

**PENGARUH PERSEPSI KEMUDAHAN DAN MANFAAT  
PENGUNAAN APLIKASI OVO TERHADAP KEPUASAN  
KONSUMEN**

*(Studi Kasus pada Mahasiswa S1 Fakultas Ekonomi Universitas Sriwijaya  
Kampus Palembang)*



SKRIPSI OLEH :

**NUR MALIA**

**01011381621209**

**MANAJEMEN**

*Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Meraih Gelar Sarjana Ekonomi*

**KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN**

**UNIVERSITAS SRIWIJAYA**

**FAKULTAS EKONOMI**

**PALEMBANG**

**2020**

**LEMBAR PERSETUJUAN UJIAN KOMPREHENSIF**

**PENGARUH PERSEPSI KEMUDAHAN DAN MANFAAT PENGGUNAAN  
APLIKASI OVO TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN**  
(Studi Kasus pada Mahasiswa S1 Fakultas Ekonomi Universitas Sriwijaya  
Kampus Palembang)

Nama : Nur Malia  
NIM : 01011381621209  
Fakultas : Ekonomi  
Jurusan : Manajemen  
Bidang Kajian/Konsentrasi : Manajemen Pemasaran

Disetujui untuk digunakan dalam melanjutkan ujian komprehensif.

Tanggal Persetujuan

04 Desember 2019

Tanggal Persetujuan

04 Desember 2019

Dosen Pembimbing

Ketua:



H. Dian Eka, S.E., M.M.  
NIP. 196101061990031002

Anggota:



Welly Nailis, S.E., M.Si.  
NIP. 197407102008011011

**LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI**

**PENGARUH PERSEPSI KEMUDAHAN DAN MANFAAT PENGGUNAAN  
APLIKASI OVO TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN**  
(Studi Kasus pada Mahasiswa S1 Fakultas Ekonomi Universitas Sriwijaya  
Kampus Palembang)

Disusun oleh:

Nama : Nur Malia  
NIM : 01011381621209  
Fakultas : Ekonomi  
Jurusan : Manajemen  
Bidang Kajian/Konsentrasi : Manajemen Pemasaran

Telah diuji dalam ujian komprehensif pada tanggal 13 Januari 2020 dan telah memenuhi syarat untuk diterima.

Panitia Ujian Komprehensif  
Palembang, 13 Januari 2020

Ketua



H. Dian Eka, S.E., M.M.  
NIP. 196101061990031002

Anggota



Welly Nailis, S.E., M.Si.  
NIP. 197407102008011011

Anggota



Hj. Nofiawaty, S.E., M.M.  
NIP. 196911081994012001

Ketua Jurusan Manajemen



Isni Andriana, S.E., M.Fin., Ph.D.  
NIP. 197509011999032001

## SURAT PERNYATAAN INTEGRITAS KARYA ILMIAH

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama Mahasiswa : Nur Malia  
NIM : 01011381621209  
Fakultas : Ekonomi  
Jurusan : Manajemen  
Bidang Kajian/Konsentrasi : Manajemen Pemasaran

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi yang berjudul:

**PENGARUH PERSEPSI KEMUDAHAN DAN MANFAAT PENGGUNAAN  
APLIKASI OVO TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN**  
(Studi Kasus pada Mahasiswa S1 Fakultas Ekonomi Universitas Sriwijaya Kampus  
Palembang)

Pembimbing

Ketua : H.Dian Eka,S.E.,M.M.  
Anggota : Welly Nailis, S.E.,M.Si.  
Tanggal Ujian : 13 Januari 2020

Adalah benar hasil karya saya sendiri. Dalam skripsi ini tidak ada kutipan hasil karya orang lain yang tidak disebutkan sumbernya. Demikianlah pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya dan apabila pernyataan saya ini tidak benar dikemudian hari, saya bersedia dicabut predikat kelulusan dan gelar kesarjanaaan.

Palembang, 13 Januari 2020  
Pembuat pernyataan



Nur Malia  
NIM 01011381621209

## MOTTO DAN PERSEMBAHAN

*“Be so busy loving your life that you have no time to hate, regret, or fear.”* –  
Karen Salmansohn

*“Do what makes you happy, be with who makes you smile, laugh as much as you  
breathe, and love as long as you live.”* — Rachel Ann Nunes.

*“Whatever you are, be a good one.”* – Abraham Lincoln

Skripsi ini saya persembahkan kepada:

1. Mama, Papa, Iyay, dan Ayuk tersayang
2. Sahabat-sahabat terbaikku
3. Teman-teman Manajemen S1 Fakultas  
Ekonomi Universitas Sriwijaya
4. Almamater

## KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Allah SWT atas rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penelitian skripsi ini untuk memenuhi syarat memperoleh gelar Sarjana Ekonomi di Fakultas Ekonomi Universitas Sriwijaya Kampus Palembang.

Adapun judul dari penelitian skripsi ini adalah **“PENGARUH PERSEPSI KEMUDAHAN DAN MANFAAT PENGGUNAAN APLIKASI OVO TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN”**.

Skripsi adalah benar hasil karya saya sendiri. Dalam skripsi ini tidak ada kutipan hasil karya orang lain yang tidak disebutkan sumbernya sehingga bebas dari unsur plagiarisme. Penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini masih jauh dari kata sempurna dikarenakan segala keterbatasan yang ada. Untuk itu demi sempurnanya skripsi ini penulis sangat membutuhkan kritik dan saran yang bersifat membangun agar penelitian selanjutnya bisa menjadi lebih baik lagi.

Semoga Allah SWT senantiasa selalu melimpahkan rahmat serta karunia-Nya kepada kita semua. Penulis mengucapkan terimakasih kepada pihak-pihak yang telah membantu dalam progres penyelesaian skripsi ini. Akhir kata, penulis mengharapkan semoga skripsi ini dapat menjadi sumber ilmu pengetahuan yang bermanfaat.

Palembang, 13 Januari 2020  
Penulis,



Nur Malia

## UCAPAN TERIMA KASIH

Puji dan syukur kepada Allah SWT karena dengan rahmat dan karunia-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Pada saat penulisan skripsi ini, penulis banyak sekali mendapatkan doa, semangat, dorongan dan motivasi dari berbagai pihak. Penulis menyadari bantuan secara langsung maupun tidak langsung yang diberikan tersebut sangat membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini. Untuk itu dengan segala kerendahan hati, penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang membantu, khususnya :

1. Tuhan Yang Maha Esa, Allah SWT yang telah memberikan rahmat-Nya, kelancaran serta kemudahan dalam menyelesaikan skripsi ini.
2. Yth. Bapak Prof. Dr. Ir. Anis Saggaf, M.S.C.E. selaku Rektor Universitas Sriwijaya, Bapak Prof. Dr. Taufiq Marwa, SE.,M.Si. selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Sriwijaya, dan Ibu Isni Andriana, S.E., M.Fin., Ph.D. selaku Ketua Jurusan Manajemen Universitas Sriwijaya
3. Yth. Bapak H. Dian Eka, S.E.,M.M. selaku dosen pembimbing I yang telah memberikan bimbingan, arahan serta dukungan dengan ikhlas dan telah banyak meluangkan waktunya untuk membimbing penulis dalam penyusunan skripsi ini.
4. Yth. Bapak Welly Nailis, S.E, M.M. selaku dosen pembimbing II yang telah memberikan bimbingan, arahan serta dukungan dengan ikhlas dan telah banyak meluangkan waktunya untuk membimbing penulis dalam penyusunan skripsi ini.

5. Yth. Ibu Hj. Nofiawaty, S.E.,M.M. selaku dosen penguji yang telah memberikan saran dan arahan dengan ikhlas kepada penulis dalam penyusunan skripsi ini.
6. Yth. Ibu Aslamia Rosa, S.E., M.Si. selaku dosen pembimbing akademik yang telah memberikan arahan selama kegiatan akademik masa perkuliahan.
7. Yth. Dosen-dosen serta para pegawai Fakultas Ekonomi Universitas Sriwijaya yang telah memberikan ilmu serta bimbingan semasa perkuliahan.
8. Terima kasih yang sebanyak-banyaknya kepada Mama dan Papa yang tak henti-hentinya mendo'akan, menyemangati, selalu mendukung, serta memperbolehkan penulis untuk pergi pagi pulang malam setiap harinya demi kelancaran penelitian ini.
9. Ayuk dan Iyay yang selalu menyemangati, menghibur, dan membantu bergantian mengerjakan pekerjaan rumah selama penulis mengerjakan skripsi ini. Serta memberikan dukungan finansial agar penulis segera menyelesaikan penelitian ini.
10. Sobat Produktif yang beralih ke Sobat Rupiah (Day, Mai, Fia) yang selalu membantu, meng-backup, mewarnai, menghibur setiap harinya dengan berjuta-juta *jokes* receh dan bermacam-macam hal konyol dari awal perkuliahan hingga waktu yang tidak dapat ditentukan. *I truly love every single one of you with all of my heart!*



11. Sobat Misqueen dan Geng *The Boys* (Mbung, Kakpik, Kakela, Maknur, Anggia, Kylla, Wenti, Kakbay, Andre, Kevin, Billy, Nadi, Audi, Ogip, Pai, Kak Sangga, dan Kak Andi) yang juga membantu, menghiasi, dan selalu ada di masa-masa perkuliahanku. Terima kasih, gengs!
12. Dhella dan Arda teman-teman seperjuangan sejak SMP yang selalu siap siaga untuk direpotkan. *Love ya, guys!*
13. Medi, Ndy, Imeng, April, Ucok, Kakyan, Kak Iqbal yang selalu menyemangati dan menghibur penulis.
14. ToNight Show, yang selalu menjadi mood boster penulis ketika lelah dengan berbagai kesulitan yang dihadapi.
15. Lagu-lagu Mas Pam yang selalu menemani masa-masa sulit perkuliahan penulis, terima kasih.
16. Kakak-kakak pegawai Cofi yang selalu direpotkan dari pagi hingga malam dengan berbagai pesanan penulis. Terima kasih!
17. Teman-teman Manajemen 2016 terkhusus untuk *Marketing* 2016 yang telah memberikan semangat, saling membantu, dan berjuang bersama-sama.
18. Teman-teman dan pihak lainnya yang tidak bisa penulis sebutkan satu per satu.

Palembang, Desember 2019

Penulis,

Nur Malia

## **ABSTRAK**

**PENGARUH PERSEPSI KEMUDAHAN DAN MANFAAT PENGGUNAAN  
APLIKASI OVO TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN**

(Studi Kasus pada Mahasiswa S1 Fakultas Ekonomi Universitas Sriwijaya  
Kampus Palembang)

**Oleh :**

**Nur Malia**

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis seberapa besar pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan dan Persepsi Manfaat terhadap kepuasan konsumen pada mahasiswa S1 Fakultas Ekonomi Universitas Sriwijaya Kampus Palembang terhadap penggunaan Aplikasi OVO. Teknik sampling yang digunakan pada penelitian ini adalah *non-probability sampling* dengan metode *purposive sampling*. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan kuesioner yang disebarakan kepada 100 responden. Analisis data yang digunakan adalah dengan uji F, uji T, dan analisis regresi linier berganda. Hasil dari uji F menunjukkan bahwa variabel Persepsi Kemudahan Penggunaan dan Persepsi Manfaat secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Hasil dari uji T menunjukkan bahwa variabel Persepsi Kemudahan Penggunaan dan Persepsi Manfaat secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Hasil dari analisis regresi berganda variabel yang dominan ialah variabel Persepsi Manfaat ( $X_2$ ) dengan nilai signifikansi 0.00 dan nilai beta terbesar (0,599).

***Kata kunci: Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Manfaat, Kepuasan Konsumen***

## **ABSTRACT**

### **THE INFLUENCE OF EASE PERCEPTION OF USE AND USEFULNESS IN USING OVO APPLICATIONS TOWARD CONSUMER SATISFACTION**

**(Case Study: of Undergraduate Students in the Faculty of Economics,  
Sriwijaya University, Palembang Campus)**

**By :**

**Nur Malia<sup>1</sup>; H. Dian Eka, S.E., M.M.<sup>2</sup>; Welly Nailis, S.E., M.Si.<sup>3</sup>**

*This study aimed to analyze how much the influence of Ease Perception of Use and Perception of Usefulness on consumer satisfaction in S1 student of Economics Faculty, Sriwijaya University, Palembang Campus in the use of OVO Applications. The sampling technique used in this research was non-probability sampling with a purposive sampling method. The data were collected by questionnaire and distributed to 100 respondents. Analysis of the data used is the F test, T test, and multiple linear regression analysis. The results of the F test indicate that the variable Perception of Ease of Use and Perception of Usefulness simultaneously have a significant effect on consumer satisfaction. The results of the T test show that the variable Perception of Ease of Use and Perception Usefulness partially significant effect on consumer satisfaction. In the multiple linear regression analysis the dominant variable is the Perception of Usefulness ( $X_2$ ) variable with a significance value of 0.00 and the largest beta value (0.599).*

**Keywords: Perception of Ease of Use, Perception of Usefulness, Consumer Satisfaction**

## LEMBAR PERSETUJUAN ABSTRAK

Kami dosen pembimbing skripsi menyatakan bahwa abstrak skripsi dalam Bahasa Inggris dari mahasiswa:

Nama : Nur Malia  
NIM : 01011381621209  
Jurusan : Manajemen  
Konsentrasi : Manajemen Pemasaran  
Judul Skripsi :

### **PENGARUH PERSEPSI KEMUDAHAN DAN MANFAAT PENGGUNAAN APLIKASI OVO TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN**

(Studi Kasus pada Mahasiswa S1 Fakultas Ekonomi Universitas Sriwijaya  
Kampus Palembang)

Telah kami periksa penulisan *grammar*, maupun susunan *tenses*-nya dan kami setuju untuk ditempatkan pada lembar abstrak.

Pembimbing Skripsi,

Ketua

Anggota



H. Dian Eka, S.E., M.M.  
NIP. 196101061990031002



Welly Nailis, S.E., M.M.  
NIP. 197407102008011011

## **RIWAYAT HIDUP**

Nama Mahasiswa : Nur Malia

Jenis Kelamin : Perempuan

Tempat/Tanggal Lahir : Palembang, 24 Juli 1998

Agama : Islam

Status : Belum Menikah

Alamat : Jl.D.I.Panjaitan Lrg.Sunia NO.37 RT.35 RW.13 Plaju,  
Plaju Ulu

E-mail : nurmaliaa98@gmail.com

Pendidikan Formal :

TK : TK Persatuan Wanita Patra Bagus Kuning

SD : SD Negeri 107 Palembang

SMP : SMP Negeri 15 Palembang

SMA : SMA Negeri 1 Palembang

Pengalaman Organisasi : - Staff Muda Bagian Porseni BEM KM FE UNSRI  
(2017-2018)

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1. Latar Belakang**

Kualitas dari perkembangan teknologi di Indonesia pada saat ini telah mengalami kemajuan yang cukup pesat, sehingga menimbulkan perubahan yang besar dalam kehidupan masyarakat sehari-hari. Mulai dari aspek sosial, pendidikan, ekonomi, maupun budaya telah mengaplikasikan teknologi menjadi alat pendekatan ke masyarakat. Dengan adanya teknologi yang semakin canggih sekarang banyak kegiatan sehari-hari yang kian mudah untuk dilakukan dimana saja dan kapan saja, salah satunya ialah dalam hal bertransaksi. Masyarakat Indonesia pada dasarnya lebih terbiasa melakukan transaksi menggunakan uang tunai berupa uang kertas dan uang logam. Namun, pada era teknologi sekarang ini tidak menutup kemungkinan pada aspek ekonomi atau melakukan pembayaran banyak masyarakat yang telah menggunakan *Electronic Money (E-Money)* atau Uang Elektronik, karena dengan melakukan pembayaran menggunakan uang tunai dengan skala makro dianggap tidak efisien serta dapat meningkatkan resiko kejahatan bagi sebagian masyarakat. Canggihnya teknologi yang berkembang pesat dalam hal pembayaran saat ini mampu mengalihkan uang tunai yang sebelumnya digunakan untuk alat pembayaran utama menjadi pembayaran menggunakan *Electronic Money (E-money)* yang lebih efektif dan efisien (Octavia and Pratiwi n.d., 2019:2).

Masyarakat yang melakukan pembayaran secara non tunai sama halnya dengan mendukung program pemerintah dalam menciptakan Gerakan Indonesia

Non Tunai (GNNT). GNNT ini diperuntukkan agar masyarakat, pelaku bisnis, maupun lembaga pemerintahan Indonesia dapat mengurangi penggunaan pembayaran tunai, agar terbentuknya masyarakat yang lebih menggunakan pembayaran non tunai (*Cashless Society*) (Octavia and Pratiwi n.d, 2019:2).

Bank Indonesia sebagai pemeran utama dalam penyediaan layanan sistem pembayaran juga turut andil dalam mendorong aksi transaksi Uang Elektronik yaitu Gerakan Indonesia Non Tunai (GNNT) pada tahun 2014. Salah satu alasan mengapa Bank Indonesia mendukung program pemerintah ini agar dapat menghemat biaya operasional untuk memproduksi uang tunai. Bank Indonesia menganggarkan setidaknya 3,5 triliun rupiah untuk pencetakan uang tunai setiap tahunnya. Program Gerakan Indonesia Non Tunai (GNNT) ini memberikan dampak positif bagi perekonomian Indonesia (Adhinagari, 2018).

*Electronic Money (E-Money)* didefinisikan menurut (Soerfianto, Iswi, and Yustisia, 2012) sebagai suatu alat pembayaran yang memenuhi unsur-unsur berikut, yaitu:

- 1) Diedarkan karena nilai uang yang telah disetorkan terlebih dahulu,
- 2) Nilai uang disimpan pada suatu *server* atau *chip*,
- 3) Sebagai alat transaksi pembayaran atas pembelian suatu barang atau jasa yang dimana penerima bukanlah penerbit uang elektronik tersebut,
- 4) Nilai uang elektronik yang disetorkan oleh pengguna dan dikelola oleh penerbit bukan merupakan simpanan sebagaimana yang telah ditetapkan pada undang-undang mengenai perbankan.

*E-Money* di Indonesia diresmikan pada tanggal 13 April 2009 dalam Peraturan Bank Indonesia Nomor :11/12/PBI/2009 mengenai Uang Elektronik yang kemudian diperbaharui pada tanggal 07 Mei 2018 menjadi Peraturan Bank Indonesia Nomor: 20/6/PBI/2018 tentang Uang Elektronik. Sesuai dengan Peraturan Bank Indonesia Nomor: 20/6/PBI/2018, *E-Money* diterbitkan atas dasar nilai uang yang disetor terlebih dahulu oleh pemegang kepada penerbit dan nilai uang tersebut disimpan secara elektronik dalam suatu media seperti *server* atau *chip*. Dengan adanya uang elektronik terciptalah transaksi pembayaran yang cepat, praktis dan efisien serta pencatatan transaksinya secara otomatis sehingga menjadi lebih mudah untuk diakses oleh penggunanya (Bank Indonesia, 2019).

**Tabel 1.1**

**Transaksi Uang Elektronik**

Periode	Tahun 2015	Tahun 2016	Tahun 2017	Tahun 2018	Tahun 2019			
					Maret	April	Mei	Juni
Volume	535,57	683,13	943,31	2,922,69	423,74	451,650	422,602,	393,69
	9,528	3,352	9,933	8,905	3,628	,065	216	5,970
Nominal	5,283,	7,063,6	12,375,	47,198,6	8,956,9	10,671,	12,815,6	11,874,
	018	89	469	16	78	171	86	500

Sumber: (Bank Indonesia)

Data transaksi uang elektronik pada Tabel 1.1 yang didapat melalui *Website* Bank Indonesia membuktikan bahwa penggunaan uang elektronik pada masyarakat Indonesia dari tahun ke tahun semakin mengalami peningkatan yang cukup signifikan, mulai dari jumlah, transaksi, maupun volume penggunaannya. Dari data yang ada Bank Indonesia menyatakan bahwa *E-Money* merupakan salah satu

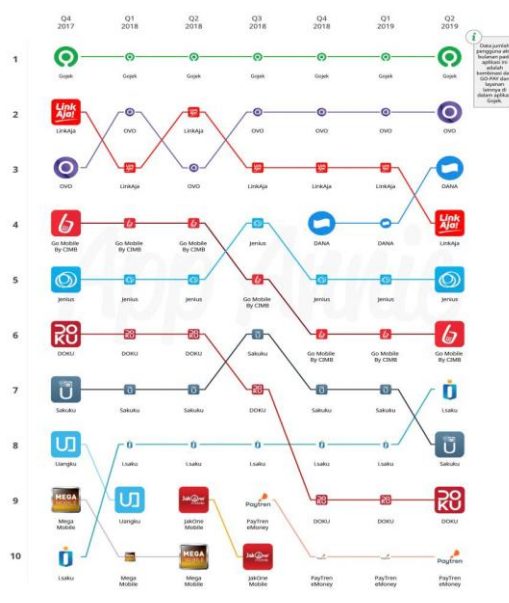


alternatif yang amat potensial dalam meningkatkan inklusi keuangan di Indonesia (ferryfabi fadillah, 2018).

Program pemerintah dalam menciptakan *Cashless Society* ini juga didukung oleh perusahaan-perusahaan *Financial Technology* di Indonesia. Dikutip dari *Website* Otoritas Jasa Keuangan (OJK) terdaftar ada 113 perusahaan teknologi keuangan (*Financial Technology/Fintech*) yang memiliki izin beroperasi per 31 Mei 2019. Jumlah tersebut terus bertambah dari posisi April 2019 yang tercatat sebanyak 106 perusahaan.

**Gambar 1.1**

**Daftar Top 10 Aplikasi E-Money**



Dari gambar di atas dapat dilihat bahwa Indonesia memiliki banyak perusahaan-perusahaan *Fintech* yang cukup berkembang pesat serta banyak digunakan oleh masyarakat Indonesia. Gambar tersebut menyatakan Gojek dari PT. Aplikasi Karya Anak Bangsa di peringkat pertama, dan diikuti oleh OVO dari PT. Visionet Internasional, DANA dari PT. Espay Debit Indonesia, LinkAja dari PT.

Fintek Karya Nusantara, Jenius dari PT. Bank BTPN Tbk, dan yang lainnya yang terdapat di gambar. Perusahaan-perusahaan *Fintech* ini saling bersaing untuk memberikan kemudahan dan manfaat bagi penggunaanya dalam hal bertransaksi.

Dari Gambar 1.1 dapat dilihat bahwa aplikasi transportasi Gojek adalah aplikasi yang paling banyak di *download* oleh masyarakat Indonesia, lalu disusul dengan OVO. OVO adalah aplikasi *E-Money* yang berhasil menduduki peringkat kedua berdasarkan jumlah *download* aplikasi di Quartal II 2019. Namun, belakangan ini OVO menjadi perbincangan di kalangan kaum millennial, karena OVO diketahui sedang banyak melakukan promosi dengan cara memberikan promo yang selalu berbeda setiap bulannya serta *cashback* yang terbilang cukup besar pada beberapa *tenant* tertentu. Diketahui dari *Website Tech in Asia* bahwa OVO meningkat 37% dari total nilai transaksi pembayaran digital dalam enam bulan pertama di tahun 2019 (Muskita, 2019).

OVO diketahui telah terdaftar resmi pada Bank Indonesia dengan Nomor: 19/661/DKSP/Srt/B (Bank Indonesia, 2019). OVO biasa digunakan sebagai metode pembayaran pada pusat perbelanjaan maupun untuk pembayaran transportasi. OVO diketahui sebagai metode pembayaran pada aplikasi transportasi Grab dan juga berkerjasama dengan *Commerce Unicorn* Indonesia yaitu Tokopedia dengan OVO *Cash*, seperti yang diketahui bahwa Tokopedia menduduki peringkat pertama di *platform* iOS dan Android.

Marketeers menyatakan, OVO adalah sebuah aplikasi *smart* yang memberikan layanan pembayaran dan transaksi secara *online* (OVO *Cash*). OVO menawarkan kemudahan transaksi tanpa mengharuskan nasabahnya membawa

*cash* terlalu banyak. Salah satunya cukup dengan menunjukkan aplikasi OVO yang didalamnya terdapat saldo *cash* maupun *point*. Sejak November 2017 hingga Desember 2018, basis pengguna OVO telah tumbuh lebih dari 400%, dengan lima transaksi terbesar di sektor transportasi, ritel, dan *E-Commerce* (ramadhan triwijanarko, 2018). Minat penggunaan konsumen dalam melakukan transaksi pembayaran menggunakan *E-Money* pada aplikasi OVO semakin meningkat setiap tahunnya dikarenakan banyaknya kemudahan dan manfaat yang dirasakan oleh penggunanya.

Kemudahan menurut Davis ialah sejauh mana individu dapat percaya dengan menggunakan suatu sistem informasi dapat terbebas dari suatu upaya (Fatmawati, 2015:6). Kemudahan yang diberikan oleh OVO kepada penggunanya sangat beragam, mulai dari kemudahan dalam melakukan pembayaran transportasi, pembayaran *online* ataupun *offline*, pembelian pulsa serta token PLN, pembayaran BPJS hingga TV kabel. Tidak hanya pada hal bertransaksi, OVO juga memudahkan penggunanya untuk melakukan pengisian saldo OVO dapat melalui kartu debit, kartu kredit, mesin ATM, *Mobile Banking*, *Merchant*, maupun *Booth* yang dapat ditemui di pusat perbelanjaan. Selain itu juga OVO memiliki *fitur* keanggotaannya yang terbagi menjadi dua jenis, yaitu OVO Club dan OVO *Premier*. Perbedaan di antara keduanya adalah anggota OVO *Premier* dapat menyimpan OVO *Cash* hingga 10 juta rupiah.

OVO hanya menggunakan 5 menu utama pada tampilannya, yaitu *Home*, *Deals*, *Finance*, *Wallet*, dan *History* sehingga dapat memudahkan penggunanya untuk mempelajari dan menggunakan. Pada menu *Home* berfungsi untuk

melakukan pembayaran, menu *Deals* berfungsi untuk para pengguna melihat promo apa saja yang sedang tersedia, menu *Finance* berfungsi untuk berinvestasi serta dapat membantu untuk mengelola dan mengatur keuangan, menu *Wallet* berfungsi untuk mengumpulkan *point reward*, menu *History* berfungsi untuk menunjukkan seluruh transaksi pembayaran, *top up*, hingga bonus yang didapat.

OVO juga memberikan manfaat penggunaan kepada penggunanya. Manfaat menurut Davis ialah mengukur sejauh mana individu dapat percaya bahwa dengan menggunakan sistem informasi akan meningkatkan kinerja pekerjaannya (Fatmawati, 2015:6). Dengan menggunakan OVO untuk melakukan transaksi pembayaran dapat dilakukan dimana saja dan kapan saja, sehingga membuat pekerjaan lebih praktis. Hal ini juga mempermudah pekerjaan penggunanya yang seharusnya memerlukan waktu yang lebih lama tetapi dengan menggunakan aplikasi OVO dapat dilakukan dalam waktu singkat. OVO juga bermanfaat bagi penggunanya yang memiliki jadwal pekerjaan yang padat sehingga sulit untuk melakukan pekerjaan lainnya seperti membayar listrik, membayar TV Kabel, dan lain-lain.

Dengan adanya kemudahan serta manfaat yang diberikan oleh OVO kepada penggunanya maka konsumen diharapkan merasakan kepuasan dalam menggunakan Aplikasi OVO tersebut. Sehingga hal ini menyebabkan penggunanya terus melakukan transaksi pembayaran secara *online* pada Aplikasi OVO. Dengan adanya fenomena tersebut, hal inilah yang mendorong peneliti untuk diadakannya penelitian yang bertujuan untuk mengetahui bagaimana hubungan antara *Persepsi Kemudahan (X1)* dan *Persepsi Manfaat (X2)* terhadap kepuasan konsumen dalam

menggunakan Uang Elektronik (*E-Money*) pada Aplikasi OVO. Berdasarkan latar belakang tersebut, maka fenomena ini menarik untuk diteliti lebih lanjut dan diberi judul **“Pengaruh Persepsi Kemudahan dan Manfaat Penggunaan Aplikasi OVO terhadap Kepuasan Konsumen”**.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang di atas, rumusan masalah yang dapat dikemukakan penulis, yaitu:

1. Adakah pengaruh *persepsi kemudahan* dan *manfaat penggunaan* pada aplikasi OVO terhadap kepuasan konsumen?
2. Variabel manakah yang lebih dominan mempengaruhi kepuasan konsumen terhadap penggunaan Aplikasi OVO?

## **1.3 Tujuan Penelitian**

1. Untuk mengetahui pengaruh *persepsi kemudahan* dan *manfaat penggunaan* pada aplikasi OVO terhadap kepuasan konsumen.
2. Untuk mengetahui variabel manakah yang dominan mempengaruhi kepuasan konsumen terhadap penggunaan Aplikasi OVO.

## **1.4 Manfaat Penelitian**

Manfaat yang diperoleh dari penelitian ini adalah :

### **1.4.1 Manfaat Praktis**

### 1. Bagi Perusahaan

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat kepada perusahaan yang diteliti agar menjadi tambahan informasi bagi perusahaan dalam pengambilan keputusan serta dalam pelaksanaan pelayanannya.

### 2 Bagi Pengguna

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi untuk pengguna agar dapat mengetahui manfaat dan kemudahan yang didapat dalam menggunakan Uang Elektronik (*E-Money*) pada aplikasi OVO.

## **Daftar Pustaka**

Adhinagari, Annisa Haibah. 2018. "Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Kepercayaan Dan Persepsi Resiko Terhadap Persepsi

Penggunaan E-Money.”

Arikunto, S. 2002. *Metodologi Penelitian*. Pt. Rineka Cipta Jakarta.

Ayu, Ida, Cynthia Saisaria, I Gusti Ayu, And Ketut Giantari. 2017. “Pengaruh Perceived Usefulness , Perceived Ease Of Use , Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Untuk Membangun Loyalitas” 10: 3637–64.

Dr. Willy Abdillah, M.S.C. 2018. *Metode Penelitian Terpadu Sistem Informasi Hal 63*. Yogyakarta: Penerbit Andi.

Fatmawati, Endang. 2015. “Technology Acceptance Model (Tam) Untuk Menganalisis Penerimaan Terasap Sistem Informasi Perpustakaan Hal 7.” : 7.

Ferdinand. 2006. *Metode Penelitian*.

Ferryfabi Fadillah. 2018. “Sudah Saatnya Beralih Ke E-Money, Alat Pembayaran Zaman Now.” *Kementerian Keuangan Republik Indonesia*.

<https://www.kemenkeu.go.id/publikasi/artikel-dan-opini/sudah-saatnya-beralih-ke-e-money-alat-pembayaran-zaman-now/>.

Ghozali, Imam. 2011. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program Ibm Spss 19*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

———. 2012. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program Spss Hal 98*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Indonesia, Bank. “Statistik Sistem Pembayaran.” *Bank Indonesia*.

<https://www.bi.go.id/id/statistik/sistem-pembayaran/uang-elektronik/contents/transaksi.aspx>.

———. “Uang Elektronik.” *Bank Indonesia*. <https://www.bi.go.id/id/edukasi->

Perlindungan-Konsumen/Edukasi/Produk-Dan-Jasa-Sp/Uang-  
Elektronik/Pages/Default.Aspx.

Jogiyanto. 2008. *Sistem Informasi Keperilakuan. Edisi Revisi Hal 36*. Yogyakarta:  
Penerbit Andi.

Lemeshow, Stanley, David W. Hosmer J, Janeile Klar, And Stephen K Lwarga.  
1997. “Besarnya Sampel Dalam Penelitian Kesehatan.” In Gajah Mada  
University Press, Yogyakarta, 2.

Lupiyoadi, Rambat. 2010. *Manajemen Pemasaran Jasa: Teori Dan Praktik*.  
Jakarta: Salemba Empat.

Mar’ati, Nafisa Choirul. 2016. “Pengaruh Kualitas Layanan Dan Harga Terhadap  
Kepuasan Pelanggan Jasa Transportasi Ojek Online (Studi Pada Konsumen  
Gojek Di Surabaya).” *Progran Studi Pendidikan Tata Negara Unesa 3*.

Muskita, Putra. 2019. “Ovo Is Current E-Wallet Leader In Indonesia, According  
To Central Bank Data.” *19 September*.

Octavia, Grace Giovanni, And Raisa Pratiwi. “Persepsi Manfaat Terhadap Minat  
Pengguna Dalam Bertransaksi Menggunakan E-Money ( Studi Empiris Pada  
Pengguna E-Money Berbasis Ovo ).” : 1–17.

Oktaviani, Naulia, Widji Astuti, And Achmad Firdiansjah. 2019. “Pengaruh  
Kepuasan Konsumen Terhadap Pembentukan Komitmen Pelanggan Dan E-  
Wom.” *12(1): 93–112*.

Pratama, Andhika Bayu, And I Dewa Gede Dharma Suputra. 2019. “Pengaruh  
Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Dan Tingkat



Kepercayaan Pada Minat Menggunakan Uang Elektronik.” *Akuntansi Universitas Udayana* 27.

Priambodo, Singgih, And Bulan Prabawani. “Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Dan Persepsi Risiko Terhadap Minat Menggunakan Layanan Uang Elektronik ( Studi Kasus Pada Masyarakat Di Kota Semarang ) Pendahuluan Kajian Teori Perilaku Konsumen.”

Ramadhan, Adi Firman, And Andrian Budi Prasetyo. “Persepsi Mahasiswa Dalam Menggunakan E-Money.”

Ramadhan Triwijanarko. 2018. “Finance Setahun, Pengguna Ovo Tumbuh Lebih Dari 400%.” *Marketeers*.

Sekaran. 2013. *Metode Penelitian*.

———. 2017. *Metodologi Penelitian Untuk Bisnis (Research Methods For Business)*. Jakarta: Salemba Empat.

Soerfianto, Hariyani Iswi, And Cita Yustisia. 2012. *Untung Dengan Kartu Kredit, Kartu Atm-Debit, Dan Uang Elektronik*. Jakarta: Visimedia.

Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

———. 2015. *Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D)*. Cv. Alfabeta: Bandung.

Sukandarrumidi. 2012. “Metodologi Penelitian: Petunjuk Praktis Untuk Peneliti Pemula.” In 4, Yogyakarta: Gadjah Mada University Press, 47.

Sunyoto, Danang. 2013. *Teori Kuesioner Dan Analisi Data Untuk Pemasaran*

*Dan Prilaku Konsumen*. Yogyakarta: Graha Ilmu.

Sutedja, Wira. 2007. *Panduan Layanan Konsumen*. Jakarta: Pt.Grasindo.

Tim Bank Indonesia. 2019. “Informasi Perizinan Penyelenggara Dan Pendukung Jasa Sistem Pembayaran.” *Bank Indonesia*.

Tim Inisiatif Bi. 2006. *Upaya Meningkatkan Penggunaan Alat Pembayaran Non Tunai Melalui Pengembangan E-Money Hal 12-14*.

Velanda, Winnie, And Raisa Pratiwi. 2019. “Pengaruh Persepsi Kepercayaan, Persepsi Kemudahan, Persepsi Risiko Terhadap Minat Bertransaksi Menggunakan E-Money Dengan Kemanfaatan Sebagai Variabel Intervennng (Studi Empiris Umkm Makanan Khas Palembang).”

Wulandari, Febiola. “Penggunaan Uang Elektronik ( Studi Pada Pengguna Go-Pay Di Kota Malang ).”

Yosua Arent Lonardo Aritonang, And Anton Arisman. “Pengaruh Persepsi Kemudahan Dan Persepsi Manfaat Terhadap Minat Menggunakan E-Money.” (X): 1–17