

**PENGARUH KEPERCAYAAN, PERSEPSI KEMUDAHAN,
DAN NILAI HARGA TERHADAP KEPUTUSAN KONSUMEN
DI KOTA BANJARMASIN MENGGUNAKAN *DIGITAL*
*WALLET OVO***

SKRIPSI

**OLEH
YULIETA AYU MAULIDA
1601150216**



**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI ANTASARI
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
JURUSAN EKONOMI SYARIAH
BANJARMASIN
2020 M/1441 H**

**PENGARUH KEPERCAYAAN, PERSEPSI KEMUDAHAN,
DAN NILAI HARGA TERHADAP KEPUTUSAN KONSUMEN
DI KOTA BANJARMASIN MENGGUNAKAN *DIGITAL
WALLET OVO***

SKRIPSI

**Diajukan kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Untuk Memenuhi Sebagian Syarat
Guna Mencapai Gelar Sarjana
Dalam Ilmu Ekonomi**

OLEH

YULIETA AYU MAULIDA

1601150216

**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI ANTASARI
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
JURUSAN EKONOMI SYARIAH
BANJARMASIN
2020 M/1441 H**

PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Yulieta Ayu Maulida
NIM : 1601150216
Tempat/Tgl. Lahir : Kandangan/ 03 Juli 1998
Jurusan/Prodi : Ekonomi Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa skripsi yang saya tulis ini benar-benar merupakan hasil karya saya sendiri, bukan merupakan pengambil alihan tulisan atau pikiran orang lain yang saya akui sebagai tulisan atau pikiran saya sendiri. Jika di kemudian hari terbukti merupakan duplikat, tiruan, plagiat, atau dibuat oleh orang lain secara keseluruhan atau sebagian besar, maka skripsi dan gelar yang diperolehnya karenanya batal demi hukum.

Banjarmasin, 20 November 2020

Yang membuat pernyataan,

Tangan tangan



Yulieta Ayu Maulida

PERSETUJUAN

Skripsi yang berjudul : Pengaruh Kepercayaan, Persepsi Kemudahan, dan Nilai Harga terhadap Minat Penggunaan Electronic Wallet pada Pengguna OVO Digital Wallet di Kota Banjarmasin

Ditulis Oleh : Yulieta Ayu Maulida

NIM : 1601150216

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Jurusan : Ekonomi Syariah

Program Studi : Strata Satu (S-1)

Tahun Akademik : 2020/2021

Tempat dan Tanggal Lahir : Kandangan, 03 Juli 1998

Alamat : Jl. Manunggal II Gang VIII Banjarmasin Timur

Setelah diteliti dan dilakukan perbaikan seperlunya, kami dapat menyetujui untuk diajukan dan dipertahankan di depan sidang. Tim Penguji Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Antasari Banjarmasin

Banjarmasin, November 2020

Pembimbing I



Dra. Hj.Fithriana Syarqawie, M.H.I
NIP. 19671119 199403 2 001

Mengetahui,

Ketua Jurusan Ekonomi Syariah
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
UIN Antasari Banjarmasin



Rohana Faridah, S.E., M.M.
NIP. 19780427 200901 2 010

Pembimbing II



Erissa Nilasari, S.P., M.P.
NIP. 19840828 200901 2 006

PENGESAHAN

Skripsi yang berjudul “**PENGARUH KEPERCAYAAN, PERSEPSI KEMUDAHAN, DAN NILAI HARGA TERHADAP KEPUTUSAN KONSUMEN DI KOTA BANJARMASIN MENGGUNAKAN *DIGITAL WALLET OVO***”, ditulis oleh Yulietta Ayu Maulida, telah diujikan dalam Sidang Tim Penguji Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Antasari Banjarmasin pada:

Hari : Rabu
Tanggal : 27 November 2020





Dinyatakan LULUS dengan predikat: A



Dekan Fakultas Ekonomi dan
Bisnis Islam
UIN Antasari Banjarmasin

Dr. H. Fathurrahman Azhari, MHI
NIP. 196006091988031003

Tim Penguji

Nama	Tanda Tangan
1. H. Badrian, S.Ag., M.Ag. (Ketua)	1. 
2. Dra. Hj. Fithriana Syarqawie, M.H.I. (Anggota)	2. 
3. Erissa Nilasari, S.P., M.P. (Anggota)	3. 
4. Yusuf Asyabri, S.E., M.E. (Anggota)	4. 

ABSTRAK

Yulieta Ayu Maulida. 2020. *Pengaruh Kepercayaan, Persepsi Kemudahan, dan Nilai Harga Terhadap Keputusan Konsumen di Kota Banjarmasin Menggunakan Digital Wallet OVO.* Skripsi, Program Studi Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. Pembimbing: (I) Dra. Hj. Fithriana Syarqawie, M.H.I. (II) Erisa Nilasari, S.P., M.P.

Kata Kunci: Kepercayaan, Persepsi Kemudahan, Nilai Harga dan Keputusan Konsumen

Penelitian ini dilakukan melihat pesatnya perkembangan teknologi salah satunya adalah *financial technology*. Bisnis *fintech* yang ada di Indonesia didominasi oleh *digital payment* baik berupa *card based*, *chip based*, maupun *server based*. Contoh dari *server based payment* adalah Go-Pay, OVO, DANA, dan lainnya. Menjamurnya bisnis *fintech* ini membuat konsumen memilih menggunakan aplikasi pembayaran digital yang dirasa dapat memberikan keuntungan secara langsung, salah satunya adalah dengan menggunakan layanan OVO *digital wallet* yang dinilai sebagai aplikasi pembayaran digital paling diminati.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kepercayaan, persepsi kemudahan, dan nilai harga terhadap keputusan konsumen di Kota Banjarmasin menggunakan *digital wallet* OVO. Metode yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif. Jumlah sampel yang diteliti sebanyak 100 orang pengguna OVO yang berdomisili di Kota Banjarmasin. Pengumpulan data menggunakan kuesioner. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis linier berganda dengan bantuan software SPSS versi 22.

Berdasarkan hasil penelitian didapatkan data bahwa secara simultan variabel kepercayaan, persepsi kemudahan, dan nilai harga berpengaruh terhadap keputusan konsumen di Kota Banjarmasin menggunakan *digital wallet* OVO dengan $F_{hitung} \text{ sebesar } 74,060 > F_{tabel} \text{ } 2,70$. Sedangkan secara parsial semua variabel berpengaruh terhadap keputusan penggunaan.

MOTTO

“There will be a rainbow after the rain and there will be a
calm after the storm”

PERSEMBAHAN

Sembah sujud serta syukur kepada Allah SWT. Taburan cinta dan kasih sayang-Mu telah memberikan kekuatan, membekaliku dengan ilmu serta memperkenalkan aku dengan cinta. Atas karunia dan kemudahan yang Engkau berikan akhirnya skripsi sederhana ini dapat terselesaikan. Salawat serta salam selalu telimpah keharibaan Rasulullah Muhammad Saw.

Kupersembahkan dengan segenap cinta dan doa karya yang sederhana ini untuk:

Pertama-tama untuk Bapak dan Ibu tercinta serta adik-adikku yang selalu memberikan doa, semangat dan kasih sayang yang tulus dan tiada ternilai besarnya.

Teruntuk Ibu Dra. Hj. Fithriana Syarqawie, M.H.I. selaku dosen pembimbing (I) dan Ibu Erissa Nilasari, S.P., M.P. selaku dosen pembimbing (II) terima kasih banyak karena telah membantu selama ini, sudah di nasehati, sudah diajari, dan mengarahkan saya sampai skripsi ini selesai.

Dan untuk sahabat-sahabatku yang telah memberi dukungan, Lara, Anita, Nadia, Yaya, Nopus, Isti dan yang tak bisa ku sebutkan satu-persatu. Terima kasih sudah bersama selama ini, tumbuh dan berkembang bersama *through thick and thin, thank you so much for all of your support, it means a lot to me*. Semoga kita bisa selalu solid dan sukses.

Terima kasih.

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-INDONESIA

Transliterasi kata Arab ke dalam huruf Latin dalam skripsi ini berpedoman pada Surat Keputusan Bersama Menteri Agama dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia Tanggal 22 Januari 1988 Nomor 157/1987 dan 0593/1987.

1. Konsonan tunggal

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	tidak dilambangkan	tidak dilambangkan
ب	Ba	B	be
ت	ta'	T	te
ث	s\`a'	s\`	es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	je
ح	h}a'	h}	ha (dengan titik di bawah)
خ	kha'	Kh	ka dan ha
د	Dal	D	De
ذ	z\`al	z\`	zet (dengan titik di atas)
ر	ra'	r	Er
ز	Zai	z	Zet
س	Sin	s	Es
ش	Syin	sy	es dan ye
ص	s}ad	s}	es (dengan titik di bawah)
ض	d}ad}	d}	de (dengan titik di bawah)
ط	t}a'	t}	te (dengan titik di bawah)
ظ	z}a'	z}	zet (dengan titik di bawah)
ع	'ain	'	koma terbalik di atas

غ	Gain	g	ge
ف	fa'	f	Ef
ق	Qaf	q	Qi
ك	Kaf	k	Ka
ل	Lam	l	'el
م	Mim	m	'em
ن	Nun	n	'en
و	Waw	w	We
ه	ha'	h	Ha
ء	hamzah	`	Apostrof
ي	ya'	y	Ye

2. Konsonan rangkap karena syaddah ditulis rangkap

متكبر	ditulis	<i>Mutakabbir</i>
القدوس	ditulis	<i>al-qudu>s</i>

3. Ta' marbutah di akhir kata

a. Bila dimatikan ditulis *h*

جامعة	ditulis	<i>ja>mi'ah</i>
مكتبة	ditulis	<i>maktabah</i>

(ketentuan ini tidak diperlukan untuk kata-kata Arab yang sudah terserap dalam bahasa Indonesia, seperti salat, surat, ayat, zakat dan zebagainya, kecuali bila dikehendaki lafal aslinya).

b. Bila diikuti dengan kata sandang 'al' serta bacaan kedua terpisah, maka ditulis dengan *h*

المكتبة الجميلة	ditulis	<i>al-maktabah al-jami>lah</i>
-----------------	---------	-----------------------------------

4. Vokal pendek

◌َ	Fathah	ditulis	a
◌ِ	Kasrah	ditulis	i
◌ُ	Dammah	ditulis	u
شكر	Fathah	ditulis	syakara
قرأ	Kasrah	ditulis	quri'a
ينطق	Dammah	ditulis	yant}iqu

5. Vokal panjang

1	fathah + alif كاملة	ditulis ditulis	<i>a></i> <i>ka>milah</i>
2	fathah + ya mati صلى	ditulis ditulis	<i>a></i> <i>s}alla></i>
3	kasrah + ya mati شديد	ditulis ditulis	<i>i></i> <i>syadi>d</i>
4	dammah + wawu mati صدور	ditulis ditulis	<i>u></i> <i>s}udu>r</i>

6. Vokal rangkap

1	fathah + ya mati رويد	ditulis ditulis	ai <i>ruwaidun</i>
2	fathah + wawu mati وفرعون ذي الأوتاد	ditulis ditulis	au <i>wa fir'auna z\i al-auta>d</i>

7. Vokal pendek yang berurutan dalam satu kata dipisahkan dengan apostrof

أَنْتُمْ أَشَدُّ خَلْقًا	ditulis	<i>a'antum asyaddu khalqan</i>
--------------------------	---------	--------------------------------

8. Kata sandang alif+lam

a. Bila diikuti huruf *Qamariyyah*

القران	ditulis	<i>al-Qur'a>n</i>
الكتاب	ditulis	<i>al-kita>b</i>

b. Bila diikuti huruf *Syamsiyyah* ditulis dengan diidgamkan

الصبح	ditulis	<i>as}~s}ubh}u</i>
الساهرة	ditulis	<i>as~sa>hirah</i>

9. Penulisan Kata-Kata Dalam Rangkaian Kalimat

Ditulis menurut bunyi atau pengucapannya dengan menulis penulisannya

بر الوالدين	ditulis	<i>birru al~wa>lidaini</i>
إذا الشمس	ditulis	<i>Iz\ a asy~syamsu</i>

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Segala puji hanyalah bagi Allah Swt., atas segala limpahan karunia, nikmat, dan petunjuk-Nya sehingga pada akhirnya skripsi ini dapat terselesaikan. Shalawat serta salam selalu kita haturkan kepada panutan Nabi Besar Muhammad Saw., keluarga, sahabat, dan para pengikut beliau hingga akhir zaman. Lepas dari khilaf dan segala kekurangan, penulis merasa sangat bersyukur telah menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh Kepercayaan, Persepsi Kemudahan, dan Nilai Harga Terhadap Keputusan Konsumen di Kota Banjarmasin Menggunakan *Digital Wallet OVO*.”, sebagai salah satu syarat guna memperoleh gelar strata satu Sarjana Ekonomi, pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Antasari Banjarmasin.

Penulis menyadari sepenuhnya, telah banyak mendapatkan dukungan, bimbingan dan dorongan dari berbagai pihak yang telah menyumbangkan pikiran, waktu, tenaga dan sebagainya. Oleh karena itu, pada kesempatan ini dengan setulus hatu penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Dr. H. Fathurrahman Azhari, MHI., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Antasari Banjarmasin.
2. Rohana Faridah, SE., MM., dan Erisa Nilasari, S.P., M.P., selaku ketua dan sekretaris program studi Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Antasari Banjarmasin.

3. Dra. Hj. Fithriana Syarqawie, M.H.I. selaku dosen pembimbing (I) dan Erissa Nilasari, S.P., M.P. selaku dosen pembimbing (II) yang banyak memberikan bimbingan, arahan dan koreksi dalam penulisan skripsi ini.
4. Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Antasari Banjarmasin yang telah memberikan bekal ilmu yang bermanfaat bagi penulis.
5. Bapak dan Ibu Tenaga Kependidikan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.
6. Ibu dan Bapakku, terima kasih atas doa, cinta dan pengorbanan yang tidak pernah ada habisnya, kasih sayangmu tak pernah kulupakan.

Semoga Allah Swt., membalas segala bentuk kebaikan pihak-pihak yang terkait. Akhir kata penulis mengharapkan ampunan dan ridha Allah Swt., semoga karya tulis ini dapat memberikan manfaat bagi semua pihak dan menambah khazanah pengetahuan ekonomi dan bisnis Islam, Amin.

Banjarmasin, November 2020

Penulis,

(Yulieta Ayu Maulida)

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN	ii
PERSETUJUAN.....	iii
PENGESAHAN	iv
ABSTRAK	v
MOTTO	vi
PERSEMBAHAN.....	vii
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-INDONESIA	viii
KATA PENGANTAR.....	xii
DAFTAR ISI.....	xiv
DAFTAR TABEL	xvi
DAFTAR GAMBAR.....	xvii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	7
C. Tujuan Penelitian	7
D. Signifikansi Penelitian	8
E. Definisi Operasional.....	8
F. Penelitian Terdahulu	11
G. Anggapan Dasar	14
H. Kerangka Berpikir.....	14
I. Sistematika Penulisan	15
BAB II KEPUTUSAN DAN PERILAKU KONSUMEN DALAM MENGUNAKAN <i>ELECTRONIC WALLET</i>.....	17
A. Perilaku Konsumen	17
1. Pengertian Perilaku Konsumen	17
2. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen.....	18
B. Keputusan Konsumen	20
C. <i>Technology Acceptance Model</i> (TAM) dan <i>Theory of Planed Behavior</i> (TPB).....	22
1. Kepercayaan.....	23
2. Persepsi Kemudahan	24
3. Nilai Harga	25
D. Uang Elektronik (<i>Electronic Money</i>).....	26
E. Dompet Elektronik (<i>Electronic Wallet</i>)	29
F. Uang Elektronik dalam Pandangan Islam	29
BAB III METODE PENELITIAN	33
A. Jenis dan Pendekatan Penelitian.....	33
B. Lokasi Penelitian.....	34

C. Populasi dan Sampel	34
D. Data dan Sumber Data	36
E. Metode Pengumpulan Data	37
F. Desain Pengukuran.....	38
G. Teknik Pengolahan and Analisis Data	38
BAB IV PENYAJIAN DAN ANALISIS DATA	47
A. Penyajian Data	47
B. Analisis Data	81
BAB V PENUTUP	90
A. Simpulan	90
B. Saran.....	91
DAFTAR PUSTAKA	93
LAMPIRAN-LAMPIRAN	97

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Skala Likert.....	37
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	48
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	48
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	49
Tabel 4.4 Tanggapan Responden Variabel X _{1.1}	50
Tabel 4.5 Tanggapan Responden Variabel X _{1.2}	51
Tabel 4.6 Tanggapan Responden Variabel X _{1.3}	52
Tabel 4.7 Tanggapan Responden Variabel X _{1.4}	52
Tabel 4.8 Tanggapan Responden Variabel X _{1.5}	53
Tabel 4.9 Tanggapan Responden Variabel X _{1.6}	54
Tabel 4.10 Rekapitulasi Jawaban Responden Variabel Kepercayaan (X ₁).....	55
Tabel 4.11 Tanggapan Responden Variabel X _{2.1}	55
Tabel 4.12 Tanggapan Responden Variabel X _{2.2}	56
Tabel 4.13 Tanggapan Responden Variabel X _{2.3}	57
Tabel 4.14 Tanggapan Responden Variabel X _{2.4}	57
Tabel 4.15 Tanggapan Responden Variabel X _{2.5}	58
Tabel 4.16 Rekapitulasi Jawaban Responden Variabel Persepsi Kemudahan (X ₂).....	59
Tabel 4.17 Tanggapan Responden Variabel X _{3.1}	59
Tabel 4.18 Tanggapan Responden Variabel X _{3.2}	60
Tabel 4.19 Tanggapan Responden Variabel X _{3.3}	61
Tabel 4.20 Tanggapan Responden Variabel X _{3.4}	61
Tabel 4.21 Tanggapan Responden Variabel X _{3.5}	62
Tabel 4.22 Tanggapan Responden Variabel X _{3.6}	62
Tabel 4.23 Rekapitulasi Jawaban Responden Variabel Nilai Harga (X ₃).....	63
Tabel 4.24 Tanggapan Responden Variabel Y ₁	64
Tabel 4.25 Tanggapan Responden Variabel Y ₂	64
Tabel 4.26 Tanggapan Responden Variabel Y ₃	65
Tabel 4.27 Tanggapan Responden Variabel Y ₄	66
Tabel 4.28 Tanggapan Responden Variabel Y ₅	66
Tabel 4.29 Tanggapan Responden Variabel Y ₆	67
Tabel 4.30 Rekapitulasi Jawaban Responden Variabel Keputusan Konsumen (Y)	68
Tabel 4.31 Hasil Uji Validitas	69
Tabel 4.32 Hasil Uji Reliabilitas.....	70
Tabel 4.33 Hasil Uji Normalitas	71
Tabel 4.34 Hasil Uji Multikolinearitas	72
Tabel 4.35 Hasil Uji White (Heteroskedastisitas).....	73
Tabel 4.36 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda.....	74
Tabel 4.37 Hasil Uji Determinasi	77
Tabel 4.38 Hasil Uji F.....	78
Tabel 4.39 Hasil Uji T	78

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Kerangka Pemikiran.....	14
Gambar 2.1 Tahapan Keputusan Pembelian pada Konsumen	21