

**PENGARUH KEMUDAHAN PENGGUNAAN DAN KUALITAS  
LAYANAN TERHADAP KEPUASAN PENGGUNA DOMPET DIGITAL  
OVO  
( Studi Kasus Masyarakat Solo Raya)**

**SKIRPSI**

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



Oleh:

**REFALDA AYU DERDAMEZA**  
NIM. 195211014

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN BISNIS SYARIAH  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN MAS SAID SURAKARTA  
2023**

**PENGARUH KEMUDAHAN PENGGUNAAN DAN KUALITAS  
LAYANAN TERHADAP KEPUASAN PENGGUNA DOMPET DIGITAL  
OVO**

( Studi Kasus Masyarakat Solo Raya)

**SKRIPSI**

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

Oleh:

**REFALDA AYU DERDAMEZA**

**NIM. 195211014**

Surakarta, 10 Maret 2023

Disetujui dan Disahkan oleh:

Dosen Pembimbing Skripsi



Dr. Arif Muanas, S.E., M.Sc

NIP: 19760101 201101 1 005

## SURAT PERNYATAAN BUKAN PLAGIASI

*Assalamu 'alaikum Wr. Wb*

Yang bertanda tangan di bawah ini :

NAMA : REFALDA AYU DERDAMEZA  
NIM : 19. 52. 11. 014  
PROGRAM STUDI : MANAJEMEN BISNIS SYARIAH  
FAKULTAS : EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Menyatakan bahwa penelitian skripsi berjudul “ **PENGARUH KEMUDAHAN PENGGUNAAN DAN KUALITAS LAYANAN TERHADAP KEPUASAN PENGGUNA DOMPET DIGITAL OVO** ” (Studi Kasus Masyarakat Solo Raya)

Benar-benar bukan plagiasi dan belum pernah diteliti sebelumnya. Apabila dikemudian hari diketahui bahwa skripsi ini merupakan plagiasi, saya bersedia menerima sanksi sesuai peraturan yang berlaku.

Demikian surat ini dibuat dengan sesungguhnya untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

*Wassalamu 'alaikum Wr. Wb*

Surakarta 10 Maret 2023



REFALDA AYU DERDAMEZA

## SURAT PERNYATAAN TELAH MELAKUKAN PENELITIAN

*Assalamu 'alaikum Wr.Wb*

Yang bertanda tangan di bawah ini :

NAMA : REFALDA AYU DERDAMEZA  
NIM : 19. 52. 11. 014  
PROGRAM STUDI : MANAJEMEN BISNIS SYARIAH  
FAKULTAS : EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Terkait penelitian skripsi saya yang berjudul “ **PENGARUH KEMUDAHAN PENGGUNAAN DAN KUALITAS LAYANAN TERHADAP KEPUASAN PENGGUNA DOMPET DIGITAL OVO** ” (Studi Kasus Masyarakat Solo Raya)

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

Demikian surat ini dibuat dengan sesungguhnya untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

*Wassalamu 'alaikum Wr.Wb*

Surakarta 10 Maret 2023



REFALDA AYU DERDAMEZA

Scanned with CamScanner

Dr. Arif Muanas, S.E., M.Sc  
Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
Universitas Islam Raden Mas Said Surakarta

**NOTA DINAS**

Hal : Skripsi  
Sdr : REFALDA AYU DERDAMEZA

Kepada Yang Terhormat  
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Raden Mas Said  
Surakarta  
Di Surakarta  
Assalamu'alaikum Wr.Wb.

Dengan hormat, bersama ini kami sampaikan bahwa setelah menelaah dan mengadakan perbaikan seperlunya, kami memutuskan bahwa skripsi saudara REFALDA AYU DERDAMEZA NIM : 195211014 yang berjudul :

**“ PENGARUH KEMUDAHAN PENGGUNAAN DAN KUALITAS LAYANAN TERHADAP KEPUASAN PENGGUNA DOMPET DIGITAL OVO ” (Studi Kasus Masyarakat Solo Raya)**

Sudah dapat dimunaqasahkan sebagai salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E) dalam bidang ilmu Manajemen Bisnis 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, 10 Maret 2023  
Dosen Pembimbing Skripsi



Dr. Arif Muanas, S.E., M.Sc  
NIP. 19760101 201101 1 005

Scanned with CamScanner

**PENGESAHAN**

**PENGARUH KEMUDAHAN PENGGUNAAN DAN KUALITAS  
LAYANAN TERHADAP KEPUASAN PENGGUNA  
DOMPET DIGITAL OVO**

Oleh:

**REFALDA AYU DERDAMEZA**  
**NIM. 19.52.11.014**

Telah dinyatakan lulus dalam ujian munaqosah  
pada hari Rabu tanggal 06 April 2023 M / 15 Ramadan 1444 H dan dinyatakan  
telah memenuhi persyaratan guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi.

Dewan Penguji:

Penguji I (Merangkap Ketua Sidang)  
M. Rofiq Junaidi, M. Hum.  
NIK. 19760314 201701 1 114



---

Penguji II  
Puspa Novita Sari, M.M.  
NIP. 19911113 201903 2 022



---

Penguji III  
Zakky Fahma Auliya, S.E., M.M.  
NIP. 19860131 201403 1 004



---

Mengetahui,

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

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

## **MOTTO**

\*\*\*

“ Ketahuilah bahwa rasa syukur adalah tingkatan tertinggi dan ini lebih tinggi daripada kesabaran, ketakutan dan keterpisahan dari dunia ”

(Imam Al-Ghazali)

“Boleh jadi keterlambatanmu dari suatu perjalanan adalah keselamatanmu, boleh jadi tertundanya pernikahanmu adalah suatu keberkahan”

(Quraish Shihab)

“Barang siapa keluar untuk mencari ilmu, maka ia akan berada di jalan Allah hingga ia kembali”

(HR. Tirmidzi)

“Apapun yang menjadi takdirmu, akan mencari jalannya untuk menemukanmu”

(Ali bin Abi Thalib)

\*\*\*

## **PERSEMBAHAN**

Dengan segala puji syukur kepada Allah SWT, dukungan serta doa dari orang-orang terdekat. Saya persembahkan dengan segenap doa dan harapan, karya yang sederhana ini kepada :

Orang tuaku tercinta Bapak Iskandar Ali dan Ibu Elly Harnani yang selalu memberikan doa, dukungan dan kasih sayang kepada saya.

Kakak-kakakku tercinta yang senantiasa memberikikan dukungan serta semangat kepada saya.

Sahabat dekat yang telah memberikan semangat dikala banyak kesusahan yang saya hadapi.

Teman-teman yang telah memebantu proses penelitian saya.

*Last but not least. I wanna thank me. I wanna thank for believing in me. I wanna thank me for doing all this hard work.*

Terima Kasih Semuanya

## KATA PENGANTAR

*Assalamu'alaikum Wr. Wb.*

Puji dan syukur kepada Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang memiliki judul “Pengaruh Kemudahan Penggunaan, dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pengguna Dompot Digital OVO” Skripsi ini disusun guna menyelesaikan Studi Jenjang Strata 1 (S1) jurusan Manajemen Bisnis Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Raden Mas Sa'id Surakarta.

Penulis menyadari sepenuhnya, telah mendapatkan dukungan dan bimbingan serta dorongan dari berbagai pihak yang telah menyumbangkan pikiran, waktu, dan tenaga. Oleh karena itu, pada kesempatan ini dengan setulus hati penulis mengucapkan terimakasih kepada :

1. Prof. Dr. Mudhofir, S.Ag., M.Pd, selaku Rektor Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta.
2. Dr. M. Rahmawan Arifin, S.E., M.Si., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.
3. Zaky Fahma Auliya, S.E., M.M. selaku Ketua Program Studi Manajemen Bisnis Syariah.
4. Dr. Arif Muanas, S.E., M.Sc. Selaku dosen Pembimbing Skripsi yang telah memberikan banyak perhatian serta bimbingan selama penulis menyusun skripsi.
5. Bapak serta Ibu Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Mas Said Surakartayang telah memberikan ilmu yang bermanfaat bagi penulis.

6. Bapak, Ibu dan Kakakku, terimakasih untuk doa dan dukungannya serta kasih sayang yang tak terhingga.
7. Teman-teman Manajemen Bisnis Syariah angkatan 2019 yang selalu memberikan semangat serta keceriaan kepada penulis selama menempuh pendidikan di UIN Raden Mas Said Surakarta.
8. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan, yang telah memberikan dukungan dan bantuannya kepada penulis.

Kepada semuanya, penulis tidak dapat membalas kebaikan yang telah diberikan. Doa serta puji syukur kepada Allah SWT, semoga memberikan balasan kebaikan kepada semua pihak. Aamiin.

*Wassalamu'alaikum Wr. Wb.*

Surakarta, 10 Maret 2023

Refalda Ayu Derdameza

## **ABSTRACT**

*This study aims to determine the effect of ease of use and the effect of service quality on OVO digital wallet users. (Case Study on OVO Digital Wallet Users in Solo Raya). The research method used in this study is a quantitative method by distributing questionnaires in data collection. The sampling technique used is a non-probability sampling technique of purposive sampling type with as many as 100 respondents domiciled in Solo Raya.*

*The variables in this study consisted of dependent variables (user satisfaction), independent variables (ease of use and quality of service). The collected data is then analyzed with the help of IBM SPSS Verssi 25.0 Software. The analysis tools used in this study are validity and reliability tests, classical assumption tests, and multiple linear regression tests. The results of this study show the results that: 1) Ease of use has a significant positive effect on user satisfaction with a probability value of  $0.003 < 0.05$ . (2) service quality has a positive and significant effect on user satisfaction with a probability value of  $0.000 < 0.05$ .*

*Keywords : Ease of Use, Quality of Service, User Satisfaction*

## **ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh pengaruh kemudahan penguunaan dan pengaruh kualitas layanan terhadap pengguna dompet digital OVO (Studi Kasus pada Pengguna Dompet Digital OVO di Solo Raya). Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif dengan melakukan penyebaran kuesioner dalam pengumpulan data. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah teknik non probability sampling jenis purposive sampling dengan responden sebanyak 100 orang yang berdomisili di Solo Raya.

Variabel pada penelitian ini terdiri dari variabel dependen (kepuasan pengguna), variabel independen (kemudahan penggunaan dan kualitas layanan). Data yang telah terkumpul kemudian dianalisis dengan bantuan Software IBM SPSS Verssi 25.0 Alat analisis ulang digunakan dalam penelitian ini adalah uji validitas dan realibilitas, uji asumsi klasik, dan uji regresi linier berganda. Hasil penelitian ini menunjukkan hasil bahwa: 1) Kemudahan penggunaan berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan pengguna dengan nilai probability  $0,003 < 0,05$ . (2) kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengguna dengan nilai probability  $0,000 < 0,05$ .

Kata Kunci : Kemudahan Penggunaan, Kualitas Layanan, Kepuasan Pengguna.

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL .....	i
PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING .....	ii
MOTTO .....	vii
KATA PENGANTAR .....	ix
ABSTRACT .....	xi
ABSTRAK.....	xii
DAFTAR ISI .....	xiii
DAFTAR TABEL .....	xv
DAFTAR GAMBAR.....	xvi
BAB I PENDAHULUAN .....	1
1.1. Latar Belakang .....	1
1.2. Identifikasi Masalah .....	9
1.3. Batasan Masalah.....	9
1.4. Rumusan Masalah .....	10
1.5. Tujuan Penelitian .....	10
1.6. Manfaat Penelitian .....	10
1.7. Sistematika Penulisan.....	11
BAB II LANDASAN TEORI.....	14
2.1 Kajian Teori .....	14
2.1.1 Pengertian OVO .....	14
2.1.2 Dompot Digital .....	15
2.1.3 Kemudahan Penggunaan .....	16
2.1.4 Kualitas Layanan .....	21
2.1.5 Kepuasan Pengguna.....	24
2.2 Hasil Penelitian Terdahulu.....	28
2.3 Kerangka Berfikir.....	34
2.4 Hipotesis.....	35
2.4.1 Kemudahan Penggunaan berpengaruh terhadap Kepuasan Pengguna .....	35
2.4.2 Kualitas Layanan berpengaruh terhadap Kepuasan Pengguna .....	36
BAB III METODE PENELITIAN .....	37
3.1. Waktu Dan Wilayah Penelitian .....	37
3.2 Jenis Penelitian .....	37
3.3 Populasi dan Sampel Teknik Pengambilan Sampel .....	38

3.3.1	Populasi .....	38
3.3.2.	Sampel .....	38
3.3.3.	Teknik Pengambilan Sampel .....	39
3.4.	Data dan Sumber Data .....	40
3.4.1	Data Primer .....	40
3.4.2.	Sumber Data .....	40
3.5.	Metode Pengambilan Data .....	41
3.6.	Variabel Penelitian .....	42
3.6.1.	Variabel Dependen (Y).....	43
3.6.2.	Variabel Independen (X) .....	43
3.7.	Definisi Operasionalisasi Variabel.....	44
3.8.	Teknik Analisis Data.....	45
3.8.1	Uji Instrument Penelitian.....	45
3.8.2	Uji Asumsi Klasik .....	47
3.8.3	Uji Regresi Linier Berganda.....	49
3.8.4	Uji Hipotesis .....	49
3.8.5	Pengolahan Data .....	51
BAB IV	.....	53
4.1	Gambaran Umum Responden .....	53
3.2	Pengujian dan Hasil Analisis Data.....	55
3.2.1	Uji Instrumen Penelitian .....	56
3.2.3	Uji Regresi Linear Berganda .....	62
3.2.4	Uji Hipotesis .....	63
3.3	Pembahasan Dan Analisis Data .....	68
BAB V	.....	72
5.1.	Kesimpulan .....	72
5.2.	Keterbatasan Penelitian.....	73
5.3.	Saran.....	73
DAFTAR PUSTAKA	.....	74
LAMPIRAN-LAMPIRAN	.....	82

## DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Jumlah Uang Elektronik Beredar .....	2
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu .....	28
Tabel 2. 2 Persamaan dan Perbedaan Penelitian Terdahulu dengan Saat Ini. <b>Error!</b>	
<b>Bookmark not defined.</b>	
Tabel 3. 1 Skala Likert .....	42
Tabel 3. 2 Definisi Operasional Variabel.....	44
Tabel 4. 1 Gender.....	53
Tabel 4. 2 Pendidikan.....	54
Tabel 4. 3 Domisili.....	55
Tabel 4. 4 Uji Validitas .....	56
Tabel 4. 5 Uji Realibilitas .....	58
Tabel 4. 6 One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test .....	59
Tabel 4. 7 Uji Multikolineritas.....	60
Tabel 4. 8 Uji Heteroskedastisitas.....	61
Tabel 4. 9 Uji Linier Berganda .....	62
Tabel 4. 10 Uji F .....	64
Tabel 4. 11 Uji T .....	65
Tabel 4. 12 Uji Koefisien Determinasi .....	67

## **DAFTAR GAMBAR**

Gambar 1. 1 Daftar Aplikasi E-Wallet Terbesar di Indonesia.....	7
---	---

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1. Latar Belakang**

Penggunaan e-commerce kini berkembang pesat di Indonesia. Kemajuan teknologi, khususnya di bidang internet inilah yang menyebabkan perubahan teknologi. Teknologi telah memungkinkan pemasar untuk menjual barang-barang mereka secara online, misalnya melalui platform e-commerce dan media sosial seperti Tik Tok, Instagram, Youtube, dan lainnya. Sementara itu, smartphone yang memungkinkan pengguna membayar barang secara online kapan pun mereka mau dapat memudahkan pengguna untuk memesan barang secara online (Masitoh & Wibowo, 2019). Salah satunya adalah cara orang berbisnis secara finansial, hal yang sama terjadi di dunia keuangan, di mana transaksi melewati berbagai tahap perkembangan. Dimulai dari pertukaran barang (exchange), kemudian penggunaan emas sebagai alat transaksi, dan kemudian menggunakan mata uang sebagai alat transaksi. OVO adalah uang elektronik yang dikeluarkan oleh PT. Visionet International, perusahaan ini merupakan bagian dari LippoX, divisi pembayaran digital dari Grup Lippo. Dan OVO telah diluncurkan di perusahaan pembayaran digital dari Lippo Group. Aplikasi ini bertujuan untuk memenuhi berbagai persyaratan yang terkait dengan pembayaran tunai dan non tunai, di mana informasi dapat ditemukan di beberapa situs dimana pengguna iOS dan Android saat ini dapat mengunduh aplikasi OVO dimana OVO menggunakan beberapa mekanisme, seperti ketersediaan OVO points untuk dan meningkatkan

transaksi pengguna.

**Tabel 1. 1**

Jumlah Uang Elektronik Beredar

<b>Februari 2019</b>	189,222,546
<b>Maret 2019</b>	199,174,153
<b>April 2019</b>	197,413,945
<b>Mei 2019</b>	198,790,786
<b>Juni 2019</b>	209,891,847
<b>Juli 2019</b>	232,348,971
<b>Agustus 2019</b>	250,477,938
<b>September 2019</b>	257,078,749
<b>Oktober 2019</b>	269,340,218
<b>November 2019</b>	277,925,012
<b>Desember 2019</b>	292,299,320
<b>Januari 2020</b>	313,785,298

Sumber : [www.bi.go.id](http://www.bi.go.id)

Menurut data Bank Indonesia, jumlah alat elektronik yang beredar di Indonesia meningkat setiap bulannya sejak Februari hingga Desember 2019. Dan pada Januari 2020, uang elektronik yang beredar di Indonesia meningkat sangat pesat. Dari sinilah, keberadaan uang elektronik yang banyak digunakan di Indonesia mulai diakui. Sangat mudah untuk mendapatkan informasi tentang produk dan kampanye OVO yang diselenggarakan oleh perusahaan dan konsumen yang menggunakannya di jejaring sosial. Pada saat ini, OVO tersedia di 212 kota

dan bekerja sama dengan 350.000 retailer di seluruh Indonesia. (Gosta, Utami, & Dewi, 2018).

Pengaruh Kemudahan Penggunaan dan Kualitas Layanan terhadap kepuasan pengguna dompet digital OVO menarik untuk diulas secara tuntas dalam penelitian ini, karena berfungsi sebagai sifat dan ciri khas suatu aplikasi digital, inilah yang mampu membedakan dengan aplikasi dompet digital OVO dengan dompet digital lainnya. Adanya kemudahan penggunaan yang berbeda dengan perusahaan lain, itu bisa menjadi aplikasi terbaik bagi perusahaan dalam pemasaran mereka. Aplikasi dompet digital OVO sendiri akan lebih menarik apabila memiliki ciri khas tersendiri, dari kemudahan penggunaan, dan kualitas layanan untuk mencuri pandangan dari para pengguna dalam memberikan kepuasan pengguna pada aplikasi tersebut. Tujuannya tentu agar aplikasi OVO yang ditawarkan bisa digunakan terus menerus untuk berbagai transaksi pembayaran secara gratis, sehingga adanya dari kepuasan pengguna dan para pengguna OVO yang melibatkan kemudahan penggunaan serta layanan tersebut.

Dalam hal kepuasan pengguna, penting untuk menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku pengguna OVO. Sehingga perlu dilakukan penelitian ini untuk melihat apakah ada faktor-faktor tersebut yaitu pengaruh kemudahan penggunaan dan kualitas layanan dapat mempengaruhi kepuasan pengguna dompet digital OVO. Pada penelitian tersebut mengambil sebuah aplikasi dompet digital dari OVO dikarenakan adanya perkembangan dalam penggunaan dompet digital OVO yang dialami oleh perusahaan OVO. Saat ini, OVO masih kalah bersaing dengan kompetitornya dalam meraih pangsa pasar

yang besar di Indonesia. Dompot digital lainnya juga berusaha untuk mendapatkan pangsa pasar dan bersaing dengan pengguna dompet digital OVO dengan terus meningkatkan kualitas dan meningkatkan pengalaman pengguna. OVO dalam menjalankan aplikasi dompet digital tersebut tidak lepas dari inovatif dan kreatif sehingga para pengguna aplikasi dompet digital OVO tidak merasa bosan dengan fungsi yang sama. Namun peniruan fitur dalam pengembangan kualitas, banyak yang menyediakan fitur yang sama demi mengambil pangsa pasar yang kini telah dikuasi oleh OVO. Banyaknya pesaing aplikasi dompet digital saat ini yang memiliki transaksi lebih mudah dan fitur yang sejenis membuat aplikasi dompet digital OVO harus mampu bersaing dengan para perusahaan dompet digital yang saat ini sedang berusaha untuk menguasai pangsa pasar.

Dalam pengembangan selanjutnya kepuasan pengguna merupakan sebuah konsep dalam perilaku penggunaan dimana para pengguna dompet digital OVO memutuskan untuk melakukan penggunaan atau memanfaatkan pada suatu aplikasi dompet digital tersebut. Dalam kepuasan pengguna merupakan sebuah proses untuk memecahkan suatu permasalahan. Saat ini, OVO masih kalah bersaing dengan kompetitornya dalam meraih pangsa pasar yang besar di Indonesia. Dompot digital lainnya juga berusaha untuk mendapatkan pangsa pasar dan bersaing dengan pengguna dompet digital OVO dengan terus meningkatkan kualitas dan meningkatkan pengalaman pengguna. Kebanyakan para pengguna dompet digital OVO dalam melakukan proses pembayaran dilakukan dengan sesuai apa yang para pengguna inginkan. Dalam melakukan kepuasan pengguna biasanya hal yang paling utama dilakukan para pengguna dompet digital OVO

adalah dengan melihat kemudahan penggunaan dan kualitas layanan. Inilah mengapa peneliti menggunakan variabel tersebut dalam penelitian ini. Kemudahan Penggunaan dan Kualitas Layanan memiliki peran yang sangat penting bagi para pengguna dompet digital OVO dalam melakukan kepuasan pengguna.

Kepuasan pengguna adalah perasaan senang atau kecewa seseorang setelah membandingkan kinerja (atau hasil) yang diharapkan dari suatu produk dengan kinerja (atau hasil) yang diharapkan. Jika kinerja jauh dari harapan, konsumen tidak puas. Jika kinerja memenuhi harapan, konsumen puas. Dan jika kinerja melebihi harapan, konsumen sangat puas atau bahagia (Kotler, 2017)

Kepuasan juga mempengaruhi kualitas antarmuka pengguna. Kepuasan juga tergantung pada kualitas antarmuka pengguna. Semakin tinggi kualitas antarmuka pengguna, semakin tinggi kepuasan pengguna. Sebelum para pengguna dompet digital OVO menetapkan untuk menggunakan sebuah transaksi non tunai, mereka diharapkan pada proses pembentukan opini yang nantinya menjadi sebuah dasar dalam penelitian sebuah aplikasi, sehingga dalam proses tersebut seringkali diwujudkan dalam bentuk kelebihan aplikasi yang digunakan dan bisa menyebabkan berbagai opini para pengguna dompet digital OVO yang beragam dan berbeda.

Kepuasan pengguna merupakan penilaian para pengguna dompet digital OVO terhadap kinerja produk dan layanan jasa terkait dengan penggunaannya. Beberapa faktor yang dapat mempengaruhi kepuasan pengguna dompet digital OVO, contohnya adalah Kemudahan Penggunaan dan Kualitas Layanan. Adapun

faktor yang mempengaruhi penggunaan dompet digital OVO sendiri adalah dari kualitas layanan. Dijelaskan menurut Menurut Lau dkk. (2013) mendefinisikan tingkat perbedaan kualitas layanan antara harapan normatif dari layanan yang diberikan dan pandangan mereka tentang penyampaian layanan. Menurut Uzunboylu (2016), mengukur kualitas layanan memainkan peran yang semakin penting dalam organisasi yang bertujuan untuk mencapai tingkat layanan yang lebih tinggi. Untuk mengukur kualitas layanan, Uzunboylu (2016) menemukan pada tahun 2010 bahwa persepsi dan harapan pelanggan berperan besar dalam mengevaluasi kualitas layanan. Kualitas Layanan Kotler dan Keller (2016:178) menyatakan bahwa ada lima dimensi untuk mengukur kualitas pelayanan, yaitu Spesifisitas, keandalan, daya tanggap, keamanan dan empati. *Specificity, Reliability, Responsiveness, Safety, dan Empathy*. Kualitas pelayanan dalam hal respon saat menangani keluhan pengguna memegang peranan yang sangat penting. Konsep kualitas layanan berasal dari ilmu pemasaran dan mewakili evaluasi pelanggan atas produk atau layanan berdasarkan ekspektasi dalam persepsi aktual (Bolton & Drew, 1991; Parasuraman et al., 1988).

Selain itu, ada beberapa faktor yang mempengaruhi para pengguna dompet digital OVO untuk melakukan transaksi penggunaan dompet digital OVO dengan mudah, yaitu kemudahan penggunaan yang secara langsung memberikan pengaruh positif, yang dipersepsikan oleh para pengguna dompet digital OVO mudah untuk digunakan. Tetapi dalam hal tersebut kemudahan pengguna sendiri memiliki faktor bahwa tidak semua merchant atau toko-toko sekitar menggunakan aplikasi OVO.

Pesatnya pertumbuhan jumlah pengguna aplikasi OVO tidak lepas dari peran para pengguna dompet digital OVO dalam memberikan penawaran layanan tersebut. Perilaku konsumen adalah sikap atau perilaku seseorang yang menunjuk, membeli atau menggunakan berbagai macam produk tertentu untuk memenuhi berbagai macam kebutuhan atau keinginannya (Firmansyah, 2018). Dengan persaingan yang sulit, berbagai perusahaan dalam memberikan pengalaman pelanggan itu sendiri perusahaan harus mengatasi masalah pengalaman pelanggan dalam lingkungan perusahaan yang komprehensif dan terintegrasi untuk membantu mencapai hasil yang konsisten dengan tujuan yang diharapkan perusahaan tersebut.

**Gambar 1. 1**



Sumber : [www.iprice.co.id/](http://www.iprice.co.id/)

Pada tahun 2017, OVO dan LinkAja memperebutkan Juara 2, namun pergerakan LinkAja melambat, dan pada tahun 2018 menjadi Juara 3, dan pada tahun 2019, OVO naik menjadi Juara 2. Saat itu DANA tampil dan meraih juara 3 yang pernah diraih LinkAja. Akibatnya, konsumen ingin puas dengan produk dan layanan terbaik perusahaan. Kepuasan konsumen mengarah pada fakta bahwa konsumen selalu ingin mempercayakan produk dan jasa pada perusahaan dalam jangka panjang. Munculnya perdebatan yang semakin ketat juga memaksa perusahaan untuk memiliki perkembangan berbagai macam strategi dan inovasi untuk terus berkembang.

Sementara menurut hasil penelitian (Zakaria, 2021) menyatakan bahwa variabel kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap persepsi kegunaan aplikasi OVO yang meningkatkan kepuasan pengguna. Dan pendukung penelitian selanjutnya (Khasil, 2021) yang berpendapat bahwa kemudahan penggunaan memiliki pengaruh yang signifikan dan positif. Kemudian menurut penelitian (Widiyanti, 2020) mengungkapkan bahwa adanya pengaruh yang signifikan dalam penggunaan OVO.

Berdasarkan berita yang dimuat dalam [jateng.idntimes.com](http://jateng.idntimes.com) menunjukkan pertumbuhan transaksi dari rata-rata nilai transaksi perbulannya di tahun 2018 yang hanya Rp 3 miliar, menjadi Rp. 200 Miliar per bulannya ditahun 2019, selain itu berdasarkan berita yang dimuat pada [jateng.tribunnews.com](http://jateng.tribunnews.com) menunjukkan

sebanyak 37 Puskesmas di Solo Raya sudah dapat melakukan pembayaran menggunakan uang elektronik, hal tersebut juga mengindikasikan bahwa terdapat fenomena pertumbuhan uang elektronik di Jawa Tengah, khususnya di Solo Raya semakin meningkat. Dengan demikian, berdasarkan pra survey, penelitian sebelumnya, dan berita terkait penggunaan dompet digital (e-Wallet) OVO digunakan sebagai dasar untuk penelitian ini.

Sehingga dari penjelasan pada latar belakang penulis mengambil judul “Pengaruh Kemudahan Penggunaan, dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pengguna Dompet Digital OVO” harapan penelitian ini dengan objek penelitian yaitu pengguna dompet digital OVO.

## **1.2. Identifikasi Masalah**

Pembahasan yang lebih menyeluruh dan pencapaian tujuan yang diharapkan membutuhkan pengisolasian masalah. Dengan latar belakang yang telah diuraikan di atas, maka permasalahan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Adanya peningkatan pengguna aktif bulanan pada aplikasi dompet digital OVO.
2. Adanya fenomena tentang pertumbuhan elektronik di Solo Raya yang semakin meningkat.

## **1.3. Batasan Masalah**

Agar penelitian ini lebih terarah dan mendalam, penulis melihat bahwa permasalahan yang timbul dan muncul harus dibatasi oleh variabel. Oleh karena itu, penulis hanya menganalisis variabel kemudahan penggunaan dan kualitas layanan, terhadap kepuasan pengguna dompet digital OVO.

#### **1.4. Rumusan Masalah**

Berdasarkan identifikasi masalah yang ada diatas, maka yang menjadi masalah dalam penelitian ini adalah :

1. Apakah kemudahan penggunaan berpengaruh terhadap kepuasan pengguna dompet digital OVO pada masyarakat Solo Raya?
2. Apakah kualitas layanan berpengaruh terhadap kepuasan pengguna dompet digital OVO pada masyarakat Solo Raya?

#### **1.5. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan hasil identifikasi rumusan masalah maka dapat ditentukan tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Mengetahui pengaruh kemudahan penggunaan terhadap pengguna dompet digital OVO pada masyarakat Solo Raya
2. Mengetahui pengaruh kualitas layanan terhadap pengguna dompet digital OVO pada masyarakat Solo Raya

#### **1.6. Manfaat Penelitian**

Manfaat yang diharapkan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. *Secara teoritis* penelitian ini diharapkan mampu untuk memeberikan wawasan baru terhadap pengaruh kemudahan dalam penggunaan aplikasi Dompot digital OVO terhadap kepuasan pelanggan dan diharapkan dengan penelitian ini akan ada penelitian-penelitian serupa. Serta menambah wawasan tentang pengaruh kualitas dan kepercayaan layanan terhadap kepuasan pelanggan.

2. *Manfaat Praktis* Informasi yang dihasilkan berdasarkan penelitian ini diharapkan mampu memberikan informasi kepada para pengembang dompet digital, khususnya bagi pihak PT Visionet Internasional OVO sebagai masukan dalam mengambil kebijakan berkaitan pemeliharaan aplikasi dompet digital OVO. Selain itu dengan memepertimbangkan kemudahan penggunaan, dan kualitas layanan yang diharapkan penelitian ini mampu memberikan sebuah informasi yang dapat dimanfaatkan oleh para pengembang aplikasi finansial.

### **1.7.Sistematika Penulisan**

Untuk mendapatkan gambaran penelitian yang jelas dan terperinci, maka disusunlah suatu sistematika tertulis yang memuat informasi tentang materi dan topik yang dibahas pada setiap bab. Penelitian ini dibagi menjadi lima bagian dengan sistematika penulisan sebagai berikut:

#### **BAB I PENDAHULUAN**

Pendahuluan menjelaskan latar belakang, identifikasi masalah, batasan masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, hasil penelitian yang relevan dan penutup.

#### **BAB II LANDASAN TEORI**

Dalam bagian ini, disajikan teori-teori yang mendukung pembahasan mengenai keterkaitan antara kemudahan penggunaan, dan kualitas layanan dengan kepuasan pengguna. Teori-teori meliputi, faktor-faktor yang mempengaruhi kemudahan penggunaan serta kepuasan pengguna terhadap pengguna dompet

digital OVO pada Masyarakat Solo Raya. Teori-teori tersebut sebagai acuan dalam melakukan analisa penelitian.

### BAB III METODE PENELITIAN

Dalam bab ini, menjabarkan olah data dari yang akan diteliti serta menjabarkan jenis penelitian data yang diolah, teknik analisis data, sumber pengumpulan, variabel penelitian dan sampel data yang akan diteliti.

### BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

Berisi uraian tentang analisis data penelitian dengan menggunakan berbagai teori yang dituangkan dalam teori dan gambaran umum. Deskripsi ini adalah deskripsi dari penelitian yang terlibat hubungan serta Kemudahan pengguna, dan Kualitas layanan, terhadap Pengguna Dompot Digital OVO pada Masyarakat Solo Raya.

### BAB V PENUTUP

Penutup adalah bagian akhir dalam melakukan penulisan skripsi. Pada bagian ini menjelaskan kesimpulan, keterbatasan penelitian serta saran-saran.

## **BAB II**

### **LANDASAN TEORI**

Bab ini mengkaji penelitian terdahulu yang kemungkinan terdapat hubungan atau kesamaan antara penelitian saat ini dengan penelitian sebelumnya. Sub bab selanjutnya membahas kajian teoritis, yang meliputi berbagai teori yang berkaitan dengan kajian ini.

#### **2.1 Kajian Teori**

##### **2.1.1 Pengertian OVO**

OVO adalah sebuah program dompet digital yang memberikan penampilan pembelian dan memungkinkan bagi para pengguna untuk memperoleh poin dari perusahaan PT. Visionet Internasional, dimana hal tersebut adalah sebuah perusahaan yang terhubung dengan Grup Lippo, pada saat pembuatan aplikasi OVO. Saat ini OVO bekerjasama dengan ratusan merchant offline dan online, selain itu OVO mendorong adanya integrasi kemampuan mobile payment ke dalam program Grab dan Tokopedia di tahun 2018. Selain itu OVO sendiri memiliki berbagai macam fitur pembayaran, adanya pembayaran PLN, pulsa, paket data, BPJS dan lainnya yang merupakan salah satu progres tercepat yang dilakukan dalam program OVO. Selain itu, program ini menawarkan banyak promosi cashback untuk toko online maupun offline. Hal ini dipengaruhi oleh meningkatnya pengguna smartphone dan minat terhadap manfaat dompet digital. Sama halnya dengan mahasiswa yang harus lebih produktif dan efisien dengan pengguna jasa agar lebih efisien dan efektif.

OVO adalah sebuah aplikasi pintar yang memberikan layanan pembayaran dan transaksi secara online (OVO Cash), dan bisa juga berkesempatan untuk mengumpulkan poin setiap melakukan transaksi pembayaran melalui OVO. Secara umum, ovo cash dapat digunakan sebagai alat pembayaran yang telah bekerjasama dengan ovo supaya dalam transaksi menjadi lebih cepat. Sedangkan untuk OVO Point adalah rewards yang telah melakukan transaksi atau pembayaran menggunakan OVO Cash pada saat pembelian di merchant-merchant yang telah bekerja sama dengan pihak OVO.

Dari informasi yang disajikan di atas, dapat dilihat bahwa OVO merupakan perkembangan yang dihasilkan dari pertumbuhan financial technology (Fintech) di Indonesia. OVO adalah program dompet elektronik (e-wallet) yang menawarkan layanan keuangan yang dapat bermanfaat bagi penggunanya dalam melakukan aktivitas transaksi baik online maupun offline

### **2.1.2 Dompet Digital**

Menurut Pasal 1(7) Peraturan Bank Indonesia No. 18/40/PBI/2016, layanan elektronik untuk menyimpan informasi sebagai alat pembayaran, termasuk alat pembayaran dengan menggunakan kartu atau uang elektronik, yang juga dapat menampung dana untuk pembayaran, dengan sebutan "dompet elektronik." "Dompet elektronik" adalah perangkat atau layanan yang menyimpan informasi tentang instrumen pembayaran dan dapat menyimpan dana untuk pembayaran itu sendiri. Dalam pembayaran digital tidak menggunakan uang tunai. Semua transaksi pembayaran digital diproses secara online. Hal ini adalah cara cepat dan mudah untuk melakukan sebuah pembayaran

Ada dua jenis uang elektronik yaitu berbasis server dan berbasis chip, menurut MDI Ventures & Mandiri Sekuritas Research (2017). Teknik "Tap and Pay" membuat penggunaan uang elektronik dengan chip menjadi lebih mudah. Sehingga dompet digital, sering dikenal sebagai "e-wallet," dimana dompet yang terhubung ke server dalam bentuk smartphone yang memungkinkan kita untuk menyimpan sejumlah uang untuk digunakan kapan pun dan di mana pun. Pernyataan tersebut di atas mengarah pada kesimpulan bahwa dompet digital berfungsi sebagai aplikasi smartphone untuk menyimpan uang yang menyederhanakan proses pembayaran bagi pelanggan dan dapat digunakan dan dijalankan di mana saja dan kapan saja.

### **2.1.3 Kemudahan Penggunaan**

Kemudahan didefinisikan sebagai sejauh mana seseorang menganggap teknologi mudah digunakan (Jogiyanto, 2015). Kemudahan penggunaan meliputi mudah digunakan, dan mudah dipelajari. Sejauh mana seseorang berpikir teknologi mudah dipahami dan mudah digunakan.

Seperti yang dinyatakan oleh (Harlan, 2014) mendefinisikan kemudahan sebagai persepsi seseorang tentang betapa sederhananya mereka menemukannya untuk menggunakan teknologi tertentu. Jumlah penggunaan dan keterlibatan antara pengguna dan sistem juga disebutkan sebagai indikator kemudahan penggunaan.

Dari pengetahuan di atas, dapat disimpulkan bahwa kemudahan mengacu pada persepsi seseorang tentang betapa mudahnya memanfaatkan sistem dan betapa sedikit pekerjaan yang diperlukan pengguna untuk melakukannya.

Kemudahan itu sendiri mengekspresikan gagasan bahwa ketika teknologi mudah digunakan, pengguna lebih cenderung menggunakannya.

### **1. Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Kemudahan Dalam Menggunakan Teknologi**

Menurut (Istiarni, 2017) kemudahan dalam menggunakan teknologi dipengaruhi oleh beberapa faktor :

- a. Sebuah faktor berfokus pada teknologi itu sendiri, baik teknologi yang terus digunakan yang membawa kemudahan bagi pengguna. Misalnya pengalaman menggunakan teknologi serupa yang memberikan kemudahan bagi pengguna.
- b. Faktor lainnya adalah reputasi yang diperoleh pengguna teknologi. Reputasi pengguna yang baik memperkuat kepercayaan pengguna akan kemudahan penggunaan teknologi.
- c. Faktor ketiga yang mempengaruhi persepsi pengguna tentang kemudahan penggunaan teknologi adalah ketersediaannya mekanisme pendukung yang baik. Mekanisme pendukung yang baik akan memberi kesan pada pengguna bahwa ada mekanisme dukungan yang baik saat akan menghadapi kesulitan dalam menggunakan teknologi, mendorong pengguna untuk memiliki persepsi yang lebih positif.

Faktor-faktor yang mempengaruhi kemudahan penggunaan dalam menggunakan teknologi (Fauziati, 2018) antara lain:

- a. Fokus pada teknologi itu sendiri. Misalnya, pengalaman pengguna ketika kita menggunakan teknologi yang relevan. Pengalaman yang baik pada teknologi tersebut mempengaruhi persepsi pengguna terhadap teknologi baru.

- b. Reputasi teknologi yang pantas didapatkan pengguna. Reputasi yang baik meningkatkan kepercayaan pengguna terhadap kenyamanan teknologi tersebut.
- c. Ketersediaan mekanisme dan dukungan yang baik. Keyakinan pengguna akan kemudahan penggunaan teknologi dikompromikan oleh mekanisme dukungan yang baik. Misalnya, ketika ada kesulitan dalam menggunakan teknologi dan adanya mekanisme pendukung yang baik, hal ini mendorong persepsi pengguna ke arah yang lebih positif.

Faktor-faktor yang mempengaruhi kemudahan penggunaan dalam menggunakan teknologi (Fauziati, 2018) antara lain:

- d. Berfokus pada teknologi itu sendiri. Misalnya, pengalaman pengguna dalam menggunakan teknologi sejenis. Pengalaman yang baik pada teknologi sejenis akan mempengaruhi persepsi pengguna terhadap teknologi baru.
- e. Reputasi teknologi yang diperoleh pengguna. Adanya reputasi yang baik akan mendorong kepercayaan pengguna terhadap kemudahan teknologi tersebut.
- f. Tersedianya mekanisme support yang handal. Kepercayaan pengguna terhadap kemudahan teknologi dipengaruhi oleh mekanisme support yang handal. Misalnya, apabila terdapat kesulitan dalam menggunakan teknologi serta dengan adanya mekanisme support yang handal, akan mendorong persepsi pengguna ke arah yang positif.

Kemudahan penggunaan sebagai suatu konsep yang meyakinkan seseorang bahwa menggunakan sistem tertentu tidak memerlukan kerja keras, konsep ini meliputi kejelasan penggunaan sistem informasi, kemudahan sistem ini berupa kustomisasi terhadap keinginan pengguna. Konsep seperti itu

menyampaikan pemahaman bahwa jika mudah digunakan, maka cenderung menggunakan informasi itu (Amanullah, 2014). Menurut Davis (2012:87) dikutip dari penelitian (Purwitasari & Budiarti, 2019) Indikator kemudahan penggunaan teknologi adalah (1) Sistem jelas dan mudah dipahami (2) Sistem dapat melakukan apa yang diinginkan pengguna (3) Sistem sangat mudah dioperasikan, menurut pernyataan bahwa persepsi kemudahan adalah sejauh mana pengguna percaya bahwa suatu teknologi mudah dipahami.

Menurut Davis (1989), kemudahan penggunaan berkaitan dengan seberapa besar seseorang percaya bahwa mereka dapat memanfaatkan teknologi tertentu dengan mudah. Sedangkan menurut Mulyana (Ermawati, 2016), rasa kemudahan penggunaan seseorang mengacu pada pendapatnya bahwa menggunakan teknologi itu mudah dilakukan dan dipahami, sehingga mereka tidak merasa terbebani ketika teknologi baru diperkenalkan. Dengan kata lain, ketika sistem teknologi mudah digunakan, konsumen lebih cenderung menerimanya. Nilai yang dirasakan dari teknologi mempengaruhi atau akan mempengaruhi perilaku dan fungsi, yaitu, semakin besar kegunaan sistem yang dirasakan, semakin banyak teknologi informasi yang digunakan.

## **2. Indikator Kemudahan**

Menurut (Pambudi, 2014) memberikan beberapa indikator kemudahan yaitu:

- a. Sangat mudah untuk dipelajari (*easy to learn*). Ternyata belajar itu tidak sulit, begitu ketika seseorang menggunakannya untuk pertama kali.

- b. Sangat mudah untuk dimengerti. Dapat dimengerti artinya teknologi ini sangat mudah digunakan. Teknologi yang jelas dan ramah untuk digunakan dan memudahkan pengguna untuk menggunakannya.
- c. Dapat dilakukan dengan mudah ketika kita menginginkan menggunakannya. Yaitu adanya penawaran-penawaran yang dapat ditawarkan sesuai dengan kebutuhan yang semakin memudahkan nasabah untuk menggunakannya, seperti melakukan tarik tunai.
- d. Tidak memerlukan banyak usaha. Bahwa pengguna teknologi menunjukkan tidak memerlukan banyak usaha, artinya pengguna teknologi tidak memerlukan sebuah pengorbanan yang besar.
- e. Fleksibel adalah kemampuan untuk beradaptasi dan bekerja secara efektif dalam situasi yang berbeda dan dengan orang atau kelompok orang yang berbeda.

Indikator kemudahan penggunaan menurut (Davis, 2010) yaitu:

- a. Efisiensi waktu.
- b. Kemampuan untuk melakukan berbagai operasi bisnis
- c. Kemudahan operasional mobile banking.
- d. Penggunaan yang fleksibel.

#### **2.1.4 Kualitas Layanan**

Menurut (Kotler, 2017) mendefinisikan kualitas layanan sebagai kumpulan barang dan jasa yang menunjukkan kapasitas mereka untuk memenuhi kebutuhan orang yang terbuka dan terselubung. Keberhasilan bisnis di sektor jasa tergantung pada kemampuan mereka untuk memberikan layanan pelanggan berkualitas tinggi. Sedangkan menurut Davis (dalam Lai, 2017), tingkat harapan pengguna mengenai upaya yang diperlukan untuk memanfaatkan sistem dicirikan sebagai persepsi kemudahan penggunaan.

Kualitas layanan biasa didefinisikan dalam literature sebagai penilaian pelayanan secara menyeluruh oleh pelanggan, Kualitas layanan yang dirasakan dihasilkan dari proses sebelum menggunakan layanan dan persepsi mereka setelah melakukan pengalaman mendapatkan layanan (Shankar, et al, 2019). Kualitas layanan pada hakekatnya adalah upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan serta ketepatan pencocokan harapan pelanggan (Yaqin & Ilfitriah, 2015). Kualitas layanan dapat dipengaruhi oleh dua faktor, yang pertama pelayanan yang diharapkan dan yang kedua pelayanan yang diterima (Imam Ardiansyah, 2019).

Dampak kualitas layanan terhadap keputusan pembelian online adalah seberapa baik dan buruk kondisi penyajian penjual memuaskan konsumen dengan memberikan jawaban atau penyampaian pesan dengan cara yang diinginkan atau diminta lebih dari yang diharapkan konsumen (Tjiptono, 2011).

Menurut Kotler dan Keller (2009, 143) adalah kumpulan sifat dan kualitas yang mempengaruhi kapasitas produk atau layanan untuk memenuhi kebutuhan

yang diungkapkan. Menurut (Sunyoto, 2013) menegaskan bahwa kualitas adalah ukuran apakah suatu barang atau jasa sudah memiliki nilai kegunaan yang diinginkan dan bahwa produk atau jasa yang baik adalah produk yang berfungsi atau memiliki tujuan penggunaan. Ada korelasi antara indikator kualitas layanan yang secara signifikan mempengaruhi kepuasan pelanggan sebesar 41,5%, yaitu menurut penelitian oleh Ade et al. (2015). Selain itu, kualitas dan harga layanan berdampak pada kepuasan pelanggan secara bersamaan (bersama-sama), menurut penelitian Reinhard et al. (2014).

Menurut Lupiyoadi (2006), kualitas layanan adalah perbedaan antara apa yang diantisipasi dari layanan yang mereka beli atau terima dan apa yang sebenarnya mereka lakukan dengan mereka. Sedangkan menurut Subihaian (2001) mencatat bahwa kualitas layanan adalah semacam penilaian konsumen terhadap tingkat layanan yang diterima (*perceived service*) dibandingkan dengan tingkat layanan yang diantisipasi (*expected value*). Sejauh mana harapan pelanggan dan aktualitas layanan yang ditawarkan oleh penyedia layanan (bisnis) berbeda, secara keseluruhan atau sebagian, menentukan kualitas layanan tersebut. Kualitas layanan dianggap sangat baik jika kesan pelanggan terhadap layanan memenuhi harapan, sedangkan kualitas layanan dinilai buruk jika perspektif pelanggan terhadap layanan tidak baik.

Adapun indikator kualitas layanan menurut Tjiptono (2012) antara lain :

#### 1. Keandalan

Keandalan yaitu kemampuan untuk memberikan layanan yang dijanjikan

secara tepat waktu, akurat dan memuaskan, artinya karyawan memberikan layanan yang memenuhi harapan pelanggan.

## 2. Daya Tanggap

Daya tanggap yaitu keinginan karyawan untuk membantu pelanggan dan memberikan layanan yang tanggap, sehingga dapat memotivasi karyawan untuk memecahkan masalah pelanggan saat menggunakan layanan.

## 3. Jaminan

Jaminan meliputi pengetahuan, kompetensi, kesopanan dan kehandalan personil tanpa kerusakan, resiko atau keraguan. Yaitu dalam kaitannya dengan pengetahuan yang baik dari karyawan dalam menangani pertanyaan atau keluhan pelanggan.

## 4. Empati

Pertimbangan termasuk kemudahan membangun hubungan, komunikasi yang baik, perhatian pribadi dan pemahaman kebutuhan pelanggan yang baik, yaitu dalam mempekerjakan pelanggan dengan penuh rasa peduli.

## 5. Bukti Fisik

Tampilan fisik meliputi fasilitas fisik, perlengkapan, pegawai, dan sarana komunikasi.

### 2.1.5 Kepuasan Pengguna

Ketika membandingkan kinerja (atau hasil) yang dirasakan, atau tingkat perasaan, dengan harapan pengguna, yang menekankan pentingnya kepuasan pengguna. Dibutuhkan lebih dari sekadar menyediakan layanan untuk dapat melakukan sesuatu yang lebih signifikan kita juga harus bisa memuaskan pelanggan. Kepuasan pelanggan ditentukan oleh pelanggan, sedangkan layanan pengguna ditentukan oleh penyedia layanan. Kedua aspek ini sedikit berbeda, namun tetap saja cukup signifikan. Pelanggan adalah pelanggan, bahkan ketika mereka tidak selalu benar. Artinya, seringkali lebih penting untuk menemukan solusi daripada menetapkan siapa yang benar.

Kebahagiaan pengguna dapat dilihat selama proses pembelian, selama penggunaan barang atau jasa, dan pada saat setelah pembelian. Pengguna yang senang dengan barang-barang yang mereka manfaatkan akan terus menggunakannya. Kebahagiaan pengguna akibatnya menjadi salah satu elemen terpenting dalam memenangkan persaingan.

Salah satu definisi kepuasan adalah pengalaman memenuhi kebutuhan atau keinginan seseorang. Menurut Kotler (2014), pengalaman kesenangan atau kekecewaan seseorang yang berkembang ketika konsumen tidak bahagia dibandingkan dengan kinerja yang tidak sesuai harapan dikenal sebagai kepuasan pengguna. Definisi kepuasan yang diberikan oleh Oliver (dalam Sun et al., 2013) adalah "keadaan psikologis luas yang berkembang ketika sensasi yang terhubung dengan harapan yang tidak dikenal bergabung dengan perasaan konsumen masa lalu tentang pengalaman konsumsi." Pendapat seseorang tentang produk atau

layanan yang diekspresikan dalam bentuk perasaan emosional disebut kepuasan. Oleh karena itu, kegiatan yang dilakukan oleh produsen atau penyedia layanan untuk memberi konsumen nilai produk atau layanan yang sesuai dan lebih besar dapat merupakan kesenangan pengguna.

Kepuasan dapat dipandang sebagai upaya yang cukup untuk mencapai sesuatu, Tjiptono dan Chandra (2016:204). Salah satu aspek efektivitas pemasaran adalah kepuasan pengguna. Dengan mendorong bisnis berulang, tingkat kepuasan yang lebih tinggi dapat meningkatkan pendapatan jangka panjang dan pendek serta pangsa pasar. Kepuasan pengguna adalah sejauh mana pengguna merasa telah memenuhi harapan mereka. Para pengguna kemungkinan akan terus menggunakan produk atau layanan untuk waktu yang lama jika mereka senang dengan nilainya.

Menurut Kotler dan Keller (2009:177), kepuasan adalah emosi yang dihasilkan dari kontras efektivitas (outcome) produk yang bersangkutan dengan efektivitas yang diantisipasi (atau hasil). Kepuasan pengguna, menurut (Tjiptono, 2012), adalah reaksi konsumen terhadap evaluasi yang dirasakan dari kesenjangan antara harapan asli sebelum pembelian (atau standar kinerja lainnya) dan kinerja aktual suatu produk seperti yang dialami setelah menggunakan atau mengkonsumsi produk. Tingkat kebahagiaan pengguna tertinggi adalah tujuan utama pemasaran. Pengguna lebih cenderung kembali ke bisnis dan produknya jika mereka puas dengan layanan yang mereka terima selama proses transaksi dan item atau layanan yang mereka terima. Dan penelitian (Imawan & Sucento, 2009) menyatakan bahwa setiap perusahaan memiliki tujuan yang harus dicapai seperti

halnya kesenangan pengguna. Dan untuk mencapai kesenangan hal tersebut, ini tercermin dalam kualitas produk dan layanan yang telah diberikan.

Setelah melakukan pembelian, keadaan emosi konsumen seperti kemarahan, ketidakpuasan, netralitas, kegembiraan, dan kesenanga yang mencerminkan tingkat kepuasan mereka. Respons emosional langsung untuk menerima layanan tertentu serta perbandingan layanan yang dirasakan dengan yang diharapkan keduanya berdampak pada kepuasan pelanggan.

Indikator untuk mengukur kepuasan pengguna, menurut Yuliarmi dan Riyasa (2007) adalah:

1. Kualitas layanan harus memenuhi atau melebihi harapan
2. Tingkat kepuasan dibandingkan dengan yang serupa
3. Tidak ada pengaduan atau keluhan yang dibuat

Dalam kepuasan pengguna ada beberapa ukuran yang dapat mengukur kepuasan pengguna menurut Kasmir (2016:265) mengungkapkan pengukuran kepuasan pengguna dapat dilakukan melalui empat sarana, yaitu sebagai berikut:

1. Sistem keluhan dan usulan

Artinya seberapa banyak banding atau keberatan yang dibuat pengguna dalam periode tersebut.

2. Survei kepuasan konsumen

Perusahaan harus bertanya tentang segala sesuatu yang berhubungan dengan perusahaan tempat pengguna dalam menjalankan bisnis selama ini melalui wawancara dan kuesioner.

### 3. Konsumen samaran

Perusahaan dapat mengirimkan karyawannya atau melalui orang lain untuk meniru pengguna dalam melihat secara langsung pelanggan yang dilayani oleh karyawan perusahaan tersebut, sehingga jelas bagaimana karyawan melayani pengguna sebenarnya.

Ada indikator yang menentukan kepuasan pengguna menurut Tjiptono (2016:101) menyatakan bahwa indikator kepuasan pengguna terdiri dari:

#### 1. Kesesuaian harapan

Harapan pengguna menentukan kualitas produk (barang dan jasa) serta kepuasan pelanggan. Ekspektasi pengguna inilah yang menjadi alasan mengapa pengguna menilai kedua perusahaan secara berbeda. Dalam konteks pencocokan ekspektasi pengguna, dimana ekspektasi biasanya merupakan keyakinan pengguna terhadap apa yang mereka dapatkan.

#### 2. Minat berkunjung kembali

Seorang konsumen puas dengan memiliki perilaku yang selalu komitmen terhadap produk, yang pada dasarnya dapat membangkitkan minat untuk membeli produk di masa yang mendatang.

### 3. Kesiediaan merekomendasikan

Suatu keadaan dimana kebutuhan, keinginan dan harapan pengguna dapat dipenuhi oleh produk yang dikonsumsi. Sehingga pengguna bersedia untuk merekomendasikan produk barang atau jasa kepada pengguna potensial lainnya.

## 2.2 Hasil Penelitian Terdahulu

Terdapat beberapa penelitian terdahulu yang berkaitan dengan variabel yang akan diteliti yaitu Kemudahan Pengguna, dan Kualitas Layanan. Adapun penelitian terdahulu sebagai berikut:

**Tabel 2. 1**

Penelitian terdahulu

No	Nama, Tahun	Variabel Penelitian	Metode/Analisis Data	Kesimpulan
1	Diapinsa Gema Zakaria (2021)	Kualitas pelayanan (X1), kualitas produk (X2), harga (X3) dan kepuasan pelanggan (Y)	Regresi linear berganda	Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan, kualitas produk dan harga masing- masing mempunyai pengaruh

				signifikan dan positif terhadap kepuasan pelanggan.
<b>2</b>	Raynaldo Donovan dan adil Fadillah (2020)	Kualitas pelayanan (X1), lokasi (X2), harga (X3) dan kepuasan pelanggan (Y)	Regresi linear berganda	Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan, lokasi, dan harga masing-masing memiliki pengaruh yang signifikan dan positif terhadap kepuasan pelanggan
<b>3</b>	Khasil (2021)	Kualitas pelayanan (X1), Kemudahan Penggunaan (X2), dan kepuasan pelanggan (Y)	Metode partial least square.	Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan, dan kemudahan penggunaan memiliki pengaruh yang signifikan dan

				positif.
<b>4</b>	Indah tri septiani dan Any widyasari (2020)	Pengaruh kepercayaan (X1), Kemudahan pengguna(X2), keputusan pembelian (variabel mediasi) dan kepuasan konsumen (Y)	Metode regresi linear berganda	Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel kepercayaan, kemudahan pengguna memiliki pengaruh yang signifikan.
<b>5</b>	Yeni sulistiyowati (2020)	Kemudahan pengguna (X1), promosi konsumen (X2), minat beli (X3), dan kepuasan pelanggan (X3)	Metode partial least square	Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel dari kemudahan penggunaan, promosi, dan keamanan memiliki dampak positif kepada kepuasan pelanggan.
<b>6</b>	Faizal Ghifary	Kemudahan Penggunaan (X1),	Analisis regresi linear berganda	Hasil penelitian yang diolah

	(2022)	kualitas antarmuka (X2)		menunjukkan variabel kemudahan Penggunaan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah. Namun, Kualitas Antarmuka tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah
7	Harun Al Rasyid (2017)	Kualitas Layanan (X1), pemanfaatan teknologi (X2)	Structural Equation Model (SEM)	Hasil penelitian menunjukkan kualitas layanan dan pemanfaatan teknologi informasi ditemukan berpengaruh positif dan signifikan terhadap

				kepuasan pelanggan.
--	--	--	--	------------------------

Sumber: Data diolah peneliti, 2022

Terdapat persamaan dan perbedaan dari penelitian terdahulu yang telah dipaparkan di atas dengan penelitian yang dilakukan peneliti, sebagai berikut:

#### Persamaan dan Perbedaan Penelitian Terdahulu dengan Saat Ini

**Tabel 2. 2**

No	Nama, Tahun	Persamaan	Perbedaan
1	Diapinsa Gema Zakaria (2021)	1. Memiliki variabel independen yakni kualitas pelayanan serta variabel dependen yakni kepuasan pelanggan.  2. Menggunakan teknik analisa regresi linear berganda.	1. Variabel independen yakni kualitas produk dan harga.  2. Objek penelitian pengguna jasa taxi blue bird di Surabaya
2	Raynaldo Donovan dan adil Fadillah (2020)	1. Variabel independen yakni kualitas pelayanan, dan variabel dependen	1. Variabel independen yakni lokasi dan harga.

		kepuasan pelanggan.	2. Objek penelitian pengunjung hotel 101suryakencana di Bogor.
<b>3</b>	Khasil (2021)	1. Variabel independen yakni kualitas pengguna dan kemudahan pengguna.  2. Menggunakan teknik metode partial least square.	1. Variabel dependen yaitu kepuasan pelanggan.  2. Objek penelitian pada pengguna OVO di Surabaya
<b>4</b>	Indah tri septiani dan Any widyasari (2020)	1. variabel independen yakni kepercayaan dan kemudahan.  2. Menggunakan metode regresi linear berganda.	1. Terdapat variabel mediasi yakni keputusan pembelian.  2. Objek dalam penelitian konsumen online toko paris di Pekanbaru
<b>5</b>	Yeni sulistiyowati (2020)	1. Variabel independen yakni kemudahan pengguna  2. Menggunakan metode metode partial least square	1. Variabel dependen yakni kepuasan pelanggan.  2. variabel independen

			yaitu promosi dan keamanan konsumen
6	Faizal Ghifary (2022)	1. Variabel independen yakni kemudahan penggunaan 2. Menggunakan metode analisis linear berganda	1. Variabel dependen yakni kepuasan nasabah 2. variabel independen yaitu kualitas antarmuka
7	Harun Al Rasyid (2017)	1. Variabel independen yakni kualitas layanan	1. variabel dependen yakni kepuasan dan loyalitas pelanggan gojek

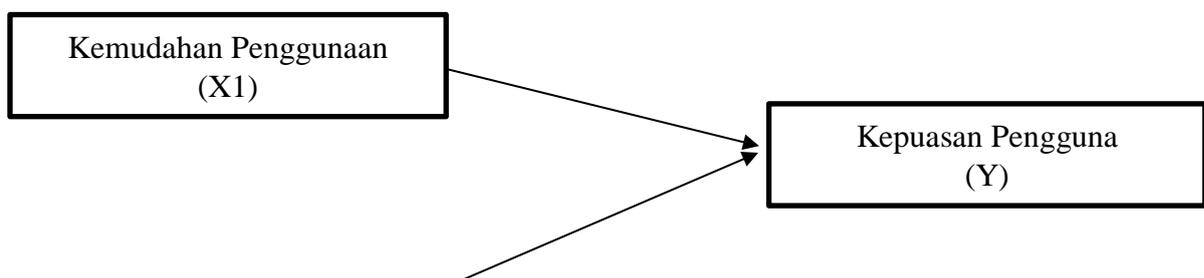
Sumber: Data diolah peneliti, 2022

### 2.3 Kerangka Berfikir

Dari penelitian yang akan dibuat Kerangka berikut ini menjelaskan bahwa kemudahan penggunaan, dan kualitas layanan mempengaruhi Kepuasan Penggunaan dompet digital OVO. Dengan demikian kerangka penelitian dapat digambarkan sebagai berikut

**Gambar 2. 1**

Kerangka Berfikir



Kualitas Layanan (X2)
--------------------------

Adapun hipotesis yang akan dikemukakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

H1 : Terdapat pengaruh positif kemudahan penggunaan terhadap kepuasan pengguna dompet digital OVO di wilayah Solo Raya.

H2 : Terdapat pengaruh positif kualitas layanan terhadap kepuasan pengguna dompet digital OVO di wilayah Solo Raya

## **2.4 Hipotesis**

Hipotesis adalah jawaban sementara terhadap rumus penelitian. Dikatakan sementara sebab jawaban yang diberikan hanya didasarkan pada teori yang relevan, belum pada fakta empiris yang diperoleh melalui pengumpulan data.

### **2.4.1 Kemudahan Penggunaan berpengaruh terhadap Kepuasan Pengguna**

Berdasarkan hasil penelitian terdahulu bahwa kemudahan penggunaan berpengaruh terhadap kepuasan pengguna yakni menurut Khasil (2021) dengan hasil kemudahan penggunaan berdampak positif terhadap kepuasan pelanggan, (Septiani & Widayatsari, 2020) dengan hasil kemudahan penggunaan memiliki pengaruh yang signifikan, dan (Sulistiowati, 2021) dengan hasil berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengguna. Dalam penelitian yang dilakukan pada jurnal sebelumnya (Ghifari, 2022) tentang pengaruh

pengalaman pengguna dan kualitas antarmuka pengguna terhadap kepuasan pelanggan mobile banking, disebutkan bahwa kemudahan pengguna berdampak signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Maka dapat diambil hipotesisnya, yaitu :

**H1** : Terdapat pengaruh positif kemudahan penggunaan terhadap kepuasan pengguna dompet digital OVO di wilayah Solo Raya.

#### **2.4.2 Kualitas Layanan berpengaruh terhadap Kepuasan Pengguna**

Berdasarkan hasil penelitian terdahulu bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh terhadap kepuasan pengguna yakni menurut (Zakaria, 2021) dengan hasil kualitas layanan yang berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pengguna (Donovan & Fadillah, 2020), dengan hasil kualitas layanan berpengaruh langsung secara signifikan terhadap kepuasan pengguna, Khasil (2021) Hasil kualitas layanan memiliki dampak positif dan signifikan terhadap kepuasan pengguna. Dan pada penelitian sebelumnya (Rasyid, 2017), pengaruh kualitas layanan dan penggunaan teknologi terhadap kepuasan dan loyalitas pelanggan ojek menunjukkan bahwa kualitas layanan berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan. Maka dapat diambil hipotesisnya yakni :

**H2** : Terdapat pengaruh positif kualitas pelayanan terhadap kepuasan pengguna dompet digital OVO di wilayah Solo Raya

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **3.1. Waktu Dan Wilayah Penelitian**

Penelitian ini dilakukan di Solo Raya yang terdiri dari beberapa kabupaten yaitu Kabupaten Solo, Kabupaten Sukoharjo, Kabupaten Boyolali, Kabupaten Klaten, Kabupaten Karanganyar, Kabupaten Wonogiri dan Kabupaten Sragen. Jawa Tengah, Indonesia. Sementara itu, penelitian dilakukan hingga akhir Desember 2022.

#### **3.2 Jenis Penelitian**

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif atau bisa disebut dengan paradigma positivis. Data primer merupakan sumber informasi penelitian yang diperoleh langsung dari sumber aslinya atau tidak melalui perantara yang turun di lapangan (Sugiyono, 2019).

Berdasarkan tujuan dari penelitian tersebut penelitian ini termasuk ke dalam penelitian eksplanatori, Menurut (Sugiyono, Metode Penelitian Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D, 2014) explanatory research merupakan metode penelitian yang bermaksud menjelaskan kedudukan variable-variable yang diteliti serta pengaruh antara variable satu dengan variable lainnya. Alasan utama peneliti menggunakan metode explanatory yaitu untuk menguji sebuah hipotesis yang diajukan, maka diharapkan dari penelitian ini dapat menjelaskan antara variable bebas dan terikat yang ada di dalam hipotesis. Tujuan hal tersebut untuk menjawab atau menjelaskan permasalahan yang sedang dihadapi.

Penelitian tersebut menggunakan metode penelitian kuantitatif, menurut

sugiyono (2017: 35-36), metode kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berdasarkan filsafat positivisme, yang peneliti gunakan untuk mempelajari populasi dan sampel tertentu. Data yang digunakan adalah angka (numerik) oleh karena itu pengolahan data yang digunakan menggunakan metode statistik. Metode statistik merupakan representasi metode kuantitatif yang paling jelas. Pengolahan data dalam penelitian ini menggunakan program SPSS 25.0 rancangan penelitian ini menggunakan penelitian dengan menyebarkan kuesioner kepada objek penelitian.

### **3.3 Populasi dan Sampel Teknik Pengambilan Sampel**

#### **3.3.1 Populasi**

Menurut (Sugiyono,2008) Populasi adalah area generalisasi yang terdiri dari objek atau subjek dengan karakteristik dan fitur khusus yang ingin dipelajari oleh peneliti dan dari mana kesimpulan diambil. Populasi adalah seluruh objek dan subjek yang berada di daerah dan memenuhi syarat-syarat tertentu yang berkaitan dengan masalah penelitian atau seluruh unit individu yang diteliti (Martono, 2013). Adapun populasi dalam penelitian ini adalah Masyarakat Solo Raya. Karena pertimbangan populasi yang terlalu banyak, serta keterbatasan biaya dan waktu, maka penelitian ini dilakukan secara sampling.

#### **3.3.2. Sampel**

Sampel adalah bagian dari populasi yang diambil karena beberapa peneliti tidak memungkinkan apabila menggunakan keseluruhan dari populasi, sehingga diambil perwakilan populasi yang disebut dengan sampel (Agustin, 2014). Sampel responden dipilih berdasarkan konsumen yang pernah menggunakan dompet

digital OVO di Solo Raya.

Jumlah sample berdasarkan pendapat dari (Ferdinand, 2014) yaitu ukuran responden yang ideal dan representative ialah bergantung pada jumlah seluruh indikator pada variable lalu dikalikan 5-10. Pada penelitian ini terdapat 19 indikator.

$$\begin{aligned} n &= (5 \text{ sampai } 10 \times \text{jumlah indikator yang digunakan}) \\ &= 5 \times 19 \text{ indikator} \\ &= 95 \text{ responden} \end{aligned}$$

Dari perhitungan tersebut, di dapatkan hasil sampel penelitian sejumlah 95 responden. Ukuran sampel yang baik ialah antara 100 – 200 sampel, maka ditentukan sampel penelitian ini sebanyak 100 responden. Jumlah sampel ini diharapkan sudah dapat mewakili untuk sampel penelitian. Alasan menggunakan rumus tersebut karena jumlah populasi yang sangat besar dan jumlahnya berubah-ubah.

### 3.3.3. Teknik Pengambilan Sampel

Penentuan ukuran sampel dalam penelitian ini dilakukan dengan metode pemilihan *non-probability sampling*, dengan menggunakan *purposive sampling*, yaitu teknik pengambilan sampel sumber data dengan pertimbangan tertentu serta disesuaikan dengan tujuan dan masalah penelitian yang dikembangkan (Sugiyono, 2014). Pertimbangan tertentu dari penelitian ini adalah :

- 1) Responden pernah menggunakan dompet digital OVO
- 2) Responden berada di domisili atau area Solo Raya (Wonogiri, Klaten, Sukoharjo, Boyolali, Surakarta, Sragen, Karanganyar).

### **3.4. Data dan Sumber Data**

#### **3.4.1 Data Primer**

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan data baseline. Informasi diperoleh langsung dari narasumber atau peneliti (Gutama, 2013). Sumber data primer adalah kuesioner yang disebarakan oleh peneliti kepada responden, kuesioner yang disebarakan secara online atau secara langsung.

#### **3.4.2. Sumber Data**

Penelitian ini menggunakan sumber data berupa data primer, dimana data tersebut diperoleh dengan menyebarkan kuesioner kepada masyarakat Solo Raya sebagai pengguna E-Wallet berbentuk OVO.

##### *a.* Kuesioner

Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya (Sugiyono, 2019, hal. 199). Teknik pengumpulan data adalah teknik atau metode yang peneliti gunakan untuk mengumpulkan data. Dihimpun dalam penelitian kuantitatif dan melalui metode pengumpulan data, yang tujuannya adalah untuk memperoleh informasi yang relatif relevan, akurat dan fleksibel.

Nazir(2015) menjelaskan survei atau kuesioner adalah rangkaian pertanyaan yang secara logis terkait dengan masalah penelitian, dan setiap pertanyaan merupakan jawaban yang bermakna dalam menguji hipotesis. Dan pertanyaannya terperinci dan lengkap. Peneliti menyampaikan survei atau kuesioner langsung kepada konsumen yang memiliki aplikasi OVO berdasarkan jumlah responden yang telah ditentukan.

Kuesioner adalah metode pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan kuesioner atau pernyataan tertulis kepada responden. Wawancara adalah metode yang bertujuan untuk memperoleh informasi atau mengkonfirmasi informasi tertentu secara langsung kepada responden atau partisipan ketika hasil survei dianggap tidak cukup untuk memberikan informasi yang akurat. Sedangkan dokumentasi, yaitu mengumpulkan informasi sekunder dari sumber tertulis berupa laporan perusahaan, literatur dan buku-buku terkait, serta sumber lain yang diperlukan untuk mendukung penelitian. Informasi yang diperoleh dalam penelitian ini diperoleh langsung dari pengisian kuesioner yang diberikan kepada responden. Pengumpulan data dengan kombinasi pertanyaan tertutup dan terbuka. Semuanya ditransmisikan langsung ke responden sampai mendapatkan informasi yang tepat dan tercapai. Data yang dikumpulkan meliputi identitas responden serta pendapat pengguna OVO Solo Raya.

### **3.5. Metode Pengambilan Data**

Dalam penelitian ini, metode pengumpulan data adalah dengan menggunakan kuesioner. Kuesioner adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan menggunakan daftar pertanyaan tertulis yang boleh dijawab oleh responden (Sugiyono, 2017). Skala pengukuran yaitu menggunakan skala likert yang digunakan dalam penelitian ini. Dimana skala likert digunakan untuk mengukur perilaku, gagasan, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial (Sugiyono, 2019). Skala likert memiliki nilai yang positif hingga negatif. Skala likert dari kuesioner dijelaskan di bawah ini:

**Tabel 3. 1**

Skala Likert

<b>Alternatif Jawaban</b>	<b>Skor Nilai</b>
Sangat Setuju (SS)	5
Setuju (S)	4
Netral (N)	3
Tidak Setuju (TS)	2
Sangat Tidak Setuju (STS)	1

Sumber : Sugiyono, (2019)

Skala Likert adalah metode bipolar yang mengukur respons positif dan negatif terhadap sebuah pertanyaan. Skala likert sendiri merupakan skala yang sangat menarik dan sangat mudah untuk digunakan. Sehingga dalam melengkapi kuesioner responden dapat menunjukkan tingkat persetujuan terhadap serangkaian pertanyaan.

Dalam penelitian ini, cara mengisi kuesioner adalah dengan membagikan atau menyebarkan pertanyaan tertulis tentang bagaimana pengaruh Kemudahan penggunaan dan Kualitas layanan terhadap Kepuasan Pengguna Dompot Digital OVO.

### **3.6. Variabel Penelitian**

Menurut (Sugiono, 2013), variabel penelitian adalah atribut atau properti atau nilai seseorang, objek atau aktivitas yang menunjukkan variasi tertentu yang ditentukan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian disimpulkan. Dalam penelitian ini menggunakan dua variabel yaitu :

- 1.

### 3.6.1. Variabel Dependen (Y)

Variabel dependen adalah variabel terkait, yang berarti variabelnya yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat karena adanya variabel bebas (Sugiono, 2013), maka dalam penelitian ini yang bertindak sebagai variabel dependen adalah kepuasan penggunaan Dompot Digital OVO.

#### 1. Kepuasan Pengguna (Y)

Menurut Kotler (2014) Kepuasan pengguna adalah perasaan senang atau kecewa seseorang, yang muncul dari membandingkan persepsi atau kesan bahwa kinerja lebih rendah dari yang diharapkan, pengguna tidak puas. Kepuasan dapat diartikan sebagai perasaan terpenuhinya keinginan atau kebutuhan seseorang.

### 3.6.2. Variabel Independen (X)

Variabel independen merupakan variabel bebas, yang artinya variabel yang mempengaruhi atau menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel terkait (Sugiyono, 2019). Disini yang bertindak sebagai variabel independen adalah kemudahan penggunaan dan kualitas pelayanan.

#### 1. Kemudahan Penggunaan (X1)

Menurut Chin dan Todd (1995) dalam (Hardiawan, 2013), betapa mudahnya seseorang dapat memahami, mempelajari dan menggunakan perkembangan teknologi informasi saat ini. Faktor kemudahan penggunaan terkait dengan bagaimana operasional bertransaksi secara online.

#### 2. Kualitas Layanan (X2)

Menurut Olsen dan Wyckoff dalam (Zulian, 2010), definisi secara umum

kualitas layanan adalah perbandingan antara harapan konsumen dan kualitas layanan. Kualitas pelayanan dapat diartikan sebagai upaya untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen, serta pengiriman yang tepat waktu sesuai dengan harapan konsumen. (Tjiptono, Manajemen dan Strategi Merek, 2011).

### 3.7. Definisi Operasionalisasi Variabel

Definisi operasional variabel adalah menemukan dan mengukur variabel tertentu di lapangan dengan menyatakannya secara ringkas dan jelas, serta menghindari multitafsir.

**Tabel 3. 2**

Definisi Operasional Variabel

No	Variabel	Definisi	Indikator	Penelitian Terdahulu/Sumber
1	Kemudahan Penggunaan	Persepsi Kemudahan juga didefinisikan sebagai ruang lingkup dimana satu meyakini menggunakan teknologi tanpa banyak usaha (Davis et al., 1989).	- Mudah dimengerti  - Bertransaksi  fleksibel	(Nurlifa, Kusumadewi, & Kariyam, 2014)
2	Kualitas Layanan	Kualitas (quality) berdasarkan pendapat (Kotler & Keller, 2009)	- Daya Tanggap  - Reabilitas	(Fitrianti, 2021)

		adalah sekumpulan karakteristik dan atribut dari suatu produk atau layanan yang bergantung pada kemampuannya untuk memenuhi kebutuhan yang dinyatakan atau dirasakan.	- Jaminan	
3	Kepuasan Penggunaan	Kepuasan konsumen adalah tingkat yang mereka rasakan setelah membandingkan kinerja atau hasil yang mereka rasakan dengan harapan (Tjiptono, Manajemen Jasa, 2002)	- Minat berkunjung kembali - Kesesuaian harapan - Kesiediaan merekomendasikan	(Sundawa, Kisworo, & Wulandari, 2022)

### 3.8. Teknik Analisis Data

Teknik Analisis data merupakan suatu pengolahan data penelitian untuk sampai pada suatu kesimpulan. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linier berganda menggunakan SPSS 25.0.

#### 3.8.1 Uji Instrument Penelitian

Uji instrumen penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk menguji apakah

kuesioner yang digunakan sudah benar dan dapat dipertanggung jawabkan. Uji validitas dan uji reliabilitas digunakan sebagai instrumen tes dalam penelitian ini.

### **1. Uji Validitas**

Uji validitas dilakukan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu mengungkapkan sesuatu yang akan diukur kuesioner tersebut (Safitri, 2019). Berikut merupakan kriteria dalam menentukan validitas kuesioner :

- a) Jika  $r$  hitung  $>$   $r$  table maka pertanyaan tersebut valid.
- b) Jika  $r$  hitung  $<$   $r$  table maka pertanyaan tersebut tidak valid.
- c) Nilai  $r$  hitung dapat dilihat pada kolom corrected item total correlation.

### **2. Uji Reliabilitas**

Uji reliabilitas dalam penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah alat ukur yang dirancang sebagai subjek kuesioner dapat dipercaya. Suatu alat ukur dapat diandalkan jika alat ukur tersebut digunakan berulang kali akan memberikan hasil yang relatif sama (Tanjaya et al., 2019).

Menurut (Ghozali, 2013) uji reliabilitas adalah alat mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Suatu kuesioner dikatakan reliable atau handal jika jawaban seseorang terhadap pertanyaan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Uji ini dilakukan setelah uji validitas, dan yang di uji haruslah valid. Reliabilitas suatu konstruk variabel dikatakan baik jika memiliki Cronbach's Alpha  $>$  0,6, pengujian reliabilitas dilakukan dengan

kriteria sebagai berikut :

1. Jika  $r_{\alpha} > r_{\text{tabel}}$ , maka kuesioner reliable.
2. Jika  $r_{\alpha} < r_{\text{tabel}}$ , maka kuesioner tidak reliable.

### **3.8.2 Uji Asumsi Klasik**

Uji asumsi klasik digunakan untuk mengetahui apakah ada penyimpangan dari asumsi klasik atau persamaan regresi berganda yang digunakan oleh pengujian ini terdiri dari uji multikolinearitas, uji autokorelasi, uji heteroskedastisitas dan uji normalitas.

#### **a. Uji Normalitas**

Uji normalitas data dilakukan sebelum data diolah berdasarkan model-model penelitian yang diajukan. Tujuan uji normalitas data adalah untuk mengetahui dan mendekati distribusi normal. Sebagai dasar bahwa uji t dan uji F mengasumsikan bahwa nilai residual mengikuti distribusi normal. Jika asumsi ini dilanggar maka uji statistik menjadi tidak valid atau jumlah sampel kecil. Secara visualisasi, dikatakan berdistribusi normal jika data dalam gambar Normal P-P plot Of Regression mengikuti garis diagonal dan tidak menyebar. Uji kenormalan data juga dilakukan dengan uji Kolmogrov-Smirnov terhadap uji standar residual hasil persamaan regresi. Apabila probabilitas uji Kolmogrov-Smirnov lebih besar dari 5% maka data tersebut berdistribusi normal (Rusiadi, 2013).

#### **b. Uji Heteroskedastisitas**

Uji heteroskedastisitas digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya ketidaksamaan varian dari residual untuk semua pengamatan pada model regresi (Arifin, Pujiastuti, & Sudiana, 2020). Uji heteroskedastisitas dapat menggunakan

uji glejser untuk menghubungkan nilai absolut residual dengan setiap variabel independen. Apabila nilai signifikansi hasil nilai probabilitas  $> 0,05$  maka dapat dikatakan bebas dari heteroskedastisitas.

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk mengetahui apakah model regresi memiliki variansi residual yang tidak sama, jika pengamatan tertutup maka disebut heteroskedastisitas dan jika berbeda disebut homoskedastisitas. Model regresi yang baik adalah yang homoskedastisitas atau tidak ada heteroskedastisitas pada tingkat signifikansi yang dapat digunakan dengan uji Glacier. Jika tingkat signifikansi berbeda diatas tingkat 5% berarti tidak terjadi heteroskedastisitas tetapi jika berada dibawah 5% berarti terjadi heteroskedastisitas (Ghozali, 2012)

### **3. Uji Multikolineiritas**

Menurut (Ghozali, 2012), uji multikolinieritas bertujuan menguji apakah model regresi menemukan adanya korelasi antar variabel independen (independen). Model regresi yang baik seharusnya tidak menunjukkan adanya korelasi antar variabel independen. Jika variabel independen berkorelasi, maka variabel tersebut tidak ortogonal. Variabel ortogonal adalah variabel independen dimana nilai korelasi antara semua variabel independen adalah nol.

Untuk mendeteksi ada tidaknya multikolinearitas, digunakan ketentuan sebagai berikut:  $VIF < 5$  atau dibawah 5 dan nilai tolerance diatas 0,1. Hal ini menunjukkan bahwa tidak terjadi hubungan linear diantara variabel independen dalam model regresi.

### 3.8.3 Uji Regresi Linier Berganda

Regresi berganda merupakan pengembangan dari regresi linier sederhana yang dapat digunakan untuk memprediksi permintaan masa depan berdasarkan data masa lalu atau untuk menentukan pengaruh satu atau lebih variabel independen terhadap variabel dependen. (Siregar, 2013).

Tujuan dari analisis ini adalah untuk mengetahui besarnya pengaruh yang ditimbulkan oleh Kemudahan penggunaan, dan Kualitas layanan, terhadap Kepuasan Pengguna Dompot Digital OVO dengan menggunakan persamaan regresi linear berganda sebagai berikut :

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

Keterangan :

Y = Kepuasan Pengguna

$\beta_0$  = Konstanta

$\beta_1, \beta_2$  = Koefisien regresi berganda

X1 = Kemudahan Penggunaan

X2 = Kualitas Layanan

$\varepsilon$  = Standart eror

### 3.8.4 Uji Hipotesis

Pengujian hipotesis dilakukan untuk mengetahui apakah jawaban sementara terhadap suatu masalah yang dimaksud sebagai tuntuan dalam penelitian yang telah dikemukakan oleh penelitian adalah benar dan mencari jawaban sesungguhnya.

a. Uji Signifikan Simultan ( Uji-f)

Pengujian dilakukan untuk mengetahui untuk apakah secara serempak berpengaruh signifikan terhadap pada tingkat kepercayaan (Confidence Interval) atau level pengujian hipotesis 5% dengan uji f hipotesis yang digunakan. Hipotesis untuk pengujian secara serempak adalah:

1.  $H_0 : \beta_1 = \beta_2 = 0$ , artinya tidak terdapat pengaruh yang positif dari variabel bebas dan variabel terikat. (Kemudahan Penggunaan dan Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pengguna Dompet Digital OVO).
2.  $H_1 = \text{minimal } 1 \neq 0$  artinya terdapat pengaruh yang positif dari variabel bebas dan terikat (Kemudahan Penggunaan dan Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pengguna Dompet Digital OVO).

Pengujian menggunakan uji F dengan Kriteria Pengambilan Keputusan (KPK) adalah :

- Terima  $H_0$  (tolak  $H_1$ ), apabila  $F_{hitung} < f_{tabel}$  atau  $\text{sig } F > \alpha$  5%
- Tolak  $H_0$  (terima  $H_1$ ), apabila  $F_{hitung} > f_{tabel}$  atau  $\text{sig } F < \alpha$  5%

b. Uji Signifikan Parsial (uji-t)

Uji t statistik dilakukan untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen. Kriteria uji digunakan sebagai berikut:

$H_0 : b_1 = 0$ , artinya secara parsial tidak terdapat pengaruh yang positif dari

variabel bebas (X1 dan X2) yaitu berupa variabel kemudahan penggunaan dan kualitas layanan terhadap variabel terikat (Y) kepuasan pengguna.

$H_1 : \beta_1 \neq 0$ , artinya secara parsial terdapat terdapat pengaruh yang positif dari variabel bebas (X1 dan X2) yaitu berupa variabel kemudahan penggunaan dan kualitas layanan terhadap variabel terikat (Y) kepuasan pengguna.

Pengujian menggunakan uji t dengan Kriteria Pengambilan Keputusan (KPK) adalah:

- Terima  $H_0$  (tolak  $H_1$ ), apabila  $t_{hitung} < t_{tabel}$  atau  $\text{sig } F > \alpha 5\%$
  - Tolak  $H_0$  (terima  $H_1$ ), apabila  $t_{hitung} > t_{tabel}$  atau  $\text{sig } F < \alpha 5\%$
- c. Uji Determinasi (Uji  $R^2$ )

Koefisien determinasi ( $R^2$ ) digunakan untuk mengukur seberapa besar kontribusi variabel bebas terhadap variabel terikat. Jika koefisien determinasi ( $R^2$ ) semakin besar menunjukkan semakin baik kemampuan X dan Y dimana  $0 < R^2 < 1$ . Sebaliknya jika  $R^2$  semakin kecil, maka akan dapat dikatakan bahwa pengaruh variabel bebas adalah kecil terhadap variabel terikat. Hal ini digunakan tidak kuat untuk menerangkan pengaruh variabel bebas yang diteliti terhadap variabel terikat.

### 3.8.5 Pengolahan Data

Pada penelitian ini digunakan SPSS 25.0 for Windows untuk pengolahan data, software komputer yang membantu mengolah data statistik dari program komputer lain pada aplikasi ini terdapat menu dan toolbar, namun karena software ini dibuat untuk pengelolaan data maka tidak dengan demikian. software ini mirip dengan microsoft excel yaitu terdapat lembar kerja yang memudahkan

penggunaan perhitungan statistik (Astuti, 2013)

## BAB IV

### ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

#### 4.1 Gambaran Umum Responden

Pada penelitian ini jumlah responden 100 orang dengan kriteria pengguna dompet digital OVO di Soloraya. Selanjutnya pada penelitian ini dapat dikategorikan berdasarkan jenis Kelamin, Pendidikan, dan domisili di Soloraya.

##### 1. Berdasarkan usia responden

Berdasarkan data penelitian, data karakteristik responden menurut usia pengguna dompet digital OVO dikumpulkan pada Tabel 4.1 sebagai berikut :

**Tabel 4. 1**

Gender

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Laki-Laki	28	28.0	28.0	28.0
	Perempuan	72	72.0	72.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Sumber : Hasil olah data SPSS 25.0

Berdasarkan table 4.1, diperoleh data bahwa dari 100 responden, berjenis kelamin laki-laki sebanyak 28 responden atau 28%, sedangkan responden dengan jenis kelamin perempuan sebanyak 72 responden atau 72%, dari hal ini dapat kita lihat bahwa responden terbanyak yaitu perempuan.

##### 2. Berdasarkan pendidikan responden

Berdasarkan data penelitian, data karakteristik responden menurut

pendidikan pengguna dompet digital OVO dikumpulkan pada Tabel 4.1 sebagai berikut :

**Tabel 4. 2**  
Pendidikan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	SLTA/SMA	26	26.0	26.0	26.0
	D III	14	14.0	14.0	40.0
	SARJANA	60	60.0	60.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Sumber : Hasil olah data SPSS 25.0

Berdasarkan table 4.2, diperoleh data bahwa dari 100 responden, dengan tingkat Pendidikan SLTA/SMA sebanyak 26 responden atau 26%, responden dengan tingkat Pendidikan D III sebanyak 14 responden atau 14%, sedangkan responden yang berpendidikan Sarjana sebanyak 60 atau 60% dari total responden. Pada kategori Pendidikan responden terbanyak ialah berpendidikan sarjana.

### 3. Berdasarkan domisili responden

Berdasarkan data penelitian, data karakteristik responden menurut pendidikan pengguna dompet digital OVO dikumpulkan pada Tabel 4.3 sebagai berikut :

**Tabel 4. 3**

## Domisili

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Surakarta	28	28.0	28.0	28.0
	Sukoharjo	11	11.0	11.0	39.0
	Boyolali	13	13.0	13.0	52.0
	Wonogiri	10	10.0	10.0	62.0
	Klaten	13	13.0	13.0	75.0
	Sragen	15	15.0	15.0	90.0
	Karanganyar	10	10.0	10.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Sumber : Hasil olah data SPSS 25.0

Berdasarkan table 4.3, diperoleh data bahwa dari 100 responden, bahwa responden dengan domisili di Surakarta sebanyak 28 responden atau 28%, responden domisili di Sukoharjo sebanyak 11 responden atau 11%, responden domisili di Boyolali sebanyak 13 responden atau 13%, responden domisili di Wonogiri sebanyak 10 responden atau 10%, responden domisili di Klaten sebanyak 13 responden atau 13%, responden domisili di Sragen sebanyak 15 atau 15%, dan untuk domisili di Karanganyar sebanyak 10 responden atau 10%. Pada kriteria ini dapat kita lihat bahwa responden paling sedikit domisili di Wonogiri dan Karanganyar, sedangkan responden terbanyak berdomisili di Surakarta.

### 3.2 Pengujian dan Hasil Analisis Data

Analisis data merupakan kegiatan dalam penelitian yang dilakukan setelah semua data dari responden sudah terkumpul sesuai dengan target sampel.

Kegiatan ini berupa menganalisis data dengan cara mengelompokkan data berdasarkan variable dan jenis responden, data yang didasarkan pada variabel responden, menyajikan data dari setiap variabel yang telah diteliti kemudian dapat di reduksi. Reduksi merupakan kegiatan menyimpulkan data, memilah-milah data dalam kategori tertentu kemudian melakukan perhitungan untuk menjawab rumusan masalah penelitian serta menguji hipotesis (Rijali, 2018)

### 3.2.1 Uji Instrumen Penelitian

#### 1. Uji Validitas

Uji Validitas merupakan uji yang digunakan untuk mengukur valid atau tidaknya suatu kuesioner yang disebarkan serta dapat dipertanggungjawabkan. Suatu kuesioner dapat dikatakan valid apabila nilai ( $r_{hitung} > r_{tabel}$ ) tetapi jika ( $r_{hitung} < r_{tabel}$ ) maka kuesioner tersebut tidak valid. Berikut hasil Uji Validitas disajikan dalam tabel.

**Tabel 4. 4**

Hasil Uji Validitas

No	Variabel	r (hitung)	r (tabel)	Keterangan
1	Kemudahan Penggunaan (X1)			
	X1.1	0,832	0,3610	Valid
	X1.2	0,828	0,3610	Valid
	X1.3	0,742	0,3610	Valid
	X1.4	0,843	0,3610	Valid
	X1.5	0,740	0,3610	Valid
	X1.6	0,580	0,3610	Valid
	X1.7	0,598	0,3610	Valid
2	Kualitas Layanan (X2)			
	X2.1	0,764	0,3610	Valid

No	Variabel	r (hitung)	r (tabel)	Keterangan
	X2.2	0,804	0,3610	Valid
	X2.3	0,810	0,3610	Valid
	X2.4	0,843	0,3610	Valid
	X2.5	0,850	0,3610	Valid
	X2.6	0,714	0,3610	Valid
	X2.7	0,866	0,3610	Valid
3	Kepuasan Pengguna (Y)			
	Y.1	0,852	0,3610	Valid
	Y.2	0,873	0,3610	Valid
	Y.3	0,872	0,3610	Valid
	Y.4	0,662	0,3610	Valid
	Y.5	0,672	0,3610	Valid

Sumber : Hasil olah data SPSS 25.0

Berdasarkan tabel dan data tersebut, variabel Kemudahan Penggunaan dan Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pengguna memiliki hasil  $r$  hitung  $>$   $r$  tabel. Sehingga seluruh indikator variabel yang terdapat pada kuesioner penelitian ini dinyatakan valid. Nilai  $r$  tabel dapat diperoleh dari tabel distribusi normal yang akan di lampirkan pada lampiran dinyatakan rumus  $r$  tabel yaitu  $df = n - 2$  dimana  $n$  adalah jumlah responden yang diikutsertakan dalam proses analisis berjumlah 30. Sehingga  $df = 30 - 2 = 28$  Maka didapatkan  $r$  tabel sebesar 0,3610.

## 2. Uji Reliabilitas

Uji Reliabilitas merupakan uji yang digunakan untuk menunjukkan bahwa pengukuran yang dilakukan tidak ada kesalahan dan error, sehingga memberikan hasil yang konsisten. Uji ini dilihat dari *Cronbach Alpha*  $>$  0,60, maka instrument kuesioner tersebut dapat dikatakan reliabel. Hasil Uji Reliabilitas disajikan dalam tabel berikut :

**Tabel 4. 5**  
Uji Realibilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	N of Items	Keterangan
Kemudahan Penggunaan(X1)	.859	7	Reliabel
Kualitas Layanan (X2)	.859	7	Reliabel
Kepuasan Pengguna (Y)	.847	5	Reliabel

Sumber : Hasil olah data SPSS 25.0

Berdasarkan uji reliabilitas tersebut, nilai Cronbach Alpha untuk variabel Kemudahan Penggunaan dan Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pengguna sudah lebih dari 0,60. Secara keseluruhan dapat dinyatakan reliabel.

### 3.2.2 Uji Asumsi Klasik

Uji Asumsi Klasik ialah salah satu persyaratan statistik yang wajib dipenuhi. Uji ini terdiri dari Uji Normalitas, Uji Multikolinearitas dan Uji Heteroskedastisitas.

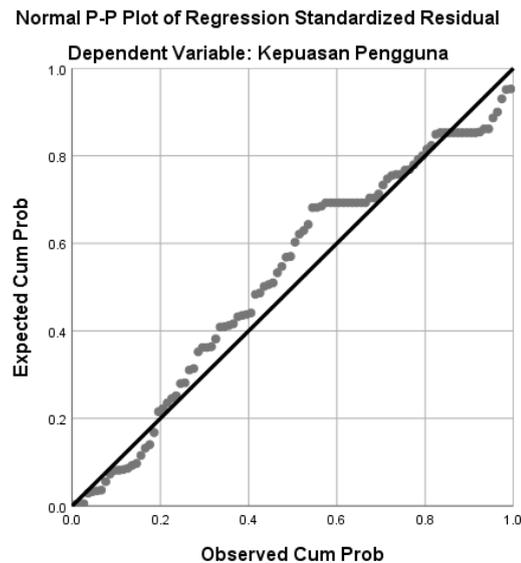
#### 1. Uji Normalitas

Uji ini digunakan untuk melihat penyebaran data pada variabel yang ada, apakah variabel-variabel tersebut berdistribusi secara normal atau tidak. Uji Normalitas pada penelitian ini menggunakan SPSS 25 melalui uji statistic non-parametrik yang didasarkan pada 1 Sample K-S (Kolmogorov Smirnov). Apabila nilai tingkat Sig > 0,05 maka data berdistribusi normal, namun jika hasilnya

sebaliknya, maka data berdistribusi tidak normal. Berikut disajikan data hasil uji normalitas data.

**Gambar 4. 6**

Uji Normalitas



Sumber : Hasil olah data SPSS 25.0

Berdasarkan gambar 4.6. menunjukkan bahwa hasil dari uji *Normal Probability Plot* dimana bulatan kecil atau titik-titik tersebut berada di dekat garis diagonalnya atau mengikuti arah dari garis diagonalnya oleh sebab itu nilai residual berdistribusi secara normal.

**Tabel 4. 1**

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

N		100
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.32522500
Most Extreme Differences	Absolute	.042
	Positive	.096
	Negative	.042
Test Statistic		.042
Asymp. Sig. (2-tailed)		.168 <sup>c</sup>

a. Test distribution is Normal.

- b. Calculated from data.
- c. Lilliefors Significance Correction.

Berdasarkan hasil diatas diketahui bahwa nilai signifikansi sebesar 1.68 di atas tingkat signifikansi 0,05 sehingga dapat disimpulkan bahwa data tersebut berdistribusi normal.

### b. Uji Multikolineritas

Uji multikolineritas digunakan untuk menguji adanya korelasi yang tinggi antar variabel independent dalam regresi linear berganda. Digunakan untuk mendeteksi ada atau tidaknya multikolineritas menggunakan tolerance value dan VIF (variance inflation factor). Nilai tolerance yang rendah sama dengan VIF yang tinggi. Apabila nilai tolerance  $> 0,1$  dan VIF  $< 10$ , maka data tersebut bebas dari multikolineritas. Jika sebaliknya, maka terjadi multikolineritas.

**Tabel 4. 2**

Uji Multikolineritas  
Coefficients<sup>a</sup>

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	Kemudahan	.334	2.996
	Penggunaan		
	Kualitas Layanan	.334	2.996

a. Dependent Variable: Kepuasan Pengguna

Sumber : Hasil olah data SPSS 25.0

Dari hasil uji multikolineritas diatas, dapat diketahui bahwa hasil dari nilai tolerance ketiga variabel  $> 0,1$  dan nilai VIF dari ketiga variabel tersebut  $< 10$ . Sehingga dapat disimpulkan bahwa data telah memenuhi syarat analisis regresi

karena tidak ada gejala multikolinearitas dalam model regresi.

### c. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas berfungsi untuk mengetahui apakah terdapat varian variabel pada model regresi yang tidak sama. Model yang baik adalah model yang tidak terjadi heteroskedastisitas atau disebut terjadi homoskedastisitas (Arifin, Pujiastuti, & Sudiana, 2020). Uji heteroskedastisitas dapat menggunakan uji glejser untuk menghubungkan nilai absolut residual dengan setiap variabel independen. Apabila nilai signifikansi hasil nilai probabilitas  $> 0,05$  maka dapat dikatakan bebas dari heteroskedastisitas.

**Tabel 4.3**

Uji Heteroskedastisitas

Model	Coefficients <sup>a</sup>		Standardized Coefficients Beta	t	Sig.
	Unstandardized Coefficients B	Std. Error			
1 (Constant)	1.176	.944		1.246	.216
Kemudahan Penggunaan	.025	.055	.080	.458	.648
Kualitas Layanan	-.001	.052	-.002	-.014	.989

a. Dependent Variable: ABRESID

Sumber : Hasil olahdata SPSS 25.0

Berdasarkan tabel 4.3.6 pada kolom bagian sig menunjukkan bahwa nilai signifikansi pada variabel kemudahan penggunaan (X1) adalah 0,648, variabel kualitas layanan (X2) sebesar 0,989. Sehingga karena nilai dari signifikansi  $> 0,05$

maka dapat disimpulkan pada penelitian dengan menggunakan kedua variabel tersebut tidak terjadi gejala atau masalah heteroskedastisitas. Artinya model regresi yang digunakan untuk penelitian ini layak untuk dilakukan.

### 3.2.3 Uji Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linear berganda merupakan suatu regresi yang memiliki satu variabel dependen dan variabel independen yang berjumlah 2 atau lebih. Dalam penelitian ini menggunakan 2 variabel independent. Analisis regresi linear berganda digunakan untuk mengetahui pengaruh kemudahan penggunaan dan kualitas layanan terhadap kepuasan pengguna.

**Tabel 4. 4**

Uji Linier Berganda  
Coefficients<sup>a</sup>

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients Beta	T	Sig.
	B	Std. Error			
1 (Constant)	3.940	1.626		2.443	.019
Kemudahan Penggunaan	.259	.095	.096	2.579	.003
Kualitas Layanan	.457	.090	.630	4.091	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan Pengguna

Sumber : Hasil olah data SPSS 25.0

Berdasarkan tabel 4.3.7 menunjukkan adanya persamaan garis regresi linear sebagai berikut :

$$Y = a + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \epsilon$$

$$Y = 3,940 + 0,259 X_1 + 0,457 X_2 + \epsilon$$

Berdasarkan pada hasil pengujian regresi linear berganda diatas, maka dapat diinterpretasikan sebagai berikut :

1. Nilai  $\alpha$  sebesar 3,940 merupakan konstanta atau keadaan saat variabel kepuasan pengguna belum dipengaruhi oleh variabel lainnya yaitu variabel positif Kemudahan Penggunaan (X1) dan Kualitas Layanan (X2). Jika variabel independent tidak ada, maka variabel kepuasan pengguna tidak mengalami perubahan.
2. Besarnya koefisien regresi ( $\beta_1 X_1$ ) adalah 0,259 yang menunjukkan variabel Kemudahan Penggunaan memiliki pengaruh yang positif terhadap kepuasan pengguna yang berarti bahwa setiap kenaikan 1% variabel kemudahan penggunaan akan mempengaruhi kepuasan pengguna sebesar 0,259. Dengan asumsi bahwa variabel lain tidak diteliti dalam penelitian ini.
3. Besarnya koefisien regresi ( $\beta_2 X_2$ ) adalah 0,457 hal ini menunjukkan variabel kualitas layanan memiliki pengaruh yang positif terhadap kepuasan pengguna yang berarti bahwa setiap kenaikan 1% variabel kualitas layanan akan mempengaruhi kepuasan pengguna sebesar 0,457. Dengan asumsi lain bahwa variabel lain tidak diteliti dalam penelitian ini.

### 3.2.4 Uji Hipotesis

Pengujian hipotesis dilakukan untuk mengetahui apakah jawaban sementara terhadap suatu masalah yang dimaksud sebagai tuntutan dalam penelitian yang telah dikemukakan oleh penelitian adalah benar dan mencari jawaban sesungguhnya (Ferdinand A. , 2014) Dalam Uji Hipotesis ada beberapa uji yang perlu dilakukan yaitu Uji Signifikan Simultan (Uji-f), Uji Signifikan Parsial (uji-t) dan Uji Determinasi ( $R^2$ )

## 1. Uji Statistik F

Uji F merupakan uji yang dilakukan untuk mengetahui apakah variabel independent secara bersama-sama berpengaruh terhadap variabel dependen. Untuk mengetahui hal tersebut digunakan statistik F, apabila  $F_{hitung} > F_{tabel}$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Jika nilai  $sig < 0,05$ , atau  $F_{hitung} > F_{tabel}$  maka terdapat pengaruh variabel X secara simultan terhadap variabel Y. Sedangkan jika sebaliknya, maka tidak terdapat pengaruh variabel X secara simultan terhadap variabel Y.

**Tabel 4.5**

		Uji F ANOVA <sup>a</sup>				
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	545.649	2	272.825	49.441	.000 <sup>b</sup>
	Residual	535.261	97	5.518		
	Total	1080.910	99			

a. Dependent Variable: Kepuasan Pengguna

b. Predictors: (Constant), Kualitas Layanan, Kemudahan Pengguna

Sumber : Hasil olah data SPSS 25.0

$$\begin{aligned}
 n &= \text{sampel} \\
 k &= \text{variabel penelitian} \\
 Df1 &= k - 1 = 3 - 1 = 2 \\
 Df2 &= n - k \\
 &= 100 - 3 = 97
 \end{aligned}$$

Berdasarkan tabel 4.11 dari hasil uji F diatas,  $F_{tabel}$  dapat dilihat di urutan ke 97 dan diperoleh 3,090 Sehingga dapat diketahui bahwa  $f_{hitung} > 3,090$  yaitu  $49,441 > 3,090$  serta tingkat signifikansi  $0,000 < 0,05$  yang artinya  $H_0$  ditolak dan

Ha diterima. Maka dapat disimpulkan dari output tersebut bahwa kemudahan penggunaan dan kualitas layanan mempengaruhi kepuasan pengguna.

## 2. Uji Statistik T

Uji T merupakan uji yang digunakan untuk mengetahui apakah regresi variabel independen akan berpengaruh secara parsial pada variabel dependen. Uji T dapat dilihat dari membandingkan t tabel dan t hitung. Jika t hitung > t tabel dan sig. > 0,05 maka Ha diterima dan H0 ditolak, yang artinya variabel independent berpengaruh terhadap variabel dependen. Tetapi jika t hitung < t tabel dan sig > 0,05 maka Ha ditolak dan H0 diterima, sehingga variabel independent dikatakan tidak berpengaruh terhadap variabel dependen.

**Tabel 4. 6**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3.940	1.626		2.443	.019
	Kemudahan Penggunaan	.259	.095	.096	2.579	.003
	Kualitas Layanan	.457	.090	.630	4.091	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan Pengguna

Sumber : Hasil olah data SPSS 25.0

Berdasarkan output dari tabel diatas dapat diketahui nilai t hitung dari variabel kemudahan penggunaan sebesar 2.579, kualitas layanan sebesar 4.091.

Lalu nilai t hitung akan dibandingkan dengan nilai t tabel.

Tingkat signifikansi  $\alpha = 95\%$  atau 0,05

Derajat bebas =  $n - k - 1$

$$\begin{aligned}
 &= \text{Jumlah responden} - \text{jumlah variabel X} - 1 \\
 &= 100 - 2 - 1 \\
 &= 97
 \end{aligned}$$

Nilai t tabel dapat diketahui dari tabel T urutan 97 yaitu 1,985.

Berdasarkan tabel diatas dapat diinterpretasikan sebagai berikut :

- a. Variabel Kemudahan Pengguna memiliki t hitung  $>$  t tabel yaitu sebesar  $2,579 > 1,985$  dengan tingkat signifikansi  $0,003 < 0,05$ . Sehingga dapat disimpulkan bahwa  $H_0$  ditolak dalam  $H_a$  diterima. Artinya Kemudahan Penggunaan berpengaruh terhadap kepuasan pengguna.
- b. Variabel kualitas layanan memiliki t hitung  $>$  t tabel sebesar  $4,091 > 1,985$  dengan tingkat signifikansi  $0,000 < 0,05$ . Sehingga dapat disimpulkan bahwa  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima yang berarti kualitas layanan berpengaruh terhadap kepuasan pengguna.

### **1. Pengaruh Kemudahan Penggunaan Terhadap Kepuasan Pengguna Dompot Digital OVO di Soloraya**

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa kemudahan penggunaan berpengaruh positif terhadap kepuasan pengguna. Hal ini dapat dibuktikan dari hasil uji t yang menyatakan nilai t hitung  $>$  t tabel (  $2,579 > 1,985$  ) dengan tingkat signifikansi  $0,003 < 0,05$ . Dengan demikian dapat disimpulka bahwa kemudahan penggunaan akan meningkatkan kepuasan pengguna dompet digital OVO di Solo Raya. Sehingga disarankan untuk meningkatkan kepuasan pengguna dompet digital OVO.

## **2. Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pengguna Dompot Digital OVO di Soloraya**

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas layanan berpengaruh positif terhadap kepuasan pengguna. Hal ini dapat dibuktikan dari hasil uji t yang menyatakan nilai t hitung  $>$  t tabel (  $4,091 > 1,985$  ) dengan tingkat signifikansi  $0,000 < 0,05$ . Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa kualitas layanan akan meningkatkan kepuasan pengguna dompet digital OVO di Solo Raya. Sehingga disarankan untuk meningkatkan kepuasan pengguna dompet digital OVO.

### **3. Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )**

Uji Koefisien Determinasi digunakan untuk mengetahui hubungan antara variabel independent dan dependen. Nilai dari koefisien determinasi  $R^2$  adalah antara 0 – 1 yang menunjukkan besarnya kontribusi variabel bebas secara simultan (bersama – sama) terhadap variabel terikat. Nilai koefisien determinasi  $R^2$  yang kecil menunjukkan bahwa variabel independent yang digunakan untuk menjelaskan variabel dependen sangat terbatas, tetapi apabila nilai koefisien determinasi  $R^2$  mendekati angka 1, maka variabel independent yang digunakan untuk menjelaskan variabel dependen memberikan informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi  $R^2$  diterima apabila nilai F hitung diatas 4.

#### **Tabel 4. 7**

##### Uji Koefisien Determinasi

<b>Model Summary<sup>b</sup></b>				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.710 <sup>a</sup>	.515	.465	2.349

a. Predictors: (Constant), Kualitas Layanan, Kemudahan Pengguna

b. Dependent Variable: Kepuasan Pengguna

Sumber : Hasil olah data SPSS 25.0

Berdasarkan tabel 4.5 dipengaruhi nilai koefisien R-Square adalah 0,515 atau 51,5%. Hal ini berarti nilai koefisien  $R^2$  besar, yang dapat dikatakan bahwa variabel kemudahan pengguna, dan kualitas layanan berpengaruh besar dalam memprediksi variabel kepuasan pengguna. Nilai koefisien determinasi  $R^2$  diterima karena nilai F diatas 4 yaitu 49.441.

### **3.3 Pembahasan Dan Analisis Data**

Berdasarkan hasil penelitian tentang ini peneliti ingin mengetahui bagaimana pengaruh kemudahan penggunaan dan kualitas layanan terhadap kepuasan pengguna dompet digital OVO pada Masyarakat Solo Raya. Berdasarkan data responden yang diperoleh oleh peneliti, diketahui bahwa mayoritas responden yang menggunakan dompet digital OVO berjenis kelamin perempuan dengan presentase sebesar 72%. Data tersebut juga menunjukkan bahwa respponden mayoritas berasal dari mahasiswa berpendidikan sarjana yaitu sebesar 60 mahasiswa.

#### **1. Pengaruh Kemudahan Penggunaan Terhadap Kepuasan Pengguna Dompet Digital OVO di Soloraya**

Kemudahan penggunaan hakekatnya adalah tingkat keyakinan seseorang bahwa dalam menggunakan sistem tertentu tidak diperlukan usaha yang keras. Pada umumnya, konsumen membandingkan apa yang akan mereka bayar dan apa yang akan mereka dapatkan.

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa kemudahan penggunaan berpengaruh positif terhadap kepuasan pengguna. Hal ini dapat dibuktikan dari hasil uji t yang menyatakan nilai t hitung  $>$  t tabel (  $2,579 > 1,985$  ) dengan tingkat signifikansi  $0,003 < 0,05$ . Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa kemudahan penggunaan akan meningkatkan kepuasan pengguna dompet digital OVO di Solo Raya. Sehingga disarankan untuk meningkatkan kepuasan pengguna dompet digital OVO.

Dalam variabel ini, variabel kemudahan penggunaan dengan indikator efisiensi waktu, kemampuan transaksi yang beragam, kemudahan operasional mobile banking, dan penggunaan yang fleksibel. Dari penelitian yang sudah dilaksanakan menghasilkan bahwa kemudahan ini berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengguna dompet digital OVO di Soloraya.

Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Purba, Samsir, & Arifin, 2020) dengan judul “Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Persepsi Manfaat dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan dan Niat Menggunakan Kembali Aplikasi OVO Pada Mahasiswa Pascasarjana Universitas Riau”. Bahwa variabel kemudahan penggunaan berpengaruh positif dan signifikan. Tak hanya itu saja, penelitian dari (Dahlia, 2019) dengan judul “Analisis Pengaruh Citra Merek,

Promosi, Persepsi Manfaat, Kemudahan Penggunaan, Kualitas Sistem, dan Kualitas Informasi Terhadap Kepuasan Pengguna Aplikasi Sakuku BCA”.

Dari penjelasan diatas dapat ditarik kesimpulan bahwa Kemudahan Penggunaan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pengguna Dompot Digital OVO di Solo Raya.

## **2. Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pengguna Dompot Digital OVO di Soloraya**

Menurut Tjiptono (2008) mengungkapkan bahwa Kualitas Layanan yaitu pemenuhan keinginan dan kebutuhan pengguna serta ketepatan penyampainnya untuk mengimbangi keinginan pengguna

Aspek yang paling menarik dalam penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas layanan berpengaruh positif terhadap kepuasan pengguna. Hal ini dapat dibuktikan dari hasil uji t yang menyatakan nilai t hitung  $>$  t tabel ( $4,091 > 1,985$ ) dengan tingkat signifikansi  $0,000 < 0,05$ . Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa kualitas layanan akan meningkatkan kepuasan pengguna dompot digital OVO di Solo Raya. Sedangkan untuk item pernyataan yang memiliki skor paling tinggi yaitu “Kualitas layanan OVO dapat mempermudah saya dalam melakukan proses transaksi pembayaran” dengan skor rata-rata sebesar 4,18 yang memunjukkan bahwa item tersebut dikategorikan ke dalam kategori baik. Sehingga disarankan untuk meningkatkan kepuasan pengguna dompot digital OVO.

Dalam variable kualitas layanan memiliki beberapa indikator yaitu sebagai berikut, keandalan, daya tanggap, jaminan, empati, dan bukti fisik. Pada variable

ini apabila kualitas layanan semakin baik dan semakin ditingkatkan, maka tentunya juga akan berpengaruh pada kepuasan pengguna dompet digital OVO di Soloraya.

Pada penelitian yang dilakukan oleh (Ida Ayu, 2015). Juga menyebutkan bahwa variabel kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan. Kemudian penelitian yang sejalan dilakukan oleh (Haryanto, 2015). Dengan judul penelitian “Kualitas Layanan, Fasilitas Dan Harga Pengaruhnya Terhadap Kepuasan Pengguna Jasa Layanan Pada Kantor Samsat Manado”. Bahwa variabel kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan.

Dari penjelasan diatas dapat ditarik kesimpulan bahwa Kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pengguna Dompet Digital OVO di Solo Raya.

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **5.1. Kesimpulan**

1. Berdasarkan hasil dari pengolahan data bahwa pada variabel Kemudahan penggunaan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengguna. Hal ini dibuktikan dari hasil uji t yang menyatakan nilai t hitung  $>$  t tabel ( $2.579 > 1.985$ ) dengan tingkat signifikansi  $0,003 < 0,05$ . Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima yang dapat diartikan bahwa kemudahan penggunaan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengguna dompet digital OVO.
2. Kualitas Layanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengguna. Hal ini dapat dibuktikan dari hasil uji t yang menyatakan nilai t hitung  $>$  t tabel ( $4,091 > 1,985$ ) dengan tingkat signifikansi  $0,000 < 0,05$ . Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima yang dapat diartikan bahwa kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengguna dompet digital OVO.
3. Dengan adanya kemudahan penggunaan ini tentunya menjadi faktor yang dapat mempengaruhi kepuasan dari pengguna dompet digital OVO di Solo raya. Kemudian faktor yang mempengaruhi kepuasan pengguna yaitu kualitas layanan yang dimiliki oleh dompet digital OVO. Maka semakin baik kualitas layanan juga semakin mempengaruhi tingkat kepuasan dari pengguna dompet digital OVO di Soloraya.

## 5.2. Keterbatasan Penelitian

Dalam menyusun penelitian ini beberapa keterbatasan sebagai berikut :

1. Dalam penelitian ini hanya menggunakan 2 variabel independent yang digunakan untuk memprediksi variabel dependen. penambahan variabel independent memungkinkan dapat membuat hasil yang lebih baik serta bisa mengetahui lebih banyak faktor terkait kepuasan pengguna dompet digital OVO di Solo Raya.
2. Ruang lingkup yang dijadikan lokasi penelitian juga bisa dikatakan sangat terbatas yakni hanya pengguna dompet digital OVO di Solo Raya.

## 5.3. Saran

Berdasarkan hasil dari kesimpulan, maka saran yang dapat diberikan oleh penulis yang diajukan terhadap pihak yang terkait dalam penelitian ini yaitu :

1. Dompet digital OVO diharapkan untuk meningkatkan dan mempertahankan kualitas layanan sehingga visi dan misi dari perusahaan dapat tercapai yaitu salah satunya untuk kepuasan pelanggan.
2. Pada penelitian skripsi ini, penulis hanya menyebutkan dua variabel yang dapat mempengaruhi kepuasan pengguna dompet digital OVO di Soloraya. Saran untuk peneliti berikutnya, diharapkan untuk menambahkan variabel lain agar bisa menggali faktor lain yang diduga berpengaruh pada kepuasan pengguna dompet digital OVO di Soloraya.

## DAFTAR PUSTAKA

- Akhmadi, M., & Martini, E. (2020). Pengaruh E-Service Quality Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan Aplikasi OVO. *Jurnal Mitra Manajemen*.
- Apriyani, D. A., & Sunarti, S. (2017). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen(Survei Pada Konsumen The Little a Coffee Shop Sidoarjo). (*Doctoral dissertation, Brawijaya University*).
- Arifin, A. M., Pujiastuti, H., & Sudiana, R. (2020). Pengembangan media pembelajaran STEM dengan augmented reality untuk meningkatkan kemampuan spasial matematis siswa. *Jurnal Riset Pendidikan Matematika*.
- Baistama, R. P., & Martini, E. (2021). Pengaruh E-service Quality terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan Pada Aplikasi Transportasi Online Gojek. *eProceedings of Management*.
- Dahlia, A. (2019). Analisis Pengaruh Citra Merek, Promosi, Persepsi Manfaat, Kemudahan Penggunaan, Kualitas Sistem, dan Kualitas Informasi Terhadap Kepuasan Pengguna Aplikasi Sakuku BCA. *Media Informatika*.
- Davis. (1989). Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology. *MIS Quartely*.
- Donovan, R., & Fadillah, A. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Lokasi dan Harga Terhadap Keputusan Pelanggan Hotel 101 Suryakencana Bogor.

*Jurnal Ilmiah Pariwisata Kesatuan (JIPKES).*

Ermawati. (2016). Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Kegunaan, Dan Pengalaman Terhadap Minat Wajib Pajak Menggunakan Sistem E-Filing. *Jurnal Akutansi Indonesia.*

Fasilitas, P. (2017). Analisis Pengaruh Kualitas Sistem, Kualitas Layanan, Kualitas Informasi, Kemudahan Penggunaan, dan Persepsi Manfaat Terhadap Kepuasan.

Ferdinand. (2014). 73.

Ferdinand, A. (2014). *Metode Penelitian Manajemen Pedoman Untuk Penulisan Skripsi Tesis dan Disertasi Ilmu Manajemen.* Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Fitrianti. (2021). Pengaruh Kualitas Layanan Jasa Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Malomo Laundry Kota Palopo. *Doctoral dissertation, UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PALOPO.*

Ghozali, I. (2013). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS. Edisi Ketujuh.* Semarang.

Gosta, D. R., Utami, D. N., & Dewi, F. S. (2018, Juni 07). Retrieved from <https://koran.bisnis.com/>:  
<https://koran.bisnis.com/read/20180607/250/803752/presiden-direktur-pt-visionet-internasional-ovo-adrian-suherman-jangan-bersaing-mending-kerja-sama>

Hardiawan, A. C. (2013). Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan, dan Kualitas Informasi Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online. *Thesis*

*Universitas Diponegoro.*

- Haryanto, E. (2015). Kualitas Layanan, Fasilitas dan Harga, Pengaruhnya Terhadap Kepuasan Pengguna Jasa Layanan Pada Kantor Samsat Manado.
- Haryono, N., & Octavia, R. (2020). Analisis Pengaruh Citra Merek Dan Mutu Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen Serta Dampaknya Terhadap Loyalitas Konsumen. *Jurnal Industri Elektro dan Penerbangan.*
- Hendrata, S. P., Purbandari, T., & Mujilan. (2013). Pengaruh Structural Assurance dan Perceived Reputation terhadap Trust Pengguna Internet di Sistem E-commerce. *Jurnal Riset Manajemen dan Akuntansi.*
- Hendrata, Y. K., Purbandari, T., & Mujilan. (2013). Pengaruh Structural Assurance dan Perceived Reputation terhadap Trust Pengguna Internet di Sistem E-commerce. *Jurnal Riset Manajemen dan Akuntansi.*
- Ibrahim, M., & Thawil, S. M. (2019). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen. *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis (JRMB).*
- Ida Ayu, I. M. (2015). Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Restoran Baruna Sanur.
- Imawan, Z. N., & Sucento, B. (2009). Analisa Kepuasan Pelanggan Atas Kualitas Pelayanan Jasa Pada Pemegang kartu Kredit Everyday Bank Mandiri Di Jakarta. *Journal of Business Strategy and Execution.*
- Istiarni. (2017). Analisis Pengaruh Persepsi Manfaat, Kemudahan Penggunaan dan Kredibilitas Minat Penggunaan Berulang Internet Banking dengan Sikap Sebagai Variabel Intervening (Studi Empiris: Nasabah Layanan

- INternet Bangking. *Diponogoro Journal of Accounting*, 1-13.
- Khoiri, M. I. (2014). Pengaruh Kepuasan, Kepercayaan merek, Kualitas Layanan terhadap Loyalitas Pelanggan Carrefour di Surabaya. (*Doctoral dissertation, STIE PERBANAS SURABAYA*).
- Margono. (2004). *Metodologi Penelitian Pendidikan*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Masitoh, M. R., & Wibowo, H. A. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kepuasan Pelanggan, dan Kepercayaan Merek Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Pengguna Aplikasi Mobile Shopee. *Jurnal Sains Manajemen*, 5(1), 101-119.
- Moleong, L. J. (1991). *Metode Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Kencana Prenada Media Grup.
- Mowen, J. C., & Minor, M. (2002). *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Erlangga.
- MT, M. A., & Sukresna, I. M. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Persepsi Nilai, dan Persepsi Kegunaan, Terhadap Minat Berkelanjutan Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Pengguna Dompot Digital (e-Wallet) OVO di Kota Semarang. *Diponegoro Journal of Management*.
- Nazir, M. (2015). *Metode Penelitian*. Bogor: Penerbit Galia Indonesia.
- Nurlifa, A., Kusumadewi, S., & Kariyam. (2014). Analisis Pengaruh User Interface Terhadap Kemudahan Penggunaan Sistem Pendukung Keputusan Seorang Dokter. *Prosding Snatif*, 333-340.
- 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 Universitas Riau. *Jurnal Tepak Manajemen Bisnis*.
- Purwitasari, R., & Budiarti, E. (2019). Pengaruh Persepsi Kemudahan, Nilai Pelanggan, Dan Promosi Penjualan Terhadap Loyalitas Pelanggan. *Jurnal Ekonomi Manajemen (JEM17)*.
- Qomariyah, N. (2016). *Marketing Adactive Strategy*. Jember: Cahaya Ilmu.
- Reinarny, P. (2019). Pengaruh Kualitas Layanan, Kemudahan Penggunaan Aplikasi, Dan Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan Pengguna Jasa Transportasi GO-JEK (Studi Kasus pada Pengguna Layanan GO-Ride dan Go-Car di Kota Malang). (*Doctoral dissetation, University of Muhammadiyah Malang*).
- Rijali, A. (2018). Analisis Data Kualitatif.
- Rusiadi, d. (2013). *Metode Penelitian, Manajemen Akuntansi dan Ekonomi Pembangunan, Konsep, Kasus dan Aplikasi SPSS, Eviews, Amoss, Lisrel*. Medan: USU Press.
- Safitri. (2019).
- Safitri, N., Lasiyono, U., & Aripabowo, T. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga Dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Kepuasan Pelanggan Dalam Menggunakan Jasa Gojek Di Wilayah Terminal Purabaya Bungurasih. *Journal of Sustainability Bussiness Research (JSBR)*.
- Samosir, Z. Z. (2005). Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasam Mahasiswa menggunakan Perpustakaan USU. *Jurnal Studi Perpustakaan dan Informasi*.

- Saputri, F. S., & Rahardjo, S. T. (2020). Analisis Pengaruh Lingkungan Toko, Variasi Produk, Promosi Penjualan, dan Layanan Tenaga Penjualan Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Pada Alfamart H825 Semarang, Jawa Tengah). *Diponegoro Journal of Management*.
- Septiani, I. T., & Widayatsari, A. (2020). Pengaruh Kepercayaan Dan Kemudahan Terhadap Keputusan Pembelian Dan Kepuasan Konsumen Produk Fashion Shopee Paris Di Kota Pekanbaru. *Jurnal Tepak Manajemen Bisnis*.
- Setiawan , A., Qomariah, N., & Hermawan, H. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen. *Jurnal Sains Manajemen dan Bisnis Indonesia*.
- Shankar, A., Graham, C. H., Canepa, J. R., Wethington, S. M., & Powers, D. R. (2019). Hummingbirds budget energy flexibly in response to changing resources. *Functional Ecology*.
- Sugiyono. (2006). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2008). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2014).
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sulistiowati, Y. (2021). Analysis Of The Effect Of Ease Of Use, Promotion And

- Security On Consumer Repurchase Intention Digital Saving Through Customer Satisfaction. *Interbational Journal of Innovative Science and Research Technology (IJISRT)*.
- Sundawa, R. S., Kisworo, Y., & Wulandari, L. (2022). Identifikasi Kepuasan Pengguna Bus Jakarta Airport Connexion Ditinjau Dari Segi Kualitas Pelayanan Dan Harga (Studi Kasus Di Perum Pengangkutan Penumpang Djakarta). *Jurnal Ilmiah M-Progress, 12(2)*.
- Sunyoto, D. (2013). *Metodologi Penelitian Akuntansi*. Bandung: PT Refika Aditama Anggota Ikapi.
- Tjiptono, F. (2002). *Manajemen Jasa*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Tjiptono, F. (2009). *Strategi Pemasaran Jasa*. Yogyakarta: CV Abadi.
- Tjiptono, F. (2011). *Manajemen dan Strategi Merek*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Tjiptono, F. (2012). *Strategi Pemasaran,.* Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Verawati, I., & Idris, I. (2019). Pengaruh Kualitas Layanan, Kemudahan Penggunaan, Kenyamanan Layanan, Dan Keamanan Terhadap Kepuasan Pelanggan ( Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro Yang Menggunakan Flazz BCA). *9Doctoral dissertation, UNDIP:Fakultas Ekonomika dan Bisnis*).
- Wahyu, I. R. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Kepercayaan dan Promosi Terhadap Minat Beli Mahasiswa Pada Belanja Onlien Shopee. *Seminar Nasional Manajemen,Ekonomi dan Akutansi.Kediri*.
- Widiyanti, W. (2020). Pengaruh Kemanfaatan, Kemudahan Penggunaan dan Promosi terhadap Keputusan Penggunaan E-Wallet OVO di Depok. *Jurnal*

*Akutansi dan Keuangan (Moneter).*

Wong, J. (2010). *Internet Marketing for Beginners*. Jakarta: Elex Media Komputindo.

Yaqin, A., & Ilfitriah, A. M. (2015). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Nasabah Bank Penggunaan E-Banking Di Surabaya. *Journal of Business and Banking*.

Yudha, S. P., Arifin, R., & Hufron, M. (2019). Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Kualitas Pelayanan, Harga Dan Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan Grabfood . *Jurnal Ilmiah Riset Manajemen*.

Zakaria. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya*.

Zakaria, D. G. (2017). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*.

Zulian, Y. (2010). *Manajemen Kualitas Produk & Jasa*. Yogyakarta: EKONISIA.

## LAMPIRAN-LAMPIRAN

### Data Penelitian

NO	JENIS KELAMIN	PENDIDIKAN	DOMISILI	PENGGUNA OVO
1	Perempuan	Sarjana S1	Surakarta	YA
2	Perempuan	Sarjana S1	Surakarta	YA
3	Perempuan	Diploma III	Surakarta	YA
4	Perempuan	Sarjana S1	Surakarta	YA
5	Perempuan	Sarjana S1	Wonogiri	YA
6	Perempuan	SLTA/SMA	Wonogiri	YA
7	Perempuan	Diploma III	Surakarta	YA
8	Laki-Laki	Sarjana S1	Surakarta	YA
9	Perempuan	SLTA/SMA	Surakarta	YA
10	Perempuan	SLTA/SMA	Boyolali	YA
11	Perempuan	Sarjana S1	Wonogiri	YA
12	Perempuan	Sarjana S1	Surakarta	YA
13	Perempuan	SLTA/SMA	Sukoharjo	YA
14	Laki-Laki	Sarjana S1	Klaten	YA
15	Perempuan	Sarjana S1	Sukoharjo	YA
16	Perempuan	Sarjana S1	Sukoharjo	YA
17	Perempuan	Sarjana S1	Surakarta	YA
18	Perempuan	SLTA/SMA	Boyolali	YA
19	Laki-Laki	Sarjana S1	Wonogiri	YA
20	Perempuan	Sarjana S1	Wonogiri	YA
21	Perempuan	Sarjana S1	Klaten	YA
22	Laki-Laki	Diploma III	Boyolali	YA
23	Perempuan	Sarjana S1	Karanganyar	YA
24	Laki-Laki	Sarjana S1	Sragen	YA
25	Perempuan	Sarjana S1	Klaten	YA
26	Laki-Laki	Sarjana S1	Sukoharjo	YA
27	Perempuan	Sarjana S1	Karanganyar	YA
28	Perempuan	Sarjana S1	Wonogiri	YA
29	Perempuan	SLTA/SMA	Surakarta	YA
30	Perempuan	Sarjana S1	Surakarta	YA
31	Perempuan	SLTA/SMA	Sragen	YA
32	Perempuan	Sarjana S1	Sukoharjo	YA

<b>NO</b>	<b>JENIS KELAMIN</b>	<b>PENDIDIKAN</b>	<b>DOMISILI</b>	<b>PENGGUNA OVO</b>
33	Laki-Laki	Sarjana S1	Surakarta	YA
34	Perempuan	Diploma III	Sragen	YA
35	Perempuan	SLTA/SMA	Boyolali	YA
36	Laki-Laki	Sarjana S1	Sragen	YA
37	Perempuan	Sarjana S1	Surakarta	YA
38	Perempuan	Sarjana S1	Surakarta	YA
39	Laki-Laki	SLTA/SMA	Surakarta	YA
40	Perempuan	SLTA/SMA	Klaten	YA
41	Perempuan	Sarjana S1	Surakarta	YA
42	Perempuan	SLTA/SMA	Surakarta	YA
43	Perempuan	SLTA/SMA	Surakarta	YA
44	Perempuan	Sarjana S1	Sukoharjo	YA
45	Perempuan	Sarjana S1	Wonogiri	YA
46	Perempuan	Sarjana S1	Klaten	YA
47	Perempuan	Sarjana S1	Wonogiri	YA
48	Perempuan	Sarjana S1	Karanganyar	YA
49	Perempuan	Sarjana S1	Surakarta	YA
50	Perempuan	Sarjana S1	Sragen	YA
51	Perempuan	SLTA/SMA	Karanganyar	YA
52	Perempuan	SLTA/SMA	Sragen	YA
53	Perempuan	SLTA/SMA	Karanganyar	YA
54	Laki-Laki	SLTA/SMA	Sukoharjo	YA
55	Perempuan	Sarjana S1	Surakarta	YA
56	Perempuan	Diploma III	Klaten	YA
57	Laki-Laki	SLTA/SMA	Sukoharjo	YA
58	Laki-Laki	Sarjana S1	Sukoharjo	YA
59	Laki-Laki	Diploma III	Sragen	YA
60	Perempuan	SLTA/SMA	Sragen	YA
61	Laki-Laki	Sarjana S1	Boyolali	YA
62	Perempuan	Sarjana S1	Klaten	YA
63	Laki-Laki	Diploma III	Sragen	YA
64	Perempuan	Sarjana S1	Sragen	YA
65	Laki-Laki	Diploma III	Klaten	YA
66	Laki-Laki	Sarjana S1	Klaten	YA
67	Laki-Laki	Sarjana S1	Wonogiri	YA
68	Perempuan	SLTA/SMA	Boyolali	YA
69	Perempuan	Sarjana S1	Karanganyar	YA
70	Laki-Laki	SLTA/SMA	Wonogiri	YA
71	Perempuan	Sarjana S1	Sukoharjo	YA
72	Perempuan	Diploma III	Sragen	YA

<b>NO</b>	<b>JENIS KELAMIN</b>	<b>PENDIDIKAN</b>	<b>DOMISILI</b>	<b>PENGGUNA OVO</b>
73	Perempuan	Diploma III	Sragen	YA
74	Perempuan	Sarjana S1	Boyolali	YA
75	Perempuan	SLTA/SMA	Boyolali	YA
76	Laki-Laki	Sarjana S1	Karanganyar	YA
77	Laki-Laki	Diploma III	Klaten	YA
78	Laki-Laki	SLTA/SMA	Wonogiri	YA
79	Perempuan	Diploma III	Karanganyar	YA
80	Perempuan	Sarjana S1	Surakarta	YA
81	Perempuan	SLTA/SMA	Karanganyar	YA
82	Perempuan	SLTA/SMA	Sragen	YA
83	Perempuan	Sarjana S1	Surakarta	YA
84	Perempuan	Sarjana S1	Surakarta	YA
85	Perempuan	Sarjana S1	Klaten	YA
86	Perempuan	Sarjana S1	Boyolali	YA
87	Perempuan	Sarjana S1	Boyolali	YA
88	Perempuan	Sarjana S1	Surakarta	YA
89	Laki-Laki	SLTA/SMA	Boyolali	YA
90	Perempuan	Sarjana S1	Klaten	YA
91	Laki-Laki	Sarjana S1	Sragen	YA
92	Perempuan	Sarjana S1	Surakarta	YA
93	Perempuan	Sarjana S1	Sukoharjo	YA
94	Perempuan	Diploma III	Surakarta	YA
95	Laki-Laki	Sarjana S1	Surakarta	YA
96	Laki-Laki	SLTA/SMA	Sragen	YA
97	Perempuan	Sarjana S1	Karanganyar	YA
98	Perempuan	Diploma III	Surakarta	YA
99	Laki-Laki	Sarjana S1	Boyolali	YA
100	Laki-Laki	Sarjana S1	Boyolali	YA

### Data variable X1

<b>NO</b>	<b>Kemudahan Pengguna (X1)</b>							<b>TOTAL X1</b>
	<b>X1.1</b>	<b>X1.2</b>	<b>X1.3</b>	<b>X1.4</b>	<b>X1.5</b>	<b>X1.6</b>	<b>X1.7</b>	
1	4	4	4	4	4	4	4	28
2	4	4	4	5	5	5	5	32
3	5	5	4	4	4	4	3	29
4	4	4	4	4	3	4	4	27
5	4	4	4	4	4	4	4	28
6	4	4	3	4	4	4	4	27

NO	Kemudahan Pengguna (X1)							TOTAL X1
	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	
7	5	5	5	5	5	5	5	35
8	4	3	4	4	4	5	5	29
9	4	4	3	4	4	4	4	27
10	4	4	4	4	4	4	3	27
11	4	3	5	4	4	1	2	23
12	5	4	5	4	4	4	5	31
13	4	4	4	4	4	4	4	28
14	4	4	5	5	3	5	4	30
15	5	5	5	5	5	5	5	35
16	5	4	5	4	4	5	4	31
17	4	4	4	4	4	4	4	28
18	1	1	1	1	2	4	4	14
19	5	4	3	5	5	4	4	30
20	4	4	4	4	4	4	4	28
21	4	4	4	5	5	5	5	32
22	3	4	3	4	4	4	4	26
23	4	4	4	4	3	3	3	25
24	4	4	4	4	4	3	3	26
25	3	3	4	5	4	5	3	27
26	4	4	3	4	2	4	4	25
27	4	4	4	4	4	4	4	28
28	5	5	5	5	5	5	5	35
29	4	4	4	5	4	4	4	29
30	5	5	5	5	4	5	5	34
31	4	3	3	4	3	3	3	23
32	4	5	5	5	4	4	4	31
33	4	4	5	5	5	4	4	31
34	4	4	4	4	4	4	4	28
35	4	4	4	4	4	4	4	28
36	4	4	4	4	4	4	4	28
37	5	5	5	5	5	5	5	35
38	5	5	5	5	5	5	5	35
39	5	5	5	5	5	5	5	35
40	4	4	4	5	4	4	4	29
41	4	4	3	4	5	5	4	29
42	3	2	3	5	3	3	4	23
43	3	4	4	4	4	4	4	27
44	1	1	1	1	1	1	1	7
45	5	5	5	5	5	5	5	35

NO	Kemudahan Pengguna (X1)							TOTAL X1
	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	
46	5	5	5	5	5	5	5	35
47	4	4	4	4	4	4	4	28
48	4	4	3	5	4	4	4	28
49	5	4	3	5	3	4	4	28
50	4	4	5	4	3	3	3	26
51	4	4	3	4	3	3	4	25
52	5	5	5	5	5	5	5	35
53	3	3	3	3	3	3	3	21
54	5	5	5	5	5	5	5	35
55	5	5	5	5	4	5	5	34
56	5	5	5	5	5	5	5	35
57	4	4	4	4	3	4	4	27
58	4	4	4	4	4	3	4	27
59	5	5	3	5	5	3	3	29
60	4	4	5	5	3	4	4	29
61	5	5	5	5	5	5	5	35
62	1	4	4	4	4	4	4	25
63	4	4	4	4	4	4	4	28
64	4	4	4	4	4	4	4	28
65	4	3	3	4	4	5	5	28
66	4	4	4	4	4	4	4	28
67	4	4	4	4	4	4	5	29
68	4	4	4	5	3	4	5	29
69	4	4	4	4	4	4	4	28
70	4	4	4	4	4	4	4	28
71	5	5	5	5	5	5	5	35
72	4	4	4	4	4	4	4	28
73	4	4	4	4	4	4	4	28
74	4	4	4	4	4	4	4	28
75	4	4	4	4	4	4	4	28
76	4	4	4	4	4	4	4	28
77	4	4	4	4	4	4	3	27
78	4	4	4	4	4	4	4	28
79	4	4	4	4	4	4	4	28
80	5	5	5	5	5	5	5	35
81	5	5	5	5	4	4	4	32
82	4	4	3	4	3	5	4	27
83	4	4	3	4	4	3	3	25
84	4	4	4	5	5	3	3	28

NO	Kemudahan Pengguna (X1)							TOTAL X1
	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	
85	4	4	4	5	5	4	4	30
86	3	3	3	3	4	4	4	24
87	4	4	3	4	4	3	3	25
88	4	3	5	5	5	5	5	32
89	5	5	5	5	5	5	5	35
90	4	4	4	5	5	4	4	30
91	5	5	5	5	4	4	3	31
92	3	5	5	5	5	5	5	33
93	4	4	5	5	3	4	4	29
94	5	4	5	5	5	4	5	33
95	4	4	4	5	5	5	5	32
96	4	4	4	3	5	4	4	28
97	4	4	4	4	4	4	4	28
98	4	4	4	4	4	4	4	28
99	4	4	3	3	3	4	2	23
100	4	3	4	3	4	3	4	25

### Data Variabel X2

NO	Kualitas Layanan (X2)							TOTAL X2
	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	X2.7	
1	4	4	4	4	4	4	4	28
2	5	4	5	5	5	4	5	33
3	5	5	4	4	5	4	4	31
4	4	4	4	4	4	4	4	28
5	4	4	4	4	4	4	4	28
6	3	4	4	4	3	3	4	25
7	5	5	5	5	5	5	5	35
8	5	5	4	4	4	5	5	32
9	4	4	3	3	2	4	3	23
10	4	4	3	3	4	4	3	25
11	4	4	3	3	4	2	3	23
12	4	5	4	4	4	4	4	29
13	4	4	4	4	4	4	4	28
14	5	5	4	3	5	5	5	32
15	5	5	5	5	5	3	5	33
16	5	4	4	5	4	5	5	32

NO	Kualitas Layanan (X2)							TOTAL X2
	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	X2.7	
17	4	4	4	4	4	4	4	28
18	2	1	3	2	2	2	2	14
19	4	4	5	5	5	5	5	33
20	4	4	5	4	4	4	4	29
21	3	4	5	5	5	5	5	32
22	4	4	4	4	5	4	5	30
23	4	4	4	3	3	3	4	25
24	3	4	4	4	4	4	4	27
25	2	3	3	3	3	4	3	21
26	4	4	3	4	4	4	2	25
27	4	3	3	4	3	4	4	25
28	5	5	5	5	5	5	5	35
29	4	4	4	3	3	3	4	25
30	5	5	5	5	4	4	4	32
31	4	3	4	3	3	3	3	23
32	5	5	4	4	5	4	4	31
33	4	4	4	4	4	5	4	29
34	4	4	4	4	4	4	4	28
35	5	5	5	5	5	5	5	35
36	5	5	5	5	5	5	5	35
37	5	5	5	5	5	5	5	35
38	5	5	3	4	5	5	4	31
39	5	5	5	5	5	5	5	35
40	5	4	4	3	5	3	4	28
41	4	3	3	4	5	4	4	27
42	3	4	5	3	3	3	3	24
43	4	4	4	4	4	4	4	28
44	1	1	2	2	1	1	1	9
45	5	5	5	5	5	5	5	35
46	5	5	5	5	5	5	5	35
47	4	4	4	4	4	4	4	28
48	4	5	4	4	4	3	4	28
49	5	5	4	3	4	4	4	29
50	4	3	3	3	4	3	3	23
51	4	4	3	4	4	4	4	27
52	5	5	5	5	5	5	5	35
53	3	3	3	3	3	3	3	21
54	5	5	5	5	5	5	5	35
55	4	4	3	3	4	3	4	25

NO	Kualitas Layanan (X2)							TOTAL X2
	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	X2.7	
56	5	5	5	5	5	5	5	35
57	4	4	3	4	4	4	3	26
58	4	4	4	4	3	4	3	26
59	4	3	3	5	5	5	5	30
60	4	3	4	3	4	3	4	25
61	5	5	5	4	5	5	5	34
62	4	4	4	4	4	4	4	28
63	3	3	3	3	3	3	4	22
64	4	4	4	4	4	4	4	28
65	4	4	4	4	3	3	3	25
66	5	5	4	3	3	5	4	29
67	5	4	3	4	4	4	4	28
68	4	4	4	5	5	4	3	29
69	5	4	5	5	4	4	4	31
70	4	4	4	4	4	4	4	28
71	5	5	5	5	5	5	5	35
72	4	4	4	4	4	3	4	27
73	4	3	4	4	4	4	4	27
74	4	4	4	4	4	4	4	28
75	4	4	4	4	4	4	4	28
76	3	3	3	4	3	3	4	23
77	4	3	4	4	4	4	4	27
78	4	4	4	4	4	4	4	28
79	4	4	5	5	5	5	5	33
80	5	5	5	5	5	5	5	35
81	4	4	4	4	4	4	4	28
82	4	4	5	5	3	3	4	28
83	3	3	4	3	3	3	3	22
84	5	5	3	3	5	5	3	29
85	4	4	4	4	4	4	4	28
86	4	4	4	3	3	3	3	24
87	4	4	3	4	4	4	4	27
88	4	4	5	4	4	4	4	29
89	5	5	5	5	5	5	5	35
90	3	4	3	4	4	4	4	26
91	5	5	5	5	5	4	4	33
92	5	3	3	3	4	4	3	25
93	4	4	4	4	4	4	4	28
94	5	5	5	5	5	5	5	35

NO	Kualitas Layanan (X2)							TOTAL X2
	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	X2.7	
95	4	4	3	2	3	4	4	24
96	5	5	4	3	3	4	3	27
97	4	4	4	4	4	4	5	29
98	4	4	4	3	3	3	3	24
99	4	3	4	4	4	4	4	27
100	4	4	5	3	3	4	3	26

### Data variable Y

NO	Kepuasan Penggunaan (Y)					TOTAL Y
	Y1.1	Y1.2	Y1.3	Y1.4	Y1.5	
1	4	4	4	4	4	20
2	4	4	4	5	4	21
3	3	3	3	4	5	18
4	4	4	4	4	4	20
5	4	4	4	4	4	20
6	3	3	3	3	5	17
7	5	5	5	5	5	25
8	4	5	4	4	4	21
9	2	2	2	4	2	12
10	3	3	3	4	3	16
11	4	4	4	2	5	19
12	3	4	4	5	3	19
13	4	4	4	4	4	20
14	3	5	4	4	3	19
15	3	4	4	3	5	19
16	5	5	4	4	4	22
17	4	4	4	4	4	20
18	3	3	2	2	3	13
19	4	4	3	3	4	18
20	3	3	3	3	3	15
21	3	5	5	4	4	21
22	4	4	4	4	4	20
23	3	4	4	4	3	18
24	3	3	2	3	4	15
25	2	3	4	3	3	15
26	2	2	3	3	3	13

NO	Kepuasan Penggunaan (Y)					TOTAL Y
	Y1.1	Y1.2	Y1.3	Y1.4	Y1.5	
27	4	4	4	4	4	20
28	5	5	5	5	5	25
29	4	4	4	4	4	20
30	4	4	5	5	5	23
31	2	3	3	4	3	15
32	3	3	4	3	4	17
33	2	2	3	3	3	13
34	4	4	5	4	4	21
35	4	3	3	3	3	16
36	5	5	5	5	4	24
37	5	5	5	5	5	25
38	4	4	4	4	4	20
39	5	5	5	5	5	25
40	3	4	4	4	3	18
41	4	4	4	4	4	20
42	3	3	3	3	3	15
43	4	4	4	4	4	20
44	3	1	1	3	3	11
45	5	5	5	5	5	25
46	5	5	5	5	5	25
47	4	4	4	4	4	20
48	3	3	4	4	4	18
49	3	3	3	3	4	16
50	3	3	3	3	4	16
51	3	3	3	4	4	17
52	4	4	4	4	4	20
53	3	3	3	3	3	15
54	4	4	4	5	5	22
55	4	4	4	3	4	19
56	5	5	5	5	5	25
57	2	4	4	3	4	17
58	3	4	3	4	3	17
59	5	4	4	4	3	20
60	2	4	3	3	5	17
61	4	3	5	5	5	22
62	3	4	4	4	4	19
63	4	4	4	4	4	20
64	4	4	4	4	4	20
65	3	5	4	4	4	20

NO	Kepuasan Penggunaan (Y)					TOTAL Y
	Y1.1	Y1.2	Y1.3	Y1.4	Y1.5	
66	3	4	5	5	4	21
67	4	5	4	4	4	21
68	3	4	4	4	4	19
69	5	4	4	4	5	22
70	4	4	4	4	4	20
71	5	5	5	5	5	25
72	4	4	4	4	4	20
73	4	4	4	4	4	20
74	4	4	4	4	4	20
75	4	4	4	4	4	20
76	4	4	4	4	4	20
77	4	4	4	4	4	20
78	4	4	4	4	4	20
79	5	5	5	5	5	25
80	5	5	4	5	5	24
81	4	3	3	3	3	16
82	3	3	3	3	3	15
83	3	2	3	3	3	14
84	2	3	3	3	2	13
85	3	4	4	4	4	19
86	3	3	3	3	3	15
87	4	3	4	4	4	19
88	3	3	5	3	4	18
89	5	5	5	5	5	25
90	3	3	3	3	3	15
91	4	3	3	3	4	17
92	3	2	3	4	3	15
93	4	4	4	4	4	20
94	5	4	4	5	5	23
95	2	2	3	3	4	14
96	3	3	3	4	4	17
97	4	4	4	4	4	20
98	4	4	4	4	4	20
99	4	4	3	4	3	18
100	3	4	4	4	4	19

## HASIL OUTPUT SPSS

Berdasarkan jenis kelamin

### Gender

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Laki-Laki	28	28.0	28.0	28.0
	Perempuan	72	72.0	72.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Berdasarkan Pendidikan

### Pendidikan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	SLTA/SM A	26	26.0	26.0	26.0
	D III	14	14.0	14.0	40.0
	SARJAN A	60	60.0	60.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Berdasarkan Domisili

### Domisili

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Surakarta	28	28.0	28.0	28.0
	Sukoharjo	11	11.0	11.0	39.0
	Boyolali	13	13.0	13.0	52.0
	Wonogiri	10	10.0	10.0	62.0
	Klaten	13	13.0	13.0	75.0

Sragen	15	15.0	15.0	90.0
Karanganyar	10	10.0	10.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

### Uji Validitas Data

#### Uji Validitas X1 Correlations

		X1_1	X1_2	X1_3	X1_4	X1_5	X1_6	X1_7	Kemudahan Pengguna
X1_1	Pearson Correlation	1	.848*	.740*	.683*	.567*	.180	.275	.832**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.001	.341	.141	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30
X1_2	Pearson Correlation	.848*	1	.621*	.713*	.528*	.279	.297	.828**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.003	.135	.111	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30
X1_3	Pearson Correlation	.740*	.621*	1	.665*	.466*	.142	.155	.742**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.009	.453	.413	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30
X1_4	Pearson Correlation	.683*	.713*	.665*	1	.654*	.365*	.278	.843**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.047	.137	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30
X1_5	Pearson Correlation	.567*	.528*	.466*	.654*	1	.279	.356	.740**

	Sig. (2-tailed)	.001	.003	.009	.000		.135	.054	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30
X1_6	Pearson Correlation	.180	.279	.142	.365*	.279	1	.748*	.580**
	Sig. (2-tailed)	.341	.135	.453	.047	.135		.000	.001
	N	30	30	30	30	30	30	30	30
X1_7	Pearson Correlation	.275	.297	.155	.278	.356	.748*	1	.598**
	Sig. (2-tailed)	.141	.111	.413	.137	.054	.000		.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30
Kemudahan Pengguna	Pearson Correlation	.832*	.828*	.742*	.843*	.740*	.580*	.598*	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.001	.000	
	N	30	30	30	30	30	30	30	30

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

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

### Uji validitas X2

#### Correlations

		X2_1	X2_2	X2_3	X2_4	X2_5	X2_6	X2_7	Kualitas Layanan
X2_1	Pearson Correlation	1	.768*	.460*	.519*	.574*	.416*	.569*	.764**
	Sig. (2-tailed)		.000	.011	.003	.001	.022	.001	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30

X2_2	Pearson Correlation	.768*	1	.532*	.536*	.641*	.483*	.584*	.804**
	Sig. (2-tailed)	.000		.002	.002	.000	.007	.001	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30
X2_3	Pearson Correlation	.460*	.532*	1	.774*	.661*	.417*	.770*	.810**
	Sig. (2-tailed)	.011	.002		.000	.000	.022	.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30
X2_4	Pearson Correlation	.519*	.536*	.774*	1	.685*	.578*	.691*	.843**
	Sig. (2-tailed)	.003	.002	.000		.000	.001	.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30
X2_5	Pearson Correlation	.574*	.641*	.661*	.685*	1	.539*	.684*	.850**
	Sig. (2-tailed)	.001	.000	.000	.000		.002	.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30
X2_6	Pearson Correlation	.416*	.483*	.417*	.578*	.539*	1	.593*	.714**
	Sig. (2-tailed)	.022	.007	.022	.001	.002		.001	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30
X2_7	Pearson Correlation	.569*	.584*	.770*	.691*	.684*	.593*	1	.866**
	Sig. (2-tailed)	.001	.001	.000	.000	.000	.001		.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30
Kualitas Layanan	Pearson Correlation	.764*	.804*	.810*	.843*	.850*	.714*	.866*	1

n	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
N		30	30	30	30	30	30	30	30

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

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

### Uji validitas Y

#### Correlations

		Y1_1	Y1_2	Y1_3	Y1_4	Y1_5	Kepuasan Pengguna
Y1_1	Pearson Correlation	1	.740**	.573**	.429*	.608**	.852**
	Sig. (2-tailed)		.000	.001	.018	.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30
Y1_2	Pearson Correlation	.740**	1	.783**	.462*	.438*	.873**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.010	.016	.000
	N	30	30	30	30	30	30
Y1_3	Pearson Correlation	.573**	.783**	1	.590**	.477**	.872**
	Sig. (2-tailed)	.001	.000		.001	.008	.000
	N	30	30	30	30	30	30
Y1_4	Pearson Correlation	.429*	.462*	.590**	1	.128	.662**
	Sig. (2-tailed)	.018	.010	.001		.500	.000
	N	30	30	30	30	30	30
Y1_5	Pearson Correlation	.608**	.438*	.477**	.128	1	.672**
	Sig. (2-tailed)	.000	.016	.008	.500		.000
	N	30	30	30	30	30	30
Kepuasan Pengguna	Pearson Correlation	.852**	.873**	.872**	.662**	.672**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	30	30	30	30	30	30

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

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

### Uji reliabilitas X1

#### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.859	7

### Uji reliabilitas X2

#### Reliability Statistics

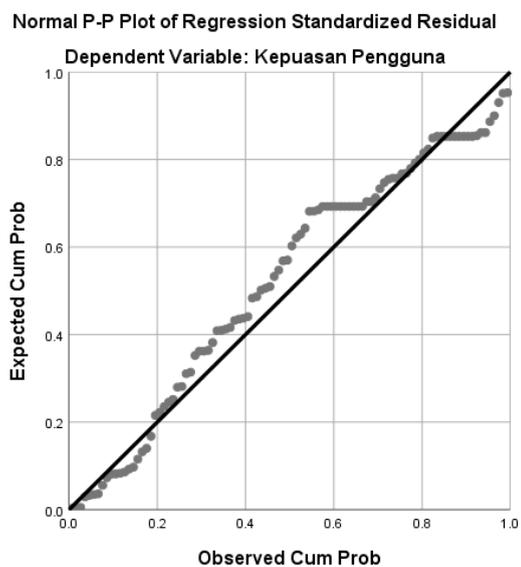
Cronbach's Alpha	N of Items
.859	7

### Uji realibilitas Y

#### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.847	5

### Uji Normalitas



### One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.32522500
	Most Extreme Differences	
	Absolute	.042
	Positive	.096
	Negative	.042
Test Statistic		.042
Asymp. Sig. (2-tailed)		.168 <sup>c</sup>

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

### Uji Multikolinearitas

#### Coefficients<sup>a</sup>

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	Kemudahan Penggunaan	.334	2.996
	Kualitas Layanan	.334	2.996

a. Dependent Variable: Kepuasan Pengguna

### Uji Heteroskedastisitas

#### Coefficients<sup>a</sup>

Model	Unstandardized Coefficients	Standardized Coefficients	T	Sig.
-------	-----------------------------	---------------------------	---	------

		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.176	.944		1.246	.216
	Kemudahan Penggunaan	.025	.055	.080	.458	.648
	Kualitas Layanan	-.001	.052	-.002	-.014	.989

a. Dependent Variable: ABRESID

### Uji Regresi Linear Berganda

		Coefficients <sup>a</sup>				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
Model		B	Std. Error	Beta	T	Sig.
1	(Constant)	3.940	1.626		2.443	.019
	Kemudahan Penggunaan	.259	.095	.096	2.579	.003
	Kualitas Layanan	.457	.090	.630	4.091	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan Pengguna

### Uji F

		ANOVA <sup>a</sup>				
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	545.649	2	272.825	49.441	.000 <sup>b</sup>
	Residual	535.261	97	5.518		
	Total	1080.910	99			

a. Dependent Variable: Kepuasan Pengguna

b. Predictors: (Constant), Kualitas Layanan, Kemudahan Pengguna

### Uji T

		Coefficients <sup>a</sup>				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
Model		B	Std. Error	Beta	T	Sig.
1	(Constant)	3.940	1.626		2.443	.019

Kemudahan Penggunaan	.259	.095	.096	2.579	.003
Kualitas Layanan	.457	.090	.630	4.091	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan Pengguna

### Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Model Summary <sup>b</sup>				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.710 <sup>a</sup>	.515	.465	2.349

a. Predictors: (Constant), Kualitas Layanan, Kemudahan Pengguna

b. Dependent Variable: Kepuasan Pengguna

**Lampiran 1.****Kuesioner Penelitian****PENGARUH KEMUDAHAN PENGGUNAAN DAN KUALITAS  
LAYANAN TERHADAP KEPUASAN PENGGUNA DOMPET DIGITAL  
OVO****( Studi Kasus Masyarakat Solo Raya)**

Catatan : Kriteria responden untuk mengisi kuisisioner ini adalah masyarakat solo raya yang pernah menggunakan dompet digital OVO.

**1. Identitas Responden**

A. Nama :

B. Alamat :

C. Pendidikan :

D. Pernah menggunakan Dompot Digital OVO

 Ya  Tidak

E. Domisili :

✓ Surakarta

✓ Sukoharjo

✓ Boyolali

✓ Karanganyar

✓ Wonogiri

✓ Sragen

✓ Klaten

## 2. PETUNJUK PENGISIAN

- A. Bacalah pertanyaan terlebih dahulu dengan cermat dan seksama.
- B. Jawablah pertanyaan dengan jujur dan sebenar-benarnya.
- C. Berikan tanda silang (X) pada kolom yang telah disediakan untuk menjawab pertanyaan yang sesuai dengan pilihan anda
- D. Jawaban :
  - Sangat Tidak setuju : (STS)
  - Tidak Setuju : (TS)
  - Netral : (N)
  - Setuju : (S)
  - Sangat Setuju : (SS)
- E. Jawaban dari pertanyaan anda tidak ada yang salah. Kerahasiaan dari jawaban dijamin sepenuhnya

No	Kemudahan Pengguna		STS	TS	N	S	SS
	Indikator	Pernyataan					
1.	Mudah Digunakan	Saya bertransaksi menggunakan OVO karena cara penggunaannya yang tidak sulit untuk dipelajari					
2.	Mudah Digunakan	Dengan adanya OVO lebih mudah dalam mengontrol atau melihat saldo dan transaksi saya					
3.	Berinteraksi Fleksibel	Saya menggunakan OVO karena penggunaannya tidak terikat oleh waktu					
4.	Mudah Digunakan	Saya bertransaksi menggunakan OVO karena OVO mudah dibawa saat bepergian					
5.	Mudah Digunakan	Saya bertransaksi menggunakan OVO karena dalam pengisian saldo (top up) dapat dengan mudah dilakukan dimana saja					
6.	Mudah Digunakan	Saya tidak merasa kesulitan dalam menggunakan aplikasi OVO					
7.	Mudah Digunakan	Saya mudah untuk memahami cara penggunaan fitur yang tersedia di OVO					
No	Kualitas Layanan		STS	TS	N	S	SS
	Indikator	Pernyataan					
8.	Daya Tanggap	OVO dapat mempermudah saya dalam					

		melakukan proses transaksi pembayaran					
9.	Daya Tanggap	Saya bertransaksi menggunakan OVO karena proses transaksi yang jauh lebih cepat dengan hanya menggunakan scan (QR) dalam proses transaksi pembayaran					
10.	Reability	OVO memberikan cashback berupa point setelah saya melakukan berbagai proses transaksi pembayaran					
11.	Jaminan	Saya merasa aman ketika bertransaksi menggunakan OVO					
12.	Reability	Saya menggunakan OVO karena dapat menghemat waktu saya dalam bertransaksi					
13.	Daya Tanggap	Dengan menggunakan OVO saya dapat mengurangi jumlah antrian pada saat melakukan transaksi pembayaran.					
14.	Jaminan	Menurut saya pelayanan yang diberikan OVO sangat baik					
<b>No</b>	<b>Kepuasan Pengguna</b>		<b>STS</b>	<b>TS</b>	<b>N</b>	<b>S</b>	<b>SS</b>
	<b>Indikator</b>	<b>Pernyataan</b>					
15.	Minat Berkunjung	Saya akan menggunakan OVO setiap ingin melakukan transaksi					
16.	Minat Berkunjung	Saya akan menggunakan OVO dalam jangka waktu					

		yang panjang atau hingga masa mendatang					
17.	Kesediaan Merekomendasi	Saya akan merekomendasikan OVO kepada teman saya untuk menggunakannya					
18.	Kesesuaian Harapan	Saya menggunakan OVO karena adanya kesesuaian produk dengan kebutuhan yang saya inginkan					
19.	Kesediaan Merekomendasi	Saya selalu mencari informasi mengenai promo yang diberikan OVO dan informasi yang berkaitan dengan OVO					

18.42   

Selesai REFALDA AYU TURNITI...  

---

REFALDA AYU TURNITIN 8

ORIGINALITY REPORT

<b>26%</b> SIMILARITY INDEX	<b>27%</b> INTERNET SOURCES	<b>16%</b> PUBLICATIONS	<b>16%</b> STUDENT PAPERS
--------------------------------	--------------------------------	----------------------------	------------------------------

PRIMARY SOURCES

<b>1</b>	<b>core.ac.uk</b> Internet Source	<b>3%</b>
<b>2</b>	<b>Submitted to Universitas Putera Batam</b> Student Paper	<b>3%</b>
<b>3</b>	<b>etheses.uin-malang.ac.id</b> Internet Source	<b>2%</b>
<b>4</b>	<b>repository.stei.ac.id</b> Internet Source	<b>2%</b>
<b>5</b>	<b>katalog.ukdw.ac.id</b> Internet Source	<b>1%</b>
<b>6</b>	<b>www.scribd.com</b> Internet Source	<b>1%</b>
<b>7</b>	<b>repo.uinsatu.ac.id</b> Internet Source	<b>1%</b>
<b>8</b>	<b>repository.ub.ac.id</b> Internet Source	<b>1%</b>
<b>9</b>	<b>eprints.iain-surakarta.ac.id</b> Internet Source	<b>1%</b>
<b>10</b>	<b>repository.ar-raniry.ac.id</b> Internet Source	<b>1%</b>
<b>11</b>	<b>Submitted to Trisakti University</b> Student Paper	<b>1%</b>
<b>12</b>	<b>123dok.com</b>	<b>1%</b>

