

**PENGARUH PERSEPSI POTONGAN HARGA DAN PERSEPSI  
KEMUDAHAN TERHADAP MINAT MASYARAKAT  
BERTRANSAKSI MENGGUNAKAN *E-MONEY* (STUDI  
PENGUNAAN APLIKASI OVO PADA MAHASISWA IAIN  
PALOPO)**

*Skripsi*

*Diajukan untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Guna Memperoleh Gelar  
Sarjana Ekonomi (S. E) pada Program Studi Perbankan Syariah  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Palopo*



**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PALOPO  
2020**

**PENGARUH PERSEPSI POTONGAN HARGA DAN  
KEMUDAHAN TERHADAP MINAT MAHASISWA  
BERTRANSAKSI MENGGUNAKAN *E-MONEY* ( STUDI  
PENGUNAAN APLIKASI OVO PADA MAHASISWA  
PERBANKAN SYARIAH IAIN PALOPO )**

*Skripsi*

*Diajukan untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Guna Memperoleh Gelar  
Sarjana Ekonomi (S. E) pada Program Studi Perbankan Syariah  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Palopo*



- 1. Hendra Safri, M.M**
- 2. Nur Ariani Aqidah, SE., M. Sc**

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PALOPO  
2020**

## HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN

Saya yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : Dito Prayoga  
NIM : 16 0402 0111  
Fakultas : Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
Program Studi : Perbankan Syariah

menyatakan dengan sebenarnya bahwa:

1. Skripsi ini merupakan hasil karya saya sendiri, bukan plagiasi atau duplikasi dari tulisan/karya orang lain yang saya akui sebagai tulisan atau pikiran saya sendiri,
2. Seluruh bagian dari skripsi ini adalah karya saya sendiri selain kutipan yang ditunjukkan sumbernya. Segala kekeliruan dan atau kesalahan yang ada di dalamnya adalah tanggungjawab saya.

Bilamana di kemudian hari pernyataan ini tidak benar, maka saya bersedia menerima sanksi administratif atas perbuatan tersebut dan gelar akademik yang saya peroleh karenanya dibatalkan.

Demikian pernyataan ini dibuat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Palopo, 18 Maret 2020

Yang membuat pernyataan,



Dito prayoga







NIM 16 0402 0111

## HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi Berjudul Pengaruh Persepsi Potongan Harga dan Kemudahan terhadap Minat Mahasiswa Bertransaksi Menggunakan *E-Money* (Studi Penggunaan Aplikasi OVO pada Mahasiswa Perbankan Syariah IAIN Palopo) yang ditulis oleh Dito Prayoga Nomor Induk Mahasiswa (NIM) 16 0402 0111, Mahasiswa Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Palopo, yang dimunaqasyahkan pada hari Rabu, Tanggal 17 Juni 2020 bertepatan dengan 25, Syawal 1441 Hijriyah, telah diperbaiki sesuai catatan dan permintaan tim penguji, dan diterima sebagai syarat meraih gelar Sarjana Ekonomi (SE)

PALOPO, 26 September 2020

### TIM PENGUJI

- |  |                   |   |
|--|-------------------|---|
| 1. Dr. Hj Ramlah M, M.M                | Ketua Sidang      | (  )  |
| 2. Dr. Muh. Ruslan abdullah S.EI.,M.A. | Sekretaris Sidang | (  ) |
| 3. Dr. Takdir, SH., M.H.               | Penguji I         | (  ) |
| 4. Dr. Rahmawati, M.Ag.                | Penguji II        | (  ) |
| 5. Hendra Safri, SE., M.M.             | Pembimbing I      | (  ) |
| 6. Nur Ariani Aqidah, SE., M.Sc.       | Pembimbing II     | (  ) |

### MENGETAHUI:

Rektor IAIN Palopo  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Ketua Program Studi  
Perbankan Syariah



Dr. Hj Ramlah M, M.M.  
NIP. 19610208 199403 2 001



Hendra Safri, SE., M.M.  
NIP. 19861020 201503 1001

## PRAKATA

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

الْحَمْدُ لِلَّهِ رَبِّ الْعَالَمِينَ. وَالصَّلَاةُ وَالسَّلَامُ عَلَى سَيِّدِنَا مُحَمَّدٍ وَعَلَى آلِهِ وَأَصْحَابِهِ

أَجْمَعِينَ . (اما بعد)

Puji syukur penulis panjatkan kepada Allah swt. yang telah menganugerahkan rahmat, hidayah serta kekuatan lahir dan batin, sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini dengan judul “Pengaruh Persepsi Potongan Harga dan Kemudahan Terhadap Minat Mahasiswa Bertransaksi Menggunakan E-Money (Studi Penggunaan Aplikasi OVO Pada Mahasiswa perbankan syariah IAIN Palopo)” setelah melalui proses yang panjang.

Salawat serta salam tak lupa pula kepada Nabi Muhammad saw, kepada para keluarga, sahabat dan pengikut-pengikutnya. Skripsi ini disusun sebagai syarat yang harus diselesaikan, guna memperoleh gelar sarjana ekonomi pada bidang perbankan syariah pada Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palopo. Penulisan skripsi ini dapat terselesaikan berkat bantuan, bimbingan serta dorongan dari banyak pihak walaupun penulisan skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, penulis menyampaikan ucapan terima kasih yang tak terhingga dengan penuh ketulusan hati dan keikhlasan, kepada:

1. Kedua orang tuaku tercinta ayahanda dan ibunda, yang telah mengasuh dan mendidik penulis dengan penuh kasih sayang sejak kecil hingga sekarang, dan segala yang telah diberikan kepada anak-anaknya, serta semua saudara

dan saudariku yang selama ini membantu dan mendoakanku. Mudah-mudahan Allah swt. mengumpulkan kita semua dalam surga-Nya kelak.

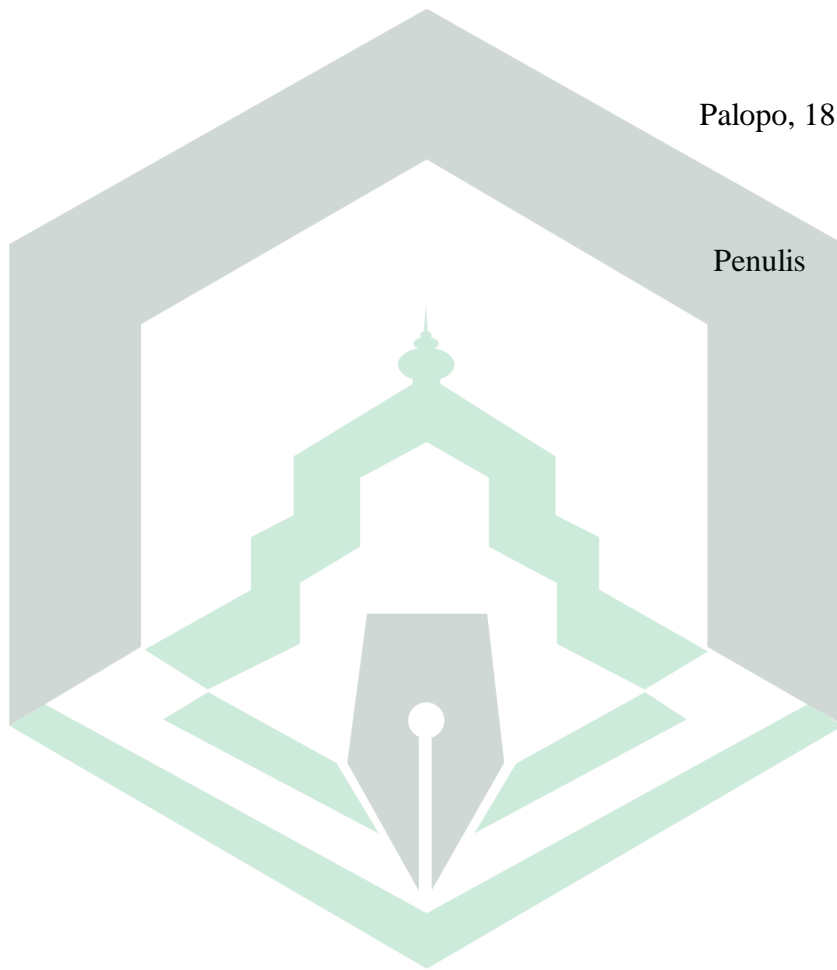
2. Dr. Abdul Pirol, M.Ag. selaku Rektor IAIN Palopo, beserta Wakil Rektor I, II, dan III IAIN Palopo.
3. Dr. Hj Ramlah M, M.M selaku dekan fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Palopo beserta Bapak/Ibu Wakil Dekan I, II, dan III Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Palopo.
4. Hendra Safri, M.M selaku Ketua Program Studi Perbankan Syariah Islam di IAIN Palopo beserta staf yang telah membantu dan mengarahkan dalam penyelesaian skripsi.
5. Hendra Safri, M.M dan Nur Ariani Aqidah, SE., M. Sc selaku pembimbing I dan pembimbing II yang telah memberikan bimbingan, masukan dan mengarahkan dalam rangka penyelesaian skripsi.
6. Seluruh Dosen beserta seluruh staf pegawai IAIN Palopo yang telah mendidik penulis selama berada di IAIN Palopo dan memberikan bantuan dalam penyusunan skripsi ini.
7. Kepala bagian staf, yang telah memberikan izin dan bantuan dalam melakukan penelitian.
8. Mahasiswa perbankan syariah angkatan 2016, Nurul Amirah, Riani MP, Iswar, Irwan Ramli, Aldi, Indra Aditama yang menginspirasi dan kerabat lainnya yang telah mendukung serta menghibur dalam proses penyelesaian penelitian ini.

9. Kepada semua teman seperjuangan, mahasiswa Program Studi Perbankan Syariah IAIN Palopo angkatan 2016 (khususnya kelas B), yang selama ini membantu dan selalu memberikan saran dalam penyusunan skripsi ini.

Mudah-mudahan bernilai ibadah dan mendapatkan pahala dari Allah swt.  
Amin.

Palopo, 18 Maret 2020

Penulis



## PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN DAN SINGKATAN

### A. *Transliterasi Arab-Latin*

Daftar huruf bahasa Arab dan transliterasinya ke dalam huruf latin dapat dilihat pada tabel berikut:

#### 1. Konsonan

| Huruf Arab | Nama   | Huruf Latin        | Nama                        |
|------------|--------|--------------------|-----------------------------|
| ا          | Alif   | Tidak dilambangkan | Tidak dilambangkan          |
| ب          | Ba     | B                  | Be                          |
| ت          | Ta     | T                  | Te                          |
| ث          | ṣa     | ṣ                  | es (dengan titik diatas)    |
| ج          | Jim    | J                  | Je                          |
| ح          | ḥa     | ḥ                  | ha (dengan titik di bawah)  |
| خ          | Kha    | Kh                 | ka dan ha                   |
| د          | Dal    | D                  | De                          |
| ذ          | Ḍal    | Ḍ                  | zet (dengan titik di atas)  |
| ر          | Ra     | R                  | Er                          |
| ز          | Zai    | Z                  | Zet                         |
| س          | Sin    | S                  | Es                          |
| ش          | Syin   | Sy                 | es dan ye                   |
| ص          | ṣad    | ṣ                  | es (dengan titik di bawah)  |
| ض          | ḍad    | ḍ                  | de (dengan titik di bawah)  |
| ط          | ṭa     | ṭ                  | te (dengan titik di bawah)  |
| ظ          | ẓa     | ẓ                  | zet (dengan titik di bawah) |
| ع          | ‘ain   | ‘                  | apostrof terbalik           |
| 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          | Wau    | W                  | We                          |
| ه          | Ha     | H                  | Ha                          |
| ء          | Hamzah | ‘                  | Apostrof                    |
| ي          | Ya     | Y                  | Ye                          |

Hamzah (ء) yang terletak di awal kata mengikuti vokalnya tanpa diberi tanda apa pun. Jika ia terletak di tengah atau di akhir, maka ditulis dengan tanda (‘).



## 2. Vokal

Vokal bahasa Arab, seperti vokal bahasa Indonesia, terdiri atas vokal tunggal atau monoftong dan vokal rangkap atau diftong.

Vokal tunggal bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harakat transliterasinya sebagai berikut:

| Tanda | Nama          | Huruf Latin | Nama |
|-------|---------------|-------------|------|
| اَ    | <i>fathah</i> | a           | a    |
| اِ    | <i>kasrah</i> | i           | i    |
| اُ    | <i>ḍammah</i> | u           | u    |

Vokal rangkap bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harakat dan huruf, transliterasinya berupa gabungan huruf, yaitu:

| Tanda | Nama                  | Huruf Latin | Nama    |
|-------|-----------------------|-------------|---------|
| اِي   | <i>fathah dan yā'</i> | ai          | a dan i |
| اُو   | <i>fathah dan wau</i> | au          | a dan u |

Contoh:

كَيْفَ : *kaifa*

هَوَّلَ : *hauला*

## 3. Maddah

Maddah atau vokal panjang yang lambangnya berupa harakat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda, yaitu:

| Harakat dan Huruf  | Nama                                      | Huruf dan Tanda | Nama                |
|--------------------|---|-----------------|---------------------|
| اَ...   اِ... اِوْ | <i>fathah dan alif</i><br>atau <i>yā'</i> | ā               | a dan garis di atas |
| يِ                 | <i>Kasrah dan yā'</i>                     | ī               | i dan garis di atas |
| اُوْ               | <i>ḍammah dan wau</i>                     | ū               | u dan garis di atas |

مَاتَ : *māta*

رَمَى : *ramā*

قِيلَ : *qīla*

يَمُوتُ : *yamūtu*

#### 4. *Tā' marbūtah*

Transliterasi untuk *tā' marbūtah* ada dua, yaitu: *tā' marbūtah* yang hidup atau mendapat harakat fathah, kasrah, dan damma, transliterasinya adalah [t]. Sedangkan *tā' marbūtah* yang mati atau mendapat harakat sukun transliterasinya adalah [h].

Kalau kata yang berakhir dengan *tā' marbūtah* diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang *al-* serta bacaan kedua kata itu terpisah, maka *tā' marbūtah* itu transliterasinya dengan ha (ha).

Contoh:

رَوْضَةُ الْأَطْفَالِ : *raudah al-aṭ fāl*

الْمَدِينَةُ الْفَاضِلَةُ : *al-madīnah al-fāḍilah*

الْحِكْمَةُ : *al-ḥikmah*

#### 5. *Syaddah (Tasydīd)*

Syaddah atau tasydīd yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda tasydīd (ّ), dalam transliterasi ini dilambangkan dengan perulangan huruf (konsonan ganda) yang diberi tanda *syaddah*.

Contoh:

رَبَّنَا : *rabbānā*

نَجَّيْنَا : *najjainā*

الْحَقُّ : *al-ḥaqq*

نُعَمُّ : *nu'ima*

عَدُوُّ : *'aduwwun*

Jika huruf *ى* ber-*tasydid* di akhir sebuah kata dan didahului oleh huruf *kasrah* (سِسِيّ), maka ia ditransliterasi seperti huruf *maddah* menjadi *ī*.

Contoh:

عَلِيٌّ : ‘Alī (bukan ‘Aliyy atau ‘Aly)

عَرَبِيٌّ : ‘Arabī (bukan ‘Arabiyy atau ‘Araby)

#### 6. Kata Sandang

Kata sandang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf ال (*alif lam ma’rifah*). Dalam pedoman transliterasi ini, kata sandang ditransliterasi seperti biasa, al-, baik ketika diikuti oleh huruf *syamsiyah* maupun huruf *qamariyah*. Kata sandang tidak mengikuti bunyi huruf langsung yang mengikutinya dan dihubungkan dengan garis mendatar (-).

Contoh:

السَّمْسُ : *al-syamsu* (bukan *asy-syamsu*)

الزَّلْزَلَةُ : *al-zalزالah* (*al-zalزالah*)

الفَلْسَفَةُ : *al-falsafah*

الْبِلَادُ : *al-bilādu*

#### 7. Hamzah

Aturan transliterasi huruf hamzah menjadi apostrof (‘) hanya berlaku bagi hamzah yang terletak di tengah dan akhir kata. Namun, bila hamzah terletak di awal kata, ia tidak dilambangkan, karena dalam tulisan Arab ia berupa alif.

Contoh:

تَأْمُرُونَ : *ta’murūna*

النَّوْعُ : *al-nau’*

شَيْءٌ : *syai’un*

أُمِرْتُ : *umirtu*

#### 8. Penulisan Kata Arab yang Lazim Digunakan dalam Bahasa Indonesia

Kata, istilah atau kalimat Arab yang transliterasinya adalah kata, istilah atau kalimat yang belum dibakukan dalam bahasa Indonesia. Kata, istilah atau kalimat yang sudah lazim dan menjadi bagian dari perbendaharaan bahasa

Indonesia, atau sering ditulis dalam tulisan bahasa Indonesia, atau lazim digunakan dalam dunia akademik tertentu, tidak lagi ditulis menurut cara transliterasi diatas. Misalnya, kata al-Qur'an (dari *al-Qur'ān*), alhamdulillah, dan munaqasyah. Namun, bila kata-kata tersebut menjadi bagian dari satu rangkaian teks Arab, maka harus ditransliterasi secara utuh. Contoh:

*Syarh al-Arba'īn al-Nawāwī*

*Risālah fī Ri'āyah al-Maṣlaḥah*

#### 9. *Lafz al-Jalālah* (الله)

Kata “Allah” yang didahului pertikel seperti huruf *jarr* dan huruf lainnya atau berkedudukan sebagai *muḍāf ilaih* (frasa nominal), ditransliterasi tanpa huruf hamzah.

Contoh:

بِاللّٰهِ دِيْنُ اللّٰهِ *dīnullāh billāh*

Adapun *tā' marbūṭah* di akhir kata yang disandarkan kepada *lafz al-jalālah*, ditransliterasi dengan huruf [t]. Contoh:

فِي رَحْمَةِ اللّٰهِ *hum fī raḥmatillāh*

#### 10. *Huruf Kapital*

Walau sistem tulisan Arab tidak mengenal huruf kapital (*All Caps*), dalam transliterasinya huruf-huruf tersebut dikenai ketentuan tentang penggunaan huruf kapital berdasarkan pedoman ejaan Bahasa Indonesia yang berlaku (EYD). Huruf kapital, misalnya, digunakan untuk menuliskan huruf awal nama diri (orang, tempat, bulan) dan huruf pertama pada permulaan kalimat. bila nama diri didahului oleh kata sandang (al-), maka yang ditulis dengan huruf kapital tetap huruf awal nama diri tersebut, bukan huruf awal kata sandangnya. Jika terletak pada awal kalimat, maka huruf A dari kata sandang tersebut menggunakan huruf kapital (Al-). Ketentuan yang sama juga berlaku untuk huruf awal dari judul referensi yang didahului oleh kata sandang al-, baik ketika ia ditulis dalam teks maupun dalam catatan rujukan (CK, DP, CDK, dan DR). Contoh:

*Wa mā Muḥammadun illā rasūl*

*Inna awwala baitin wudi'a linnāsi lallaẓī bi Bakkata mubārakan*

*Syahru Ramaḍān al-laẓī unẓila fihi al-Qur'ān*

Naṣīr al-Dīn al-Ṭūsī

Naṣr Ḥāmid Abū Zayd

Al-Ṭūfī

Al-Maṣlaḥah fī al-Tasyrī al-Islāmī

Jika nama resmi seseorang menggunakan kata Ibnu (anak dari) dan Abū (bapak dari) sebagai anak kedua terakhirnya, maka kedua nama terakhir itu harus disebutkan sebagai nama akhir dalam daftar pustaka atau agtar referensi.

Contoh:

Abū al-Walīd Muḥammad ibn Rusyd, ditulis menjadi: Rusyd, Abū al-Walīd Muḥammad (bukan: Rusyd, Abū al-Walīd Muḥammad Ibnu)  
Naṣr Ḥāmid Abū Zaīd, ditulis menjadi: Abū Zaī, Naṣr Ḥāmid (bukan: Zaīd Naṣr Ḥamīd Abū)

## **B. Daftar Singkatan**

Beberapa singkatan yang dibakukan adalah:

|             |   |
|-------------|---|
| swt.        | : <i>subḥānahū wa ta 'ālā</i>                     |
| saw.        | : <i>ṣallallāhu 'alaihi wa sallam</i>             |
| as          | : <i>'alaihi al-salām</i>                         |
| H           | : Hijrah  |
| M           | : Masehi  |
| SM          | : Sebelum Masehi                                  |
| l           | : Lahir tahun (untuk orang yang masih hidup saja) |
| W           | : Wafat tahun                                     |
| QS.../...:4 | : QS al-Baqarah/2:4 atau QS Āli 'Imrān3:4         |
| HR          | : Hadis Riwayat                                   |

## DAFTAR ISI

|   |             |
|---|-------------|
| <b>HALAMAN SAMPUL</b> .....                           |             |
| <b>HALAMAN JUDUL</b> .....                            | <b>i</b>    |
| <b>HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN</b> .....              | <b>ii</b>   |
| <b>HALAMAN PENGESAHAN</b> .....                       | <b>iii</b>  |
| <b>PRAKATA</b> .....                                  | <b>iv</b>   |
| <b>PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB DAN SINGKATAN</b> ..... | <b>vii</b>  |
| <b>DAFTAR ISI</b> .....                               | <b>xiii</b> |
| <b>DAFTAR AYAT</b> .....                              | <b>xv</b>   |
| <b>DAFTAR HADIS</b> .....                             | <b>xvi</b>  |
| <b>DAFTAR TABEL</b> .....                             | <b>xvii</b> |
| <b>DAFTAR GAMBAR/BAGAN</b> .....                      | <b>xix</b>  |
| <b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....                          | <b>xx</b>   |
| <b>ABSTRAK</b> .....                                  | <b>xxi</b>  |
| <br>  |             |
| <b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....                        | <b>1</b>    |
| A. Latar Belakang .....                               | 1           |
| B. Rumusan Masalah .....                              | 6           |
| C. Tujuan Penelitian .....                            | 7           |
| D. Manfaat Penelitian .....                           | 7           |
| <br>  |             |
| <b>BAB II KAJIAN TEORI</b> .....                      | <b>9</b>    |
| A. Kajian Penelitian Terdahulu Yang Relevan .....     | 9           |
| B. Landasan Teori .....                               | 13          |
| C. Kerangka Pikir .....                               | 22          |
| D. Hipotesis Penelitian .....                         | 22          |
| <br>  |             |
| <b>BAB III METODE PENELITIAN</b> .....                | <b>23</b>   |
| A. Jenis Penelitian .....                             | 23          |
| B. Lokasi Dan Waktu Penelitian .....                  | 23          |
| C. Defenisi Operasional Variabel .....                | 23          |
| D. Populasi Dan Sampel .....                          | 25          |
| E. Teknik Pengumpulan Data .....                      | 26          |
| F. Instrumen Penelitian .....                         | 27          |
| G. Uji Validitas Dan Reliabilitas Instrumen .....     | 27          |
| H. Teknik Analisis Data .....                         | 28          |
| <br>  |             |
| <b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN</b> .....   | <b>33</b>   |
| A. Hasil Penelitian .....                             | 33          |
| B. Pembahasan .....                                   | 62          |
| <br>  |             |
| <b>BAB V PENUTUP</b> .....                            | <b>64</b>   |
| A. Kesimpulan .....                                   | 64          |
| B. Saran .....  | 64          |

**DAFTAR PUSTKA  
LAMPIRAN - LAMPIRAN**



## DAFTAR AYAT

|                                      |   |
|--------------------------------------|---|
| Kutipan Ayat 1 QS. Thaha: 25-28..... | 5 |
|--------------------------------------|---|





## DAFTAR HADIS

|                                      |    |
|--------------------------------------|----|
| Hadis 1 Hadis Tentang Kemudahan..... | 20 |
|--------------------------------------|----|



## DAFTAR TABEL

|  |    |
|--|----|
| Tabel 4.1 Jenis Kelamin Responden.....                                   | 36 |
| Tabel 4.2 Umur Responden .....   | 37 |
| Tabel 4.3 Distribusi Jawaban Responden Dalam Persepsi Potongan Harga ..  | 38 |
| Tabel 4.4 Distribusi Jawaban Responden Dalam Persepsi Potongan Harga...  | 39 |
| Tabel 4.5 Distribusi Jawaban Responden Dalam Persepsi Potongan Harga...  | 39 |
| Tabel 4.6 Distribusi Jawaban Responden Dalam Persepsi Potongan Harga...  | 40 |
| Tabel 4.7 Distribusi Jawaban Responden Dalam Persepsi Potongan Harga...  | 40 |
| Tabel 4.8 Distribusi Jawaban Responden Dalam Persepsi Potongan Harga...  | 41 |
| Tabel 4.9 Distribusi Jawaban Responden Dalam Persepsi Potongan Harga...  | 41 |
| Tabel 4.10 Distribusi Jawaban Responden Dalam Persepsi Potongan Harga.   | 42 |
| Tabel 4.11 Distribusi Jawaban Responden Variabel Persepsi Kemudahan .... | 43 |
| Tabel 4.12 Distribusi Jawaban Responden Variabel Persepsi Kemudahan....  | 43 |
| Tabel 4.13 Distribusi Jawaban Responden Variabel Persepsi Kemudahan .... | 44 |
| Tabel 4.14 Distribusi Jawaban Responden Variabel Persepsi Kemudahan .... | 45 |
| Tabel 4.15 Distribusi Jawaban Responden Variabel Persepsi Kemudahan .... | 45 |
| Tabel 4.16 Distribusi Jawaban Responden Variabel Persepsi Kemudahan .... | 46 |
| Tabel 4.17 Distribusi Jawaban Responden Variabel Persepsi Kemudahan .... | 46 |
| Tabel 4.18 Distribusi Jawaban Responden Variabel Persepsi Kemudahan .... | 47 |
| Tabel 4.19 Distribsusi Jawaban Responden Variabel Minat Transaksi.....   | 48 |
| Tabel 4.20 Distribsusi Jawaban Responden Variabel Minat Transaksi.....   | 48 |
| Tabel 4.21 Distribsusi Jawaban Responden Variabel Minat Transaksi.....   | 49 |
| Tabel 4.22 Distribsusi Jawaban Responden Variabel Minat Transaksi.....   | 50 |
| Tabel 4.23 Uji Validitas Variabel Persepsi Potongan Harga .....          | 51 |
| Tabel 4.24 Uji Validitas Variabel Persepsi Kemudahan.....                | 51 |
| Tabel 4.25 Uji Validitas Variabel Minat Transaksi.....                   | 52 |
| Tabel 4.26 Uji Reliabilitas Variabel X Dan Variabel Y .....              | 53 |
| Tabel 4.27 Kolomogorov-Smirnov Test Secara Statistik .....               | 54 |
| Tabel 4.28 Hasil Uji Multikolinearitas .....                             | 55 |

|  |    |
|--|----|
| Tabel 4.29 Uji Regresi Linear Berganda .....                 | 58 |
| Tabel 4.30 Uji Parsial (T) .....                             | 59 |
| Tabel 4.31 Uji F .....                                       | 62 |
| Tabel 4.32 Uji Koefisien Determinasi (R <sup>2</sup> ) ..... | 63 |



## DAFTAR GAMBAR

|   |    |
|---|----|
| Gambar 2,1 Kerangka Pikir.....          | 22 |
| Gambar 4.1 Uji Heterokedastisitas ..... | 56 |



## **DAFTAR LAMPIRAN**

Lampiran 1 Angket

Lampiran 2 Hasil Uji Validitas Dan Reliabilitas

Lampiran 3 Hasil Uji Asumsi Klasik

Lampiran 4 Tabel Jawaban Responden

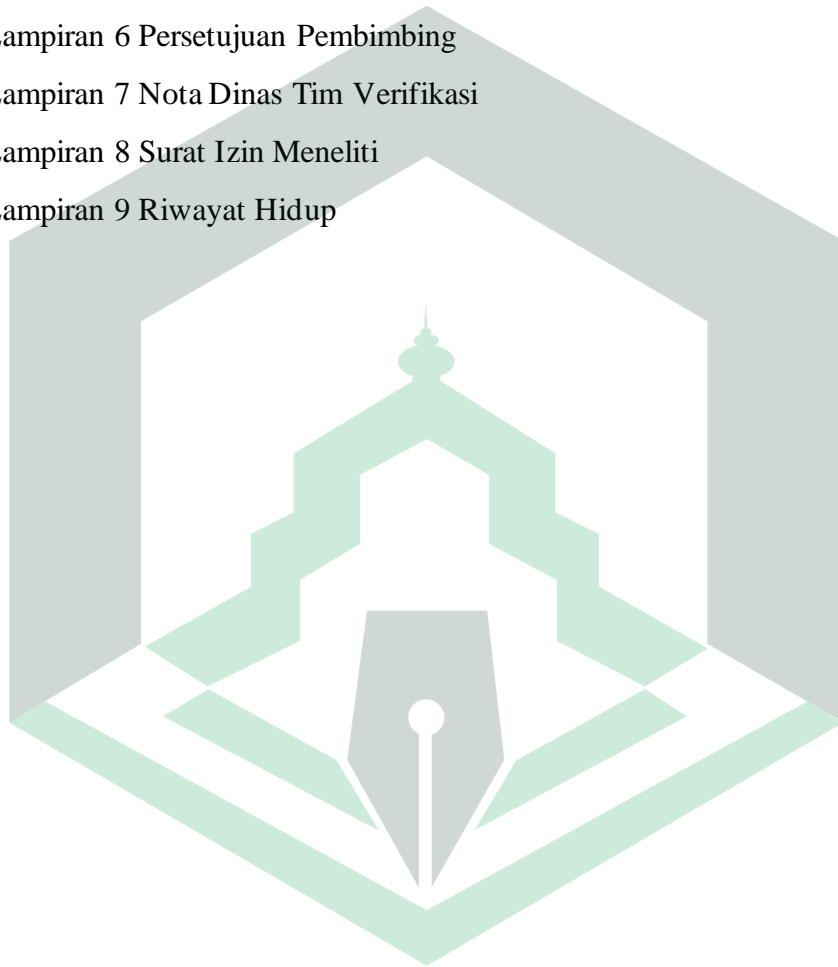
Lampiran 5 Nota Dinas Pembimbing

Lampiran 6 Persetujuan Pembimbing

Lampiran 7 Nota Dinas Tim Verifikasi

Lampiran 8 Surat Izin Meneliti

Lampiran 9 Riwayat Hidup



## ABSTRAK

**DITO PRAYOGA, 2020.** “*Pengaruh Persepsi Potongan Harga dan Kemudahan terhadap Minat Mahasiswa Bertransaksi Menggunakan E-Money (Studi Penggunaan Aplikasi OVO Pada Mahasiswa Perbankan Syariah IAIN Palopo)*”. Skripsi Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Palopo. Dibimbing Oleh Hendra Sfrai dan Nur Ariani Aqidah.

Skripsi ini membahas tentang pengaruh dari persepsi potongan harga dan kemudahan terhadap minat masyarakat menggunakan *E-money* dalam penggunaan aplikasi OVO pada mahasiswa IAIN Palopo khususnya mahasiswa perbankan syariah angkatan 2016. Penelitian ini bertujuan: Untuk menganalisis pengaruh persepsi potongan harga terhadap minat masyarakat bertransaksi menggunakan *e-money*, Untuk menganalisis pengaruh kemudahan terhadap minat masyarakat bertransaksi menggunakan *e-money*. Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif yang berfokus pada pengaruh sebuah variabel. Populasinya adalah semua mahasiswa perbankan syariah angkatan 2016 dengan jumlah 221. Pengambilan sampel dengan menggunakan rumus slovin dengan teknik *Probability Sampling*. Sampel yang digunakan sebanyak 69 mahasiswa perbankan syariah angkatan 2016. Data diperoleh dengan membagikan kuesioner dalam bentuk angket. Data penelitian ini di analisis dengan SPSS Ver.22 dengan uji regresi linear berganda. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa: variabel X1 (persepsi potongan harga) berpengaruh signifikan terhadap variabel Y (minat transaksi) atau minat masyarakat menggunakan E-money, sedangkan X2 (kemudahan) tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel Y (minat transaksi), sedangkan persepsi potongan harga dan kemudahan secara simultan berpengaruh terhadap minat transaksi dengan persentase 30% dan selebihnya berpengaruh oleh faktor lain yang tidak digunakan dalam penelitian ini.

**Kata kunci:** *E-money*, OVO, persepsi

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang

Perkembangan teknologi saat ini memang sudah tidak dapat diragukan lagi, teknologi pada saat ini bisa disebut sebagai era modern, yang dimana terdapat banyak kreativitas dan juga inovasi yang diciptakan umat manusia setiap tahunnya, *smartphone* misalnya, kemunculan *smartphone* merupakan bukti yang sangat kuat dengan adanya kemunculan teknologi canggih yang pesat, *smartphone* adalah langkah awal pembuat *software* untuk mengembangkan sebuah aplikasi canggih, yang dimana *smartphone* terdapat banyak aplikasi yang sangat bermanfaat bagi para penggunanya, intinya bahwa, kemunculan *smartphone* sangat berpengaruh bagi aktivitas manusia setiap harinya, *smartphone* tak lagi sekedar menjadi mesin pengirim SMS, tetapi juga sebagai komputer mini, asisten pribadi, hingga bahkan dompet bagi para pengguna.

Pada dasarnya *smartphone* pertama kali muncul dengan spesifikasi dan penawaran yang begitu belum terlalu canggih, dan seiring berjalannya waktu, kini pada era 4.0 *smartphone* juga berfungsi sebagai alat pembayaran dengan menggunakan aplikasi *E-money* yang ada di *smartphone*, uang elektrik atau bisa juga disebut dengan *e-money*, muncul dengan konsep uang non fisik atau non tunai, dengan konsep tersebut *e-money* mampu menawarkan sistem transaksi yang dapat di akses melalui *smartphone*, Di Indonesia sendiri, berdasarkan catatan Bank

Indonesia (BI) volume transaksi uang elektrik sebagai salah satu instrumen pembayaran dompet elektronik telah menyentuh angka 980.588.334 transaksi, meningkat dari tahun sebelumnya yaitu sebesar 935.579.528 transaksi.<sup>1</sup> *E-money* atau bisa disebut uang elektronik didefinisikan sebagai alat pembayaran yang memenuhi unsur-unsur yaitu diterbitkan atas dasar nilai uang yang disetor terlebih dahulu kepada penerbit, nilai uang disimpan secara elektronik dalam suatu media server atau *chip dab* nilai uang elektronik yang dikelola oleh penerbit bukan merupakan simpanan sebagaimana dimaksud dalam undang-undang yang mengatur mengenai perbankan.<sup>2</sup>

Melakukan pembayaran dengan menggunakan sistem uang *non* fisik, bukan hanya memudahkan bagi para penggunanya, namun juga dapat membantu meningkatkan gerakan nasional non tunai (GNNT). Dibandingkan dengan negara-negara ASEAN lainnya, Indonesia merupakan salah satu negara yang masih relatif rendah dalam menggunakan pembayaran dompet elektrik, padahal jika dilihat dari kondisi geografis, Indonesia sangat berpotensi dalam perluasan akses pembayaran dengan dompet elektrik. *E-money* Indonesia disahkan di tanggal 13 April 2009 dalam peraturan Bank Indonesia nomor 11/12/PBI/2009 tentang uang elektronik (*e-money*), salah satu *e-money* yang sangat populer dan berkembang saat ini dan sering digunakan oleh masyarakat Palopo adalah dari PT Visionet Internasional atau sering dikenal dengan OVO, OVO sendiri sudah resmi terdaftar di BI dengan nomor No,19/661/DKSP/Srt/B (Bank Indonesia, 2018), dan OVO merupakan aplikasi

---

<sup>1</sup> Perry warjiyo. "Bank sentral republik indonesia" Bank Indonesia, Desember 31, 2019 <https://www.bi.go.id>

<sup>2</sup> Agus. "OVO", indonesia, februari 10, 2016, <https://www.ovo.id/faq>



yang masuk dalam daftar aplikasi pembayaran uang elektronik yang populer di Indonesia.

Perlahan namun pasti kehadiran uang elektrik (*e-money*) yang dapat dilakukan melalui layar *smartphone* mengubah cara masyarakat bertransaksi, dari yang semula konvensional dengan menggunakan uang kartal (tunai), berganti dengan transaksi non tunai.

Tidak hanya perubahan dari tunai menjadi non tunai, kehadiran uang elektrik atau *e-money* menghadirkan beberapa tawaran yang sangat menguntungkan bagi para pengguna *e-money* yakni potongan harga dan juga tentunya kemudahan dalam bertransaksi.

Potongan harga dan kemudahan merupakan suatu yang sangat dibutuhkan oleh konsumen dalam hal ini, khususnya dalam penggunaan jasa pembayaran dompet elektrik aplikasi OVO. Dalam aplikasi OVO penawaran potongan harga sangatlah banyak didapatkan, dengan berbelanja ditempat perbelanjaan yang bertanda OVO *accepted here*,<sup>3</sup> pengguna sudah mendapatkan kemudahan pembayaran, potongan harga dan juga cashback yang sangat memuaskan dan tentunya bermanfaat bagi para pengguna aplikasi OVO, hal tersebut merupakan hal yang sangat dicari oleh masyarakat yang ingin mendapatkan potongan harga dan juga kemudahan dalam bertransaksi, Di Palopo sendiri, yaitu kota kecil yang berada di tengah – tengah Provinsi Sulawesi Selatan, pembayaran dengan aplikasi OVO sudah terbilang berkembang, penggunaan aplikasi tersebut sudah dapat ditemui

---

<sup>3</sup> Agus. “OVO”, indonesia, februari 10, 2016, <https://www.ovo.id/faq>

diberbagai pusat perbelanjaan yang ada di Kota Palopo, seperti tempat makan, toko baju, sepatu, toko kosmetik dan bioskop, pembayarannya sudah dapat dilakukan dengan aplikasi OVO. Bukan hanya itu pembayaran ojek online yang bekerja sama dengan OVO yaitu GRAB sudah banyak dilakukan oleh kalangan masyarakat Palopo, sehingga OVO merupakan salah satu *e-money* yang sangat populer di Kota Palopo, dengan hal tersebut OVO maka minat menggunakan OVO semakin meningkat pesat.

Potongan harga (*discount*) merupakan salah satu hal sangat memicu bagi para pengguna untuk menggunakan suatu jasa pembayaran yang ditawarkan seperti OVO, penjelasan potongan harga sendiri memiliki penjelasan umum yakni potongan atau pengurangan harga produk yang di bawah dari harga normal sesungguhnya, biasanya peneanan potongan harga atau *discount* pada suatu produk yang dikenakan persentase potogan harga, hal ini untuk para konsumen untuk membeli barang tersebut, sedangkan menurut Suhardi Sigit *discount* adalah pengurangan terhadap harga yang ditetapkan karena pembeli memenuhi syarat yang telah ditentukan,<sup>4</sup> namun jika di zaman sekarang, potongan harga dapat ditemui melalui jasa aplikasi pembayaran berbasis *e-money*, hal tersebut dapat memberikan potongan harga (*discount*) jika jasa pembayarannya digunakan, maka dari hal tersebut masyarakat khususnya di Kota Palopo banyak menggunakan pembayaran transaksi seperti *e-money* atau OVO.

---

<sup>4</sup> Agus Agung Susilo, Maulana Malik, “Etheses Of Maulana Malik Ibrahim State Islamic Univercity” Desember 5, 2018, [http://etheses.uin-malang.ac.id/2235/6/08410165\\_Bab\\_2.pdf](http://etheses.uin-malang.ac.id/2235/6/08410165_Bab_2.pdf).

Konteks kemudahan dalam bertransaksi merupakan hal yang sangat penting diterapkan dalam melakukan sebuah pembayaran, melihat dari sisi mudah, aman dan praktis, sehingga dapat mendorong masyarakat untuk memakai e-money atau aplikasi OVO, yang merupakan misi dari sebuah perusahaan, dalam hal ini kemudahan bertransaksi dapat ditemukan di jasa *e-money* berbasis OVO. defenisi kemudahan yaitu diambil dari kata sifat dalam KBBI yakni mudah, yang artinya tidak memerlukan banyak tenaga atau pikiran dalam mengerjakan; tidak sukar; gampang.<sup>5</sup> Dari defenisi tersebut dapat disimpulkan bahwa kemudahan dalam menjalani setiap aktivitas kehidupan sangatlah penting untuk kita dapatkan, adapun ayat suci al-quran yang membahas tentang kemudahan adalah QS. Thaha: 25-28).

رَبِّ اشْرَحْ لِي صَدْرِي وَيَسِّرْ لِي أَمْرِي وَاخْلُ عُنُقَدَةً مِنْ لِسَانِي يَفْقَهُوا قَوْلِي

Artinya: “ya tuhanku, lapangkanlah untukku dadaku, dan mudahkanlah untukku urusanku, dan lepaskanlah kelakuan dari lidahku, supaya mereka mengerti perkataanku”.<sup>6</sup>

Dari ayat diatas dapat dilihat bahwa, kemudahan sangatlah mulai dimata allah swt, oleh karna itu kemudahan dalam urusan akan meningkatkan hubungan kita dengan sang pencipta. *E-money* memberikan kemudahan bagi masyarakat sebagai pengguna karena masyarakat tidak perlu lagi membawa uang secara tunai dalam bertransaksi barang jika jumlah harganya begitu besar. Kemudahan dalam

<sup>5</sup>Ahmad Wahyudi, “Kamus Besar Bahasa Indonesia”, April 5 , 2017 <https://kbbi.web.id/mudah>.

<sup>6</sup> Said Alfajar, “Doa Doa Islam”, Mei 10, 2016, <https://muslim.or.id/>

penggunaan dapat mempengaruhi minat penggunanya, hal ini dapat dibuktikan dengan penelitian yang dilakukan oleh Yoganda dan Dirganatara menyatakan bahwa persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh positif serta signifikan terhadap faktor minat penggunaannya,<sup>7</sup> tetapi berbeda dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Lestari dalam penelitian tersebut mengatakan bahwa persepsi kemudahan tidak berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap minat para pengguna.<sup>8</sup> Keuntungan yang didapatkan dalam menerapkan transaksi menggunakan aplikasi OVO adalah promo atau *cashback* khusus bagi para penggunanya, selain itu dalam aplikasi OVO, pengguna dapat mengumpulkan point setiap transaksi yang telah dilakukan di OVO point dan dapat ditukarkan sesuai prosedur yang telah ditentukan oleh pihak aplikasi OVO, selain itu aplikasi juga dapat digunakan sebagai pengiriman uang sesama pengguna dan juga ke Bank, sehingga penulis simpulkan yaitu berbagai macam manfaat yang mempengaruhi tertariknya minat masyarakat menggunakan aplikasi OVO. Pendapat ini didukung oleh hasil penelitian Priambodo dan Prabawani menyatakan bahwa persepsi manfaat memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap penggunaannya.<sup>9</sup>

Berdasarkan latar belakang yang telah tercantum tersebut, maka peneliti merasa tertarik dan memiliki tujuan untuk mendapatkan bukti yang realistis dan

---

<sup>7</sup> Andean Septa Yoganda, I Made Bayu Dirganatara, "pengaruh persepsi manfaat, persepsi kemudahan penggunaan, kepercayaan dan persepsi risiko terhadap minat untuk menggunakan instrumen uang elektronik", volume 6, no. 4, (2017): 5, <https://ejournal3.undip.ac.id/>

<sup>8</sup> Elis Lestari, " pengaruh persepsi kemudahan penggunaan, persepsi kebermanfaatan, computer self efficacy, facilitating conditions dan pengetahuan akuntansi terhadap minat menggunakan software zahir", vol 6, no. 1, ( januari 5, 2018), 150, <https://ejournal3.undip.ac.id/>

<sup>9</sup> Singgih Priambodo, Bulan Prabawani, "pengaruh manfaat, persepsi kemudahan penggunaan, dan persepsi risiko terhadap minat menggunakan layanan uang elektronik (studi kasus pada masyarakat kota semarang), vol 5, no. 2, (maret 5, 2016), 5, <https://ejournal3.undip.ac.id/>

empiris mengenai pengaruh minat masyarakat terhadap penggunaan *e-money*, sebagai alat transaksi dengan mengambil sampel yaitu para pengguna OVO, oleh karena itu, penelitian ini dibuat dengan judul **“pengaruh persepsi potongan harga dan persepsi kemudahan terhadap minat masyarakat bertransaksi menggunakan e-money ( studi penggunaan aplikasi OVO pada mahasiswa IAIN Palopo )”**

### **B. Rumusan masalah**

Berdasarkan latar belakang diatas, maka ada beberapa rumusan masalah yang akan diteliti, yaitu sebagai berikut :

- a. Bagaimana pengaruh persepsi potongan harga terhadap minat masyarakat bertransaksi menggunakan *e-money*?
- b. Bagaimana pengaruh persepsi kemudahan terhadap minat masyarakat bertransaksi menggunakan *e-money*?

### **C. Tujuan Penelitian**

Dalam pembuatan skripsi yang akan dilakukan ada beberapa tujuan yang dilakukan oleh peneliti yaitu sebagai berikut:

- a. Untuk menganalisis pengaruh persepsi potongan harga terhadap minat masyarakat bertransaksi menggunakan *e-money*?
- b. Untuk menganalisis pengaruh persepsi kemudahan terhadap minat masyarakat bertransaksi menggunakan *e-money*?

#### **D. Manfaat Penelitian**

Dalam penelitian yang akan dilakukan, ada dua manfaat penelitian yaitu:

a. Manfaat Praktis

Digunakan sebagai bahan pertimbangan dan sumber informasi dalam mengambil sebuah keputusan dalam hal menggunakan transaksi secara server yaitu e-money berbasis OVO.

b. Manfaat Teoritis

Digunakan untuk mengembangkan pengetahuan dibidang transaksi yang mudah dan aman, dan juga referensi dalam mencari sebuah fakta-fakta yang benar.

#### **E. Sistematika Penulisan**

Sistematika penulisan dalam penyusunan penelitian ini akan disajikan dalam sistematika yang terdiri dari 3 (tiga) bab, yaitu :

BAB I Pendahuluan. Bab ini berisi mengenai latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitaian, manfaat penelitian, serta sistematika penulisan.

BAB II Kajian teori. Dalam bab ini akan diuraikan tentang teori-teori, penelitian terdahulu yang relevan, kerangka pikir dan hipotesis.

BAB III Metode penelitian. Dalam bab ini berisis tentang pendekatan jenis penelitian, populasi dan sampel, waktu dan lokasi penelitian, teknik pengumpulan data, teknik analisis data, dan defenisi operasional variabel.

BAB IV Hasil dan pembahasan, dalam bab ini berisi tentang hasil dari penelitian dan juga pembahasan dari sebuah penelitian.

BAB V Penutup, dalam bab ini berisi tentang kesimpulan dan saran dari semua isi skripsi yang telah ditulis oleh peneliti.



## BAB II

### KAJIAN TEORI

#### A. Penelitian Terdahulu Yang Relevan

Penelitian yang dimaksud adalah untuk mendapatkan tentang posisi penelitian ini dengan kaitannya dengan penelitian sejenis yang pernah dilakukan oleh kalangan akademis. Hal ini ditempuh guna menghindari kesamaan objek penelitian dan untuk menentukan letak perbedaan dengan penelitian yang pernah ada.

1. Penelitian yang dilakukan oleh Raisa Pratiwi menggunakan jenis penelitian kuantitatif, dalam penelitiannya yang berjudul "*pengaruh persepsi kemudahan dan persepsi manfaat terhadap minat pengguna dalam bertransaksi menggunakan e-money yang di mediasi oleh sikap pengguna (studi empiris pada pengguna e-money berbasis OVO)*" mengatakan kemudahan dan manfaat merupakan hal pokok dalam menarik para pengguna dalam menggunakan OVO sebagai alat transaksi,<sup>10</sup> Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang akan dilakukan yaitu sama-sama membahas mengenai pengaruh persepsi kemudahan terhadap minat transaksi masyarakat dalam menggunakan *e-money* dan perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang akan dilakukan yaitu penelitian yang telah dilakukan membahas

---

<sup>10</sup> Raisa Pratiwi, pengaruh persepsi kemudahan penggunaan dan persepsi manfaat terhadap minat pengguna dalam bertransaksi menggunakan e-money yang dimediasi oleh sikap pengguna. Jurnal akuntansi. Vol 3, no. 1 ( september 25, 2018) 15. <https://eprint.mdp.ac.id/idid/eprint/2454>



mengenai persepsi kemudahan dan persepsi manfaat yang dimediasi oleh sikap pengguna sedangkan penelitian yang akan peneliti lakukan dalam penelitian kali ini adalah persepsi potongan harga terhadap minat transaksi dan juga variabel hanya dua yaitu x dan y.

2. Penelitian yang dilakukan oleh Dien Ilham Genady menggunakan jenis penelitian kuantitatif, dalam penelitiannya yang berjudul "*pengaruh kemudahan, kemanfaatan, dan promosi uang elektronik terhadap keputusan penggunaan uang elektronik di masyarakat (studi kasus di provinsi DKI Jakarta*" mengatakan bahwa kemudahan, kemanfaatan dan promosi uang elektronik sangatlah membantu masyarakat dalam hal bertransaksi dan juga memberikan keuntungan yang sangat memuaskan bagi para penggunanya selain itu, selain itu pembayaran dengan *e-money* dapat juga di gunakan di banyak *merchant* berbeda yang menerapkan sistem pembayaran yang sama dan bekerja sama dengan bank penerbit uang elektrik tersebut. (Bank Indonesia),<sup>11</sup> Persamaan dari penelitian ini adalah membahas mengenai pengaruh kemudahan uang elektronik dalam bertransaksi dan juga sama sama membahas tentang pengaruh *e-money* terhadap minat masyarakat dengan dilihat dari sisi kemudahan dan kenyamanan sedangkan perbedan penelitian yang dilakukan oleh Dien Ilham Genady adalah terletak pada variabel dalam penelitian Dien Ilham Genady terdapat variabel manfaat dan promosi

---

<sup>11</sup> Dien Ilham Genady. Pengaruh kemudahan, kemanfaatan, dan promosi uang elektronik terhadap keputusan penggunaan uang elektronik di masyarakat. Vol 3, no. 1 ( Oktober 14 : 2018) 56. <https://fdokumen.com/amp.document/>

sedangkan variabel yang ada pada penelitian kali ini adalah persepsi potongan harga dan persepsi kemudahan.

3. Penelitian yang dilakukan oleh Ahmad Ma'ruf menggunakan jenis penelitian kualitatif, dalam penelitiannya yang berjudul "*minat penggunaan produk e-money di kalangan mahasiswa Yogyakarta (analisis faktor pengaruh berdasarkan perspektif TAM dan TPB)*" mengatakan bahwa penggunaan produk *e-money* adalah transaksi yang lebih cepat dan keuntungan diskon yang sangat menguntungkan<sup>12</sup>. Persamaan dari penelitian ini adalah sama-sama membahas mengenai produk *e-money*, dan hal-hal apa saja yang membuat para pengguna tertarik dalam menggunakan *e-money* sedangkan perbedaan dalam penelitian penulis dan juga penelitian yang dilakukan oleh Ahmad Ma'ruf terletak pada jenis penelitian dan juga populasi yang akan diambil, dalam penelitian Ahmad Ma'ruf mengambil populasi dikalangan masyarakat, beda dengan penelitian penulis yang mengambil populasi dikalangan mahasiswa.
4. Penelitian yang dilakukan oleh Iswandi Idris menggunakan jenis penelitian kuantitatif, dalam penelitiannya yang berjudul "*pengaruh pendapatan, manfaat, kemudahan penggunaan, daya Tarik promosi, dan kepercayaan terhadap minat menggunakan layanan e-money*" mengatakan bahwa potongan harga kemudahan dalam menggunakan *e-money* dapat membantu masyarakat dalam menjalani sebuah hidup yang hemat dan efisiensi, selain

---

<sup>12</sup> Ahmad Ma'ruf. Minat penggunaan produk e-money di kalangan mahasiswa yogyakarta. Skripsi perbankan syariah. ( Januari 31, 2016): 34. <https://digilib.uin-suka.ac.id/id/eprint/24169>

itu pembayaran dengan *e-money* sangatlah menguntungkan dimasa Era Industri yang transisi ke arah Milenial.<sup>13</sup> Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang akan dilakukan yaitu sama-sama membahas mengenai pengaruh yang terdapat faktor kemudahan yang ada didalam penelitian tersebut dan juga dalam penelitian ini memiliki persamaan yaitu membahas tentang keunggulan dari *e-money*, selain itu penelitian ini mengambil populasi dari masyarakat yang memang menggunakan *e-money* sebagai alat bertransaksi semua biaya – biaya yang ada sedangkan perbedaan dari penelitian yang dilakukan oleh Arsita Ika Adiyanti dengan penelitian penulis terletak pada variabelnya, pada penelitian Arsita Ika Adiyanti tidak terdapat variabel potongan harga.

5. Penelitian yang dilakukan oleh Setyo Ferry, Dede R, dan Usep S menggunakan jenis penelitian kuantitatif, dalam penelitiannya yang berjudul “*pengaruh persepsi manfaat, persepsi kemudahan, fitur layanan dan kepercayaan terhadap minat menggunakan e-money card (studi pada pengguna jasa commuterline di Jakarta)*”, mereka mengatakan bahwa unsur potongan harga, kemudahan dan manfaat yang diterapkan pada *e-money* merupakan kekuatan dari sebuah perusahaan dalam menarik para pengguna sehingga hal tersebut sangat penting perusahaan untuk mengeluarkan promo yang baik guna bersaing dengan perusahaan lain.<sup>14</sup> Persamaan penelitian ini

---

<sup>13</sup> Arsita Ika Adiyanti. pengaruh pendapatan, manfaat, kemudahan penggunaan, daya Tarik promosi, dan kepercayaan terhadap minat menggunakan layanan e-money. Vol 3, no. 1 ( Januari 12, 2015 ): 8, <https://jimfeb.ub.ac.id/index.php/jimfeb/article/view/1590/1456>

<sup>14</sup> Setyo Ferry, Dede R, Usep S. pengaruh persepsi manfaat, persepsi kemudahan, fitur layanan dan kepercayaan terhadap minat menggunakan e-money card (studi pada pengguna jasa commuterline di Jakarta. Vol 6, no. 1( April 30,2015)448, <https://doi.org/10.21009/JRMSI.006.1>

dengan penelitian yang akan dilakukan yaitu sama-sama membahas mengenai pengaruh persepsi kemudahan terhadap minat menggunakan *e-money* dan juga membahas tentang pengertian *e-money* itu sendiri, selain itu pada penelitian tersebut untuk melihat sisi dari variabel X adalah melalui sisi persepsi masyarakat tentang *e-money*. Sedangkan perbedaan yang terdapat pada penelitian ini dan penelitian penulis terletak pada variabel X, yaitu tidak terdapat persepsi potongan harga sebagai variabel X dan juga pada penelitian Setro Ferry, Dede R, dan Usep S adalah penelitian tersebut berbasis *e-money card* sedangkan penelitian yang dilakukan oleh penulis adalah *e-money* berbasis OVO.

6. Penelitian yang dilakukan oleh Ratih Hasanah Sudrajat, Berlian Primadani Satria Putri, Dan Cindy Novtania Putri, yang menggunakan penelitian kuantitatif dengan judul “*Pengaruh Potongan Harga Terhadap Minat Beli ( Studi Pada Potongan Harga di Iklan Televisi BUKALAPAK.COM Versi Hari Belanja Online Nasional 2015 Terhadap Minat Beli Remaja di Kota Bandung)*”,<sup>15</sup> dalam penelitian tersebut, bahwa variabel X adalah potongan harga dan variabel terikat atau Y adalah minat beli, letak perbedaannya adalah dalam penelitian yang dilakukan oleh Ratih, Berlian, Dan Cindy adalah medianya, yang dimana dalam penelitian Ratih, Berlian Dan Cindy medianya adalah BUKALAPAK.COM sedangkan peneliti adalah aplikasi OVO.

---

<sup>15</sup> Ratih Hasanah Sudrajat, Berlian Primadani Satria Putri, Dan Cindy Novtania Putri. Pengaruh Potongan Harga Terhadap Minat Beli ( Studi Pada Potongan Harga di Iklan Televisi BUKALAPAK.COM Versi Hari Belanja Online Nasional 2015 Terhadap Minat Beli Remaja di Kota Bandung). Vol 4, no 1, (april 2017), [https://jurnal\\_eproc](https://jurnal_eproc)

## B. Landasan Teori

### 1. Persepsi Potongan Harga

Berdasarkan teori persepsi potongan harga menurut Sutojo adalah pandangan masyarakat dengan melihat pengurangan harga dalam daftar harga.<sup>16</sup> Potongan harga merupakan salah satu media promosi yang dikeluarkan oleh sebuah perusahaan, dengan adanya potongan harga, konsumen dapat meraih *discount* yang sangat menguntungkan. Selain itu, adanya promosi penjualan yang menarik bagi para konsumen untuk membeli produk yang ditawarkan. Potongan harga mengandung fungsi harga, baik harga dasar maupun harga hasil perhitungan, dalam potongan harga berlaku *psychological pricing* dimana konsumen terpengaruh secara psikologis.<sup>17</sup>

Bagi konsumen potongan harga adalah sebuah hal yang sangat diminati ketika ingin melakukan aktivitas berbelanja baik di pasar, super market, maupun berbelanja yang secara online, sehingga para konsumen dapat memenuhi kebutuhan yang sudah diinginkan.

Persepsi potongan harga bagi masyarakat adalah andalan bagi para konsumen untuk melihat suatu barang yang dijual, walaupun secara tidak murni menggunakan alat hitung matematis dalam membandingkan harga satu produk dengan produk lainnya, namun persepsi dapat menarik konsumen untuk membeli suatu barang tanpa terlebih dahulu melihat harga barang yang lainnya, oleh karena

---

<sup>16</sup>Sutojo, "pengaruh potongan harga terhadap pembelian", vol 6, no. 2, (2014), 34, <https://ejournal3.undip.ac.id/>

<sup>17</sup>Yenny yunarti, "pengaruh kualitas produk, harga dan kepercayaan terhadap keputusan pembelian produk fashion secara online", vol 18, no. 1, (juni 5, 2016), 27-37, <https://media.neliti.com/>

itu, strategi promosi penjualan dengan sistem potongan harga atau bisa disebut *discount* sangat tepat dalam melakukan pemasaran barang untuk menarik konsumen dalam segi persepsi. Persepsi yang positif terhadap potongan harga mengarahkan konsumen kepada suatu keputusan untuk membeli produk tersebut. Pengambilan keputusan dapat diartikan sebagai suatu pemilihan tindakan dari dua atau pilihan alternatif yaitu membeli atau tidak membeli.

Adapun manfaat promosi dengan sistem potongan bagi perusahaan adalah dapat menarik konsumen dan juga dapat menaikkan profit bagi sebuah perusahaan jika dalam promosi mencapai titik target yang telah ditentukan, potongan harga merupakan hal yang penting dalam bersaing dengan perusahaan lain.

Potongan harga adalah pengurangan dari harga yang dikenakan pada suatu barang atau jasa yang diberikan oleh pemasok kepada pelanggan.<sup>18</sup> Potongan harga diberikan pemasok mencapai volume penjualan yang besar yang akan meningkatkan skala ekonomis; atau dilakukan sebagai suatu strategi untuk mendapatkan sikap loyalitas pelanggan, potongan harga dapat didapatkan dengan berbagai macam cara sesuai dengan kesepakatan penjual.

Adapun beberapa jenis potongan harga yang diberikan oleh penjual kepada para pembeli, ialah sebagai berikut:

a. Potongan fungsional

Potongan fungsional umumnya diberikan kepada para penyalur.

b. Rabat

---

<sup>18</sup> Saifullah, ok review, “ pengertian diskon dan potongan harga “. Desember 4. 2013  
<http://ok-review.com/pengertian-discount-potongan-harga/>

Rabat ialah potongan yang diberikan oleh penjual kepada para pembeli karena membeli barang dalam jumlah yang banyak, potongan rabat sering juga disebut potongan kuantitas (*quantity discount*).

c. Kontan

Potongan kontan diberikan oleh penjual kepada pembeli karena pembeli membeli barang secara tunai ataupun membeli barang dalam jangka pendek.

d. Potongan rafaksi

Ialah potongan khusus yang diberikan oleh penjual kepada para pembeli karena ada perubahan perhitungan berat. Seperti contohnya akibat kerusakan yang terjadi selama barang sedang dalam jangka pendek.

e. Potongan order dini

Potongan order dini ialah potongan yang diberikan oleh penjual kepada pembeli karena order (pesanan) masih dini. Seperti misalnya dua bulan sebelum idul fitri sudah memesan barangnya.

f. Potongan kelompok

Potongan kelompok ialah potongan yang diberikan oleh penjual kepada pembeli yang di himpun dalam kelompok (group) ataupun organisasi.

g. Tarra

Tarra merupakan potongan timbangan pembungkus barang yang diberikan oleh penjual kepada pembeli, karena barang yang diserahkan ternyata masih terbungkus.<sup>19</sup>

---

<sup>19</sup> Juli Eka, Ilmu Ekonomi ID :” kumpulan ilmu ekonomi dan bisnis, juli 7, 2017 <https://www.ilmu-ekonomi-id.com/2017/07/14-jenis-potongan-harga.html?m=1>.

Potongan harga adalah pengurangan harga produk dari harga normal yang diberikan kepada konsumen dalam periode tertentu yang terdiri dari *buy one get one*, *discount* besar-besaran, cuci gudang, dan promosi bulanan.<sup>20</sup> Dalam membentuk sebuah potongan harga tentu perusahaan dalam hal pemasaran melihat terlebih dahulu, berapakah kalkulasi yang akan didapatkan dari harga penjualan, sehingga dapat dipastikan penjualan dapat menghasilkan pendapatan yang ditarget sesuai rencana perusahaan.

Umumnya, potongan harga biasanya dapat di asumsikan sebagai bagian dari strategi pemasaran sebuah perusahaan, dan sebagai kekuatan penuh bagi para perusahaan di dunia marketing, dan juga potongan harga termasuk sebagai hal yang paling di tunggu oleh para konsumen sehingga penerapan potongan harga dalam suatu produk sangat minim untuk tidak laris di dalam pemasaran.

## 2. Persepsi Kemudahan

Menurut para ahli, kemudahan didefinisikan sebagai suatu tingkatan dimana seseorang percaya bahwa teknologi dapat dengan mudah dipahami dan mudah digunakan.<sup>21</sup> Persepsi kemudahan adalah sebagai suatu tingkat atau keadaan dimana seseorang yakin bahwa dengan menggunakan sistem tertentu tidak diperlukan suatu usaha yang sulit apapun itu (*free of effort*) atau dengan kata lain teknologi tersebut dapat dengan mudah dipahami oleh pengguna. Nasution menyatakan bahwa pengguna teknologi informasi mempercayai bahwa teknologi

---

<sup>20</sup> Saifullah, ok review : “pengertian discount dan potongan harga”. Desember 4, 2013. <http://ok-review.com/pengertian-discount-potongan-harga/>

<sup>21</sup> Davis, F , D., “*perceived usefulness, perceived ease of use, and user acceptance of information technology.*” MIS quartely, 13(3): 319-340, 1989



informasi yang lebih fleksibel, mudah dipahami dan mudah pengoperasiannya sebagai karakteristik kemudahan pengguna.<sup>22</sup> Kemudahan dalam persepsi masyarakat mengarah pada keyakinan individu bahwa pemakaian sistem tersebut tidak dapat memerlukan banyak usaha, adapun faktor eksternal seperti perlengkapan sistem, yang dirancang untuk memudahkan masyarakat dalam pemakaiannya, seperti menu untuk mengaktifkan, mengoperasikan dan juga menu-menu yang bermanfaat bagi kehidupan masyarakat dalam hal aktivitas.

Satu faktor yang menyebabkan seorang individu menerima atau menolak sistem yang berkaitan dengan kemudahan sistem yang ditawarkan, artinya bahwa seorang individu dapat dipengaruhi oleh faktor yang menyebabkan seorang individu menolak atau menerima sebuah sistem aplikasi. Satu faktor yang menyebabkan dan digaris bawahi adalah kemudahan sebuah sistem, namun dalam bertransaksi, seorang konsumen sering mendapatkan kendala dalam bertransaksi dengan jumlah yang banyak, sehingga sistem kemudahan sangat dibutuhkan dalam bertransaksi.

Persepsi kemudahan merupakan sebuah tingkat dimana seseorang memiliki pandangan, pendapat, dan menafsirkan bahwa teknologi itu mudah digunakan untuk dipahami, persepsi kemudahan didefinisikan sebagai tingkat dimana seorang percaya bahwa menggunakan sistem tertentu akan bebas dari usaha yang rumit. Sistem yang dimaksud adalah mudah digunakan dan dapat mudah digunakan sehingga dapat meningkatkan niat untuk menggunakan teknologi tersebut, oleh

---

<sup>22</sup> Nasution, M, N. Manajemen mutu terpadu, “ *total quality management*”, edisi kedua, ghalia indonesia, bogor, 2005

karena itu, sebuah sistem yang pemakaiannya memerlukan usaha yang mudah dan tidak rumit lebih baik daripada sistem yang rumit digunakan, maka seorang individu lebih memilih sistem yang mudah digunakan. Persepsi kemudahan penggunaan Luarn didefinisikan sebagai sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan tertentu sistem akan bebas dari usaha.<sup>23</sup> Adapun hadis Rasulullah Saw tentang memberikan kemudahan dalam suatu urusan adalah sebagai berikut:

اللَّهُمَّ لَا سَهْلَ إِلَّا مَا جَعَلْتَهُ سَهْلًا وَأَنْتَ تَجْعَلُ الْحَزْنَ إِذَا شِئْتَ سَهْلًا

Dari hadis rasulullah saw diatas menjelaskan bahwa, “permudahlah urusan seorang umat baik itu urusan ekonomi, politik, maupun keluarga, sebab allah swt sangat mencintai umatnya yang selalu berbuat kebaikan”.<sup>24</sup>

Beberapa indikator persepsi kemudahan, menurut Venkatesh dan Davis sebagai berikut

- a. sistem jelas dan mudah dimengerti
- b. tidak mudah membutuhkan banyak usaha untuk menggunakan sistem tersebut
- c. sistem mudah digunakan
- d. sistem mudah digunakan sesuai dengan apa yang ingin pengguna kerjakan.<sup>25</sup>

Persepsi kemudahan juga bisa dinyatakan bahwa persepsi tentang kemudahan penggunaan sebuah teknologi didefinisikan sebagai suatu ukuran

<sup>23</sup> Luarn, p., & lin, H. H. *Toward an understanding of the behavioral intention to use mobile banking. Computers in human.* Vol 21, no 6 ( November 6, 2005) 873-891, <https://doi.org/10.1016/j.chb.2004.03.003>

<sup>24</sup> Fatimah, “bincangan islam”, maret 24, 2018, <https://bincangsyariah.com/>

<sup>25</sup> Vankatesh & Davis, F. D. 2000. *A theoretical extension of the technology acceptance Model: four longitudinal field studies, manajemen science.* ( November 17, 2009) 7, <http://sciencewatch.com/dr/tt/2009/09-au gtt-ECO/>

dimana seorang percaya bahwa teknologi tersebut dapat dengan mudah digunakan dan dipahami, sebuah teknologi yang dipahami sebagian dari masyarakat bahwa teknologi adalah susah.

Intensitas penggunaan dan interaksi antara pengguna dengan sistem juga menunjukkan kemudahan penggunaan. Kemudahan penggunaan merupakan sistem yang sering digunakan menunjukkan bahwa sistem tersebut lebih dikenal, lebih mudah dioperasikan dan lebih mudahkan oleh penggunanya.<sup>26</sup>

Dari uraian diatas dapat disimpulkan bahwa persepsi kemudahan penggunaan akan mengurangi usaha (baik waktu maupun tenaga) seseorang dalam mempelajari sebuah teknologi.

### 3. Minat transaksi

Berdasarkan minat menurut Abu Ahmadi, minat sama artinya dengan perhatian, antara minat dan perhatian dianggap sama/tidak ada perbedaan, minat ialah sikap jiwa seseorang termasuk ketiga fungsi jiwanya (kognisi, konasi, emosi), yang tertuju pada suatu dan dalam hubungan unsur perasaan yang kuat.<sup>27</sup> Minat adalah keinginan seseorang dalam menginginkan sesuatu yang ia butuhkan untuk melakukan sebuah perilaku tertentu, bahwa minat seseorang untuk melakukan perilaku diprediksi oleh sikapnya terhadap perilakunya dan bagaimana dia berpikir orang lain akan menilainya jika dia melakukan perilaku tersebut.<sup>28</sup>

---

<sup>26</sup> Auranigtyas, s., 2012. Pengaruh computer self efficacy, persepsi manfaat dan persepsi kemudahan penggunaan terhadap kepuasan penggunaan sistem informasi akuntansi: studi kasus pada karyawan bagian keuangan RSUP Dr. Soeradji tirtonegoro klaten. Fakultas ekonomi, universitas negeri yogyakarta. Vol 3, no 1 ( Oktober 2, 2012) 34, <https://eprint.unika.ac.id/>

<sup>27</sup> Abu Ahmadi, psikologi umum, jakarta: PT RINEKA CIPTA, 2003)

<sup>28</sup> Jogiyanto, "sistem teknologi keperilakuan". Edisi revisi. yogyakarta .2007

Minat transaksi merupakan sebuah perilaku dimana individu ingin melakukan sebuah aktivitas berbelanja atau juga dengan melakukan sebuah pembayaran dengan biaya -biaya yang ia akan penuhi, umumnya transaksi sebuah aktivitas yang sangat penting dalam kehidupan sebuah individu, karena dalam transaksi seseorang individu dapat memenuhi kebutuhan sehari hari.

Transaksi adalah suatu aktivitas perusahaan yang menimbulkan perubahan terhadap posisi keuangan perusahaan, misalnya menjual, membayar gaji, serta membayar biaya lainnya, dalam transaksi seorang individu mengeluarkan kasnya untuk melakukan sebuah transaksi baik tunai maupun non tunai.

Setiap aktivitas yang terjadi diantar dua atau lebih dan dimana pihak pertama posisi keuangannya berubah, jadi hal tersebut bisa dikatakan terjadi sebuah transaksi, transaksi biasanya berkaitan erat dengan urusan keuangan dan juga kepemilikan produk (baik barang maupun jasa). Transaksi dapat dilakukan oleh perkelompok dan juga perindividu, transaksi dapat berlangsung antar pihak dalam organisasi maupun dengan pihak luar.

Ada dua jenis transaksi, yaitu transaksi internal dan transaksi eksternal, dalam transaksi internal, transaksi yang terjadi dalam internal hanya melibatkan pihak-pihak internal yang ada dalam organisasi tanpa adanya keterlibatan dari pihak luar eksternal organisasi sama sekali, contoh transaksi internal yaitu penghapusan piutang usaha dan pengalokasian beban usaha. Sedangkan transaksi eksternal adalah kebalikan dari pengertian dari transaksi internal itu sendiri, yaitu transaksi yang terjadi antara pihak eksternal ke internal, berbeda dengan transaksi internal yang membutuhkan sesama pihaknya dalam melakukan transaksi.

Selain dua jenis transaksi, terdapat beberapa jenis bukti transaksi sebagai berikut:

a. Bukti transaksi internal

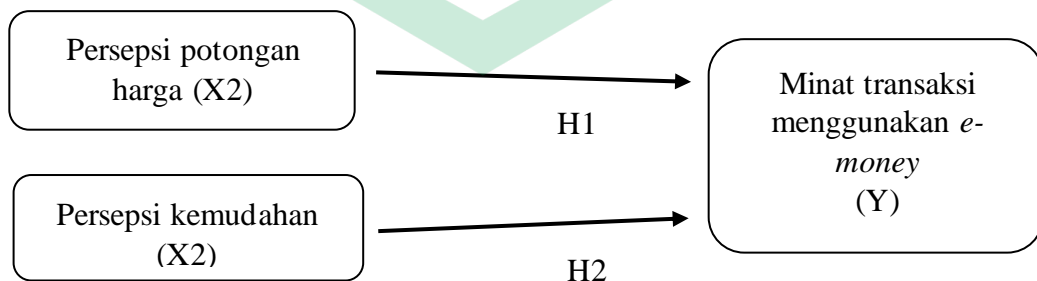
Bukti transaksi internal merupakan bukti pencatatan kejadian setiap transaksi yang terjadi antara bagian internal organisasi atau sebuah perusahaan, bukti transaksi internal biasanya berbentuk memo ataupun berkas laporan serah terima antara bagian.

b. Bukti transaksi eksternal

Bukti transaksi eksternal adalah bukti transaksi yang terjadi antar pihak internal dan eksternal perusahaan, berbeda dengan bukti transaksi internal yang cenderung terbatas bentuknya, bukti transaksi eksternal yaitu : nota, faktur, kwitansi, dll.<sup>29</sup>

Pada dasarnya, setiap hari manusia melakukan aktivitas baik itu transaksi jual beli, transaksi kekuasaan, transaksi perbankan dan berbagai macam transaksi lainnya, meskipun sering dilakukan oleh beberapa individu, transaksi juga dapat meningkatkan sikap perilaku untuk selalu menghabiskan kasnya.

### C. Kerangka Pikir



Gambar 2.1 kerangka pikir

<sup>29</sup> Adzikra Ibrahim : pengertian transaksi, bukti transaksi dan jenis-jenis transaksi, <https://pengertiandefinisi.com/pengertian-transaksi-bukti-transaksi-dan-jenis-jenis-transaksi/>.

Dari gambar dan skema kerangka berpikir diatas, dapat dilihat dari paparan diatas bahwa variabel bebas (Independent) adalah variabel persepsi potongan harga dan juga persepsi kemudahan, yang akan mempengaruhi variabel terikat (Dependent) atau variabel Y, yaitu minat transaksi dalam hal ini, transaksi menggunakan *e-money* berbasis OVO

#### **D. Hipotesis**

Adapun hipotesis yang dikembangkan dalam penelitian ini adalah hasil dari penelitian terdahulu yang relevan yang kemudian dikembangkan oleh penulis dalam penelitian ini dapat dideskripsikan sebagai berikut:

- H<sub>1</sub>: Persepsi potongan harga berpengaruh terhadap minat masyarakat bertransaksi menggunakan *e-money*
- H<sub>2</sub>: Persepsi kemudahan berpengaruh terhadap minat masyarakat bertransaksi menggunakan *e-money*

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **A. Jenis Penelitian**

Penelitian yang akan digunakan dalam menyusun penelitian ini adalah penelitian dengan jenis Penelitian kuantitatif.

Penelitian kuantitatif yaitu penelitian yang digunakan untuk penelitian yang menggunakan populasi atau sampel tertentu, penelitian menggunakan instrumen, analisis data bersifat kuantitatif untuk menguji hipotesis penelitian.<sup>30</sup>

#### **B. Lokasi dan Waktu Penelitian**

Lokasi penelitian adalah tempat atau wilayah yang telah dibatasi, dalam penelitian, lokasi penelitian adalah tempat dimana sebuah penelitian akan melakukan sebuah baik survey, eksperimen maupun mengamati, dalam penelitian ini lokasi penelitian yang akan dipilih oleh peneliti adalah Kota Palopo, Sulawesi Selatan, tepatnya di kampus hijau IAIN Palopo. Adapun waktu penelitian yang akan dilakukan terhitung mulai dari tanggal 4 Maret 2020

#### **C. Defenisi Operasional Variabel**

Definisi operasional adalah suatu definisi mengenai variabel yang dirumuskan berdasarkan karakteristik-karakteristik variabel tersebut yang dapat diamati, berdasarkan teori yang dikaji dalam penelitian teori yang nantinya akan dibuat sebuah indikator sebagai landasan dalam membuat instrumen penelitian.

---

<sup>30</sup>Sugiyono, *Metode Penelitian Manajemen*. (Bandung: Alfabeta), 2008

Berikut ini paparan tentang variabel mengenai penelitian dan defenisi operasional yang digunakan dalam penelitian ini:

| NO | Varibel                      | Defenisi  | Indikator  |
|----|------------------------------|---|--|
| 1  | Persepsi Potongan Harga (X1) | Persepsi potongan harga Tindakan konsumen untuk menyusun, mengenali dan menafsirkan potongan harga yang ditawarkan pada konsumen dari harga normal akan suatu produk, yang tertera di label atau kemasan produk tersebut. <sup>31</sup> | 1. Penghemat<br>2. Pengurangan harga<br>3. Keuntungan<br>4. Kebutuhan konsumen<br>5. Ketertarikan konsumen <sup>32</sup> |
| 2  | Persepsi kemudahan (X2)      | Didefenisikan sebagai sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan suatu teknologi akan bebas dari usaha. Jika seseorang beranggapan bahwa sistem  | 1. Mudah digunakan<br>2. Mudah dipahami<br>3. Mudah dijangkau <sup>34</sup>  |

<sup>31</sup> Dian Prasetya, Endah Mujiasih, Nofiar Aldriandy Putra, “ hubungan antara persepsi terhadap potongan harga dengan pengambilan keputusan membeli produk fashion the executive pada pegawai negeri sipil (PNS) badan pemberdayaan masyarakat dan desa provinsi jawa barat”, vol 2, no. 3 (2013), 7, <https://ejournal3.undp.ac.id/>

<sup>32</sup> Yusni Hervi Yusuf, Zenitha Maulida, Al Munawar, “pengaruh potongan harga terhadap minat beli konsumen dalam membeli E-tiket kapal cepat di pelabuhan Ulee Lheue, Kota Banda Aceh”, vol 9, no. 2 (2018), 8, <https://ejournal3.undp.ac.id/>

<sup>34</sup> Davis, F. D., “*perceived usefulness, perceived ease of use, and user acceptance of information technology*”. *MIS quartely*, 13(3):319-340,1989.



---

informasi mudah di gunakan

maka dia menggunakannya.

33

- 
- |   |  |   |
|---|--|---|
| 3 | Minat transaksi sebuah perilaku dimana individu ingin melakukan sebuah aktivitas berbelanja atau juga dengan melakukan sebuah pembayaran dengan biaya -biaya yang ia akan penuhi <sup>35</sup> | 1. Keinginan Individu<br>2. Minat Referensial<br>3. Minat Eksploratif <sup>36</sup> |
|---|--|---|
- 

#### **D. Populasi dan Sampel**

Populasi wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang diterapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.<sup>37</sup> populasi juga bisa dikatakan sebagai jumlah keseluruhan dari suatu subjek yang telah ditentukan.

Dalam penelitian ini populasi yang akan dipilih dalam melakukan penelitian ini adalah mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam khususnya mahasiswa program studi perbankan syariah IAIN Palopo yang menggunakan *e-money* berbasis OVO

---

<sup>33</sup> Jogiyanto, H.M. sistem informasi keperilakuan. Edisi revisi. Yogyakarta, 2007

<sup>35</sup> Jogiyanto, H.M., sistem informasi keperilakuan. Edisi revisi. Yogyakarta, 2007

<sup>36</sup> Tri dian astuty, " pengaruh persepsi dan pengetahuan produk terhadap minat penggunaan E-oney dalam perspektif ekonomi islam", vol 13, no.1 (2018) hal 55, <https://ejournal3.undp.ac.id/>

<sup>37</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. (Cet.20 ; Bandung: Alfabeta, 2014), hlm.80

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi.<sup>38</sup> Dalam penelitian ini menggunakan teknik *probability sampling* dengan *simple random sampling*. Adapun rumus penentuan sampel yang digunakan sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

N = Besar/Jumlah Populasi

n = Jumlah Sampel

e = Batas Toleransi Kesalahan (10%)

Cara Kerja :

$$\begin{aligned} n &= \frac{221}{1 + 221 \times 0.10^2} \\ &= \frac{221}{1 + (221 \times 0.01)} \\ &= \frac{221}{1 + 2.21} \\ &= \frac{221}{3.21} \\ &= 69 \end{aligned}$$

Jadi besarnya sampel dari jumlah populasi mahasiswa perbankan syariah angkatan 2016 berjumlah 221 dan akan ditarik sampel dengan menggunakan rumus slovin sebanyak 69 responden.

### E. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data adalah teknik atau cara seorang peneliti dalam mengumpulkan sebuah data, dalam penelitian ini penulis menggunakan kuesioner

<sup>38</sup>Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. (Cet.20 ; hlm.80

dalam bentuk angket untuk mendapatkan data responden. Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data dengan mengisi pertanyaan atau pernyataan. Pertanyaan atau pernyataan dalam kuesioner diukur dengan skala Likert (Sangat Setuju, Setuju, Netral, Tidak Setuju dan Sangat Tidak Setuju).

## **F. INSTRUMEN PENELITIAN**

Untuk mendapatkan data yang objektif maka dalam penelitian lapangan ini menggunakan teknik sebagai berikut:

### a. Observasi

Penelitian observasi yang dilakukan oleh penulis yaitu dengan cara mengamati dan mendengarkan dalam rangka memahami, mencari jawaban dan mencari bukti tentang pengaruh persepsi potongan harga dan persepsi kemudahan terhadap minat transaksi masyarakat menggunakan E-monry.

### b. Angket

Angket adalah teknik pengumpulan data dengan menyerahkan atau mengirimkan daftar pernyataan untuk diisi sendiri oleh responden. Dalam penelitian ini, peneliti menyebarkan angket kepada remaja yang bersangkutan.

## **G. Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen**

### 1. Uji validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan sah jika pertanyaan pada kuesioner mampu mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Uji validitas dilakukan dengan membandingkan nilai  $r$  hitung (untuk setiap butir dapat dilihat

pada kolom *corrected item-total correlations*). Jika  $r$  hitung  $>$   $r$  table, maka pertanyaan tersebut dikatakan valid. Instrumen yang valid berarti alat ukur yang digunakan untuk mendapatkan data (mengukur) itu valid. Valid berarti instrumen tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur. Meteran yang valid dapat digunakan untuk mengukur panjang dengan teliti, karena meteran memang alat untuk mengukur panjang. Meteran tersebut menjadi tidak valid jika digunakan untuk mengukur berat.<sup>39</sup>

## 2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas merupakan alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Suatu kuesioner dikatakan *reliable* atau handal jika jawaban seseorang terhadap pertanyaan konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. SPSS memberikan fasilitas untuk mengukur reliabilitas dengan uji statistik *Cronbach Alpha* ( $\alpha$ ). Suatu variabel dikatakan *reliable* jika memberikan nilai  $\alpha > 0,6$ . Instrumen yang *reliable* adalah instrumen yang bila digunakan beberapa kali untuk mengukur objek yang sama, akan menghasilkan data yang sama. Alat ukur panjang dari karet adalah contoh instrumen yang tidak *reliable*/konsisten.<sup>40</sup>

## H. Teknik Analisis Data

### 1. Uji Asumsi Klasik

Ada tiga asumsi klasik yang digunakan peneliti yaitu:

---

<sup>39</sup>Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. (Bandung: Alfabeta, 2017), hlm. 121

<sup>40</sup>Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. (Bandung: Alfabeta, 2017), hlm. 121

#### a. Uji Normalitas Data

Uji normalitas data adalah uji yang dilakukan untuk mengetahui sebaran data pada sebuah kelompok data atau variabel. Dari hasil uji normalitas data dapat diketahui sebaran data berdistribusi normal atau tidak sehingga berguna untuk menentukan data yang telah dikumpulkan berdistribusi normal atau diambil dari populasi normal.

Menurut ghozali, asumsi yang fundamental dalam analisis multivariate adalah normalitas, yang merupakan bentuk suatu distribusi data pada suatu variabel metrik tunggal dalam menghasilkan distribusi normal, apabila asumsi normalitas tidak dipenuhi dan penyimpangan normalitas tersebut besar, maka seluruh hasil uji statistik adalah tidak valid karena perhitungan uji “t” dan lain sebagainya, dihitung dari analisis normal.

#### b. Uji Multikolonieritas

Uji multikolinearitas berarti terjadi korelasi linear yang mendekati sempurna antar lebih dari dua variabel bebas. Uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi yang terbentuk ada korelasi yang tinggi atau sempurna antara variabel bebas atau tidak.<sup>41</sup> Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel independen. Jika variabel independen saling berkorelasi, maka variabel-variabel ini tidak ortogonal. Variabel ortogonal adalah variabel independen yang nilai korelasi antar sesama variabel independen sama dengan nol.<sup>42</sup>

---

<sup>41</sup>Suliyanto. *Ekonometrika Terapan: Teori dan Aplikasi dengan SPSS*. (Yogyakarta: ANDI), hlm. 81

<sup>42</sup>Imam Ghozali. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 19*. (Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2011), hlm. 105

### c. Uji Heteroskedastisitas

Husein mengatakan uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian residual dari satu observasi dengan yang lain.<sup>43</sup>

Uji heteroskedastisitas berarti varian variabel pada model regresi yang tidak sama. Sebaliknya, jika varian variabel pada model regresi memiliki nilai yang sama (konstan) maka disebut homoskedastisitas.<sup>44</sup> Model regresi yang baik adalah homoskedastisitas atau yang tidak terjadi heteroskedastisitas. Kebanyakan data *crosssection* mengandung situasi heteroskedastisitas karena data ini menghimpun data yang mewakili berbagai ukuran (kecil, sedang dan besar).<sup>45</sup>

### 3. Uji Hipotesis

#### a. Koefisien Determinasi (Uji- $R^2$ )

Koefisien determinasi adalah suatu nilai yang menggambarkan seberapa besar perubahan atau variasi dari variabel independen. Dengan mengetahui nilai koefisien determinasi kita akan bisa menjelaskan kebaikan dari model regresi dalam memprediksi variabel dependen.<sup>46</sup> Nilai *R Square* ( $R^2$ ) menunjukkan koefisien determinasi yang mengukur besar presentase perubahan variabel terikat yang diakibatkan oleh variabel bebas secara

<sup>43</sup> Husein Umar, *Metode penelitian untuk skripsi dan tesis*. Yogyakarta, Rajawali 2013

<sup>44</sup> Suliyanto. *Ekonometrika Terapan: Teori dan Aplikasi dengan SPSS*. (Yogyakarta: ANDI), hlm. 97

<sup>45</sup> Imam Ghozali. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 19*. (Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2011), hlm. 139

<sup>46</sup> Purbayu Budi Santosa dan Ashari. *Analisis Statistik dengan Microsoft Excel & SPSS*. (Edisi I; Yogyakarta: ANDI, Agustus 2007), hlm. 144

bersama-sama.<sup>47</sup> Kelemahan mendasar dalam penggunaan koefisien determinan adalah jumlah variabel independen yang dimasukkan kedalam model.

b. Uji signifikan Individual (Uji-t)

Uji ini digunakan untuk mengetahui derajat atau kekuatan pengaruh antara variabel bebas (X) secara parsial (sendiri-sendiri) dengan variabel terikat (Y). Pengujian ini dilakukan dengan membandingkan  $t_{hitung}$  dengan  $t_{tabel}$  pada taraf signifikan 5% (0,05). Adapun persyaratan uji-t adalah sebagai berikut:

- 1) Jika  $t_{hitung} > t_{tabel}$ , maka  $H_0$  ditolak  $H_1$  diterima, artinya variabel bebas dapat menerangkan variabel terikat dan ada pengaruh antara kedua variabel yang akan diuji.
- 2) Jika  $t_{hitung} < t_{tabel}$ , maka  $H_0$  diterima  $H_1$  ditolak, artinya variabel bebas tidak dapat menerangkan variabel terikat dan tidak ada pengaruh antara kedua variabel yang akan diuji.

c. Uji signifikan simultan (Uji-F)

Uji ini digunakan untuk mengetahui derajat atau kekuatan pengaruh antara variabel bebas (X) secara serentak atau bersama-sama dengan variabel terikat (Y), koefisien ini didapat dengan mengambil akar dari koefisien determinasi R.<sup>48</sup> Adapun persyaratan uji F sebagai berikut:

---

<sup>47</sup>Imam Ghozali. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. (Edisi III; Semarang: Badan Penerbit Universitas Ponegoro, 2005), hlm. 44

<sup>48</sup>Imam Ghozali. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. (Edisi III; Semarang: Badan Penerbit Universitas Ponegoro, 2005), hlm. 85

- 1) Jika  $F_{hitung} > F_{tabel}$ , maka  $H_1$  diterima. Artinya variabel bebas secara bersama-sama dapat menerangkan variabel terikat dan ada pengaruh antara variabel yang akan diuji.
- 2) Jika  $F_{hitung} < F_{tabel}$ , maka  $H_0$  diterima. Artinya variabel bebas secara bersama-sama tidak dapat menerangkan variabel terikat dan tidak ada pengaruh antara variabel yang akan diuji.





## **BAB IV**

### **HASIL DAN PEMBAHASAN**

#### **A. Hasil Penelitian**

##### 1. Tentang Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam merupakan fakultas yang berada pada naungan kampus Institut Agama Islam Negeri Palopo yang dimana terdiri beberapa tiga program studi yakni perbankan syariah, ekonomi syariah dan manajemen bisnis syariah. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam berada di Balandai Kecamatan Wara Kota Palopo yang terletak di jalan Bakau.

Pada bulan April 2014 dengan Surat Keputusan Nomor 11 tahun 2015 tentang alih status STAIN ke IAIN, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam diresmikan, pada awalnya fakultas tersebut tergabung dalam Fakultas Syariah, penyelenggaraan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam atau biasa disebut dengan FEBI pertama kali dilaksanakan pada bulan April 2014 dengan surat keputusan nomor 11 tahun 2014.

Dalam hasil observasi, mahasiswa yang berada di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam khususnya Program Studi Perbankan Syariah menggunakan sebagian jasa dari E-money baik itu berbentuk kartu dan aplikasi, dalam mahasiswa perbankan sendiri banyak yang menggunakan E-money berbasis OVO, tak sedikit juga hanya sekedar mengetahui tentang aplikasi OVO itu sendiri.

## 2. Analisis Dan Pembahasan Deskriptif Kuesioner

Sebelum melakukan sebuah analisis dalam penelitian ini, lebih dahulu mengemukakan gambaran umum tentang kuesioner dalam hal ini karakteristik dari para responden yang menjawab pernyataan dari pada kuesioner yang telah dibagi, responden yang menggunakan bahkan sesekali menggunakan atau mengetahui dari aplikasi OVO, adapun uraian gambaran umum responden pada penelitian ini adalah sebagai berikut.

### a. Karakteristik Responden

#### 1), karakteristik responden menurut jenis kelamin

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan mengenai karakteristik dari responden ialah dapat dilihat dari tabel berikut ini:

Tabel 4.1 Jenis Kelamin Responden

| Jenis kelamin | Jumlah responden | Persentase (%) |
|---------------|------------------|----------------|
| Laki- laki    | 21               | 30,5%          |
| Perempuan     | 48               | 69,5%          |
| Total         | 69               | 100%           |

Sumber: Olahan Data Primer

Berdasarkan hasil pada tabel 4.1 yaitu jumlah dari karakteristik dari jumlah responden laki-laki 21 orang yang persentasenya adalah 30,5%, sedangkan responden wanita berjumlah 48 orang dengan persentase 69,5%. Hal ini dapat menunjukkan dan membuktikan bahwa jumlah

terbanyak dalam responden adalah perempuan yang berjumlah 48 orang sedangkan laki-laki memiliki kisaran 21 orang.

## 2), Karakteristik Berdasarkan Usia

Berdasarkan kuesioner yang diisi oleh responden, pengelompokan umur dibagi menjadi beberapa kategori, yaitu <21 Tahun, 21-30 Tahun, 31-40 Tahun, 41-50 Tahun, dan >50 Tahun. Data yang diperoleh dapat kita lihat pada tabel sebagai berikut:

Tabel 4.2 Umur Reponden

| Umur responden | Jumlah responden | Persentase (%) |
|----------------|------------------|----------------|
| <21 Tahun      | 10               | 14.5%          |
| 21-30 Tahun    | 59               | 85.5%          |
| 31-40 Tahun    | 0                | 0%             |
| 41-50 Tahun    | 0                | 0%             |
| >50 Tahun      | 0                | 0%             |
| total          | 69               | 100%           |

Sumber: Olahan Data Primer

Berdasarkan tabel di atas menunjukkan bahwa yang menjadi sampel yang berumur di bawah 21 tahun sekitar 10 orang, dan di atas 21 tahun berjumlah 59 orang ini membuktikan bahwa yang terbanyak dalam karakteristik responden ialah yang berumur diatas 21 tahun.

### 3. Analisis dan Pembahasan Variabel Deskriptif

Deskripsi variabel dalam penelitian ini adalah persepsi potongan harga, persepsi kemudahan dan minat transaksi. Data yang diperoleh tersebut berasal dari penyebaran angket yang telah dilakukan sejumlah 69 responden

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan terhadap 69 responden melalui penyebaran kuesioner yang telah dilakukan maka untuk mendapatkan kecenderungan jawaban responden terhadap jawaban masing masing variabel akan didasarkan pada rentan jawaban masing masing variabel yang akan didasarkan pada rentan skor jawaban sebagaimana yang telah tercantum dibawah ini

#### a. Variabel Persepsi Potongan

Analisis deskripsi jawaban responden tentang variabel Persepsi potongan harga didasarkan pada jawaban responden atas pernyataan – pernyataan seperti terdapat dalam kuesioner yang disebarkan kepada responden, variasi jawaban dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 4.3 Distribusi Jawaban Responden Dalam Persepsi Potongan Harga

| No | Klarifikasi         | Frekuensi | Persentase |
|----|---------------------|-----------|------------|
| 1  | Sangat setuju       | 20        | 20%        |
| 2  | Setuju              | 28        | 28%        |
| 3  | Tidak berpendapat   | 16        | 16%        |
| 4  | Tidak setuju        | 5         | 5%         |
| 5  | Sangat tidak setuju | 0         | 0%         |

Sumber : Olahan Data 2020

Dari tabel 4.3, dapat dilihat bahwa yang menjawab sangat setuju berjumlah 20 orang dengan persentase 28%, sedangkan setuju 28 dengan persentase 28%, lain dengan tidak berpendapat sebesar 16 dengan

persentase 5% dan yang menjawab tidak setuju 0% responden yang menjawab tentang persepsi potongan harga.

Tabel 4.4 Distribusi Jawaban Responden Variabel Potongan Harga

| No | Klarifikasi         | Frekuensi | Persentase |
|----|---------------------|-----------|------------|
| 1  | Sangat setuju       | 17        | 36%        |
| 2  | Setuju              | 36        | 17%        |
| 3  | Tidak berpendapat   | 20        | 20%        |
| 4  | Tidak setuju        | 5         | 5%         |
| 5  | Sangat tidak setuju | 1         | 1%         |

Sumber: Olahan Data 2020

Dari tabel di atas yang menjawab sangat setuju berjumlah 17 orang dengan persentase 17%, sedangkan yang menjawab setuju berjumlah 36 orang dengan persentase 36 persen, lain dengan yang menjawab tidak berpendapat berjumlah 20 orang dengan persentase 20%, yang menjawab tidak setuju berjumlah 5 orang dengan persentase 5%, dan yang menjawab sangat tidak setuju berjumlah 1 orang dengan persentase 1% tentang variabel potongan harga.

Tabel 4.5 Distribusi Jawaban Responden Variabel Potongan Harga

| No | Klarifikasi         | Frekuensi | Persentase |
|----|---------------------|-----------|------------|
| 1  | Sangat setuju       | 15        | 15%        |
| 2  | Setuju              | 32        | 32%        |
| 3  | Tidak berpendapat   | 15        | 15%        |
| 4  | Tidak setuju        | 7         | 7%         |
| 5  | Sangat tidak setuju | 0         | 0%         |

Sumber : Olahan Data 2020

Berdasarkan tabel yang ada di atas, dapat dilihat bahwa jawaban responden yang sangat setuju berjumlah 15 orang dengan persentase 15%, sedangkan responden yang menjawab setuju berjumlah 32 orang dengan persentase 32%, responden yang menjawab tidak berpendapat berjumlah 15 orang dengan persentase 15%, lain hal dengan responden

yang menjawab tidak setuju berjumlah 7 orang dengan persentase 7% dan yang menjawab sangat tidak setuju 0 responden tentang hal potongan harga.

Tabel 4.6 Distribusi Responden Variabel Persepsi Potongan Harga

| No | Klarifikasi         | Frekuensi | Persentase |
|----|---------------------|-----------|------------|
| 1  | Sangat setuju       | 19        | 19%        |
| 2  | Setuju              | 27        | 27%        |
| 3  | Tidak berpendapat   | 20        | 20%        |
| 4  | Tidak setuju        | 2         | 2%         |
| 5  | Sangat tidak setuju | 1         | 1%         |

Sumber : Olahan Data 2020

Berdasarkan tabel yang ada di atas, dapat dilihat bahwa jawaban responden yang sangat setuju berjumlah 19 orang dengan persentase 19%, sedangkan responden yang menjawab setuju berjumlah 27 orang dengan persentase 27%, responden yang menjawab tidak berpendapat berjumlah 20 orang dengan persentase 20%, lain hal dengan responden yang menjawab tidak setuju berjumlah 2 orang dengan persentase 2% dan yang menjawab sangat tidak setuju 1 responden dengan persentase 1% tentang hal potongan harga.

Tabel 4.7 Distribusi Jawaban Responden Variabel Potongan Harga

| No | Klarifikasi         | Frekuensi | Persentase |
|----|---------------------|-----------|------------|
| 1  | Sangat setuju       | 23        | 23%        |
| 2  | Setuju              | 23        | 23%        |
| 3  | Tidak berpendapat   | 13        | 13%        |
| 4  | Tidak setuju        | 3         | 3%         |
| 5  | Sangat tidak setuju | 7         | 7%         |

Sumber: Olahan Data 2020

Berdasarkan tabel yang ada di atas, dapat dilihat bahwa jawaban responden yang sangat setuju berjumlah 23 orang dengan persentase 23%, sedangkan responden yang menjawab setuju berjumlah 23 orang

dengan persentase 23%, responden yang menjawab tidak berpendapat berjumlah 13 orang dengan persentase 13%, lain hal dengan responden yang menjawab tidak setuju berjumlah 3 orang dengan persentase 3% dan yang menjawab sangat tidak setuju 7 responden dengan persentase 7% tentang hal potongan harga.

Tabel 4.8 Distribusi Jawaban Responden Variabel Potongan Harga

| No | Klarifikasi         | Frekuensi | Persentase |
|----|---------------------|-----------|------------|
| 1  | Sangat setuju       | 18        | 18%        |
| 2  | Setuju              | 30        | 30%        |
| 3  | Tidak berpendapat   | 14        | 14%        |
| 4  | Tidak setuju        | 4         | 4%         |
| 5  | Sangat tidak setuju | 3         | 3%         |

Sumber: Olahan Data 2020

Berdasarkan tabel yang ada di atas, dapat dilihat bahwa jawaban responden yang sangat setuju berjumlah 18 orang dengan persentase 18%, sedangkan responden yang menjawab setuju berjumlah 30 orang dengan persentase 30%, responden yang menjawab tidak berpendapat berjumlah 14 orang dengan persentase 14%, lain hal dengan responden yang menjawab tidak setuju berjumlah 4 orang dengan persentase 4% dan yang menjawab sangat tidak setuju 3 responden dengan persentase 3% tentang hal potongan harga.

Tabel 4.9 Distribusi Jawaban Responden Variabel Potongan Harga

| No | Klarifikasi         | Frekuensi | Persentase |
|----|---------------------|-----------|------------|
| 1  | Sangat setuju       | 14        | 14%        |
| 2  | Setuju              | 29        | 29%        |
| 3  | Tidak berpendapat   | 16        | 16%        |
| 4  | Tidak setuju        | 7         | 7%         |
| 5  | Sangat tidak setuju | 3         | 3%         |

Sumber: Olahan Data 2020

Berdasarkan tabel yang ada di atas, dapat dilihat bahwa jawaban responden yang sangat setuju berjumlah 14 orang dengan persentase 14%, sedangkan responden yang menjawab setuju berjumlah 29 orang dengan persentase 29%, responden yang menjawab tidak berpendapat berjumlah 16 orang dengan persentase 16%, lain hal dengan responden yang menjawab tidak setuju berjumlah 7 orang dengan persentase 7% dan yang menjawab sangat tidak setuju 3 responden dengan persentase 3% tentang hal potongan harga.

Tabel 4.10 Distribusi Jawaban Responden Variabel Potongan Harga

| No | Klarifikasi         | Frekuensi | Persentase |
|----|---------------------|-----------|------------|
| 1  | Sangat setuju       | 18        | 18%        |
| 2  | Setuju              | 31        | 31%        |
| 3  | Tidak berpendapat   | 14        | 14%        |
| 4  | Tidak setuju        | 5         | 5%         |
| 5  | Sangat tidak setuju | 1         | 1%         |

Sumber: Olahan Data 2020

Berdasarkan tabel yang ada di atas, dapat dilihat bahwa jawaban responden yang sangat setuju berjumlah 18 orang dengan persentase 18%, sedangkan responden yang menjawab setuju berjumlah 31 orang dengan persentase 31%, responden yang menjawab tidak berpendapat berjumlah 14 orang dengan persentase 14%, lain hal dengan responden yang menjawab tidak setuju berjumlah 5 orang dengan persentase 5% dan yang menjawab sangat tidak setuju 1 responden dengan persentase 1% tentang hal potongan harga.



## b. Variabel Persepsi Kemudahan

Analisis deskripsi jawaban responden tentang variabel Persepsi kemudahan didasarkan pada jawaban responden atas pernyataan – pernyataan seperti terdapat dalam kuesioner yang disebarkan kepada responden, variasi jawaban dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 4.11 Distribusi Jawaban Responden Variabel Kemudahan

| No | Klarifikasi         | Frekuensi | Persentase |
|----|---------------------|-----------|------------|
| 1  | Sangat setuju       | 12        | 12%        |
| 2  | Setuju              | 31        | 31%        |
| 3  | Tidak berpendapat   | 19        | 19%        |
| 4  | Tidak setuju        | 5         | 5%         |
| 5  | Sangat tidak setuju | 2         | 2%         |

Sumber: Olahan Data 2020

Berdasarkan tabel yang ada di atas, dapat dilihat bahwa jawaban responden yang sangat setuju berjumlah 12 orang dengan persentase 12%, sedangkan responden yang menjawab setuju berjumlah 31 orang dengan persentase 31%, responden yang menjawab tidak berpendapat berjumlah 19 orang dengan persentase 19%, lain hal dengan responden yang menjawab tidak setuju berjumlah 5 orang dengan persentase 5% dan yang menjawab sangat tidak setuju 2 responden dengan persentase 2% tentang hal kemudahan.

Tabel 4.12 Distribusi Jawaban Responden Persepsi Kemudahan

| No | Klarifikasi         | Frekuensi | Persentase |
|----|---------------------|-----------|------------|
| 1  | Sangat setuju       | 23        | 23%        |
| 2  | Setuju              | 26        | 26%        |
| 3  | Tidak berpendapat   | 15        | 15%        |
| 4  | Tidak setuju        | 4         | 4%         |
| 5  | Sangat tidak setuju | 1         | 1%         |

Sumber: Olahan Data Kuisisioner 2020

Berdasarkan tabel yang ada diatas, dapat dilihat bahwa jawaban responden yang sangat setuju berjumlah 23 orang dengan persentase 23%, sedangkan responden yang menjawab setuju berjumlah 26 orang dengan persentase 26%, responden yang menjawab tidak berpendapat berjumlah 15 orang dengan persentase 15%, lain hal dengan responden yang menjawab tidak setuju berjumlah 4 orang dengan persentase 4% dan yang menjawab sangat tidak setuju 1 responden dengan persentase 1% tentang hal kemudahan.

Tabel 4.13 Distribusi Jawaban Responden Variabel Persepsi Kemudahan

| No | Klarifikasi         | Frekuensi | Persentase |
|----|---------------------|-----------|------------|
| 1  | Sangat setuju       | 18        | 18%        |
| 2  | Setuju              | 31        | 31%        |
| 3  | Tidak berpendapat   | 10        | 10%        |
| 4  | Tidak setuju        | 9         | 9%         |
| 5  | Sangat tidak setuju | 1         | 1%         |

Sumber: Olahan Data 2020

Berdasarkan tabel yang ada di atas, dapat lihat bahwa jawaban responden yang sangat setuju berjumlah 18 orang dengan persentase 18%, sedangkan responden yang menjawab setuju berjumlah 31 orang dengan persentase 31%, responden yang menjawab tidak berpendapat berjumlah 10 orang dengan persentase 10%, lain hal dengan responden yang menjawab tidak setuju berjumlah 9 orang dengan persentase 9% dan yang menjawab sangat tidak setuju 1 responden dengan persentase 1% tentang hal kemudahan.

Tabel 4.14 Distribusi Jawaban Responden Variabel Persepsi Kemudahan

| No | Klarifikasi         | Frekuensi | Persentase |
|----|---------------------|-----------|------------|
| 1  | Sangat setuju       | 18        | 18%        |
| 2  | Setuju              | 33        | 33%        |
| 3  | Tidak berpendapat   | 14        | 14%        |
| 4  | Tidak setuju        | 2         | 2%         |
| 5  | Sangat tidak setuju | 2         | 2%         |

Sumber: Olahan Data 2020

Berdasarkan tabel yang ada di atas, dapat dilihat bahwa jawaban responden yang sangat setuju berjumlah 18 orang dengan persentase 18%, sedangkan responden yang menjawab setuju berjumlah 33 orang dengan persentase 33%, responden yang menjawab tidak berpendapat berjumlah 14 orang dengan persentase 14%, lain hal dengan responden yang menjawab tidak setuju berjumlah 2 orang dengan persentase 2% dan yang menjawab sangat tidak setuju 2 responden dengan persentase 2% tentang hal kemudahan.

Tabel 4.15 Distribusi Jawaban Responden Variabel Persepsi Kemudahan

| No | Klarifikasi         | Frekuensi | Persentase |
|----|---------------------|-----------|------------|
| 1  | Sangat setuju       | 19        | 19%        |
| 2  | Setuju              | 30        | 30%        |
| 3  | Tidak berpendapat   | 13        | 13%        |
| 4  | Tidak setuju        | 5         | 5%         |
| 5  | Sangat tidak setuju | 2         | 2%         |

Sumber: Olahan Data 2020

Berdasarkan tabel yang ada diatas, dapat dilihat bahwa jawaban responden yang sangat setuju berjumlah 19 orang dengan persentase 19%, sedangkan responden yang menjawab setuju berjumlah 30 orang dengan persentase 30%, responden yang menjawab tidak berpendapat berjumlah 13 orang dengan persentase 13%, lain hal dengan responden

yang menjawab tidak setuju berjumlah 5 orang dengan persentase 5% dan yang menjawab sangat tidak setuju 2 responden dengan persentase 2% tentang hal kemudahan.

Tabel 4.16 Distribusi Jawaban Responden Variabel Persepsi Kemudahan

| No | Klarifikasi         | Frekuensi | Persentase |
|----|---------------------|-----------|------------|
| 1  | Sangat setuju       | 21        | 21%        |
| 2  | Setuju              | 27        | 27%        |
| 3  | Tidak berpendapat   | 14        | 14%        |
| 4  | Tidak setuju        | 6         | 6%         |
| 5  | Sangat tidak setuju | 1         | 1%         |

Sumber: Olahan Data 2020

Berdasarkan tabel yang ada di atas, dapat lihat bahwa jawaban responden yang sangat setuju berjumlah 21 orang dengan persentase 21%, sedangkan responden yang menjawab setuju berjumlah 27 orang dengan persentase 27%, responden yang menjawab tidak berpendapat berjumlah 14 orang dengan persentase 14%, lain hal dengan responden yang menjawab tidak setuju berjumlah 6 orang dengan persentase 6% dan yang menjawab sangat tidak setuju 1 responden dengan persentase 1% tentang hal kemudahan.

Tabel 4.17 Distribusi Jawaban Responden Variabel Persepsi Kemudahan

| No | Klarifikasi         | Frekuensi | Persentase |
|----|---------------------|-----------|------------|
| 1  | Sangat setuju       | 17        | 17%        |
| 2  | Setuju              | 34        | 34%        |
| 3  | Tidak berpendapat   | 11        | 11%        |
| 4  | Tidak setuju        | 4         | 4%         |
| 5  | Sangat tidak setuju | 3         | 3%         |

Sumber: Olahan Data 2020

Berdasarkan tabel yang ada di atas, dapat dilihat bahwa jawaban responden yang sangat setuju berjumlah 17 orang dengan persentase

17%, sedangkan responden yang menjawab setuju berjumlah 34 orang dengan persentase 34%, responden yang menjawab tidak berpendapat berjumlah 11 orang dengan persentase 11%, lain hal dengan responden yang menjawab tidak setuju berjumlah 4 orang dengan persentase 4% dan yang menjawab sangat tidak setuju 3 responden dengan persentase 3% tentang hal kemudahan.

Tabel 4.18 Distribusi Jawaban Responden Variabel Persepsi Kemudahan

| No | Klarifikasi         | Frekuensi | Persentase |
|----|---------------------|-----------|------------|
| 1  | Sangat setuju       | 16        | 16%        |
| 2  | Setuju              | 33        | 33%        |
| 3  | Tidak berpendapat   | 15        | 15%        |
| 4  | Tidak setuju        | 4         | 4%         |
| 5  | Sangat tidak setuju | 1         | 1%         |

Sumber: Olahan Data 2020

Berdasarkan tabel yang ada di atas, dapat lihat bahwa jawaban responden yang sangat setuju berjumlah 16 orang dengan persentase 16%, sedangkan responden yang menjawab setuju berjumlah 33 orang dengan persentase 33%, responden yang menjawab tidak berpendapat berjumlah 15 orang dengan persentase 15%, lain hal dengan responden yang menjawab tidak setuju berjumlah 4 orang dengan persentase 4% dan yang menjawab sangat tidak setuju 1 responden dengan persentase 1% tentang hal kemudahan.

### c. Variabel Minat Transaksi

Analisis deskripsi jawaban responden tentang variabel minat transaksi didasarkan pada jawaban responden atas pernyataan – pernyataan seperti terdapat dalam kuesioner yang disebarakan kepada responden, variasi jawaban dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 4.19  
Distribusi Jawaban Responden Variabel Minat transaksi

| No | Klarifikasi         | Frekuensi | Persentase |
|----|---------------------|-----------|------------|
| 1  | Sangat setuju       | 18        | 18%        |
| 2  | Setuju              | 32        | 33%        |
| 3  | Tidak berpendapat   | 12        | 12%        |
| 4  | Tidak setuju        | 5         | 5%         |
| 5  | Sangat tidak setuju | 2         | 2%         |

Sumber: Olahan Data 2020

Berdasarkan tabel yang ada di atas, dapat di lihat bahwa jawaban responden yang sangat setuju berjumlah 18 orang dengan persentase 18%, sedangkan responden yang menjawab setuju berjumlah 32 orang dengan persentase 32%, responden yang menjawab tidak berpendapat berjumlah 12 orang dengan persentase 12%, lain hal dengan responden yang menjawab tidak setuju berjumlah 5 orang dengan persentase 5% dan yang menjawab sangat tidak setuju 2 responden dengan persentase 2% tentang hal minat transaksi.

Tabel 4.20 Distribusi Jawaban Responden Variabel Minat transaksi

| No | Klarifikasi         | Frekuensi | Persentase |
|----|---------------------|-----------|------------|
| 1  | Sangat setuju       | 20        | 20%        |
| 2  | Setuju              | 37        | 37%        |
| 3  | Tidak berpendapat   | 9         | 9%         |
| 4  | Tidak setuju        | 2         | 2%         |
| 5  | Sangat tidak setuju | 1         | 1%         |

Sumber: Olahan Data 2020

Berdasarkan tabel yang ada di atas, dapat lihat bahwa jawaban responden yang sangat setuju berjumlah 20 orang dengan persentase 20%, sedangkan responden yang menjawab setuju berjumlah 37 orang dengan persentase 37%, responden yang menjawab tidak berpendapat berjumlah 9 orang dengan persentase 9%, lain hal dengan responden yang menjawab tidak setuju berjumlah 2 orang dengan persentase 2% dan yang menjawab sangat tidak setuju 1 responden dengan persentase 1% tentang hal minat transaksi.

Tabel 4.21 Distribusi Jawaban Responden Variabel Minat transaksi

| No | Klarifikasi         | Frekuensi | Persentase |
|----|---------------------|-----------|------------|
| 1  | Sangat setuju       | 30        | 30%        |
| 2  | Setuju              | 25        | 25%        |
| 3  | Tidak berpendapat   | 10        | 10%        |
| 4  | Tidak setuju        | 3         | 3%         |
| 5  | Sangat tidak setuju | 1         | 1%         |

Sumber: Olahan Data 2020

Berdasarkan tabel yang ada di atas, dapat dilihat bahwa jawaban responden yang sangat setuju berjumlah 30 orang dengan persentase 30%, sedangkan responden yang menjawab setuju berjumlah 25 orang dengan persentase 25%, responden yang menjawab tidak berpendapat berjumlah 10 orang dengan persentase 10%, lain hal dengan responden yang menjawab tidak setuju berjumlah 3 orang dengan persentase 3% dan yang menjawab sangat tidak setuju 1 responden dengan persentase 1% tentang hal minat transaksi.

Tabel 4.22 Distribusi Jawaban Responden Variabel Minat Transaksi

| No | Klarifikasi         | Frekuensi | Persentase |
|----|---------------------|-----------|------------|
| 1  | Sangat setuju       | 41        | 41%        |
| 2  | Setuju              | 15        | 15%        |
| 3  | Tidak berpendapat   | 8         | 8%         |
| 4  | Tidak setuju        | 4         | 4%         |
| 5  | Sangat tidak setuju | 1         | 1%         |

Sumber: Olahan Data 2020

Berdasarkan tabel yang ada di atas, dapat lihat bahwa jawaban responden yang sangat setuju berjumlah 41 orang dengan persentase 41%, sedangkan responden yang menjawab setuju berjumlah 15 orang dengan persentase 15%, responden yang menjawab tidak berpendapat berjumlah 8 orang dengan persentase 8%, lain hal dengan responden yang menjawab tidak setuju berjumlah 4 orang dengan persentase 4% dan yang menjawab sangat tidak setuju 1 responden dengan persentase 1% tentang hal minat transaksi.

#### 4. Uji Validitas Dan Uji Reliabilitas

##### a. Uji Validitas

Uji validitas merupakan alat ukur yang digunakan oleh peneliti dalam mengukur apakah data kuesioner yang telah dibuat sudah valid atau kurang valid, dalam menentukan validitas sebuah kuesioner, peneliti menggunakan olah data SPSS untuk mengukur apakah instrumen kuesioner sudah  $<0.3$  dari nilai signifikan sebuah item pernyataan.

Berikut ini adalah hasil uji validitas dari variabel persepsi potongan harga, persepsi kemudahan dan minat transaksi terhadap minat transaksi masyarakat menggunakan E-money dalam menggunakan aplikasi OVO pada



mahasiswa IAIN palopo. Jumlah yang digunakan dalam mengukur uji validitas sebanyak 30 sampel.

Tabel 4.23 Uji Validitas Variabel Persepsi Potongan Harga

| <b>Pernyataan</b>   | <b>Corrected Item-<br/>Total Correlation</b> | <b>Keterangan</b> |
|---------------------|--|-------------------|
| Potongan harga<br>1 | 0,552  | Valid             |
| Potongan harga<br>2 | 0,704  | Valid             |
| Potongan harga<br>3 | 0,660  | Valid             |
| Potongan harga<br>4 | 0,403  | Valid             |
| Potongan harga<br>5 | 0,537  | Valid             |
| Potongan harga<br>6 | 0,441  | Valid             |
| Potongan harga<br>7 | 0,603  | Valid             |
| Potongan harga<br>8 | 0,852  | Valid             |

Sumber : Diolah Dengan SPSS Ver. 22

Berdasarkan tabel di atas, dapat dilihat bahwa variabel dari persepsi potongan harga ( $X_1$ ) dinyatakan valid karena setiap item-item pernyataan memiliki nilai koefisien korelasi positif dan lebih dari 0,3.

Tabel 4.24 Uji Validitas Persepsi Kemudahan

| <b>Pernyataan</b> | <b>Corrected Item-<br/>Total Correlation</b> | <b>Keterangan</b> |
|-------------------|--|-------------------|
| Kemudahan 1       | 0,707  | Valid             |
| Kemudahan 2       | 0,566  | Valid             |
| Kemudahan 3       | 0,894  | Valid             |
| Kemudahan 4       | 0,726  | Valid             |

|             |       |       |
|-------------|-------|-------|
| Kemudahan 5 | 0,714 | Valid |
| Kemudahan 6 | 0,427 | Valid |
| Kemudahan 7 | 0,725 | Valid |
| Kemudahan 8 | 0,454 | Valid |

Sumber : Diolah dengan SPSS Ver. 22

Pada tabel 3.2 di atas menunjukkan bahwa setiap item-item dalam variabel persepsi kemudahan dapat dinyatakan valid karena memiliki nilai koefisien korelasi positif dan lebih dari 0,3.

Tabel 4.25 Uji Validitas Variabel Minat Transaksi

| <b>Pernyataan</b>    | <b>Corrected Item-<br/>Total Correlation</b> | <b>Keterangan</b> |
|----------------------|--|-------------------|
| Minat transaksi<br>1 | 0,651  | Valid             |
| Minat transaksi<br>2 | 0,476  | Valid             |
| Minat transaksi<br>4 | 0,643  | Valid             |
| Minat transaksi<br>5 | 0,493  | Valid             |

Sumber : Diolah Dengan SPSS Ver.22

Pada tabel 3.3 di atas menunjukkan bahwa item pada variabel minat transaksi dinyatakan valid karena koefisien korelasi positif dan lebih dari 0,3.

#### b. Uji Reliabilitas

Uji Reliabilitas merupakan hal yang sangat penting dalam melihat hasil instrumen kuisioner yang dibuat dalam hal ini adalah angket sudah reliabel, dalam uji reliabilitas peneliti menggunakan olahan data software SPSS dalam mengukur apakah data item pernyataan yang telah dibuat dapat memenuhi syarat yang bagus dalam ukuran sebuah kuisioner angket.

Berikut ini hasil dari uji reliabilitas dari variabel-variabel yang ada dalam penelitian ini, yaitu:

Tabel 4.26 Reliability Statistics

| Cronbach's Alpha | N of Items |
|------------------|------------|
| ,746             | 22         |

Sumber : Diolah dengan SPSS Ver. 21

Berdasarkan tabel yang ada diatas menunjukkan bahwa semua item pada setiap variabel adalah reliabel karena memiliki nilai *Cronbach Alpha*  $\geq$  0,06.

## 5. Asumsi Klasik

### a. Uji normalitas data

Uji Normalitas data merupakan uji yang dilakukan untuk mengetahui apakah data yang telah disebar pada variabel sudah berdistribusi normal. Uji normalitas data dapat memberikan gambaran apakah data yang telah dibuat berukuran normal atau tidak sehingga berguna pada data yang telah ditentukan.

Untuk mengetahui hasil dari uji normalitas, peneliti melakukan uji *kolmogorov-smirno* dengan hasil sebagai berikut :

Tabel 4.27 Kolmogorov-Smirnov Test Secara Statistik

|                                  |                | Unstandardized Residual |
|----------------------------------|----------------|-------------------------|
| N                                |                | 69                      |
| Normal Parameters <sup>a,b</sup> | Mean           | ,0000000                |
|                                  | Std. Deviation | 2,27462847              |
| Most Extreme Differences         | Absolute       | ,080                    |
|                                  | Positive       | ,065                    |
|                                  | Negative       | -,080                   |
| Test Statistic                   |                | ,080                    |
| Asymp. Sig. (2-tailed)           |                | ,200 <sup>c,d</sup>     |

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

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

Sumber: Data Diolah Dengan Spss 22

Uji Normalitas

$H_0$  : eror berdistribusi normal

$H_1$  : eror tidak berdistribusi normal

Dengan kriteria pengujian

Tolak  $H_0$  jika (Sig) < 0,05

Terima  $H_0$  jika (Sig) > 0,05

Berdasarkan output dari uji *Kolmogrov-Smirnov* Dari output diatas diketahui bahwa nilai signifikansi adalah 0,200 yang berarti  $>$  dari 0,05 maka  $H_0$  diterima dan datanya berdistribusi normal.

b. Uji Multikolinearitas

Uji Multikolinearitas sangat diperlukan dalam mendeteksi apakah kedua variabel bebas memiliki hubungan korelasi yang kuat, dengan melihat *Tolerance* dan *Variance Inflation (VIF)*

Tabel 4.28 Hasil Uji Multikolinearitas

|       |                         | Coefficients <sup>a</sup>   |            |                           |       | Collinearity Statistics |           |
|-------|-------------------------|-----------------------------|------------|---------------------------|-------|-------------------------|-----------|
| Model |                         | Unstandardized Coefficients |            | Standardized Coefficients | t     | Sig.                    | Tolerance |
|       |                         | B                           | Std. Error | Beta                      |       |                         |           |
| 1     | (Constant)              | 4,289                       | 2,456      |                           | 1,747 | ,085                    |           |
|       | Persepsi potongan harga | ,286                        | ,071       | ,459                      | 4,022 | ,000                    | ,814      |
|       | Persepsi kemudahan      | ,109                        | ,078       | ,160                      | 1,400 | ,166                    | ,814      |
|       |                         | Coefficients <sup>a</sup>   |            |                           |       | Collinearity Statistics |           |
| Model |                         |                             |            |                           |       | VIF                     |           |
| 1     | (Constant)              |                             |            |                           |       |                         |           |
|       | Persepsi potongan harga |                             |            |                           |       | 1,229                   |           |
|       | Persepsi kemudahan      |                             |            |                           |       | 1,229                   |           |

a. Dependent Variable: Y

Berdasarkan tabel diatas bahwa dari hasil uji *variance inflation factor* (VIF) pada olahan data SPSS terlihat bahwa masing masing variabel independent memiliki VIF dengan nilai  $<10$  yaitu variabel persepsi potongan harga sebesar 1,229 sedangkan persepsi kemudahan sebesar 1,229 maka dari itu untuk menentukan apakah terjadi multikoleniaritas dapat dilihat pada pengukuran dibawah ini :

$H_0$  : Tidak terjadi multikolinearitas antara variabel-variabel bebas

$H_1$  : multikolinearitas antara variabel-variabel bebas

Dengan kriteria Pengujiannya yaitu :

Tolak  $H_0$  jika nilai VIF  $> 10$

Terima  $H_0$  jika nilai VIF  $< 10$

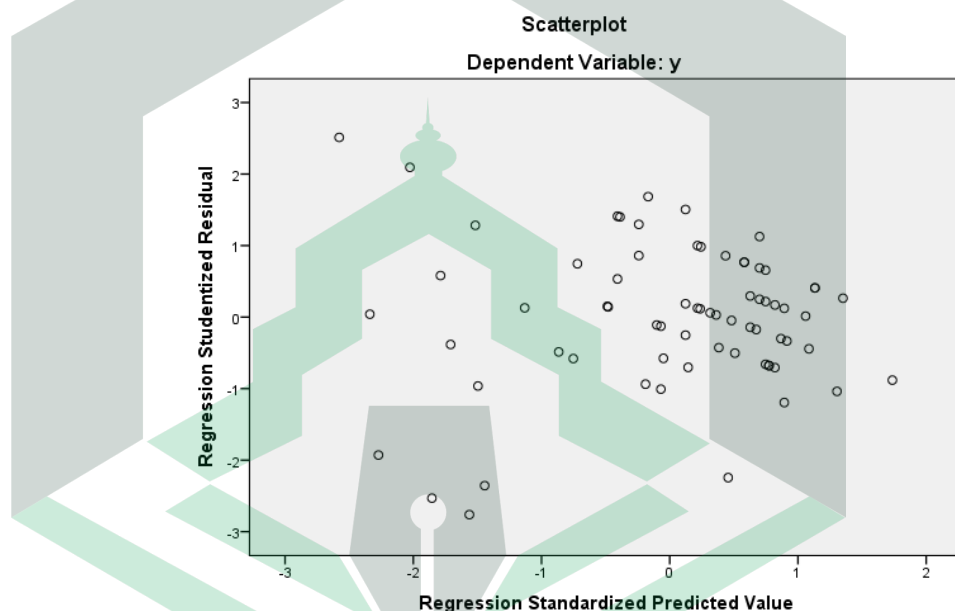
Dari hasil output yang kita dapatkan, maka dapat disimpulkan bahwa regresi linear berganda tidak terjadi multikolinearitas antara variabel-variabel dependen dengan variabel independen yaitu minat transaksi karna nilai VIF dari semua variabel dependen bernilai  $<10$

#### c. Uji Heteroskedastisitas

Uji ini bertujuan untuk menguji apakah model regresi terjadi ketidaksamaan varian residual dan satu observasi dengan yang lain:

Dasar pengambilan keputusan yaitu:

- a. Jika pola tertentu, seperti titik-titik yang membentuk suatu pola tertentu yang teratur (gelombang, melebar, kemudian menyempit ) maka terjadi heterokedastisitas.
- b. Jika tidak ada pola yang jelas, seperti titik-titik yang menyebar di atas dan di bawah angka dan sumbu Y, maka tidak terjadi heterokedastisitas



Gambar/Grafik 4.1 Uji Heterokedastisitas

Dari gambaran grafik dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi masalah heteroskedastisitas karena tidak menunjukkan suatu pola selain titik-titik tersebar di bawah dan di atas angka 0 hingga model regresi yang baik dan ideal dapat terpenuhi.

## 6. Uji Hipotesis

### a. Uji Regresi Linear Berganda

Analisis Regresi Linear Berganda digunakan dalam penelitian ini dengan tujuan untuk membuktikan hipotesis mengenai adanya pengaruh variabel persepsi potongan harga ( $X_1$ ), Persepsi kemudahan ( $X_2$ ), dan minat transaksi ( $Y$ ).

Perhitungan statistik dalam analisis Regresi Linear Berganda yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan bantuan program SPSS 21 *for windows*. Adapun hasilnya dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.29 Regresi Linear Berganda

|       |            | Coefficients <sup>a</sup>   |            |                           |       |
|-------|------------|-----------------------------|------------|---------------------------|-------|
|       |            | Unstandardized Coefficients |            | Standardized Coefficients |       |
| Model |            | B                           | Std. Error | Beta                      | t     |
| 1     | (Constant) | 4,289                       | 2,456      |                           | 1,747 |
|       | x1         | ,286                        | ,071       | ,459                      | 4,022 |
|       | X2         | ,109                        | ,078       | ,160                      | 1,400 |

a. Dependent Variable: y

Sumber : Diolah dengan SPSS Ver. 22

Berdasarkan tabel yang ada diatas pada Uji Regresi Linear yang telah dilakukan bahwa variabel variabel yang terlibat didalamnya memenuhi kualifikasi persyaratan asumsi klasik tersebut, penelitian ini dilanjutkan



dengan melakukan pengujian signifikansi model dan interpretasi model regresi, hasil pengujian regresi linear berganda terangkum sebagai berikut:

$$Y = 4,549 + 0,286 X1 + 0,109 X2 + e$$

Keterangan:

Y : Minat Masyarakat bertransaksi Menggunakan E-Money (OVO)

$\alpha$  : Koefisien Konstanta

$\beta_1, \beta_2$  : Koefisien Regresi

X1 : Persepsi Potongan Harga

X2 : Persepsi Kemudahan

e : *error*

b. Uji Signifikasn parsial ( Uji T )

Uji Parsial dimaksudkan untuk mengetahui ada atau tidaknya pengaruh bebas secara parsial terhadap variabel terikat, hasil dari uji parsial dapat dilihat dengan tabel sebagai berikut:

Tabel 4.30 uji parsial (uji T)

|       |            | Unstandardized Coefficients |            | Standardized Coefficients | t     | Sig. |
|-------|------------|-----------------------------|------------|---------------------------|-------|------|
| Model |            | B                           | Std. Error | Beta                      |       |      |
| 1     | (Constant) | 4,289                       | 2,456      |                           | 1,747 | ,085 |
|       | x1         | ,286                        | ,071       | ,459                      | 4,022 | ,000 |
|       | x2         | ,109                        | ,078       | ,160                      | 1,400 | ,166 |

a. Dependent Variable: y

Sumber : Diolah dengan SPSS Ver. 22

Berdasarkan tabel dari 4.38 dapat kita lihat bahwa hasil uji t dapat memberikan sebuah gambaran dari pengaruh masing masing variabel independen pasrial (individual) terhadap variabel dependen adalah sebagai berikut

1) Pengaruh variabel persepsi potongan harga (X1) terhadap minat transaksi (Y)

$H_0$  : Variabel persepsi potongan harga secara parsial tidak berpengaruh Signifikan terhadap Variabel minat transaksi

$H_1$  : Variabel persepsi potongan harga secara parsial berpengaruh Signifikan terhadap Variabel minat transaksi

Dengan kriteria pengujian

Tolak  $H_0$  jika nilai Signifikan (Sig) < 0,05

Terima  $H_0$  jika nilai Signifikan (Sig) > 0,05

Dari hasil uji parsial atau uji t yang ada ditabel dapat dilihat bahwa nilai signifikan dari variabel persepsi potongan harga adalah 0,00 yang dimana lebih kecil dari 0,05 dan secara hipotesis  $H_0$  ditolak, artinya bahwa variabel persepsi potongan harga secara parsial berpengaruh terhadap minat transaksi.

2) Pengaruh variabel persepsi potongan harga (X1) terhadap minat transaksi (Y)

$H_0$  : Variabel persepsi kemudahan secara parsial tidak berpengaruh Signifikan terhadap Variabel minat transaksi

$H_1$  : Variabel persepsi kemudahan secara parsial berpengaruh Signifikan terhadap Variabel minat transaksi

Dengan kriteria pengujian

Tolak  $H_0$  jika nilai Signifikan (Sig) < 0,05

Terima  $H_0$  jika nilai Signifikan (Sig) > 0,05

Dari hasil uji parsial atau uji t yang ada ditabel dapat dilihat bahwa nilai signifikan dari variabel persepsi kemudahan adalah 0,166 yang dimana lebih besar dari 0,05 dan secara hipotesis  $H_0$  diterima, artinya bahwa variabel persepsi kemudahan secara parsial tidak berpengaruh terhadap minat transaksi.

c. Uji Simultan (Uji F)

Pengujian hipotesis secara simultan sangat penting untuk mencapai sebuah tujuan untuk mengukur besarnya variabel dari persepsi potongan harga dan persepsi kemudahan bersama-sama terhadap variabel minat transaksi, hasil uji simultan dapat kita lihat dalam pengkajian tabel dibawah ini:

Tabel 4.31 Uji F

**ANOVA<sup>a</sup>**

| Model |            | Sum of Squares | df | Mean Square | F      | Sig.              |
|-------|------------|----------------|----|-------------|--------|-------------------|
| 1     | Regression | 150,607        | 2  | 75,304      | 14,126 | ,000 <sup>b</sup> |
|       | Residual   | 351,828        | 66 | 5,331       |        |                   |
|       | Total      | 502,435        | 68 |             |        |                   |

a. Dependent Variable: y

b. Predictors: (Constant), x2, x1

Sumber : Diolah dengan SPSS Ver. 22

Dari hasil uji simultan atau uji F yang diolah dengan SPSS 22 dapat dilihat bahwa variabel dari persepsi potongan harga dan persepsi kemudahan memiliki nilai signifikan 0,00 dengan melihat uji hipotesis dibawah ini:

$H_0$  : Variabel-variabel bebas secara bersamaan tidak berpengaruh Signifikan terhadap variabel terikat.

$H_1$  : Variabel-variabel bebas secara bersamaan berpengaruh Signifikan terhadap variabel terikat.

Dengan kriteria pengujiannya adalah

Tolak  $H_0$  jika nilai (Sig) < 0,05

Terima  $H_1$  jika nilai (Sig) > 0,05

Terlihat pada output di atas nilai Sig = 0,00 dimana 0,00 lebih kecil dari 0,05 yang berarti  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  di terima, artinya bahwa variabel variabel bebas secara bersama-sama berpengaruh terhadap variabel terikat.

#### d. Analisis Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Koefisien Determinasi ini digunakan untuk mengetahui seberapa besar variable bebas memiliki pengaruh terhadap variabel terikatnya. Nilai koefisien determinasi untuk dua variabel bebas digunakan *R Square*.

Tabel 4.32 koefisien determinasi

| Model Summary <sup>b</sup> |                   |          |                   |                            |
|----------------------------|-------------------|----------|-------------------|----------------------------|
| Model                      | R                 | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate |
| 1                          | ,547 <sup>a</sup> | ,300     | ,279              | 2,30884                    |

a. Predictors: (Constant), x2, x1

b. Dependent Variable: y

Sumber : Diolah dengan SPSS Ver. 22

Dari hasil analisis faktor faktor yang mempengaruhi minat transaksi pada tabel 4.40 menunjukkan nilai koefisien (*R Square*) sebesar 0,300 hal ini berarti seluruh variabel bebas yakni Persepsi Potongan harga (X1), Persepsi Kemudahan (X2), mempunyai kontribusi yang bersama-sama sebesar 30% atau hal ini dapat dikatakan hasilnya rendah terhadap variabel terikat (Y) Minat Transaksi. Sedangkan sisanya sebesar 60% (100% - 60) dipengaruhi oleh faktor faktor lain atau variabel-variabel lain yang tidak dimasukkan dalam penelitian ini.

## B. Hasil dan Pembahasan

Berdasarkan hasil uji regresi linear berganda maka menghasilkan penelitian sebagai berikut:

### 1. Pengaruh Potongan Harga Terhadap Minat Transaksi Masyarakat Menggunakan E-Money ( Studi Penggunaan Aplikasi OVO pada Mahasiswa IAIN Palopo)

Berdasarkan Uji Regresi Linear Berganda bahwa variabel persepsi potongan harga memiliki nilai signifikan sebesar 0,00 yang dimana lebih kecil dari 0,05 yang secara hipotesis bahwa persepsi potongan harga berpengaruh terhadap minat transaksi masyarakat menggunakan E-money dalam penggunaan aplikasi OVO pada mahasiswa IAIN Palopo.

Hasil penelitian ini sesuai dengan yang dilakukan oleh Ariska Larasati (2018) yang meneliti pengaruh potongan harga terhadap minat membeli barang online (studi pada belanja online Shopee-pay).

Hasil ini menunjukkan bahwa uang elektrik sangat diminati oleh kalangan mahasiswa IAIN Palopo, dalam hal ini pandangan mahasiswa perbankan syariah angkatan 2016, walaupun presentase pengaruh terbilang tidak besar namun potongan harga yang disediakan oleh jasa ini mampu menarik penggunaannya untuk memakai aplikasi tersebut, selain sangat menguntungkan tentunya dapat memberikan hidup kita jauh lebih hemat terhadap pengeluaran sehari hari.

## 2. Pengaruh Persepsi kemudahan Terhadap Minat Transaksi Masyarakat Menggunakan E-Money ( Studi Penggunaan Aplikasi OVO pada Mahasiswa IAIN Palopo)

Berdasarkan uji regresi linear berganda bahwa variabel persepsi kemudahan memiliki nilai signifikan sebesar 0,166 yang dimana lebih kecil dari 0,05 yang secara hipotesis bahwa persepsi kemudahan tidak berpengaruh terhadap minat transaksi masyarakat menggunakan E-money dalam penggunaan aplikasi OVO pada mahasiswa IAIN Palopo.

Hal ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Elis Lestari, “Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Kebermanfaatan, Computer Self Efficacy, Facilitating Conditions Terhadap Minat Menggunakan E-money” menyatakan bahwa persepsi kemudahan tidak berpengaruh terhadap minat menggunakan E-money, dari pernyataan tersebut dapat ditarik kesimpulannya bahwa kemudahan dalam menggunakan E-money sama sekali tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat masyarakat bertransaksi menggunakan OVO, mungkin ada faktor lain yang dapat berpengaruh dan tidak dipakai dalam penelitian ini.

## BAB V

### PENUTUP

#### A. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dirangkum dan dipatakan terhadap permasalahan, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut :

1. Persepsi potongan harga dalam minat transaksi masyarakat menggunakan E-money dalam hal ini aplikasi OVO pada mahasiswa perbankan syariah angkatan 2016 secara hipotesis berpengaruh signifikan.
2. Persepsi kemudahan dalam minat transaksi masyarakat menggunakan E-money dalam hal ini aplikasi OVO pada mahasiswa perbankan syariah secara hipotesis tidak berpengaruh signifikan
3. Pada variabel bebas dalam hal ini persepsi potongan harag dan perspesi kemudahan secara signifikan sama-sama berpengaruh terhadap minat transaksi masyarakat menggunakan E-money dalam hal ini penggunaan aplikasi OVO pada mahasiswa IAIN Palopo.

#### B. SARAN

Meskipun peneliti telah menyusun dengan sebaik-baiknya tetapi masih saja banyak kekurangan dalam penelitian ini dalam hal keterbatasan, oleh karna itu riset ini diharapkan menjadi penelitian dasar bagi penelitian yang akan dilakukan oleh berbagai pihak sehingga dapat menimbulkan banyak pandangan dan pengetahuan



yang akan membuat wawasan semakin maju, dan untuk saran bagi peneliti selanjutnya agar kiranya dapat menambah variabel-variabel baru lain yang dapat mempengaruhi minat transaksi masyarakat menggunakan E-money dalam hal penggunaan aplikasi OVO.



## DAFTAR PUSTAKA

- Budi Santosa, Purbayu. Ashari. *Analisis Statistik dengan Microsoft Excel & SPSS*. Edisi I; Yogyakarta: ANDI, 2007.
- Davis, F , D., .“*perceived usefulness, perceived esae of use, and user acceptance of information technology.*” *MIS quartely*, 13(3): 319-340, 1989.
- Ghozali, Imam, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 19*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2011.
- Husein umar, *Metode penelitian untuk skripsi dan tesis*. Yogyakarta, rajawali 2013
- Jogiyanto, H.M. sistem informasi keperilakuan. Edisi revisi. Yogyakarta. 2007.
- Nasution. *Perceived of use*. Sistem informasi manajemen. Sanjaya, 2004
- Nasution, M, N. Manajemen mutu terpadu, “ *total quality management*”, edisi kedua, ghalia indonesia, bogor, 2005
- Sekaran, Uma. *RESEARCH METHODS FOR BUSINESS Metodologi Penelitian untuk Bisnis*. Buku 1 Edisi 4; Jakarta: Salemba Empat, 2015.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Bisnis*. (Bandung: Alfabeta), 2008.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta, 2010.
- Sugiyono. *Statistika dan Penelitian*. Bandung: Alfabeta, 2012.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta, 2013
- Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta, 2016
- Suliyanto. *Ekonometrika Terapan: Teori dan Aplikasi dengan SPSS*. Yogyakarta: ANDI, 2011.
- Widjaja, Bernard T. *Lifestyle Marketing*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2009

### **Jurnal dan Skripsi**

- Andrean Septa Yoganda, I Made Bayu Dirganatara, “pengaruh persepsi manfaat, persepsi kemudahan penggunaan, kepercayaan dan persepsi risiko terhadap minat untuk menggunakan instrumen uang elektronik”, volume 6, no. 4, (2017): 5, <https://ejournal3.undip.ac.id/>

- Ahmad ma'ruf. "Minat penggunaan produk e-money di kalangan mahasiswa yogyakarta. Skripsi perbankan syariah". (Januari 31, 2016): 34. <https://digilib.uin-suka.ac.id/id/eprint/24169>
- Arsita Ika Adiyanti. "Pengaruh pendapatan, manfaat, kemudahan penggunaan, daya Tarik promosi, dan kepercayaan terhadap minat menggunakan layanan e-money". Vol 3, no 1 ( Januari 12, 2015): 8 <https://jimfeb.ub.ac.id/index.php/jimfeb/article/view/1590/1456>
- Auranigtyas, s., 2012. Pengaruh computer self efficacy, persepsi manfaat dan persepsi kemudahan penggunaan terhadap kepuasan penggunaan sistem informasi akuntansi: studi kasus pada karyawan bagian keuangan RSUP Dr. Soeradji tirtonegoro klaten. Fakultas ekonomi, universitas negeri yogyakarta. Vol 3, no 1 ( Oktober 2, 2012) 34, <https://eprint.unika.ac.id/>
- Dien Ilham Genady. Pengaruh kemudahan, kemanfaatan, dan promosi uang elektronik terhadap keputusan penggunaan uang elektronik di masyarakat. vol 3. no 1 ( oktober 14 : 2018) 56. <http://fdokumen.com/amp.documet/>
- Dian Prasetya, Endah Mujiasih, Nofiar Aldriandy Putra, "hubungan antara persepsi terhadap potongan harga dengan pengambilan keputusan membeli produk fashion the executive pada pegawai negeri sipil (PNS) badan pemberdayaan masyarakat dan desa provinsi jawa barat", vol 2, no. 3 (2013), 7, <https://ejournal3.undp.ac.id/>
- Elis Lestari, " pengaruh persepsi kemudahan penggunaan, persepsi kebermanfaatan, computer self efficacy, facilitating conditions dan pengetahuan akuntansi terhadap minat menggunakan software zahir", vol 6, no. 1, ( januari 5, 2018), 150, <https://ejournal3.undip.ac.id/>
- Raisa Pratiwi, Pengaruh persepsi kemudahan penggunaan dan persepsi manfaat terhadap minat pengguna dalam bertransaksi menggunakan e-money yang dimediasi oleh sikap pengguna. Jurnal akuntansi. Vol 3, no 1 ( september 25, 2018 ) 15. <http://eprints.mdp.ac.id/idid/eprint/2454>
- Setyo Ferry, Dede R, Usep S. pengaruh persepsi manfaat, persepsi kemudahan, fitur layanan dan kepercayaan terhadap minat menggunakan e-money card (studi pada pengguna jasa commuterline di Jakarta. Vol 6, no 1 ( april 30, 2015) 448, <https://doi.org/10.21009/JRMSI.006.1>
- Singgih Priambodo, Bulan Prabawani, "pengaruh manfaat, persepsi kemudahan penggunaan, dan persepsi risiko terhadap minat menggunakan layanan uang elektronik (studi kasus pada masyarakat kota semarang), vol 5, no. 2, (maret 5, 2016), 5, <https://ejournal3.undip.ac.id/>
- Sutojo, "pengaruh potongan harga terhadap pembelian", vol 6, no. 2, (2014), 34, <https://ejournal3.undip.ac.id/>

Tri dian astuty, “ pengaruh persepsi dan pengetahuan produk terhadap minat penggunaan E-oney dalam perspektif ekonomi islam”, vol 13, no.1 (2018) hal 55, <https://ejournal3.undp.ac.id/>

Vankatesh & Davis, F. D. 2000. A theorectal extension of the thecnology acceptanceModel: four longitunidal field studies, manajemen sciense. ( November 17, 2009) 7, <http://sciencewatch.com/dr/tt/2009/09-augtt-ECO/>

Yenny yunarti, “pengaruh kualitas produk, harga dan kepercayaan terhadap keputusan pembelian produk fashion secara online”, vol 18, no. 1, ( juni 5, 2016 ), 27-37, <https://media.neliti.com/>

Yusni Hervi Yusuf, Zenitha Maulida, Al Munawar, “pengaruh potongan harga terhadap minat beli konsumen dalam membeli E-tiket kapal cepat di pelabuhan Ulee Lheue, Kota Banda Aceh”, vol 9, no. 2 (2018), 8, <https://ejournal3.undp.ac.id/>

Luarn, p., & lin, H. H. Toward an understanding of the behavioral intention to use mobile banking. Computers in human. Vol 21, no 6 ( November 6, 2005) 873-891, <https://doi.org/10.1016/j.chb.2004.03.003>

### Website

Agus, “OVO”, Indonesia, Februari 10, 2016, <https://www.ovo.id/faq>

Perry Warjiyo.”Bank Sentral Republik Indonesia” Bank Indonesia, Desember 5, 2013. <https://www.bi.go.id>

Agus Agung Susilo, Maulana Malik, “Etheses of Maulana Malik Ibrahim State Islamic Univercity” electronic theses, Desember 6, 2018. [http://etheses.uin-malang.ac.id/2235/6/08410165\\_Bab\\_2.pdf](http://etheses.uin-malang.ac.id/2235/6/08410165_Bab_2.pdf).

Saifullah, ok review : “pengertian discount dan potongan harga”. Desember 4, 2013. <http://ok-review.com/pengertian-discount-potongan-harga/>

Juli Eka, Ilmu ekonomi ID : “kumpulan ilmu ekonomi dan bisnis, Juli 7, 2017.<https://www.ilmu-ekonomi-id.com/2017/07/14-jenis-potongan-harga=1>

Adzikra Ibrahim, pengertian defenisi : pengertian transaksi, bukti transaksi dan jenis-jenis transaksi, <https://pengertiandefenisi.com/pengertian-transaksi-bukti-transaksi-dan-jenis-jenis-transaksi/>



Lampiran 1

Kepada Yth,.....

**Assalamu'Alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh**

Nama : Dito prayoga  
 NIM : 16 0402 0111  
 Program Studi : Perbankan Syariah  
 Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam  
 Perguruan Tinggi : Institut Agama Islam Negeri Palopo

Saat ini saya sedang melakukan penelitian untuk skripsi saya mengenai **"Pengaruh persepsi potongan harga dan persepsi kemudahan terhadap minat transaksi masyarakat menggunakan E-Money ( studi penggunaan aplikasi OVO pada mahasiswa IAIN Palopo )"**. Kali ini, saya selaku peneliti meminta kesediaan Bapak/Ibu/Saudara/i untuk membantu penelitian ini dengan mengisi kuesioner. Berikut kuesioner yang saya ajukan, mohon kepada Bapak/Ibu/Saudara/i untuk memberikan jawaban yang sejujur-jujurnya dan sesuai dengan keadaan yang sebenarnya. Adapun jawaban yang Bapak/Ibu/Saudara/i berikan tidak akan berpengaruh pada diri Bapak/Ibu/Saudara/I karena penelitian ini dilakukan semata-mata untuk pengembangan ilmu pengetahuan. Atas kesediannya saya ucapkan terima kasih.

**Wasalamu'Alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh**

Penulis,

**DITO PRAYOGA**

NIM. 16.0402.0208

**PROFIL RESPONDEN**

Isi dan berikan tanda silang (X) pada kotak yang tersedia dibawah ini.

1. Nama :

2. Jenis Kelamin :  Laki-Laki  Perempuan
3. Usia :  < 21 Tahun  
 21 – 30 Tahun  41 – 50 Tahun  
 31 – 40 Tahun  > 50 Tahun
4. Nama Usaha :
5. Nomor Induk Berusaha (NIB) :
6. Pendidikan Terakhir :  SD  SMA/SMK/MAN  
 SMP/MTs  .....
7. Alamat Usaha :
8. Tahun Berdirinya Usaha :
9. Pendapatan Total Anda Perhari :  
 < Rp. 1.000.000,-  
 Rp. 1.000.000,- s/d Rp. 3.000.000,-  
 Rp. 3.000.000,- s/d Rp. 5.000.000,-  
 Rp. 5.000.000,- s/d Rp. 7.000.000,-  
 > Rp. 7.000.000,-

#### A. Petunjuk Pengisian

1. Sebelum mengisi kuesioner ini, mohon Bapak/Ibu membaca setiap butir pernyataan dengan cermat.
2. Silahkan beri tanda *check list* (✓) pada kolom yang sesuai dengan pilihan.
3. Untuk setiap butir pernyataan hanya diperbolehkan memilih satu alternative jawaban.

4. Jika ada kesalahan dalam memilih alternative jawaban, beri tanda (X) pada kolom yang salah kemudian beri tanda *check list* (✓) pada kolom yang sesuai.
5. Semua pernyataan yang ada, mohon dijawab tanpa ada satupun yang lewat.

### B. Keterangan Jawaban

Untuk menjawab pertanyaan berikut, silahkan disesuaikan dengan pengalaman anda selama menggunakan jasa layanan keuangan. Skala penilaian adalah sebagai berikut.

| SINGKATAN | KETERANGAN          | NILAI |
|-----------|---------------------|-------|
| SS        | Sangat Setuju       | 5     |
| S         | Setuju              | 4     |
| TB        | Tidak Berpendapat   | 3     |
| TS        | Tidak Setuju        | 2     |
| STS       | Sangat Tidak Setuju | 1     |

### PERTANYAAN PENELITIAN

1. Apakah anda menggunakan layanan E-Money?
  - Ya
  - Tidak
2. Apakah anda menggunakan Aplikasi OVO ?
  - Ya
  - Tidak

#### I. PERSEPSI POTONGAN HARGA

| NO | PERTANYAAN | JAWABAN |   |    |    |     |
|----|------------|---------|---|----|----|-----|
|    |            | SS      | S | TB | TS | STS |



|   |  | 5 | 4 | 3 | 2 | 1 |
|---|--|---|---|---|---|---|
| 1 | Saya lebih suka membeli produk dengan potongan harga   |   |   |   |   |   |
| 2 | Saya lebih menghemat pengeluaran dengan membeli produk dengan potongan harga jika bertransaksi menggunakan OVO |   |   |   |   |   |
| 3 | Terdapat potongan harga pada aplikasi transaksi online di OVO  |   |   |   |   |   |
| 4 | Potongan harga sangat dibutuhkan dalam membeli sebuah produk   |   |   |   |   |   |
| 5 | Saya sangat beruntung mendapatkan potongan harga dengan membayar menggunakan OVO                               |   |   |   |   |   |
| 6 | Saya sangat tertarik dengan melihat potongan harga dengan hanya bertransaksi menggunakan OVO                   |   |   |   |   |   |
| 7 | Saya akan bertransaksi menggunakan aplikasi OVO untuk mendapatkan potongan harga                               |   |   |   |   |   |
| 8 | Aplikasi OVO selalu memberikan pengurangan harga yang berbeda-beda setiap produk                               |   |   |   |   |   |

## II. PERSEPSI KEMUDAHAN

| NO | PERNYATAAN   | JAWABAN |   |    |    |     |
|----|--|---------|---|----|----|-----|
|    |  | SS      | S | TB | TS | STS |
|    |  | 5       | 4 | 3  | 2  | 1   |
| 1  | Aplikasi OVO sangat mudah digunakan  |         |   |    |    |     |
| 2  | Saya melihat kemudahan dalam bertransaksi menggunakan aplikasi OVO               |         |   |    |    |     |
| 3  | Saya sangat paham menggunakan aplikasi OVO                                       |         |   |    |    |     |
| 4  | Saya dapat membayar dimana dan kapan saja dengan menggunakan aplikasi OVO        |         |   |    |    |     |
| 5  | Saya melihat Top up OVO sebagai aplikasi yang mudah dijangkau tempatnya          |         |   |    |    |     |
| 6  | Kemudahan dalam menggunakan OVO sangat membantu saya melakukan pembayaran apapun |         |   |    |    |     |

|   |   |  |  |  |  |  |
|---|---|--|--|--|--|--|
| 7 | Saya sangat paham menggunakan aplikasi OVO tanpa harus belajar lama   |  |  |  |  |  |
| 8 | Saya akan menggunakan aplikasi OVO karna mudah digunakan dan dipahami |  |  |  |  |  |

### III. *MINAT TRANSAKSI*

| NO | PERNYATAAN  | JAWABAN |   |    |    |     |
|----|---|---------|---|----|----|-----|
|    |   | SS      | S | TB | TS | STS |
|    |   | 5       | 4 | 3  | 2  | 1   |
| 1  | Saya berminat menggunakan OVO sebagai alat transaksi  |         |   |    |    |     |
| 2  | Saya berkeinginan menggunakan OVO karna pilihan yang tepat  |         |   |    |    |     |
| 3  | Saya akan menyarankan penggunaan aplikasi OVO atau bertransaksi menggunakan OVO kepada orang lain               |         |   |    |    |     |
| 4  | Saya berminat menggunakan aplikasi OVO karna informasi positif yang saya cari dan saya dapatkan dari orang lain |         |   |    |    |     |
| 5  | Saya menggali informasi tentang aplikasi OVO  |         |   |    |    |     |

~ TERIMA KASIH ATAS PARTISIPASINYA ~

## Lampiran 2

## Correlations

|        | ITE<br>M1              | ITE<br>M2 | ITE<br>M3 | ITE<br>M4 | ITE<br>M5 | ITE<br>M6  | ITE<br>M7 | ITE<br>M8 | ITE<br>M9  | ITE<br>M10 | ITE<br>M11 | ITE<br>M12 | ITE<br>M13 | ITE<br>M14 | ITE<br>M15 |       |
|--------|------------------------|-----------|-----------|-----------|-----------|------------|-----------|-----------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|-------|
| ITE M1 | Pearson<br>Correlation | 1         | -,520     | -,444     | -,167     | -,176      | -,161     | -,272     | -,535      | -,491      | -,303      | -,611      | -,117      | -,697      | -,385      | -,715 |
|        | Sig. (2-<br>tailed)    |           | ,123      | ,198      | ,645      | ,627       | ,656      | ,447      | ,111       | ,150       | ,395       | ,060       | ,747       | ,025       | ,272       | ,020  |
|        | N                      | 10        | 10        | 10        | 10        | 10         | 10        | 10        | 10         | 10         | 10         | 10         | 10         | 10         | 10         | 10    |
| ITE M2 | Pearson<br>Correlation | -,520     | 1         | ,603      | ,520      | ,526       | ,155      | ,305      | ,813<br>** | ,681       | ,374       | ,711       | ,695       | ,861<br>** | ,211       | ,405  |
|        | Sig. (2-<br>tailed)    | ,123      |           | ,065      | ,123      | ,118       | ,669      | ,391      | ,004       | ,030       | ,287       | ,021       | ,026       | ,001       | ,558       | ,246  |
|        | N                      | 10        | 10        | 10        | 10        | 10         | 10        | 10        | 10         | 10         | 10         | 10         | 10         | 10         | 10         | 10    |
| ITE M3 | Pearson<br>Correlation | -,444     | ,603      | 1         | ,575      | ,822<br>** | ,405      | ,014      | ,587       | ,240       | -,041      | ,494       | ,527       | ,687       | ,207       | ,598  |
|        | Sig. (2-<br>tailed)    | ,198      | ,065      |           | ,082      | ,004       | ,246      | ,969      | ,075       | ,505       | ,911       | ,146       | ,117       | ,028       | ,566       | ,068  |
|        | N                      | 10        | 10        | 10        | 10        | 10         | 10        | 10        | 10         | 10         | 10         | 10         | 10         | 10         | 10         | 10    |
| ITE M4 | Pearson<br>Correlation | -,167     | ,520      | ,575      | 1         | ,371       | ,323      | -,181     | ,535       | ,218       | -,238      | ,209       | ,704       | ,299       | -,348      | ,348  |
|        | Sig. (2-<br>tailed)    | ,645      | ,123      | ,082      |           | ,291       | ,363      | ,616      | ,111       | ,545       | ,508       | ,562       | ,023       | ,402       | ,324       | ,324  |







|         |                     |        |      |        |        |        |       |      |      |      |      |      |      |      |       |      |
|---------|---------------------|--------|------|--------|--------|--------|-------|------|------|------|------|------|------|------|-------|------|
| ITE M20 | Pearson Correlation | - ,068 | ,131 | ,128   | - ,102 | ,192   | ,527  | ,481 | ,218 | ,535 | ,742 | ,447 | ,447 | ,163 | ,569  | ,329 |
|         | Sig. (2-tailed)     | ,852   | ,719 | ,724   | ,779   | ,596   | ,117  | ,159 | ,545 | ,111 | ,014 | ,196 | ,195 | ,653 | ,086  | ,353 |
|         | N                   | 10     | 10   | 10     | 10     | 10     | 10    | 10   | 10   | 10   | 10   | 10   | 10   | 10   | 10    | 10   |
| ITE M21 | Pearson Correlation | - ,102 | ,098 | - ,128 | - ,204 | - ,096 | ,000  | ,889 | ,436 | ,401 | ,424 | ,552 | ,096 | ,195 | ,000  | ,180 |
|         | Sig. (2-tailed)     | ,779   | ,788 | ,724   | ,572   | ,792   | 1,000 | ,001 | ,207 | ,251 | ,222 | ,098 | ,792 | ,589 | 1,000 | ,620 |
|         | N                   | 10     | 10   | 10     | 10     | 10     | 10    | 10   | 10   | 10   | 10   | 10   | 10   | 10   | 10    | 10   |
| JUM LAH | Pearson Correlation | - ,522 | ,704 | ,660   | ,403   | ,537   | ,411  | ,603 | ,852 | ,707 | ,566 | ,894 | ,726 | ,714 | ,427  | ,725 |
|         | Sig. (2-tailed)     | ,122   | ,023 | ,038   | ,248   | ,109   | ,238  | ,065 | ,002 | ,022 | ,088 | ,000 | ,017 | ,020 | ,218  | ,018 |
|         | N                   | 10     | 10   | 10     | 10     | 10     | 10    | 10   | 10   | 10   | 10   | 10   | 10   | 10   | 10    | 10   |

## Correlations

|       |                     | ITEM16 | ITEM17 | ITEM18 | ITEM19 | ITEM20 | ITEM21 | JUMLAH |
|-------|---------------------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|
| ITEM1 | Pearson Correlation | -,298  | -,627  | ,167   | -,272  | -,068  | -,102  | ,522   |
|       | Sig. (2-tailed)     | ,404   | ,052   | ,645   | ,447   | ,852   | ,779   | ,122   |
|       | N                   | 10     | 10     | 10     | 10     | 10     | 10     | 10     |
| ITEM2 | Pearson Correlation | -,017  | ,166   | ,280   | ,196   | ,131   | ,098   | ,704   |
|       | Sig. (2-tailed)     | ,963   | ,646   | ,433   | ,587   | ,719   | ,788   | ,023   |
|       | N                   | 10     | 10     | 10     | 10     | 10     | 10     | 10     |

|       |                     |      |       |       |      |       |        |        |
|-------|---------------------|------|-------|-------|------|-------|--------|--------|
| ITEM3 | Pearson Correlation | ,395 | ,502  | ,209  | ,299 | ,128  | -,128  | ,660*  |
|       | Sig. (2-tailed)     | ,258 | ,139  | ,562  | ,402 | ,724  | ,724   | ,038   |
|       | N                   | 10   | 10    | 10    | 10   | 10    | 10     | 10     |
| ITEM4 | Pearson Correlation | ,473 | -,022 | ,042  | ,272 | -,102 | -,204  | ,403   |
|       | Sig. (2-tailed)     | ,168 | ,953  | ,909  | ,447 | ,779  | ,572   | ,248   |
|       | N                   | 10   | 10    | 10    | 10   | 10    | 10     | 10     |
| ITEM5 | Pearson Correlation | ,099 | ,294  | ,117  | ,287 | ,192  | -,096  | ,537   |
|       | Sig. (2-tailed)     | ,786 | ,409  | ,747  | ,421 | ,596  | ,792   | ,109   |
|       | N                   | 10   | 10    | 10    | 10   | 10    | 10     | 10     |
| ITEM6 | Pearson Correlation | ,136 | ,335  | ,000  | ,527 | ,527  | ,000   | ,411   |
|       | Sig. (2-tailed)     | ,709 | ,344  | 1,000 | ,117 | ,117  | 1,000  | ,238   |
|       | N                   | 10   | 10    | 10    | 10   | 10    | 10     | 10     |
| ITEM7 | Pearson Correlation | ,248 | ,318  | ,181  | ,630 | ,481  | ,889** | ,603   |
|       | Sig. (2-tailed)     | ,490 | ,371  | ,616  | ,051 | ,159  | ,001   | ,065   |
|       | N                   | 10   | 10    | 10    | 10   | 10    | 10     | 10     |
| ITEM8 | Pearson Correlation | ,487 | ,393  | ,356  | ,509 | ,218  | ,436   | ,852** |
|       | Sig. (2-tailed)     | ,154 | ,261  | ,312  | ,133 | ,545  | ,207   | ,002   |
|       | N                   | 10   | 10    | 10    | 10   | 10    | 10     | 10     |
| ITEM9 | Pearson Correlation | ,046 | ,397  | ,600  | ,356 | ,535  | ,401   | ,707*  |
|       | Sig. (2-tailed)     | ,900 | ,256  | ,067  | ,312 | ,111  | ,251   | ,022   |
|       | N                   | 10   | 10    | 10    | 10   | 10    | 10     | 10     |



|        |                     |       |      |       |      |       |       |        |
|--------|---------------------|-------|------|-------|------|-------|-------|--------|
| ITEM10 | Pearson Correlation | -,164 | ,438 | ,563  | ,318 | ,742* | ,424  | ,566   |
|        | Sig. (2-tailed)     | ,652  | ,205 | ,090  | ,371 | ,014  | ,222  | ,088   |
|        | N                   | 10    | 10   | 10    | 10   | 10    | 10    | 10     |
| ITEM11 | Pearson Correlation | ,365  | ,526 | ,193  | ,604 | ,447  | ,552  | ,894** |
|        | Sig. (2-tailed)     | ,300  | ,118 | ,593  | ,064 | ,196  | ,098  | ,000   |
|        | N                   | 10    | 10   | 10    | 10   | 10    | 10    | 10     |
| ITEM12 | Pearson Correlation | ,230  | ,112 | ,469  | ,351 | ,447  | ,096  | ,726*  |
|        | Sig. (2-tailed)     | ,523  | ,759 | ,171  | ,320 | ,195  | ,792  | ,017   |
|        | N                   | 10    | 10   | 10    | 10   | 10    | 10    | 10     |
| ITEM13 | Pearson Correlation | ,084  | ,362 | ,199  | ,163 | ,163  | ,195  | ,714*  |
|        | Sig. (2-tailed)     | ,818  | ,304 | ,581  | ,653 | ,653  | ,589  | ,020   |
|        | N                   | 10    | 10   | 10    | 10   | 10    | 10    | 10     |
| ITEM14 | Pearson Correlation | -,169 | ,628 | ,257  | ,180 | ,569  | ,000  | ,427   |
|        | Sig. (2-tailed)     | ,640  | ,052 | ,474  | ,620 | ,086  | 1,000 | ,218   |
|        | N                   | 10    | 10   | 10    | 10   | 10    | 10    | 10     |
| ITEM15 | Pearson Correlation | ,631  | ,609 | -,073 | ,419 | ,329  | ,180  | ,725*  |
|        | Sig. (2-tailed)     | ,050  | ,062 | ,840  | ,228 | ,353  | ,620  | ,018   |
|        | N                   | 10    | 10   | 10    | 10   | 10    | 10    | 10     |
| ITEM16 | Pearson Correlation | 1     | ,473 | -,035 | ,629 | ,086  | ,343  | ,454   |
|        | Sig. (2-tailed)     |       | ,168 | ,924  | ,051 | ,814  | ,332  | ,188   |
|        | N                   | 10    | 10   | 10    | 10   | 10    | 10    | 10     |

|        |                     |       |       |      |       |       |       |       |
|--------|---------------------|-------|-------|------|-------|-------|-------|-------|
| ITEM17 | Pearson Correlation | ,473  | 1     | ,346 | ,671* | ,565  | ,318  | ,651* |
|        | Sig. (2-tailed)     | ,168  |       | ,327 | ,034  | ,089  | ,371  | ,041  |
|        | N                   | 10    | 10    | 10   | 10    | 10    | 10    | 10    |
| ITEM18 | Pearson Correlation | -,035 | ,346  | 1    | ,408  | ,612  | ,408  | ,476  |
|        | Sig. (2-tailed)     | ,924  | ,327  |      | ,242  | ,060  | ,242  | ,164  |
|        | N                   | 10    | 10    | 10   | 10    | 10    | 10    | 10    |
| ITEM19 | Pearson Correlation | ,629  | ,671* | ,408 | 1     | ,667* | ,667* | ,733* |
|        | Sig. (2-tailed)     | ,051  | ,034  | ,242 |       | ,035  | ,035  | ,016  |
|        | N                   | 10    | 10    | 10   | 10    | 10    | 10    | 10    |
| ITEM20 | Pearson Correlation | ,086  | ,565  | ,612 | ,667* | 1     | ,500  | ,643* |
|        | Sig. (2-tailed)     | ,814  | ,089  | ,060 | ,035  |       | ,141  | ,045  |
|        | N                   | 10    | 10    | 10   | 10    | 10    | 10    | 10    |
| ITEM21 | Pearson Correlation | ,343  | ,318  | ,408 | ,667* | ,500  | 1     | ,493  |
|        | Sig. (2-tailed)     | ,332  | ,371  | ,242 | ,035  | ,141  |       | ,147  |
|        | N                   | 10    | 10    | 10   | 10    | 10    | 10    | 10    |
| JUMLAH | Pearson Correlation | ,454  | ,651* | ,476 | ,733* | ,643* | ,493  | 1     |
|        | Sig. (2-tailed)     | ,188  | ,041  | ,164 | ,016  | ,045  | ,147  |       |
|        | N                   | 10    | 10    | 10   | 10    | 10    | 10    | 10    |

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

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

## Reliability Statistics

| Cronbach's Alpha | N of Items |
|------------------|------------|
| ,746             | 22         |

## Lampiran 3

Variables Entered/Removed<sup>a</sup>

| Model | Variables Entered   | Variables Removed | Method |
|-------|---------------------|-------------------|--------|
| 1     | x2, x1 <sup>b</sup> | .                 | Enter  |

a. Dependent Variable: y

b. All requested variables entered.

Model Summary<sup>b</sup>

| Model | R                 | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate |
|-------|-------------------|----------|-------------------|----------------------------|
| 1     | ,547 <sup>a</sup> | ,300     | ,279              | 2,30884                    |

a. Predictors: (Constant), x2, x1

b. Dependent Variable: y

**ANOVA<sup>a</sup>**

| Model |            | Sum of Squares | df | Mean Square | F      | Sig.              |
|-------|------------|----------------|----|-------------|--------|-------------------|
| 1     | Regression | 150,607        | 2  | 75,304      | 14,126 | ,000 <sup>b</sup> |
|       | Residual   | 351,828        | 66 | 5,331       |        |                   |
|       | Total      | 502,435        | 68 |             |        |                   |

a. Dependent Variable: y

b. Predictors: (Constant), x2, x1

**Coefficients<sup>a</sup>**

| Model |            | Unstandardized Coefficients |            | Standardized Coefficients | t     | Sig. | Collinearity Statistics |
|-------|------------|-----------------------------|------------|---------------------------|-------|------|-------------------------|
|       |            | B                           | Std. Error | Beta                      |       |      | Tolerance               |
| 1     | (Constant) | 4,289                       | 2,456      |                           | 1,747 | ,085 |                         |
|       | x1         | ,286                        | ,071       | ,459                      | 4,022 | ,000 | ,814                    |
|       | x2         | ,109                        | ,078       | ,160                      | 1,400 | ,166 | ,814                    |

**Coefficients<sup>a</sup>**

| Model |            | Collinearity Statistics |       |
|-------|------------|-------------------------|-------|
|       |            | VIF                     |       |
| 1     | (Constant) |                         |       |
|       | x1         |                         | 1,229 |
|       | x2         |                         | 1,229 |

a. Dependent Variable: y

**Collinearity Diagnostics<sup>a</sup>**

| Model | Dimension | Eigenvalue | Condition Index | Variance Proportions |     |     |
|-------|-----------|------------|-----------------|----------------------|-----|-----|
|       |           |            |                 | (Constant)           | x1  | x2  |
| 1     | 1         | 2,981      | 1,000           | ,00                  | ,00 | ,00 |
|       | 2         | ,011       | 16,695          | ,14                  | ,99 | ,28 |
|       | 3         | ,008       | 19,058          | ,86                  | ,01 | ,72 |

a. Dependent Variable: y

**Residuals Statistics<sup>a</sup>**

|                      | Minimum  | Maximum | Mean    | Std. Deviation | N  |
|----------------------|----------|---------|---------|----------------|----|
| Predicted Value      | 12,5547  | 18,9749 | 16,3913 | 1,48822        | 69 |
| Residual             | -6,06537 | 5,44530 | ,00000  | 2,27463        | 69 |
| Std. Predicted Value | -2,578   | 1,736   | ,000    | 1,000          | 69 |
| Std. Residual        | -2,627   | 2,358   | ,000    | ,985           | 69 |

a. Dependent Variable: y

### One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

|                                  |                | Unstandardized Residual |
|----------------------------------|----------------|-------------------------|
| N                                |                | 69                      |
| Normal Parameters <sup>a,b</sup> | Mean           | ,0000000                |
|                                  | Std. Deviation | 2,27462847              |
| Most Extreme Differences         | Absolute       | ,080                    |
|                                  | Positive       | ,065                    |
|                                  | Negative       | -,080                   |
| Test Statistic                   |                | ,080                    |
| Asymp. Sig. (2-tailed)           |                | ,200 <sup>c,d</sup>     |

**Model Summary**

| Model | R                 | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate |
|-------|-------------------|----------|-------------------|----------------------------|
| 1     | ,000 <sup>a</sup> | ,000     | -,030             | 2,30884                    |

a. Predictors: (Constant), x2, x1

**ANOVA<sup>a</sup>**

| Model |            | Sum of Squares | df | Mean Square | F    | Sig.               |
|-------|------------|----------------|----|-------------|------|--------------------|
| 1     | Regression | ,000           | 2  | ,000        | ,000 | 1,000 <sup>b</sup> |
|       | Residual   | 351,828        | 66 | 5,331       |      |                    |
|       | Total      | 351,828        | 68 |             |      |                    |

a. Dependent Variable: abs\_res

b. Predictors: (Constant), x2, x1

**Coefficients<sup>a</sup>**

| Model |            | Unstandardized Coefficients |            | Standardized Coefficients | t    | Sig.  |
|-------|------------|-----------------------------|------------|---------------------------|------|-------|
|       |            | B                           | Std. Error | Beta                      |      |       |
| 1     | (Constant) | 8,994E-16                   | 2,456      |                           | ,000 | 1,000 |
|       | x1         | ,000                        | ,071       | ,000                      | ,000 | 1,000 |
|       | x2         | ,000                        | ,078       | ,000                      | ,000 | 1,000 |

a. Dependent Variable: abs\_res

**Model Summary<sup>b</sup>**

| Model | R                 | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate |
|-------|-------------------|----------|-------------------|----------------------------|
| 1     | ,547 <sup>a</sup> | ,300     | ,279              | 2,30884                    |

a. Predictors: (Constant), x2, x1

b. Dependent Variable: y

**ANOVA<sup>a</sup>**



| Model |            | Sum of Squares | df | Mean Square | F      | Sig.              |
|-------|------------|----------------|----|-------------|--------|-------------------|
| 1     | Regression | 150,607        | 2  | 75,304      | 14,126 | ,000 <sup>b</sup> |
|       | Residual   | 351,828        | 66 | 5,331       |        |                   |
|       | Total      | 502,435        | 68 |             |        |                   |

a. Dependent Variable: y

b. Predictors: (Constant), x2, x1

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

| Model |            | Unstandardized Coefficients |            | Standardized Coefficients | t     | Sig. |
|-------|------------|-----------------------------|------------|---------------------------|-------|------|
|       |            | B                           | Std. Error | Beta                      |       |      |
| 1     | (Constant) | 4,289                       | 2,456      |                           | 1,747 | ,085 |
|       | x1         | ,286                        | ,071       | ,459                      | 4,022 | ,000 |
|       | x2         | ,109                        | ,078       | ,160                      | 1,400 | ,166 |

a. Dependent Variable: y

Residuals Statistics<sup>a</sup>

|                                   | Minimum  | Maximum | Mean    | Std. Deviation | N  |
|-----------------------------------|----------|---------|---------|----------------|----|
| Predicted Value                   | 12,5547  | 18,9749 | 16,3913 | 1,48822        | 69 |
| Std. Predicted Value              | -2,578   | 1,736   | ,000    | 1,000          | 69 |
| Standard Error of Predicted Value | ,284     | 1,003   | ,458    | ,149           | 69 |
| Adjusted Predicted Value          | 11,8233  | 19,0987 | 16,4106 | 1,48670        | 69 |
| Residual                          | -6,06537 | 5,44530 | ,00000  | 2,27463        | 69 |
| Std. Residual                     | -2,627   | 2,358   | ,000    | ,985           | 69 |
| Stud. Residual                    | -2,762   | 2,512   | -,004   | 1,019          | 69 |
| Deleted Residual                  | -6,70630 | 6,17672 | -,01931 | 2,43734        | 69 |
| Stud. Deleted Residual            | -2,915   | 2,621   | -,007   | 1,043          | 69 |
| Mahal. Distance                   | ,041     | 11,854  | 1,971   | 2,137          | 69 |
| Cook's Distance                   | ,000     | ,289    | ,025    | ,063           | 69 |
| Centered Leverage Value           | ,001     | ,174    | ,029    | ,031           | 69 |

a. Dependent Variable: y

Charts



|   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 |
| 2 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 2 |
| 5 | 2 | 4 | 4 | 5 | 5 | 3 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 |
| 4 | 4 | 3 | 5 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 5 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 2 | 3 | 3 | 1 | 2 |
| 3 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 3 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 |
| 5 | 4 | 4 | 3 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 |
| 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 |
| 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 |
| 5 | 2 | 2 | 2 | 2 | 4 | 4 | 4 | 5 | 2 | 2 | 2 |
| 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 3 | 2 | 4 | 4 |
| 5 | 4 | 3 | 5 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 |
| 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 5 | 4 | 5 | 5 |
| 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 2 | 3 | 5 |
| 5 | 4 | 5 | 5 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 2 |
| 3 | 5 | 3 | 3 | 3 | 5 | 4 | 4 | 4 | 3 | 5 | 4 |
| 5 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 5 | 5 | 3 | 2 | 1 |
| 4 | 5 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 5 |
| 5 | 5 | 5 | 4 | 3 | 4 | 5 | 3 | 2 | 5 | 5 | 4 |
| 4 | 4 | 2 | 4 | 5 | 3 | 3 | 5 | 4 | 4 | 4 | 2 |
| 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 3 | 5 | 2 |
| 2 | 5 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 5 | 4 | 3 | 5 | 5 |
| 3 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 3 | 3 | 4 |
| 4 | 4 | 3 | 3 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 3 | 3 | 4 |
| 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 5 | 5 |
| 5 | 4 | 5 | 5 | 3 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 |
| 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 3 | 4 | 4 | 4 | 2 | 3 | 4 |
| 3 | 4 | 3 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 2 | 4 | 3 | 4 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 2 | 4 | 4 | 4 |
| 3 | 3 | 2 | 3 | 5 | 3 | 2 | 4 | 5 | 3 | 5 | 5 |
| 4 | 2 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 3 | 4 | 5 | 5 | 5 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 3 | 5 | 4 |
| 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 3 | 4 | 4 | 4 | 2 |
| 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 5 | 4 | 4 | 3 | 4 |
| 4 | 4 | 3 | 2 | 4 | 4 | 2 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 5 | 4 | 4 | 3 | 5 | 5 | 4 | 3 | 3 | 5 | 5 | 3 |
| 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 5 | 4 | 3 | 4 | 5 | 5 |
| 5 | 4 | 2 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 3 | 4 | 5 | 3 |
| 3 | 4 | 4 | 3 | 2 | 3 | 2 | 4 | 3 | 5 | 4 | 3 |
| 4 | 4 | 4 | 5 | 1 | 1 | 1 | 2 | 3 | 2 | 3 | 4 |
| 5 | 3 | 4 | 3 | 3 | 2 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 5 |
| 3 | 4 | 2 | 3 | 1 | 2 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 |
| 2 | 4 | 3 | 5 | 1 | 3 | 4 | 3 | 2 | 1 | 3 | 2 |
| 4 | 3 | 4 | 3 | 2 | 2 | 2 | 3 | 4 | 4 | 5 | 5 |
| 4 | 5 | 3 | 3 | 1 | 1 | 2 | 3 | 4 | 3 | 4 | 5 |
| 4 | 5 | 5 | 5 | 1 | 1 | 2 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 |
| 3 | 4 | 4 | 5 | 1 | 2 | 1 | 1 | 2 | 1 | 2 | 4 |
| 4 | 1 | 2 | 1 | 1 | 4 | 3 | 3 | 5 | 4 | 5 | 4 |
| 5 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 3 | 5 | 4 |
| 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 3 | 4 | 5 | 5 |
| 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 3 | 3 | 4 |
| 5 | 5 | 2 | 3 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 3 | 4 | 4 |
| 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 |
| 3 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 |
| 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 3 | 4 | 5 | 4 | 3 | 4 |
| 4 | 2 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 5 | 5 | 4 | 3 |
| 3 | 3 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 2 | 5 | 5 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 |
| 4 | 5 | 3 | 3 | 5 | 5 | 5 | 3 | 4 | 3 | 4 | 5 |
| 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 3 | 4 | 5 |
| 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 5 | 5 | 4 | 3 |
| 3 | 2 | 4 | 5 | 3 | 4 | 4 | 5 | 5 | 3 | 4 | 5 |
| 2 | 3 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 3 | 5 | 5 | 4 |
| 3 | 5 | 4 | 3 | 5 | 3 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 3 |
| 4 | 4 | 3 | 5 | 5 | 5 | 5 | 3 | 2 | 4 | 4 | 4 |
| 4 | 3 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 3 | 4 | 5 | 4 |
| 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 3 | 5 | 4 | 3 | 5 | 4 |

|   |   |   |   |   |   |   |   |   |    |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|----|
| 4 | 4 | 2 | 2 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 81 |
| 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 3 | 4 | 4 | 5 | 84 |
| 2 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 68 |
| 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 79 |
| 3 | 3 | 2 | 1 | 2 | 3 | 1 | 3 | 2 | 53 |
| 5 | 5 | 5 | 3 | 5 | 4 | 4 | 5 | 3 | 93 |
| 4 | 5 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 90 |
| 4 | 1 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 5 | 80 |
| 3 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 79 |
| 2 | 4 | 2 | 2 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 68 |
| 4 | 5 | 3 | 5 | 2 | 5 | 4 | 4 | 4 | 85 |
| 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 88 |
| 3 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 3 | 84 |
| 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 88 |
| 3 | 4 | 4 | 5 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 80 |
| 4 | 2 | 3 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 82 |
| 4 | 5 | 3 | 1 | 4 | 3 | 5 | 3 | 5 | 77 |
| 1 | 2 | 3 | 3 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 79 |
| 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 5 | 4 | 85 |
| 3 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 84 |
| 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 5 | 4 | 5 | 85 |
| 5 | 3 | 4 | 4 | 5 | 2 | 4 | 4 | 4 | 81 |
| 5 | 5 | 5 | 4 | 3 | 4 | 5 | 5 | 5 | 92 |
| 5 | 3 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 3 | 5 | 84 |
| 5 | 5 | 3 | 5 | 4 | 4 | 3 | 5 | 5 | 85 |
| 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 5 | 5 | 81 |
| 3 | 4 | 5 | 4 | 3 | 2 | 5 | 5 | 4 | 87 |
| 5 | 3 | 4 | 3 | 4 | 1 | 2 | 5 | 4 | 78 |
| 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 88 |
| 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 3 | 4 | 4 | 5 | 86 |
| 4 | 4 | 3 | 1 | 5 | 4 | 3 | 4 | 4 | 75 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 5 | 5 | 3 | 86 |
| 4 | 5 | 5 | 4 | 3 | 5 | 4 | 4 | 5 | 90 |
| 1 | 1 | 4 | 4 | 3 | 5 | 4 | 3 | 4 | 74 |
| 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 87 |
| 3 | 4 | 5 | 5 | 4 | 3 | 4 | 5 | 5 | 80 |
| 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 88 |
| 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 5 | 87 |
| 5 | 5 | 5 | 4 | 2 | 4 | 4 | 5 | 5 | 87 |
| 3 | 2 | 1 | 2 | 1 | 1 | 5 | 4 | 5 | 64 |
| 4 | 5 | 5 | 4 | 3 | 4 | 5 | 3 | 1 | 68 |
| 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 2 | 3 | 2 | 2 | 66 |
| 5 | 5 | 4 | 3 | 4 | 2 | 3 | 1 | 2 | 65 |
| 3 | 4 | 5 | 3 | 4 | 4 | 3 | 2 | 3 | 64 |
| 4 | 2 | 2 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 3 | 74 |
| 4 | 3 | 2 | 4 | 3 | 2 | 2 | 2 | 2 | 62 |
| 3 | 3 | 5 | 5 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 74 |
| 3 | 2 | 3 | 5 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 60 |
| 3 | 3 | 2 | 2 | 3 | 4 | 4 | 5 | 5 | 68 |
| 4 | 4 | 3 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 86 |
| 5 | 4 | 3 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 93 |
| 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 87 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 86 |
| 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 92 |
| 4 | 5 | 4 | 3 | 4 | 5 | 3 | 5 | 5 | 89 |
| 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 3 | 4 | 5 | 5 | 88 |
| 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 82 |
| 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 5 | 5 | 5 | 85 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 5 | 5 | 81 |
| 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 91 |
| 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 94 |
| 4 | 5 | 4 | 3 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 90 |
| 4 | 4 | 5 | 3 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 84 |
| 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 89 |
| 5 | 5 | 4 | 5 | 2 | 5 | 4 | 5 | 5 | 89 |
| 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 3 | 4 | 5 | 87 |
| 5 | 3 | 4 | 3 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 87 |
| 5 | 3 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 89 |
| 5 | 3 | 5 | 5 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 87 |

## Lampiran 5

**NOTA DINAS TIM PENGUJI**

Lamp. :

Hal : skripsi an. Dito Prayoga

Yth. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Di

Palopo

*Assalamu 'alaikum wr. wb.*

Setelah menelaah naskah perbaikan berdasarkan seminar hasil penelitian terdahulu, baik dari segi isi, bahasa maupun teknik penulisan terhadap naskah skripsi mahasiswa di bawah ini:

|               |   |
|---------------|---|
| Nama          | : Dito Prayoga  |
| Nim           | : 16 0402 0111  |
| Program studi | : Perbankan Syariah   |
| Judul skripsi | : pengaruh persepsi potongan harga dan kemudahan terhadap minat mahasiswa bertransaksi menggunakan E-Money (studi penggunaan aplikasi OVO pada mahasiswa IAIN PALOPO) |

maka naskah skripsi tersebut dinyatakan sudah memenuhi syarat-syarat akademik dan layak diajukan untuk diujikan pada ujian *munaqasyah*.

Demikian disampaikan untuk proses selanjutnya.

*Wassalamu 'alaikum wr. wb.*

1. Dr. Takdir, SH., MH.  
Penguji I

(  )  
tanggal:


2. Dr. Rahmawati, M. Ag  
Penguji II

(  )  
tanggal: 29 Mei 2020

3. Hendra Safri, SE., M.M.  
Pembimbing I/penguji

(  )  
tanggal:

4. Nur Ariani Aqidah, S.E., M.Sc  
Pembimbing II/penguji

(  )  
tanggal

## Lampiran 6

**HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING**

Setelah menelaah dengan seksama skripsi berjudul : Pengaruh Persepsi Potongan Harga dan Persepsi Kemudahan Terhadap Minat Masyarakat Bertransaksi Menggunakan E-Money (Studi Penggunaan Aplikasi OVO Pada Mahasiswa IAIN Palopo) yang Ditulis Oleh

|               |                            |
|---------------|----------------------------|
| Nama          | : Dito Prayoga             |
| NIM           | : 16 0402 0111             |
| Fakultas      | : Ekonomi dan Bisnis Islam |
| Program Studi | : Perbankan Syariah        |

menyatakan bahwa skripsi tersebut telah memenuhi syarat-syarat akademik dan layak untuk diajukan pada ujian/seminar hasil penelitian.

Demikian persetujuan ini dibuat untuk proses selanjutnya

|   |  |
|---|--|
| Pembimbing I  | Pembimbing II  |
|  |  |
| Hendra Safri, M.M   | Nur Ariani Aqidah, SE., M. Sc.   |
| Tanggal : 16 Maret 2020   | Tanggal : 16 Maret 2020  |

## Lampiran 7

**TIM VERIFIKASI NASKAH SKRIPSI**  
**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM IAIN PALOPO**

NOTA DINAS

Lamp. : 1 (Satu) Skripsi  
Hal : Skripsi an. Dito Prayoga

Yth. Dekan Fakutlas Ekonomi dan Bisnis Islam  
Di  
Palopo

*Assalamu 'alaikum wr. wb.*

Tim Verifikasi Naskah Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Palopo setelah menelaah naskah skripsi sebagai berikut:

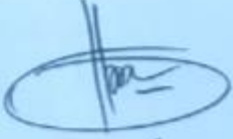

|               |   |
|---------------|---|
| Nama          | : Dito Prayoga  |
| NIM           | : 16 0402 0111  |
| Program Studi | : Perbankan Syariah   |
| Judul Skripsi | : Pengaruh Persepsi Potongan Harga dan Persepsi Kemudahan terhadap Minat Masyarakat Bertransaksi Menggunakan E-Money (Studi Penggunaan Aplikasi OVO Pada Mahasiswa IAIN Palopo) |

Menyatakan bahwa penulisan naskah skripsi tersebut

1. Telah memenuhi ketentuan sebagaimana dalam *Buku Pedoman Penulisan Skripsi, Tesis dan Artikel Ilmiah* yang berlaku pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Palopo.
2. Telah sesuai dengan kaidah tata bahasa sebagaimana diatur dalam Pedoman Umum Ejaan Bahasa Indonesia.

Demikian disampaikan untuk diproses selanjutnya.  
*Wassalamu 'alaikum wr. wb.*

**Tim Verifikasi**

|   |   |
|---|---|
| 1. Nur Ariani Aqidah, SE., M.Sc.<br>tanggal : | (  ) |
| 2. Purnama Sari, SE.<br>tanggal :             | (  ) |



## Lampiran 8





1 2 0 2 0 1 9 0 0 9 0 2 5 5

**PEMERINTAH KOTA PALOPO**  
**DINAS PENANAMAN MODAL DAN PELAYANAN TERPADU SATU PINTU**  
 Alamat : Jl. K.H.M. Hasyim No.5 Kota Palopo - Sulawesi Selatan Telpn : (0471) 326048

ASLI

**IZIN PENELITIAN**

NOMOR : 255/IP/DPMPTSP/III/2020

**DASAR HUKUM :**

1. Undang-Undang Nomor 18 Tahun 2002 tentang Sistem Nasional Penelitian, Pengembangan dan Penerapan IPTEK;
2. Peraturan Menteri Nomor 64 Tahun 2011 tentang Pedoman Penerbitan Rekomendasi Penelitian, sebagaimana telah diubah dengan Peraturan Menteri Nomor 7 Tahun 2014;
3. Peraturan Walikota Palopo Nomor 23 Tahun 2016 tentang Penyederhanaan Perizinan dan Non Perizinan di Kota Palopo;
4. Peraturan Walikota Palopo Nomor 22 Tahun 2016 tentang Pendelegasian Wewenang Penyelenggaraan Perizinan dan Non Perizinan Kepada Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Kota Palopo.

**MEMBERIKAN IZIN KEPADA**

|               |                                   |
|---------------|-----------------------------------|
| Nama          | : DITO PRAYOGA                    |
| Jenis Kelamin | : Laki-Laki                       |
| Alamat        | : Jl. Garuda Perumnas Kota Palopo |
| Pekerjaan     | : Mahasiswa                       |
| NIM           | : 16 0402 0111                    |

Maksud dan Tujuan mengadakan penelitian dalam rangka penulisan Skripsi dengan Judul :

**PENGARUH PERSEPSI POTONGAN HARGA DAN PERSEPSI KEMUDAHAN TERHADAP MINAT TRANSAKSI MASYARAKAT MENGGUNAKAN E-MONEY (STUDI PENGGUNAAN APLIKASI OVO PADA MAHASISWA IAIN PALOPO)**

|                    |   |
|--------------------|---|
| Lokasi Penelitian  | : KAMPUS INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) KOTA PALOPO |
| Lamanya Penelitian | : 02 Maret 2020 s.d. 01 Juni 2020                       |

**DENGAN KETENTUAN SEBAGAI BERIKUT :**

1. Sebelum dan sesudah melaksanakan kegiatan penelitian kiranya melapor pada **Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Kota Palopo**.
2. Menaatinya semua peraturan perundang-undangan yang berlaku, serta menghormati Adat Istiadat setempat.
3. Penelitian tidak menyimpang dari maksud izin yang diberikan.
4. Menyerahkan 1 (satu) exemplar foto copy hasil penelitian kepada Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Kota Palopo.
5. Surat Izin Penelitian ini dinyatakan tidak berlaku, bilamana pemegang izin ternyata tidak menaati ketentuan-ketentuan tersebut di atas.

Demikian Surat Izin Penelitian ini diterbitkan untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Diterbitkan di Kota Palopo  
 Pada tanggal : 03 Maret 2020  
 a.n. Kepala Dinas Penanaman Modal dan PTSP  
 Kepala Bidang Pengkajian dan Pemrosesan Perizinan PTSP



**ANDI AGUS MANDASINI, SE, M.AP**  
 Pangkat : Penata  
 NIP : 19780805 201001 1 014

**Tembusan :**

1. Kepala Badan Kesbang Prov. Sul-Sel
2. Walikota Palopo
3. Dandim 1403/SVG
4. Kepala Kepolisian
5. Kepala Badan Penelitian dan Pengembangan Kota Palopo
6. Kepala Badan Reskrim Kota Palopo
7. Instansi terkait tempat dilaksanakan penelitian

## Lampiran 9

**RIWAYAT HIDUP**

**Dito Prayoga**, lahir di Bone-bone pada tanggal 15 Januari 1999. Penulis merupakan anak ketiga dari empat bersaudara dari pasangan seorang ayah bernama Darlis dan ibu Suyati. Saat ini, penulis bertempat tinggal di Desa Manrung Kecamatan Malili Kabupaten Luwu Timur. Pendidikan dasar penulis diselesaikan pada tahun 2010 dengan dua SD

sekolah dasar yang pertama SDN 192 Kopi-Kopi dan berpindah SDN 232 Wulasi saat menginjak kelas tiga. Kemudian, di tahun yang sama menempuh pendidikan di SMP 3 Malili pada tahun 2010 hingga tahun 2013. Pada saat menempuh pendidikan di SMP, penulis bergabung dalam organisasi PMR dan menjabat sebagai ketua dan bergabung dalam organisasi seni budaya dan aktif dalam berbagai kegiatan ekstrakurikuler diantaranya; olahraga badminton, vokal group, dan bergabung dalam tim senam jantung sehat. Pada tahun 2013 melanjutkan pendidikan di SMA Negeri 2 Malili yang sekarang menjadi SMAN 12 Luwu Timur. Tahun 2014, Penulis meraih juara 1 dalam lomba menulis cerpen tingkat nasional yang digelar secara online di sebuah website milik penerbit buku dan pada tahun 2015 mengikuti lomba daur ulang sampah dengan meraih juara harapan II tingkat kabupaten. Penulis juga sering menjuarai lomba menyanyi antar kecamatan dan kabupaten. Setelah lulus di pada tahun 2016, penulis melanjutkan pendidikannya sesuai dengan jurusan yang diambil pada saat SMA yaitu IPS dan memilih perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palopo.

Contak person penulis : [dito\\_prayoga\\_mhs@iainpalopo.ac.id](mailto:dito_prayoga_mhs@iainpalopo.ac.id)