan merupakan salah satu komponen utama dalam *Technology Accepted Model* (TAM) Model penerimaan teknologi ini yang pertama kali di perkenalkan oleh Davis *et al* dalam ahmad dan Pambudi (2013) menyatakan bahwa persepsi manfaat model penerimaan teknologi dan persepsi kemudahan penggunaan merupakan faktor penting yang mempengaruhi dalam pengadopsian penggunaan teknologi baru.

Penelitian yang dilakukan Rurie Widya Rahayu (2018) Menyatakan bahwa persepsi manfaat, persepsi kemudahan dan inovasi teknologi berpengaruh positif signifikan terhadap minat menggunakan gopay. Sedangkan persepsi risiko berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap minat menggunakan gopay. Peneliti lain menemukan adanya hubungan positif antara persepsi manfaat, persepsi kemudahan dan kepercayaan

terhadap minat menggunakan uang elektronik (Andhika & Suputra, 2019).

### **3. Promosi (X3) Terhadap Keputusan Menggunakan Aplikasi Dompot Digital Dana (Y)**

Promosi ialah kegiatan bauran pemasaran yang digunakan untuk memberikan informasi dan membujuk ataupun mempengaruhi konsumen untuk membeli atau menggunakan produk yang ditawarkan. Kegiatan promosi merupakan usaha pemasaran dalam memberikan berbagai upaya intensif jangka pendek untuk mendorong keinginan mencoba atau membeli suatu produk atau jasa. Segala bentuk kegiatan promosi bertujuan untuk mempengaruhi perilaku pembelian, tetapi tujuan promosi yang utama ialah memberitahukan, membujuk dan mengingatkan. (Kurtz, 2012:489)

Menurut Rambat Lupiyoadi (2013) promosi ialah salah satu variabel dalam marketing mix yang sangat penting untuk dilakukan oleh perusahaan dalam memasarkan suatu produk jasa. Kegiatan promosi tidak hanya berguna sebagai alat komunikasi antara perusahaan dengan pelanggan, melainkan juga sebagai alat yang digunakan untuk bisa mempengaruhi pelanggan untuk melakukan kegiatan pembelian atau penggunaan jasa sesuai dengan keinginan dan kebutuhan pelanggan.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan Wiwik Widiyanti (2020) menyebutkan bahwa variabel kemanfaatan, kemudahan dan promosi berpengaruh secara signifikan dan positif terhadap keputusan penggunaan *e-wallet* OVO penggunaan, penelitian lain menyebutkan adanya pengaruh positif promosi dan fitur layanan terhadap keputusan konsumen dalam pemilihan *e-wallet* Pramelani, dkk (2020).

#### **E. Kerangka Pikir**

Perkembangan teknologi di era globalisasi bertumbuh begitu cepat. Kemajuan teknologi telah menggantikan fungsi uang tunai sebagai alat pembayaran pada umumnya kedalam bentuk pembayaran tidak tunai yang lebih efektif & efisien. Saat ini pembayaran tidak tunai semakin marak digunakan khususnya oleh kaum milenial yang serba ingin *instant* dalam melakukan pembelian atau pembayaran.

Pembayaran non tunai dilakukan menggunakan media internet. Salah satu jenis pembayaran non tunai yaitu Dompet Digital merupakan bentuk pembayaran elektronik berbasis aplikasi, pengguna dapat menyimpan uang dalam aplikasi tersebut yang dilengkapi dengan keamanan yang terjamin. Dompet digital yang semakin marak digunakan oleh kalangan mahasiswa dikarenakan. Dompet digital dirasakan dapat memberikan konsumen Kemudahan, kenyamanan dan bersifat fleksibel dapat digunakan dimana saja, dan kapan pun membuat konsumen terus menggunakan dompet

digital.

Hadirnya penyedia layanan finansial didukung dengan meningkatnya jual beli barang atau jasa secara online yang tentunya pembayaran pun dilakukan dengan pembayaran non tunai. Dengan begitu para penyedia layanan finansial terus bersaing meningkatkan performa layanan finansial didukung fitur-fitur yang dapat memudahkan, serta memperoleh manfaat tertentu bagi para penggunanya.

Persepsi manfaat merupakan salah satu komponen utama dalam Technology Accepted Model (TAM). Model penerimaan teknologi ini yang pertama kali di perkenalkan oleh Davis et al dalam Ahmad dan Pambudi (2013) menafsirkan bahwa persepsi manfaat dan persepsi Kemudahan penggunaan merupakan faktor penting yang mempengaruhi dalam pengadopsian penggunaan teknologi baru.

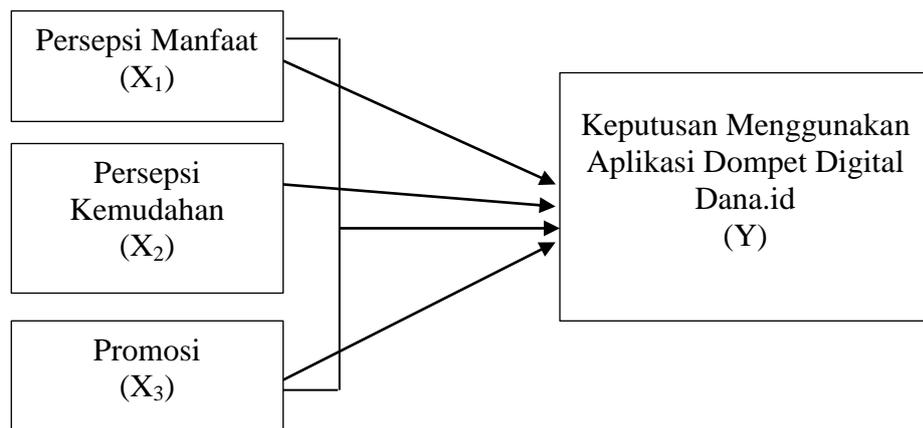
Menurut Amijaya (2020:49), kemudahan akan berdampak pada perilaku yaitu semakin tinggi persepsi seseorang tentang kemudahan menggunakan sistem teknologi, semakin tinggi pula tingkat pemanfaatan teknologi tersebut. Tidak hanya persepsi manfaat dan persepsi kemudahan, hal lain yang dapat mempengaruhi konsumen dalam menggunakan suatu produk barang atau jasa ialah promosi. Kegiatan promosi bukan hanya berfungsi sebagai alat komunikasi antara perusahaan dengan pelanggan, melainkan juga sebagai alat yang digunakan untuk dapat mempengaruhi pelanggan dalam

melakukan kegiatan pembelian atau penggunaan jasa sesuai dengan keinginan dan kebutuhan pelanggan

#### F. Paradigma Penelitian

Berdasarkan kerangka pikir diatas, maka dibuat paradigma penelitian untuk Persepsi Manfaat ( $X_1$ ), Persepsi Kemudahan ( $X_2$ ), Promosi ( $X_3$ ), sebagai variabel eksogen, Keputusan Menggunakan Aplikasi Dompot Digital Dana ( $Y$ ) sebagai variabel endogen, digambarkan sebagai berikut:

**Gambar 6 Paradigma Teoritis Pengaruh  $X_1, X_2, X_3$  dan  $Y$**



#### G. Hipotesis

Hipotesis merupakan suatu pernyataan yang bersifat sementara yang memungkinkan serta perlu di cari kebenarannya. Hipotesis bertujuan mengarahkan dan memberikan pedoman dalam pokok permasalahan serta tujuan penelitian Berdasarkan latar belakang, identifikasi masalah, dan kerangka pemikiran yang telah di uraikan diatas, maka hipotesis dalam penelitian ini adalah :

1. Ada pengaruh positif dan signifikan Persepsi Manfaat Terhadap Keputusan Menggunakan Aplikasi Dompet Digital Dana.id Pada Mahasiswa FKIP Universitas Lampung
2. Ada pengaruh positif dan signifikan Persepsi Kemudahan Terhadap Keputusan Menggunakan Aplikasi Dompet Digital Dana.id Pada Mahasiswa FKIP Universitas Lampung
3. Ada pengaruh positif dan signifikan Promosi Terhadap Keputusan Menggunakan Aplikasi Dompet Digital Dana.id Pada Mahasiswa FKIP Universitas Lampung
4. Ada pengaruh simultan antara Persepsi manfaat , PersepsiKemudahan dan Promosi terhadap Keputusan Menggunakan Aplikasi Dompet Digital Dana.id Pada Mahasiswa FKIP Universitas Lampung

### III. METODOLOGI PENELITIAN

#### A. Metodologi Penelitian

Metodologi penelitian merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu. Untuk mencapai tujuan yang di perlukan dibutuhkan metode yang relevan untuk mencapai tujuan yang diinginkan (Sugiyono,2016). Sedangkan menurut Sunyoto (2013:19) menyatakan bahwa “Metode penelitian merupakan urutan-urutan proses analisis data yang akan disajikan secara sistematis. Karena dengan urutan proses analisis data dapat diketahui secara cepat dan membantu pemahaman maksud dari penelitian tersebut”Metode dalam penelitian sangat penting oleh karena itu dalam penelitian ini peneliti menggunakan penelitian deskriptif verifikatif dengan pendekatan *ex post facto* dan survey.

Tujuan penelitian ini merupakan verifikatif yaitu untuk menentukan tingkat pengaruh variabel-variabel dalam suatu kondisi. Menurut Sugiyono (2012:7), Pendekatan *ex post facto* merupakan penelitian yang meneliti peristiwa yang telah terjadi dengan melihat ke belakang untuk mengetahui faktor-faktor yang dapat menimbulkan kejadian tersebut. Penelitian dilakukan dengan mengambil data secara langsung di lokasi penelitian yang dapat menggambarkan kondisi lapangan.

Menurut Sugiyono (2012:12), Pendekatan Survei adalah pendekatan yang dilakukan untuk mendapatkan data dari tempat tertentu yang alamiah, tetapi penelitian melakukan perlakuan dalam pengumpulan data, misalnya dengan mengadakan kuisioner, test, wawancara dan lainnya. Sedangkan menurut Kerlinger (Sugiyono, 2016:14) mengatakan bahwa “penelitian survey adalah penelitian yang dilakukan pada populasi besar ataupun kecil, tetapi data yang dipelajari adalah data sampel yang diambil dari populasi tersebut sehingga ditemukan kejadian relatif, distribusi dan hubungan-hubungan antar variabel sosiologis ataupun psikologis”.

Menurut Kline (Sugiyono, 2012:7), walaupun metode survei tidak memerlukan kelompok kontrol seperti halnya pada metode eksperimen, namun generalisasi yang dilakukan dapat lebih akurat apabila digunakan sampel yang representatif. Oleh karena itu metode penelitian sangat diperlukan dalam sebuah penelitian sebab memberikan urutan dan menentukan alat serta prosedur yang akan digunakan.

## **B. Populasi dan Sampel**

### **1. Populasi**

Populasi merupakan sekumpulan objek atau subjek yang akan dijadikan sebagai bahan penelitian dengan ciri mempunyai karakteristik yang sama (Rusman, 2015). Sedangkan Menurut Sugiyono (2015:217) menyatakan bahwa, “populasi merupakan wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang

mempunyai karakteristik dan kualitas tertentu yang ditetapkan peneliti untuk dipelajari dan ditarik kesimpulannya”. Dari definisi populasi yang telah disebutkan maka populasi yang digunakan dalam penelitian adalah mahasiswa Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Lampung angkatan 2017 .

**Tabel 6 Data Mahasiswa Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Lampung jumlah angkatan 2017 yang menggunakan aplikasi dompet digital**

No	Jurusan	Jumlah mahasiswa
1.	Ilmu Pendidikan	102
2.	Pendidikan IPS	113
3.	Pendidikan MIPA	110
4.	Pendidikan Bahasa dan Seni	105
	Jumlah	430

*Sumber Data : hasil angket*

Berdasarkan data diatas dapat diketahui bahwa dalam penelitian memiliki jumlah populasi yang akan diteliti sebanyak 430 mahasiswa, dengan rincian jurusan Ilmu Pendidikan berjumlah 102 mahasiswa, jurusan Pendidikan IPS berjumlah 113 mahasiswa, jurusan Pendidikan MIPA berjumlah 110 mahasiswa, jurusan Pendidikan Bahasa dan Seni berjumlah 105 mahasiswa.

## 2. Sampel

Sampel merupakan bagian dari populasi (contoh) untuk disajikan sebagai bahan penelaahan dengan harapan contoh yang diambil dari populasi tersebut dapat mewakili (*representative*) terhadap populasinya (Rusman, 2015).

Menurut Sugiyono (2015:118), menyatakan bahwa "Sampel merupakan bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Bila populasi besar, dan populasi tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, misalnya karena keterbatasan dana, tenaga dan waktu, maka penelitian dapat digunakan dengan menggunakan sampel yang diambil dari populasi tersebut". Dalam penelitian ini peneliti menetapkan ukuran sampel menggunakan rumus Solvin sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1 \pm (n e^2)}$$

Keterangan :

n = Jumlah Sampel

N= Jumlah Populasi

e<sup>2</sup> = Tingkat Siginifkansi (0,1)

berdasarkan rumus diatas besarnya sampel dala penelitian ini adalah:

$$n = \frac{430}{1+430 \cdot (0,1)^2} = \mathbf{81,13} \text{ di bulatkan menjadi } \mathbf{81}$$

Jadi, menurut perhitungan diatas besarnya sampel dalam penelitian ini adalah sebanyak 81 responden

### C. Teknik Sampling

Teknik pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan metode *non probability sampling*, yaitu teknik pengambilan sampel yang tidak

memberi peluang atau kesempatan yang sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel (Sugiono, 2015:122).

Pada penelitian ini menggunakan teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu yaitu teknik jenis *purposive sampling* dikarenakan dalam penelitian ini membutuhkan beberapa karakteristik, diantaranya:

- a. Mahasiswa dan mahasiswi S1 Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Lampung yang masih terdaftar aktif angkatan 2017
- b. Pernah menggunakan aplikasi dompet digital dana.id.id
- c. Penelitian ini hanya meneliti mahasiswa dan mahasiswi S1 Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Lampung angkatan 2017 saja agar penelitian lebih efisien dan efektif serta tidak meluas agar data yang dihasilkan lebih spesifik dan lebih mendalam seperti yang di harapkan.

Untuk menentukan besarnya sampel pada setiap kelas dilakukan dengan alokasi proposional agar sampel yang diambil lebih proposional, hal ini dilakukan dengan cara berikut:

$$\text{Jumlah sampel} = \frac{\text{jumlah mahasiswa tiap jurusan FKIP}}{\text{jumlah populasi}} \times \text{jumlah sampel}$$

**Tabel 7 Perhitungan Jumlah Sampel untuk Mahasiswa FKIP UNILA Angkatan 2017**

No	Jurusan	Jumlah mahasiswa	Jumlah
1.	Ilmu Pendidikan	$\frac{102}{430} \times 81 = 19,21$	19
2.	Pendidikan IPS	$\frac{113}{430} \times 81 = 21,28$	21

3.	Pendidikan MIPA	$\frac{110}{430} \times 81 = 20,72$	21
4.	Pendidikan Bahasa dan Seni	$\frac{105}{430} \times 81 = 19,77$	20
Jumlah			81

*Sumber Data : hasil angket*

#### **D. Variabel Penelitian**

Variabel penelitian merupakan sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga di peroleh informasi tentang hal tersebut,yang kemudian dapat kita tarik kesimpulannya (Sugiono, 2015:60). Sedangkan Menurut Silaen (2018:69) variabel penelitian adalah konsep yang mempunyai bermacam-macam nilai yang bervariasi, yakni suatu sifat, karakteristik atau fenomena yang dapat menunjukkan sesuatu untuk dapat diamati atau diukur yang nilainya berbeda-beda atau bervariasi. Dalam penelitian ini menggunakan dua variabel yaitu :

##### **1. Variabel bebas (Independent Variable)**

Menurut Silaen (2018:69) mengungkapkan bahwa “variabel penelitian adalah konsep yang mempunyai bermacam-macam nilai atau mempunyai nilai yang bervariasi, yakni suatu sifat, karakteristik atau fenomena yang dapat menunjukkan sesuatu untuk dapat diamati atau diukur yang nilainya berbeda-beda atau bervariasi. Variabel bebas sering disebut dengan variabel stimulus, prediktor, *atecendent*.

Variabel bebas merupakan variabel yang mempengaruhi atau menjadi sebab berubahnya atau timbulnya variabel dependen (terikat) (Sugiono,2013). Variabel bebas dalam penelitian ini adalah Persepsi Manfaat ( $X_1$ ), Persepsi Kemudahan ( $X_2$ ), Promosi ( $X_3$ ).

## **2. Variabel terikat (Dependent Variable)**

Variabel yang memiliki nama lain variabel output,konsekuensi,dan kriteria. Variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat karena adanya variabel bebas (Sugiyono, 2013). Variabel terikat di dalam penelitian ini adalah Keputusan Menggunakan Aplikasi Dompot Digital Dana.id.(Y)

## **E. Definisi Konseptual**

Definisi konseptual variabel adalah penarikan batas yang menjelaskan suatu konsep secara singkat, jelas dan tegas. Pengertian dari operasional variabel adalah segala sesuatu yang dapat memberikan berbagai macam penilaian serta gambaran atas yang diteliti sehingga tampak lebih nyata fenomena-fenomena yang terjadi (Basrowi dalam Perdana.id 2019:47). Untuk menghindari terjadinya kesalahpahaman dalam mengartikan judul maka penulis mengoperasionalkan variabel-variabel menurut para ahli, sebagai berikut:

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

Persepsi manfaat adalah suatu ukuran sejauh mana pengguna percaya bahwa teknologi akan meningkatkan produktivitas dalam kinerjanya

sehingga manfaat yang dirasakan dari pengguna teknologi tersebut ialah menguntungkan.

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

Persepsi kemudahan ialah suatu ukuran sejauh mana seseorang merasa yakin dan percaya ketika menggunakan suatu sistem teknologi akan membuat orang bebas dari upaya dan dapat dengan mudah di pahami sehingga pengguna tidak merasa berat ketika ada teknologi baru.

## **3. Promosi ( $X_3$ )**

Promosi ialah suatu bentuk komunikasi penjual produk dengan tujuan ingin memberi informasi mengenai produk yang ditawarkan kepada konsumen sehingga dapat mendorong konsumen untuk membeli atau menggunakan produk tersebut dalam memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen.

## **F. Definisi Operasional Variabel**

Definisi operasional merupakan suatu aspek penelitian yang memberikan informasi kepada kita mengenai cara dalam mengukur suatu variabel. Definisi operasional ini merupakan informasi ilmiah yang dapat membantu peneliti lain yang ingin meneliti dengan menggunakan variabel yang sama. Berikut ini definisi operasional dalam penelitian ini.

**Tabel 8 Definisi Operasional**

No	Variabel	Indikator	Skala
1.	Persepsi Manfaat (X <sub>1</sub> )	1. Pengguna sistem mampu Meningkatkan Kinerja individu 2. Pengguna sistem mampu Menambah tingkat Produktivitas Individu 3. Pengguna sistem mampu Meningkatkan Efektivitas Kinerja individu 4. Pengguna sistem Bermafaat Bagi individu ( Vankatesh dan Davis dalam Irmadhani dkk (2012) )	Interval dengan pendekatan <i>semantic deffrential</i>
2.	Persepsi Kemudahan (X <sub>2</sub> )	1. Mudah Untuk Dipelajari 2. Mudah Digunakan 3. Jelas dan Mudah Dimengerti 4. Menjadi terampil (Sun dan Zhang, 2011)	Interval dengan pendekatan <i>semantic deffrential</i>
3.	Promosi (X <sub>3</sub> )	3. Periklanan 4. Promosi Penjualan 5. Penjualan Perseorangan 6. Hubungan masyarakat 7. Penjualan Langsung. (Kotler dan Armstrong, 2012)	Interval dengan pendekatan <i>semantic deffrential</i>
4.	Keputusan Menggunakan Aplikasi Dompot Digital DANA.ID (Y)	1. Pengenalan masalah 2. Pencarian informasi 3. Evaluasi alternatif 4. Keputusan pembelian 5. Prilaku pasca pembelian (Kotler & Keller 2012:227)	Interval dengan pendekatan <i>semantic deffrential</i>

*Sumber: Dari berbagai sumber*

### **G. Teknik Pengumpulan Data**

Teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling strategis dalam penelitian, karena tujuan utama dari penelitian adalah mendapatkan data. Tanpa mengetahui teknik pengumpulan data, maka peneliti tidak akan mendapatkan data yang memenuhi standar yang telah ditetapkan

(Sugiono,2013:224). Berikut ini teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini, yaitu:

### **1. Observasi**

Menurut Cresweel (Sugiyono, 2015), observasi merupakan proses untuk memperoleh data dari tangan pertama dengan mengamati orang atau proses kerja suatu produk di tempat pada saat dilakukan penelitian. Observasi terhadap perilaku orang atau proses kerja suatu produk yang dihasilkan dari penelitian dan pengembangan, dapat dilakukan oleh peneliti atau orang lain diberi tugas untuk pengumpulan data. Teknik observasi pada penelitian ini digunakan untuk memperoleh data berkenaan dengan jumlah mahasiswa dan latar belakang masalah.

### **2. Kuisisioner**

Teknik pengumpulan data dengan kuisisioner ialah pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya (Sugiono,2015:199). Dalam penelitian ini peneliti menggunakan Googleform sebagai alat pengumpulan data mengenai Keputusan menggunakan dompet digital Dana.id yang dipengaruhi oleh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, dan Promosi. Sasaran dari kuisisioner ini adalah mahasiswa mahasiswi Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Lampung angkatan 2017 .

## H. Uji Persyaratan Instrument

### 1. Uji validitas instrument

Validitas merupakan suatu ukuran yang menunjukkan tingkat-tingkat kevalidan atau kesahihan sesuatu instrumen (Suharmi, 2013:211) sedangkan menurut Sugiyono (2016:121), validitas merupakan suatu ukuran yang menunjukan tingkat-tingkat keahlian suatu instrumen. Instrumen dikatakan valid apabila dapat mengukur apa yang hendak diukur. Untuk menguji tingkat validitas digunakan rumus korelasi *product moment* dari pearson. Validitas ditentukan dengan mengkorelasikan jumlah skor faktor dengan skor total dengan rumus sebagai berikut:

$$r_{xy} = \frac{N\sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{N\sum X^2 - (\sum X)^2} \sqrt{N\sum Y^2 - (\sum Y)^2}}$$

Keterangan:

$r_{xy}$  = Koefisien antara variabel X dan Y

N = Jumlah sampel yang diteliti

$\sum XY$  = Total perkalian skor item dan total

$\sum X$  = Jumlah skor butir pertanyaan

$\sum Y$  = Jumlah Skor total

$\sum X^2$  = Jumlah kuadrat skor butir pernyataan

$\sum Y^2$  = Jumlah kuadrat skor butir total

(Arikunto, 2010: 72).

Kriteria yang diterapkan untuk mengukur valid tidaknya suatu data adalah jika  $r_{hitung} \geq r_{tabel}$  dengan  $\alpha = 0,05$  dan  $dk = n$  sampel yang diteliti, maka alat ukur tersebut valid, begitu pula sebaliknya, jika  $r_{hitung} \leq r_{tabel}$ , maka alat ukur tersebut tidak valid.

**Tabel 9 Hasil Uji Validitas Angket Variabel Persepsi Manfaat**

Item Pernyataan	r hitung	r tabel	Kondisi	Simpulan
Butir1	0.380	0.361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	VALID
Butir2	0.654	0.361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	VALID
Butir3	0.242	0.361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	TIDAK VALID
Butir4	0.703	0.361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	VALID
Butir5	0.578	0.361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	VALID
Butir6	0.626	0.361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	VALID
Butir7	0.376	0.361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	VALID
Butir8	0.816	0.361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	VALID

*Sumber: Hasil Pengolahan Data 2021*

Berdasarkan Tabel 8 hasil uji validitas diperoleh data bahwa dari 8 item pernyataan secara keseluruhan  $r_{hitung} > r_{tabel}$  yang menyatakan 7 item valid dan 1 item tidak valid. Sehingga instrumen Persepsi Manfaat yang dinyatakan valid dijadikan untuk mengambil data penelitian.

**Tabel 10 Hasil Uji Validitas Angket Variabel Persepsi Kemudahan**

Item Pernyataan	r hitung	r tabel	Kondisi	Simpulan
Butir1	0.673	0.361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	VALID

Butir2	0.581	0.361	r hitung > r tabel	VALID
Butir3	0.664	0.361	r hitung > r tabel	VALID
Butir4	0.650	0.361	r hitung > r tabel	VALID
Butir5	0.426	0.361	r hitung > r tabel	VALID
Butir6	0.809	0.361	r hitung > r tabel	VALID
Butir7	0.248	0.361	r hitung > r tabel	TIDAK VALID
Butir8	0.810	0.361	r hitung > r tabel	VALID

*Sumber: Hasil Pengolahan Data 2021*

Berdasarkan Tabel 9 hasil uji validitas diperoleh data bahwa dari 8 item pernyataan secara keseluruhan  $r_{hitung} > r_{tabel}$  yang menyatakan 7 item valid dan 1 item tidak valid. Sehingga instrumen Persepsi Manfaat yang dinyatakan valid dijadikan untuk mengambil data penelitian.

**Tabel 11 Hasil Uji Validitas Angket Variabel Promosi**

Item	r hitung	r tabel	Kondisi	Simpulan
Pernyataan				
Butir1	0.678	0.361	r hitung > r tabel	VALID
Butir2	0.828	0.361	r hitung > r tabel	VALID
Butir3	0.822	0.361	r hitung > r tabel	VALID
Butir4	0.675	0.361	r hitung > r tabel	VALID
Butir5	0.896	0.361	r hitung > r tabel	VALID
Butir6	0.174	0.361	r hitung > r tabel	TIDAK VALID
Butir7	0.741	0.361	r hitung > r tabel	VALID
Butir8	0.659	0.361	r hitung > r tabel	VALID
Butir9	0.646	0.361	r hitung > r tabel	VALID

*Sumber: Hasil Pengolahan Data 2021*

Berdasarkan Tabel 10 hasil uji validitas diperoleh data bahwa dari 9 item pernyataan secara keseluruhan  $r_{hitung} > r_{tabel}$  yang menyatakan 8 item valid dan 1 item tidak valid. Sehingga instrumen Persepsi Manfaat yang dinyatakan valid dijadikan untuk mengambil data penelitian.

**Tabel 12 Hasil Uji Validitas Angket Variabel Keputusan Menggunakan Aplikasi Dana**

Item	r hitung	r tabel	Kondisi	Simpulan
Pernyataan				
Butir1	0.805	0.361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	VALID
Butir2	0.522	0.361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	VALID
Butir3	0.843	0.361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	VALID
Butir4	0.234	0.361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	TIDAK VALID
Butir5	0.757	0.361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	VALID
Butir6	0.697	0.361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	VALID
Butir7	0.347	0.361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	TIDAK VALID
Butir8	0.844	0.361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	VALID
Butir9	0.821	0.361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	VALID
Butir10	0.836	0.361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	VALID

*Sumber: Hasil Pengolahan Data 2021*

Berdasarkan Tabel 11 hasil uji validitas diperoleh data bahwa dari 10 item pernyataan secara keseluruhan  $r_{hitung} > r_{tabel}$  yang menyatakan 8 item valid dan 2 item tidak valid. Sehingga instrumen Persepsi Manfaat yang dinyatakan valid dijadikan untuk mengambil data penelitian.

## 2. Uji reabilitas

Reabilitas merupakan sesuatu instrumen cukup dapat dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengumpul data karena instrumen tersebut sudah baik (Suharsimi,2013:221). Instrumen merupakan syarat untuk pengujian validitas instrumen, oleh karena itu walaupun instrumen yang valid umumnya pasti realibel, tetapi pengujian reabilitas instrumen perlu dilakukan. Untuk mengetahui realibilitas angket menggunakan rumus K-R20 yaitu:

$$r_{11} = \left( \frac{k}{k-1} \right) \left( v_t \frac{\sum pq}{v_t} \right)$$

Keterangan :

$r_{11}$  = Reabilitas instrumen

$k$  = Banyaknya instrumen

$V_t$  = Variansi total

$p$  = Proporsi subjek yang menjawab betul pada suatu butir

$q$  = Proporsi subjek yang menjawab salah pada suatu butir

Selanjutnya dikonsultasikan dengan daftar interpretasi koefisien  $r$  sebagai berikut:

Koefisien r	Reliabilitas	
0.8000 – 1.000	Sangat Tinggi	
0.6000 – 0.7999	Tinggi	
0.4000 – 0.5999	Sedang/Cukup	(Rusman, 2018:70)
0.2000 – 0.3999	Rendah	Dengan kriteria
0.0000 – 0.1999	Sangat Rendah	pengujian, apabila

$r_{hitung} > r_{tabel}$  , dengan taraf signifikansi 0,05 , maka pengukuran tersebut

realibel dan sebaliknya jika  $r_{hitung} < r_{tabel}$  maka pengukuran tersebut tidak reliabel.

**Tabel 13 Realibilitas Angket Persepsi Manfaat**

<b>Reliability Statistics</b>	
<b>Cronbach's Alpha</b>	<b>N of Items</b>
.700	7

*Sumber : Hasil Perhitungan Olah Data SPSS 2021*

Berdasarkan hasil analisis instrument tersebut dapat dilihat n kasus adalah 30 orang responden, butir soal yang dinalisis terdiri dari 7 soal dan diperoleh *r Alpha* sebesar 0.700.

**Tabel 14 Realibilitas Angket Persepsi Kemudahan**

<b>Reliability Statistics</b>	
<b>Cronbach's Alpha</b>	<b>N of Items</b>
.786	7

*Sumber : Hasil Perhitungan Olah Data SPSS 2021*

Berdasarkan hasil analisis instrument tersebut dapat dilihat n kasus adalah 30 orang responden, butir soal yang dinalisis terdiri dari 7 soal dan diperoleh *r Alpha* sebesar 0.786

**Tabel 15 Realibilitas Angket Promosi**

<b>Reliability Statistics</b>	
<b>Cronbach's Alpha</b>	<b>N of Items</b>
.884	8

*Sumber : Hasil Perhitungan Olah Data SPSS 2021*

Berdasarkan hasil analisis instrument tersebut dapat dilihat n kasus adalah 30

orang responden, butir soal yang dinalisis terdiri dari 8 soal dan diperoleh *r Alpha* sebesar 0.884.

**Tabel 16 Realibilitas Angket Keputusan Menggunakan Aplikasi Dana**

<b>Reliability Statistics</b>	
<b>Cronbach's Alpha</b>	<b>N of Items</b>
.906	8

*Sumber : Hasil Perhitungan Olah Data SPSS 2021*

Berdasarkan hasil analisis instrument tersebut dapat dilihat n kasus adalah 30 orang responden, butir soal yang dinalisis terdiri dari 8 soal dan diperoleh *r Alpha* sebesar 0.906.

## I. Uji Persyaratan Statistik Parametrik

### 1. Uji Normalitas

Uji Normalitas merupakan salah satu uji persyaratan yang harus dipenuhi dalam statistik parametrik. Uji normalitas digunakan untuk mengetahui apakah data sampel yang diambil dari populasi berdistribusi normal atau tidak. Pengujian normalitas distribusi data populasi dilakukan dengan menggunakan statistik *kolmogorov-smirnov*. Syarat hipotesis yang digunakan yaitu:

$H_0$  : data berasal dari populasi yang berdistribusi normal

$H_1$ : data berasal dari populasi yang tidak berdistribusi normal

Statistik uji yang digunakan :

$$D = \max |f_o(x_i) - s_n(x_i)| ; i = 1, 2, 3, \dots$$

Keterangan :

$F_0(x_i)$  = Fungsi distribusi frekuensi kumulatif relative dari distribusi teoritis dalam kondisi  $H_0$

$S_n(x_i)$  = Distribusi frekuensi kumulatif dari pengamatan sebanyak  $n$

Dengan cara membandingkan nilai  $D$  terhadap nilai  $D$  pada table *kolmogorof-smirnov* dengan taraf nyata  $\alpha$  maka aturan pengambilan keputusan dalam uji ini adalah :

- Jika  $D \leq D$  tabel maka Terima  $H_0$
- Jika  $D \geq D$  tabel maka Tolak  $H_0$

Keputusan juga dapat diambil berdasarkan nilai *kolmogorof-smirnov*  $Z$ , jika  $KSZ \leq Z\alpha$  maka Terima  $H_0$  demikian pula sebaliknya. Dalam perhitungan menggunakan *software* komputer keputusan atas hipotesis yang diajukan dapat menggunakan nilai signifikansi (*asyp.signifinace*) Jika nilai signifikansi lebih kecil dari  $\alpha$  maka Tolak  $H_0$  begitu pula sebaliknya (Sugiyono, 2011:156-159).

## 2. Uji Homogenitas

Pengujian homogenitas adalah pengujian mengenai sama tidaknya variansi-variansi dua buah distribusi atau lebih. Tujuan uji homogenitas ialah untuk mengetahui apakah data variabel  $X$  dan  $Y$  bersifat homogen atau tidak (Rusman, 2015). Untuk melakukan pengkajian homogenitas populasi diperlukan hipotesis sebagai berikut:

$H_0$ =Data populasi bervarians homogen

H1= Data populasi tidak bervariasi homogen

Kriteria pengujian:

Menggunakan nilai signifikansi. Apabila menggunakan ukuran ini maka harus dibandingkan dengan tingkat alpha yang ditentukan sebelumnya. Karena alpha ( $\alpha$ ) yang ditetapkan sebesar 0,05( 5%) maka kriteria pengujian yaitu:

1. Jika probabilitas (sig) > 0,05 maka H0 diterima
2. Jika probabilitas (sig) < 0,05 maka H0 ditolak (Rusman,2015:48)

Untuk mencari homogenitas digunakan dengan rumus Levene Z Statistik yaitu dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$W = \frac{(n - k) \sum_{i=1}^k n_i (\bar{z}_t - \bar{z}_n)^2}{(k - 1) \sum_{i=1}^k \sum_{j=1}^{n_i} (Z_{ij} - \bar{z}_i)^2}$$

Keterangan :

n = Jumlah populasi

k = Banyaknya kelompok

$Z_U = Y_U - Y_T$

$Y_t$  = Rata-rata dari kelompok I

$Z_t$  = Rata-rata kelompok dari  $Z_i$

$Z$  = Rata-rata menyeluruh (*overall mean*) dari  $Z_i$  Daerah kritis

Tolak  $H_0$  jika  $W > F(a;k-1,n-k)$

Untuk melakukan pengujian homogenitas populasi di perlukan hipotesis sebagai berikut:

$H_0$ : Data populasi bervariasi homogen

$H_a$ : Data populasi tidak bervarians homogen

Kriteria pengujian :

Jika probabilitas (sig) > 0,05 maka  $H_0$  diterima, begitu sebaliknya

jika probabilitas (sig) < 0,05 maka  $H_0$  di tolak (Rusman, 2012:65)

## J. Uji Persyaratan Regresi Linier (Uji Asumsi Klasik)

Untuk mengukur besarnya pengaruh variabel prediktor terhadap variabel respon dan juga mengukur keeratan hubungan antara X dan Y maka digunakan analisis regresi. Uji persyaratan regresi linear ganda meliputi uji linearitas garis regresi, uji multikolinearitas, uji autokorelasi dan uji heteroskedastisitas.

### 1. Uji kelinearan regresi

Uji kelinearan regresi dilakukan agar dapat mengetahui apakah pola regresi bentuknya linier atau tidak. Menurut Sudarmanto (dalam Perdana.id, 2019:61), menyatakan bahwa kriteria pengujian yang diterapkan untuk menyatakan kelinearan garis regresi dengan menggunakan harga koefisien signifikansi dan dibandingkan dengan nilai alpha yang dipilih oleh peneliti. Uji kelinearan ini dihitung untuk mengetahui apakah pola regresi benar-benar linear dan berarti, maka perlu adanya suatu pengujian kelinearan dengan menggunakan varian

**Tabel 17 Analisis Varians Anova**

Sumber	Dk	JK	KT	F	Keterangan
Total	k-2	$\sum y^2$	$\sum y^2$		

Tuna cocok	k-2	JK(TC)	$S^2TC = \frac{JK(TC)}{K-2}$	$\frac{S^2TC}{S^2G}$	Untuk menguji kelinearan regresi
Galat /Error	n-k	JK(G)	$S^2G = \frac{JK(G)}{n-k}$		

Keterangan :

JK = Jumlah kuadrat

KT = Kuadrat tengah

N = Banyaknya responden

$$JK(G) = \sum \left\{ \sum y^2 - \frac{(\sum y)^2}{ni} \right\}$$

$$JK(T) = \sum y^2$$

$$JK(TC) = JK(S) - JK(G)$$

Kriteria pengujian :

a. Kriteria Uji Keberatian

Jika  $F_{hitung} > F_{tabel}$  dengan dk pembilang 1 dan dk penyebut n-2 dengan alpha tertentu maka regresi berarti dan sebaliknya tidak berarti.

b. Kriteria Uji Kelinearan

Jika  $F_{hitung} < F_{tabel}$  dk pembilang k-2 dan dk penyebutnya n-k maka regresi linear dan sebaliknya tidak linear.

## 2. Uji Multikolinearitas

Penelitian ini untuk menguji multikolinieritas peneliti menggunakan model *partial correlations* model ini adalah membandingkan antara nilai *R square* dengan nilai koefisien

korelasi parsial untuk semua independent variabel yang diteliti dengan rumus korelasi parsial, yaitu:

$$R_{y, X2 X1} = \frac{r_{yx2} - r_{yx1} r_{x1x2}}{\sqrt{1 - r_{x1x2}^2} \sqrt{1 - r_{2yx1}^2}}$$

Keterangan :

$r_{xy}$  = Koefisien korelasi antara X dengan Y

X = Skor gejala X

Y = Skor gejala Y

N = Jumlah sampel

(Sudjana dalam Rusman, 2014)

Rumusan hipotesis yaitu:

H0 : tidak terdapat hubungan antar variabel independen

H1 : terdapat hubungan antar variabel independen

Kriteria hipotesis sebagai berikut:

- 1) Apabila  $r_{hitung} < r_{tabel}$  dengan  $dk = n$  dan  $\alpha 0,05$ , maka H0 ditolak. Sebaliknya jika  $r_{hitung} > r_{tabel}$  maka H0 diterima.
- 2) Apabila koefisien signifikansi  $< \alpha$  maka terjadi multikolinearitas diantara variabel independennya.

Apabila nilai  $R^2 > Correlations Partial$  dari masing-masing variabel bebas, maka model regresi yang terbentuk tidak terjadi gejala multikolinear (Suliyanto,2011).

### 3. Uji Autokorelasi

Pada penelitian ini bertujuan menguji autokorelasi adalah untuk mengetahui apakah dalam sebuah model regresi linear ada korelasi

antara kesalahan pengganggu pada variabel  $t$  dengan kesalahan pada periode  $t-1$  (sebelumnya). Apabila korelasi terjadi maka dinamakan ada problem autokorelasi. Tentunya, model regresi yang baik adalah regresi yang bebas dari autokorelasi (Singgih Santoso, 2012).

Metode uji auto korelasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah statistik Durbin-Waston, sebagai berikut :

- 1) carilah nilai-nilai residu dengan OLS (*Ordinary Least Square*) dari persamaan yang akan diuji dan dihitung statistik  $d$  dengan

$$\text{menggunakan persamaan : } D = \frac{\sum_{t=2}^n (e_t - e_{t-1})^2}{\sum_{t=1}^n e_t^2}$$

- 2) menentukan ukuran sampel dan jumlah variabel independen kemudian lihat tabel statistik Durbin-Waston untuk mendapatkan nilai-nilai kritis  $d$  yaitu nilai Durbin-Waston *Upper*  $d_U$  dan nilai Durbin-Waston  $d_L$

- 3) dengan menggunakan terlebih dahulu hipotesis nol bahwa tidak ada autokorelasi positif dan hipotesis alternatif

$H_0 : \rho < 0$  (tidak ada autokorelasi positif)

$H_1 : \rho > 0$  (ada autokorelasi positif)

Mengambil keputusan yang tepat :

Jika  $d < d_L$  , tolak  $H_0$

Jika  $d > d_U$  , tidak menolak  $H_0$

Jika  $d_L \leq d \leq d_U$ , tidak tersimpulkan

Dalam keadaan tertentu, terutama untuk menguji persamaan beda pertama, uji dua sisi akan lebih tepat. Langkah-langkah 1-2 persis sama diatas sedangkan langkah 3 adalah menyusun hipotesis nol

bahwa tidak ada autokorelasi

$$H_0 : \rho = 0$$

$$H_0 : \rho = 0$$

Aturan keputusan yang tepat adalah :

Apabila  $d < d_L$  menolak  $H_0$

Apabila  $d > 4 - d_L$  menolak  $H_0$

Apabila  $4 - d > d$  tidak menolak  $H_0$

Apabila yang lainnya tidak tersimpulkan rumus hipotesis yaitu:

$H_0$  : tidak terjadi autokorelasi diantar data pengamatan

$H_1$  : terjadi autokorelasi diatara data pengamatan

nilai statistik Durbin-Waston berada diantara angka 2 atau mendekati angka 2 dapat dinyatakan data pengamatan tersebut tidak memiliki autokorelasi (Rietveld dan Sunariato dalam (Sudarmanto,2013:141).

#### 4. Uji Heteroskedastisitas

Pengujian rank korelasi Spearman (Spearman's rank correlation) koefisien korelasi rank dari Spearman di definisikan sebagai berikut:

$$r_s = 1 - 6 \left[ \frac{\sum d_i^2}{N(N^2 - 1)} \right]$$

Keterangan :

$r_s$  : Koefisien korelasi Spearman

di : Perbedaan dalam rank yang diberikan kepada dua karakteristik yang berbeda dari individu atau fenomena ke-i

n : Banyaknya individu atau fenomena yang diberi rank dimana nilai adalah  $-1 \leq r \leq 1$

Rumusan hipotesis sebagai berikut :

$H_0$  = Tidak ada hubungan yang sistematis antara variabel yang menjelaskan dan nilai mutlak dari residual

$H_1$  = Ada hubungan yang sistematis antara variabel yang menjelaskan dan nilai mutlak dari residual

Dengan kriteria pengujian, apabila koefisien signifikansi (sig) hubungan antara variabel bebas dengan residual absolutnya lebih besar dari  $\alpha$  yang dipilih ( misalnya 0,05) maka dapat dinyatakan tidak terjadi heteroskedastisitas di antara data pengamatan yang berarti menerima  $H_0$  dan menolak  $H_1$  (Rusman,2015:63)

## **K. Pengujian Hipotesis**

Untuk mengukur besarnya pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat dan juga untuk mengukur keeratan hubungan antara variabel X dan variabel Y digunakan pengujian hipotesis secara parsial. Dalam penelitian ini uji hipotesis dilakukan dengan dua cara, yakni dengan pengujian hipotesis secara parsial dan pengujian hipotesis secara simultan.

### **1. Pengujian Hipotesis Secara Parsial**

Pengujian hipotesis pertama, kedua, ketiga, dan keempat penulis menggunakan regresi linear sederhana, yaitu :

$$\hat{Y} = a + b_x$$

Untuk mengetahui nilai a dan b dicari dengan rumus yaitu :

$$a = \hat{Y} - b_x$$

$$a = \frac{(\sum Y)(\sum X^2) - (\sum X)(\sum XY)}{n\sum X^2 - (\sum X)^2}$$

$$b = \frac{N\sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{n\sum X^2 - (\sum X)^2}$$

Keterangan :

$\hat{Y}$  = Nilai yang di prediksi

a = Konstanta atau bila harga X=0

b = Koefisien regresi

X = Nilai variabel independen

Selanjutnya untuk uji signifikansi digunakan uji t dengan rumus s.

$$t_0 = \frac{b}{sb}$$

Kriteria pengujian adalah  $H_0$  ditolak dengan alternatif  $H_1$  diterima jika t hitung dengan taraf signifikansi 0,05 dan dk n-2 (Sugiyono,2012) .

## 2. Pengujian Secara Simultan

Pengujian pada hipotesis ini, penulis menggunakan persamaan regresi multiple, yaitu :

$$\hat{Y} = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3$$

$$a = \hat{Y} - b_1\bar{X}_1 - b_2\bar{X}_2 - b_3\bar{X}_3$$

$$b_1 = \frac{(\sum x_2^2)(\sum x_1 y) - (\sum x_1 x_2)(\sum x_2 y)}{(\sum x_1^2)(\sum x_2^2) - (\sum x_1 x_2)^2}$$

$$b_2 = \frac{(\sum x_2^2)(\sum x_1 y) - (\sum x_1 x_2)(\sum x_2 y)}{(\sum x_1^2)(\sum x_2^2) - (\sum x_1 x_2)^2}$$

$$b_3 = \frac{(\sum x_2^2)(\sum x_1 y) - (\sum x_1 x_2)(\sum x_2 y)}{(\sum x_1^2)(\sum x_2^2) - (\sum x_1 x_2)^2}$$

Keterangan :

$\hat{Y}$  = Nilai yang diramalkan (diprediksi) untuk variabel Y

a = Konstanta (intercept) Y bila X=0

b = Koefisien arah regresi

X = Variabel bebas

Kemudian dilakukan uji F yaitu pengujian terhadap koefisien regresi secara simultan. Pengujian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh semua variabel independen yang terdapat didalam model secara bersama-sama (simultan) terhadap variabel dependen (Sugiyono, 2015) dirumuskan sebagai berikut:

$$F = \frac{R^2 / k}{(1 - R^2)(n - k - 1)}$$

Keterangan :

$R^2$  = Koefisien determinasi

k = Jumlah variabel independen

n = jumlah anggota data atau kasus

F hasil perhitungan ini dibandingkan dengan yang diperoleh dengan

F tabel menggunakan tingkat resiko atau signifikansi level 5% atau

dengan *degree freedom* = k-(n-k-1) dengan kriteria sebagai berikut:

- Ditolak jika  $F_{hitung} > F_{tabel}$  atau nilai  $sig < \alpha$
- Diterima jika  $F_{hitung} < F_{tabel}$  atau nilai  $sig > \alpha$

Jika terjadi penerimaan  $H_0$ , maka dapat diartikan tidak berpengaruh signifikan model regresi berganda yang diperoleh sehingga mengakibatkan signifikan model regresi berganda yang diperoleh sehingga mengakibatkan tidak signifikan pula pengaruh variabel-variabel bebas secara simultan terhadap variabel terikat.

Adapun yang menjadi hipotesis nol  $H_0$  dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- $H_0: \beta_1 = \beta_2 = \beta_3 = 0$  : tidak berpengaruh signifikan
- $H_1: \beta_1 \neq \beta_2 \neq \beta_3 \neq 0$ : terdapat yang signifikan

#### 1. Penetapan tingkat signifikansi

Pengujian hipotesis akan dilakukan dengan menggunakan tingkat signifikansi sebesar 0,05 ( $\alpha = 0$ ) atau tingkat keyakinan sebesar 0,95. Dalam ilmu-ilmu sosial tingkat signifikansi 0,05 sudah lazim digunakan karena dianggap cukup tepat mewakili hubungan antar variabel yang diteliti

#### 2. Penetapan hipotesis penerimaan dan penolakan hipotesis

Hipotesis yang telah ditetapkan sebelumnya diuji dengan menggunakan metode pengujian statistik uji t dan uji f dengan kriteria penerimaan dan penolakan hipotesis sebagai berikut :

Uji t :

- $H_0$  diterima jika nilai  $- t_{tabel} < t_{hitung} < t_{tabel}$

- $H_0$  ditolak jika nilai  $-t_{hitung} < t_{tabel}$  atau  $t_{hitung} > t_{tabel}$

Uji F:

- $H_0$  ditolak jika  $F_{hitung} > F_{tabel}$
- $H_0$  diterima jika  $F_{hitung} < F_{tabel}$

## **V. KESIMPULAN DAN SARAN**

### **A. KESIMPULAN**

Berdasarkan hasil penelitian dan pengujian hipotesisi yang dilakukan mengenai Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Promosi terhadap keputusan menggunakan aplikasi dompet digital Dana pada mahasiswa FKIP Universitas Lampung dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Ada pengaruh Persepsi Manfaat terhadap keputusan menggunakan aplikasi dompet digital Dana.id Apabila persepsi manfaat tinggi maka keputusan Dana pada mahasiswa akan meningkat.
2. Ada pengaruh Persepsi Kemudahan terhadap keputusan menggunakan aplikasi dompet digital Dana.id Apabila persepsi kemudahan tinggi maka keputusan Dana pada mahasiswa akan meningkat.
3. Ada pengaruh Promosi terhadap keputusan menggunakan aplikasi dompet digital Dana.id Apabila promosi tinggi maka keputusan Dana pada mahasiswa akan meningkat.
4. Ada pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Promosi secara bersama-sama terhadap keputusan menggunakan aplikasi dompet digital Dana. Apabila Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan dan Promosi tinggi maka keputusan Dana pada mahasiswa akan meningkat.

## **B. SARAN**

Berdasarkan hasil penelitian dan pengujian hipotesisi yang dilakukan mengenai Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Promosi terhadap keputusan menggunakan aplikasi dompet digital dana pada mahasiswa FKIP Universitas Lampung maka peneliti memberikan saran sebagai berikut:

1. Bagi mahasiswa FKIP Univeristas Lampung harus meningkatkan Persepsi Manfaat, karena faktor persepsi manfaat menjadi tolak ukur kepercayaan seseorang dalam memutuskan menggunakan suatu produk, sehingga pemanfaatan pada produk dompet digital dana.id akan meningkat.
2. Bagi mahasiswa FKIP Univeristas Lampung harus meningkatkan Persepsi Kemudahan, dapat diketahui bahwa faktor persepsi kemudahan merupakan suatu anggapan bahwa produk dapat dengan mudah digunakan sehingga penggunaan produk dompet digital dana.id akan meningkat.
3. Bagi penyedia produk harus meningkatkan Promosi, dengan memberikan berbagai bentuk promosi yang menarik tentunya akan mengubah minat perilaku konsumen. Apabila promosi yang dimiliki pada produk tinggi maka keputusan menggunakan produk pun akan meningkat .
4. Bagi penyedia produk harus meningkatkan pemanfaatan, kemudahan penggunaan dan promosi pada produk. Karena produk dompet digital

dapat menjadi alternatif pembayaran non tunai yang efektif, efisien serta terjamin keamanannya, semakin tinggi tingkat pemanfaatan, kemudahan dan promosi yang diberikan maka keputusan menggunakan dompet digital dana.id pun akan meningkat. Dengan begitu pengguna dapat mendukung gerakan less cash society.

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdillah & Jogiyanto. 2011. Partial Least Square (PLS), Alternatif Structural Equation Modeling (SEM) dalam Penelitian Bisnis (Buku). Andi Yogyakarta.
- Abraham H. Maslow, 2010, Motivation and Personality. Rajawali, Jakarta.
- Adiyanti, Arsita Ika. 2015. Pengaruh Pendapatan, Manfaat, Kemudahan Penggunaan, Daya Tarik Promosi, dan Kepercayaan terhadap Minat menggunakan layanan E-money. *Jurnal Ilmu Ekonomi Univeristas Brawijaya*.
- Agus Widodo, Honorata Ratnawati Dwi Putranti, Nurchayati (2016). Pengaruh Kualitas Sistem Splikasi dan Kualitas Informasi Terhadap Kepuasan Pengguna Sistem Aplikasi RTS (rail ticketing system) dengan kepercayaan sebagai variabel mediasi". *Media Ekonomi dan Manajemen* vol. 31
- Ahmad, & Pambudi, B. S. (2013). Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Keamanan Dan Ketersediaan Fitur Terhadap minat Ulang Nasabah Bank Dalam Menggunakan Internet Banking (Studi Pada Program Layanan Internet Banking Bri). *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689–1699. <https://doi.org/10.1017/CBO9781107415324.004>
- Amaroso, D.L.(2011). Building A Research Model For Mobile Wallet Consumer Adoption. *Jurnal Of Theoretical And Applied Electronic Commerce Research*, 7 (1),94-110
- Amijaya, Gilang Rizky. "Pengaruh Persepsi Teknologi Informasi, Kemudahan, Resiko dan Fitur Layanan Terhadap Minat Ulang Nasabah Bank Dalam Minat Menggunakan Internet Banking (Studi Pada Nasabah Bank BCA)". Skripsi. Semarang: Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro, 2010.
- Amin, M. (2014). User satisfaction with mobile websites: the impact of perceived usefulness (PU), perceived ease of use (PEOU) and trust. *Nankai Business Review International*, Vol. 5 No., 258–274.
- Arahita, Ceva L. dan Jurry Hatammimi 2015, 'Factors Affecting the Intention to Reuse Mobile Banking Service' *International Journal of Research in Business and Social Science*, vol. 4, no. 4, pp. 15-23,
- Arikunto, Suharsimi. 2013. *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta
- Bayu, P. A., & Dewa, S. (2019). Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan, dan Tingkat Kepercayaan Pada Minat Menggunakan Uang Elektronik. *E-Jurnal Akuntansi*, 27, 927.
- Boone, Louis E. Kurtz, David L. 2012. *Pengantar Bisnis Kontemporer*, Jakarta: Salemba Empat.
- Buchari, Alma. *Manajemen Pemasaran Dan Pemasaran Jasa*. CV Alfabeta. Bandung.

2011

- Chawla, D., & Joshi, H. (2019). Consumer attitude and intention to adopt mobile wallet in India – An empirical study. *International Journal of Bank Marketing*, IJBM-09-2018-0256
- Cita, C. S. (2018). Faktor-faktor yang Mempengaruhi Penggunaan Layanan Go-pay pada Pelanggan Maupun Pengemudi Go-jek. *Akuntansi*, 19–20.
- Danang, Sunyoto. (2013). *Metodologi Penelitian Akuntansi*. Bandung: PT Refika Aditama Anggota Ikapi.
- Danang, Sunyoto. 2012. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta: PT Buku Seru.
- Efferin Sujoko, Darmadji Hadi Stevanus, Tan Yuliawati, 2012. *Metode Penelitian Akuntansi*, Yogyakarta, Graha Ilmu
- Eka, R. (2017). Tren Penggunaan Platform Pembayaran Digital di Kalangan Millennial. Di akses pada tanggal 13 februari 2021 pukul 20:00 from <https://dailysocial.id/post/tren-penggunaan-platformpembayaran-digital-di-kalangan-millennial>
- Elsa, S., & Bulan, P. (2019). Pengaruh Persepsi Kemudahan Menggunakan E-wallet dan Persepsi Manfaat Serta Promosi Terhadap Minat Beli Ulang Saldo E-Wallet Ovo. *Journal Ilmu Administrasi Bisnis*, 1–9.
- Ermawati, N., & Delima, Z. M. (2016). Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Kegunaan, dan Pengalaman terhadap Minat Wajib Pajak Menggunakan Sistem e-Filing.
- Fauziati, Popi. (2012). “Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Penerimaan Nasabah Terhadap Layanan Internet Banking Dengan Menggunakan Pendekatan Technology Acceptance Model (TAM). *Jurnal Kajian Akuntansi dan Auditing*.
- Fullah, L dan Chandra, S. 2012. Pengaruh Persepsi Manfaat, Kemudahan Penggunaan, Resiko, dan Kepercayaan Terhadap Minat Nasabah dalam Menggunakan Internet Banking BRI (Studi Kasus: Seluruh Nasabah Bank BRI Jakarta). *School & Business Management*. Universitas Bina Nusantara.
- Ghozali, Imam. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro. 2016
- Hapsara, R. F., & Noer, S. (2015). Pengaruh Kegunaan, Kemudahan, Resiko dan Kepercayaan Terhadap Penggunaan Mobile Banking (Studi pada nasabah Bank BRI Kantor Cabang Solo Kartasura). 151, 10–17
- Irmadhani, Mahendra Adhi Nugroho .2012. Pengaruh Persepsi Kebermanfaatan, Persepsi Kemudahan Penggunaan Dan Computer Self Efficacy, Terhadap Penggunaan Online Banking Pada Mahasiswa S1 Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta.
- Jerry C. Olson dan Peter J. Paul. 2014. *Perilaku konsumen dan strategi pemasaran*. Edisi Sembilan. Buku 2 .penerbit salemba empat.jakarta.
- Jogiyanto Hartono. 2011. *Teori Portofolio dan Analisis Investasi*. Edisi Ketujuh. Yogyakarta : BPFEE.
- Kartika, Herlina 2019. “Raih 10 Juta Pengguna dalam Satu Tahun, Fokus

- DANA Tahun ini". ([keuangan.kontan.co.id/news/raih10-juta-pengguna-dalam-satu-tahun-simak-fokus-dana-tahun-ini](http://keuangan.kontan.co.id/news/raih10-juta-pengguna-dalam-satu-tahun-simak-fokus-dana-tahun-ini)). Diakses pada 11 oktober 2019.
- Kotler, dan Keller. (2012). *Manajemen Pemasaran*. Edisi 12. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, dan Keller. (2016). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip, dan Gary Armstrong 2013. *Prinsip-prinsip Pemasaran..* Jilid 1. Erlangga : Jakarta.
- Lupiyoadi, R. (2013). *Manajemen Pemasaran Jasa: Berbasis Kompetensi Edisi 3*. Penerbit Salemba.
- Marchelina, D., & Pratiwi, R. (2016). Pengaruh persepsi manfaat, persepsi kemudahan, persepsi risiko dan fitur layanan terhadap minat penggunaan e- money (studi kasus pada pengguna e-money kota Palembang). *Jurnal Akuntansi Dan Keuangan*, 1(1), 1–17.
- Oliver, R. L. 2011. *Satisfaction: A Behavioral Perspective on The Customer*. New York: McGraw-Hill.
- Olsen, Wyckoff. (2011). A Study of Satisfaction, Loyalty, and Market Share in Kuwait Banks. *Proceedings of the Academy for Studies in International Business*, Vol. 10. pp. 2-7.
- Perdana, Aldy Sapta. 2019. Pengaruh Kemudahan Penggunaan Aplikasi, Pengalaman Berbelanja, Kepercayaan Konsumen, dan Promosi Terhadap Minat Beli Mahasiswa FKIP UNILA di Situs Jual Beli Online Shopee. Universitas Lampung
- Peter, J. P., & Olson, J. C. (2014). *Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran*. In 1 (9th ed.). Jakarta: Salemba Empat.
- Pramelani dkk.(2020). Pengaruh Promosi dan Fitur Layanan Transaksi terhadap Keputusan Konsumen dalam Pemilihan E-wallet. *Jurnal Bisnis & Kewirausahaan* Volume 16, Issue 3.
- Putri, N. E., & Iskandar, D. (2017). Analisis Preferensi Konsumsi Dalam Penggunaan Social Messenger di Kota Bandung Tahun 2014 (Studi Kasus : Line, Kakaotalk, Wechat, Whatsapp). *Jurnal Manajemen Indonesia*, 14(2), 110
- Rahayu, Rurie Wiedya. 2018. Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Persepsi Risiko, dan Inovasi Teknologi Terhadap Aplikasi Go Pay dari PT. Gojek Indonesia ( Studi Pada Masyarakat di Kabupaten Sleman dan Kota Yogyakarta). Program Studi Akuntansi. Fakultas Ekonomi, Universitas Islam Indonesia. Yogyakarta. Skripsi.
- Rusman, Tedi. 2015. *Modul Aplikasi Statistik Penelitian Dengan SPSS*. Bandar Lampung.
- Saade, R. George, Nebebe, Fassil and Tan, Weiwei. 2007. Viability of the “Technology Acceptance Model” in Multimedia Learning Environment: A Comparative Study. *Interdisciplinary Journal of Knowledge and Learning Objects*. Volume 3: 175-183
- Santoso, Singgih., 2012., *Panduan Lengkap SPSS Lengkap Versi 20*, PT. Alex media, Jakarta
- Schiffman dan Kanuk. 2007. *Perilaku Konsumen*. Edisi Kedua, Jakarta: PT. Indeks Gramedia
- Schiffman dan Kanuk. 2011. *Perilaku Konsumen*, Jakarta: PT. Indeks

Gramedia

- Setiadi, Nugroho J. (2010). *Perilaku Konsumen*. Cetakan 4. Edisi Revisi. Jakarta: Kencana.
- Sudarmanto,R. Gunawan.2013.*Statistik Terapan Berbasis Komputer Dengan Program IBM SPSS Statistics 19*.Jakarta:PT Mitra Wacana Media
- Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2015. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sun Zhang, 2011, Optimal VAR planning in area power system. International Conference on Power System Technology.
- Supranto. Limakrisna, Nandan, 2011, *Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran*. Mitra Wacana Media: Jakarta
- Teoh, Wendy Ming-Yen et el. (2013), Faktor affecting consumers' perception of elektronik payment, *internet resesetch*, vol. 23 iss 4 pp.465-48
- Wibowo, M. A., & Suryoko, S. (2017). Pengaruh Persepsi Manfaat, Tarif, dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Menggunakan Produk E-Money (Studi Kaus Pada Pengguna Layanan Go-Pay Di Kota Jakarta). 1–10.
- Wiwik Widiyanti.(2020).Pengaruh Kemanfaatan, Kemudahan Penggunaan dan Promosi terhadap Keputusan Penggunaan E-wallet OVO di Depok. *Jurnal Akuntansi dan Keuangan* Volume 7 No. 1 . P-ISSN 2355-2700 E-ISSN 2550-0139
- <https://iprice.co.id/trend/insights/top-e-wallet-di-indonesia-2020/> diakses pada tanggal 12 agustus 2020 pukul 14:15
- <https://iprice.co.id/trend/insights/wawasan-mingguan-tren-cashless-society-di-indonesia/> diakses pada tanggal 30 september 2020 pukul 20:00
- <https://personalfinance.kontan.co.id/news/jadi-mitra-kartu-prakerja-ini-cara-daftar-dana?page=all> Diakses pada tanggal 4 november 2020 pukul 14:36
- <https://www.bi.go.id/id/sistem-pembayaran/di-indonesia/Contents/Default.aspx> diakses pada tanggal 30 september 2020 pukul 16:00