

**“ PENGARUH PERSEPSI TERHADAP MINAT PENGGUNAAN E-
MONEY OVO : STUDI IMPLEMENTASI *FINANCIAL TECHNOLOGY*
DENGAN PENDEKATAN TAM PADA KONSUMEN GRAND MALL
BASKO KOTA PADANG ”**

SKRIPSI



Oleh :

SURI YANI

1710011211121

JURUSAN MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS BUNG HATTA

2021

KATA PENGANTAR



Puji syukur Alhamdulillah penulis panjatkan kehadiran Allah SWT atas segala rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan laporan tugas akhir dengan judul “Pengaruh Persepsi Terhadap Minat Penggunaan *E-Money* Ovo : Studi Implementasi *Financial Technology* Dengan Pendekatan Tam Pada Konsumen Grand Mall Basko Kota Padang”. Skripsi ini disusun untuk memenuhi persyaratan akademis dalam rangka menempuh ujian komprehensif sarjana dan untuk memperoleh gelar sarjana pada jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bung Hatta Padang.

Dalam melakukan penelitian dan penulisan skripsi ini penulis banyak mendapat bantuan dan dukungan baik secara langsung maupun tidak langsung. Untuk itu penulis menyampaikan rasa terima kasih kepada orang-orang yang telah memberikan kontribusi dan motivasi kepada penulis sehingga mampu menyelesaikan penelitian dan penulisan skripsi ini, penulis mengucapkan terima kasih kepada :

1. Bapak Prof. Dr. Azwar Ananda, M.A, Rektor Universitas Bung Hatta yang telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk menimba ilmu dengan segala kebijaksanaannya.
2. Bapak Dr.Hidayat, S.T., M.T, IPM. dan Bapak Drs. Meihendri, M.Si., Ak selaku Dekan dan wakil Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bung Hatta.

3. Ibu Lindawati, SE.,M.Si dan Bapak Purbo Jadmiko, SE.,M.Sc selaku ketua dan sekretaris jurusan Manajemen Universitas Bung Hatta yang telah bersedia membantu segala administrasi penulis dari awal penelitian.
4. Ibu Dr. Hj. Listiana Sri Mulatsih, SE.M.M selaku pembimbing yang telah bersedia meluangkan waktu, tenaga dan fikiran dalam memberikan bimbingan baik berupa pemahaman, petunjuk maupun saran-saran atau pendapat yang sangat penulis butuhkan dalam penelitian ini.
5. Ibu Yuhelmi, S.E, M.M selaku pembimbing akademik yang telah bersedia meluangkan waktu untuk membimbing dalam keakademisan penulis selama perkuliahan.
6. Segenap dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis yang telah memberikan ilmu pengetahuan semasa perkuliahan dan para karyawan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bung Hatta yang telah memberikan bantuan demi kelancaran penelitian ini.
7. Kepada orang tua tercinta ayah dan ibu yang mengirimkan doa dan senantiasa selalu mendoakan dan memberi semangat demi kelancaran pendidikan penulis.
8. Keluarga besar tercinta yang telah memberi dukungan baik secara moril maupun materi demi kelancaran pendidikan penulis di Universitas Bung Hatta.
9. Kepada semua sahabat-sahabat manajemen angkatan 17 yang membantu dalam mengkritik dan memberi saran guna penyempurnaan penelitian ini

karena peneliti sadar bahwa skripsi ini masih jauh dari katasempurna sehingga dibutuhkan krita dan sara yang membangun.

10. Iam, Reghina, Cece yang sudah membantu support dalam penyelesaian skripsi ini.

Padang, 16 Agustus 2021

Suri Yani

TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI

Dengan ini Pembimbing Skripsi dan Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Bung Hatta menyatakan bahwa :

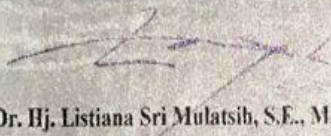
Nama : Suri Yani
NPM : 1710011211121
Program Studi : Strata Satu (S1)
Jurusan : Manajemen
Judul Skripsi : Pengaruh Persepsi Terhadap Minat Penggunaan *E-Money* OVO : Studi Implementasi *Financial Technology* Dengan Pendekatan TAM Pada Konsumen Grand Mall Basko Kota Padang


Telah Disetujui Skripsinya Sesuai Dengan Prosedur, Ketentuan dan Kelaziman Yang Berlaku Yang Telah Diuji dan Telah Dinyatakan **Lulus** Dalam Ujian Komprehensif Pada Hari Senin, 16 Agustus 2021.

Disetujui oleh,

Pembimbing

Pt. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Bung Hatta


Dr. Hj. Listiana Sri Mulatsih, S.E., M.M


Dr. Hilayat, S.T.,M.T.,IPM.

PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Suri Yani

NPM : 1710011211121

Tempat Tanggal Lahir : Lubuk Alung, 31 Mei 1999

Alamat : Lubuk Alung

Menyatakan bahwa yang tertulis di dalam skripsi ini adalah benar hasil karya saya sendiri, bukan jiplakan dari karya tulis orang lain, baik sebagian atau seluruhnya. Pendapat atau temuan orang lain yang terdapat di dalam skripsi ini di kutip dan dirujuk berdasarkan kode etik ilmiah. Apabila dikemudian hari skripsi ini terbukti sebagai hasil jiplakan dari karya tulis orang lain, maka saya bersedia menerima sanksi sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Padang, 26 Agustus 2021

Suri Yani

**PENGARUH PERSEPSI TERHADAP MINAT PENGGUNAAN
E-MONEY OVO : STUDI IMPLEMENTASI *FINANCIAL TECHNOLOGY*
DENGAN PENDEKATAN TAM PADA KONSUMEN GRAND MALL
BASKO KOTA PADANG**

**Suri Yani 1 , Listiana Sri Mulatsih 2
Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis
Universitas Bung Hatta**

E-mail: suriyanisyn99@gmail.com, listiana@bunghatta.ac.id

ABSTRACT

Penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan pengaruh persepsi kemudahan penggunaan, persepsi manfaat, persepsi keamanan dan persepsi resiko terhadap penggunaan *e-money* OVO. Populasi dalam penelitian ini adalah pengguna OVO di Grand Mall Basko Padang. Pengumpulan data primer menggunakan kuesioner dan pengumpulan data sekunder menggunakan survey terhadap pengguna *e-money* OVO. Teknik penarikan sampel menggunakan teknik *non probability sampling* dengan menggunakan *purposive sampling* dengan jumlah sampel sebanyak 100 responden. Metode analisis dalam penelitian ini menggunakan PLS. Dari hasil Pengujian dapat disimpulkan bahwa persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh positif terhadap minat penggunaan, persepsi manfaat berpengaruh positif terhadap minat penggunaan, persepsi keamanan berpengaruh positif terhadap minat penggunaan, dan persepsi resiko berpengaruh negatif terhadap minat penggunaan.

Kata kunci : persepsi kemudahan penggunaan, persepsi manfaat, persepsi keamanan, persepsi resiko, minat menggunakan penguunaan

**THE EFFECT OF PERCEPTION ON INTEREST IN USING OVO
E-MONEY : STUDY OF FINANCIAL TECHNOLOGY IMPLEMENTATION
WITH TAM APPROACH ON CONSUMERS OF GRAND MALL BASKO
PADANG CITY**

Suri Yani 1 , Listiana Sri Mulatsih 2
Department of Management, Faculty of Economics and Business
Bung Hatta University

E-mail: suriyanisyn99@gmail.com, listiana@bunghatta.ac.id

ABSTRACT

This study aims to explain the effect of perceived ease of use, perceived benefits, perceived security and perceived risk on the use of OVO e-money. The population in this study were OVO users at Grand Mall Basko Padang. Primary data collection uses a questionnaire and secondary data collection uses a survey of OVO e-money users. The sampling technique used non-probability sampling technique by using purposive sampling with a sample of 100 respondents. The method of analysis in this study using PLS. From the test results, it can be concluded that the perception of ease of use has a positive effect on interest in use, perception of benefits has a positive effect on interest in use, perception of security has a positive effect on interest in use, and perception of risk has a negative effect on interest in use.

Keywords: perceived ease of use, perceived benefits, perceived security, perceived risk, interest in using

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	i
ABSTRAK	iv
ABSTRACT	v
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	7
1.3 Tujuan Penelitian	8
1.4 Manfaat Penelitian	8
BAB II LANDASAN TEORI DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS	9
2.1 Landasan Teori.....	9
2.1.1 TAM (<i>Technology Acceptance Model</i>).....	9
2.1.2 Uang Elektronik (<i>E-Money</i>).....	11
2.1.3 Minat Penggunaan	14
2.1.4 Persepsi	15
2.1.5 Persepsi Kemudahan Penggunaan	16
2.1.6 Persepsi Manfaat	17
2.1.7 Persepsi Keamanan	18
2.1.8 Persepsi Resiko	19
2.2 Pengembangan Hipotesis	21
2.2.1 Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan terhadap Minat Penggunaan <i>E-money</i> OVO.....	21
2.2.2 Pengaruh Persepsi Manfaat terhadap Minat Penggunaan <i>E-money</i> OVO.....	22

2.2.3 Pengaruh Persepsi Keamanan terhadap Minat Penggunaan <i>E-money</i> OVO.....	23
2.2.4 Pengaruh Persepsi Resiko terhadap Minat Penggunaan <i>E-money</i> OVO.....	24
2.3 Kerangka Konseptual.....	26
BAB III METODE PENELITIAN	27
3.1 Objek Penelitian.....	27
3.2 Populasi dan Sampel.....	27
3.3 Teknik Pengambilan Sampel.....	28
3.4 Jenis Data dan Sumber Data.....	28
3.5 Teknik Pengumpulan data.....	29
3.6 Defenisi Operasional.....	29
3.6.1 Minat Penggunaan.....	29
3.6.2 Persepsi Kemudahan Penggunaan.....	30
3.6.3 Persepsi Manfaat.....	30
3.6.4 Persepsi Keamanan.....	31
3.6.5 Persepsi Resiko.....	32
3.7 Pengukuran Instrumen.....	33
3.8 Teknik Analisis Data.....	33
3.8.1 <i>Measurement Model Assesemen</i>	34
3.8.2 Uji Reliabilitas.....	35
3.8.3 Analisis Deskriptif.....	35
3.8.4 Pengujian <i>R-Square</i>	36
3.8.5 <i>Structural Model Assessment (SMA)</i>	37
3.8.6 Pengujian Hipotesis.....	38
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	39
4.1 Hasil Penelitian.....	39

4.1.1 Profil Responden.....	39
4.1.2 <i>Measurement Model Assesemen</i>	42
4.1.2.1 <i>Convergent Validity</i>	42
4.1.2.2 <i>Discriminant Validity</i>	44
4.1.3 Uji Reliabilitas	45
4.1.4 Analisis Deskriptif	47
4.1.4.1 Minat Penggunaan	47
4.1.4.2 Persepsi Kemudahan Penggunan.....	47
4.1.4.3 Persepsi Manfaat	49
4.1.4.4 Persepsi Keamanan.....	50
4.1.4.5 Persepsi Resiko.....	51
4.1.5 Pengujian R <i>Square</i>	53
4.1.6 <i>Structural Model Assessment (SMA)</i>	53
4.1.7 Pengujian Hipotesis	54
4.2 Pembahasan.....	56
4.2.1 Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan terhadap Minat Penggunaan <i>E-money</i> OVO di Grand Mall Basko Kota Padang	56
4.2.2 Pengaruh Persepsi Manfaat terhadap Minat Penggunaan <i>E-money</i> OVO di Grand Mall Basko Kota Padang	57
4.2.3 Pengaruh Persepsi Keamanan terhadap Minat Penggunaan <i>E-money</i> OVO di Grand Mall Basko Kota Padang	58
4.2.4 Pengaruh Persepsi Resiko terhadap Minat Penggunaan <i>E-money</i> OVO di Grand Mall Basko Kota Padang	59
BAB V PENUTUP	61
5.1 Kesimpulan	61
5.2 Saran	61
5.3 Keterbatasan Penelitian.....	62

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Table 3.1 : Kriteria Tingkat Capaian Responden (TCR)	37
Tabel 4.1 : Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	39
Tabel 4.2 : Profil Responden Berdasarkan Umur	40
Tabel 4.3 : Profil Responden Berdasarkan Pekerjaan	41
Tabel 4.4 : Profil Responden Berdasarkan Penghasilan	42
Tabel 4.5 : Uji Validitas Variabel Penelitian	43
Tabel 4.6 : Uji Validitas Tahap Kedua Variabel Penelitian	44
Tabel 4.7 : Fornel-Lacker Criterion	45
Tabel 4.8 : Hasil Uji Realibilitas Variabel Penelitian	46
Tabel 4.9 : Distribusi Frekuensi Variabel Minat Penggunaan	47
Tabel 4.10 : Distribusi Frekuensi Variabel Persepsi Kemudahan.....	48
Tabel 4.11 : Distribusi Frekuensi Variabel Persepsi Manfaat.....	49
Tabel 4.12 : Distribusi Frekuensi Variabel Persepsi Keamanan	50
Tabel 4.13 : Distribusi Frekuensi Variabel Persepsi Resiko.....	51
Tabel 4.14 : Pengujian R-Square	52
Tabel 4.15 : Hasil Pengujian Hipotesis	54

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 : Kerangka Konseptual	26
Gambar 4.1 : Structural Model Assesment	53

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 : Kuesioner

Lampiran 2 : Tabulasi Data

Lampiran 3 : Profil Responden

Lampiran 4 : Uji Validitas

Lampiran 5 : Discriminant Validity

Lampiran 6 : Uji Realiabilitas

Lampiran 7 : Analisis Deskriptif

Lampiran 8 : Uji Hipotesis