

**PENGARUH KEMANFAATAN, KEMUDAHAN DAN KEPERCAYAAN
TERHADAP KEPUASAN DALAM PENGGUNAAN LINKAJA
SYARIAH MASYARAKAT KOTA SURAKARTA**

SKRIPSI

**Diajukan Kepada
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta
Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Guna
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi**



Oleh :

**SITI MAHMUDAH NUR AFIFAH
NIM. 18.52.31.216**

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN MAS SAID SURAKARTA
2022**

PENGARUH KEMANFAATAN, KEMUDAHAN DAN KEPERCAYAAN
TERHADAP KEPUASAN DALAM PENGGUNAAN LINKAJA
SYARIAH MASYARAKAT KOTA SURAKARTA

SKRIPSI

Diajukan Kepada
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta
Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Guna
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi

Oleh:

Siti Mahmudah Nur Afifah
NIM. 18.52.31.216

Surakarta, 24 Oktober 2021

Disetujui dan disahkan oleh:
Dosen Pembimbing Skripsi



Dr. Indah Piliyanti, S.Ag., M.S.I
NIP. 19780318 200912 2 001

SURAT PERNYATAAN TELAH MELAKUKAN PENELITIAN

Assalamu'alaikum Wr.Wb

Yang bertanda tangan di bawah ini:

NAMA : SITI MAHMUDAH NUR AFIFAH

NIM : 18.52.31.216

JURUSAN : PERBANKAN SYARIAH

FAKULTAS : EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Menyatakan bahwa penelitian skripsi berjudul “PENGARUH KEMANFAATAN, KEMUDAHAN, DAN KEPERCAYAAN TERHADAP KEPUASAN DALAM PENGGUNAAN LINKAJA SYARIAH MASYARAKAT KOTA SURAKARTA”.

Dengan ini saya menyatakan bahwa saya benar-benar telah melakukan penelitian dan mengambil data. Apabila dikemudian hari diketahui skripsi ini menggunakan data yang tidak sesuai dengan data sebenarnya, saya bersedia menerima sanksi sesuai peraturan yang berlaku.

Demikian surat ini dibuat dengan sesungguhnya untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Wassalamu'alaikum Wr.Wb

Surakarta, 24 Oktober 2022



Siti Mahmudah Nur Afifah

SURAT PERNYATAAN BUKAN PLAGIASI

Assalamu'alaikum Wr. Wb

Yang bertanda tangan di bawah ini:

NAMA : SITI MAHMUDAH NUR AFIFAH

NIM : 18.52.31.216

JURUSAN : PERBANKAN SYARIAH

FAKULTAS : EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Menyatakan bahwa penelitian skripsi berjudul “PENGARUH KEMANFAATAN, KEMUDAHAN, DAN KEPERCAYAAN TERHADAP KEPUASAN DALAM PENGGUNAAN LINKAJA SYARIAH MASYARAKAT KOTA SURAKARTA”.

Dengan ini saya menyatakan bahwa saya benar-benar telah melakukan penelitian dan mengambil data. Apabila dikemudian hari diketahui skripsi ini menggunakan data yang tidak sesuai dengan data sebenarnya, saya bersedia menerima sanksi sesuai peraturan yang berlaku.

Demikian surat ini dibuat dengan sesungguhnya untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb

Surakarta, 24 Oktober 2022



Siti Mahmudah Nur Afifah

Dr. Indah Piliyanti, S.Ag., M.S.I
Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta

NOTA DINAS

Hal : Skripsi

Sdri : Siti Mahmudah Nur Afifah

Kepada Yang Terhormat
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Raden Mas
Said Surakarta

Assalamu 'alaikum Wr. Wb.

Dengan hormat, bersama ini kami sampaikan bahwa setelah menelaah dan mengadakan perbaikan seperlunya, kami memutuskan bahwa skripsi saudara Siti Mahmudah Nur Afifah NIM: 18.52.31.216 yang berjudul:

“PENGARUH KEMANFAATAN, KEMUDAHAN, DAN KEPERCAYAAN TERHADAP KEPUASAN DALAM PENGGUNAAN LINKAJA SYARIAH MASYARAKAT KOTA SURAKARTA”.

Sudah dapat dimunaqasahkan sebagai salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (SE) dalam bidang ilmu Perbankan Syariah

Oleh karena itu kami mohon agar skripsi tersebut segera dimunaqasahkan dalam waktu dekat.

Demikian atas dikabulkannya permohonan ini disampaikan terimakasih.

Wassalamu 'alaikum Wr. Wb.

Surakarta, 24 Oktober 2022
Dosen Pembimbing Skripsi



Dr. Indah Piliyanti, S.Ag., M.S.I
NIP. 19780318 200912 2 001

PENGESAHAN

**PENGARUH KEMANFAATAN, KEMUDAHAN DAN KEPERCAYAAN
TERHAAP KEPUASAN DALAM PENGGUNAAN LINKAJA
SYARIAH MASYARAKAT KOTA SURAKARTA**

Oleh:

SITI MAHMUDAH NUR AFIFAH

NIM. 18.52.31.216

Telah dinyatakan lulus dalam ujian munaqosah
Pada hari Jumat tanggal 04 November 2022 M/ 09 Rabiul Akhir 1444 H dan dinyatakan
telah memenuhi persyaratan guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi

Dewan Penguji :

Penguji I (Merangkap Ketua Sidang)

Rais Sani Muharrami, S.E.I., M.E.I

NIP. 19870828 201403 1 002

Penguji II

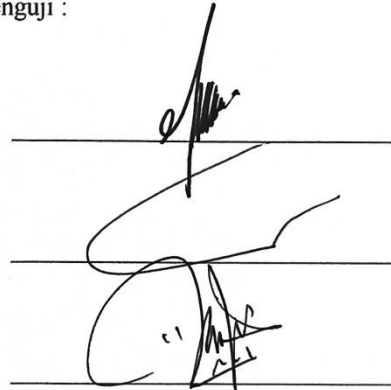
Fuad Hasyim, M.E.K.

NIP. 19890316 201801 1 003

Penguji III

Meilana Widyaningsih, S.E.Sy., M.E.

NIP. 19920518 202012 2 013



Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta



[Signature]
Dr. M. Rahmawan Arifin, M.Si.
NIP. 19720304 200112 1 004

MOTTO



“Allah tidak membebani seseorang melainkan sesuai dengan kesanggupannya”

(Q.S. Al-Baqarah; 286)

“Hidup tak selalu adil bagi semua orang. Ada orang yang jalannya penuh lubang dan tidak mulus dan ada juga orang yang berlari sekuat tenaga kemudian menemui jurang di ujung jalan” (Hong Dusik)

“Percayalah pada Allah, Allah memiliki rencana yang lebih baik,

Allah tahu yang terbaik”



HALAMAN PERSEMBAHAN

Kupersembahkan dengan segenap cinta dan doa

Karya sederhana ini untuk:

Allah Yang Maha Esa yang telah memberi rahmat dan karunia-Nya sehingga
diberi kemudahan untuk menyelesaikan tugas akhir dengan baik.

Kedua orang tua saya tercinta, Bapak Sukino dan Ibu Sri Sulistyani yang selalu
memberi dukungan serta doa.

Keluarga besar serta kerabat yang telah memberikan motivasi

Yang selalu mendoakan dan memberi semangat serta kasih sayang yang tulus dan
tak ternilai besarnya

Terimakasih

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Segala puji dan syukur bagi Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, karunia dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh Kemanfaatan, Kemudahan dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Dalam Penggunaan Linkaja Syariah Masyarakat Kota Surakarta”. Skripsi ini disusun untuk menyelesaikan Studi Jenjang Strata 1 (S1) Jurusan Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta. Penulis menyadari sepenuhnya, telah banyak mendapatkan dukungan, bimbingan dan dorongan dari berbagai pihak yang telah menyumbangkan pikiran, waktu, tenaga dan sebagainya. Oleh karena itu, pada kesempatan ini dengan setulus hati penulis mengucapkan terimakasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. H.Mudofir, S.Ag., M.Pd, selaku Rektor Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta.
2. Bapak Dr. M. Rahmawan Arifin, SE, M.Si. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta.
3. Rais Sani Muharrami, S.E.I, M.E.I., selaku Koordinator Program Studi Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta.

4. Dr. Indah Piliyanti, S.Ag., M.S.I., selaku dosen Pembimbing Skripsi yang telah memberikan banyak perhatian dan bimbingan selama penulis menyelesaikan skripsi.
5. Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Mas Said Surakarta yang telah memberikan bekal ilmu yang bermanfaat bagi penulis.
6. Kedua orang tuaku tercinta, Bapak Sukino dan Ibu Sri Sulistyani terimakasih yang selalu memberi doa, cinta dan pengorbanan yang tak pernah ada habisnya, kasih sayangmu tak akan pernah kulupakan.
7. Sahabat-sahabatku seperjuangan semasa perkuliahan Shafa, Dhinar, Sinta, dan Yuliana. Terima kasih sudah menjadi teman terbaik yang selalu memberi dukungan, semangat, doa terbaiknya dan menemani selama masa perkuliahan.
8. Sahabat-sahabat Portable Squad yaitu Rena, Oktavian, Frida, Rika, Erlina dan Dwi yang selalu menjadi tempat berbagi suka, duka dan memberikan keceriaan.
9. Teman-teman Perbankan Syariah angkatan 2018 yang telah memberikan keceriaan dan semangat kepada penulis selama penulis menempuh studi di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Mas Said Surakarta.
10. Kepada semua pihak yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu yang telah memberikan sedikit atau banyak andil dan doa kepada saya dalam menyelesaikan penulisan skripsi, penulis mengucapkan terimakasih sebesar-besarnya.

Terhadap semuanya tiada kiranya penulis dapat membalasnya, hanya doa serta puji syukur kepada Allah SWT, semoga memberikan balasan kebaikan kepada semuanya. Amin.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Surakarta, 24 Oktober 2022

Siti Mahmudah Nur Afifah

ABSTRACT

The use of electronic money and the number of electronic money transaction to increasing every year. This research aims to determine the effect of perceived usefulness, perceived ease of use, and perceived trust on satisfaction in using LinkAja Syariah for the Surakarta City Community.

The samples in this research was 100 respondents using purposive random sampling and data obtained by distributing questionnaire to the Surakarta City using LinkAja Syariah. This research used a multiple linear regression analysis method.

Based on the analysis results, the perception of usefulness, perceived convenience, and perception of trust had a significant partial and simultaneous effect on satisfaction with the use of LinkAja Syariah for the Surakarta City Community. From the results of the determination test, the value of R-square was 62.8%, and other factors not included in this research explained the remaining 37.2%.

Keywords: Usefulness, Ease Of Use, Trust, Customer Satisfaction.

ABSTRAK

Penggunaan uang elektronik dan jumlah transaksi uang elektronik yang mengalami peningkatan di setiap tahunnya. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kemanfaatan, kemudahan dan kepercayaan terhadap kepuasan dalam penggunaan LinkAja Syariah Masyarakat Kota Surakarta.

Sampel yang digunakan penelitian ini sebanyak 100 responden dengan menggunakan *purposive random sampling* dan data diperoleh dengan menyebarkan kuesioner kepada masyarakat Kota Surakarta yang menggunakan LinkAja Syariah. Teknik analisis menggunakan metode analisis regresi linear berganda.

Berdasarkan hasil analisis menunjukkan bahwa kemanfaatan, kemudahan, dan kepercayaan berpengaruh signifikan secara simultan dan parsial terhadap kepuasan dalam Penggunaan LinkAja Syariah Masyarakat Kota Surakarta. Dari hasil uji Determinasi Nilai *R square* sebesar 62,8% dan sisanya 37,2% dijelaskan oleh faktor-faktor lain yang tidak terdapat dalam penelitian ini.

Kata kunci: Kemanfaatan, Kemudahan, Kepercayaan, Kepuasan Pelanggan.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING	ii
HALAMAN PERNYATAAN MELAKUKAN PENELITIANiii
HALAMAN PERNYATAAN BUKAN PLAGIASI	iv
HALAMAN NOTA DINAS	v
HALAMAN PENGESAHAN MUNAQOSAH	vi
HALAMAN MOTTO	vii
HALAMAN PERSEMBAHAN	viii
KATA PENGANTAR	ix
<i>ABSTRACT</i>	xii
ABSTRAK	xiii
DAFTAR ISI	xiv
DAFTAR TABEL	xvii
DAFTAR GAMBAR	xviii
DAFTAR LAMPIRAN	xix
BAB I PENDAHULUAN1
1.1 Latar Belakang Masalah1
1.2 Identifikasi Masalah6
1.3 Batasan Masalah6
1.4 Rumusan Masalah7
1.5 Tujuan Penelitian7
1.6 Manfaat Penelitian8

1.7 Sistematika Penulisan	8
BAB II LANDASAN TEORI	10
2.1. Kajian Teori	10
2.1.1. Kepuasan Pelanggan	10
2.1.2. Kemanfaatan	12
2.1.3. Kemudahan	13
2.1.4. Kepercayaan	13
2.1.5. LinkAja Syariah	15
2.2. Penelitian Terdahulu	16
2.3. Kerangka Pemikiran	20
2.4. Hipotesis	20
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	23
3.1. Waktu dan Wilayah Penelitian	23
3.2. Jenis Penelitian	23
3.3. Populasi, Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel	23
3.3.1. Populasi	23
3.3.2. Sampel	23
3.3.3. Teknik Pengambilan Sampel	24
3.4. Data dan Sumber Data	25
3.5. Teknik Pengumpulan Data	25
3.6. Variabel Penelitian	26
3.7. Definisi Operasional Variabel	27
3.8. Teknik Analisis Data	28

3.8.1. Statistik Deskriptif	28
3.8.2. Uji Kualitas Data	28
3.8.3. Uji Asumsi Klasik	29
3.8.4. Uji Hipotesis	30
3.8.5. Analisis Regresi Linear Berganda	32
BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN	33
4.1. Gambaran Umum Penelitian	33
4.2. Uji Kualitas Data	35
4.3. Uji Asumsi Klasik	37
4.4. Uji Hipotesis	40
4.5. Analisis Regresi Berganda	43
4.6. Pembahasan Hasil Analisis Data	45
BAB V PENUTUP	49
5.1. Kesimpulan	49
5.2. Keterbatasan Penelitian	50
5.2. Saran	50
DAFTAR PUSTAKA	51
LAMPIRAN	54

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Transaksi Uang Elektronik	2
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	16
Tabel 3.1 Skor Penilaian Skala Likert	26
Tabel 3.2 Definisi Operasional Variabel	27
Tabel 4.1 Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin	33
Tabel 4.2 Karakteristik Berdasarkan Usia	34
Tabel 4.3 Karakteristik Berdasarkan Pekerjaan	34
Tabel 4.4 Karakteristik Berdasarkan Penghasilan	35
Tabel 4.5 Hasil Uji Validitas	36
Tabel 4.6 Hasil Uji Reliabilitas	37
Tabel 4.7 Hasil Uji Multikolinearitas	39
Tabel 4.8 Hasil Uji Heterokedasitas	40
Tabel 4.9 Hasil Uji T	41
Tabel 4.10 Hasil Uji F	42
Tabel 4.11 Hasil Uji Koefisien Determinasi	43
Tabel 4.12 Hasil Analisis Regresei Linear Berganda	43

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Survei Penggunaan Dompot Digital	2
Gambar 2.2 Kerangka Pemikiran	20
Gambar 4.1 Hasil Uji Normalitas	38

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian	54
Lampiran 2 Data Primer Penelitian	58
Lampiran 4 Tabulasi Data Penelitian	62
Lampiran 5 Hasil Uji Dengan SPSS20	72
Lampiran 6 Daftar Riwayat Hidup	78
Lampiran 7 Bukti Plagiasi	79

BAB I

PENDAHULUAN

1.1.Latar Belakang

Di era teknologi yang semakin pesat saat ini, masyarakat didorong untuk melakukan berbagai aktifitas secara online. Hal ini dinilai lebih efisien dan lebih mudah untuk mendapatkan informasi yang dibutuhkan. Salah satu teknologi saat ini adalah aplikasi *financial technology (fintech)* seperti *e-payment, e-wallet* atau *e-money*. (Legi & Saerang, 2020)

Penggunaan aplikasi *fintech* semakin populer semenjak masa pandemi, dengan menggunakan *smartphone* masyarakat dapat bertransaksi jual beli secara online. Salah satu *fintech* yang berkembang pesat adalah *e-wallet*. *E-wallet* merupakan inovasi teknologi dengan berbagai fitur yang memberikan kemudahan bagi penggunanya dalam bertransaksi. *E-wallet* saat ini menjadi dompet digital dan transaksi online untuk menangani transaksi jarak jauh (Yang M., et al., 2021).

Dalam peraturan Bank Indonesia yang tercantum pada Nomor 11/12/PBI/2009 tentang Uang Elektronik (*Electronic Money*) yang terdapat pada pasal 1 ayat 3 menjelaskan bahwa uang elektronik merupakan alat pembayaran yang memenuhi syarat seperti: diterbitkan atas dasar nilai uang yang sebelumnya telah disetor oleh pemegang kepada penerbit, nilai uang tersimpan secara elektronik dengan menggunakan suatu media seperti *server* atau *chip*, digunakan sebagai alat pembayaran kepada pedagang atau merchant yang bukan penerbit uang elektronik tersebut, dan nilai uang elektronik yang

disetor oleh pemegang dan dikelola oleh penerbit bukan merupakan simpanan sebagaimana dimaksud dalam undang-undang yang mengatur mengenai perbankan.

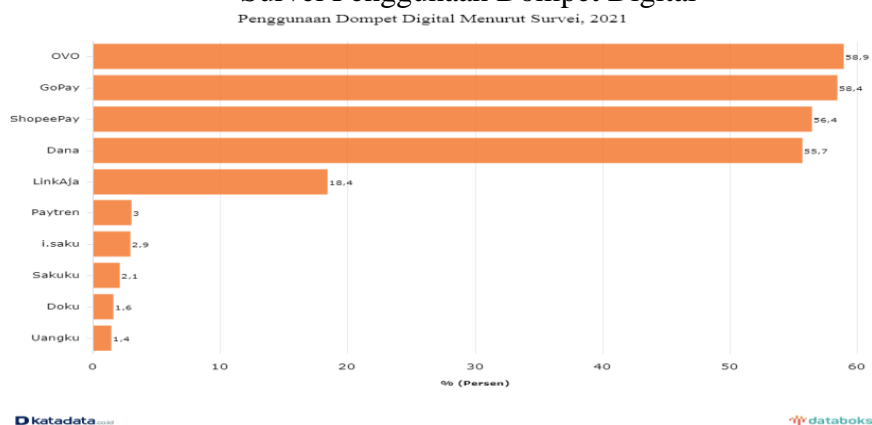
Tabel 1.1
Transaksi Uang Elektronik 2021

Periode	Jumlah Transaksi Uang Elektronik (Dalam jutaan rupiah)
Tahun 2015	5,283,017.65
Tahun 2016	7,063,688.97
Tahun 2017	12,375,468.72
Tahun 2018	47,198,616.11
Tahun 2019	145,165,467.60
Tahun 2020	227,044,330.53
Tahun 2021	260,355,216.26

Sumber: www.bi.go.id

Menurut data dari Bank Indonesia, bahwa indeks transaksi uang elektronik di Indonesia mengalami peningkatan dari tahun 2015 dengan nominal Rp 5,283,017.65 juta dan terus meningkat di tiap tahunnya. Pada tahun 2021 meningkat dengan nominal Rp 260,355,216.26 juta. (Bank Indonesia, 2021). Penggunaan uang elektronik kini semakin populer di Indonesia. Terdapat 63 uang elektronik yang telah berizin oleh Bank Indonesia.

Gambar 1.1
Survei Penggunaan Dompet Digital



Sumber: Databoks (2021)

Berdasarkan gambar 1.1, survei penggunaan dompet digital menunjukkan bahwa OVO adalah aplikasi yang paling banyak digunakan menunjukkan 58,9% responden menggunakan OVO. Kemudian Go-Pay berada diposisi kedua sebanyak 58,4% responden, dan ShopeePay di peringkat ketiga dengan persentase 56,4% responden. Pada peringkat keempat diduduki aplikasi DANA sebesar 55,7%, selanjutnya diikuti oleh aplikasi LinkAja sebesar 18,4% responden.

LinkAja menjadi salah satu layanan dompet digital. Dikutip dari situs resmi LinkAja, adalah penyedia jasa pembayaran berbasis server yang menjadi produk andalan dari PT. Fintek Karya Nusantara (Finarya) dan telah berizin di Bank Indonesia sebagai perusahaan penerbit Uang Elektronik dan Penyelenggara Layanan Keuangan Digital Badan Hukum dan telah menerapkan Sistem Manajemen Keamanan Informasi.

Di tahun 2020, LinkAja secara resmi meliris Layanan LinkAja Syariah. Dengan mengusung layanan syariah yang menawarkan beragam jenis pembayaran yang sesuai dengan prinsip syariah yang dianggap sebagai uang elektronik syariah pertama di Indonesia. Terbitnya fatwa DSN-MUI No.116/DSN-MUI/IX/2017 tentang uang elektronik syariah, LinkAja Syariah menjadi uang elektronik syariah yang mendapat sertifikat DSN-MUI serta izin mengembangkan produk uang elektronik *server-based* dari Bank Indonesia (LinkAja, 2020).

Aplikasi LinkAja/ LinkAja Syariah telah diunduh sebanyak 10 juta lebih pengguna pada *playstore* dengan rating 4.0 dan 731.135 ulasan oleh

pengguna. Dari ulasan tersebut, adapun pengguna menyatakan ketidakpuasannya terkait kemanfaatan dan kemudahan terhadap aplikasi LinkAja/ LinkAja Syariah karena sulitnya untuk mengakses dan sering terjadi kegagalan untuk bertransaksi dalam menggunakan aplikasi LinkAja/ LinkAja Syariah.

Kepercayaan juga menjadi pertimbangan bagi calon pengguna. Kurangnya kepercayaan konsumen akan berdampak negatif pada harapan konsumen untuk menggunakan sebuah produk (Sandy & Firdausy, 2020). Menurut Kotler dan Keller (2016) dalam (Meileny & Wijaksana, 2020) menerangkan bahwa kepercayaan adalah kemampuan perusahaan untuk mampu mewujudkan hubungan serta mengandalkan relasi bisnis, yang dipengaruhi oleh faktor interpersonal, integritas, kebaikan serta kejujuran.

Penggunaan aplikasi LinkAja/ LinkAja Syariah dirasa sangat bermanfaat bagi masyarakat Kota Surakarta yang mewujudkan sebagai kota “*Smart City*” yaitu kota yang mengintegrasikan teknologi informasi dan komunikasi dalam tata kelola sehari-hari yang bertujuan untuk mempertinggi efisiensi, memperbaiki pelayanan publik, dan meningkatkan kesejahteraan warga. Saat ini, Pemerintah Kota Surakarta telah menyediakan uang elektronik bagi masyarakat untuk meningkatkan transaksi non-tunai atau *cashless society* di pasar tradisional, pajak daerah dan kegiatan ekonomi lainnya demi meningkatkan kesejahteraan dengan mempercepat pemulihan ekonomi. (Primasasti, 2021)

Adapun beberapa penelitian mengenai pengaruh kepuasan konsumen yang telah dilakukan namun dengan variabel yang berbeda. Hasil penelitian Nyimas Artina (2021) yang berjudul “Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Kepercayaan dan Fitur Layanan Terhadap Tingkat Kepuasan Pelanggan Dalam Menggunakan E-Money di Kota Palembang” yang hasil penelitiannya dapat disimpulkan bahwa persepsi manfaat, persepsi kemudahan, kepercayaan dan fitur layanan terdapat pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pengguna *electronic money*.

Hasil penelitian oleh Findy Meileny dan Tri Indra Wijaksana yang berjudul “Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Fitur Layanan dan Kepercayaan Terhadap Tingkat Kepuasan Pelanggan LinkAja di Indonesia” mengungkapkan bahwa persepsi manfaat, persepsi kemudahan, fitur layanan dan kepercayaan terdapat pengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan LinkAja di Indonesia.

Izza Ashsifa (2020) dalam penelitiannya yang berjudul “Pengaruh *Technology Acceptance Model (TAM)* Terhadap Kepuasan Pelanggan dan Niat Penggunaan *Mobile Banking* secara Berkelanjutan (Privasi dan Personalisasi Sebagai Variabel Moderasi)” mengungkapkan bahwa *persepsi usefulness* dan *perceived ease of use* terdapat pengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan dan privasi terdapat pengaruh negatif terhadap kepuasan pelanggan *mobile banking*.

Penelitian oleh Chintya Afyanie Sanusi, dkk (2022) yang berjudul “Pengaruh *Perceived Usefulness* dan Kemudahan Penggunaan Terhadap

Kepuasan Konsumen E-Toll (Studi Pada Pengguna E-Toll Card Di Cirebon) mengungkapkan bahwa *perceived usefulness* tidak terdapat pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen e-toll, sedangkan kemudahan terdapat pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen e-toll.

Dengan berkembangnya teknologi *fintech* yang juga menambah perusahaan *e-wallet* yang lainya, hal ini menjadikan persaingan yang semakin ketat bagi perusahaan *e-wallet* untuk memberikan layanan terbaik bagi penggunanya agar selalu puas dan terus menggunakan layanannya. Maka dari itu, LinkAja Syariah digunakan menjadi objek penelitian ini.

Berdasarkan paparan diatas, maka peneliti menetapkan judul “PENGARUH KEMANFATAAN, KEMUDAHAN DAN KEPERCAYAAN TERHADAP KEPUASAN DALAM PENGGUNAAN LINKAJA SYARIAH MASYARAKAT KOTA SURAKARTA”.

1.1. Identifikasi Masalah

Berdasarkan uraian diatas, maka identifikasi masalah penelitian, yakni:

- a. Hasil survei penggunaan dompet digital tahun 2021 bahwa pengguna LinkAja/ LinkAja Syariah sebesar 18,4%
- b. Banyaknya keluhan pengguna LinkAja/ LinkAja Syariah yang merasakan tidak puas terhadap aplikasi LinkAja/ LinkAja Syariah

1.2. Batasan Masalah

Berdasarkan uraian diatas, batasan masalah pada penelitian ini sebagai yakni:

- a. Kemanfaatan, Kemudahan, dan Kepercayaan merupakan variabel independen (X).

- b. Kepuasan Pelanggan merupakan variabel Dependen (Y).

1.3.Rumusan Masalah

Rumusan masalah penelitian ini sebagai berikut:

- a. Apakah Kemanfaatan terdapat pengaruh terhadap kepuasan pelanggan dalam penggunaan LinkAja Syariah Masyarakat Kota Surakarta?
- b. Apakah Kemudahan terdapat pengaruh terhadap kepuasan pelanggan dalam penggunaan LinkAja Syariah Masyarakat Kota Surakarta?
- c. Apakah Kepercayaan terdapat pengaruh terhadap kepuasan pelanggan dalam penggunaan LinkAja Syariah Masyarakat Kota Surakarta?
- d. Apakah Kemanfaatan, Kemudahan dan Kepercayaan berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan dalam penggunaan LinkAja Syariah Masyarakat Kota Surakarta?

1.4.Tujuan Penelitian

Berdasarkan uraian latar belakang, tujuan dari penelitian ini adalah:

- a. Untuk mengetahui pengaruh kemanfaatan terhadap Kepuasan Pelanggan dalam penggunaan LinkAja Syariah Masyarakat Kota Surakarta.
- b. Untuk mengetahui pengaruh kemudahan terhadap Kepuasan pelanggan dalam penggunaan LinkAja Syariah Masyarakat Kota Surakarta.
- c. Untuk mengetahui pengaruh Kepercayaan terhadap kepuasan pelanggan dalam penggunaan LinkAja Syariah Masyarakat Kota Surakarta.
- d. Untuk mengetahui pengaruh kemanfaatan, kemudahan dan kepercayaan terhadap Kepuasan Pelanggan dalam penggunaan LinkAja Syariah Masyarakat Kota Surakarta.

1.5. Manfaat Penelitian

Diharapkan dalam penelitian ini dapat memberi manfaat untuk berbagai pihak diantaranya:

- a. Bagi peneliti, sebagai sarana untuk mengasah kemampuan peneliti dan meningkatkan pemahaman secara ilmiah.
- b. Bagi akademik, harapannya penelitian ini dapat menjadi bahan tambahan informasi serta referensi bagi penelitian selanjutnya.
- c. Manfaat bagi perusahaan, adanya hasil penelitian ini semoga bermanfaat bagi perusahaan untuk menjadi bahan masukan dan evaluasi untuk dapat meningkatkan kepuasan pengguna LinkAja Syariah.

1.6. Sistematika Penulisan

Sistematika penelitian ini berisi bagian isi penelitian ini sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini mencakup latar belakang masalah, identifikasi masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian.

BAB II LANDASAN TEORI

Pada bab ini mencakup kajian teori dan hasil penelitian terdahulu yang dilakukan sebelumnya serta kerangka berpikir dan hipotesis. .

BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini berisi jenis metode yang digunakan untuk penelitian, tempat dan waktu penelitian, sumber data yang digunakan serta teknik pembahasan.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab ini menguraikan hasil penelitian meliputi deskripsi singkat objek penelitian, penyajian dan analisis data dan interpretasi hasil penelitian.

BAB V PENUTUP

Bab ini menjelaskan mengenai kesimpulan dari hasil analisis data telah diolah, keterbatasan penulis dalam melakukan penelitian dan saran.

BAB II

LANDASAN TEORI

2.1.Kajian Teori

2.1.1. Kepuasan Pelanggan

Kepuasan pelanggan merupakan tujuan utama suatu perusahaan sebagai bentuk penilaian terhadap apa yang diinginkan oleh pelanggan dalam mengkonsumsi suatu barang atau jasa. Philip Kotler menerangkan bahwa “Kepuasan merupakan tingkat perasaan di mana seseorang memenuhi hasil perbandingan antara hasil kerja produk/ jasa yang diterima dengan apa yang diharapkan.” (Arif, 2012)

Kinerja pasar menjadi salah satu dimensi kepuasan pelanggan. Ketika kepuasan pelanggan mengalami peningkatan maka penjualan baik jangka panjang maupun jangka pendek akan meningkat, serta pangsa pasar sebagai hasil pembelian berulang. Namun apabila pelanggan tidak puas hal ini menimbulkan resiko, seperti pemblokiran dari lembaga konsumen, keluhan pelanggan, intervensi pemerintah, reaksi pesaing serta adanya produk pengganti baru ke pasar (Tjiptono & Chandra, 2012).

Menurut Kotler & Keller (2016:157) dalam (Adhari, 2020) terdapat lima faktor yang dapat memengaruhi kepuasan pelanggan sebagai berikut:

- a. Kualitas produk dan jasa, seorang pelanggan merasa puas ketika mereka dapat menunjukkan bahwa menggunakan produk berkualitas.
- b. Kualitas layanan, pelanggan akan puas ketika memperoleh layanan yang baik dan memenuhi harapannya.

- c. Faktor emosional, seorang konsumen puas jika mendapatkan harga diri (*self-esteem*) dan keyakinan bahwa orang lain kagum atas produk yang dipakainya.
- d. Harga, yaitu konsumen akan merasakan kepuasan jika suatu produk dengan kualitas yang sebanding namun dengan harga yang lebih murah.
- e. Biaya dan kemudahan, seorang konsumen akan merasakan kepuasan jika produk mudah didapatkan namun tidak mengeluarkan biaya lebih dan membuang waktu.

Kualitas layanan menjadi salah satu faktor yang dapat memengaruhi kepuasan pelanggan. Kualitas layanan merupakan kemampuan perusahaan dalam memberikan layanan kepada pelanggan sesuai dengan harapan yang diinginkan pelanggan. Jika layanan yang diberikan sesuai dengan harapan pelanggan maka kualitas layanan dianggap baik, namun jika layanan yang diberikan tidak sesuai dengan yang diharapkan maka akan dianggap buruk. Oleh karena itu, kemampuan penyedia layanan untuk secara konsisten memenuhi harapan pelanggan yang menentukan kualitas layanan baik atau buruk.

Menurut (Tjiptono, 2009) dalam (Indrasari, 2019), adapun indikator kepuasan pelanggan, yakni:

- a. Kesesuaian harapan

Yaitu tingkat kesesuaian antara kinerja jasa yang diharapkan oleh konsumen dan dirasakan sendiri oleh konsumen.

- b. Minat berkunjung kembali

Yaitu kesediaan konsumen untuk berkunjung kembali atau melakukan pembelian ulang terhadap jasa.

c. Kesediaan merekomendasikan

Yaitu kesediaan konsumen untuk merekomendasikan jasa yang telah digunakan kepada orang lain.

2.1.2. Kemanfaatan

Menurut Davis (1989) dalam (Sandy & Firdausy, 2020) bahwa orang akan menggunakan sebuah sistem apabila orang mempercayai sebuah sistem tersebut dianggap berguna dan dipercaya dapat meningkatkan kinerja penggunaannya. Menurut Jogiyanto (2007) dalam (Pratama & Suputra, 2019) bahwa persepsi kemanfaatan merupakan tingkatan seseorang yakin bahwa dalam mengoperasikan sebuah sistem teknologi informasi dapat meningkatkan kemampuan pekerjaan.

Menurut Davis (1989) dalam (Jogiyanto, 2007), terdapat indikator kemanfaatan sebagai berikut:

- a. Penggunaan sistem menjadikan pekerjaan lebih cepat.
- b. Penggunaan sistem bermanfaat bagi individu.
- c. Penggunaan sistem mampu menambah tingkat produktivitas individu.
- d. Penggunaan sistem mampu meningkatkan efektivitas kinerja individu.

Dari definisi diatas dapat disimpulkan bahwa kemanfaatan merupakan manfaat yang diperoleh pelanggan dalam pemakaian teknologi uang elektronik.

2.1.3. Kemudahan

Kemudahan dipercaya untuk meningkatkan penggunaan seseorang dalam menggunakan sebuah sistem dapat terbebas dari usaha yang besar. Davis (1989) menjelaskan bahwa persepsi kemudahan dalam mengoperasikan sistem serta bebas dari usaha yang besar (Sandy & Firdausy, 2020). Menurut Jogiyanto (2007) bahwa persepsi kemudahan adalah sejauh mana seseorang yakin terhadap sistem teknologi informasi mudah untuk dipahami (Pratama & Suputra, 2019).

Adapun dimensi kemudahan menurut Davis (1989) dalam (Asterina & Idris, 2018) yakni:

- a. Interaksi individu dengan sistem jelas dan mudah dipahami
- b. Tidak membutuhkan banyak usaha untuk berinteraksi dengan sistem tersebut.
- c. Sistem mudah digunakan.
- d. Sistem mudah dioperasikan sesuai dengan yang diinginkan.

Kesimpulannya bahwa kemudahan adalah tingkatan pelanggan dalam pengoperasian teknologi uang elektronik yang mudah dipahami dan digunakan.

2.1.4. Kepercayaan

Ba dan Pavlou dalam (Pratama & Suputra, 2019), mendefinisikan kepercayaan sebagai penilaian hubungan antar manusia dalam melakukan transaksi tertentu sesuai keinginan dalam sebuah lingkungan yang penuh ketidakpastian. Kotler dan Keller (2016) menjelaskan bahwa kepercayaan

merupakan kemampuan sebuah organisasi untuk membangun hubungan dan dapat mengandalkan, yang dipengaruhi faktor antar pribadi seperti kebaikan, kejujuran serta integritas.

Jyh & Chiou, 2014 dalam (Anjelina, 2018) menjelaskan bahwa persepsi kepercayaan menjadi peran yang penting untuk meningkatkan nilai yang dirasakan konsumen, kepuasan, dan niat loyalitas. Dalam penelitian (Latifah, Widayani, & Normawati, 2020) mengemukakan kepuasan pelanggan dapat ditunjukkan jika pelanggan melakukan transaksi secara berulang, memberi informasi kepada orang lain serta puas terhadap layanan yang diberikan. Pelanggan akan melakukan transaksi kembali karena adanya kepuasan dan kepercayaan terhadap kualitas layanan tersebut. Bahwa kepercayaan merupakan penilaian pelanggan terhadap pelayanan yang diberikan.

Menurut Kotler & Keller (2016) terdapat empat dimensi kepercayaan konsumen sebagai berikut:

- a. *Benevolence* (kesungguhan/ ketulusan), yaitu seberapa besar seseorang percaya kepada penjual untuk berperilaku baik kepada konsumen.
- b. *Ability* (kemampuan), yaitu sebuah penilaian terknini atas apa yang dapat dilakukan seseorang. Dalam hal ini bagaimana penjual mampu meyakinkan pembeli dan memberikan kepuasan serta keamanan saat bertransaksi.

- c. *Integrity* (integritas), adalah seberapa besar keyakinan seseorang terhadap kejujuran penjual untuk menjaga dan memenuhi kesepakatan yang telah dibuat kepada konsumen.
- d. *Willingness to depend*, adalah kesediaan konsumen untuk bergantung kepada penjual berupa penerimaan resiko atau konsekuensi negatif yang mungkin terjadi.

2.1.5. LinkAja Syariah

LinkAja adalah penyedia jasa pembayaran berbasis server yang menjadi produk andalan dari PT. Fintek Karya Nusantara (Finarya). Pada tanggal 21 Februari 2019 LinkAja telah resmi memperoleh izin dari Bank Indonesia pada nomor 21/ 65/ DKPS/ Srt/ B. (LinkAja, 2020)

LinkAja Syariah merupakan pengembangan layanan pada aplikasi LinkAja bagi masyarakat yang lebih memilih bertransaksi sesuai dengan prinsip syariah. Setelah terbitnya Fatwa DSN MUI No. 116/DSN-MUI/IX/2017 tentang uang elektronik syariah, serta izin pengembangan produk uang elektronik *server-based* dari Bank Indonesia. dalam penerapannya, LinkAja Syariah menjadi uang elektronik syariah pertama di Indonesia. LinkAja Syariah mengutamakan beberapa prinsip dasar dalam pelaksanaan operasionalnya, diantaranya penempatan dana yang bekerjasama dengan sejumlah bank syariah, pengaplikasian prosedur transaksi menganut prinsip syariah dan dapat diterima oleh semua *merchant* LinkAja. Layanan ini menawarkan berbagai produk yang sesuai

dengan akad syariah tanpa adanya *maysir* (judi), *gharar* (ketidakjelasan), *riba* (tambahan), *zalim*, dan barang tidak halal. (LinkAja, 2020)

- a. Adapun fitur khusus yang dimiliki LinkAja Syariah, diantaranya:
 1. Pembelian pulsa dan data
 2. Bayar tagihan
 3. Kebutuhan transportasi
 4. Zakat dan Wakaf
 5. Investasi & Pinjaman Syariah
 6. Pembayaran Haji & Umrah
- b. Cara untuk mengaktifasi LinkAja Syariah

Adapun cara untuk menggunakan layanan *e-wallet* LinkAja Syariah sebagai berikut:

1. Unduh aplikasi LinkAja/ LinkAja Syariah melalui *Google Play*, *Play Store* atau *Apple Store* pada *smartphone*.
2. Klik banner LinkAja Syariah atau klik ‘Akun’ kemudian pilih menu ‘LinkAja Syariah’
3. Klik ‘Aktifkan’
4. Baca syarat & ketentuan dan klik ‘Aktifkan Layanan’ selanjutnya masukkan PIN LinkAja. Selanjutnya LinkAja Syariah telah aktif dan tampilan akan berubah.

2.1.6. Penelitian Terdahulu

Adapun penelitian terdahulu yang relevan dalam penelitian ini:

Tabel 2.1.
Penelitian Terdahulu

No	Nama	Judul	Tahun	Hasil Penelitian
1.	Nyimas Artina	Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Kepercayaan dan Fitur Layanan Terhadap Tingkat Kepuasan Pelanggan Dalam Menggunakan E-Money Di Kota Palembang	2021	Bahwa persepsi manfaat, persepsi kemudahan, kepercayaan dan fitur layanan menghasilkan pengaruh positif dan signifikan terhadap tingkat kepuasan pelanggan dalam menggunakan e-money di Kota Palembang
2.	Findy Meileny dan Tri Indra Wijaksana	Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Fitur Layanan dan Kepercayaan Terhadap Tingkat Kepuasan Pelanggan LinkAja di Indonesia	2020	Persepsi Manfaat, persepsi kemudahan, fitur layanan, kepercayaan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap tingkat kepuasan pelanggan LinkAja di Indonesia.
3.	Izza Ashsifa	Pengaruh <i>Technology Acceptance Model (TAM)</i> Terhadap Kepuasan Pelanggan dan Niat Penggunaan <i>Mobile Banking</i> secara Berkelanjutan (Privasi dan Personalisasi Sebagai Variabel Moderasi) ⁷	2020	<i>Perceived usefulness</i> dan <i>perceived ease of use</i> berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan dan privasi berpengaruh negatif terhadap kepuasan pelanggan <i>mobile banking</i> .
4.	Chintya Afiyanie Sanusi, Rita Kusumadewi, Tomy Saladin Aziz	Pengaruh <i>Perceived Usefulness</i> dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Kepuasan Konsumen E-Toll (Studi Pada Pengguna E-Toll Card Di Cirebon)	2022	<i>Perceived usefulness</i> tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen e-toll, sedangkan persepsi kemudahan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen e-toll
5.	Meyrilliana Purba, Samsir, Kasman Arifin	Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi	2020	Variabel persepsi kemudahan penggunaan memiliki

		Manfaat dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan dan Niat Menggunakan Kembali Aplikasi OVO pada Mahasiswa Pasca Sarjana Universitas Riau		pengaruh signifikan terhadap kepuasan. Pada variabel persepsi manfaat menghasilkan pengaruh signifikan terhadap kepuasan. Variabel kepercayaan menghasilkan pengaruh signifikan terhadap kepuasan dan niat menggunakan kembali.
6.	Devi Suryani, Ermansyah, dan Saipul Al Sukri	Pengaruh <i>Perceived Ease of Use</i> , <i>Perceived Usefulness</i> dan <i>Trust</i> Terhadap Kepuasan Pelanggan Gojek	2021	Pengaruh <i>Perceived ease of use</i> dan <i>perceived usefulness</i> menghasilkan pengaruh positif signifikan terhadap kepuasan pelanggan Gojek. Namun pada variabel <i>trust</i> tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan Gojek.
7.	Nunuk Latifah, Anna Widayani, dan Rani Arifah Normawati	Pengaruh <i>Perceived Usefulness</i> dan <i>Trust</i> Terhadap Kepuasan Konsumen <i>E-Commerce</i> Shopee	2020	<i>Perceived Usefulness</i> dan <i>Trust</i> secara parsial memiliki pengaruh positif signifikan terhadap kepuasan pengguna shopee. Sedangkan secara simultan variabel <i>perceived usefulness</i> dan <i>trust</i> menghasilkan pengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen shopee.
8.	Pipit Fitri Rahayu dan Dwi Riana	Pengaruh Persepsi Manfaat, Kualitas Layanan dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Transportasi Online (Gojek) Pada	2020	Secara parsial memiliki pengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan gojek. Dan secara simultan berpengaruh positif terhadap

		Mahasiswa/i Fakultas Ekonomi Universitas Tridinanti Palembang		kepuasan pelanggan gojek.
9.	Nabila Aulia Zahra	Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Kemanfaatan dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Nasabah Pengguna <i>Mobile Banking (M-Banking)</i> Bank Syariah Mandiri (Studi Kasus Pada Nasabah Bank Syariah Mandiri Bekasi Barat)	2021	Secara parsial, memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah. Secara simultan, menghasilkan pengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah pengguna <i>mobile banking</i> Bank Syariah Mandiri di wilayah Bekasi Barat.
10.	Yulisa Saptawati	Pengaruh Persepsi Kemudahan, Keamanan dan Manfaat <i>Mobile Banking</i> Terhadap Kepuasan Nasabah Pada PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk Cabang Bulukumba	2018	Secara parsial menghasilkan pengaruh positif signifikan terhadap kepuasan nasabah dan secara simultan memiliki pengaruh terhadap kepuasan nasabah dalam menggunakan <i>mobile banking</i> pada Bank BRI Cabang Bulukumba.
11.	I Komang, Linggar Yogi, Komang Agus Satria Pramudana	The Effect of Ease of Transactions, Price and Perceived Usefulness on Customer Satisfaction for Gopay's Feature in Gojek Application	2021	Secara parsial, variabel persepsi kemudahan penggunaan, harga dan persepsi kemanfaatan menghasilkan pengaruh positif signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada fitur Gopay.
12.	Pei Woon Yo, Daisy Mui Hung Kee, Jia Wen Yu, Meng Kui Hu, Yen Ching Jong, Zubair	The Influencing Factors of Customer Satisfaction: A Case Study of Shopee in Malaysia	2021	Bahwa persepsi kemudahan dan kenyamanan penggunaan mempengaruhi kepuasan pelanggan Shopee di Malaysia.

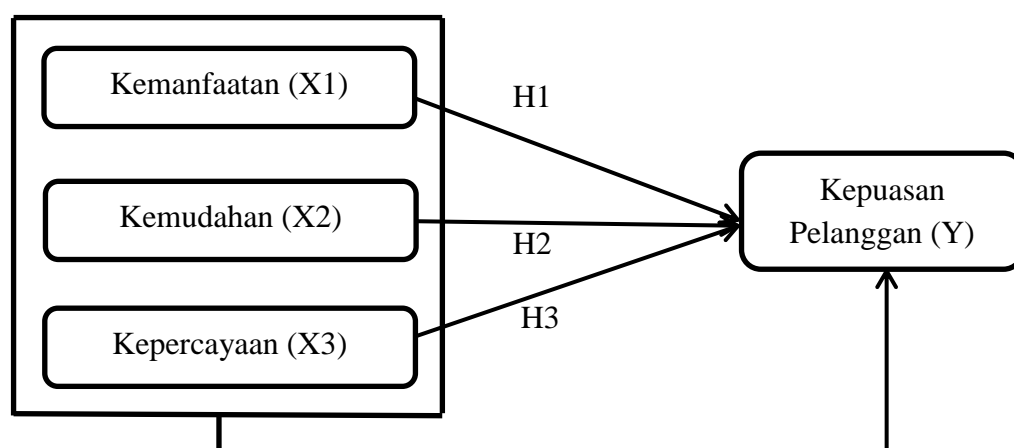
	Ahmed, Sai Ling Gwee, Omkar Gawade, Rajesh Kumar Nair		Sedangkan variabel persepsi kemanfaatan dan kepercayaan tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan Shopee di Malaysia.
--	--	--	---

Dari penelitian terdahulu diatas, adapun persamaan variabel dengan penelitian ini, yaitu dengan menggunakan variabel kemanfaatan, kemudahan dan kepuasan pelanggan. Sedangkan perbedaannya, jika dibandingkan dengan penelitian terdahulu yaitu menggunakan variabel kepercayaan, objek penelitian serta perbedaan wilayah penelitian.

2.1.7. Kerangka Pemikiran

Berdasarkan teori yang sudah dijelaskan diatas, maka terbentuk kerangka pemikiran. Berikut kerangka pemikiran yang disusun:

Gambar 2.2
Kerangka Pemikiran



Sumber: (Suryani, Ermansyah, & Sukri, 2021)

2.1.8. Hipotesis

a. Pengaruh Kemanfaatan terhadap Kepuasan Pelanggan

Hasil penelitian oleh (Artina, 2021) bahwa hasil penelitiannya persepsi kemanfaatan berpengaruh terhadap tingkat kepuasan pelanggan menggunakan *e-money* secara signifikan. Pada penelitian oleh (Rahayu & Riana, 2020) menjelaskan bahwa persepsi kemanfaatan terdapat pengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Penelitian oleh (Meileny & Wijaksana, 2020) mengemukakan persepsi manfaat berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan. Sejalan dengan penelitian (Suryani, Ermansyah, & Sukri, 2021) dan (Latifah, Widayani, & Normawati, 2020) pada variabel persepsi kemanfaatan memiliki pengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

H1 : Kemanfaatan berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan.

b. Pengaruh Kemudahan terhadap Kepuasan Pelanggan

Hasil penelitian oleh (Meileny & Wijaksana, 2020) mengemukakan bahwa penelitiannya variabel kemudahan terdapat pengaruh positif dan signifikan terhadap tingkat kepuasan pelanggan. (Sanusi, Kusumadewi, & Aziz, 2022) juga mengatakan bahwa persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hasil ini sesuai dengan penelitian (Ashsifa, 2020); (Artina, 2021) dan (Komang, Yogi, Agus, & Pramudana, 2021) bahwa persepsi kepercayaan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

H2 : Kemudahan berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan

c. Pengaruh Kepercayaan terhadap Kepuasan Pelanggan

Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh (Purba, Samsir, & Arifin, 2020) menjelaskan bahwa variabel kepercayaan terdapat pengaruh terhadap kepuasan pelanggan. (Latifah, Widayani, & Normawati, 2020) dalam penelitiannya menerangkan bahwa variabel kepercayaan memiliki pengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Kemudian penelitian oleh (Artina, 2021) dan (Meileny & Wijaksana, 2020) yang menjelaskan bahwa variabel kepercayaan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

H3 : Kepercayaan berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan.

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1. Waktu dan Wilayah Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan pada bulan Juli hingga September 2022. Tempat pelaksanaan penelitian di wilayah Kota Surakarta dengan objek penelitian adalah pengguna LinkAja Syariah di Masyarakat Kota Surakarta.

3.2. Jenis Penelitian

Metode yang digunakan adalah kuantitatif. Menurut (Sugiyono, 2013), penelitian kuantitatif ialah metode penelitian berdasarkan pemikiran positivisme, digunakan untuk mengobservasi populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data dengan instrumen penelitian, menganalisis data yang bersifat kuantitatif/ statistik yang bertujuan membuktikan hipotesis yang telah ditentukan.

3.3. Populasi, Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel

3.3.1. Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi dari suatu objek yang terdapat kuantitas dan ciri khas tertentu yang dipilih oleh peneliti untuk diteliti kemudian diambil kesimpulan (Sugiyono, 2013). Populasi yang digunakan adalah pengguna LinkAja Syariah Masyarakat Kota Surakarta.

3.3.2. Sampel

Sampel merupakan bagian dari populasi yang karakteristiknya diambil untuk penelitian (Suprpto, 2017). Sampel yaitu bagian dari

jumlah dan karakteristik oleh populasi, atau sebagian kecil dari anggota populasi yang dipilih berdasarkan kriteria tertentu untuk mewakili populasinya (Sugiyono, 2013).

Karena jumlah populasi penelitian tidak diketahui, maka untuk menentukan jumlah sampel menggunakan rumus *Unknown Population* (Abdul Latief, 2018).

$$n = \left(\frac{Z\alpha/2\sigma}{e} \right)^2$$

$$n = \left(\frac{(1,96)/(0,25)}{0,05} \right)^2$$

$n = 96,04$ digenapkan menjadi 100

Keterangan:

n = jumlah sampel

$Z\alpha$ = ukuran tingkat kepercayaan dengan $\alpha = 0,05$

(nilai tingkat kepercayaan 95%, maka $Z = 1,96$)

σ = Standar deviasi populasi

e = batas toleransi kesalahan

Dari hasil perhitungan diatas diperoleh hasil 96,04 kemudian peneliti membulatkan menjadi 100 orang agar mendapatkan hasil yang lebih baik.

3.3.3. Teknik Pengambilan Sampel

Teknik pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan *nonprobability sampling* ialah teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang sama bagi setiap anggota populasi untuk dipilih menjadi

sampel. Adapun teknik penentuan sampel menggunakan *purposive sampling* ialah teknik dalam menentukan sebuah sampel dengan pertimbangan tertentu (Sugiyono, 2013). Adapun kriteria responden yakni

- a. Masyarakat Kota Surakarta,
- b. Pengguna LinkAja Syariah dan sudah pernah melakukan transaksi dengan LinkAja Syariah baik untuk pembayaran online maupun offline.

3.4.Data dan Sumber Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini dengan menggunakan data primer berupa kuesioner yang dibagikan kepada pengguna LinkAja Syariah. Adapun sumber data yang digunakan dalam diperoleh penelitian ini sebagai berikut:

- a. Data primer ialah data diperoleh peneliti secara langsung (Hardani, dkk., 2020). Penelitian ini memperoleh data melalui kuesioner menggunakan *google form* yang dibagikan melalui media sosial kepada pengguna LinkAja Syariah Masyarakat Kota Surakarta.
- b. Data sekunder merupakan data yang didapatkan secara tidak langsung dari subjek penelitian. Data sekunder diperoleh dari pengumpulan data yang berasal dari jurnal, buku, skripsi, maupun artikel dari internet (Sugiyono, 2013).

3.5.Teknik Pengumpulan Data

3.5.1. Angket/ Kuesioner

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini dengan angket (kuesioner). Angket (kuesioner) merupakan metode untuk mengumpulkan data yang berbentuk lembaran kuesioner dengan beberapa pertanyaan

tertulis yang bertujuan untuk memperoleh informasi dari responden (Sugiyono, 2013).

Angket (kuesioner) ini disebarakan secara acak kepada pengguna LinkAja Syariah di Kota Surakarta. Angket ini berisi pernyataan yang dibagikan melalui media sosial untuk dijawab sesuai dengan respon dari masing-masing individu.

3.5.2. Skala Pengukuran

Skala pengukuran yang digunakan dengan skala Likert. Skala Likert merupakan alat ukur yang digunakan untuk menilai sikap, pendapat, dan perspektif orang yang berkaitan fenomena sosial. Variabel yang akan diukur kemudian diuraikan membentuk indikator variabel yang selanjutnya akan menjadi titik tolak dalam membuat item instrumen yang berupa pertanyaan maupun pernyataan (Sugiyono, 2013).

Berikut kriteria skor penilaian pada tabel Skala Likert:

Tabel 3.1.
Skor Penilaian Skala Likert

Kriteria	Skor
Sangat Setuju (SS)	5
Setuju (S)	4
Netral (N)	3
Tidak Setuju (TS)	2
Sangat Tidak Setuju (STS)	1

Sumber: (Sugiyono, 2013)

3.6. Variabel Penelitian

Variabel adalah suatu nilai dari obyek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang telah ditetapkan oleh peneliti kemudian dipelajari

kemudian ditarik kesimpulan (Sugiyono, 2013). Adapun variabel penelitian ini adalah

a. Variabel Independen/ variabel bebas (X)

Variabel independen merupakan variabel yang menjelaskan atau memengaruhi variabel lain. Variabel independen dalam penelitian ini adalah Kemanfaatan (X1), Kemudahan (X2) dan Kepercayaan (X3).

b. Variabel Dependen/ variabel terikat (Y)

Variabel dependen adalah variabel yang dipengaruhi oleh variabel bebas. Variabel dependen dalam penelitian ini adalah Kepuasan Pelanggan (Y).

3.7. Definisi Operasional Variabel

Definisi Operasional merupakan definisi yang membuat variabel yang diteliti secara operasional yang berkaitan dengan proses pengukuran variabel tersebut. Adapun definisi operasional dari variabel yang digunakan dalam penelitian diuraikan ke dalam tabel berikut:

Tabel 3.2.
Definisi Operasional Variabel

No	Variabel	Indikator	Skala Ukur
1.	Kemanfaatan (X1)	a. Memudahkan transaksi pembayaran b. Mempercepat transaksi pembayaran c. Meningkatkan efisiensi dalam proses transaksi d. Memberikan rasa nyaman ketika melakukan transaksi (Davis, 1989)	Skala Likert 1-5
2.	Kemudahan (X2)	1. Mudah dipelajari 2. Fleksibel 3. Mudah digunakan	Skala Likert 1-5

		4. Jelas dan mudah dipahami (Davis, 1989)	
3.	Kepercayaan (X3)	<ol style="list-style-type: none"> 1. <i>Benevolence</i> (kesungguhan/ ketulusan) 2. <i>Ability</i> (kemampuan) 3. <i>Integrity</i> (Integritas) 4. <i>Willingness to depend</i> (Kotler&Keller, 2016) 	Skala Likert 1-5
4.	Kepuasan Pelanggan (Y) Sumber: (Tjiptono, 2009)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Layanan sesuai dengan harapan 2. Minat berkunjung kembali 3. Kesiediaan merekomendasi (Tjiptono, 2009) 	Skala Likert 1-5

3.8. Teknik Analisis Data

3.8.1. Statistik Deskriptif

Statistik deskriptif ialah statistik yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara menjabarkan atau menguraikan data yang dikumpulkan sebagaimana adanya tanpa bermaksud menarik kesimpulan yang diterapkan untuk umum (Sugiyono, 2013).

3.8.2. Uji Kualitas Data

a. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur seberapa cermat suatu uji melakukan fungsinya. Uji validitas ditentukan oleh proses pengukuran yang akurat. Pengujian menggunakan perbandingan nilai t hitung dengan t tabel yang menjadi tolak ukur valid atau tidaknya pertanyaan dalam penelitian. Dengan taraf signifikan yang digunakan dalam tabel korelasi adalah 5%, jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka pernyataan dinyatakan valid (Ghozali, 2016).

b. Uji Reliabilitas

Merupakan ketepatan alat dalam mengukur apa yang diukur, ketepatan hasil pengukuran, dan ketepatannya ketika dilakukan pengukuran berulang semuanya berkaitan dengan kelayakan alat tersebut (Siyoto & Sodik, 2013).

Uji ini diperlukan untuk mengetahui konsistensi alat ukur. Adapun cara untuk menguji reabilitas kuesioner dengan menggunakan rumus *Cronbach Alpha*. Variabel akan dikatakan reliabel jika nilai *Cronbach Alpha* $> 0,7$ (Ghozali, 2016).

3.8.3. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Tujuan uji normalitas untuk mengetahui apakah variabel pengganggu pada model regresi memiliki distribusi normal (Ghozali, 2016).

1. Analisis grafik merupakan dengan cara melihat grafik histogram yang membandingkan antara data observasi dengan distribusi yang mendekati distribusi normal (Ghozali, 2016).
2. Analisis statistik merupakan uji normalitas dengan melihat grafik yang dilengkapi dengan uji statistik. Jika nilai *Kolmogrov-Smirnov* lebih besar dari 0,05 akan dinyatakan normal, jika tidak maka data tidak terdistribusi normal (Ghozali, 2016).

b. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk mengetahui apakah model regresi diketahui adanya korelasi antara variabel bebas independen. Jika terdapat korelasi, maka terjadi masalah multikolinearitas (Gunawan, 2020).

Multikolinearitas terdapat pada nilai *Tolerance* dan *Variance Inflation Factor* (VIF). Nilai yang sering digunakan untuk mengetahui adanya multikolinearitas adalah nilai jika nilai VIF > 10 dan nilai *tolerance* < 0,1 (Ghozali, 2016).

c. Uji Heterokedasitas

Tujuan uji heterokedasitas adalah untuk mengetahui apakah model regresi ditemukan perbedaan varians residual dari satu pengamatan ke pengamatan lainnya (Gunawan, 2020). Dengan menggunakan uji *Glejser*, variabel dinyatakan mengalami heterokedasitas jika nilai sig < 0,05 dan jika nilai sig > 0,05 maka variabel dikatakan tidak mengalami heterokedasitas. (Ghozali, 2016)

3.8.4. Uji Hipotesis

a. Uji Signifikansi Pengaruh Parsial (Uji t)

Uji t digunakan untuk mengetahui seberapa signifikan dari masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen.

Dengan menggunakan tingkat signifikan α sebesar 5%, jika nilai sig $t > 0,05$ H_0 diterima artinya tidak adanya pengaruh yang signifikan variabel independen terhadap variabel dependen (Ghozali, 2016). Kriteria pengambilan keputusan sebagai berikut:

1. Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$, maka H_0 diterima, artinya tidak ada pengaruh positif dan signifikan antara variabel independen dengan variabel dependen.
 2. Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$, maka H_0 ditolak, artinya ada pengaruh positif dan signifikan antara variabel independen dengan variabel dependen.
- b. Uji Signifikansi Pengaruh Simultan (Uji F)

Uji F adalah uji untuk mengetahui pengaruh variabel bebas yang dimasukkan dalam model memiliki pengaruh serempak terhadap variabel tetap. Dimana uji F digunakan untuk mengukur pengaruh variabel bebas (Ghozali, 2016). Kriteria pengambilan keputusan :

1. H_0 diterima (H_a ditolak), jika $F_{hitung} \leq F_{tabel}$ pada $\alpha = 5\%$ atau $\text{sig } F \geq \alpha$ (0,05). Maka variabel bebas secara simultan tidak berpengaruh terhadap variabel tetap.
 2. H_a diterima (H_0 ditolak), jika $F_{hitung} > F_{tabel}$ pada $\alpha = 5\%$ atau $\text{sig } F < \alpha$ (0,05). Maka variabel bebas secara simultan berpengaruh terhadap variabel tetap.
- c. Koefisien Determinasi (R^2)

Uji koefisien determinasi (R^2) untuk menilai besarnya kemampuan model dalam menjelaskan variasi variabel dependen. Koefisien determinasi digunakan untuk mengukur presentase variabel dengan nilai $0 \leq R^2 \leq 1$. (Ghozali, 2016)

3.8.5. Analisis Regresi Berganda

Regresi linear berganda digunakan untuk memprediksi jika terdapat dua atau lebih variabel independen (X) (Darma, 2021). Rumus regresi linear berganda dapat ditulis sebagai berikut:

$$Y = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \varepsilon$$

Keterangan:

Y : Kepuasan Pelanggan

β_0 : Konstanta

X_1 : Persepsi kemanfaatan

X_2 : Persepsi kemanfaatan

X_3 : Persepsi Kepercayaan

β : Koefisien Regresi

ε : Tingkat Kesalahan (*error of term*)

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1. Gambaran Umum Penelitian

Populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat Kota Surakarta yang pernah menggunakan LinkAja Syariah dengan sampelnya yakni 100 responden yang diperoleh dari rumus *Slovin*. Responden dalam penelitian ini adalah masyarakat Kota Surakarta dengan rentang umur kurang dari 17 tahun hingga lebih dari 30 tahun yang pernah menggunakan uang elektronik LinkAja Syariah.

Penyebaran kuesioner dilakukan pada bulan Juli sampai September 2022 secara tidak langsung dengan menggunakan *google form* yang disebarakan melalui pesan *whatsapp*, *instagram* serta *facebook*. Dari data yang terkumpul selanjutnya akan diidentifikasi berdasarkan jenis kelamin, usia, pendidikan, pekerjaan dan jumlah gaji/ uang saku. Pengidentifikasi ini dilakukan untuk mengetahui gambaran responden dalam penelitian diperoleh data deskriptif sebagai berikut:

a. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Tabel 4.1
Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase
Laki-laki	40	40%
Perempuan	60	60%
TOTAL	100	100%

Sumber: Data primer yang diolah 2022

Berdasarkan tabel 4.1 diketahui bahwa jumlah responden pengguna LinkAja Syariah sebanyak 100% dengan jumlah proporsi responden berdasarkan jenis kelamin yaitu laki-laki berjumlah 40 orang sebesar 40% dan perempuan sebanyak 60% dengan persentase sebesar 60%. Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas responden penelitian berdasarkan jenis kelamin adalah perempuan.

b. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Tabel 4.2
Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Usia	Jumlah	Persentase
<17 tahun	6	6%
17 - 25 tahun	71	71%
26 - 30 tahun	14	14%
>30 tahun	9	9%
TOTAL	100	100%

Sumber: Data primer yang diolah 2022

Berdasarkan tabel 4.2 dijelaskan bahwa responden pengguna LinkAja Syariah dengan persentase terbanyak yaitu sebanyak 71% yaitu responden yang berusia 17-25 tahun. Dibandingkan dengan responden yang berusia, usia 26 – 30 tahun sebesar 14%, usia >30 tahun dengan persentase sebesar 9% dan usia <17 tahun sebesar 6%. Hal ini menunjukkan bahwa responden dalam penelitian ini mayoritas berusia 17-25 tahun.

c. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

Tabel 4.3
Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

Pekerjaan	Jumlah	Persentase
Pelajar/ Mahasiswa	45	45%
Pegawai Swasta	31	31%
Pegawai Negeri	14	14%
Wiraswasta	7	7%
Lainnya	3	3%

TOTAL	100	100%
-------	-----	------

Sumber: Data primer yang diolah 2022

Menurut tabel 4.3 dijelaskan bahwa pada kriteria pekerjaan responden bahwa pelajar dan mahasiswa memiliki persentase yang tinggi sebesar 45%, pegawai swasta sebesar 31%, pegawai negeri dengan persentase 14%, wiraswasta sebesar 7%, sedangkan sisanya sebesar 3% oleh profesi yang lain. Hal ini menunjukkan bahwa responden dengan kriteria berdasarkan pekerjaan terbanyak adalah pelajar dan mahasiswa.

d. Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan/ Uang Saku per Bulan

Tabel 4.4

Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan/ Uang Saku per Bulan

Penghasilan/ uang saku perbulan	Jumlah	Persentase
< Rp 1.000.000	26	26%
Rp 1.000.000 – Rp 2.000.000	22	22%
Rp 3.000.000 – Rp 4.000.000	32	32%
>Rp 5.000.000	20	20%
TOTAL	100	100%

Sumber: Data primer yang diolah 2022

Berdasarkan tabel 4.4 pada karakteristik penghasilan/ uang saku perbulan responden diketahui bahwa responden yang berpenghasilan 3-4 juta adalah pengguna terbanyak sebesar 32%, pada penghasilan <1 juta sebesar 26%, penghasilan 1 – 2 juta sebesar 22%, dan penghasilan > 5 juta sebesar 20%.

4.2. Uji Kualitas Data

4.2.1. Uji Validitas

Uji validitas bertujuan untuk mengukur valid atau tidaknya suatu pertanyaan dalam penelitian (Darma, 2021). Pertanyaan dapat dinyatakan

valid jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ dengan nilai signifikansi $< 5\%$ (0,05). Kuesioner disebarkan kepada 100 responden, maka didapatkan nilai $r_{tabel} = 0,1966$.

Berikut tabel hasil uji validitas:

Tabel 4.5
Hasil Uji Validitas

No	Indikator/ Pertanyaan	R hitung	R tabel	Hasil
A. Kuesioner Persepsi Kamanfaatan (X1)				
1.	Keman 1	0,737	0,1966	Valid
2.	Keman 2	0,662	0,1966	Valid
3.	Keman 3	0,694	0,1966	Valid
4.	Keman 4	0,676	0,1966	Valid
B. Kuesioner Persepsi Kemudahan (X2)				
1.	Kem 1	0,645	0,1966	Valid
2.	Kem 2	0,600	0,1966	Valid
3.	Kem 3	0,681	0,1966	Valid
4.	Kem 4	0,654	0,1966	Valid
5.	Kem 5	0,676	0,1966	Valid
C. Kuesioner Persepsi Kepercayaan (X3)				
1.	Kep 1	0,720	0,1966	Valid
2.	Kep 2	0,697	0,1966	Valid
3.	Kep 3	0,760	0,1966	Valid
4.	Kep 4	0,712	0,1966	Valid
5.	Kep 5	0,622	0,1966	Valid
D. Kepuasan Pelanggan (Y)				
1.	KP 1	0,765	0,1966	Valid
2.	KP 2	0,714	0,1966	Valid
3.	KP 3	0,697	0,1966	Valid
4.	KP 4	0,747	0,1966	Valid
5.	KP 5	0,781	0,1966	Valid

Sumber: Data primer yang diolah 2022

4.2.2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas merupakan alat ukur yang digunakan untuk mengetahui konsistensi alat ukur. Uji reliabilitas digunakan untuk menentukan suatu instrumen reliabel atau tidaknya dengan menggunakan rumus *Cronbach Alpha*. Variabel dinyatakan reliabel

jika nilai *Cronbach Alpha* > 0,70. Berikut hasil uji reliabilitas dalam penelitian:

Tabel 4.6
Hasil Uji Reliabilitas

No	Variabel	<i>Cronbach Alpha</i>	Standar Reliabilitas	Keterangan
1.	Persepsi Kemanfaatan	0,806	0,70	Reliabel
2.	Persepsi Kemudahan	0,786	0,70	Reliabel
3.	Persepsi Kepercayaan	0,780	0,70	Reliabel
4.	Kepuasan Pelanggan	0,805	0,70	Reliabel

Sumber: Data primer yang diolah 2022

Dari hasil uji reliabilitas yang dilakukan, bahwa seluruh seluruh variabel dinyatakan reliabel karena nilai *Cronbach Alpha* lebih besar dari standar deviasi sebesar 0,70.

4.3. Uji Asumsi Klasik

4.3.1. Uji Normalitas

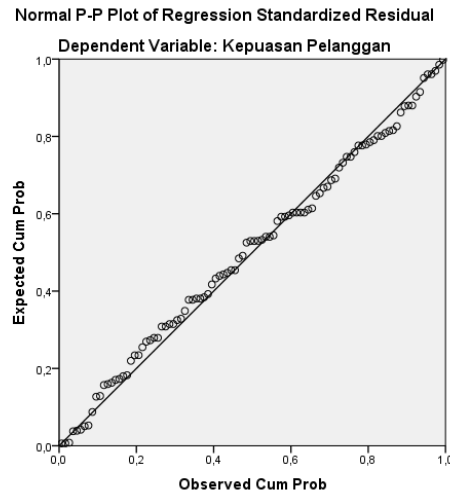
Tujuan uji normalitas untuk mengetahui apakah variabel pengganggu pada model regresi berdistribusi normal atau tidak.

Berikut hasil uji normalitas:

a. Analisis Grafik

Berikut hasil uji normalitas dengan menggunakan metode grafik P-plot.

Gambar 4.1
Hasil Uji Normalitas



Sumber: Data primer yang diolah 2022

Berdasarkan hasil grafik menunjukkan bahwa titik-titik menyebar disekitar garis dapat disimpulkan bahwa data menunjukkan pola berdistribusi dengan normal.

b. Analisis Statistik

Analisis statistik merupakan uji normalitas dengan melihat grafik yang dilengkapi dengan uji statistik. Jika nilai *Kolmogrov-Smirnov* lebih besar dari 0,05 akan dinyatakan normal, jika tidak maka data tidak terdistribusi normal (Ghozali, 2016).

Tabel 4.7
Hasil Uji Normalitas *One Sample Kolmogrov-Smirnov*
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	1,77293788
Most Extreme Differences	Absolute	,050
	Positive	,050
	Negative	-,046
Test Statistic		,050
Asymp. Sig. (2-tailed)		,200 ^{c,d}

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. This is a lower bound of the true significance.

Berdasarkan tabel 4.7 bahwa nilai *Asymp Sig. (2-tailed)*

sebesar $0,200 > 0,05$ maka penelitian ini menunjukkan berdistribusi normal.

4.3.2. Uji Multikolinearitas

Tujuan dari uji multikolinearitas untuk mengetahui apakah model regresi diketahui adanya hubungan antara variabel bebas independen yang terdapat pada nilai *Tolerance* dan VIF. Hasil uji multikolinearitas dalam penelitian ini sebagai berikut:

Tabel 4.8
Hasil Uji Multikolineritas
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	-2,258	1,857		-1,216	,227		
Persepsi Kemanfaatan	,407	,140	,296	2,907	,005	,363	2,756
Persepsi Kemudahan	,423	,111	,345	3,824	,000	,462	2,163
Persepsi Kepercayaan	,322	,124	,251	2,604	,011	,403	2,479

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Sumber: Data primer diolah 2022

Berdasarkan hasil uji multikolineritas dilihat dari nilai Tolerance variabel persepsi kemanfaatan sebesar 0.363, variabel Persepsi Kemudahan sebesar 0.462 dan variabel Persepsi Kepercayaan sebesar 0,403. Hal ini menunjukkan dari ketiga variabel diatas menunjukkan bahwa nilai Tolerance diatas 0,10 yang dapat dinyatakan bahwa tidak terjadi multikolineritas.

4.3.3. Uji Heteroskedasitas

Uji heterokedasitas merupakan uji apakah dalam model regresi ditemukan perbedaan varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain dengan menggunakan uji glejser. Jika probabilitas signifikansi $< 0,05$ artinya tidak terjadi heterokedasitas. Hasil dari pengujian heterokedasitas sebagai berikut:

Tabel 4.9
Hasil Heterokedasitas

		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	,185	,058		3,199	,002
	Kemanfaatan	-,008	,004	-,308	-1,928	,057
	Kemudahan	,006	,003	,264	1,866	,065
	Kepercayaan	-,005	,004	-,200	-1,318	,191

a. Dependent Variable: Abs_Res

Sumber: Data primer diolah 2022

Berdasarkan hasil pada pengujian diatas, menunjukkan nilai signifikansi pada variabel Persepsi Kemanfaatan sebesar 0.057, variabel Persepsi Kemudahan sebesar 0.065, dan variabel Persepsi Kepercayaan sebesar 0.191. Dari hasil tersebut menunjukkan bahwa ketiga variabel memiliki nilai signifikansi lebih besar dari 0,05 kesimpulannya tidak terjadi heterokedasitas.

4.4. Uji Hipotesis

4.4.1. Uji Signifikansi Pengaruh Parsial (Uji T)

Uji t digunakan untuk mengetahui seberapa signifikan dari masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen. Uji parsial menggunakan tingkat kepercayaan 95% dan signifikansi $\alpha=0,05$. Jika

uji $t_{hitung} < t_{tabel}$ atau $sig > 0,05$ maka H_0 diterima dan jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau $sig < 0,05$ maka H_0 ditolak.

Tabel 4.10
Hasil Uji Parsial
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	-2,258	1,857		-1,216	,227		
Kemanfaatan	,407	,140	,296	2,907	,005	,363	2,756
Kemudahan	,423	,111	,345	3,824	,000	,462	2,163
Kepercayaan	,322	,124	,251	2,604	,011	,403	2,479

a. Dependent Variable: KP

Sumber : Data primer diolah 2022

Berdasarkan hasil uji T pada tabel 4.11, dapat diambil keputusan sebagai berikut:

- a. Menguji variabel Kemanfaatan memiliki t hitung (2.907) > t tabel (1.985) dan nilai signifikan sebesar $0,005 < 0,05$. Kesimpulannya bahwa **H1 diterima**, artinya Kemanfaatan terdapat pengaruh terhadap Kepuasan dalam penggunaan LinkAja Syariah Masyarakat Kota Surakarta.
- b. Menguji variabel Kemudahan, diketahui bahwa koefisien Kemudahan memiliki t hitung (3.824) > t tabel (1.985) dan nilai signifikan sebesar $0,000 < 0,05$. Kesimpulannya **H2 diterima**, artinya variabel kemudahan terdapat pengaruh terhadap kepuasan dalam Penggunaan LinkAja Syariah Masyarakat Kota Surakarta.
- c. Menguji variabel kepercayaan, diketahui bahwa koefisien kepercayaan memiliki t hitung (2.604) > t tabel (1.984) dan nilai sig sebesar $0,011 < 0,05$. Kesimpulannya **H3 diterima**, bahwa variabel

kepercayaan terdapat pengaruh terhadap kepuasan dalam Penggunaan LinkAja Syariah Masyarakat Kota Surakarta.

4.4.2. Uji Signifikan Pengaruh Serempak (Uji F)

Uji F adalah uji dalam mengetahui pengaruh variabel bebas yang dimasukkan pada model memiliki pengaruh serempak terhadap variabel tetap. Apabila $F_{hitung} > F_{tabel}$, maka semua variabel independent berpengaruh terhadap variabel dependent, begitupun sebaliknya jika $F_{hitung} < F_{tabel}$, maka variabel independent tidak terdapat pengaruh terhadap variabel dependent. Nilai F hitung diperoleh dengan rumus $df = n - k - 1$, maka hasil yang diperoleh yaitu 2,699. Berikut hasil uji F:

Tabel 4.11
Hasil Uji F
ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	551,322	3	183,774	56,694	,000 ^b
	Residual	311,188	96	3,242		
	Total	862,510	99			

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

b. Predictors: (Constant), Kepercayaan, Kemudahan, Kemanfaatan

Sumber: Data primer diolah 2022

Hasil pengujian diatas bahwa nilai signifikansi ketiga variabel secara serempak berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan sebesar $0,000 < 0,005$ dan nilai F hitung (56,694) > F tabel (2,699). Kesimpulannya variabel kemanfaatan, kemudahan dan kepercayaan secara serempak memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengguna LinkAja.

4.4.3. Koefisien Determinasi (R^2)

Uji bertujuan untuk mengukur besarnya kemampuan model menjelaskan variasi variabel terikat. Berikut ini hasil koefisien determinasi:

Tabel 4.12
Hasil Uji Determinasi (R^2)
Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,800 ^a	,639	,628	1,800	2,189

a. Predictors: (Constant), Kepercayaan, Kemudahan, Kemanfaatan

b. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Sumber: Data primer diolah 2022

Berdasarkan hasil uji yang dilakukan, bahwa nilai *Adjusted R Square* adalah 0,628 atau 62,8%. Kesimpulannya variabel Kemanfaatan, Kemudahan dan Kepercayaan secara serempak berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) sebesar 62,8% dan sisanya 37,2% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak terdapat dalam penelitian.

4.5. Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis ini bertujuan untuk memprediksi jika terdapat dua atau lebih variabel independen. Berikut hasil analisis regresi linear berganda:

Tabel 4.13
Hasil Regresi Linear Berganda
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	-2,258	1,857		-1,216	,227		
Kemanfaatan	,407	,140	,296	2,907	,005	,363	2,756
Kemudahan	,423	,111	,345	3,824	,000	,462	2,163
Kepercayaan	,322	,124	,251	2,604	,011	,403	2,479

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Sumber: Data primer yang diolah 2022

Hasil persamaan regresi yang telah diperoleh sebagai berikut:

$$Y = -2,258 + 0,407X_1 + 0,423X_2 + 0,322X_3 + e$$

Berdasarkan persamaan tersebut dapat diinterpretasi sebagai berikut:

1. Nilai konstanta $a = -2,258$ menunjukkan bahwa variabel kemanfaatan, kemudahan dan kepercayaan dianggap konstan atau tidak mengalami perubahan pada tingkat variabel kepuasan pelanggan. Jika nilai variabel kemanfaatan, kemudahan dan kepercayaan bernilai nol (0) maka Kepuasan dalam penggunaan LinkAja Syariah di Kota Surakarta sebesar $-2,258$.
2. Nilai koefisien regresi pada variabel kemanfaatan sebesar $0,407$ bernilai positif yang menunjukkan bahwa jika terjadi kenaikan 1 satuan pada variabel kemanfaatan maka kepuasan pelanggan akan meningkat sebesar $0,407$.
3. Nilai koefisien regresi pada variabel kemudahan sebesar $0,423$ bernilai positif yang menunjukkan bahwa jika terjadi kenaikan 1 satuan pada variabel kemudahan maka kepuasan pelanggan akan meningkat sebesar $0,423$.
4. Nilai koefisien regresi pada variabel kepercayaan sebesar $0,322$ bernilai positif yang menunjukkan bahwa jika terjadi kenaikan 1 satuan pada variabel kepercayaan maka kepuasan pelanggan akan meningkat sebesar $0,322$.

4.6. Pembahasan Hasil Analisis Data

Pengujian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kemanfaatan, kemudahan dan kepercayaan terhadap kepuasan dalam penggunaan LinkAja Syariah Masyarakat Kota Surakarta akan dijabarkan sebagai berikut:

1. Pengaruh Kemanfaatan terhadap Kepuasan

Diketahui bahwa kemanfaatan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan pengguna LinkAja Syariah Masyarakat Kota Surakarta. Dengan nilai signifikan sebesar $0,005 < 0,05$ dan nilai t hitung $2,907 > t$ tabel $1,985$ yang artinya bahwa H_a diterima dan H_0 ditolak. Hal ini menunjukkan bahwa secara parsial kemanfaatan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengguna. Dapat disimpulkan variabel Kemanfaatan berpengaruh terhadap Kepuasan Pengguna LinkAja Syariah Masyarakat Kota Surakarta. Dapat diartikan bahwa penggunaan teknologi keuangan seperti uang elektronik dapat meningkatkan kinerja, efektifitas dan produktifitas penggunanya.

Penelitian ini sejalan dengan teori Davis (1989) yang mengemukakan bahwa jika seseorang menggunakan sebuah sistem apabila orang mempercayai sebuah sistem tersebut dianggap berguna dan dipercaya dapat meningkatkan kinerja penggunaannya (Pratama & Suputra, 2019).

Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian Nunuk Latifah, dkk (2020) menyatakan bahwa *perceived usefulness* menghasilkan pengaruh positif terhadap kepuasan pengguna Shopee. Nyimas Artina (2021)

yang menjelaskan bahwa persepsi manfaat berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan pelanggan pengguna e-money di Kota Palembang. Pada penelitian (Zahra, 2021) menjelaskan bahwa variabel kemanfaatan terdapat pengaruh terhadap kepuasan nasabah Bank Syariah Mandiri Bekasi Barat.

Namun, penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian (Sanusi, Kusumadewi, & Aziz, 2022) yang menunjukkan bahwa *perceived usefulness* tidak terdapat pengaruh terhadap kepuasan pengguna *e-toll card*.

Sehingga kesimpulannya bahwa variabel kemanfaatan berpengaruh terhadap variabel kepuasan pelanggan. Penggunaan uang elektronik dapat memberikan manfaat seperti meningkatkan kinerja, efektivitas serta produktivitas pelanggan.

2. Pengaruh kemudahan terhadap kepuasan pelanggan

Hasil penelitian ini diketahui bahwa kemudahan terdapat pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan pengguna LinkAja Syariah Masyarakat Kota Surakarta. Dengan nilai sig sebesar $0,000 < 0,05$ dan nilai t hitung $3,824 > t$ tabel $1,985$ yang artinya H_a diterima dan H_0 ditolak. Kesimpulannya variabel kemudahan terdapat pengaruh terhadap kepuasan pengguna LinkAja Syariah Masyarakat Kota Surakarta. Oleh karena itu, adanya teknologi keuangan sangat memudahkan dalam bertransaksi sehingga dapat memberikan kepuasan bagi penggunanya.

Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian (Meileny & Wijaksana, 2020) yang menjelaskan variabel kemudahan penggunaan memiliki pengaruh terhadap kepuasan pelanggan LinkAja di Indonesia. Pada penelitian (Purba, Samsir, & Arifin, 2020) mengemukakan bahwa kemudahan penggunaan terdapat pengaruh terhadap kepuasan pengguna OVO

Hal ini juga sejalan dengan teori Davis (1989) bahwa seseorang dalam mengoperasikan suatu sistem dengan mudah dan dapat memaksimalkan penggunaan tanpa perlu usaha yang lebih.

Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel kemudahan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Penggunaan sistem uang elektronik ini mudah dipahami dan digunakan serta terbebas dari usaha yang besar.

3. Pengaruh kepercayaan terhadap kepuasan pelanggan

Hasil penelitian ini diketahui bahwa kepercayaan terdapat pengaruh signifikan terhadap kepuasan pengguna LinkAja Syariah Masyarakat Kota Surakarta. Dengan nilai signifikansi sebesar $0,011 < 0,05$ dan nilai t hitung $2,604 > t$ tabel $1,985$ yang diartikan bahwa H_a diterima dan H_0 ditolak. Kesimpulannya variabel kepercayaan terdapat pengaruh signifikan terhadap kepuasan pengguna LinkAja Syariah Masyarakat Kota Surakarta. Dapat diartikan jika kepercayaan akan suatu layanan dapat diandalkan maka akan memberikan keuntungan bagi bersama. Semakin tinggi tingkat kepercayaan seseorang pada suatu

layanan jasa perusahaan maka keinginan pengguna akan semakin tinggi untuk menggunakan kembali layanan karena adanya kepuasan dalam menggunakan layanan.

Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian (Artina, 2021) yang menyimpulkan bahwa adanya kepercayaan dapat memberikan pelayanan yang baik bagi penggunanya. Selain itu penelitian (Meileny & Wijaksana, 2020), (Purba, Samsir, & Arifin, 2020) dan (Latifah, Widayani, & Normawati, 2020) dalam penelitiannya terdapat pengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

Sedangkan penelitian oleh (Suryani, Ermansyah, & Sukri, 2021) dan (Yo & et.al, 2021) menyatakan bahwa variabel kepercayaan tidak menunjukkan pengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

Kesimpulannya bahwa variabel kepercayaan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Jika pelanggan melakukan transaksi kembali karena adanya kepuasan dan kepercayaan terhadap layanan yang diberikan, semakin tinggi kepercayaan pengguna dalam menggunakan aplikasi maka akan meningkatkan kepuasan pengguna pada aplikasi tersebut.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis data yang telah dilakukan dan diuraikan diatas, dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil uji regresi diketahui bahwa hasil uji F sebesar $0,000 < 0,05$ dan nilai F hitung (56,694) $>$ F tabel (2,699). Variabel Kemanfaatan, Kemudahan dan Kepercayaan secara serempak terdapat pengaruh signifikan terhadap variabel Kepuasan dalam Penggunaan LinkAja Syariah Masyarakat Kota Surakarta.
2. Kemanfaatan dengan nilai signifikansi sebesar $0,005 < 0,05$ dan nilai t hitung 2,907 $>$ t tabel 1,985 yang artinya terdapat pengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan dalam Penggunaan LinkAja Syariah Masyarakat Kota Surakarta.
3. Kemudahan dengan nilai signifikan sebesar $0,000 < 0,05$ dan nilai t hitung 3,824 $>$ t tabel 1,985 yang artinya terdapat pengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan dalam Penggunaan LinkAja Syariah Masyarakat Kota Surakarta.
4. Kepercayaan dengan nilai signifikansi sebesar $0,011 < 0,05$ dan nilai t hitung 2,604 $>$ t tabel 1,985 artinya terdapat pengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan dalam Penggunaan LinkAja Syariah Masyarakat Kota Surakarta.

5.2. Keterbatasan Penelitian

1. Keterbatasan waktu penelitian, sehingga penelitian ini hanya terbatas pada pengguna LinkAja Syariah Masyarakat Kota Surakarta.
2. Penelitian ini menggunakan 3 variabel bebas yang hanya memberikan pengaruh kepuasan pelanggan.

5.3. Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang diperoleh, bahwa peneliti menyadari masih terdapat banyak kekurangan didalamnya. Untuk itu, peneliti memberikan saran bahwa:

1. Bagi peneliti selanjutnya, peneliti berharap agar penelitian ini dapat dijadikan dasar bagi penelitian selanjutnya dengan menambahkan variabel-variabel lain terkait yang berhubungan dan lebih banyak menambah referensi agar dapat memperluas penelitian sehingga memperoleh informasi yang lebih lengkap tentang faktor yang dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan dalam penggunaan uang elektronik.
2. Bagi perusahaan, peneliti mengharapkan aplikasi LinkAja/ LinkAja Syariah untuk memperbaiki sistem dan meningkatkan kualitas layanan agar pengguna aplikasi mendapatkan manfaat, kemudahan serta percaya sehingga terus menggunakan aplikasi LinkAja/ LinkAja Syariah.

DAFTAR PUSTAKA

- Adhari, I. Z. (2020). *Kepuasan Pelanggan & Pencapaian Brand Trust*. Jawa Timur: CV. Penerbit Qiara Media.
- Anjelina. (2018). Persepsi Konsumen Pada Penggunaan E-Money. *Journal Of Applied Managerial Accounting*, Vol.2, No.2, 219-231.
- Anshori, M., & Iswati, S. (2017). *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Surabaya: Airlangga University Press.
- Arif, M. R. (2012). *Dasar- Dasar Pemasaran Bank Syariah*. Bandung: Alfabeta.
- Artina, N. (2021). Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Kepercayaan dan Fitur Layanan Terhadap Tingkat Kepuasan Pelanggan Dalam Menggunakan E-Money di Kota Palembang. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis Universitas Multi Data Palembang*, 120-131.
- Ashsifa, I. (2020). Pengaruh Technology Acceptance Model (TAM) Terhadap Kepuasan Pelanggan Dan Niat Penggunaan Mobile Banking Secara Berkelanjutan (Privasi Dan Personalisasi Sebagai Variabel Moderasi). *International Journal of Business*, Vol. 3, No. 1, 25-29.
- Darma, B. (2021). *Statistika Penelitian Menggunakan SPSS*. Jakarta: Guepedia.
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariete Dengan Program IBM SPSS 23*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Gunawan, C. (2020). *Mahir Menguasai SPSS*. Yogyakarta: Deepublish.
- Hardani, d. (2020). *Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif*. Yogyakarta: Pustaka Ilmu Group.
- Hu, Z., Ding, S., Li, S., Chen, L., & Yang, S. (2019). Adoption Intention Of Fintech Services For Bank Users: An Empirical Examination With An Extended Technology Acceptance Model. *Symmetry*, 11(3).
- Indra, N., & Siagian, O. A. (2021). Analisis Kualitas Pelayanan Kepuasan dan Pemanfaatan Teknologi Terhadap Pelanggan Gojek Pada Masa Pandemi Covid-19. *Akrab Juara*, Vol.6, No.1, 194-212.
- Irawan, e. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan pada PT. Kartika Cipta Anugrah Bandung. *Jurnal Administrasi Bisnis*, Vol. 6, No. 2.
- Komang, I., Yogi, L., Agus, K., & Pramudana, S. (2021). The Effect of Ease of Transactions, Price and Perceived Usefulness on Customer Satisfaction for Gopay's Feature in Gojek Application. *American Journal of Humanities and Social Science Research*, (5), 44-52.

- Latifah, N., Widayani, A., & Normawati, R. A. (2020). Pengaruh Perceived Usefulness Dan Trust Terhadap Kepuasan Konsumen E-Commerce Shopee. *BISMA*, 14(1) 82.
- Legi, D., & Saerang, R. T. (2020). The Analysis of Technology Acceptance Model (TAM) on Intention to Use of E-Money in Manado (Study on: Gopay, OVO, DANA). *Jurnal EMBA*, 624-632.
- Meileny, F., & Wijaksana, T. I. (2020). Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Fitur Layanan Dan Kepercayaan Terhadap Tingkat Kepuasan Pelanggan Linkaja Di Indonesia. *Jurnal Ecodemica*, 200-209.
- Oktapiani, Y., Rosario, M., & Nehemia, A. (2020). Analisis Minat Penggunaan Aplikasi Brimo Dengan Pendekatan Technology Acceptance Model (TAM). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Sistem Informasi*, Vol.2, No.3, 249-260.
- Pratama, A. B., & Suputra, I. D. (2019). Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan dan Tingkat Kepercayaan pada Minat Menggunakan Uang Elektronik. *E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana*, Vol. 27.2.
- Purba, M., Samsir, & Arifin, K. (2020). Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Manfaat dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan dan Niat Menggunakan Kembali Aplikasi OVO pada Mahasiswa Pascasarjana. *Tepak Manajemen Bisnis*, 151-170.
- Puspitasari, I., & Briliana, V. (2017). Pengaruh Perceived Ease-of-Use, Perceived Usefulness, Trust dan Perceived Enjoyment Terhadap Repurchase Intention (Studi Kasus pada Website Zalora Indonesia). *Jurnal Bisnis dan Akuntansi*, 171-182.
- Rahayu, P. F., & Riana, D. (2020). Pengaruh Persepsi Manfaat, Kualitas Layanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Transportasi Online (Gojek) Pada Mahasiswa/i Fakultas Ekonomi Universitas Tridinanti Palembang. *Jurnal Akuntanika*, 46-54.
- Sandy, E., & Firdausy, d. C. (2020). Pengaruh Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use dan Trust Terhadap Minat Konsumen dalam Penggunaan Ulang Go-Pay di Kota Jakarta. *Jurnal Manajemen Bisnis dan Kewirausahaan*, Vol 5, No. 1; 22-27.
- Sanusi, C. A., Kusumadewi, R., & Aziz, T. S. (2022). Pengaruh Perceived Usefulness dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Kepuasan Konsumen E-Toll (Studi Pada Pengguna E-Toll Card di Cirebon). *Entrepreneur*, 391-405.
- Siyoto, S., & Sodik, M. A. (2013). *Dasar Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: Literasi Media.

- Subowo, M. H. (2020). Pengaruh Prinsip Technology Acceptance Model (TAM) Terhadap Kepuasan Pelanggan Aplikasi Ojek Online XYZ. *Walisongo Journal of Information Technology*, Vol. 2, No. 2, 79-92.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Suprpto, H. (2017). *Metodologi Penelitian Untuk Karya Ilmiah*. Yogyakarta: Gosyen.
- Suryani, D., Ermansyah, & Sukri, S. A. (2021). Pengaruh Perceived Ease of Use, Perceived Usefulness, dan Trust Terhadap Kepuasan Pelanggan Gojek. *Indonesian Journal of Business Economics and Management*, Vol. 1, 11-19.
- Tjiptono, F., & Chandra, G. (2012). *Pemasaran Strategik ed. 2*. Yogyakarta: CV Andi Offset.
- Yang, M., Mamun, A. A., Mohiudin, M., Nawi, N. C., & Zainol, N. R. (2021). Cashless Transactions: A Study On Intention And Adoption Of E-Wallets. *Sustainability*, 13. 831.
- Yo, P. W., & et.al. (2021). The Influencing Factors of Customer Satisfaction: A Case Study of Shopee in Malaysia. *Estudios de Economia Aplicada*, 39(12).
- Zahra, N. A. (2021). *Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Kemanfaatan dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Nasabah Pengguna Mobile Banking (M-Banking) Bank Syariah Mandiri (Studi Kasus pada Nasabah Bank Syariah Mandiri Bekasi Barat)*. Jakarta: UIN Syarif Hidayatullah.

Website:

- Bank Indonesia. (2021). *Bank Indonesia*. Dipetik Januari 29, 2022, dari Bank Indonesia: www.bi.go.id
- LinkAja. (2020, Februari 04). Dipetik Maret 29, 2022, dari <https://www.linkaja.id>
- LinkAja. (2020, April 4). Dipetik Juni 20, 2022, dari <https://www.linkaja.id/artikel/linkaja-luncurkan-layanan-syariah-pertama-di-indonesia>

LAMPIRAN I

Kuesioner Penelitian

Assalamu'alaikum wr.wb

Saya Siti Mahmudah Nur Afifah mahasiswi jurusan Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Mas Said Surakarta. Saat ini sedang melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh Kemanfaatan, Kemudahan Dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Dalam Penggunaan LinkAja Syariah Masyarakat Kota Surakarta”. Saya mohon kepada Saudara untuk berpartisipasi dalam mengisi kuesioner ini dengan sejujurnya. Adapun kriteria respon dalam penelitian ini:

1. Masyarakat Kota Surakarta
2. Pengguna LinkAja Syariah dan sudah pernah melakukan transaksi pembayaran baik online maupun offline.

Informasi yang Saudara berikan hanya digunakan untuk keperluan penelitian dan akan dijaga kerahasiaannya.

Terima kasih atas waktu dan kesediaan Saudara dalam partisipasinya.

Wassalamu'alaikum wr.wb

I. Identitas Responden

Nama Responden :

Jenis Kelamin :

- Laki-laki
- Perempuan

Usia :

- < 17 tahun
- 17 – 25 tahun
- 26 – 30 tahun
- >30 tahun

Pekerjaan :

- Pelajar/ Mahasiswa
- Pegawai Swasta
- Pegawai Negeri
- Wiraswasta
- Yang lain :

Penghasilan/ uang saku perbulan :

- < Rp 1.000.000
- Rp 1.000.000 - Rp 2.000.000
- Rp 3.000.000 - Rp 4.000.000
- > Rp 5.000.000

II. Daftar Pernyataan

Petunjuk Pengisian

Berilah tanda (√) jika pernyataan sesuai dengan pengalaman responden selama menggunakan LinkAja Syariah pada kolom yang telah disediakan

Keterangan kolom skor penilaian

Sangat Setuju (SS) = skor 5

Setuju (S) = skor 4

Netral (N) = skor 3

Tidak Setuju (TS) = skor 2

Sangat Tidak Setuju (STS) = skor 1

1. Kemanfaatan

NO	PERNYATAAN	JAWABAN				
		STS	TS	N	S	SS
1.	Menggunakan LinkAja Syariah lebih cepat dan efisien dalam menyelesaikan transaksi					
2.	Penggunaan LinkAja Syariah dapat meningkatkan produktifitas					
3.	Penggunaan LinkAja Syariah menghemat waktu dalam bertransaksi					
4.	Penggunaan LinkAja Syariah sangat berguna bagi saya untuk melakukan berbagai aktivitas					

2. Kemudahan

NO	PERNYATAAN	JAWABAN				
		STS	TS	N	S	SS
1.	LinkAja Syariah mudah dipelajari dan dipahami					
2.	Fleksibel dalam menggunakan LinkAja Syariah dalam bertransaksi non-tunai					
3.	Penggunaan LinkAja Syariah sangat praktis dapat diakses dimana saja dan kapan saja					
4.	Menggunakan LinkAja Syariah memudahkan dalam bertransaksi					
5.	Layanan LinkAja Syariah memiliki fitur					

	yang mudah digunakan					
--	----------------------	--	--	--	--	--

3. Kepercayaan

NO	PERNYATAAN	JAWABAN				
		STS	TS	N	S	SS
1.	Saya percaya layanan LinkAja Syariah dapat diandalkan					
2.	Saya percaya keamanan bertransaksi melalui LinkAja Syariah					
3.	Saya percaya LinkAja Syariah berkompeten dalam menyediakan layanan transaksi online					
4.	Saya percaya LinkAja Syariah memperhatikan kepuasan konsumen					
5.	Saya percaya LinkAja Syariah dapat melindungi data pribadi dan keuangan saya					

4. Kepuasan Pelanggan

NO	PERNYATAAN	JAWABAN				
		STS	TS	N	S	SS
1.	Saya tertarik menggunakan kembali LinkAja Syariah karena mudah digunakan					
2.	Saya selalu mengisi ulang saldo LinkAja Syariah untuk melakukan transaksi kembali					
3.	Saya akan merekomendasikan LinkAja Syariah kepada orang lain					
4.	Saya akan menggunakan kembali LinkAja Syariah sebagai pembayaran elektronik					
5.	Saya tertarik menggunakan LinkAja Syariah karena banyak keuntungan yang saya dapatkan					

LAMPIRAN 2 DATA PRIMER KUESIONER

Timestamp	Nama	Jenis Kelamin	Usia	Pekerjaan	Penghasilan/ uang saku per bulan
7/30/2022 12:02:07	Shella	Perempuan	17 - 25 tahun	Pegawai Swasta	Rp 1.000.000 - Rp 2.000.000
7/30/2022 12:17:29	Rika Triana Kusumastuti	Perempuan	17 - 25 tahun	Pegawai Swasta	Rp 1.000.000 - Rp 2.000.000
7/30/2022 12:41:48	Kanaya	Perempuan	< 17 tahun	Pelajar/ Mahasiswa	< Rp 1.000.000
7/30/2022 12:49:10	Ayu Sari Listyowati	Perempuan	17 - 25 tahun	Pelajar/ Mahasiswa	Rp 1.000.000 - Rp 2.000.000
7/30/2022 12:53:35	Rena	Perempuan	17 - 25 tahun	Pelajar/ Mahasiswa	< Rp 1.000.000
7/30/2022 13:49:54	Ramadhani Nurjanah	Perempuan	17 - 25 tahun	Pelajar/ Mahasiswa	< Rp 1.000.000
7/30/2022 14:10:15	Nabilla	Perempuan	17 - 25 tahun	Pegawai Swasta	< Rp 1.000.000
7/30/2022 14:39:30	Frida Iestari	Perempuan	17 - 25 tahun	Pegawai Swasta	Rp 1.000.000 - Rp 2.000.000
7/30/2022 14:48:22	Eliya Febi Yanti	Perempuan	17 - 25 tahun	Pelajar/ Mahasiswa	< Rp 1.000.000
7/30/2022 14:56:14	Erlina Ekawati	Perempuan	17 - 25 tahun	Pegawai Swasta	Rp 1.000.000 - Rp 2.000.000
7/30/2022 15:00:01	Dwi Styawati	Perempuan	17 - 25 tahun	Pramuniaga	Rp 1.000.000 - Rp 2.000.000
7/30/2022 16:07:39	Sabilatur Rakhmah	Perempuan	17 - 25 tahun	Pegawai Swasta	< Rp 1.000.000
7/30/2022 17:08:58	Sekar Ayu	Perempuan	17 - 25 tahun	Pelajar/ Mahasiswa	< Rp 1.000.000
7/30/2022 17:35:25	Dhinar	Perempuan	17 - 25 tahun	Ibu rumah tangga	Rp5.000.000
7/30/2022 18:18:09	Shafa M	Perempuan	17 - 25 tahun	Pelajar/ Mahasiswa	< Rp 1.000.000
7/30/2022 18:22:28	Sinta W	Perempuan	17 - 25 tahun	Pelajar/ Mahasiswa	Rp 1.000.000 - Rp 2.000.000
7/30/2022 19:14:53	Sabrina Frisca Yuniarti	Perempuan	17 - 25 tahun	Pelajar/ Mahasiswa	< Rp 1.000.000
7/30/2022 23:40:58	Yosa Putra Salsabila	Laki-laki	17 - 25 tahun	Pelajar/ Mahasiswa	< Rp 1.000.000
7/31/2022 0:39:09	Bilqis	Perempuan	17 - 25 tahun	Pelajar/ Mahasiswa	< Rp 1.000.000
7/31/2022 7:42:44	Aldina Kusuma F	Perempuan	17 - 25 tahun	Pegawai Swasta	Rp 1.000.000 - Rp 2.000.000
7/31/2022 21:24:59	Agung Gunawan	Laki-laki	17 - 25 tahun	Pegawai Swasta	Rp 1.000.000 - Rp 2.000.000
7/31/2022 21:25:18	Miranda	Perempuan	17 - 25 tahun	Pelajar/ Mahasiswa	< Rp 1.000.000
7/31/2022 21:33:33	Veri Ika Fatmawati	Perempuan	17 - 25 tahun	Pelajar/ Mahasiswa	< Rp 1.000.000
7/31/2022 21:34:11	Latifah Umi Widya S	Perempuan	17 - 25 tahun	Pegawai Swasta	Rp 1.000.000 - Rp 2.000.000

7/31/2022 21:36:02	Afifah Nura	Perempuan	17 - 25 tahun	Pelajar/ Mahasiswa	Rp 1.000.000 - Rp 2.000.000
7/31/2022 21:36:46	Gelsy	Perempuan	17 - 25 tahun	Pegawai Swasta	Rp 1.000.000 - Rp 2.000.000
7/31/2022 21:42:58	Surya ys	Laki-laki	17 - 25 tahun	Pelajar/ Mahasiswa	< Rp 1.000.000
7/31/2022 21:44:15	Roedyah	Perempuan	17 - 25 tahun	Pelajar/ Mahasiswa	< Rp 1.000.000
7/31/2022 22:02:32	Amalia	Perempuan	17 - 25 tahun	Pegawai Swasta	Rp 1.000.000 - Rp 2.000.000
7/31/2022 22:08:02	Vicky viheis	Laki-laki	17 - 25 tahun	Pegawai Swasta	Rp 3.000.000 - Rp 4.000.000
8/1/2022 6:48:46	Nilam	Perempuan	17 - 25 tahun	Pelajar/ Mahasiswa	Rp 1.000.000 - Rp 2.000.000
8/1/2022 8:19:11	Amprih Mei Artanti	Perempuan	17 - 25 tahun	Pelajar/ Mahasiswa	< Rp 1.000.000
8/1/2022 9:01:35	Qomaruddin Noviyanto	Laki-laki	17 - 25 tahun	Pelajar/ Mahasiswa	< Rp 1.000.000
8/1/2022 9:22:56	Safina Putri Siwi Luberingsih	Perempuan	17 - 25 tahun	Wiraswasta	Rp 1.000.000 - Rp 2.000.000
8/1/2022 9:44:48	Anggrita	Perempuan	17 - 25 tahun	Pegawai Swasta	< Rp 1.000.000
8/1/2022 11:19:16	Juni	Perempuan	17 - 25 tahun	Pelajar/ Mahasiswa	< Rp 1.000.000
8/1/2022 11:51:42	Alifia Fajriati DP	Perempuan	17 - 25 tahun	Pelajar/ Mahasiswa	< Rp 1.000.000
8/1/2022 12:30:39	Endah Triastuti	Perempuan	17 - 25 tahun	Pelajar/ Mahasiswa	< Rp 1.000.000
8/1/2022 12:43:12	Titik	Perempuan	17 - 25 tahun	Pelajar/ Mahasiswa	< Rp 1.000.000
8/1/2022 13:22:52	Annastya Ayu	Perempuan	17 - 25 tahun	Pelajar/ Mahasiswa	< Rp 1.000.000
8/1/2022 20:55:05	Mifta Nursholihah	Perempuan	17 - 25 tahun	Pelajar/ Mahasiswa	Rp 1.000.000 - Rp 2.000.000
8/1/2022 21:17:32	Desi Tri Rahayuningsih	Perempuan	17 - 25 tahun	Pelajar/ Mahasiswa	Rp 1.000.000 - Rp 2.000.000
8/1/2022 21:27:07	Denia Retno Anjani	Perempuan	17 - 25 tahun	Pelajar/ Mahasiswa	< Rp 1.000.000
8/3/2022 7:40:26	Tri Setyasari	Perempuan	17 - 25 tahun	Pegawai Swasta	Rp 3.000.000 - Rp 4.000.000
8/3/2022 22:13:04	Musfirohwati	Perempuan	17 - 25 tahun	Pelajar/ Mahasiswa	Rp 1.000.000 - Rp 2.000.000
8/3/2022 22:30:26	Ryan	Laki-laki	17 - 25 tahun	Pelajar/ Mahasiswa	Rp 1.000.000 - Rp 2.000.000
8/4/2022 6:03:53	Agustin	Perempuan	17 - 25 tahun	Pelajar/ Mahasiswa	Rp 1.000.000 - Rp 2.000.000
8/4/2022 8:05:22	Ronny D	Laki-laki	17 - 25 tahun	Pegawai Swasta	Rp 3.000.000 - Rp 4.000.000
8/4/2022 10:08:16	Toni Saputra	Laki-laki	17 - 25 tahun	Pegawai Negeri	Rp5.000.000
8/4/2022 10:40:45	Septian Indra	Laki-laki	26 - 30 tahun	Pegawai Negeri	Rp5.000.000
8/4/2022 14:48:50	Erik	Laki-laki	< 17 tahun	Pelajar/ Mahasiswa	< Rp 1.000.000

8/6/2022 8:02:47	Dika	Laki-laki	26 - 30 tahun	Pegawai Swasta	Rp5.000.000
8/6/2022 14:33:19	Fadila	Perempuan	26 - 30 tahun	Pegawai Swasta	Rp5.000.000
8/6/2022 18:38:09	Dicky	Laki-laki	17 - 25 tahun	Pegawai Swasta	Rp5.000.000
8/7/2022 9:06:58	Rudi	Laki-laki	> 30 tahun	Pegawai Negeri	Rp5.000.000
8/12/2022 13:08:07	Fajar	Laki-laki	17 - 25 tahun	Pelajar/ Mahasiswa	Rp 1.000.000 - Rp 2.000.000
8/12/2022 13:39:17	Wulandari	Perempuan	17 - 25 tahun	Pelajar/ Mahasiswa	Rp 3.000.000 - Rp 4.000.000
8/13/2022 6:11:06	Anggi	Perempuan	26 - 30 tahun	Wiraswasta	Rp5.000.000
8/13/2022 8:21:08	Mahira	Perempuan	17 - 25 tahun	Ibu rumah tangga	Rp 1.000.000 - Rp 2.000.000
8/13/2022 9:49:09	Bayu	Laki-laki	17 - 25 tahun	Pegawai Negeri	Rp5.000.000
8/15/2022 7:14:20	Ayu	Perempuan	26 - 30 tahun	Pegawai Swasta	Rp 3.000.000 - Rp 4.000.000
8/15/2022 8:15:22	Talita	Perempuan	< 17 tahun	Pelajar/ Mahasiswa	Rp 1.000.000 - Rp 2.000.000
8/15/2022 15:16:20	Edwin	Laki-laki	> 30 tahun	Pegawai Negeri	Rp5.000.000
8/20/2022 8:17:35	Christy	Perempuan	17 - 25 tahun	Pelajar/ Mahasiswa	Rp 3.000.000 - Rp 4.000.000
8/20/2022 10:51:29	Aini	Perempuan	17 - 25 tahun	Pegawai Negeri	Rp5.000.000
8/20/2022 13:19:44	Saras	Perempuan	17 - 25 tahun	Pegawai Swasta	Rp 3.000.000 - Rp 4.000.000
8/22/2022 10:46:16	Indra	Laki-laki	17 - 25 tahun	Pegawai Negeri	Rp5.000.000
8/22/2022 13:49:12	Ruki	Laki-laki	> 30 tahun	Pegawai Negeri	Rp5.000.000
8/22/2022 14:51:06	Tyas	Perempuan	17 - 25 tahun	Pegawai Swasta	Rp 3.000.000 - Rp 4.000.000
8/22/2022 15:25:08	Fafa	Laki-laki	17 - 25 tahun	Pegawai Swasta	Rp 3.000.000 - Rp 4.000.000
8/24/2022 10:53:33	Bagas	Laki-laki	17 - 25 tahun	Pegawai Negeri	Rp5.000.000
8/24/2022 11:00:41	Irfan	Laki-laki	26 - 30 tahun	Pegawai Swasta	Rp 3.000.000 - Rp 4.000.000
8/24/2022 11:56:03	Okky	Laki-laki	17 - 25 tahun	Pelajar/ Mahasiswa	Rp 1.000.000 - Rp 2.000.000
8/25/2022 21:58:09	Richard	Laki-laki	< 17 tahun	Pelajar/ Mahasiswa	Rp 1.000.000 - Rp 2.000.000
8/25/2022 22:25:45	Boy	Laki-laki	17 - 25 tahun	Pelajar/ Mahasiswa	Rp 1.000.000 - Rp 2.000.000
8/25/2022 23:00:59	Rosa	Perempuan	> 30 tahun	Wiraswasta	Rp 3.000.000 - Rp 4.000.000
8/27/2022 9:02:58	Rika	Perempuan	> 30 tahun	Ibu Rumah Tangga	Rp 3.000.000 - Rp 4.000.000
8/27/2022 11:11:07	Tiara Christiani	Perempuan	17 - 25 tahun	Pegawai Negeri	Rp5.000.000

8/28/2022 11:48:02	Agus Susanto	Laki-laki	26 - 30 tahun	Pegawai Swasta	Rp 3.000.000 - Rp 4.000.000
8/28/2022 13:57:43	Meida	Perempuan	26 - 30 tahun	Pegawai Swasta	Rp 3.000.000 - Rp 4.000.000
8/30/2022 13:05:55	Vita	Perempuan	26 - 30 tahun	Pegawai Swasta	Rp 1.000.000 - Rp 2.000.000
8/30/2022 14:00:16	Nanda	Perempuan	26 - 30 tahun	Wiraswasta	Rp 3.000.000 - Rp 4.000.000
8/30/2022 20:21:49	Arum	Perempuan	17 - 25 tahun	Pegawai Swasta	Rp 1.000.000 - Rp 2.000.000
9/1/2022 10:02:46	Naswa	Perempuan	< 17 tahun	Pelajar/ Mahasiswa	< Rp 1.000.000
9/1/2022 14:04:02	Seja Velina	Perempuan	17 - 25 tahun	Wiraswasta	Rp5.000.000
9/1/2022 17:05:13	Agung S	Laki-laki	17 - 25 tahun	Wiraswasta	Rp 3.000.000 - Rp 4.000.000
9/1/2022 17:56:49	Faizal	Laki-laki	26 - 30 tahun	Pegawai Swasta	Rp 3.000.000 - Rp 4.000.000
9/2/2022 9:07:36	Samsul	Laki-laki	> 30 tahun	Pegawai Negeri	Rp5.000.000
9/2/2022 14:08:28	Wira	Laki-laki	> 30 tahun	Pegawai Swasta	Rp5.000.000
9/2/2022 18:09:33	Andika Pratama	Laki-laki	17 - 25 tahun	Pelajar/ Mahasiswa	Rp 1.000.000 - Rp 2.000.000
9/2/2022 18:41:15	Zahrudin	Laki-laki	26 - 30 tahun	Pegawai Swasta	Rp 3.000.000 - Rp 4.000.000
9/2/2022 19:12:09	David	Laki-laki	17 - 25 tahun	Pelajar/ Mahasiswa	Rp 3.000.000 - Rp 4.000.000
9/3/2022 8:12:58	Ikang	Laki-laki	17 - 25 tahun	Pegawai Swasta	Rp5.000.000
9/3/2022 14:14:00	Prpto	Laki-laki	> 30 tahun	Wiraswasta	Rp5.000.000
9/4/2022 14:55:22	Adit	Laki-laki	17 - 25 tahun	Pelajar/ Mahasiswa	Rp 1.000.000 - Rp 2.000.000
9/4/2022 16:16:38	Fakih	Laki-laki	< 17 tahun	Pelajar/ Mahasiswa	Rp 1.000.000 - Rp 2.000.000
9/4/2022 16:27:35	Rohman	Laki-laki	26 - 30 tahun	Pegawai Negeri	Rp5.000.000
9/4/2022 19:18:23	Budi	Laki-laki	26 - 30 tahun	Pegawai Negeri	Rp5.000.000
9/4/2022 21:19:26	Anwar	Laki-laki	17 - 25 tahun	Pelajar/ Mahasiswa	Rp 1.000.000 - Rp 2.000.000

LAMPIRAN 3 TABULASI DATA PENELITIAN

1. Variabel Kemanfaatan

No	X1-1	X1-2	X1-3	X1-4	Total X1
1	5	5	5	5	20
2	4	4	4	4	16
3	3	3	3	3	12
4	4	4	3	3	14
5	4	4	5	4	17
6	4	4	4	4	16
7	3	4	3	3	13
8	3	3	3	4	13
9	5	5	5	5	20
10	4	5	5	3	17
11	5	4	4	5	18
12	3	4	3	2	12
13	5	5	5	5	20
14	4	4	4	5	17
15	3	3	2	4	12
16	5	4	5	5	19
17	3	3	4	3	13
18	5	4	5	5	19
19	4	4	4	4	16
20	4	4	4	4	16
21	4	3	4	3	14
22	4	4	4	4	16
23	5	5	5	5	20
24	4	4	4	4	16
25	4	4	4	4	16
26	3	3	3	3	12
27	4	3	3	3	13
28	3	3	5	4	15
29	4	4	4	4	16
30	5	5	5	5	20
31	2	4	4	4	14
32	4	4	4	4	16
33	4	3	4	3	14
34	3	3	5	5	16
35	4	4	5	4	17
36	4	3	4	4	15
37	4	4	4	4	16
38	4	3	4	4	15
39	4	3	3	4	14

40	4	4	5	2	15
41	4	4	4	4	16
42	3	3	4	4	14
43	5	4	5	4	18
44	4	4	4	4	16
45	5	5	5	5	20
46	5	5	4	4	18
47	5	5	4	5	19
48	5	4	5	5	19
49	5	4	4	5	18
50	5	4	5	5	19
51	4	4	5	5	18
52	5	4	5	5	19
53	5	4	4	4	17
54	5	4	5	5	19
55	5	4	5	5	19
56	4	5	5	5	18
57	5	4	5	5	19
58	5	5	5	4	19
59	5	4	4	5	18
60	4	5	5	5	19
61	5	5	4	5	19
62	4	4	5	5	18
63	5	4	5	5	19
64	5	5	5	4	19
65	5	4	4	5	18
66	5	5	5	4	19
67	4	5	5	5	19
68	5	4	5	5	19
69	5	4	4	5	18
70	5	5	5	4	19
71	4	5	5	4	18
72	4	4	5	5	18
73	4	4	4	5	17
74	5	5	5	4	19
75	5	4	4	5	18
76	4	5	5	5	19
77	4	4	5	5	18
78	5	4	5	5	19
79	4	5	4	4	17
80	5	4	4	5	18
81	5	4	5	4	18
82	4	4	5	5	18
83	5	5	5	4	19

84	4	5	4	4	17
85	4	5	5	5	19
86	5	5	4	5	19
87	5	4	4	5	18
88	5	5	4	4	18
89	5	5	4	5	19
90	5	4	5	5	19
91	4	4	4	4	16
92	5	5	5	5	20
93	5	5	4	4	18
94	5	5	5	4	19
95	5	4	4	5	18
96	5	5	5	5	20
97	5	4	4	4	17
98	4	5	5	5	29
99	4	5	4	5	18
100	5	5	5	5	20

2. Variabel Kemudahan

No	X2-1	X2-2	X2-3	X2-4	X2-5	Total X2
1	5	5	5	5	5	25
2	4	4	4	4	4	20
3	3	3	3	3	3	15
4	5	5	5	5	5	25
5	3	4	4	4	4	19
6	4	4	4	4	4	20
7	3	3	3	3	3	15
8	4	5	3	5	3	20
9	5	5	4	5	4	23
10	5	5	5	5	5	25
11	5	5	5	5	5	25
12	5	3	2	3	4	17
13	5	5	5	5	5	25
14	4	4	4	4	4	20
15	3	4	3	4	3	17
16	5	5	5	5	5	25
17	3	4	4	4	4	19
18	4	5	5	4	5	23
19	4	4	4	4	4	20
20	5	5	4	5	5	24
21	5	5	5	5	5	25
22	4	4	4	4	5	21
23	5	5	5	5	5	25
24	4	4	4	4	4	20
25	4	4	5	5	4	22

26	3	3	3	3	3	15
27	3	3	3	3	3	15
28	5	4	4	4	4	21
29	3	4	4	5	4	20
30	5	5	5	5	5	25
31	4	4	4	5	4	21
32	4	4	4	4	4	20
33	4	5	4	4	4	21
34	5	5	5	5	5	25
35	5	3	4	4	4	20
36	4	5	4	4	3	20
37	4	4	3	4	3	18
38	4	4	4	4	4	20
39	3	3	3	3	3	15
40	2	5	4	4	4	19
41	5	4	4	4	4	21
42	3	4	4	4	3	18
43	3	5	5	5	3	21
44	5	4	5	4	4	22
45	5	5	5	5	5	25
46	5	5	4	4	5	23
47	5	4	5	5	5	24
48	5	5	5	4	4	23
49	4	4	4	5	4	21
50	5	4	5	5	5	24
51	5	4	5	5	4	23
52	4	5	5	4	5	23
53	4	5	5	5	5	24
54	4	5	4	4	5	22
55	4	5	5	5	4	23
56	5	3	5	4	5	22
57	4	4	4	5	5	22
58	4	5	5	4	4	22
59	5	5	5	4	4	23
60	4	4	5	5	4	22
61	4	4	5	5	5	23
62	5	5	5	5	4	24
63	5	5	4	4	4	22
64	4	5	4	4	5	22
65	5	4	5	5	4	23
66	5	4	5	5	5	24
67	4	5	5	4	5	23
68	4	5	5	4	4	22
69	5	5	4	5	4	23

70	4	4	5	4	5	22
71	5	4	4	4	5	22
72	5	5	4	4	5	23
73	4	5	4	4	4	21
74	5	5	4	4	5	23
75	5	5	4	5	4	23
76	4	4	4	4	4	20
77	5	4	5	4	4	22
78	4	4	4	4	5	21
79	4	3	5	3	5	20
80	5	5	5	5	5	25
81	4	5	5	4	4	22
82	5	4	5	4	4	22
83	4	5	4	5	4	22
84	4	4	5	5	4	22
85	5	4	5	5	5	24
86	5	5	4	5	5	24
87	5	5	4	5	4	23
88	4	4	5	4	5	22
89	5	4	5	4	4	22
90	5	5	4	4	4	22
91	5	4	5	4	4	22
92	4	4	4	5	5	22
93	4	4	4	5	4	21
94	4	5	4	4	5	22
95	4	5	4	4	5	22
96	5	5	4	4	5	23
97	4	4	5	5	5	22
98	5	5	4	5	5	24
99	5	5	5	4	4	23
100	4	5	5	4	5	23

3. Variabel Kepercayaan

No	X3-1	X3-2	X3-3	X3-4	X3-5	Total X3
1	5	5	5	5	5	25
2	4	5	4	4	5	22
3	4	3	4	4	5	20
4	4	3	3	3	5	18
5	5	5	5	5	5	25
6	4	4	4	4	5	21
7	3	3	3	3	5	17
8	3	4	4	3	5	19
9	5	5	5	4	4	23
10	5	5	5	5	5	25
11	5	4	5	5	5	24

12	2	3	3	4	5	17
13	4	4	4	5	5	22
14	4	3	3	4	5	19
15	4	3	2	3	5	17
16	4	5	5	5	5	24
17	3	4	4	3	5	19
18	5	5	5	4	5	24
19	4	4	4	4	5	21
20	3	4	4	4	5	20
21	3	5	4	4	5	21
22	4	5	5	4	5	23
23	5	5	5	5	5	25
24	4	4	4	5	5	22
25	4	4	4	4	5	21
26	2	3	2	2	5	14
27	3	3	3	3	5	17
28	4	4	4	4	4	20
29	4	4	5	4	5	22
30	5	5	5	5	5	25
31	4	4	4	4	5	21
32	4	4	3	4	5	20
33	3	3	3	3	5	17
34	5	5	5	5	5	25
35	3	4	4	4	5	20
36	3	4	3	3	5	18
37	4	4	4	4	5	21
38	4	4	4	4	5	21
39	3	3	3	3	5	17
40	5	1	5	4	4	19
41	4	4	4	4	5	21
42	4	4	4	4	5	21
43	3	3	3	3	5	17
44	3	3	3	5	5	19
45	5	5	5	5	5	25
46	5	5	4	5	5	24
47	5	5	4	4	5	23
48	5	5	4	4	5	23
49	5	5	5	4	5	24
50	4	5	5	5	5	24
51	5	4	5	5	5	24
52	5	4	5	4	5	23
53	4	4	5	5	5	23
54	5	5	5	5	5	25
55	5	4	5	4	5	23

56	4	5	5	4	5	23
57	4	5	4	4	5	22
58	4	4	5	4	5	22
59	4	5	5	5	5	24
60	5	5	5	4	5	24
61	5	4	4	5	5	23
62	4	5	4	4	5	22
63	4	4	4	4	5	21
64	4	5	4	4	5	22
65	4	5	4	4	5	22
66	4	4	5	5	5	23
67	5	5	4	5	5	24
68	5	4	5	4	5	23
69	5	5	5	5	5	25
70	5	4	5	5	5	24
71	5	5	5	4	5	24
72	4	5	5	4	5	23
73	5	5	4	5	5	24
74	4	5	4	4	5	22
75	4	4	4	5	5	22
76	5	4	4	4	5	22
77	4	5	4	5	5	23
78	5	4	5	5	5	24
79	5	5	5	4	5	24
80	4	5	4	5	5	23
81	4	5	4	4	5	22
82	4	4	4	5	5	22
83	4	4	5	5	5	23
84	4	4	5	5	5	23
85	5	5	5	5	5	25
86	4	5	5	4	5	23
87	4	4	4	4	5	21
88	5	5	4	4	5	23
89	4	4	5	4	5	22
90	4	5	5	5	5	24
91	4	4	4	5	5	22
92	4	5	4	5	5	23
93	5	5	4	4	5	23
94	5	4	4	5	5	23
95	4	4	5	4	5	22
96	5	4	4	4	5	22
97	4	4	5	4	5	22
98	5	4	4	4	5	22
99	4	4	4	4	5	21

100	5	5	4	4	5	23
-----	---	---	---	---	---	----

4. Variabel Kepuasan Pelanggan

No	Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Total Y
1	5	5	5	5	5	25
2	4	4	4	4	4	20
3	3	3	3	4	4	17
4	5	5	3	5	5	23
5	4	3	4	4	4	19
6	3	3	3	3	3	15
7	3	3	3	3	3	15
8	4	4	5	5	3	21
9	4	4	4	5	4	21
10	4	3	5	5	5	22
11	5	4	4	4	5	22
12	3	2	4	3	3	15
13	5	4	4	4	5	23
14	4	3	4	4	4	19
15	3	2	3	3	3	14
16	5	4	4	5	5	23
17	3	3	2	3	3	14
18	5	5	5	4	5	24
19	4	4	4	4	4	20
20	4	4	4	5	4	21
21	4	4	4	4	3	19
22	4	4	4	4	4	20
23	5	5	5	5	5	25
24	4	3	4	4	4	19
25	4	3	3	3	3	16
26	2	3	3	2	3	13
27	3	3	3	3	3	15
28	4	4	3	4	3	18
29	5	3	3	4	5	20
30	5	5	5	5	5	25
31	4	4	4	4	4	20
32	4	3	3	3	3	16
33	3	3	3	4	3	16
34	5	5	5	5	5	25
35	4	4	4	4	4	20
36	3	3	3	3	3	15
37	4	3	4	3	3	17
38	4	4	4	3	3	18
39	3	3	3	3	3	15
40	4	4	5	4	4	21
41	4	3	3	4	3	17

42	4	5	3	4	5	21
43	3	4	3	4	3	17
44	5	5	5	5	5	25
45	5	3	4	5	3	20
46	4	5	5	5	5	24
47	4	5	5	4	4	22
48	4	4	4	5	4	21
49	4	4	4	5	4	21
50	5	4	4	5	5	23
51	4	5	4	4	5	22
52	5	4	5	5	5	24
53	5	4	5	4	4	22
54	4	4	5	5	5	23
55	4	5	5	5	4	23
56	5	3	5	5	5	23
57	5	5	5	4	4	23
58	5	4	5	5	5	24
59	5	4	4	4	5	22
60	4	4	4	5	5	22
61	5	4	5	5	5	24
62	5	5	5	4	4	23
63	4	5	4	4	5	22
64	4	5	5	5	5	24
65	4	4	4	5	4	21
66	5	3	5	4	4	21
67	4	4	4	4	4	20
68	4	4	5	4	5	22
69	5	4	4	4	5	22
70	4	4	5	5	5	23
71	4	4	5	5	5	23
72	4	5	5	5	4	23
73	5	4	4	4	5	22
74	5	5	4	5	5	24
75	4	4	4	4	5	21
76	5	5	5	4	4	23
77	5	4	4	5	5	23
78	4	4	4	4	5	21
79	4	4	4	4	4	20
80	5	5	4	4	5	23
81	5	5	4	4	5	23
82	5	4	4	5	4	22
83	5	4	4	4	5	22
84	5	4	5	5	4	23
85	5	5	4	4	4	22

86	4	4	5	4	5	22
87	5	5	4	4	5	23
88	4	4	5	4	5	22
89	4	4	5	5	4	22
90	5	5	5	5	5	25
91	5	5	4	4	5	23
92	5	5	4	5	5	24
93	5	4	4	5	5	23
94	4	5	4	5	5	23
95	5	5	4	4	5	23
96	4	4	5	4	4	21
97	5	5	5	5	5	25
98	5	5	5	5	4	24
99	5	3	5	5	4	22
100	5	4	4	5	5	23

LAMPIRAN 4 HASIL UJI DENGAN APLIKASI SPSS 20

1. UJI VALIDITAS

Validitas Kemanfaatan (X1)

Correlations

		P1-1	P1-2	P1-3	P1-4	TotalKeman
P1-1	Pearson Correlation	1	,524**	,451**	,511**	,807**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000	,000
	N	100	100	100	100	100
P1-2	Pearson Correlation	,524**	1	,467**	,337**	,744**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,001	,000
	N	100	100	100	100	100
P1-3	Pearson Correlation	,451**	,467**	1	,474**	,771**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000	,000
	N	100	100	100	100	100
P1-4	Pearson Correlation	,511**	,337**	,474**	1	,764**
	Sig. (2-tailed)	,000	,001	,000		,000
	N	100	100	100	100	100
TotalKeman	Pearson Correlation	,807**	,744**	,771**	,764**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	
	N	100	100	100	100	100

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Validitas Kemudahan (X2)

Correlations

		P2-1	P2-2	P2-3	P2-4	P2-5	TotalKem
P2-1	Pearson Correlation	1	,323**	,394**	,393**	,488**	,728**
	Sig. (2-tailed)		,001	,000	,000	,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100
P2-2	Pearson Correlation	,323**	1	,348**	,470**	,365**	,683**
	Sig. (2-tailed)	,001		,000	,000	,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100
P2-3	Pearson Correlation	,394**	,348**	1	,478**	,508**	,753**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000	,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100
P2-4	Pearson Correlation	,393**	,470**	,478**	1	,339**	,723**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000		,001	,000
	N	100	100	100	100	100	100
P2-5	Pearson Correlation	,488**	,365**	,508**	,339**	1	,747**

	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,001		,000
	N	100	100	100	100	100	100
TotalKem	Pearson Correlation	,728**	,683**	,753**	,723**	,747**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	100	100	100	100	100	100

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Validitas Kepercayaan (X3)

Correlations

		P3-1	P3-2	P3-3	P3-4	P3-5	TotalKep
P3-1	Pearson Correlation	1	,467**	,588**	,499**	-,117	,791**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000	,247	,000
	N	100	100	100	100	100	100
P3-2	Pearson Correlation	,467**	1	,486**	,443**	,225*	,777**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000	,024	,000
	N	100	100	100	100	100	100
P3-3	Pearson Correlation	,588**	,486**	1	,574**	-,095	,823**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000	,346	,000
	N	100	100	100	100	100	100
P3-4	Pearson Correlation	,499**	,443**	,574**	1	,061	,779**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000		,545	,000
	N	100	100	100	100	100	100
P3-5	Pearson Correlation	-,117	,225*	-,095	,061	1	,099
	Sig. (2-tailed)	,247	,024	,346	,545		,325
	N	100	100	100	100	100	100
TotalKep	Pearson Correlation	,791**	,777**	,823**	,779**	,099	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,325	
	N	100	100	100	100	100	100

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Validitas Kepuasan Pelanggan (Y)

Correlations

		K-1	K-2	K-3	K-4	K-5	TotalKP
K-1	Pearson Correlation	1	,541**	,503**	,565**	,637**	,812**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000	,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100
K-2	Pearson Correlation	,541**	1	,456**	,467**	,589**	,776**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000	,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100

K-3	Pearson Correlation	,503**	,456**	1	,586**	,477**	,758**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000	,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100
K-4	Pearson Correlation	,565**	,467**	,586**	1	,575**	,797**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000		,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100
K-5	Pearson Correlation	,637**	,589**	,477**	,575**	1	,830**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000		,000
	N	100	100	100	100	100	100
TotalKP	Pearson Correlation	,812**	,776**	,758**	,797**	,830**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	100	100	100	100	100	100

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

2. UJI RELIABILITAS

Hasil Reliabilitas Variabel Kemanfaatan

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,806	5

Hasil Reliabilitas Variabel Kemudahan

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,786	6

Hasil Reliabilitas Variabel Kepercayaan

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,780	6

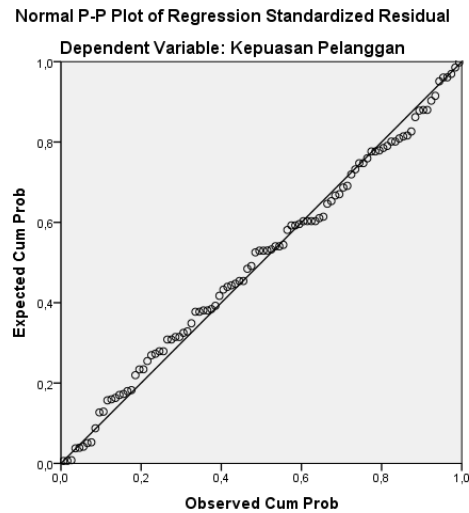
Hasil Reliabilitas Variabel Kepuasan Pelanggan

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,805	6

3. UJI ASUMSI KLASIK

a. Uji Normalitas



One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	1,77293788
Most Extreme Differences	Absolute	,050
	Positive	,050
	Negative	-,046
Test Statistic		,050
Asymp. Sig. (2-tailed)		,200 ^{c,d}

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. This is a lower bound of the true significance.

b. Uji Multikolineritas

		Coefficients ^a					Collinearity Statistics	
Model		Unstandardized Coefficients		Standardize d Coefficients	t	Sig.	Tolerance	VIF
		B	Std. Error	Beta				
1	(Constant)	-2,258	1,857		-1,216	,227		
	Kemanfaatan	,407	,140	,296	2,907	,005	,363	2,756
	Kemudahan	,423	,111	,345	3,824	,000	,462	2,163
	Kepercayaan	,322	,124	,251	2,604	,011	,403	2,479

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

c. Uji Heterokedasitas

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	,185	,058		3,199	,002
	Kemanfaatan	-,008	,004	-,308	-1,928	,057
	Kemudahan	,006	,003	,264	1,866	,065
	Kepercayaan	-,005	,004	-,200	-1,318	,191

a. Dependent Variable: ABS_RES

4. UJI HIPOTESIS

a. Uji T

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	-2,258	1,857		-1,216	,227		
	Kemanfaatan	,407	,140	,296	2,907	,005	,363	2,756
	Kemudahan	,423	,111	,345	3,824	,000	,462	2,163
	Kepercayaan	,322	,124	,251	2,604	,011	,403	2,479

a. Dependent Variable: KP

b. Uji F

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	551,322	3	183,774	56,694	,000 ^b
	Residual	311,188	96	3,242		
	Total	862,510	99			

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

b. Predictors: (Constant), Kepercayaan, Kemudahan, Kemanfaatan

c. Koefisien Determinasi

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,800 ^a	,639	,628	1,800	2,189

a. Predictors: (Constant), Kepercayaan, Kemudahan, Kemanfaatan

b. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

5. ANALISIS REGRESI BERGANDA

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	-2,258	1,857		-1,216	,227		
Kemanfaatan	,407	,140	,296	2,907	,005	,363	2,756
Kemudahan	,423	,111	,345	3,824	,000	,462	2,163
Kepercayaan	,322	,124	,251	2,604	,011	,403	2,479

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

LAMPIRAN 5**DAFTAR RIWAYAT HIDUP****Data Pribadi**

Nama : Siti Mahmudah Nur Afifah
Tempat/ Tanggal Lahir : Surakarta, 29 Maret 2000
Jenis Kelamin : Perempuan
Alamat : Ngemingan Rt 02/ Rw 01, Jebres, Surakarta
Agama : Islam
Status : Belum Menikah
Kewarganegaraan : Indonesia
No Telp : 089611480391
E-mail : s.m.nafifah@gmail.com
Nilai IPK : 3.62

Riwayat Pendidikan

1. TK Aisyah
2. SD Negeri 04 Kepatihan
3. SMP Negeri 14 Surakarta
4. SMK Negeri 6 Surakarta
5. Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta (Semester 9)

Kemampuan

1. Mampu mengoperasikan komputer (Ms.Word, Ms. Excel dan Ms. Powerpoint)
2. Mampu berkomunikasi dengan baik

LAMPIRAN 6

BUKTI PLAGIASI

siti_mahmudah_n.a.pdf			
ORIGINALITY REPORT			
22%	22%	14%	12%
SIMILARITY INDEX	INTERNET SOURCES	PUBLICATIONS	STUDENT PAPERS
PRIMARY SOURCES			
1	eprints.iain-surakarta.ac.id Internet Source		2%
2	123dok.com Internet Source		2%
3	Submitted to Universitas Putera Batam Student Paper		1%
4	repository.iainpurwokerto.ac.id Internet Source		1%
5	repositori.usu.ac.id Internet Source		1%
6	e-repository.perpus.iainsalatiga.ac.id Internet Source		1%
7	Submitted to STIE Perbanas Surabaya Student Paper		1%
8	Submitted to Universitas Diponegoro Student Paper		1%
9	core.ac.uk Internet Source		1%