

**PENGARUH PERSEPSI PERILAKU KONSUMEN, KEMUDAHAN,
DAN KEMANFAATAN TERHADAP MINAT PENGGUNAAN
APLIKASI DANA**

SKRIPSI

Diajukan Kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh
Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)

Oleh:

NURI SYAHFITRI

Nim: 4022018027



**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI LANGSA**

1444 H/ 2023

PERSETUJUAN

Skripsi Berjudul

**Pengaruh Persepsi Perilaku Konsumen, Persepsi Kemudahan dan Persepsi Kemanfaatan
Terhadap Minat Penggunaan Aplikasi DANA**

(Studi Kasus Pada Mahasiswa FEBI IAIN Langsa)

Oleh:

Nuri Syahfitri
Nim. 4022018027

Dapat Disetujui Sebagai Salah Satu Persyaratan
Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi Syariah (SE)
Pada Program Studi Ekonomi Syariah

Langsa, Juni 2023

Pembimbing I



Zilratul Ulya, S.E, M.Si
NIDN. 2002107602

Pembimbing II



Faisal Umardani Nasihuan, M.M
NIP. 19840520 201803 1 001

Mengetahui

Ketua Jurusan Ekonomi Syariah



Chahayu Astina, S.E, M.Si
NIP. 19841123 201903 2 007

LEMBAR PENGESAHAN

Skripsi Berjudul “**Pengaruh Persepsi Perilaku Konsumen, Kemudahan, dan Kemanfaatan Terhadap Minat Penggunaan Aplikasi DANA**”. Atas Nama **Nuri Syahfitri** dengan NIM. **4022018027** Program Studi Ekonomi Syariah telah dimunaqasyahkan dalam Sidang Munaqasyah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Langsa pada tanggal 04 Agustus 2023. Skripsi ini telah diterima untuk memenuhi syarat memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (SE) pada program Studi Ekonomi Syariah.

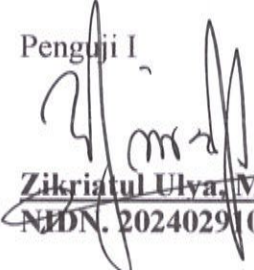
Langsa, 04 Agustus 2023

Panitia Sidang Munaqasyah Skripsi

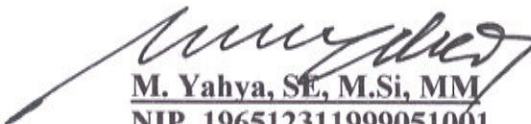
Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Institut Agama Islam Negeri Langsa

Penguji I


Zikriatul Ulya, M.Si
NIDN. 2024029102

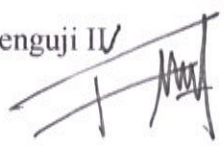
Penguji II


M. Yahya, SE, M.Si, MM
NIP. 196512311999051001

Penguji III


Mastura, M.E.I
NIDN. 2013078701

Penguji IV


Friska Anggi Siregar, S.H., M.H
NIDN. 2025128601

Mengetahui
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
IAIN Langsa


Dr. Muhammad Amin, MA
NIP. 19820205 200710 1 001



SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Nuri Syahfitri

NIM : 4022018027

Tempat, Tanggal Lahir : Kaloy, 11 Januari 2001

Pekerjaan : Mahasiswa

Alamat : Desa Kaloy

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa skripsi yang berjudul **“PENGARUH PERSEPSI PERILAKU KONSUMEN, PERSEPSI KEMUDAHAN DAN PERSEPSI KEMANFAATAN TERHADAP MINAT PENGGUNAAN APLIKASI DANA (STUDI KASUS PADA MAHASISWA FEBI IAIN LANGSA)”** benar hasil karya asli saya, kecuali kutipan-kutipan yang disebut sumbernya. Apabila terdapat kesalahan dan kekeliruan di dalamnya, sepenuhnya menjadi tanggung jawab saya.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya.

Langsa, 24 Juli 2023

Yang membuat pernyataan



Nuri Syahfitri

NIM : 4022018027

ABSTRAK

Bank menilai penggunaan e-wallet lebih efisien dan praktis sehingga jenis pembayaran e-wallet saat ini dapat mendorong Bank Indonesia untuk bekerja sama antar bank dengan instansi terkait pembayaran non tunai yang bertujuan untuk mengurangi transaksi pembayaran non tunai pada masyarakat untuk mengurangi peredaran uang tunai di Indonesia dan menciptakan *less cash society*. Penelitian ini dilakukan menggunakan penelitian kuantitatif yang berlandaskan filsafat *positivisme*, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan alat penelitian, analisis data bersifat kuantitatif atau statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa : (1) Pengaruh persepsi perilaku konsumen terhadap minat menggunakan sebesar 0,296 (positif) dan nilai signifikan $0,033 < 0,05$. Maka dapat dikatakan terdapat pengaruh antara perilaku konsumen terhadap minat penggunaan aplikasi DANA . (2) Pengaruh persepsi kemudahan terhadap minat menggunakan sebesar - 0,085 (negatif) dan nilai signifikan $0,338 > 0,05$. Maka dapat dikatakan tidak terdapat pengaruh persepsi kemudahan terhadap minat penggunaan aplikasi DANA. (3) Pengaruh persepsi kemanfaatan terhadap minat penggunaan aplikasi DANA sebesar 0,603 (positif) dan nilai signifikan 0,000. Maka dapat dikatakan terdapat pengaruh antara persepsi kemanfaatan terhadap minat penggunaan aplikasi DANA. Nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,446 atau 44,6%, nilai tersebut menunjukkan bahwa 44,6% minat penggunaan aplikasi DANA dipengaruhi persepsi perilaku konsumen, persepsi kemudahan, dan persepsi kemanfaatan, sedangkan 55,4% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti.

Kata Kunci : Persepsi, Perilaku Konsumen, Kemudahan, Kemanfaatan, Minat, Aplikasi DANA.

ABSTRACT

The Bank considers that the use of e-wallets is more efficient and practical so that the current type of e-wallet payments can encourage Bank Indonesia to cooperate between banks and agencies related to non-cash payments which aim to reduce non-cash payment transactions in the community to reduce cash circulation in Indonesia and creating a less cash society. This research was conducted using quantitative research based on the philosophy of positivism, used to examine certain populations or samples, data collection using research tools, data analysis is quantitative or statistical, with the aim of testing established hypotheses. The results of this study indicate that: (1) The effect of perceived consumer behavior on intention to use is 0.296 (positive) and a significant value is $0.033 < 0.05$. So it can be said that there is an influence between consumer behavior on interest in using the DANA application. (2) The effect of perceived ease of use on interest is -0.085 (negative) and a significant value of $0.338 > 0.05$. So it can be said that there is no influence of perceived ease of use on interest in using the DANA application. (3) The effect of perceived usefulness on interest in using the DANA application is 0.603 (positive) and a significant value of 0.000. So it can be said that there is an influence between perceived usefulness and interest in using the DANA application. The coefficient of determination (R^2) is 0.446 or 44.6%, this value indicates that 44.6% interest in using the DANA application is influenced by perceived consumer behavior, perceived convenience, and perceived usefulness, while 55.4% is influenced by other variables not examined.

Keywords: Perception, Consumer Behavior, Convenience, Benefit, Interest, DANA Application.

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Segala puji dan syukur penulis ucapkan atas kehadiran Allah SWT, atas segala rahmat dan karunia yang telah dilimpahkan, sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini. Tidak lupa pula shalawat berangkaikan salam kita hadiahkan kepada baginda Rasulullah SAW, semoga penulis serta pembaca selalu berada dalam naungan syafaatnya hingga akhir zaman nanti. Skripsi ini merupakan salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana (S1) pada Program Sarjana Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Langsa dengan judul skripsi ***“Pengaruh Persepsi Perilaku Konsumen, Kemudahan, dan Kemanfaatan Terhadap Minat Penggunaan Aplikasi DANA”***.

Dalam proses penulisan skripsi ini sampai dengan terselesaikannya, tentunya banyak sekali pihak yang berkontribusi di dalamnya. Maka dalam kesempatan ini penulis ingin menyampaikan ucapan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada berbagai pihak diantaranya:

1. Bapak Prof. Dr. Ismail Fahmi Arrauf Nasution, MA., selaku Rektor IAIN Langsa.
2. Bapak Dr. Muhammad Amin, MA., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
3. Ibu Chahayu Astina, M.Si., selaku Ketua Jurusan Ekonomi Syariah
4. Ibu Zikriatul Ulya, S.E, M.Si., selaku dosen pembimbing pertama dalam penulisan skripsi ini.
5. Bapak Faisal Umardani Hasibuan, M.M., selaku dosen pembimbing kedua dalam penulisan skripsi ini.
6. Ayahanda dan Ibunda tercinta atas segala do'a dan dukungannya : pengorbanan baik moral maupun material yang telah diberikan.
7. Seluruh dosen dan segenap staf IAIN Langsa.
8. Teman-teman seperjuangan dan seangkatan Mahasiswa Ekonomi Syariah FEBI IAIN Langsa yang ikut membantu dan memberikan dukungan serta masukan dalam penyelesaian skripsi ini baik secara langsung maupun tidak langsung.

Semoga kebaikan kalian semua dibalas oleh Allah SWT. Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini masih banyak kekurangan karena keterbatasan pengetahuan dan pengalaman. Oleh karena itu kritik dan saran sangat diharapkan. Semoga skripsi ini bermanfaat dan dapat digunakan sebagai tambahan informasi dan wacana bagi semua pihak yang membutuhkan.

Langsa, 01 Agustus 2023

Peneliti

Nuri Syahfitri

Nim: 4022018027

DAFTAR ISI

	Halaman
LEMBAR JUDUL	
PESETUJUAN	i
SURAT PERNYATAAN	ii
ABSTRAK	iii
<i>ABSTRACT</i>	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	vi
 BAB 1 PENDAHULUAN	 1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Identifikasi Masalah	8
1.3 Batasan Masalah.....	6
1.4 Rumusan Masalah	6
1.5 Tujuan dan Manfaat Penelitian	7
1.6 Penjelasan Istilah.....	8
1.7 Sistematika Penulisan	9
 BAB II LANDASAN TEORI	 10
2.1 Persepsi.....	10
2.2 Persepsi Perilaku Konsumen	14
2.2.1 Pengertian Persepsi Perilaku Konsumen.....	15
2.2.2 Faktor- Faktor yang Mempengaruhi Persepsi Perilaku Konsumen	17
2.2.3 Indikator Persepsi Perilaku Konsumen.....	18
2.3 Persepsi Kemudahan	22
2.3.1 Pengertian Persepsi Kemudahan.....	22
2.3.2 Faktor-faktor yang Mempengaruhi Persepsi Kemudahan	23
2.3.3 Indikator Persepsi Kemudahan.....	25
2.4 Persepsi Kemanfaatan	26
2.4.1 Pengertian Persepsi Kemanfaatan	26
2.4.2 Faktor-faktor yang Mempengaruhi Persepsi Kemanfaatan	27
2.4.3 Indikator Persepsi Kemanfaatan.....	29
2.5 Minat	26
2.5.1 Pengertian Minat	26
2.5.2 Faktor-faktor yang Mempengaruhi Minat.....	27
2.5.3 Indikator Minat.....	29
2.6 DANA	26
2.6.1 Fitur DANA.....	26
2.7 Penelitian Terdahulu	26
2.8 Kerangka Pemikiran.....	26
2.9 Hipotesis Penelitian.....	26
 BAB III METODE PENELITIAN	 35
3.1 Pendekatan Penelitian	35
3.2 Lokasi dan Waktu Penelitian.....	36

3.3	Populasi dan Sampel	36
3.3.1	Populasi	26
3.3.2	Sampel	26
3.4	Jenis dan Sumber Data	37
3.5	Metode Pengumpulan Data	37
3.6	Variabel Penelitian dan Pengukuran	39
3.6.1	Variabel Independen	44
3.6.2	Variabel Dependen	44
3.7	Uji Instrumen Penelitian.....	44
4.1.1	Uji Validitas.....	44
4.1.2	Uji Reliabilitas.....	44
4.1.3	Model Analisa Deskriptif	44
3.7	Teknik Analisis Data.....	41
BAB IV HASIL PENELITIAN		44
4.1	Sejarah Aplikasi DANA.....	44
4.2	Analisis Karakteristik Responden	44
4.3	Analisis Data	59
4.4	Uji Asumsi Klasik.....	59
4.5	Uji Hipotesis.....	59
4.6	Pembahasan	59
BAB V PENUTUP.....		65
5.1	Kesimpulan	65
5.2	Saran	67
DAFTAR PUSTAKA.....		68
LAMPIRAN-LAMPIRAN		

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 LATAR BELAKANG

Saat ini perkembangan teknologi semakin maju mendorong aktifitas masyarakat dalam meningkatkan kebutuhan akan barang dan jasa. Dengan berjalannya waktu perkembangan teknologi memudahkan pengguna dalam melakukan pembelian dengan sistem pembayaran transaksi tunai menjadi non tunai, semakin berkembangnya teknologi menjadikan jumlah konsumen semakin meningkat sehingga teknologi menjadi bagian penting dari sistem fitur pembayaran non tunai, dan tidak dapat di sangka kebutuhan dan gaya hidup masyarakat dapat menjadikan tujuan di dalam ekonomi digital dalam menggunakan elektronik *e-wallet*.

E-wallet yaitu aplikasi atau fitur layanan yang di kembangkan bank untuk mempermudah pengguna dalam melakukan transaksi atau pembayaran non tunai, dengan adanya layanan *e-wallet* uang tunai akan berkurang serta akan menciptakan kesadaran masyarakat dalam meningkatkan pembayaran tunai menjadi uang non tunai. Salah satu jenis *e-wallet* bermacam-macam seperti Ovo, Go-Pay, Dana, LinkAja, yang dapat diunduh secara gratis di Google Play Store dan App Store dengan memberikan layanan transaksi secara online yang dapat menggunakan tanpa membawa uang cash yang banyak dan tidak mempertebal dompet sehingga dalam melakukan transaksi jual beli lebih aman, cukup dengan menunjukan aplikasi *e-wallet* yang didalamnya terdapat saldo maupun point yang memberikan manfaat bagi pengguna.¹

Dompet digital atau *e-wallet* menjadi salah satu alternatif transaksi pembayaran digital yang paling populer di kalangan masyarakat Indonesia saat ini. *E-wallet* menjadi

¹Muhammad Alfariis, “Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Dan Persepsi Keamanan Terhadap Keputusan Penggunaan Aplikasi Pembayaran Digital (*E-Wallet*)”. JMAS Vol. 4 Nomor 2, April 2023, h. 68

Gambar 1.1



Sumber: <https://goodstats.id/article/e-wallet-jadi-metode-pembayaran-terpopuler-di-indonesia-2022-ini-potensinya-pada-2025-mendatang-FOnnm>

Diikuti oleh *virtual account* dengan 60%. Selain itu, ada juga metode transfer bank dan cash/COD (*cash on delivery*) dengan persentase masing-masing mencapai 55%. Lalu, disusul oleh metode *paylater* dan QR/QRIS (*Quick Response Code Indonesian Standard*) dengan proporsi masing-masing sebesar 32% dan 31% di tahun 2022.

Bank menilai penggunaan *e-wallet* lebih efisien dan praktis sehingga jenis pembayaran *e-wallet* saat ini dapat mendorong Bank Indonesia untuk bekerja sama antar bank dengan instansi terkait pembayaran non tunai yang bertujuan untuk mengurangi transaksi

pembayaran non tunai pada masyarakat untuk mengurangi peredaran uang tunai di Indonesia dan menciptakan *less cash society*. Selain mudah dalam mengisi ulang saldo di bank, bank juga memudahkan dalam menyediakan *Top up* menggunakan ATM, *Mobile Banking*, *Internet Banking*, dan ATM Bersama. Dari segi inilah bank mampu menekankan anggaran yang dikeluarkan setiap tahunnya untuk mencetak uang, dan meningkatkan inovasi dalam melayani nasabahnya dan memberikan keamanan bagi pengguna.

Pada saat ini *e-wallet* DANA merupakan salah satu dompet digital pendatang baru di Indonesia. Sebelum DANA terdapat *E-Wallet* yang lain seperti OVO, GoPay, LinkAja, dan sebagainya. *E-wallet* aplikasi DANA pertama kali diluncurkan pada tanggal 5 desember 2018 oleh Elang Sejahtera Mandiri termasuk anak perusahaannya PT Elang Mahkota Technology Tbk (EMTEK) dan *joint venture* dengan *Ant Financial*. Dompet elektronik aplikasi DANA sedang dikembangkan melakukan transaksi tunai dan kartu secara digital, cepat dan nyaman. Jumlah pengguna sepanjang tahun 2021 DANA tumbuh sebesar 45 juta, mencapai total 95 juta. Pengguna DANA merupakan *startup* yang menyediakan infrastruktur yang memungkinkan masyarakat Indonesia untuk melakukan pembayaran digital serta transaksi secara non-tunai dan non-kartu. Untuk bisa mendapatkan kepercayaan dari konsumen, maka tingkat keamanan dari suatu system informasi juga harus diutamakan. Jika tingkat keamanan semakin tinggi maka tingkat risiko dalam penggunaan semakin rendah, yang akan menyebabkan pengguna lebih bersedia untuk menggunakan teknologi tersebut. Karena layanan yang diberikan menyangkut transaksi keuangan, maka DANA harus memberikan solusi agar tetap aman dalam setiap kegiatan transaksi yang dilakukan.²

Meskipun dengan menggunakan *e-wallet* efisien dan praktis tetapi berdasarkan penelitian yang sudah dilakukan Prakosa & Winka mengatakan bahwa banyaknya generasi milenial yang menggunakan *e-wallet* tetapi masih banyak juga generasi milenial yang

²Puja kesuma., nurbaiti, Minat Menggunakan E-Wallet Dana Di Kalangan Mahasiswa Di Kota Medan. Jurnal konomi & ekonomi syariah, vol. 6, no.2, januari 2023, h.695.

menggunakan uang *cash* dalam pembayaran barang maupun jasanya.³ Hal ini dikarenakan kurangnya pemahaman manfaat dan kemudahan sehingga kepercayaan terhadap pembayaran e-wallet belum sesuai dengan tujuan yang mengatakan bahwa transaksi *e-wallet* memudahkan dan memberikan keamanan bagi pengguna. Sehingga dalam penelitian ini saya akan membahas minat penggunaan *e-wallet* pada mahasiswa FEBI IAIN Langsa dengan variabel persepsi perilaku konsumen, persepsi kemudahan, dan persepsi kemanfaatan.

Persepsi mengenai perilaku konsumen adalah proses yang dilalui oleh seseorang dalam mencari, membeli, menggunakan, menilai dan merasakan setelah mengonsumsi produk, jasa maupun ide yang diharapkan bisa memenuhi kebutuhannya. Sebagai contoh, aplikasi DANA adalah dompet digital yang dapat menyimpan uang dan memudahkan bagi konsumen yang belum memiliki ATM atau tidak ada M-banking dalam *smartphone*. Namun setelah saya mewawancarai salah satu mahasiswa FEBI IAIN Langsa Sarah menyatakan bahwa:⁴

“Gagalnya *Top Up*, *cashback*, yang tidak diberikan sesuai dengan promosi yang diberikan, gagalnya proses transaksi dan kerusakan pada mesin *QR Code*”

Persepsi mengenai kemudahan penggunaan teknologi ini merujuk pada keyakinan individu bahwa sistem teknologi informasi yang digunakan tidak membutuhkan usaha yang besar saat pengoperasiannya. Sebagai contoh, ketika melakukan pembayaran secara *online* yang juga mampu memberikan kemudahan serta pembayaran *online* tersebut juga dinilai dapat dipercaya. Namun setelah saya mewawancarai salah satu mahasiswa FEBI IAIN Langsa Sidiq menyatakan bahwa:⁵

³Yuliani Dwi Rahmawati., dan Rahmi Yuliana, “Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Dan Persepsi Keamanan Terhadap Keputusan Penggunaan E-Wallet Pada Mahasiswa Stie Bank Bpd Jateng”. Jurnal of economics and Banking, Vol. 2, No.2, Oktober 2020, h. 159.

⁴Wawancara dengan Sarah, tanggal 16 Juni 2023 di FEBI IAIN Langsa

⁵Wawancara dengan Sidiq, tanggal 16 Juni 2023 di FEBI IAIN Langsa

“Terdapat kendala saat menggunakan aplikasi DANA, terjadi gangguan layanan yang membuat pengguna tidak bisa membuka aplikasi DANA”

Persepsi mengenai kemanfaatan didefinisikan sebagai tingkat kepercayaan seseorang bahwa dengan menggunakan suatu system teknologi tertentu akan meningkatkan kinerja pekerjaannya. Sebagai contoh, saat seorang konsumen sudah mencoba melakukan transaksi via DANA, mereka akan dapat merasakan manfaat dari DANA tersebut, dan akhirnya konsumen akan cenderung berminat untuk menggunakannya lagi. Seseorang tidak akan menggunakan *e-wallet* apabila seseorang tidak percaya dalam melakukan sesuatu pekerjaan tidak menghasilkan manfaat apa-apa, begitu juga sebaliknya seseorang akan *menggunakan e-wallet* jika seseorang percaya dalam melakukan sesuatu pekerjaan akan memberikan manfaat dalam menyelesaikan pekerjaannya. Oleh karena itu persepsi manfaat dapat mempengaruhi konsumsi pengguna *e-wallet* dalam bertransaksi. Namun setelah saya mewawancarai salah satu mahasiswa FEBI IAIN Langsa Sulthan menyatakan bahwa:⁶

“Banyak terdapat kendala yang terjadi saat melakukan transaksi *online* menggunakan aplikasi DANA, yang dimana *online* tertera di pemberitahuan dalam aplikasi bahwasannya telah berhasil dilakukan tetapi pada si penerima tidak ada pemberitahuan keterangan uang berhasil ditransfer”.

Hal tersebut membuat penulis ingin mengetahui sejauh mana pengaruhnya di masyarakat khususnya Mahasiswa sebagai generasi muda yang memiliki gaya hidup modern. Selain itu, penulis juga ingin mengukur tentang minat penggunaan *e-wallet* DANA khususnya dikalangan Mahasiswa FEBI IAIN Langsa dalam mengkonsumsi barang dan jasa. Sehingga penulis tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul ***“Pengaruh Persepsi Perilaku Konsumen, Perepsi Kemudahan, dan Persepsi Kemanfaatan terhadap Minat Penggunaan Aplikasi DANA (studi kasus pada mashasiswa FEBI IAIN Langsa)”***

⁶Wawancara dengan Sulthan, tanggal 16 Juni 2023 di FEBI IAIN Langsa

1.2 Identifikasi Masalah

1. Kendala pada aplikasi DANA, seperti gagalnya Top Up, *cashback*, yang tidak diberikan sesuai dengan promosi yang diberikan, gagalnya proses transaksi dan kerusakan pada mesin QR Code yang terjadi dimana uang yang tersimpan dalam aplikasi DANA tersebut berkurang tanpa melakukan transaksi.
2. Kendala saat menggunakan aplikasi DANA, terjadi gangguan layanan yang membuat pengguna tidak bisa membuka aplikasi DANA.
3. Kendala yang terjadi saat melakukan transaksi *online* menggunakan aplikasi DANA, yang dimana *online* tertera di pemberitahuan dalam aplikasi bahwasannya telah berhasil dilakukan tetapi pada si penerima tidak ada pemberitahuan keterangan uang berhasil ditransfer.
4. Kendala gagalnya *Top Up*, terjadi gangguan layanan sehingga pengguna tidak bisa membuka aplikasi DANA, dan kendala saat melakukan transaksi *online*.

1.3 Batasan masalah

Agar pembahasan masalah lebih terarah, maka penulis memberikan batasan pada penelitian ini. Adapun batasan masalah tersebut memfokuskan pada Mahasiswa FEBI IAIN Langsa.

1.4 Rumusan Masalah

Berdasarkan pada latar belakang tersebut, maka peneliti merumuskan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana Pengaruh Persepsi Perilaku Konsumen terhadap Minat penggunaan Aplikasi DANA?
2. Bagaimana Pengaruh Persepsi Kemudahan terhadap Minat penggunaan Aplikasi DANA?

3. Bagaimana Pengaruh Persepsi Kemanfaatan terhadap Minat penggunaan Aplikasi DANA?
4. Bagaimana Pengaruh Persepsi Perilaku Konsumen, Persepsi Kemudahan, dan Persepsi Kemanfaatan terhadap Minat penggunaan aplikasi DANA?

1.5 Tujuan dan Manfaat Penelitian

1.5.1 Tujuan Penelitian

1. Untuk menganalisis persepsi perilaku konsumen, persepsi kemudahan penggunaan, persepsi manfaat, dan minat penggunaan aplikasi *e-wallet* DANA
2. Untuk menganalisis pengaruh persepsi perilaku konsumen terhadap minat penggunaan aplikasi *e-wallet* DANA
3. Untuk menganalisis pengaruh persepsi kemudahan terhadap minat penggunaan aplikasi *e-wallet* DANA
4. Untuk menganalisis pengaruh persepsi manfaat terhadap minat penggunaan aplikasi *e-wallet* DANA.

1.5.2 Manfaat Penelitian

a) Manfaat Teoritis

1. Bagi para akademisi, hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan untuk pengembangan literatur terkait manajemen pemasaran. Hasil penelitian manajemen pemasaran yang serupa serta sebagai referensi bagi penelitian di masa yang akan datang yang ada hubungannya dengan pengaruh persepsi kemudahan penggunaan, persepsi manfaat serta persepsi kepercayaan terhadap minat penggunaan *E-Wallet* DANA.
2. Penelitian ini diharapkan dapat berguna dalam suatu pengembangan ilmu pengetahuan dibidang manajemen, industry teknologi dan informasi maupun perbankan, khususnya tentang pengaruh persepsi perilaku konsumen, persepsi

kemudahan, dan persepsi kemanfaatan terhadap minat mahasiswa penggunaan aplikasi DANA.

b. Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai bahan masukan perusahaan yang berguna untuk mengevaluasi layanannya kemudian meningkatkan jumlah pelanggan agar dapat mempertahankan posisi persaingan, khususnya dalam pelayanan transaksi keuangan secara virtual.

1.6 Penjelasan Istilah

Penjelasan Istilah adalah penjabaran masing-masing variabel terhadap indikator-indikator yang membentuknya.⁷ Untuk menghindari terjadinya perbedaan persepsi dalam konteks penelitian ini, maka penjelasan istilah dari variabel-variabel penelitian ini dibatasi sebagai berikut;

1. Persepsi

persepsi adalah “proses yang menyangkut masuknya pesan atau informasi kedalam otak manusia. Melalui proses inilah manusia terus mengadakan hubungan dengan lingkungannya. Hubungan ini dilakukan lewat inderanya yaitu indera penglihatan, pendengaran, peraba, perasa, dan penciuman.”⁸

2. Persepsi Perilaku Konsumen

Persepsi perilaku konsumen adalah gambaran atau tanggapan konsumen melihat apa yang mereka harapkan sesuatu berdasarkan pola pikir dan keinginan konsumen yang dapat memenuhi kepuasan dan kebutuhan konsumen. Masing-masing orang akan

⁷Rulam Ahmadi, *Memahami Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Malang: Universitas Negeri Malang, 2015), h. 23

⁸Slameto, *Belajar dan Faktor-Faktor Yang Mempengaruhinya* (Jakarta, Rineka Cipta, 2010), 102.

merespon atau memberikan tanggapan yang berbeda, karena setiap kelompok dan individu memiliki kepercayaan umum yang berbeda-beda.⁹

3. Persepsi Kemudahan

Persepsi kemudahan merupakan suatu kepercayaan tentang proses pengambilan keputusan. Jika seseorang merasa percaya bahwa sistem informasi mudah digunakan maka dia akan menggunakannya.¹⁰

4. Persepsi Manfaat

Persepsi manfaat adalah pandangan seseorang terhadap manfaat yang diberikan suatu objek atau produk atas penggunaannya yang memberikan kemudahan sehingga dapat meningkatkan efisiensi dalam penggunaannya.¹¹

5. Minat

Minat adalah rasa lebih suka dan rasa ketertarikan pada suatu hal atau aktivitas, tanpa ada yang menyuruh.¹²

6. DANA

DANA adalah platform dompet digital yang didesain untuk menjadikan setiap transaksi dapat dilakukan secara non tunai, baik *online* maupun *offline*.¹³

1.7 Sistematika Penulisan

BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini membahas latar belakang masalah, identifikasi masalah, batasan masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian dan manfaat penelitian, penjelasan istilah serta sistematika penulisan.

⁹Mowen, John C dan Minor, Micheal. (2012). Perilaku Konsumen dialih bahasakan oleh Dwi Kartika Yahya. Jakarta : Erlangga

¹⁰Adler, Ronald B & Rodman, George. 2010. *Understanding Human Comunication*. Jakarta : Erlangga

¹¹Rahmat Syah, Deni. 2011. “*Analisa Faktor-Faktor yang mempengaruhi Minat Penggunaan Produk Baru (Studi Kasus : Uang Elektronik Kartu Flazz BCA)*”. Universitas Indonesia

¹²Slameto. 2010. *Belajar dan Faktor yang mempengaruhinya*. Jakarta: Rineka Cipta.

¹³<https://www.goala.app/id/blog/bisnis/apa-itu-aplikasi-dana/>

BAB II : LANDASAN TEORI

Bab ini menjelaskan tentang kajian teori yang berkaitan dengan pengaruh persepsi perilaku konsumen, kemudahan, dan kemanfaatan terhadap minat penggunaan aplikasi DANA (studi kasus pada Mahasiswa FEBI IAIN Langsa). Selain itu, pada bab ini juga membahas tentang penelitian terdahulu, kerangka pemikiran dan hipotesis penelitian.

BAB III : METODE PENELITIAN

Bab ini membahas kerangka pemikiran yang digunakan dalam menyusun metode penelitian dalam penelitian ini yaitu pendekatan penelitian, lokasi dan waktu penelitian, populasi dan sampel, data penelitian, teknik pengumpulan data, dan teknik analisis data.

BAB IV : HASIL PENELITIAN

Bab ini membahas hasil penelitian dari pembahasan yang telah disusun sebelumnya.

BAB V : PENUTUP

Bab ini membahas tentang kesimpulan dan saran. Kesimpulan dan saran-saran tersebut disusun berdasarkan hasil analisis pada bab IV sebelumnya.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Sejarah Aplikasi DANA

Pengalaman bekerja di industri digital *payment* dan potensi bisnis digital *payment* di Indonesia yang dinilai menjanjikan, mendorong Chief Executive Officer (CEO) Vincent Iswara mendirikan dompet digital DANA. Perjalanan Dana dimulai tahun 2018 sebagai aplikasi yang menawarkan pembayaran, poin loyalitas, dan layanan keuangan yang didukung oleh lengan digital KMK Online. DANA telah mendapat izin untuk beroperasi sebagai perusahaan *fintech* di seluruh Indonesia pada 5 Desember 2018. Lewat DANA, pengguna memungkinkan melakukan transaksi mulai dari pembayaran tagihan, top up game online, kredit atau DANA Paylater, transaksi menggunakan *barcode scan*, hingga *e-commerce*. DANA merupakan platform resmi pembayaran digital yang diawasi langsung oleh BI (Bank Indonesia), yang mengusung *open platform* dan dapat digunakan di berbagai aplikasi, gerai daring maupun konvensional.⁷⁹

DANA dikembangkan oleh perusahaan *startup* yang telah berbadan hukum Indonesia. Investor utama dari Dana adalah PT Elang Sejahtera Mandiri dengan porsi kepemilikan mencapai 99 persen. Elang Sejahtera Mandiri merupakan anak usaha dari PT Elang Mahkota Teknologi Tbk (EMTEK). EMTEK memiliki kerjasama dengan Ant Financial. Dengan kerja sama antara Emtek dan Ant Financial, DANA mendapatkan dukungan teknologi dari Ant Financial. Teknologi Alipay telah mendapat pengakuan dari segi keamanan dan bisa diandalkan di dunia transaksi digital. DANA memiliki kerja sama khusus dengan bank-bank nasional, seperti Bank Mandiri, BCA dan BRI. DANA

⁷⁹ Wibawa, Hendra (2019-09-09). Dewi, Puput Ady Sukarno & Fitri Sartina, ed. "CEO DANA VINCENT ISWARA: "Slogan Kami, Ganti Dompet". *Bisnis.com*. dari versi asli tanggal 2021-07-09. Diakses tanggal 2023-06-03.

dikembangkan sebagai dompet yang dikhususkan menyimpan jumlah dana terbatas sesuai dengan regulasi Bank Indonesia dan standar keamanan.⁸⁰

Sejak meluncurkan produk pada 11 November 2018 hingga akhir Juni 2019, DANA sudah memiliki 20 juta pengguna, dan mencapai transaksi 1,5 juta per hari. DANA memiliki lebih dari 800 karyawan. Sebagai perusahaan teknologi finansial, DANA didukung oleh teknologi seperti "DANA Protection", memiliki Sertifikasi ISO 27001 dan Sertifikat PCI-DSS (*Payment Card Industry Data Security Standard*), hingga menerapkan prinsip kebijakan *zero-data sharing* yang berkaitan dengan *Personal Identifiable Information* (PII).⁸¹

4.2 Analisis Karakteristik Responden

Objek penelitian adalah mahasiswa FEBI IAIN Langsa. Jumlah mahasiswa yang dijadikan responden sebanyak orang. Teknik pengumpulan sampel dalam penelitian ini adalah *non-probability sampling*. Penelitian ini menggunakan *google form* sebagai media pengumpulan data, sampel didapat dengan metode *accidental sampling* atau teknik pengambilan sampel yang berdasarkan kebetulan, siapa saja yang secara tidak sengaja ditemui dengan peneliti ditempat penelitian yang digunakan sebagai sampel apabila orang yang dijumpai itu cocok untuk data.

Berdasarkan data yang terkumpul melalui kuesioner *google form*, maka diketahui profil responden meliputi jenis kelamin, tahun angkatan, dan jurusan. Adapun karakteristik responden dapat dijabarkan sebagai berikut :

⁸⁰ Lovata, Andrean (2021-09-07). "Cara Aktifkan DANA Paylater Platform Resmi Pembayaran Digital". *rancakmedia.com*. dari versi asli tanggal 2022-12-21. Diakses tanggal 2023-06-03.

⁸¹ Gideon, Arthur (2018-12-08). Wahyuni, Nurseffi Dwi, ed. "Hal yang Perlu Diketahui Soal DANA, Dompet Digital Besutan Anak Negeri". *Liputan6.com*. dari versi asli tanggal 2021-07-09. Diakses tanggal 2023-06-03.

Tabel 4.1
Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

No	Jenis Kelamin	Jumlah Responden	Persentase
1	Laki-Laki	44	48%
2	Perempuan	47	52%
Total		91	100%

Sumber : Data primer diolah, 2023.

Pada tabel 4.1 menunjukkan jumlah jenis kelamin para responden, responden pria berjumlah 44 orang atau 48%, sedangkan responden perempuan berjumlah 47 orang atau 52% .

Tabel 4.2
Karakteristik Responden Berdasarkan Tahun Angkatan

No	Angkatan	Jumlah Responden	Persentase
1	2018	26	28%
2	2019	19	21%
3	2020	27	30%
4	2021	19	21%
Total		91	100%

Sumber: Data primer diolah, 2023.

Pada tabel 4.2 dapat dilihat bahwa tahun angkatan responden dari 2018-2021 mempunyai responden yang berbeda-beda, responden pada tahun 2018 berjumlah 26 orang atau 28%, responden pada tahun 2019 berjumlah 19 orang atau 21%, responden pada tahun 2020 berjumlah 27 orang atau 30% dan responden pada tahun 2021 berjumlah 19 orang atau 21%.

Tabel 4.3
Karakteristik Responden Berdasarkan Jurusan

No	Jurusan	Jumlah responden	Persentase
1	PBS	40	44%
2	EKS	26	28%
3	MKS	17	19%
4	MZW	8	9%
Total		91	100%

Sumber: Data primer diolah, 2023.

Berdasarkan tabel 4.3, dapat diketahui bahwa responden dengan jurusan PBS sebanyak 40 orang atau 44%, jurusan EKS sebanyak 26 orang atau 28%, jurusan MKS sebanyak 17 orang atau 19%, dan jurusan MZW sebanyak 8 orang atau 9%.

4.3 Analisis Data

4.3.1 Uji Validitas

Uji validitas dilakukan dengan SPSS Versi 2.4 yang bertujuan untuk mengetahui bahwa setiap butir pertanyaan dan pernyataan yang diajukan kepada responden telah dinyatakan valid atau tidak valid. Dengan ketentuan jika koefisien korelasi r_{hitung} dengan r_{tabel} maka butir-bitir penelitian ini dikatakan valid. Dengan menggunakan $N = 91$ didapatkan $r_{tabel} = 0,2039$. Berdasarkan hasil uji validitas diperoleh hasil pada tabel di bawah ini:

Tabel 4.4
Hasil Uji Validitas

No. Butir	r hitung	r tabel	keterangan
Perilaku konsumen (X1)			
X.1.1	0,909	0,207	Valid
X.1.2	0,936	0,207	Valid
X.1.3	0,913	0,207	Valid
Kemudahan (X2)			
X.2.1	0,892	0,207	Valid
X.2.2	0,865	0,207	Valid
X.2.3	0,902	0,207	Valid
X.2.4	0,922	0,207	Valid
X.2.5	0,900	0,207	Valid
Kemanfaatan (X3)			
X.3.1	0,879	0,207	Valid
X.3.2	0,893	0,207	Valid
X.3.3	0,896	0,207	Valid
X.3.4	0,828	0,207	Valid

Minat (Y)			
Y.1	0,900	0,207	Valid
Y.2	0,937	0,207	Valid
Y.3	0,924	0,207	Valid
Y.4	0,885	0,207	Valid

Sumber: Hasil Penelitian diolah, 2023

Dari hasil perhitungan korelasi seluruhnya mempunyai r_{hitung} yang lebih besar dari r_{tabel} ($r_{tabel} = 0,207$). Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa seluruh butir pertanyaan dan pernyataan pada instrument baik dari variabel perilaku konsumen, kemudahan dan kemanfaatan berpengaruh terhadap keputusan minat penggunaan aplikasi DANA. Artinya semua pertanyaan dan pernyataan yang dicantumkan dalam kuesioner mampu untuk mengungkapkan perilaku konsumen, kemudahan dan kemanfaatan terhadap minat penggunaan aplikasi DANA.

4.3.2 Uji Realibitas

Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Dengan ketentuan jika memberikan nilai *Cronbach Alpha* $\geq 0,60$, maka suatu variabel dikatakan reliabel.

Tabel 4.5
Uji Reliabilitas

Variabel	<i>Cronbach Alpha</i>	Batas Keandalan	Keterangan
Perilaku konsumen (X1)	0,869	0,60	Reliabel
Kemudahan (X2)	0,825	0,60	Reliabel
Kemanfaatan (X3)	0,835	0,60	Reliabel
Minat (Y)	0,843	0,60	Reliabel

Sumber: Data primer diolah, 2023

Berdasarkan table 4.5 dapat dikatakan bahwa semua item (pertanyaan/soal) yang terdapat dalam kuesioner tentang variabel perilaku konsumen, kemudahan dan kemanfaatan

terhadap minat penggunaan aplikasi DANA reliabel/handal, karena memiliki nilai *Cronbach Alpha* $\geq 0,60$.

4.4 Uji Asumsi Klasik

1. Normalitas

Uji normalitas untuk menguji apakah model regresi variabel independen dan variabel dependen memiliki distribusi normal atau tidak. Pada prinsipnya normalitas data dapat diketahui dengan melihat penyebaran data (titik) pada sumbu diagonal pada grafik atau histogram dari residualnya. Dalam penelitian ini dapat juga dilakukan dengan uji *Kolmogorov-Smirnov*, *Test metode normal probability plots*, dan metode histogram yang bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel residu memiliki distribusi normal/tidak. Pedomannya jika nilai $\text{Sig.} < 0,05$, maka data tidak berdistribusi normal dan sebaliknya $\text{Sig.} > 0,05$, maka data berdistribusi normal.⁸²

Tabel 4.7

Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		91
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.43304844
Most Extreme Differences	Absolute	.075
	Positive	.055
	Negative	-.075
Test Statistic		.075
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		

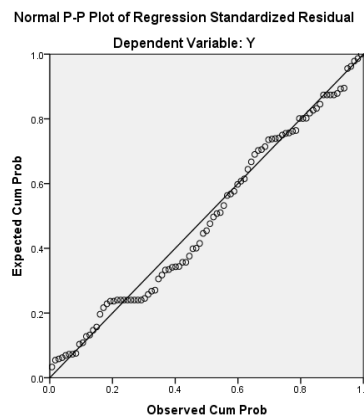
Sumber: Hasil penelitian data, 2023

Berdasarkan tabel 4.7 diatas menunjukkan bahwa nilai signifikansi Asymp. Sig. (2-tailed) sebesar 0,200 lebih besar dari 0,05 maka distribusi data tersebut dinyatakan memenuhi

⁸²Azuar Juliadi dan Irfan, *metodologi penelitian kuantitatif untuk ilmu-ilmu bisnis,*, h. 169

asumsi normalitas. Uji *kolmogrov-Smirnov* dalam pengujian normalitas sangat sederhana dan tidak menimbulkan perbedaan persepsi diantara satu sama lain seperti hal nya yang sering terjadi pada uji normalitas menggunakan grafik.

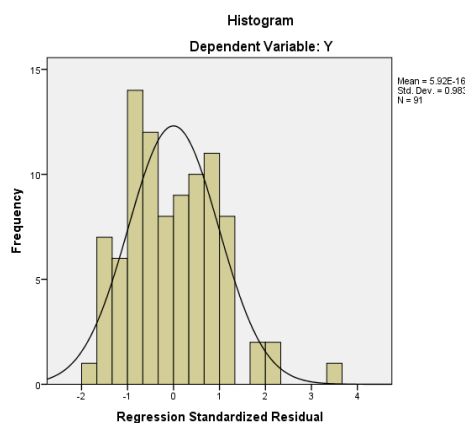
Gambar 4.1
Hasil Uji P-Plot



Sumber: Hasil Penelitian data diolah, 2023

Berdasarkan gambar 4.1 menunjukkan bahwa data berdistribusi dari setiap observasi berada dekat dengan garis linier atau dapat dikatakan bahwa pola dari data mengikuti garis lurus regresi (diagonal). Maka dapat disimpulkan bahwa residual data berdistribusi normal. Selain uji *Kolmogorov-Smirnov* dan uji normal p-plot dalam pengujian normalitas juga menggunakan metode histogram.

Gambar 4.2
Histogram



Sumber: Hasil Penelitian data diolah, 2023

Berdasarkan gambar 4.2 di atas, bentuk histogram memberikan pola yang seimbang/memiliki pola yang simetris, maka dapat disimpulkan bahwa data berdistribusi normal. Grafik ini menunjukkan bahwa model regresi sesuai dengan asumsi normalitas dan layak untuk digunakan.

2. Uji Linieritas

Uji linearitas digunakan untuk mengetahui ada tidaknya hubungan secara linier antara dependen terhadap setiap variabel independen yang akan diuji. Aturan untuk keputusan linearitas dapat dengan membandingkan nilai signifikan dari *deviation from linearity* yang dihasilkan dari uji linearitas dengan nilai alpha yang digunakan. Jika nilai signifikan dari *deviation from linearity* > alpha (0,05) maka nilai tersebut linear.⁸³ Pengujian ini dilakukan dengan menggunakan pendekatan atau analisis tabel ANOVA. *Output* analisis dapat dilihat pada tabel 4.7 sebagai berikut:

Tabel 4.7
Hasil Uji Linieritas

ANOVA Table			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Y * PK	Between Groups	(Combined)	364.467	6	60.745	9.922	.000
		Linearity	308.208	1	308.208	50.343	.000
		Deviation from Linearity	56.529	5	11.252	1.838	.114
	Within Groups		514.258	84	6.122		
	Total		878.725	90			

ANOVA Table			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Y * KM	Between Groups	(Combined)	199.614	11	18.147	2.111	.029
		Linearity	65.036	1	65.036	7.566	.007
		Deviation from Linearity	134.578	10	13.458	1.566	.133
	Within Groups		679.111	78	8.596		
	Total		878.725	90			

⁸³ R. Gunawan Sudarmanto, *Analisis Regresi Linear Berganda Dengan SPSS*, (Bandung: Graha Ilmu, 2014), hal. 80.

ANOVA Table

			Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
Y * KF	Between	(Combined)	345.675	9	38.408	5.836	.000
	Groups	Linearity	250.364	1	250.364	38.044	.000
		Deviation from Linearity	95.311	8	11.914	1.810	.087
	Within Groups		533.050	81	6.581		
	Total		878.725	90			

Sumber: Data diolah pada tahun, 2023

Berdasarkan Tabel 4.7 hasil pengujian data di atas diperoleh nilai signifikansi sebagai berikut:

1. Variabel Perilaku konsumen (X_1) terhadap minat (Y) memiliki nilai signifikan yaitu 0.114. Dengan demikian nilai signifikansi lebih besar dari 0,05 yang artinya terdapat hubungan linier secara signifikan antara variabel Perilaku Konsumen (X_1) terhadap minat (Y).
2. Variabel Kemudahan (X_2) terhadap minat (Y) memiliki nilai signifikan yaitu 0.133. Dengan demikian nilai signifikansi lebih besar dari 0,05 yang artinya terdapat hubungan linier secara signifikan antara variabel Kemudahan (X_2) terhadap minat (Y).
3. Variabel Kemanfaatan (X_3) terhadap minat (Y) memiliki nilai signifikan yaitu 0.087. Dengan demikian nilai signifikansi lebih besar dari 0,05 yang artinya terdapat hubungan linier secara signifikan antara variabel Kemanfaatan (X_3) terhadap minat (Y).

3. Uji Multikoleniritas

Uji ini dilakukan untuk mengetahui ada tidaknya korelasi antar variabel bebas dalam penelitian. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi antara variabel bebas. Untuk mendeteksi ada tidaknya multikolonieritas dapat dilihat pada nilai *tolerance* dan VIF.

Apabila nilai *tolerance* di atas 0,1 dan nilai VIF dibawah 10 maka tidak terjadi multikolenieritas.

Tabel 4.8
Uji Multikoleniritas

Coefficients ^a								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	2.788	1.918		1.453	.150		
	PK	.715	.184	.466	3.890	.000	.485	2.061
	KM	-.134	.090	-.158	-1.489	.140	.616	1.623
	KF	.362	.151	.301	2.392	.019	.440	2.272

a. Dependent Variable: M

Sumber: Data diolah pada tahun, 2023

Berdasarkan Tabel 4.8 diketahui bahwa nilai Tolerance variabel Perilaku konsumen (X_1) sebesar 0,485 lebih besar dari 0,1 sementara nilai VIF 2,061 lebih kecil dari 10 dengan demikian dapat disimpulkan tidak terjadi multikoleniritas.

Nilai Tolerance variabel Kemudahan (X_2) sebesar 0,616 lebih besar dari 0,1 sementara nilai VIF 1,623 lebih kecil dari 10 dengan demikian dapat disimpulkan tidak terjadi multikoleniritas.

Nilai Tolerance variabel Kemanfaatan (X_3) sebesar 0,440 lebih besar dari 0,1 sementara nilai VIF 2,272 lebih kecil dari 10 dengan demikian dapat disimpulkan tidak terjadi multikoleniritas.

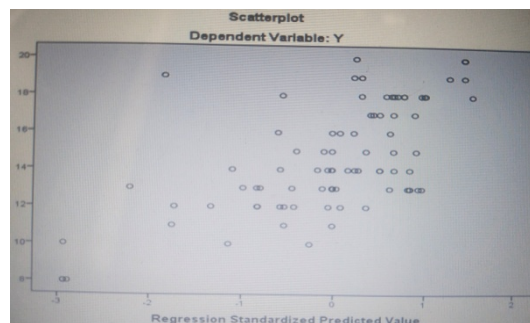
4. Uji Heteroskedastisitas

Model regresi yang baik pada pengujian heterokedastisitas adalah tidak terjadi heteroskedastisitas dan untuk mengetahui adanya heteroskedastisitas dengan menggunakan uji *scatterplot*. Jika terlihat titik-titik pada grafik membentuk pola tertentu variabel independen tidak signifikan secara statistik dan tidak memengaruhi variabel dependen, maka

ada indikasi terjadi heteroskedastisitas.⁸⁴ Hasil uji heteroskedastisitas dapat dilihat pada Gambar:

Gambar 4.3

Hasil Uji Heteroskedastisitas



Sumber: Data diolah pada tahun, 2023

Berdasarkan Gambar 4.3 terlihat titik-titik pada grafik plot menyebar atau tidak membentuk pola tertentu. Artinya tidak terjadi heteroskedastisitas pada model regresi yang digunakan.

5. Uji Autokorelasi

Salah satu ukuran dalam menentukan ada tidaknya autokorelasi dengan uji Durbin-Watson (DW) dengan ketentuan sebagai berikut:⁸⁵

1. Terjadi autokorelasi positif, jika nilai DW dibawah -2 ($DW < -2$).
2. Tidak terjadi autokorelasi, jika nilai DW berada di antara -2 dan +2 atau $-2 < DW < +2$.
3. Terjadi autokorelasi negatif, jika DW di atas +2 atau $DW > +2$.

Tabel 4.9

Uji Autokorelasi

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.627 ^a	.394	.373	2.475	1.443

Sumber: Hasil Penelitian data diolah, 2023

⁸⁴ Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis*, (Bandung: Alfabeta, 2018), hal 125-126

⁸⁵ Danang Sunyoto, *Metodologi Penelitian Ekonomi*, (Bandung: PT.Rafika, 2016), hal 97

Berdasarkan Tabel 4.9 output spss diatas nilai durbin watson yaitu 1.443. Nilai durbin watson berada di antara -2 dan +2 atau $-2 > DW < +2$ ($-2 < 1.443 < +2$), artinya tidak terjadi autokorelasi.

6. Uji Regresi Linear Berganda

Analisis ini untuk mengetahui arah hubungan antara variabel independen dan variabel dependen berhubungan positif atau negatif dan untuk memprediksi nilai dari variabel dependen apabila variabel independen mengalami kenaikan atau penurunan.⁸⁶ Hasil analisis regresi berganda adalah sebagai berikut:

Y = Minat

X_1 = Persepsi Perilaku Konsumen

X_2 = Persepsi Kemudahan

X_3 = Persepsi Kemanfaatan

Table 4.10
Uji Regresi berganda

Coefficients ^a					
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	Sig.
		B	Std. Error	Beta	
1	(Constant)	2.788	1.918		.150
	Perilaku Konsumen	.715	.184	.466	.000
	Kemudahan	-.134	.090	-.158	.140
	Kemanfaatan	.362	.151	.301	0.19

Sumber: Data diolah pada tahun, 2023

Berdasarkan pada tabel ditunjukkan sebagai berikut:

$$Y = 2.788 + 0,715X_1 + -.134X_2 + 0,362X_3$$

⁸⁶Tim Dosen Ekonometrika dan Tim Asisten Praktikum, *Buku Pedoman Praktikum Ekonometrika*, (Malang: Universitas Brawijaya, 2015), hal6-7

Keterangan :

- 1 Nilai konstanta (a) sebesar 2.788 persen, dapat dijelaskan bila perilaku konsumen, kemudahan dan kemanfaatan nilainya adalah 0 maka variabel minat sebesar 2.788 persen.
- 2 Koefisien regresi yang positif yaitu sebesar 0.715 persen. Hal ini menunjukkan bahwa perilaku konsumen berpengaruh terhadap minat penggunaan aplikasi DANA, artinya jika variabel kepercayaan meningkat 1 persen maka nilai minat akan meningkat sebesar 0.715 persen dengan asumsi bahwa variabel independen yang lain dianggap konstan.
- 3 Koefisien regresi yang negatif yaitu sebesar -0.134 persen. Hal ini menunjukkan bahwa kemudahan tidak berpengaruh terhadap minat penggunaan aplikasi DANA, artinya jika variabel kepercayaan menurun 1 persen maka nilai minat akan menurun sebesar -0.134 persen dengan asumsi bahwa variabel independen yang lain dianggap konstan.
- 4 Koefisien regresi yang positif yaitu sebesar 0.362 persen. Hal ini menunjukkan bahwa kemanfaatan berpengaruh terhadap minat penggunaan aplikasi DANA, artinya jika variabel kepercayaan meningkat 1 persen maka nilai minat akan meningkat sebesar 0.362 persen dengan asumsi bahwa variabel independen yang lain dianggap konstan.

4.5 Uji Hipotesis

1. Uji T (Uji Parsial)

Pengujian hipotesis yang menyatakan ada pengaruh secara parsial kepercayaan, reputasi dan harga terhadap minat dapat dilihat dari hasil uji t. Kriteria pengujiannya apabila nilai signifikansi $< 0,05$ dan atau jika ($t_{hitung} > t_{tabel}$) maka model regresi signifikan secara statistik dan dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak. Hasil uji t dapat dilihat pada tabel berikut ini.

Pengambilan keputusan berdasarkan nilai t_{hitung}

1. Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka H_0 ditolak H_a diterima (signifikan).
2. Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka H_0 ditolak H_a ditolak (tidak signifikan).

Tabel 4.11

Hasil Uji T

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2.788	1.918		1.453	.150
	Perilaku Konsumen	.715	.184	.466	3.890	.000
	Kemudahan	-.134	.090	-.158	-1.489	.140
	Kemanfaatan	.362	.151	.301	2.392	.019

Sumber: Hasil Penelitian data diolah, 2023

Berdasarkan tabel uji t di atas diketahui bahwa jumlah variabel pada penelitian ini adalah 4 yaitu perilaku konsumen, kemudahan, kemanfaatan dan minat atau $K=4$, sementara jumlah sampel atau $N=91$, maka $(N - K) = (91 - 4 = 87)$. Angka ini dilihat dari distribusi nilai t maka diperoleh nilai t table adalah 1.988.

- a) Perilaku konsumen berpengaruh terhadap minat penggunaan aplikasi DANA pada mahasiswa FEBI IAIN Langsa

Berdasarkan Tabel 4.11 di atas menunjukkan bahwa nilai t_{hitung} dari perilaku konsumen sebesar 3.890 > dari t_{tabel} sebesar 1.988, dengan nilai signifikansi sebesar 0,000 < alpha 0,05 maka H_{01} ditolak. Artinya perilaku konsumen berpengaruh dan signifikan terhadap minat penggunaan aplikasi DANA pada mahasiswa FEBI IAIN Langsa dengan demikian hipotesis H_{a1} diterima.

- b) Kemudahan tidak berpengaruh terhadap minat penggunaan aplikasi DANA pada mahasiswa FEBI IAIN Langsa

Berdasarkan Tabel 4.11 di atas menunjukkan bahwa nilai t_{hitung} dari kemudahan sebesar -1.498 < dari t_{tabel} sebesar 1.988, dengan nilai signifikansi sebesar 0,140 > alpha 0,05

maka H_{02} ditolak. Artinya kemudahan tidak berpengaruh dan tidak signifikan terhadap penggunaan aplikasi DANA pada mahasiswa FEBI IAIN Langsa dengan demikian hipotesis H_{a2} ditolak.

- c) Kemanfaatan berpengaruh terhadap minat penggunaan aplikasi DANA pada mahasiswa FEBI IAIN Langsa

Berdasarkan Tabel 4.11 di atas menunjukkan bahwa nilai t_{hitung} dari kemanfaatan sebesar $2.392 >$ dari t_{tabel} sebesar 1.988 , dengan nilai signifikansi sebesar $0,019 < \alpha 0,05$ maka H_{03} ditolak. Artinya kemanfaatan berpengaruh dan signifikan terhadap minat penggunaan aplikasi DANA pada mahasiswa FEBI IAIN Langsa dengan demikian hipotesis H_{a3} diterima.

2. Uji F (Uji Simultan)

Untuk menganalisis hipotesis diterima atau ditolak, maka dapat dilihat nilai F yakni nilai probabilitasnya, berpengaruh signifikan jika nilai probabilitas yang dihitung $< 0,05$ (signifikansi yang ditetapkan).⁸⁷

Tabel 4.12
Hasil Uji F

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	345.950	3	115.317	18.831	.000 ^b
	Residual	532.775	87	6.124		
	Total	878.725	90			

Sumber: Hasil Penelitian data diolah, 2023

Berdasarkan Tabel 4.12 pengujian hipotesis yang menyatakan ada pengaruh secara simultan (keseluruhan) perilaku konsumen, kemudahan dan kemanfaatan dapat dilihat dari hasil uji F, dengan nilai $F_{hitung} = 18.831 >$ dari $F_{tabel} 2.71$ dengan nilai signifikansi = 0.000 .

⁸⁷Mudrajad Kuncoro, *Metode Riset Untuk Bisnis dan Ekonomi*, (Jakarta: PT. Gelora Aksara Pratama, 2019), hal 239

Dengan demikian nilai signifikansi ($0.000 < 0.05$), maka terdapat pengaruh yang signifikan antara perilaku konsumen (X_1), kemudahan (X_2) dan kemanfaatan (X_3) terhadap minat (Y) secara simultan.

3. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi merupakan suatu alat untuk mengukur besarnya pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat. Besarnya koefisien determinasi berkisar antara angka 0 sampai dengan 1, besar koefisien determinasi mendekati angka 1, maka semakin besar pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen

Tabel 4.13

Hasil Uji R^2

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.627 ^a	.394	.373	2.475

a. Predictors: (Constant), KF, PK, KM

Sumber: Hasil Penelitian data diolah, 2023

Dari Tabel 4.13 terlihat bahwa nilai R Square yang diperoleh sebesar 0.394 atau 39,4%, yang menunjukkan keterangan perilaku konsumen (X_1), kemudahan (X_2) dan kemanfaatan (X_3) dalam menyelesaikan variasi yang terjadi pada minat (Y) sebesar 39,4%, sedangkan sisanya 60,6% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti.

4.6 Pembahasan

1. Pengaruh perilaku konsumen terhadap minat penggunaan aplikasi DANA pada mahasiswa FEBI IAIN Langsa

Hasil penelitian pada penelitian ini menunjukkan bahwa perilaku konsumen berpengaruh dan signifikan terhadap minat penggunaan aplikasi DANA pada mahasiswa

FEBI IAIN Langsa. Hal ini dibuktikan dari Nilai sig dari variabel perilaku konsumen yakni $0.000 < 0.05$ (tingkat signifikansi), yang artinya bahwa pengaruh yang terjadi antara perilaku konsumen dengan minat penggunaan aplikasi DANA adalah signifikan secara statistik. Sedangkan nilai t hitung $3.890 > 1.988$ (t tabel), sehingga berpengaruh terhadap minat penggunaan aplikasi DANA pada mahasiswa FEBI IAIN Langsa. Dapat disimpulkan bahwa perilaku konsumen berpengaruh positif terhadap minat penggunaan aplikasi DANA pada mahasiswa FEBI IAIN Langsa yang bersifat positif dan signifikan yaitu H_01 ditolak dan H_{a1} diterima.

2. Pengaruh kemudahan terhadap minat penggunaan aplikasi DANA pada mahasiswa FEBI IAIN Langsa

Hasil penelitian pada penelitian ini menunjukkan bahwa kemudahan tidak berpengaruh dan tidak signifikan terhadap minat penggunaan aplikasi DANA pada mahasiswa FEBI IAIN Langsa. Hal ini dibuktikan dari Nilai sig dari variabel kemudahan yakni $0.140 > 0.05$ (tingkat signifikansi), yang artinya bahwa pengaruh yang terjadi antara kemudahan dengan minat penggunaan aplikasi DANA adalah tidak signifikan secara statistik. Sedangkan nilai t hitung $-1.498 < 1,988$ (t tabel), sehingga tidak berpengaruh terhadap minat penggunaan aplikasi DANA pada mahasiswa FEBI IAIN Langsa. Dapat disimpulkan bahwa kemudahan tidak berpengaruh positif terhadap minat penggunaan aplikasi DANA pada mahasiswa FEBI IAIN Langsa yang bersifat negatif dan tidak signifikan yaitu H_02 ditolak dan H_{a2} ditolak.

3. Pengaruh kemanfaatan terhadap minat penggunaan aplikasi DANA pada mahasiswa FEBI IAIN Langsa

Hasil penelitian pada penelitian ini menunjukkan bahwa kemanfaatan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan aplikasi DANA pada mahasiswa FEBI IAIN Langsa. Hal ini dibuktikan dari Nilai sig dari variabel kemanfaatan yakni $0.019 < 0.05$

(tingkat signifikansi), yang artinya bahwa pengaruh yang terjadi antara kemanfaatan dengan minat penggunaan aplikasi DANA adalah signifikan secara statistik. Sedangkan nilai $t_{hitung} = 2.392 > 1.988$ (t_{tabel}), sehingga berpengaruh terhadap minat penggunaan aplikasi DANA pada mahasiswa FEBI IAIN Langsa. Dapat disimpulkan bahwa kemanfaatan berpengaruh positif terhadap minat penggunaan aplikasi DANA pada mahasiswa FEBI IAIN Langsa yang bersifat positif dan signifikan yaitu H_{03} ditolak dan H_{a3} diterima.

4. Pengaruh perilaku konsumen, kemudahan dan kemanfaatan terhadap minat penggunaan aplikasi DANA pada mahasiswa FEBI IAIN Langsa

Hasil penelitian menunjukkan bahwa nilai sig sebesar $0.000 < 0.05$ (tingkat signifikansi) dan F_{hitung} sebesar 18.831 serta diketahui $df_1 = k-1 = 4-1 = 3$ dan $df_2 = N-K = 91-4 = 87$ ($F_{tabel} = 2.71$). sehingga $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($3.533 > 2.71$), maka H_{04} ditolak dan H_{a4} diterima, artinya terdapat pengaruh signifikansi antara variabel bebas terhadap variabel terikat. Jadi dapat disimpulkan bahwa perilaku konsumen, kemudahan dan kemanfaatan berpengaruh secara signifikan terhadap minat penggunaan aplikasi DANA pada mahasiswa FEBI IAIN Langsa

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisa data disimpulkan sebagai berikut :

1. Perilaku konsumen berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan aplikasi DANA pada mahasiswa FEBI IAIN Langsa dengan nilai t hitung $3.890 > 1.988$ (t tabel) dan nilai $\text{sig } 0.000 < 0.05$.
2. Kemudahan tidak berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap minat penggunaan aplikasi DANA pada mahasiswa FEBI IAIN Langsa dengan nilai t hitung $-1.489 > 1.988$ (t tabel) dan nilai $\text{sig } 0.140 > 0.05$.
3. Kemanfaatan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan aplikasi DANA pada mahasiswa FEBI IAIN Langsa dengan nilai t hitung $2.392 > 1.988$ (t tabel) dan nilai $\text{sig } 0.019 < 0.05$.
4. Perilaku konsumen, kemudahan dan kemanfaatan secara simultan berpengaruh terhadap minat penggunaan aplikasi DANA pada mahasiswa FEBI IAIN Langsa. Hal ini dibuktikan dari nilai F hitung $> F$ tabel ($18.831 > 2.70$) dan nilai signifikan sebesar 0.000 , maka sebagaimana dasar pengambilan keputusan dalam uji F dapat disimpulkan bahwa hipotesis diterima.

5.2 Saran

Adapun saran-saran peneliti dalam penelitian ini adalah sebagai berikut;

1. Bagi penelitian selanjutnya disarankan menambah variabel independen lain.
2. Bagi pelaku penggunaan aplikasi DANA selanjutnya, disarankan untuk dapat memperhatikan perilaku konsumen, kemudahan dan kemanfaatan agar memperoleh minat dalam penggunaan aplikasi DANA.