PENGARUH *PERCEIVED USEFULNESS, PERCEIVED EASE OF USE,* DAN *SERVICE QUALITY* TERHADAP KEPUASAN PENGGUNA APLIKASI FLIP DI KOTA 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

IAIN PALOPO

Oleh

MUSPIDA HAPSAH

2004020039

PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PALOPO
2024

PENGARUH *PERCEIVED USEFULNESS, PERCEIVED EASE OF USE,* DAN *SERVICE QUALITY* TERHADAP KEPUASAN PENGGUNA APLIKASI FLIP DI KOTA 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

IAIN PALOPO

Oleh

MUSPIDA HAPSAH
2004020039

Pembimbing:

Mursyid, S.Pd., M.M.

PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PALOPO
2024

HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Muspida Hapsah

Nim : 20 0402 0039

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, 05 September 2024

Yang membuat Pernyataan

Muspida Hapsah

NIM. 20 0402 0039

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi berjudul Pengaruh *Perceived Usefulness*, *Perceived Ease of Use* dan *Service Quality* terhadap Kepuasan Pengguna Aplikasi Flip di Kota Palopo yang ditulis oleh Muspida Hapsah Nomor Induk Mahasiswa (NIM) 2004020039, mahasiswa Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Palopo, yang dimunaqasyahkan pada hari Kamis, tanggal 5 September 2024 bertepatan dengan 1 Rabiul Awal 1446 Hijriah telah diperbaiki sesuai catatan dan permintaan Tim Penguji, dan diterima sebgai sebagai syarat meraih gelar Sarjana Ekonomi (S.E).

Palopo, 5 September 2024

TIM PENGUJI

1.	Dr. Hj. Anita Marwing, S.H.I., M.H.I.	Ketua Sidang	( )
2.	Dr. Fasiha, S.E.I. M.E.I.	Sekretaris Sidang	( )
3.	Dr. Hj. Anita Marwing, S.H.I., M.H.I.	Penguji I	( )
4.	Muh. Ginanjar, S.E., M.M.	Penguji II	( )
5.	Mursyid, S.Pd., M.M.	Pembimbing	( )

Mengetahui

a.n. Rektor IAIN Palopo Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam	Ketua Program Studi Perbankan Syariah
Dr. Anita Marwing, S.H.I., M.H.I. NIP 198201242009012006	Edi Indra Setiawan, S.E., M.M. NIP 198912072019031005

PRAKATA

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

الْحَمْدُ لِلَّهِ رَبِّ الْعَالَمِينَ وَالصَّلَاةُ وَالسَّلَامُ عَلَى أَشْرَفِ الْأَنْبِيَاءِ وَالْمُرْسَلِينَ

سَيِّدِنَا مُحَمَّدٍ وَعَلَى آلِهِ وَأَصْحَابِهِ أَجْمَعِينَ

Puji syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT. Atas segala rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **"Pengaruh *Perceived Usefulness, Perceived Ease Of Use*, dan *Service Quality* Terhadap Kepuasan Pengguna Aplikasi Flip di Kota Palopo"** setelah melalui proses yang panjang.

Shalawat serta salam tercurahkan kepada Nabi Muhammad Shallallahu alaihi wasallam, kepada para keluarga, sahabat dan serta para pengikutnya. Skripsi ini disusun sebagai syarat harus diselesaikan, guna memperoleh gelar sarjana Ekonomi dalam program studi Perbankan Syariah di institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palopo. Penulisan tugas akhir skripsi ini dapat terselesaikan berkat bantuan, bimbingan serta dorongan dari banyak pihak walaupun penulisan skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan.

Penulis menyadari bahwa dalam penyelesaian penulisan skripsi ini. Penulis banyak menghadapi kesulitan. Namun, dengan ketabahan dan kekuatan yang disertai dengan doa, bantuan, petunjuk, masukan dan dorongan moril dari

berbagai pihak, sehingga alhamdulillah skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik.

Oleh karena itu, penulis ingin menyampaikan terima kasih yang tak terhingga kepada kedua orang tua saya tercinta yang berjasa dalam hidup saya, Ibu Hadarnawati dan Bapak Ambo Dai. Terima kasih atas kepercayaan yang telah diberikan atas izin merantau dari kalian, serta pengorbanan, cinta, do'a, motivasi, semangat dan nasihat yang tiada hentinya diberikan kepada anaknya. Dan juga tanpa lelah mendukung segala keputusan dan pilihan dalam hidup saya, kalian sangat berarti. Semoga Allah SWT selalu menjaga kalian dalam kebaikan dan kemudahan Aamiin. Ucapan terima kasih dengan penuh ketulusan dan keikhlasan yang sedalam-dalamnya kepada semua pihak:

1. Rektor IAIN Palopo Dr. Abbas Langaji, M.Ag. Wakil Rektor Bidang Akademik dan Pengembangan Kelembagaan Dr. Munir Yusuf, M.Pd, Wakil Rektor Bidang Administrasi Umum, Perencanaan dan Keuangan Dr. Masruddin, S.S., M.Hum, dan Wakil Rektor Bidang Kemahasiswaan dan Kerjasama, Dr. Mustaming, S.Ag., M.H.I, yang telah membina dan berupaya meningkatkan mutu perguruan tinggi ini, tempat penulis menimba ilmu pengetahuan.
2. Dr. Hj. Anita Marwing, S.H.I., M.H.I, Selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Dr. Fasiha, S.EI.,M.EI selaku Wakil Dekan Bidang Akademik, Muzayyanah Jabani, ST., M.M. selaku Wakil Dekan Bidang Administrasi Umum, Perencanaan dan Keuangan, Muhammad Ilyas, S.Ag.,M.A., selaku Wakil Dekan Bidang Kemahasiswaan dan Kerjasama, yang telah banyak memberikan motivasi serta mencurahkan perhatiannya dalam membimbing dan memberikan petunjuk sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.

3. Edi Indra Setiawan, S.E., M.M Selaku ketua Prodi perbankan syariah, Umar, S.E., M.SE. Selaku sekretaris Prodi Perbankan Syariah beserta para dosen, asisten dosen prodi perbankan syariah yang selama ini banyak memberikan ilmu pengetahuan khususnya dibidang Perbankan syariah.
4. Mursyid, S.Pd., M.M. selaku pembimbing yang senantiasa memberikan bimbingan, Motivasi dan semangat kepada penulis dalam penyelesaian skripsi ini.
5. Dr. Hj. Anita Marwing, S.H.I, M.H.I, selaku dosen penguji I dan Muh. Ginanjar, S.E., M.M. selaku dosen penguji II yang memberikan kritikan dan saran arahan untuk penyelesaian skripsi ini.
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. Abu Bakar, S.Pd., M.M, Kepala Perpustakaan IAIN Palopo dan segenap karyawan dan karyawati dalam ruang lingkup IAIN Palopo, yang telah memberikan peluang untuk penulis dalam mengumpulkan literatur yang berkaitan dengan pembahasan skripsi ini
8. Bapak dan ibu dosen beserta staf pegawai IAIN Palopo yang telah memberikan bantuan selama mengikuti pendidikan, serta memberikan ide dan saran dalam menyelesaikan studi.
9. Kepada saudaraku Zulfikar, A.Md.Tra, dan Saudariku Rina Febrisyah, S.Pd.I. yang selama ini membantu dan mendoakan penulis. Mudah-mudahan Allah SWT, mengumpulkan kita semua dalam surga-Nya kelak.

10. Kepada sahabat saya Wirda saputri, dan Sulpiani yang telah memberikan arahan dan semangat serta dukungan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
11. Untuk teman-teman kelas PBS B angkatan 2020. Terima kasih atas dukungan dan bantuan yang diberikan serta waktu yang telah kita lewati bersama.
12. Teman-teman KKN angkatan XLIII khususnya posko desa Parekaju kec. Ponrang kab. Luwu
13. Seluruh pihak yang telah ikut berjasa dalam penyusunan skripsi ini yang tidak dapat peneliti sebutkan satu persatu.

Kepada semua pihak tersebut, semoga amal baik yang diberikan kepada peneliti mendapat balasan pahala dari Allah swt. dan mendapat limpahan rahmat dari-Nya.

Palopo, 18 Juli 2024
Peneliti

Muspida Hapsah
NIM. 20 0402 0039

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	ṡa	ṡ	es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	ḥa	ḥ	ha (dengan titik di bawah)
خ	Kha	Kh	ka dan ha
د	Dal	D	De
ذ	Żal	Ż	zet (dengan titik di atas)
ر	Ra	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	es dan ey
ص	ṣad	ṣ	es (dengan titik di bawah)
ض	ḍad	ḍ	de (dengan titik di bawah)
ط	ṭa	ṭ	te (dengan titi di bawah)
ظ	ẓa	ẓ	zet (dengan titin di bawah)
ع	ʿain	ʿ	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
ى	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	*Fathah*	A	A
اِ	*Kasrah*	I	I
اُ	*Dhammah*	U	U

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

Tanda	**Nama**	**Huruf Latin**	**Nama**
ـَي	*fathah* dan ya	Ai	a dan i
ـَو	*kasrah* dan *waw*	Au	a dan u

Contoh:

كَيْفَ : *kaifa*

هَوْ لَ : *haula*

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 ى	*Fathah* dan *alif* atau *ya*	Ā	a dan garis di atas
ِى	*Kasrah* dan *ya*	Ī	i dan garis di atas
ُو	*Dammah* dan *ya*	Ū	u dan garis di atas

Contoh:

مَاتَ : *māta*
رَمَى : *rāmā*
قِيْلَ : *qīla*
يَمُوْتُ : *yamūtu*

4. Tā'marbūtah

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

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

Contoh:

رَوْضَة الأَطْفَالِ : *raudah al-atfāl*
اَلْمَدِيْنَة اَلْفَاضِلَة : *al-madīnah al-fādilah*
اَلْحِكْمَة : *al-hikmah*

5. Syaddah (Tasydīd)

Syaddah dan *Tasydīd* ـّـ 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 : *rabbanā*
نَجَّيْنَا : *najjainā*
اَلْحَقّ : *al-haqq*
نُعِّمَ : *nu'ima*
عَدُوٌّ : *'aduwwun*

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

Contoh:

عَلِيٌّ : 'Alī (bukan 'Aliyy atau 'Aly)
عَرَبِيٌّ : 'Arabī (bukan A'rabiyy 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 ia diikuti oleh huruf *syamsi yah* maupun huruf *qamariyah*. Kata sandang tidak mengikuti bunyi huruf langsung yang mengikutinya. Kata sandang ditulis terpisah dari kata mengikutinya dan dihubungkan dengan garis mendatar (-).

Contoh:

اَلشَّمْسُ : *al-syamsu (bukan asy-syamsu)*
اَلزَّلْزَلَة : *al-zalzalah (az-zalzalah)*
اَلْفَلْسَفَة : *al-falsafah*
اَلْبِلَادُ : *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:

تَأْمُرُوْنَ : *ta'murūna*
اَلنَّوْعُ : *al-nau'*
شَيْءٌ : *syai'un*
أُمِرْتُ : *umirtu*

8. Penulisan Kata Arab yang Lazim Digunakan dalam Bahasa Indonesia

Kata, istilah atau kalimat Arab yang ditransliterasi 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 di atas. Misalnya, kata al-Qur'an (dari al-Qur'ān), alhamdulillah, dan munaqasyah. Namun, bila kata-kata tersebut menjadi bagan dari satu rangkaian teks Arab, maka harus ditransliterasi secara utuh.

Contoh:

Syarh al-Arba'*īn al-Nawāwī*

Risālah fi Ri'āyah al-Maslah

9. *Lafẓ al-jalālah* (هللا)

Kata "Allah" yang didahului partikel seperti huruf *jarr* dan huruf lainnya atau berkedudukan sebagai *mudaf ilaih* (frasa nominal), ditransliterasi tanpa huruf hamzah.

Contoh:

دِيْنُ اللهِ *Dinullah* بِاللهِ *billah*

Adapun *ta' marbullah* di akhir kata yang disandarkan kepada lafz-al-jalalah, di transliterasi dengan huruf [*t*].

Contoh:

هُمْ فِيْ رَحْمَةِ اللهِ *hum fī rahmatillāh*

10. Huruf Kapital

Walau sistem tulisan Arab tidak mengenal huruf kapital (*All Caps)*, dalam transliterasinya huruf-huruf tersebut dikenal 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 Muhammadun illā rasūl

Inna awwala baitin wudi'a linnāsi lallazī bi Bakkata mubārakan

Syahru Ramadān al-lazī unzila fīhi al-Qurān

Nasīr al-Dīn al-Tūsī

Nasr Hāmid Abū Zayd

Al-Tūfī

Al-Maslahah fī al-Tasyrī' al-Islāmī

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

Contoh:

Abū al-Walīd Muhammad ibn Rusyd, ditulis menjadi: Ibnu Rusyd, Abu al-Wahid Muhammad (bukan:Rusyid,Abu al Walid Muhammad Ibnu)
Nasr Hāmid Abū Zaīd, ditulis menjadi: Abū Zaīd, Nasr Hāmid (bukan, Zaīd Nasr Hāmid Abū)

B. Daftar Singkatan

Beberapa singkatan yang dibakukan adalah:

Swt.	= *subhanahu wata'ala*
saw.	= *sallallahu 'alaihi wasallam*
as	= 'alaihi al-salām
H	= Hijrah
M	= Masehi
SM	= Sebelum Masehi
I	= Lahir tahun (untuk orang yang masih hidup saja)
w	= Wafat tahun
QS	= Quran Surah
HR	= Hadis Riwayat
IAIN	= Institut Agama Islam Negeri
SPSS	= *Statistical Program for Social Science*
SK	= Surat Keputusan
SS	= Sangat Setuju
S	= Setuju
TS	= Tidak Setuju
STS	= Sangat Tidak Setuju

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL ..... **i**
HALAMAN JUDUL ..... **ii**
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN ..... **iii**
HALAMAN PENGESAHAN ..... **iv**
PRAKATA ..... **v**
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN DAN SINGKATAN ..... **ix**
DAFTAR ISI ..... **xvi**
DAFTAR TABEL ..... **xviii**
DAFTAR GAMBAR ..... **xix**
DAFTAR LAMPIRAN ..... **xx**
DAFTAR ISTILAH ..... **xxi**
ABSTRAK ..... **xxii**

BAB I PENDAHULUAN **1**
A. Latar Belakang 1
B. Rumusan Masalah 11
C. Tujuan Penelitian 12
D. Manfaat Penelitian 12

BAB II KAJIAN TEORI **14**
A. Penelitian yang Relevan 14
B. Landasan Teori 19
C. Kerangka Pikir 29
D. Hipotesis Penelitian 30

BAB III METODE PENELITIAN **35**
A. Jenis Penelitian 35
B. Lokasi dan Waktu Penelitian 35
C. Definisi Operasional Variabel 36
D. Populasi dan Sampel 38

E. Teknik Pengumpulan Data 40
F. Instrumen Penelitian 40
G. Uji Validitas dan Reliabilitas 42
H. Teknik Analisis Data 43

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN 48
A. Hasil Penelitian 48
B. Pembahasan 60

BAB V PENUTUP 72
A. Simpulan 72
B. Saran 73

DAFTAR PUSTAKA 76
LAMPIRAN 82

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Daftar Aplikasi *Fintech* di Indonesia.....6
Tabel 3.1 Persamaan dan Perbedaan Penelitian Sebelum dan Penelitian ini 17
Tabel 4.1 Definisi Operasional.....35
Tabel 4.2 Skala Pengukuran Likert 40
Tabel 5.1 Jenis Kelamin 51
Tabel 5.2 Usia.....51
Tabel 5.3 Pekerjaan/Status 52
Tabel 5.4 Hasil Uji Validitas *Perceived Usefulness* (X1).....54
Tabel 5.5 Hasil Uji Validitas *Perceived Ease Of Use* (X2) 54
Tabel 5.6 Hasil uji Validitas *Service Quality* (X3) 55
Tabel 5.7 Hasil uji Validitas Kepuasan Pengguna (Y) 55
Tabel 5.8 Hasil Uji Reliabilitas X1-Y 56
Tabel 5.9 Hasil Uji Normalitas.....57
Tabel 5.10 Hasil Uji Multikolinearitas.....58
Tabel 5.11 Hasil Uji Heteroskedastisitas.....58
Tabel 5.12 Hasil Uji Regresi Linear Sederhana Variabel X1-Y.....59
Tabel 5.13 Hasil Hipotesis (Uji-t) Variabel X1-Y.....63
Tabel 5.14 Hasil Hipotesis (Uji-f) Variabel X1-Y.....64
Tabel 5.15 Hasil Koefisien Determinan Variabel X1-Y.....65

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Jumlah Perusahaan Asosiasi *Fintech* di Indonesia 3
Gambar 2.2 Tampilan Play Store Tahun 2024.....5
Gambar 2.3 Keluhan Pengguna Terkait Transaksi dan Sistem yang Rumit 7
Gambar 3.1 Tampilan Aplikasi Flip.....21
Gambar 3.2 Kerangka Pikir.....29

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Surat Keterangan Penelitian
Lampiran 2 Kuesioner Penelitian
Lampiran 3 Hasil Kuesioner Penelitian
Lampiran 4 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas
Lampiran 5 Hasil Uji Turnitin
Lampiran 6 Riwayat Hidup Peneliti

DAFTAR ISTILAH

SPSS : *Statistical Package Of Social Science*

H0 : Hipotesis 0

H1 : Hipotesis 1

(X) : Variabel Independen

(Y) : Variabel Dependen

< : Kurang Dari

> : Lebih Dari

- : Kurang

+ : Tambah

% : Persen

ABSTRAK

Muspida Hapsah, 2024. "*Pengaruh Perceived Usefulness, Perceived Ease Of Use, dan Service Quality Terhadap Kepuasan Pengguna Aplikasi Flip di Kota Palopo*". Skripsi Program Studi Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Palopo. Dibimbing oleh Mursyid.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui, dan menganalisis apakah *perceived usefulness*, *perceived ease of use* dan *service quality* mempengaruhi Kepuasan Pengguna Aplikasi Flip di Kota Palopo. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan angket/kuesioner yang disebar secara *online* dengan populasi seluruh pengguna flip di Kota Palopo. Teknik pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling* dengan menggunakan rumus malhotra yaitu sebanyak 80 responden. Metode Penelitian yang digunakan adalah analisis regresi berganda dengan bantuan IBM SPSS versi 21. Hasil penelitian menunjukkan; (1) *Perceived usefulness* (X1) dengan nilai t_{hitung} 2,077 > t_{tabel} 1,991 dan tingkat signifikan 0,041 < 0,05. (2) *Perceived ease of use* (X2) dengan nilai t_{hitung} 3,898 > t_{tabel} 1,991 dan tingkat signifikan sebesar 0,000 < 0.05. (3) *Service quality* (X3) t_{hitung} 5,600 > t_{tabel} 1,991 dan tingkat signifikansinya sebesar 0,000 < 0,05. Sehingga dapat disimpulkan bahwa ketiga variabel tersebut secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengguna aplikasi flip di Kota Palopo. (4) *Perceived usefulness*, *perceived ease of use*, dan *service quality* secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengguna aplikasi flip di Kota Palopo dengan nilai F_{hitung} sebesar 24,098 dan nilai signifikansi sebesar 0,000 (<0,05) sedangkan sisanya dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak dapat dijelaskan dalam penelitian ini.

Kata Kunci: *Perceived Usefulness, Perceived Ease Of Use, Service Quality,* Kepuasan Pengguna

BAB I
PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Di era digital saat ini, teknologi berkembang pesat, selalu menghasilkan penemuan-penemuan terkini. Dampak positif dari era digital antara lain akses yang lebih cepat dan mudah terhadap informasi yang dibutuhkan. Teknologi keuangan adalah salah satu contohnya. Saat ini banyak teknologi pembayaran online yang mudah diakses, aman, dan lebih efisien. Teknologi keuangan ini bisa disebut dengan *financial technology* (*Fintech*).[1]

Teknologi keuangan atau *fintech* adalah sebuah fenomena yang semakin terus berkembang. Fintech mengacu pada inovasi teknologi yang bertujuan untuk meningkatkan dan mengotomatisasi layanan dan proses keuangan.[2] Perkembangan fintech telah mengubah lanskap industri keuangan secara signifikan, menawarkan solusi keuangan yang lebih efisien, terjangkau, dan responsif terhadap kebutuhan konsumen. Aplikasi-aplikasi fintech seperti pembayaran digital, pinjaman online, dan investasi, telah menjadi bagian integral dari kehidupan sehari-hari masyarakat Indonesia yang berada di kota maupun yang berada di daerah terpencil. Kota Palopo, yang terletak di Provinsi Sulawesi Selatan, merupakan salah satu pusat pertumbuhan ekonomi dan pendidikan di kawasan Indonesia Timur, sebagai kota

[1] Gama Putra Brahmanta and Nuruni Ika Kusuma Wardhani, "Pengaruh Persepsi Kebermanfaatan, Kemudahan, Risiko Terhadap Minat Menggunakan Ulang Shopeepay Di Surabaya," Sains Manajemen 7, no. 2 (2021): 97–108, https://doi.org/10.30656/sm.v7i2.3580.

[2] Noviyanti, A., & Erawati, T. (2021). Pengaruh Persepsi Kemudahan, Kepercayaan dan Efektivitas terhadap Minat Menggunakan Financial Technology (Fintech)(Studi Kasus: UMKM di Kabupaten Bantul). Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Finansial Indonesia, 4(2), 65-74.

yang terus berkembang. Palopo menghadapi tantangan dalam menyediakan akses keuangan yang lebih inklusif bagi masyarakatnya. Tumbuhnya aktivitas ekonomi, perdagangan, dan sektor pendidikan di Palopo, telah mendorong kebutuhan akan solusi keuangan yang lebih efisien dan terjangkau.

Perkembangan Palopo sebagai pusat ekonomi dan pendidikan telah mendorong masyarakat untuk mengadopsi teknologi, termasuk aplikasi fintech seperti Flip. Aplikasi-aplikasi fintech menawarkan solusi keuangan yang lebih efisien, mudah diakses, dan sesuai dengan kebutuhan masyarakat Palopo.[3] Hal ini menjadi penting untuk meningkatkan inklusi keuangan, memfasilitasi transaksi, dan mendukung pertumbuhan ekonomi di kota tersebut. Sesuai Peraturan Bank Indonesia Nomor 19/12/PBI/2017 tentang Penerapan *Financial Technology*, perkembangan teknologi dan sistem informasi akan terus menerus melahirkan berbagai inovasi terkait *financial technology.*[4]

Kemunculan teknologi finansial di Indonesia telah membantu masyarakat dalam menyelesaikan berbagai permasalahan. Ada banyak jenis *fintech* di Indonesia, antara lain *crowdfunding*, *microfinance*, layanan P2P *lending*, perbandingan pasar, dan digitalisasi. Salah satu *fintech* tersebut adalah sistem pembayaran digital yang sering digunakan oleh masyarakat luas, seperti BCA *Mobile App*, BNI *Mobile Banking*, BRI *Mobile Banking*, Gopay, OVO, Dana, Shopeepay, Flip, *Paypal*, *Skrill, GrabPay, Neteller,* dan lain-lain.

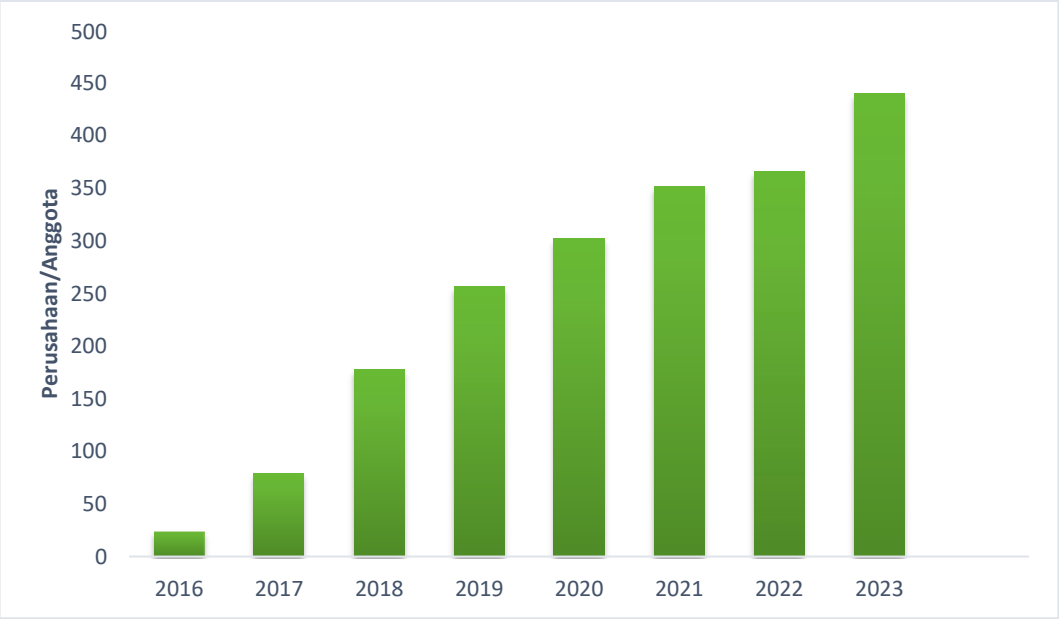
---

[3] https://www.kompas.com/tren/read/2022/02/18/170000165/kota-palopo-pusat-ekonomi-dan-pendidikan-di-sulawesi-selatan

[4] Bank Indonesia (2017). Peraturan Bank Indonesia Nomor 19/12/PBI/2017 Tentang Penyelenggaraan Teknologi Finansial.
https://www.bi.go.id/id/publikasi/peraturan/Pages/pbi_191217.aspx

Hal ini menunjukkan bahwa fintech berkembang untuk memenuhi kebutuhan masyarakat Indonesia akan transaksi keuangan digital.

Gambar 1.1 Jumlah Perusahaan Asosiasi *Fintech* di Indonesia



Sumber: Databoks.co.id, *Fintech*.id, 2024

Terlihat dari data di atas, jumlah perusahaan asosiasi *fintech* Indonesia terus meningkat setiap tahunnya. Hal ini sejalan dengan pesatnya penetrasi keuangan digital di Indonesia. Data menunjukkan hingga tahun 2016, Indonesia memiliki 24 perusahaan *fintech*, jumlah ini meningkat menjadi 440 di tahun 2023.

Meningkatnya jumlah perusahaan *fintech* berdampak pada kemudahan masyarakat, tidak hanya dalam transaksi jual beli *online*, namun juga *remittance* ataupun transfer uang melalui transaksi antar bank tanpa harus langsung ke bank.[5] Akan tetapi, walaupun meningkatnya jumlah perusahaan *fintech* yang memberi

[5] Intania, Nur Chamidah. "Analisis hukum Islam terhadap penggunaan aplikasi Flip dalam proses transfer ke bank lain." *Digital Library UIN Sunan Ampel Surabaya* (2021).

kemudahan pada masyarakat, tidak menjadikan mereka puas atas adanya *fintech* ini. Salah satu permasalahan masyarakat yaitu pada transaksi antar bank yang dimana dalam proses transfer dengan perbedaan rekening bank antar individu masih terkena biaya admin sebesar Rp. 6.500-hingga Rp. 7.500.

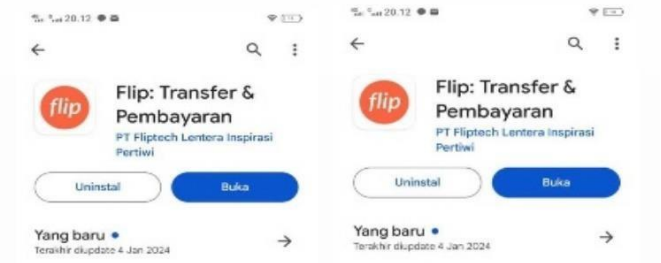
Baru-baru ini Bank Indonesia meluncurkan layanan BI-fast untuk mendukung sistem pembayaran yang terintegrasi, interoperable, dan terhubung. BI fast sendiri menawarkan transfer antar bank real-time dengan biaya Rp. 2.500 per transaksi.[6] Namun, beberapa kelompok tetap biaya transfer tersebut. Beberapa orang menginginkan cara untuk menghindari biaya transfer antar bank. Mereka mengharapkan aplikasi fintech dapat memenuhi kebutuhan transaksi keuangan mereka dengan meminimalkan biaya yang dikeluarkan.

Flip merupakan suatu perusahaan Fintech yang menghadirkan inovasi untuk mengatasi permasalahan dalam transfer antar bank. Aplikasi Flip adalah layanan keuangan digital asal Depok, Indonesia. Didirikan oleh RafiPutra Ariyan, Luqman Sungkar dan Ginanjar Ibnu Solikhin pada tahun 2015.Mereka adalah mahasiswa Fakultas IlmuKomputer Universitas Indonesia. Flip adalah sebuah platform yang fokus pada transaksi keuangan digital yang menggunakan sistem operasi Android. Aplikasi tersebut menyediakan berbagai fitur yang menawarkan layanan seperti transfer antar bank dalam negeri tanpa dikenakan biaya administrasi, transfer uang ke luar negeri dengan biaya administrasi yang rendah, pengisian saldo e-wallet tanpa biaya administrasi, pembayaran tagihan listrik dan PDAM, pembelian kuota

[6] Bank Indonesia. (2022). BI.Fast. https://www.bi.go.id/id/fungsi-utama/sistem-pembayaran/ritel/infrastruktur/default.aspx. Diakses pada 30 April 2024.

internet atau pulsa, dan masih banyak lagi. Aplikasi Flip memiliki beberapa keunggulan, antara lain yang pertama adalah bebas biaya admin transfer antar bank yang berbeda, yang kedua adalah rekening penerima tidak perlu memasang aplikasi ataupun memiliki akun Flip untuk bertransaksi, dan yang ketiga Aplikasi Flip sudah disahkan secara legal dan diawasi oleh Bank Indonesia.[7] Layanan transfer gratis Flip dapat diakses melalui *smartphone* Android melalui aplikasi di Google *Play Store, iPhone* melalui *App Store*, atau melalui *website* atau *mobile browser* di masing-masing perangkat di flip.id.[8]

Gambar 1.2
Tampilan Playstore Tahun 2024



Sumber: Google *Play store*, 2024

Aplikasi yang tersedia di Google *Play Store* tidak terlepas oleh penilaian pengguna atau rating *review*. rating adalah penilaian pengguna terhadap preferensi suatu produk terhadap pengalaman mereka, yang mengacu pada keadaan psikologis dan emosional yang mereka alami saat berinteraksi dengan produk

[7] https://flip.id/karir

[8] Fitri Adelfi and Nunung Aini Rahmah, "Pengaruh Kualitas Sistem, Kualitas Informasi, Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pengguna Aplikasi Flip (Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Jenderal Achmad Yani)," *Journal of Economic, Bussines and Accounting (COSTING)* 7, no. 1 (2023): 1076–89, https://doi.org/10.31539/costing.v7i1.6292.

virtual.[9] Rating adalah tanggapan pelanggan pada skala tertentu. Menurut Istiqomah & Marlena, jumlah bintang yang diberikan konsumen menunjukkan kualitas produk yang tinggi, sedangkan jumlah bintang yang lebih rendah menunjukkan kualitas produk yang buruk.[10] Oleh karena itu, Jika aplikasi memiliki rating atau reputasi yang baik, orang akan lebih suka menggunakannya.[11]

Tabel 2.1 Daftar Aplikasi *Fintech* di Indonesia

No	Nama	*Download*	Rating *Play Store*	Rating *Appstore*	Rata-rata
1	Flip	10 jt+	4,9 / 5	4,8 /5	4,85
2	DANA	100 jt	4,5 / 5	4,8 /5	4,65
3	OVO	50 jt+	4,0 / 5	4.1 /5	4,05
4	Jenius	10 jt+	3,6 / 5	4,2 /5	3,9
5	Neobank	10 jt+	3,6 /5	3,8 /5	3,7
6	Linkaja	10 jt+	3,6 / 5	3,5 /5	3,55

Sumber: *Google Play Store* dan *App store*, 2024

Dibandingkan dengan aplikasi sejenis lainnya, Aplikasi Flip mendapatkan rating yang tinggi, yaitu 4,9 dari 5. Hal ini menunjukkan bahwa aplikasi flip mendapat *review* yang sangat positif, meskipun jumlah unduhan masih kalah dibandingkan dengan aplikasi sejenis. Di sisi lain, Flip tidak memiliki batasan minimal pengiriman uang dan juga tidak ada batasan transaksi dalam sebulan.

---

[9] Rizka Sri Damayanti, "Pengaruh Online Customer Review and Rating, E-*Service quality* Dan Price Terhadap Minat Beli Pada Online Marketplace Shopee (Studi Empiris Pada Mahasiswa Muhammadiyah Magelang)," *Prosiding 2nd Business and Economics Conference In Utilizing of Modern Technology*, 2019, 684–93.

[10] Mira Istiqomah and Novi Marlena, "Pengaruh Promo Gratis Ongkos Kirim Dan Online Customer Rating Terhadap Keputusan Pembelian Produk Fashion," *Jurnal Manajemen* 12, no. 2 (2020): 288–98.

[11] Vania Katherine Hermawan and Eristia Lidia Paramita, "Faktor Yang Mempengaruhi Keberlanjutan Minat Pengguna Dalam Menggunakan Aplikasi Mhealth Melalui Variabel Satisfaction," *Jurnal Bisnis Dan Manajemen* 8, no. 1 (2021): 150–67, https://doi.org/10.26905/jbm.v8i1.5652.

Namun, faktanya meskipun aplikasi flip memiliki rating tinggi yang menjadi salah satu keunggulannya. Tidak menjadikan kekonsistenan dalam menyediakan fitur, kebijakan baru, dan kualitas yang ditawarkan pada sistem di aplikasi Flip.id. Berikut ini adalah keluhan-keluhan pengguna Flip.id tahun 2023-2024 dapat dilihat pada ulasan Google Play Store.

Gambar 1.3
Keluhan Pengguna Terkait Transaksi dan Sistem yang Rumit

Sumber: Google *Play store*, 2024

Berdasarkan Gambar dapat dijelaskan bahwa banyak pengguna yang merasakan durasi begitu lama saat pengiriman uang atau transaksi melalui Flip.id, yang mana durasi lama ini begitu mengganggu para pengguna sehingga dapat mempengaruhi perasaan kepuasan pengguna terhadap aplikasi Flip.id. Dari permasalahan dan fenomena yang telah diuraikan maka pengguna akan menentukan apakah aplikasi Flip.id layak digunakan terus menerus atau sebaliknya ditinggalkan.

Di sisi lain, jumlah perusahaan penyedia layanan dompet digital terus bertambah, dan persaingan antar perusahaan semakin ketat. Oleh karena itu, untuk menghadapi persaingan tersebut, perusahaan harus memahami apa yang dibutuhkan masyarakat saat ini. Flip senantiasa menciptakan inovasi terbaru untuk menarik minat penggunanya. Cara mempertahankan pengguna ialah dengan mengoptimalkan fungsionalitas aplikasi flip serta fokus pada kegunaan, kemudahan penggunaan dan kualitas layanan yang dirasakan pengguna saat menggunakan Flip.id menjadi alat trading, hal ini tentunya akan membuat pengguna tetap setia menggunakan flip tentunya akan mendatangkan kepuasan bagi para penggunanya.

Kepuasan pengguna merupakan bagian terpenting dalam bisnis dan kepuasan menjadi faktor terpenting bagi pengguna untuk tetap menggunakan layanan tersebut.[12] Orang merasa puas, baik itu perasaan menyenangkan atau tidak menyenangkan, ketika produk dan layanan memenuhi harapan mereka. Jika kinerja atau pengalaman memenuhi harapan pengguna, maka konsumen puas. Sebaliknya, harapan yang tidak terpenuhi menandakan pengguna tidak puas..[13] Memenuhi kebutuhan pengguna adalah keinginan setiap perusahaan. Perusahaan mesti mencari tahu faktor yg mempengaruhi kepuasan.

Faktor pertama yaitu *perceived usefulness* (manfaat yang dirasakan) artinya tingkat dimana seseorang merasa bahwa penggunaan teknologi dapat meningkatkan

[12] Meyrilliana Purba, Samsir, and Kasman Arifin, "Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Manfaat Dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Dan Niat Menggunakan Kembali Aplikasi Ovo Pada Mahasiswa Pascasarjana Universitas Riau," *Jurnal Tepak Manajemen Bisnis* XII, no. 1 (2020): 151–70, https://jtmb.ejournal.unri.ac.id/index.php/JTMB/article/download/7857/6788.

[13] Analia Lumban Gaol, Kadarisman Hidayat, and Sunarti, "Konsumen Dan Loyalitas Konsumen (Survei Pada Mahasiswa S1 Fakultas Ilmu Administrasi Tahun Akademik 2012 / 2013 Universitas Brawijaya Yang Menggunakan Smartphone Samsung)," *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)* 38, no. 1 (2016): 125–32.

kinerja mereka, karena manfaat diukur menurut frekuensi penggunaan dan diversitas aplikasi yang dijalankan.[14] Menurut Sandy & Firdausy, merupakan sebuah kepercayaan yang diberikan oleh pengguna kepada sebuah sistem atau layanan untuk meningkatkan efektivitas atau mengurangi usaha yang dikeluarkan dalam menyelesaikan pekerjaan mereka.[15]

Faktor kedua yang mempengaruhi kepuasaan pengguna yaitu kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*). *Perceived ease of* use didefinisikan sebagai sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan suatu teknologi akan bebas dari usaha.[16] Persepsi kemudahan penggunaan merupakan suatu pandangan seorang individu bahwa jika dalam menggunakan suatu sistem teknologi tertentu maka akan terbebas dari usaha.[17]

Menurut Amijaya, perilaku seseorang dapat dipengaruhi oleh faktor kemudahan, terutama dalam konteks penggunaan sistem. Kemudahan adalah kondisi dimana penggunanya tidak memerlukan upaya besar untuk pemahaman dan bersifat sederhana dalam penggunaannya.[18] Semakin tinggi persepsi seseorang tentang

---

[14] Fred D. Davis, "Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology," *MIS Quarterly: Management Information Systems* 13, no. 3 (1989): 319–39, https://doi.org/10.2307/249008.

[15] Eko Sandy and Carunia Mulya Firdausy, "Pengaruh Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use Dan Trust Terhadap Minat Konsumen Dalam Penggunaan Ulang Go-Pay Di Kota Jakarta," *Jurnal Manajemen Bisnis Dan Kewirausahaan* 5, no. 1 (2021): 22, https://doi.org/10.24912/jmbk.v5i1.10275.

[16] Jogiyanto, Hartono M. "Sistem informasi keperilakuan." *Yogyakarta: Andi Offset* 235 (2007).

[17] O Marisa, "Persepsi Kemudahan Penggunaan, Efektivitas, Dan Risiko Berpengaruh Terhadap Minat Bertransaksi Menggunakan Financial Technology," *Jurnal Administrasi Kantor* 8, no. 2 (2020): 139–52, http://www.ejournal-binainsani.ac.id/index.php/JAK/article/view/1448%0Ahttp://www.ejournal-binainsani.ac.id/index.php/JAK/article/download/1448/1241.

[18] Ginanjar, M. G., Rasbi, M., Tahir, A., & Ali, L. A. (2024). Pengaruh Keamanan, Kemudahan, dan Diskon Dompet Digital Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Pascasarjana

kemudahan dalam menggunakan suatu sistem, semakin tinggi kemungkinan mereka akan menggunakan sistem tersebut. Dengan kata lain, jika seseorang menganggap bahwa suatu sistem baru mudah digunakan, mereka cenderung lebih mungkin untuk mengadopsi dan menggunakan sistem tersebut.[19]

Selain manfaat dan kemudahan yang ditawarkan oleh aplikasi flip, ada faktor lain yang mempengaruhi kepuasan penggunaan. Kualitas produk atau layanan yang baik sangat mempengaruhi kepuasan penggunaan. Kepuasan penggunaan adalah indikator kualitas layanan. Kualitas layanan dalam perspektif Islam merupakan suatu bentuk penilaian kognitif konsumen terhadap pemberian pelayanan oleh organisasi jasa yang setiap aktivitasnya bersandar pada nilai-nilai moral dan sesuai dengan yang telah dijelaskan dalam hukum Islam.[20] Menurut Arianto, " "Kualitas layanan berpusat pada pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaian untuk mengimbangi harapan pelanggan".[21] Namun, menurut Sudana & Yesy Anggreni, "tindakan atau perbuatan seseorang atau organisasi untuk memberikan kepuasan kepada penggunaan"[22]

IAIN Palopo. *Moneta: Jurnal Manajemen & Keuangan Syariah*, *2*(2), 15-27.

[19] Amijaya, Gilang Rizky. (2010). Pengaruh Persepsi Teknologi Informasi, Kemudahan, Resiko Dan Fitur Layanan Terhadap Minat Ulang Nasabah Bank Dalam Menggunakan Internet Banking (Studi Pada Nasabah Bank Bca) (Doctoral dissertation, Perpustakaan FE UNDIP).

[20] Fasiha, F., Yusuf, M., Sihombing, H. B. M., Mujahidin, M., & Chenini, R. (2022). The Effect of Product Quality and Service Quality on Consumer Loyalty at Palopo Minimarkets. *Ikonomika: Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam*, *7*(2), 177-192.

[21] Nurmin Arianto, "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepercayaan," *Jurnal Pemasaran Kompetitif* 21, no. 8 (2018): 24–30.

[22] I Ketut Sudana, Ni Luh Putu Yesy Anggreni, and I Putu Eka Indrawan, "Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Kober Mie Setan (Study Kasus Kober Mie Setan Peguyangan)," *Jurnal Pendidikan Widyadari* 22, no. 2 (2021): 555–61, https://doi.org/10.5281/zenodo.5574445.

Dari pendapat diatas maka dapat disimpulkan bahwa kualitas layanan adalah tindakan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan yang dapat memberikan kepuasan kepada pengguna.

Dari latar belakang yang telah dijelaskan diatas, terdapat tiga faktor yang mempengaruhi kepuasan penggunaan yaitu *perceived usefulness, perceived ease of use* dan kualitas layanan. Berdasarkan uraian diatas, peneliti ingin melakukan penelitian tentang "**Pengaruh *Perceived usefulness, Perceived ease of use* dan *Service Quality* Terhadap kepuasan pengguna Aplikasi Flip di Kota Palopo**".

B. Rumusan Masalah

Berlandaskan latar belakang masalah yang telah disebutkan, maka rumusan masalah pada penelitian ini adalah:

1. Apakah *perceived usefulness* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengguna Flip?
2. Apakah *perceived ease of use* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengguna Flip?
3. Apakah *service quality* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengguna aplikasi Flip?
4. Apakah *perceived usefulness*, *perceived ease of use*, and *service quality* secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengguna aplikasi flip?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang diangkat dalam pertanyaan penelitian, berikut adalah tujuan penelitian ini:

1. Untuk mengetahui dan menganalisis *perceived usefulness* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengguna Flip
2. Untuk mengetahui dan menganalisis *perceived ease of use* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengguna Flip
3. Untuk mengetahui dan menganalisis *service quality* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengguna aplikasi flip
4. Untuk mengetahui dan menganalisis *perceived usefulness, perceived ease of use,* dan *service quality* bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengguna aplikasi flip

D. Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian yang diharapkan berkaitan dengan adanya penelitian ini adalah:

1. Manfaat teoritis: Penelitian ini dapat memberikan kontribusi terhadap pemahaman teoritis dalam bidang penerimaan teknologi, kepuasan pengguna, dan *service quality*. Dengan mempelajari hubungan antara *perceived usefulness, perceived ease of use,* kualitas layanan, dan kepuasan penggunaan aplikasi Flip, penelitian ini dapat memperluas pengetahuan tentang faktor-faktor yang mempengaruhi penerimaan dan penggunaan aplikasi.
2. Manfaat praktis: Penelitian ini memiliki relevansi praktis yang signifikan, terutama jika aplikasi Flip atau aplikasi serupa sedang digunakan secara luas.

Hasil penelitian ini dapat membantu organisasi atau perusahaan untuk memahami pengalaman pengguna, meningkatkan kepuasan pelanggan, dan mengoptimalkan penggunaan aplikasi mereka.

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Penelitian Yang Relevan

Penulis telah melakukan sejumlah penelitian berdasarkan judul tentang *Perceived usefulness, Perceived Ease Of Use,* dan *service quality* terhadap kepuasan pelanggan. Namun terkait dengan pembahasan tersebut masing-masing peneliti memiliki perbedaan dalam spesifikasi objek penelitian mereka. Beberapa di antaranya adalah:

1. Penelitian yang dilakukan oleh Mutiara Anasta dkk, yang berjudul Pengaruh *Perceived usefulness, Perceived Enjoyment* dan Kepercayaan Terhadap *Continuance Intention* Melalui Kepuasan Pada Generasi Millenial Pengguna E-Wallet di Kota Medan. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode penelitian asosiatif. Jumlah sampel yang diambil dari orang-orang yang menjawab adalah 140 karena jumlah populasi yang tidak diketahui secara pasti. *Convenience* sampling adalah metode pengambilan sampel yang digunakan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara langsung perceived usefulness, perceived enjoyment, kepercayaan, dan kepuasan berpengaruh positif dan signifikan terhadap continuance intention pada generasi Millenial pengguna E-Wallet di Kota Medan. Selain itu, secara tidak *perceived*

usefulness, perceived enjoyment, kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan pada *continuance intention* melalui kepuasan.[23]

2. Rakyal Aini dengan judul "Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Manfaat, Persepsi Risiko Terhadap Minat Bertransaksi Menggunakan Financial Technology (Fintech) (Studi Kasus Pada Mahasiswa S1 FEBI UIN Raden Fatah Palembang)". Ditemukan hasil bahwa Persepsi kemudahan juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat bertransaksi menggunakan fintech, seperti yang ditunjukkan oleh nilai t hitung > t tabel (5.069 > 1.985). Persepsi manfaat berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat bertransaksi menggunakan fintech, seperti yang ditunjukkan oleh nilai t hitung > t tabel (14.654 > 1.985), dan hipotesis Ho ditolak. Persepsi risiko tidak berpengaruh terhadap minat bertransaksi menggunakan fintech. Hal ini ditunjukkan dari nilai t hitung > t tabel (-0,4255) < 1.985) jadi hipotesis Ho diterima.[24]

3. Dhea Pradiza Anzelin dengan judul "Persepsi Kegunaan Dan Kemudahan Dalam Penggunaan Financial Technology (Fintech) Pada Masyarakat Kota Banda Aceh", ditemukan hasil bahwa dalam penelitian ini, 71% dari responden masuk dalam kategori sangat baik pada persepsi kegunaan fintech, sedangkan 70,25%

---

[23] Mutiara Anasta Ayu Damanik, Amrin Fauzi, and Syafrizal Helmi Situmorang, "Pengaruh Perceived Usefulness, Perceived Enjoyment Dan Kepercayaan Terhadap Continuance Intention Melalui Kepuasan Pada Generasi Millenial Pengguna E-Wallet Di Kota Medan," *Ekonomi*, https://doi.org/10.47065/ekuitas.v3i4.1475.

[24] Rakyal Aini, "Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Manfaat, Persepsi Risiko Terhadap Minat Bertransaksi Menggunakan Financial Technology (Fintech) (Studi Kasus Pada Mahasiswa S1 FEBI UIN Raden Fatah Palembang)" Universitas Raden Fatah Palembang, (2020), Http://Repository.Radenfatah.Ac.Id/8146/1/Skripsi BAB I.Pdf.

responden masuk dalam kategori sangat baik pada persepsi kemudahan penggunaan fintech. Hal ini menunjukkan bahwa masyarakat Kota Banda Aceh memandang fintech sangat bermanfaat dan mudah digunakan dalam kehidupan sehari-hari. Dengan demikian, warga Kota Banda Aceh dapat dikatakan memiliki opini positif terhadap kepraktisan dan kegunaan fintech. Hal ini menunjukkan betapa diterimanya fintech dan betapa tertariknya masyarakat untuk menggunakannya sebagai Solusi kebutuhan keuangan mereka.[25]

4. Rezki Dwy Putra dkk, penelitian yang berjudul Analisis Kepuasan Pengguna Aplikasi Flip.id menggunakan *Metode Technology Acceptance Model* (TAM) dan *End User Computing Satisfaction* (EUCS). Dalam jurnal ini, penulis menggunakan pendekatan metode *Technology Acceptance Model* (TAM) dan *End User Computing Satisfaction* (EUCS) untuk menganalisis kepuasan pengguna aplikasi Flip.id. Hasil penelitian menunjukkan bahwa faktor-faktor yang dianggap mudah digunakan dan bermanfaat dalam menggunakan aplikasi Flip.id berkontribusi positif terhadap kepuasan pengguna. Selain itu, hasil penelitian menunjukkan bahwa fitur layanan yang perlu dipertahankan dalam aplikasi Flip.id adalah kecepatan respons sistem terhadap input pengguna, dan fitur layanan yang perlu dipertahankan adalah kemudahan penggunaan sistem[26]

[25] Dhea Pradiza Anzelin, "Persepsi Kegunaan Dan Kemudahan Dalam Penggunaan Financial Technology (Fintech) Pada Masyarakat Kota Banda Aceh" (Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh, 2020), Https://Repository.Ar-Raniry.Ac.Id/Id/Eprint/16255/7/Dhea Pradiza Anzelin%2C 160603113%2C FEBI%2C PS%2C 081360023484.Pdf.

[26] rezki dwy putra, "Analisis Kepuasan Pengguna Aplikasi Flip.Id Menggunakan Metode TAM Dan EUCS," *Journal of Emerging Information Systems and Business Intelligence (JEISBI)* 2, no. 4 (2021): 4.

5. Fitri Adelfi dkk, penelitian yang berjudul Pengaruh Kualitas Sistem, Kualitas Informasi, dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pengguna Aplikasi Flip (Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jenderal Achmad Yani). Tujuan dari studi kasus ini adalah untuk mengetahui bagaimana kepuasan pengguna aplikasi Flip dipengaruhi oleh kualitas sistem, informasi, dan layanan (Studi Kasus pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jenderal Achmad Yani). Dalam penelitian ini, 335 sampel dari 2072 populasi dikaitkan langsung dengan kepuasan pengguna. Semua peserta menggunakan *Google Forms* untuk mengisi kuisioner penelitian. Hasilnya menunjukkan bahwa kualitas sistem mempengaruhi kepuasan pengguna Aplikasi Flip secara negatif dan signifikan, kualitas informasi tidak mempengaruhi kepuasan pengguna Aplikasi Flip, dan kualitas pelayanan mempengaruhi kepuasan pengguna Aplikasi Flip secara positif dan signifikan.[27]

Dalam penelitian diatas terdapat beberapa kesamaan dan perbedaan dengan peneliti ini. Beberapa persamaan dan perbedaan tersebut antara lain sebagai berikut:

Tabel 3.1 Persamaan dan Perbedaan antara Penelitian Sebelumnya dengan Penelitian ini

No	Penulis	Judul & Tahun	Persamaan	Perbedaan
1	Mutiara Anasta Ayu Damanik, Amrin Fauzi, Syafrizal Helmi	Pengaruh *Perceived usefulness*, *Perceived Enjoyment*	Persamaannya adalah variabel menggunakan pengaruh	Variabel lain yang digunakan *perceived enjoyment* dan

[27] Adelfi and Rahmah, "Pengaruh Kualitas Sistem, Kualitas Informasi, Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pengguna Aplikasi Flip (Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Jenderal Achmad Yani)."

	Situmorang	Kepercayaan Terhadap *Continuance Intention* Melalui Kepuasan Pada Millenial *E Wallet* Medan (2022)	*perceived usefulness*	kepercayaan. Teknik analisis datanya analisis SEM-PLS. Alat yang digunakan untuk analisis data Smart-PL
2	Rakyal Aini	Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Manfaat, Persepsi Risiko Terhadap Minat Bertransaksi Menggunakan Financial Technology (Fintech) (Studi Kasus Pada Mahasiswa S1 FEBI UIN Raden Fatah Palembang) (2020)	Metode kuantitatif, variabel persepsi kemudahan penggunaan, persepsi manfaat	Menggunakan variabel persepsi risiko, meneliti tentang respon mahasiswa terhadap penggunaan aplikasi flip
3	Dhea Pradiza Anzelin	Persepsi Kegunaan Dan Kemudahan Dalam Penggunaan Financial Technology (Fintech) Pada Masyarakat Kota Banda Aceh (2020)	Menggunakan variabel persepsi kemudahan, dan metode penelitian kuantitatif	Lokasi penelitian berada di Kota Aceh, sedangkan penelitian ini di Kota Palopo
4	Rezki Dwy Putra dan Dedy Rahman Prehanto	Analisis Kepuasan Pengguna Aplikasi Flip.id menggunakan Metode *Technology Acceptance Model* (TAM) dan *End User Computing Satisfaction* (EUCS) (2021)	Metode kuantitatif, variabel *ease of use* dan *perceived usefulness* dan menggunakan Metode *Technology Acceptance Model (*TAM) *sebagai teory*	Menggunakan variabel *content, accuracy, format* dan *timelines*. Menggunakan aspek pelayanan. Teknik menentukan jumlah sampel Lemeshow.
5	Fitri Adelfi, Nunung Aini Rahmah	Pengaruh Kualitas Sistem, Kualitas Informasi, dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan	Menggunakan variabel kualitas layanan, menggunakan metode	Penggunaan variabel kualitas sistem dan kualitas informasi

		Pengguna Aplikasi Flip (Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jenderal Achmad Yani) (2023)	kuantitatif dengan pengumpulan data secara kuesioner	

B. Kajian Teori

1. FinTech (*Financial Technology*)

Fintech merupakan teknologi keuangan yang merujuk pada pemanfaatan teknologi untuk membantu dalam masalah keuangan. Selain itu, istilah ini juga mengacu pada perusahaan-perusahaan yang menyediakan inovasi teknologi keuangan modern kepada masyarakat.[28] Menurut surat edaran Bank Indonesia No. 18/22/DKSP tahun 2016 mengenai Penyelenggaraan Layanan Keuangan Digital (LKD), Layanan Keuangan Digital merujuk pada penggunaan teknologi berbasis mobile dan situs dalam layanan sistem pembayaran dan keuangan yang bekerja sama dengan pihak lain untuk mencapai inklusi keuangan.[29]

Industri *Fintech* (*financial technology*) adalah Salah satu metode layanan keuangan yang paling populer di era digital saat ini. Pembayaran digital adalah salah satu sektor teknologi finansial yang paling berkembang di Indonesia, seperti transaksi pembayaran, pembiayaan atau pinjaman, pengiriman, investasi, perbankan (bank digital), pasar modal (*capital market*), asuransi (*Insurance*)

[28] Wildan M. (2019). Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Efektivitas dan Risiko Terhadap Minat Bertransaksi Menggunakan *Financial Technology* (*Fintech*). Undergraduate (S1) thesis. UIN Walisongo Semarang

[29] Bank Indonesia. (2016). Peraturan Bank Indonesia Nomor 18/40/PBI/2016 Tentang Penyelenggaraan Pemrosesan Transaksi Pembayaran.

peminjaman uang, dan lain-lain dengan mudah dan cepat. *Fintech* menawarkan berbagai keuntungan, termasuk mengurangi waktu, pikiran, tenaga, dan biaya. Oleh karena itu, pemerintah dan masyarakat berharap industri ini dapat mendorong lebih banyak masyarakat untuk memiliki akses terhadap layanan keuangan..[30]

2. Flip

Flip adalah Teknologi Finansial (*FinTech*) yang dilisensikan oleh Bank Indonesia dan memiliki 10 juta pengguna dan ratusan perusahaan dan UKM di seluruh Indonesia. Flip merupakan sebuah aplikasi transfer antar bank yang tidak mengenakan biaya dan dapat diunduh melalui Google Play Store untuk perangkat Android. Fungsinya sebagai penghubung antar bank, di mana pengguna aplikasi ini pertama-tama melakukan transfer ke rekening Flip yang sejenis dengan bank yang dimiliki oleh pengguna. Setelah itu, Flip akan meneruskan dana ke rekening tujuan yang ditentukan.[31]

Flip pertama kali didirikan pada tahun 2015 oleh tiga alumni Universitas Indonesia: Rafi Putra Arriyan, Luqman Sungkar, dan Ginanjar Ibnu Solikhin. Saat itu, Flip baru saja dirilis dalam versi beta. Kepercayaan konsumen pasti akan meningkat setelah Bank Indonesia memberikan lisensi kepada Flip pada tahun 2016. Pada tahun 2019, *Sequoia Capital* India dan *Insignia Ventures Partners*

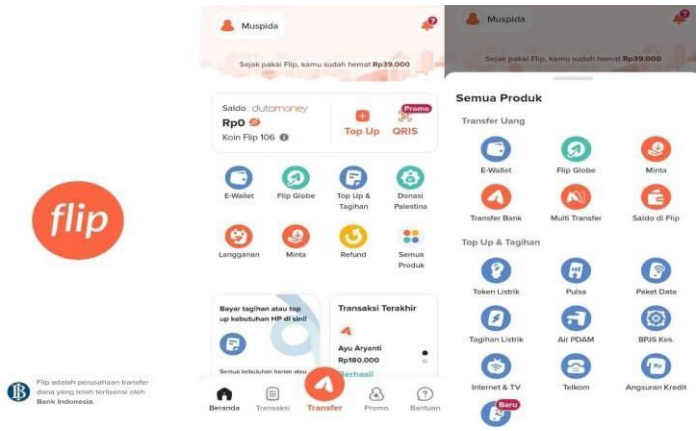
[30] Berlian Tiara Agata, "Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Minat Mahasiswa Dalam Penggunaan Aplikasi Flip Sebagai Perantara Transfer Dana Interbank (Studi Kasus Pada Mahasiswa Universitas Islam Indonesia)," no. 82 (2022): 1–23.

[31] F Nur Auliatul, "Tinjauan Hukum Islam Mengenai Akad Transfer Uang Antar Bank Secara Gratis Pada Aplikasi Flip", 2021,

http://repository.iainpurwokerto.ac.id/12270/%0Ahttp://repository.iainpurwokerto.ac.id/12270/2/Nur Auliatul Faizah_Tinjauan Hukum Islam Mengenai Akad Transfer Uang Antar bank Secara Gratis Pada Aplikasi flip.pdf.

memberikan pendanaan putaran awal (*Seed*) untuk membantu Flip meningkatkan produk dan layanannya (Ahmed et al., 2022; Daswati et al., 2022; S. Iskandar et al., 2021). Pada tahun yang sama, Flip meluncurkan Big Flip sebagai solusi manajemen keuangan bisnis terbaik untuk perusahaan dan UKM di Indonesia, serta Flip *Globe* sebagai fitur baru untuk mengirim uang ke luar negeri.

Gambar 2.1
Tampilan Aplikasi Flip



Sumber: Aplikasi Flip, 2024

Cara kerja Flip.id adalah pertama-tama, pengguna harus login ke akun mereka di aplikasi Flip dan kemudian memilih fitur "kirim uang". Di sana, pengguna akan diminta untuk mengisi informasi seperti bank pengirim, jumlah uang yang akan ditransfer, bank tujuan, dan rekening tujuan. Setelah itu, mereka akan mendapatkan "kode unik", yang harus digunakan untuk melakukan transfer. Misalnya, pengguna harus melakukan transfer senilai Rp50.000 dengan kode unik 123; jika tidak sesuai dengan kode tersebut, uang tidak akan sampai ke rekening tujuan. Selain itu, pengguna akan mendapatkan rekening Flip yang sesuai dengan jenis bank yang digunakan untuk melakukan transfer; pengguna harus melakukan transfer sesuai nominal dan bank Flip. Jika transfer berhasil, notifikasi dan bukti akan dikirim ke Flip.

Flip telah bekerja sama dengan banyak kode transfer, termasuk BCA, BNI, BRI, BSI, Bank Mandiri, DBS, Bank Muamalat, Jenius (BTPN), Bank Permata, Bank Danamon, dan CIMB. Pengguna dapat mengirim uang ke rekening lokal tanpa biaya admin dengan fitur ini. Selain fitur utamanya untuk mengirim uang ke berbagai bank tanpa biaya admin, Flip kini juga memiliki fitur untuk mengirim uang ke Singapura, Malaysia, Filipina, China, Jepang, Korea Selatan, India, United Kingdom, Australia, Hong Kong, Turki, Thailand, dan banyak lagi. Selain itu, Flip berkolaborasi dengan dompet digital seperti Dana, Gopay, Shopeepay, dan Ovo.[32]

3. TAM (*Technology Acceptance Model*)

TAM (*Technology Acceptance Model*) adalah model penelitian yang menjelaskan penerimaan sistem baru yang pertama kali diperkenalkan oleh Fred Davis pada tahun 1986. TAM ini Sering digunakan untuk mengidentifikasi teknologi atau elemen yang mempengaruhi penerimaan sistem. Teori ini menunjukkan bahwa ketika seseorang melihat teknologi baru, ada beberapa faktor yang mempengaruhi keputusan mereka untuk menggunakan teknologi baru tersebut atau tidak (A. S. Iskandar et al., 2021; Mujahidin et al., 2022; Yusmat et al., 2023). Untuk menjelaskan hal ini, ukuran yang digunakan adalah *perceived usefulness* (persepsi manfaat) dan *perceived ease of use* (persepsi kemudahan penggunaan).

Menurut Davis dkk, persepsi ini mempengaruhi bagaimana seseorang bertindak terhadap teknologi. Sistem yang mudah digunakan tidak memerlukan waktu yang lama untuk dipelajari, memungkinkan orang untuk melakukan

[32] Uutiya Rizqi Sakina et al., "Pengaruh *Perceived Ease of Use* Dan *Perceived Usefulness* Terhadap C*ontinuance Intention* Melalui *Satisfaction* Sebagai *Variabel Intervening* Pada Pengguna Flip.Id," 2023.

pekerjaan tambahan yang berkontribusi pada efektivitas.[33] Dari variabel tersebut menjadikan pengguna metode TAM sesuai dengan kebutuhan guna mengetahui kepuasan pengguna mengenai teknologi yang digunakan.

4. *Perceived usefulness* (Persepsi Kemanfaatan)

Perceived usefulness adalah *"the degree to which a person believes that using a particular system would enhance his or her job performance."* Dengan kata lain, persepsi manfaat merujuk pada sejauh mana seseorang meyakini bahwa penggunaan suatu teknologi akan meningkatkan kinerjanya.[34]

Ketika teknologi yang diterima dapat digunakan dalam situasi apapun, orang akan merasakan manfaatnya. *Perceived usefulness* dapat didefinisikan sebagai kemungkinan bahwa penggunaan teknologi tertentu dapat memperbaiki cara seseorang melakukan tugas tertentu (Ilyas, 2022; Marwing, 2021; Marwing et al., 2022; Tahmidnur et al., 2024; Yusuf et al., 2022). Saat seseorang percaya bahwa menggunakan sistem atau teknologi baru dapat meningkatkan kinerja dan dapat digunakan dimanapun dan kapanpun, itu disebut manfaat yang dirasakan. Jika seseorang merasa menggunakan sistem atau teknologi baru, mereka akan memilih untuk menggunakannya.[35]

Adapun indikator dari persepsi kebermanfaatan (*perceived usefulness*) menurut Davis, sebagai berikut:

---

[33] Davis, F. D., Bagozzi, R. P., & Warshaw, P. R. (1989). User Acceptance of Computer Technology: A Comparison of Two Theoretical Models. *Management Science*, *35*(8).

[34] Jogiyanto, *Sistem Informasi keperilakuan* (Yogyakarta: CV. Andi Offset, 2007), 118

[35] Davis,F.D, Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and, User Acceptance of information Technology, *jurnal manajemen information system*, vol.13, No.3, 320

a. Mempercepat pekerjaan (*speed up works*): Seseorang akan menganggap suatu teknologi bermanfaat jika dapat mempercepat atau mempercepat penyelesaian pekerjaan. Jika teknologi tersebut dirasa tidak mampu membantu dalam hal ini, maka kepercayaan terhadap teknologi tersebut akan menurun.
b. Efektivitas (*effectiveness*): Seseorang akan memandang teknologi sebagai bermanfaat jika dapat membantu menyelesaikan pekerjaan secara efektif dan efisien. Jika teknologi tersebut dirasa tidak dapat membantu dalam hal ini, maka kepercayaan terhadap teknologi tersebut akan menurun.
c. Meningkatkan produktivitas (*increase productivity*): Seseorang akan melihat teknologi sebagai bermanfaat jika dapat meningkatkan produktivitasnya. Jika teknologi tersebut dirasa tidak dapat membantu meningkatkan produktivitas, maka kepercayaan terhadap teknologi tersebut akan menurun.
d. Membuat pekerjaan menjadi lebih mudah (*makes job easier*): Seseorang akan menganggap teknologi sebagai bermanfaat jika dapat membuat pekerjaan menjadi lebih mudah dilakukan tanpa banyak usaha dan kesulitan. Jika teknologi tersebut dirasa sulit digunakan, maka seseorang akan menganggap teknologi tersebut tidak berguna.
e. Bermanfaat (*useful*): Seseorang akan meyakini bahwa suatu teknologi berguna jika dapat membantu menyelesaikan pekerjaan atau memenuhi kebutuhan mereka. Ini akan meningkatkan kepercayaan terhadap teknologi tersebut.
f. Meningkatkan prestasi kinerja (*improve job performance*): Seseorang akan menganggap teknologi sebagai bermanfaat jika dapat membantu meningkatkan

kualitas kinerja mereka. Jika teknologi tersebut dirasa tidak meningkatkan prestasi kerja, maka seseorang akan merasa teknologi tersebut tidak berguna.

5. *Perceived ease of use* (Persepsi Kemudahan Penggunaan)

Persepsi kemudahan penggunaan didefinisikan sebagai "sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan sistem tertentu akan bebas dari usaha".[36] Menurut Davis, kemudahan penggunaan mengacu pada sejauh mana seseorang percaya bahwa penggunaan suatu sistem akan memerlukan sedikit usaha. Dalam definisi ini, kemudahan penggunaan juga mencakup kepercayaan individu terhadap proses pengambilan keputusan. Jika seseorang memiliki keyakinan bahwa sistem informasi mudah digunakan, maka mereka akan cenderung menggunakan sistem tersebut. Sebaliknya, jika seseorang merasa bahwa sistem informasi sulit digunakan, mereka mungkin enggan untuk menggunakannya.[37]

Berikut adalah indikator-indikator menurut Davis yang dikutip oleh Joan dan Sitinjak yang terkait dengan persepsi kemudahan:[38]

a. Sistem jelas dan mudah dimengerti (*clear and understandable*): Seseorang akan menganggap suatu teknologi mudah digunakan jika teknologi tersebut memiliki sistem yang jelas dan mudah dimengerti dalam pengoperasiannya. Jika teknologi tersebut tidak mudah dimengerti, maka seseorang akan menganggap bahwa teknologi tersebut sulit digunakan.

---

[36] Lena Ellitan dan Lina Anatan, *Sistem Informasi Manajemen* (Bandung: Alfabeta2009), hlm. 32

[37] Jogiyanto, *Sistem Informasi keperilakuan* (Yogyakarta: CV. Andi Offset, 2007), 115

[38] Tony Sitinjak, M. M. (2019). Pengaruh persepsi kebermanfaatan dan persepsi kemudahan penggunaan terhadap minat penggunaan layanan pembayaran digital Go-Pay. *Jurnal manajemen*, *8*(2).

b. Tidak memerlukan banyak usaha (*effortless*): Seseorang akan meyakini bahwa suatu teknologi mudah digunakan jika teknologi tersebut dapat dioperasikan dengan sedikit atau tanpa usaha yang panjang. Sebaliknya, jika teknologi tersebut memerlukan usaha yang banyak, maka seseorang akan menganggap bahwa teknologi tersebut sulit digunakan.

c. Mudah digunakan (*easy to use*): Seseorang akan memandang suatu teknologi mudah digunakan jika teknologi tersebut dapat digunakan dengan mudah dan tanpa kesulitan. Jika teknologi tersebut sulit digunakan, maka tingkat kepercayaan seseorang terhadap teknologi tersebut akan menurun.

d. Mudah dipelajari (*easy to learn*): Seseorang akan menganggap suatu teknologi mudah digunakan jika teknologi tersebut mudah dipelajari dalam hal pengoperasiannya. Jika teknologi tersebut sulit dipelajari, maka seseorang akan menganggap bahwa teknologi tersebut sulit digunakan.

6. *Service quality* (Kualitas Layanan)

Salah satu cara terpenting untuk menentukan kepuasan pengguna adalah dengan mempertimbangkan kualitas produk dan layanan; produk atau layanan berkualitas tinggi sangat mempengaruhi kepuasan pengguna. Kepuasan pengguna merupakan salah satu indikator kualitas layanan. Arianto berpendapat bahwa “inti dari kualitas pelayanan adalah memenuhi kebutuhan dan keinginan pengguna atau pelanggan, serta ketepatan penyampaian yang memenuhi harapan pengguna pelanggan dan memuaskan mereka".

Adapun indikator-indikator dari kualitas layanan menurut Heterogeneity oleh Fitzsimmons, James A. dan Fitzsimmons, Mona J:[39]

a. Keandalan (*Reliability*): Keandalan yang tinggi dalam layanan menunjukkan kemampuan untuk memberikan layanan secara konsisten dan akurat. Layanan yang dapat diandalkan akan memberikan pengalaman yang baik kepada pengguna dan membangun kepercayaan terhadap layanan tersebut.
b. Responsivitas (*Responsiveness*): Responsivitas yang baik dalam layanan menunjukkan kemampuan untuk merespons dengan cepat dan efektif terhadap kebutuhan dan masalah pengguna. Layanan yang responsif memberikan pengalaman yang memuaskan dan memberikan solusi yang memadai.
c. Fitur-fitur (Features): Fitur-fitur yang baik dalam layanan dapat meningkatkan kualitas layanan secara keseluruhan. Fitur-fitur yang relevan, inovatif, dan mudah digunakan akan memenuhi kebutuhan pengguna dan meningkatkan kepuasan mereka terhadap layanan.

7. Kepuasan (*satisfaction*)

Kepuasan pengguna merupakan faktor terpenting dalam berbagai kegiatan bisnis. Kepuasan pengguna adalah tanggapan konsumen terhadap evaluasi ketidaksesuaian yang dirasakan antara harapan yang sebelumnya dengan kinerja produk yang dirasakan. Dengan terpuasnya keinginan dan kebutuhan para pengguna atau pelanggan, maka tentunya konsumen tersebut akan selalu menggunakan secara terus menerus.[40]

---

[39] Fitzsimmons, James A. dan Fitzsimmons, Mona J. (2014). Service Management: Operations, Strategy, Information Technology. McGraw-Hill Education.

[40] Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). Marketing Management (15th ed.). Pearson Education."

Kepuasan penggunaan adalah perasaan individu terhadap kinerja suatu barang atau jasa dibandingkan dengan harapannya. Saat seseorang merasa senang atau kecewa setelah membandingkan hasil dan harapan yang diterima setelah menggunakan suatu produk atau jasa, pengguna akan merasa puas jika harapan-harapan tersebut dipenuhi (Alam et al., 2023; Alwi et al., 2022; Hamida et al., 2023).

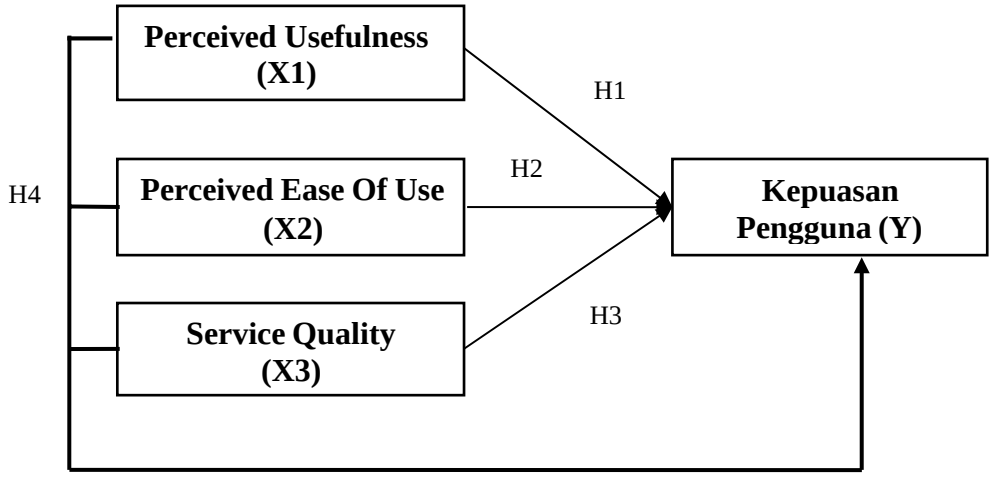
Berikut adalah indikator-indikator menurut Schiffman dan Kanuk yang terkait dengan kepuasan pengguna:[41]

a. Kemampuan dalam memberikan produk dan pelayanan jasa yang sesuai dengan apa yang diinginkan konsumen (*expectations*): Indikator ini mencerminkan sejauh mana produk atau layanan dapat memenuhi harapan konsumen. Semakin produk atau layanan tersebut sesuai dengan harapan konsumen, semakin tinggi tingkat kepuasan yang dirasakan.
b. Kemampuan pelayanan kepada konsumen/pengguna pada saat produk diberikan (*perceived delivery product or service*): Indikator ini mengacu pada penilaian konsumen terhadap kualitas pelayanan yang diterima saat produk atau layanan disampaikan. Pelayanan yang baik akan meningkatkan kepuasan konsumen.
c. Sikap/keinginan untuk menggunakan kembali produk (*wants to reuse*): Indikator ini mencerminkan sikap atau keinginan konsumen untuk menggunakan kembali produk atau layanan di masa depan. Jika konsumen

[41] Schiffman, L.G., & Kanuk, L.L. (2010). Consumer Behaviour (10th ed). New Jersey, Pearson Prentice Hall

memiliki keinginan yang tinggi untuk menggunakan kembali produk atau layanan yang sama, hal ini menunjukkan tingkat kepuasan yang tinggi.

C. Kerangka Pikir



Gambar 2.2 Kerangka Pikir

Keterangan:

X1 = Variabel independen 1

X2 = Variabel independen 2

X3 = Variabel independen 3

Y = Variabel Dependen

⟶ = Pengaruh individual

⟶ = Pengaruh simultan

D. Hipotesisi Penelitian

Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian. Hipotesis diberikan sebagai respons awal terhadap pertanyaan penelitian yang telah dirumuskan sebelumnya. Namun, hipotesis ini bersifat sementara karena jawaban yang diberikan hanya didasarkan pada teori-teori yang relevan dan belum didasarkan pada fakta-fakta empiris yang diperoleh dari pengumpulan dan analisis data.[42]Dalam penelitian, hipotesis digunakan untuk menguji dan membuktikan kebenaran atau ketidakbenaran dari pernyataan yang diajukan. Hipotesis dapat berbentuk pernyataan yang menghubungkan dua atau lebih variabel, atau mengajukan prediksi atau hubungan antara variabel-variabel dalam penelitian.

1. Pengaruh Perceived Usefulness Terhadap Kepuasan

Perceived usefulness didefinisikan sebagai sebesar apa seseorang percaya bahwa dalam menggunakan suatu sistem teknologi mampu meningkatkan kinerjanya. Seseorang akan menggunakan sebuah teknologi jika dia mengetahui manfaat yang ditimbulkan teknologi jika digunakan.[43] Semakin mudah seorang individu untuk menggunakan internet, semakin mudah juga orang tersebut untuk mendapatkan manfaat dari teknologi tersebut. *Perceived usefulness* akan berpengaruh terhadap kepuasan dikarenakan apabila seseorang merasakan manfaat dari penggunaan, maka otomatis akan memberikan kepuasan bagi pengguna.

---

[42] Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2015), 96.

[43] Silaen, Elsa, and Bulan Prabawani. "Pengaruh persepsi kemudahan menggunakan e-wallet dan persepsi manfaat serta promosi terhadap minat beli ulang saldo e-wallet Ovo." *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis* 8.4 (2019): 155-163.

Teori *perceived usefulness* berpengaruh terhadap kepuasan penggunaan sejalan dengan penelitian dari Mutiara dkk, menyimpulkan bahwa kepuasan penggunaan *e-wallet* dipengaruhi secara positif dan signifikan oleh *perceived usefulness* Penelitian oleh Adjie dan Sukresna, menemukan bahwa variabel *perceived usefulness* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengguna. Teori kepuasan penggunaan dipengaruhi perceived usefulness juga diperkuat pada penelitian Hermawan dkk, yang menemukan bahwa *perceived usefulness* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan.[44] Maka hipotesis pertama yaitu:

H1: *Perceived usefulness* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengguna aplikasi Flip

2. Pengaruh Perceived Ease Of Use Terhadap Kepuasan

Persepsi kemudahan penggunaan dapat didefinisikan sebagai tingkat keyakinan individu bahwa penggunaan suatu teknologi tertentu akan dilakukan tanpa banyak usaha. Persepsi kemudahan penggunaan adalah keyakinan individu bahwa dalam menggunakan suatu sistem teknologi, mereka akan terbebas dari upaya yang berat. Kepuasan dalam menggunakan suatu teknologi dipengaruhi oleh sejauh mana teknologi tersebut mudah digunakan dan tidak memerlukan usaha yang terlalu besar. Kemungkinan seseorang untuk merasa puas dalam menggunakan suatu sistem teknologi dipengaruhi oleh tingkat keyakinan individu bahwa sistem tersebut mudah dioperasikan atau digunakan.

[44] Hermawan, V. K., & Paramita, E. L. (2021). Faktor Yang Mempengaruhi Keberlanjutan Minat Pengguna Dalam Menggunakan Aplikasi Mhealth Melalui Variabel Satisfaction. *Jurnal Bisnis dan Manajemen*, *8*(1), 150–167. https://doi.org/10.26905/jbm.v8i1.5652

Teori *perceived ease of use* berpengaruh terhadap kepuasan penggunaan sejalan dengan hasil analisis yang telah dilakukan oleh Meyrilliana dkk, bahwa perceived ease of use memiliki efek positif dan signifikan terhadap kepuasan pengguna. Oleh karena itu, kepuasan pengguna dengan aplikasi Ovo berkorelasi positif dengan kemudahan penggunaan. Teori ini juga diperkuat dengan penelitian yang dilakukan oleh Suryani dkk, dengan menemukan bahwa persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan terhadap transportasi Gojek.[45] Maka hipotesis kedua yaitu:

H2: *Perceived ease of use* berpengaruh Positif dan signifikan terhadap kepuasan pengguna aplikasi Flip

3. Pengaruh *Service quality* Terhadap Kepuasan

Kualitas layanan (*Service quality*) berpusat pada pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaian untuk mengimbangi harapan pelanggan. *Service quality* dapat didefinisikan sebagai tindakan atau perbuatan seseorang atau suatu organisasi untuk memberikan kepuasan kepada pengguna, sesama karyawan. Dari pendapat di atas, dapat disimpulkan bahwa kualitas layanan adalah memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan dan membuat mereka puas.

Teori *service quality* berpengaruh terhadap kepuasan penggunaan sejalan dengan penelitian yang telah dilakukan Fitri Adelfi dkk, menemukan bahwa variabel kualitas pelayanan dapat mempengaruhi kepuasan pengguna Aplikasi Flip secara positif dan signifikan. Maka hipotesisnya yaitu:

[45] Suryani, Devi, Ermansyah, and Saipul Alsukri. "Pengaruh Perceived Ease of Use, Perceived Usefulness dan Trust Terhadap Kepuasan Pelanggan Gojek." *IJBEM: Indonesian Journal of Business Economics and Management* 1.1 (2021): 11-19.

H3: Kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengguna aplikasi flip.

4. Pengaruh *perceived usefulness, perceived ease of use, service quality* terhadap kepuasan

Persepsi kemanfaatan (*perceived usefulness*) mengacu pada keyakinan pengguna bahwa penggunaan suatu teknologi atau sistem akan memberikan manfaat yang signifikan dalam meningkatkan kinerja atau efektivitas mereka. Persepsi kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*), disisi lain, adalah keyakinan bahwa penggunaan teknologi tersebut akan dilakukan dengan mudah dan tanpa banyak usaha. Kualitas layanan (*service quality*) merujuk pada tingkat kepuasan pengguna terhadap kualitas pelayanan yang diberikan oleh penyedia teknologi, hal ini menyiratkan bahwa semakin tinggi persepsi kemanfaatan, persepsi kemudahan penggunaan, dan kualitas layanan yang dirasakan oleh pengguna, semakin tinggi pula tingkat kepuasan pengguna terhadap teknologi tersebut.

Teori *perceived usefulness, perceived ease of use, service quality* terhadap kepuasan penggunaan sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Ida Ayu Cynthia Saisaria Mandasari, dkk menunjukkan bahwa *perceived usefulness,* dan *perceived ease of use,* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengguna, hingga kualitas layanan memiliki pengaruh positif terhadap kepuasan penggunaan.[46] Maka hipotesisnya yaitu:

[46]Mandasari, C. S., & Giantari, I. G. A. K. (2017). Pengaruh perceived usefulness, perceived ease of use, dan kualitas layanan terhadap kepuasan untuk membangun loyalitas. *E-Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Universitas Udayana*, *10*(6), 3637-3664..

H4: *Perceived Usefulness, Perceived Ease Of Use,* dan *Service quality* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan penggunaan

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan merupakan penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivism, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu.[47] Penelitian ini menggunakan model hubungan sebab akibat, yang berarti bahwa penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana dua atau lebih variabel berkorelasi atau pengaruh satu sama lain. Dalam penelitian kuantitatif ini metode penelitian yang dipakai adalah kuantitatif survei.

Metode penelitian survey adalah metode penelitian kuantitatif yang digunakan untuk mendapatkan data yang terjadi pada masa lampau atau saat ini, tentang keyakinan, pendapat,karakteristik, perilaku, hubungan variabel dan untuk menguji beberapa hipotesis tentang variabel sosiologis dan psikologis dari sampel yang diambil daripopulasi tertentu,[48] Teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara Menyusun daftar pertanyaan (*kuesioner*) yang diajukan kepada responden.

B. Lokasi dan Waktu Penelitian

Lokasi penelitian adalah tempat atau area dimana suatu kegiatan penelitian dilaksanakan. Penentuan lokasi penelitian merupakan salah satu komponen penting dalam desain penelitian karena dapat mempengaruhi berbagai aspek penelitian,

[47] Sugiyono. (2019). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D. Bandung: Alfabeta.

[48] Kristanto, Vigih Hery. *Metodologi Penelitian Pedoman Penulisan Karya Tulis Ilmiah:(KTI)*. Deepublish, 2018.

seperti akses kemudahan, sumber data, perizinan, dan lainnya.[49] Dalam penelitian ini lokasi yang dipilih adalah wilayah Kota Palopo. Peneliti memilih Kota Palopo dikarenakan Kota Palopo dimungkinkan memiliki sejumlah pengguna yang signifikan dari aplikasi "Flip", dan juga lokasi penelitian ini, peneliti dapat mengakses dan berinteraksi dengan pengguna aplikasi tersebut secara langsung, sehingga memungkinkan pengumpulan data dan penilaian yang lebih mendalam terkait dengan variabel tersebut. Penelitian dilakukan sejak peneliti mulai mencari masalah topik penelitian sampai Anda selesai menulis laporan penelitian.

C. Definisi Operasional Variabel

Definisi operasional variabel merupakan sebuah konsep berbentuk kerangka yang mengilustrasikan gejala yang akan diuji kebenarannya. Berikut ini adalah tabel yang berisi definisi serta indikator variabel *perceived ease of use, perceived usefulness*, kualitas layanan dan kepuasan penggunaan.

Tabel 4.1 Definisi Operasional Variabel

Variabel	Definisi Operasional	Indikator
Perceived Usefulness (X1)	manfaat penggunaan didefinisikan sebagaisejauh mana seseorang meyakini bahwa penggunaan sistem informasi tertentu akan meningkatkan kinerjanya.[50]	a. Mempercepat Pekerjaan b. Efektivitas c. Meningkatkan produktivitas d. Mempermudah pekerjaan e. Bermanfaat f. Meningkatkan prestasi kinerja

[49] Nanang Budiutomo, ―Metode Penelitian Kualitatif Beserta Contoh Judul Contoh Proposal(Lengkap),‖ 10 November, 2016, https://bukubiruku.com/metode-penelitian-kualitatif/

[50] Lena Ellitan dan Lina Anatan, *Sistem Informasi Manajemen* (Bandung: Alfabeta2009), hlm. 35.

Perceived Ease Of Use (X2)	*Perceived ease of use* (Kemudahan penggunaan) didefinisikan sebagai seberapa jauh seseorang yakin akan terbebas dari usaha apabila menggunakan suatu teknologi.[51]	*a.* Sistem jelas dan mudah dimengerti (*clear and understandable*). *b.* Tidak memerlukan banyak usaha (*effortless).* c. Mudah digunakan (*easy to use*). d. Mudah dipelajari (*easy to learn*).
***Service quality* (X3)**	Kualitas layanan adalah kemampuan layanan yang diberikan untuk memenuhi ekspektasi pelanggan. Dua faktor utama mempengaruhi kualitas layanan: layanan yang diharapkan dan persepsi layanan. Jika layanan yang diterima atau disarankan memenuhi harapan, maka kualitas layanan dianggap baik dan memuaskan oleh Tjiptono dan Gregorius Chandra.	a. Keandalan (*Reliability*) b. Responsivitas (*Responsiveness*) c. Fitur-fitur (*Features*) Sumber: Parasuraman, Zeithaml, and Berry, 1988[52]
Kepuasan (Y)	Kepuasan merupakan perasaan bahagia atau kecewa manusia yang timbul dari perbandingan kinerja atau hasil teknologi, barang atau jasa yang disertai dengan harapan menurut Kotler & Keller.	*a. Expectations* *b. Perceived delivery product or service* *c. Want to rescue* Sumber: Sakina & Prastiwi, 2012.[53]

[51] Lena Ellitan dan Lina Anatan, *Sistem Informasi Manajemen* (Bandung: Alfabeta2009), hlm. 32.

[52] Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1988). SERVQUAL: A multiple-item scale for measuring consumer perceptions of *service quality*. Journal of Retailing, 64(1), 12-40

[53] Sakina, u. r., & prastiwi, s. k. (2023). Pengaruh *Perceived ease of use* dan *Perceived usefulness* terhadap *Continuance intention* melalui satisfaction sebagai variabel intervening pada pengguna flip. id (doctoral dissertation, uin surakarta).

D. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi adalah sekelompok individu yang diambil dari semua segmen peristiwa, hal, atau individu dengan ciri-ciri yang sama atau menarik. Oleh karena itu, populasi dijadikan sebagai unit penelitian. Populasi dari penelitian ini adalah seluruh pengguna flip yang berada di Kota Palopo

2. Sampel

Sampel merupakan bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut.[54] Kepingan jumlah yang membentuk populasi disebut sebagai sampel. Karena populasi umumnya besar, keterbatasan waktu, tenaga, dan dana membuat peneliti tidak dapat menggunakan seluruh populasi.[55] Karena itu, sampel digunakan untuk penelitian. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *nonprobability sampling*, di mana setiap unsur atau anggota populasi tidak memiliki peluang yang sama untuk dipilih sebagai sampel. Dalam hal ini, digunakan teknik *purposive sampling*, dimana sampel dipilih berdasarkan kualifikasi tertentu yang sesuai dengan kriteria yang ditentukan. Kriteria sampel penelitian ini termasuk:

a. Tinggal/berada di kota palopo
b. Memakai flip minimal sekali
c. Usia berkisar 20-35 tahun

---

[54] Juliansyah Noor, *Metodologi Penelitian* (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2011), 80-81

[55] Garaika, Damanah, and S. Darmanah. "Metodologi Penelitian." *Lampung: CV. Hira Tech* 48 (2019)..

Alasan memilih syarat dan kriteria diatas pertama, penelitian ini berfokus pada pengguna Flip yang berada di kawasan Kota Palopo. Hal ini dikarenakan bahwa wilayah tersebut merupakan salah satu lokasi dengan jumlah pengguna Flip yang cukup banyak. Kedua, responden yang dipilih adalah mereka yang telah pernah menggunakan layanan Flip setidaknya satu kali. Hal ini penting karena variabel dependen yang digunakan dalam penelitian ini berkaitan dengan niat keberlanjutan penggunaan, sehingga dibutuhkan pengalaman penggunaan sebelumnya. Ketiga, penelitian ini berfokus pada pengguna Flip yang berada pada rentang usia 20-35 tahun. Pemilihan kelompok usia ini didasarkan pada data dari Asosiasi Fintech Indonesia yang menunjukkan bahwa pengguna teknologi finansial terbanyak di Indonesia berada pada rentang usia tersebut, dengan persentase mencapai 79,2% dari total pengguna.[56]

Untuk pengambilan sampel, populasi penelitian ini tidak diketahui secara keseluruhan. Maka dari itu, penelitian ini dilakukan menggunakan rumus Malhotra. menurut Malhotra dalam menentukan banyaknya sampel yang akan diambil dapat ditentukan melalui perkalian antara jumlah seluruh indikator dengan 5.[57] Penggunaan angka pengali 5 dalam rumus Malhotra bertujuan untuk memastikan ukuran sampel minimum yang cukup besar untuk mendapatkan hasil analisis yang

[56] Fintech Association of Indonesia (AFTECH), "Indonesia FinTech Report 2023" (Jakarta: AFTECH, 2023), https://www.fintech.id/indonesia-fintech-report-2023/.

[57] Malhotra, N. K. (2010). Marketing Research: An Applied Orientation (6th ed.). Pearson Education.

andal, terutama jika tujuan penelitian melibatkan analisis faktor.[58] Jadi, 5 x 16 indikator = 80 responden.

E. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data adalah proses atau metode yang digunakan untuk mengumpulkan informasi, fakta, atau sumber yang relevan dalam sebuah studi, penelitian, atau survei.

Metode pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan kuesioner atau angket yang diberikan kepada responden. Teknik pengumpulan data di mana responden diberi daftar pertanyaan yang telah direncanakan sebelumnya, biasanya dalam bentuk pernyataan-pernyataan yang jelas.[59] Pada penelitian ini kuesioner diberikan kepada masyarakat di Kota Palopo secara acak yaitu secara *online* melalui *google form*. Metode ini dipilih karena mekanisme pengumpulan data ini lebih efektif dalam mengukur variabel penelitian.

F. Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian adalah alat penelitian yang didasarkan pada fenomena atau peristiwa sosial yang diamati. Berdasarkan jumlah instrumen penelitian ada tiga variabel penelitian yang akan digunakan. Penelitian ini menggunakan instrumen kuesioner tertutup. Hal ini dianggap memudahkan dalam proses

---

[58] Maghfiroh, Mu'izzatul. "Pengaruh Harga, Kualitas Produk Dan Lokasi Terhadap Minat Beli Generasi Milenial Di Pasar Tradisional Dinoyo Malang (Studi Pada Mahasiswa S1 Unisma Angkatan 2017-2018)." (2021).

[59] Sugiyono, 'Metode Penelitian kuantitatif, kualitatif dan R & D, OPAC Perpustakaan Nasional RI.,‖ diakses 6 Maret 2023, https://opac.perpusnas.go.id/DetailOpac.aspx?id=911046.9.

pengumpulan data karena kuesioner tertutup sendiri memiliki berbagai pilihan jawaban dan tingkat kesetujuan, mulai dari sangat tidak setuju hingga sangat setuju. Dalam proses menghasilkan data kuantitatif, skala pengukuran adalah kesepakatan yang digunakan sebagai referensi untuk menentukan panjang pendek interval yang ada dalam alat ukur. yang terdiri dari angka. Dalam penelitian ini, skala likert digunakan. Skala Likert adalah sebuah instrumen pengukuran yang digunakan untuk mengukur data berupa sikap, persepsi manusia, pendapat, dan fenomena sosial. Penggunaan skala Likert dalam penelitian bertujuan untuk mengumpulkan data yang dapat dijelaskan dengan jelas dan detail. Skala Likert ini memberikan nilai-nilai sebagai berikut:

Tabel 4.2 Skala Pengukuran Likert

Keterangan	Skor
Sangat Tidak Setuju (STS)	1
Tidak Setuju (TS)	2
Setuju (S)	3
Sangat Setuju (SS)	4

Sumber: Ferdinand,[60] 2014

Penggunaan empat skala dalam skala likert dipertimbangkan dengan alasan untuk menghindari jawaban yang ambigu atau netral, seperti ragu-ragu atau netral menurut Hadi Sutrisno, pertimbangan tersebut meliputi:[61]

[60] Ferdinand, A. (2014). Metode penelitian manajemen: Pedoman penelitian untuk penulisan skripsi tesis dan disertasi ilmu manajemen.

[61] Hadi Sutrisno. (1991). *Analisis Butir untuk Instrumen Angket, Tes, dan Skala Nilai*. FP UGM.

1. Kategori "*undecided*" memiliki makna ganda atau jawaban ganda yang dapat diinterpretasikan dengan berbagai cara, seperti jawaban netral, tidak setuju, tidak setuju sama sekali, atau ragu-ragu. Jawaban ini dapat diartikan sebagai ketidakmampuan responden untuk memberikan keputusan atau jawaban yang tegas (sesuai dengan konsep aslinya).
2. Menyediakan jawaban tengah dapat menyebabkan efek *central tendency*, terutama bagi responden yang ragu-ragu tentang kecenderungan pendapat mereka ke arah setuju atau tidak setuju. Hal ini dapat menghasilkan pengurangan data penelitian yang membatasi jumlah informasi yang dapat diperoleh dari responden.
3. Kelebihan dari kuesioner dengan skala empat adalah kemampuannya untuk mengumpulkan data yang lebih akurat karena tidak adanya jawaban ganda.

Dengan menggunakan skala empat dalam skala Likert, diharapkan dapat meminimalkan ambiguitas dan jawaban netral, serta meningkatkan kualitas data yang dikumpulkan dalam penelitian.

G. Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen

1. Validitas Instrumen

Validitas adalah salah satu parameter yang digunakan untuk menentukan kesahihan dan keabsahan suatu instrumen. Validitas instrumen dalam penelitian merujuk pada sejauh mana data tersebut dianggap akurat atau valid. Sebelum melakukan analisis data, langkah ini sangat penting. Tujuan pengujian validitas

adalah untuk mengevaluasi fungsionalitas alat.[62] Syarat atau kriteria dalam menentukan validitas adalah sebagai berikut:

a. Jika **r hitung** > **r tabel**, maka dinyatakan **valid** atau nilai signifikansi < alpha (0,05).
b. Sebaliknya jika **r hitung** < **r tabel**, maka dinyatakan **tidak valid** atau nilai signifikansi > alpha (0,05).

2. Reliabilitas Instrumen

Reliabilitas dikenal dengan beberapa istilah lain seperti keandalan, ketergantungan, stabilitas, dan konsistensi. Keandalan merujuk pada tingkat kepercayaan dan digunakan untuk mengukur sejauh mana informasi atau instrumen dapat diandalkan.[63] Jika nilai koefisien reliabilitas (*Cronbach alpha*) yang dihasilkan selama pengujian melebihi 0,6, maka instrumen tersebut dianggap memiliki reliabilitas yang baik. Oleh karena itu, uji reliabilitas digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:[64]

a. jika nilai *Alpha Cronbach* lebih besar (>) dari 0,6 maka H0 ditolak dan H1 diterima.
b. Sebaliknya, jika nilai *Cronbach Alpha* lebih kecil (<) dari 0,6 maka H0 diterima dan H1 ditolak.

---

[62] Sugiyono. (2013). *Metodologi Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. ALFABETA.

[63] Sunyoto Danang. *Uji KHI Kuadrat & Regresi untuk Penelitian.* Yogyakarta: Graha Ilmu.2010,36.

[64] Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate (Dengan Program SPSS 25)* (IX). Badan Penerbit Undip.

H. Teknik Analisis Data

Menurut Sugiyono, teknik analisis data adalah salah satu cara yang bisa digunakan untuk menyempitkan ruang lingkup penelitian. Teknik analisis data dalam penelitian ini adalah IBM SPSS 21 yang digunakan peneliti adalah analisis kuantitatif. Teknik analisis data menggunakan statistik.

1. Uji asumsi klasik

Uji asumsi klasik biasanya digunakan dalam penelitian untuk menentukan apakah data memiliki penyimpangan regresi atau tidak.[65] Hal ini dilakukan untuk menghasilkan persamaan linier terbaik yang tidak mengandung kesalahan. Uji asumsi klasik terdiri dari komponen berikut:

a. Uji normalitas

Uji normalitas digunakan untuk mengetahui apakah dalam sebuah model regresi variabel dependen, variabel independen atau kedua-duanya mempunyai distribusi normal atau tidak. Pada uji t dan F mengasumsikan bahwa nilai residual mengikuti distribusi normal. Apabila asumsi ini dilanggar maka uji statistik menjadi tidak valid untuk jumlah sampel kecil.

b. Uji multikolinearitas

Hubungan antara variabel bebas menunjukkan korelasi yang sangat rendah, yang dikenal sebagai uji multikolinearitas. Tujuan dari uji multikolinearitas adalah untuk menguji apakah terdapat korelasi antar variabel independen dalam model regresi. Model regresi yang baik seharusnya tidak terdapat korelasi antar variabel

[65] Singgih Santoso, *Buku Latihan SPSS Statistika Parametrik,* (Jakarta: PT. Elex Media Komputindo, 2000), 212.

independen, karena hal tersebut dapat mengurangi kepercayaan terhadap uji signifikansi. Untuk mendeteksi adanya indikasi multikolinearitas dalam model regresi, dapat digunakan nilai Variance Inflation Factor (VIF).[66]

c. Uji heteroskedastisitas

Heteroskedastisitas menunjukkan bahwa varian variabel gangguan tidak konstan. Pengujian ini bertujuan untuk memeriksa apakah terdapat variasi yang tidak sama pada residual antara satu observasi dan observasi lainnya dalam model regresi. Jika varians dari residual tetap konstan dari satu pengamatan ke pengamatan lainnya, hal ini disebut sebagai kesalahan kuadrat rata-rata, sedangkan jika variansnya berbeda-beda, hal ini disebut sebagai heteroskedastisitas. Heteroskedastisitas tidak terjadi pada model regresi yang baik. Untuk melakukan uji heteroskedastisitas dalam penelitian ini, perhatikan diagram pencar (scatter plot).[67]

Tahap ini memiliki kepentingan sebelum dilakukan analisis data jika nilai semua nilai sig > 0,05, maka dapat dianggap tidak ada heteroskedastisitas.

2. Analisis regresi linear berganda

Regresi berganda adalah evolusi dari regresi linier sederhana, yang memanfaatkan pengaruh satu atau lebih variabel bebas terhadap satu variabel tak bebas. Namun, dalam analisis regresi berganda, lebih dari satu variabel bebas

[66] Agus Eko Sujianto, *Aplikasi Statistik dengan SPSS 16.0*, (Jakarta: Prestasi Pustaka Publisher, 2009), 79

[67] Agus Eko Sujianto, *Aplikasi Statistik dengan SPSS 16.0*, (Jakarta: Prestasi Pustaka Publisher, 2009),80

digunakan untuk mempengaruhi satu variabel tak bebas. Rumus berikut dapat digunakan untuk mengetahui regresi linier berganda:[68]

Y = a + b1X1 + b2X2 + b3X3 + e

Dimana:

Y = Variabel kepuasan pengguna

a = Konstanta persamaan regresi

X1 = Variabel *perceived usefulness*

X2 = Variabel *perceived ease of use*

X3 = Variabel *service quality*

e = Error term/residual

b1, b2, dan b3 = koefisien regresi (slope) variabel independen

3. Uji hipotesis

Hipotesis adalah jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian. Istilah "sementara" digunakan karena jawaban ini hanya didasarkan pada teori yang relevan, belum didasarkan pada fakta-fakta empiris yang ditemukan dalam penelitian. Pengujian hipotesis dilakukan dengan tujuan untuk memberikan dasar yang dapat digunakan untuk memutuskan apakah akan menolak atau menerima kebenaran dari pernyataan atau konsep yang dibuat.[69]

[68] Syofian Siregar, Metode Penelitian Kuantitatif: Dilengkapi dengan Perbandingan Perhitungan Manual & SPSS, 301.

[69] Agus Widarjono, Analisis Multivariat Terapan: Dengan Program SPSS, AMOS dan SMARTPLS, 17.

a. Uji-t (Pengujian secara parsial)

Uji statistik t digunakan untuk mengukur sejauh mana pengaruh variabel bebas secara individual terhadap variabel terikat, dengan mengasumsikan variabel bebas lainnya tetap konstan. Terdapat aturan atau ketentuan yang digunakan dalam uji statistik t,[70] yaitu:

1) Jika nilai sig < 0,05 atau t-hitung > t-tabel, maka variabel bebas tidak mempunyai pengaruh terhadap variabel terikat.
2) Jika nilai sig > 0,05 atau t-hitung < t-tabel, maka variabel bebas tidak mempunyai pengaruh terhadap variabel terikat.

b. Uji-F (Pengujian secara simultan)

Untuk mengevaluasi apakah semua variabel bebas dalam model memiliki pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel terikat, dilakukan Uji F. Uji F dapat dilakukan dengan membandingkan tingkat signifikansi dengan nilai $\alpha = 0,05$. Dalam penelitian ini, perbandingan antara tingkat signifikansi dengan nilai $\alpha = 5\%$ digunakan dengan ketentuan sebagai berikut:[71]

1) Jika nilai Sig < α, maka secara simultan terdapat pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat (Ha diterima).
2) Jika nilai Sig > α, maka secara simultan tidak terdapat pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat (Ho diterima).

---

[70] Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 21* Cetakan Ke-7,(Semarang:Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2013), 61

[71] Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 21* Cetakan Ke-7,(Semarang:Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2013), 62

c. Koefisien determinasi (r^2)

Untuk menentukan persentase kontribusi variabel bebas secara kolektif terhadap variabel non-bebas dilakukan dengan menghitung jumlah koefisien penentuan (R2) dari fungsi permintaan. Semakin besar nilai R2 (mendekati 1) semakin akurat regresi linear digunakan sebagai pendekatan untuk hasil penelitian. Persamaan regresi selalu disertai dengan nilai R2 sebagai ukuran kesesuaian.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian

1. Gambaran Umum Kota Palopo

Palopo adalah kota di pesisir Teluk Bone di Provinsi Sulawesi Selatan, Indonesia. Kota ini memiliki luas sekitar 247,52 km2 dan kurang lebih 200.000 orang tinggal di sana.[72] Secara geografis, Palopo berada pada koordinat 2°58′00″LS dan 120°11′25″BT.[73] Kota ini berfungsi sebagai pusat ekonomi, pendidikan, dan pemerintahan di tengah Sulawesi Selatan. Palopo memiliki daya tarik pariwisata karena potensi alamnya yang luar biasa, seperti Danau Tempe, Gunung Latimojong, dan pantai-pantainya. Palopo juga memiliki banyak peninggalan sejarah dan budaya. Istana Datu Luwu, Masjid Agung Palopo, makam-makam kuno, dan beberapa benteng peninggalan adalah beberapa situs bersejarah yang dimiliki.

2. Gambaran Umum Penelitian

Judul penelitian ini adalah "Pengaruh *Perceived usefulness*, *Perceived ease of use* dan *Service quality* Terhadap Kepuasan Pengguna Aplikasi Flip di Kota Palopo". Kriteria responden adalah sebagai berikut: tinggal/berada di Kota Palopo, pernah menggunakan Flip.id minimal satu kali, dan berusia antara 20-35 tahun. Metode yang digunakan adalah metode kuantitatif, dimana data mentah diperoleh

[72] Pemerintah Kota Palopo. (2023). Profil Kota Palopo, https://palopokota.go.id/

[73]Badan Informasi Geospasial. (2023). Peta Administrasi Kota Palopo, https://tanahair.indonesia.go.id/portal-web/

dengan menyebarkan kuesioner *Google Forms* untuk kemudian disebarkan secara digital langsung kepada pengguna Flip di Palopo. Pengumpulan data dimulai pada tanggal 27 juni 2024 sampai dengan tanggal 10 Juli 2024. Data yang diperoleh dengan cara menyebarkan kuesioner sebanyak 80 buah data, kemudian diolah dengan menggunakan software IBM SPSS statistic 21.

Flip adalah teknologi finansial (*FinTech*) yang disahkan oleh Bank Indonesia. Ini adalah platform pembayaran berbasis di Indonesia yang dapat mentransfer dana antar bank berbeda secara gratis tanpa biaya pengelolaan, dan mengisi ulang *e-wallet* tanpa potongan atau biaya pengelolaan tambahan. Sebagai alat untuk mengirim uang ke luar negeri dengan lebih hemat. Selain itu, Flip kini juga dapat digunakan untuk membayar tagihan listrik dengan tarif lebih murah, pembelian token pulsa listrik, isi ulang pulsa, dan data internet *smartphone*.

3. Deskripsi Data Responden

a. Karakteristik Responden

Karakteristik responden pada bagian ini, peneliti akan membahas tentang karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin, usia dan pekerjaan/status. Penelitian ini dilakukan kepada seluruh pengguna aplikasi flip di Kota Palopo, dengan jumlah responden sebanyak 80 orang

1) Responden Menurut Jenis Kelamin

Berikut hasil gender yang diperoleh dari penyebaran kuesioner pengguna flip di wilayah Kota Palopo:

Tabel 5.1 Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase
Laki-laki	30	37,5%
Perempuan	50	62,5%
Total	80	100%

Sumber: Data diolah, 2024

Tabel 5.1 menunjukkan bahwa 30 responden adalah laki-laki. dengan persentase 37,5% dan responden perempuan sejumlah 50 responden dengan persentase 62,5%. Hal ini menunjukkan bahwa pengguna flip di wilayah Kota Palopo terbanyak adalah responden berjenis kelamin perempuan.

2) Responden Menurut Usia

Hasil terkait usia yang diperoleh dari penyebaran kuesioner pengguna Flip di wilayah Kota Palopo adalah sebagai berikut:

Tabel 5.2 Usia

Usia	Jumlah	Persentase
20-24 Tahun	64	80,0%
25-29 Tahun	11	13,8%
30-35 Tahun	5	6,3%
Total	80	100%

Sumber: Data diolah, 2024

Berdasarkan tabel 5.2 terdapat 64 responden rentan berusia 20-24 tahun dengan persentase 80,0%, responden berusia 25-29 tahun terdapat 11 responden dengan persentase 13,8%, dan responden berusia 30-35 tahun terdapat 5 orang dengan persentase persentase terendah, atau sedikit yaitu 6,3%. Hal ini menunjukkan bahwa responden berusia antara 20 - 24 tahun merupakan mayoritas responden yang menggunakan aplikasi flip transfer untuk menyelesaikan transaksi. Dimana dengan rentan usia tersebut responden memiliki tingkat literasi yang tinggi, dan

selalu mengikuti tren finansial teknologi terkini dalam memenuhi kebutuhan pribadi maupun keluarga agar tidak tertinggal zaman.

3) Responden Berdasarkan Pekerjaan/Status

Berdasarkan penyebaran kuesioner flip user di sekitar wilayah Kota Palopo, ditemukan temuan mengenai status atau jenis pekerjaan responden sebagai berikut:

Tabel 5.3 Pekerjaan/Status

Pekerjaan/status	Jumlah	Persentase
Mahasiswa	58	72,5%
Wiraswasta	5	6,3%
Guru	7	9%
Freelance	1	1,3%
IRT	5	6,3%
Polisi	1	1,3%
Karyawan Swasta	2	2,5%
Belum Bekerja	1	1,3%
Total	80	100%

Sumber: Data diolah, 2024

Hasil yang diperoleh yaitu terdapat 58 responden dengan jenis pekerjaan atau berdasarkan status pelajar dengan persentase 72,5%, terdapat 5 responden dengan jenis pekerjaan wiraswasta dengan persentase 6,3%, terdapat Jenis pekerjaan sebagai guru sebanyak 7 responden dengan persentase 9%, jenis pekerjaan sebagai freelancer sebanyak 1 orang dengan persentase 1,3%, jenis pekerjaan/status sebagai IRT sebanyak 5 orang dengan persentase sebesar 6,3%, terdapat 1 responden dengan jenis pekerjaan polisi dengan persentase sebesar 1,3%, Satu orang responden belum bekerja sebesar 1,3% dari sampel, sedangkan dua orang responden mempunyai jenis pekerjaan sebagai pegawai swasta (2,5%). Hal ini menunjukkan bahwa responden flip di Kota Palopo yang bekerja atau terdaftar

sebagai mahasiswa lebih sering menggunakan aplikasi flip untuk mentransfer uang atau yang lainnya.

4. Uji Instrumen Penelitian

a. Uji Validitas

Instrumen penelitian dinyatakan valid apabila instrumen tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur. Dengan kata lain, uji validitas bertujuan untuk mengukur sejauh mana instrumen tersebut dapat berfungsi sesuai dengan tujuan pengukurannya. Hasilnya akan valid sebagai berikut:

1) Jika **r hitung** > **r tabel**, maka dinyatakan **valid** atau nilai signifikansi < alpha (0,05).
2) Sebaliknya jika **r hitung** < **r tabel**, maka dinyatakan **tidak valid** atau nilai signifikansi > alpha (0,05).

Menurut Sugiyono, jumlah responden yang disarankan untuk uji validitas adalah 30 responden. Hal ini didasarkan pada asumsi bahwa data akan mendekati normal jika jumlah sampel mencapai 30 atau lebih.[74]

Adapun hasil uji validitas dengan menggunakan r tabel: jumlah responden sebanyak 30, rumus df = N-2, df = 30-2 = 28, maka diperoleh angka r tabel sebesar = 0,3061

[74] Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R*&D (Bandung:Alfabeta, 2017), 91

Tabel 5.4 Hasil Uji Validitas *Perceived usefulness*

Variabel	Pernyataan	R Hitung	R Tabel	Keterangan
Perceived usefulness (X1)	P1	0,600	0,3061	Valid
	P2	0,465	0,3061	Valid
	P3	0,542	0,3061	Valid
	P4	0,715	0,3061	Valid
	P5	0,689	0,3061	Valid
	P6	0,502	0,3061	Valid
	P7	0,567	0,3061	Valid
	P8	0,677	0,3061	Valid
	P9	0,542	0,3061	Valid
	P10	0,485	0,3061	Valid
	P11	0,608	0,3061	Valid
	P12	0,743	0,3061	Valid

Sumber: Data diolah SPSS, 2024

Hasil uji validitas pada Tabel 5.4 menunjukkan bahwa seluruh pernyataan yang berkaitan dengan Data pada variabel *perceived usefulness* (X1) memiliki r hitung > 0,3061, sehingga data yang berkaitan dengan variabel tersebut dianggap valid. Dengan demikian, data yang dikumpulkan dari kuesioner ini dapat digunakan untuk penelitian.

Tabel 5.5 Hasil Uji Validitas *Perceived Ease of Use*

Variabel	Pernyataan	R Hitung	R Tabel	Keterangan
Perceived ease of use (X2)	P1	0,586	0,3061	Valid
	P2	0,495	0,3061	Valid
	P3	0,543	0,3061	Valid
	P4	0,586	0,3061	Valid
	P5	0,565	0,3061	Valid
	P6	0,544	0,3061	Valid
	P7	0,552	0,3061	Valid
	P8	0,531	0,3061	Valid

Sumber: Data diolah SPSS, 2024

Hasil uji validitas yang ditunjukkan dalam Tabel 5.5 mendefinisikan bahwa semua pernyataan yang berkaitan dengan variabel *perceived ease of use* (X2) memiliki r hitung > 0,3061, sehingga data yang berkaitan dengan variabel tersebut

dianggap valid. Dengan demikian, data yang dikumpulkan dari kuesioner ini dapat digunakan untuk penelitian.

Tabel 5.6 Hasil Uji Validitas *Service Quality*

Variabel	Pernyataan	R Hitung	R Tabel	Keterangan
Service quality (X3)	P1	0,585	0,3061	Valid
	P2	0,659	0,3061	Valid
	P3	0,715	0,3061	Valid
	P4	0,588	0,3061	Valid
	P5	0,566	0,3061	Valid
	P6	0,611	0,3061	Valid

Sumber: Data diolah SPSS, 2024

Hasil uji validitas yang ditunjukkan dalam Tabel 5.6 mendefinisikan bahwa semua pernyataan yang berkaitan dengan variabel *service quality* (X3) memiliki rhitung > 0,3061, sehingga data yang berkaitan dengan variabel tersebut dianggap valid. Dengan demikian data yang dikumpulkan dari kuesioner ini dapat digunakan untuk penelitian.

Tabel 5.7 Hasil Uji Validitas Kepuasan Pengguna

Variabel	Pernyataan	R Hitung	R Tabel	Keterangan
Kepuasan Pengguna (Y)	P1	0,781	0,3061	Valid
	P2	0,550	0,3061	Valid
	P3	0,567	0,3061	Valid
	P4	0,553	0,3061	Valid
	P5	0,593	0,3061	Valid
	P6	0,761	0,3061	Valid

Sumber: Data diolah SPSS, 2024

Hasil uji validitas yang ditunjukkan dalam Tabel 5.7 mendefinisikan bahwa semua pernyataan yang berkaitan dengan variabel kepuasan pengguna (Y) memiliki r hitung > 0.3061, sehingga data yang berkaitan dengan variabel tersebut dianggap valid. Dengan demikian data yang dikumpulkan dari kuesioner ini dapat digunakan untuk penelitian.

b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas berfungsi untuk mengukur konsistensi suatu instrumen dalam mengukur gejala yang sama. Instrumen dikatakan reliabel jika nilai koefisien Cronbach Alpha-nya lebih besar dari 0,60. Hal ini karena jika nilai reliabilitasnya kurang dari 0,6, maka dapat dikatakan bahwa instrumen tersebut kurang baik atau tidak reliabel. Adapun hasil uji reliabilitas adalah sebagai berikut:

Tabel 5.8 Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	Nilai Ketetapan	Keterangan
Perceived usefulness	0,833	0,6	Reliabilitas
Perceived ease of use	0,663	0,6	Reliabilitas
Service quality	0,643	0,6	Reliabilitas
Kepuasan Pengguna	0,665	0,6	Reliabilitas

Sumber: Data diolah SPSS, 2024

Hasil uji reliabilitas pada Tabel 5.8 diatas menunjukkan bahwa variabel *perceived usefulness* (X1), *perceived ease of use* (X2), *service quality* (X3), dan kepuasan pengguna (Y) memiliki nilai cronbach's alpha lebih besar daripada nilai ketetapan, yaitu (0,833 ; 0,663 ; 0,643 dan 0,665) lebih besar dari 0,6 atau > 0,6. Oleh karena itu, variabel-variabel ini dinyatakan sebagai reliabel.

5. Analisis Data

a. Uji Asumsi Klasik

1) Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk mengetahui apakah variabel terikat, variabel bebas, atau keduanya dalam suatu model regresi berdistribusi normal. Uji t dan F

mengasumsikan nilai residu berdistribusi normal. Jika asumsi ini dilanggar, uji statistik tidak akan valid untuk ukuran sampel yang kecil.[75]

Tabel 5.9 Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		80
Normal Parameters[a,b]	Mean	,0000000
	Std. Deviation	1,28857523
Most Extreme Differences	Absolute	,054
	Positive	,037
	Negative	-,054
Kolmogorov-Smirnov Z		,479
Asymp. Sig. (2-tailed)		,976

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Berdasarkan Tabel uji normalitas dilakukan dengan menggunakan uji statistik *Kolmogorov-Smirnov*, nilai signifikan sebesar 0,976 atau lebih besar (>) dari 0,05 sehingga dapat disimpulkan bahwa data tersebut berdistribusi normal.

2) Uji Multikolinearitas

Tujuan uji multikolinearitas adalah untuk mengetahui apakah model regresi menunjukkan adanya korelasi antara variabel bebas. Dalam penelitian ini, faktor *variabel inflation factor* (VIF) dan nilai *tolerance* digunakan untuk mengetahui apakah ada multikolinearitas dalam model regresi. Apabila nilai VIF kurang (<) dari 10 dan nilai toleransi lebih (>) dari 0,1, maka dianggap tidak terjadi multikolinearitas.

[75] Singgih Santoso, *Buku Latihan SPSS Statistika Parametrik* (Jakarta: PT. Elex Media Komputindo, 2000), hlm. 212.

Tabel 5.10 Uji Multikolinearitas

Coefficients[a]

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
(Constant)	7,172	1,751		4,096	,000		
PERCEIVED USEFULNESS	,128	,061	,381	2,077	,041	,200	4,990
PERCEIVED EASE OF USE	,358	,092	,715	3,898	,000	,200	4,988
SERVICE QUALITY	,439	,078	,480	5,600	,000	,919	1,088

a. Dependent Variable: KEPUASAN PENGGUNA

Berdasarkan tabel diatas, hasil dari uji multikolinearitas menunjukkan bahwa nilai tolerance untuk variabel perceived usefulness (X1), perceived ease of use (X2), dan *service quality* (X3) masing -masing sebesar 0,200 ; 0,200 ; 0,919 > 0,1. Adapun nilai VIF untuk variabel X1, X2, dan X3 masing-masing adalah 4,990 ; 4,990 ; 1,088 < 10. Maka dari hasil nilai tolerance dan nilai VIF tersebut dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi gejala multikolinearitas.

3) Uji Heteroskedastisitas

Adapun hasil dari uji heteroskedastisitas dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

Tabel 5.11 Uji Heteroskedastisitas

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2,256	1,030		2,190	,032
	PERCEIVED USEFULNESS	,035	,036	,239	,963	,338
	PERCEIVED EASE OF USE	-,094	,054	-,434	-1,748	,085
	SERVICE QUALITY	-,002	,046	-,004	-,034	,973

a. Dependent Variable: ABS_RES

Berdasarkan hasil output uji heteroskedastisitas yang menggunakan uji Glejser yaitu variabel perceived usefulness (X1), perceived ease of use (X2), dan *service quality* (X3) masing- masing memiliki nilai signifikan 0,338 > 0,05 ; 0,085 > 0,05 dan 0,973 > 0,05. Maka dari hasil yang didapat tersebut dapat disimpulkan bahwa variabel independen tidak terjadi masalah heteroskedastisitas.

b. Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis ini digunakan untuk melihat pengaruh variabel perceived usefulness (X1), perceived ease of use (X2), dan *service quality* (X3) terhadap kepuasan pengguna (Y) aplikasi flip di Kota Palopo.

Berikut dibawah ini hasil dari uji regresi linear berganda:

Tabel 5.12 Uji Regresi Linear Berganda

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	7,172	1,751		4,096	,000
	PERCEIVED USEFULNESS	,128	,061	,381	2,077	,041
	PERCEIVED EASE OF USE	,358	,092	,715	3,898	,000
	SERVICE QUALITY	,439	,078	,480	5,600	,000

a. Dependent Variable: KEPUASAN PENGGUNA (Y)

Menurut uji pada tabel 5.12, coefficients yang dihasilkan persamaan regresi sebagai berikut:

$Y = a + b1X1 + b2X2 + b3X3 + e$

$Y = 7,172 + 0,128X1 + 0,358X2 + 0,439X3 + e$

Berdasarkan hasil uji persamaan regresi linear berganda dapat diinterpretasikan sebagai berikut:

1) Nilai konstanta dalam model regresi adalah 7,172. Ini berarti bahwa jika nilai variabel independen (*perceived usefulness*, *perceived ease of use*, dan *service quality*) adalah 0 atau tidak ada, maka nilai variabel dependen, yaitu kepuasan pengguna, akan tetap sebesar 7,172. Dengan kata lain, ketika tidak ada pengaruh dari ketiga variabel tersebut, tingkat kepuasan pengguna tetap berada pada angka 7,172. Hal ini menunjukkan adanya pengaruh positif dari *perceived usefulness*, *perceived ease of use*, dan *service quality* terhadap kepuasan pengguna. Oleh karena itu, jika nilai dari ketiga variabel tersebut meningkat satu satuan, maka kepuasan pengguna juga akan meningkat. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa perceived usefulness, perceived ease of use, dan service quality memiliki pengaruh positif terhadap kepuasan pengguna.
2) Nilai koefisien beta pada variabel *perceived usefulness* adalah 0,128. Ini menunjukkan bahwa jika variabel *perceived usefulness* (persepsi kemanfaatan) meningkat satu satuan atau 1%, maka kepuasan pengguna akan meningkat sebesar 0,128 atau 12,8%. Temuan ini mengindikasikan bahwa *perceived usefulness* aplikasi Flip memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap kepuasan pengguna. Artinya, semakin baik persepsi tentang manfaat aplikasi Flip seperti banyaknya fitur yang berguna untuk transaksi, waktu transfer yang cepat, dan kode unik yang dapat digunakan kembali maka semakin tinggi pula kepuasan pengguna. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa peningkatan

persepsi pengguna terhadap pemanfaatan aplikasi Flip akan meningkatkan kepuasan mereka dalam menggunakan layanan tersebut.

3) Nilai koefisien regresi untuk variabel *perceived ease of use* adalah 0,358. Ini berarti bahwa jika variabel *perceived ease of use* (persepsi kemudahan penggunaan) meningkat satu satuan, maka kepuasan pengguna akan meningkat sebesar 0,358 atau 35,8%. Temuan ini menunjukkan bahwa *perceived ease of use* pada aplikasi Flip memiliki pengaruh positif terhadap kepuasan pengguna. Dengan kata lain, semakin baik fitur-fitur aplikasi Flip yang mudah digunakan, sistem yang responsif, dan kecepatan transfer, maka kepuasan pengguna, terutama di Kota Palopo, akan semakin meningkat. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa peningkatan persepsi pengguna terhadap kemudahan penggunaan aplikasi Flip akan meningkatkan kepuasan mereka dalam menggunakan layanan tersebut.

4) Nilai koefisien beta untuk variabel *service quality* adalah 0,439. Ini berarti bahwa jika variabel *service quality* (kualitas layanan) meningkat satu satuan atau 1%, maka kepuasan pengguna akan meningkat sebesar 0,439 atau 43,9%. Temuan ini menunjukkan bahwa kualitas layanan aplikasi Flip memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap kepuasan pengguna. Dengan kata lain, semakin baik kualitas layanan aplikasi Flip seperti banyaknya fitur yang berguna dan respons yang cepat maka kepuasan pengguna akan semakin meningkat. Selain itu, karena nilai beta pada variabel *service quality* lebih tinggi dibandingkan variabel lain yang diuji, dapat disimpulkan bahwa *service quality* memberikan kontribusi yang lebih besar terhadap kepuasan pengguna aplikasi Flip. Dengan demikian,

kualitas layanan yang diberikan kepada pengguna memainkan peran yang lebih dominan dalam meningkatkan kepuasan dibandingkan faktor-faktor lainnya..

c. Uji Hipotesis

1) Uji t (Parsial)

Uji statistik atau uji t dilakukan untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel secara individual terhadap variabel terikat. Hipotesis alternatif mengatakan bahwa variabel bebas dapat mempengaruhi variabel terikatnya secara signifikan jika sig. t < 0,05 dan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$. Maka Ha diterima, sedangkan H0 ditolak.[76] Cara memperoleh t-tabel:

α : 0,05

k : Variabel independen

t-tabel = t (α/2 ; nk-1)

= t (0,025 ; 80-2-1)

= t (0,025 ; 77)

Berdasarkan tabel distribusi "t" diperoleh t_{tabel} = 1,991

Tabel 5.13 Uji T (Parsial)

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	7,172	1,751		4,096	,000
	PERCEIVED USEFULNESS	,128	,061	,381	2,077	,041
	PERCEIVED EASE OF USE	,358	,092	,715	3,898	,000
	SERVICE QUALITY	,439	,078	,480	5,600	,000

a. Dependent Variable: KEPUASAN PENGGUNA

[76] Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate (Dengan Program SPSS 25)* (IX). Badan Penerbit Undip.

Berdasarkan hasil uji t pada tabel 5.13 tersebut, dapat diuraikan penjelasannya sebagai berikut:

a) Dapat dilihat bahwa nilai signifikansi *perceived usefulness* adalah 0,041 < 0,05 dan t_{hitung} sebesar 2,077 > t_{tabel} 1,991. Maka hipotesis H1 diterima, dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa variabel *perceived usefulness* (X1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengguna (Y) aplikasi flip di Kota Palopo
b) Dapat dilihat bahwa nilai signifikansi *perceived ease of use* adalah 0,000 < 0,05 dan t_{hitung} sebesar 3,898 > t_{tabel} 1,991. Maka hipotesis H2 diterima, dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa variabel *perceived ease of use* (X2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengguna (Y) aplikasi flip di Kota Palopo

c) Dapat dilihat bahwa nilai signifikansi *service quality* adalah 0,000 < 0,05 dan nilai t_{hitung} sebesar 5,600 > t_{tabel} 1,991. Maka H3 diterima, dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa variabel *service quality* (X3) memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengguna (Y) aplikasi flip di Kota Palopo.

2) Uji F (Simultan)

Uji F, juga dikenal sebagai *Goodness of Fit* , menentukan apakah suatu model penelitian layak untuk digunakan; jika model regresi dianggap layak, maka dapat digunakan untuk memperkirakan populasi. Jika nilai f-hitung lebih besar daripada nilai f-tabel, itu berarti bahwa variabel bebas mempengaruhi variabel terikat secara bersamaan (simultan). Dengan asumsi bahwa nilai signifikansi adalah 0,05

dan probabilitasnya < 0,05, maka variabel independen dan variabel dependen mempengaruhi satu sama lain secara bersamaan, dan begitupun sebaliknya. Berikut dibawah ini adalah hasil uji F dalam penelitian ini:

Tabel 5.14 Hasil Uji F

ANOVA[a]

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	124,776	3	41,592	24,098	,000[b]
	Residual	131,174	76	1,726		
	Total	255,950	79			

a. Dependent Variable: KEPUASAN PENGGUNA

b. Predictors: (Constant), *SERVICE QUALITY, PERCEIVED EASE OF USE, PERCEIVED USEFULNESS*

Data bebas (df) dengan tingkat signifikansi 5% atau 0,05:

df1 = Jumlah variabel – 1

= 3 – 1

= 2

df2 = n – k

=80 – 2

= 78 (F_{tabel} 3,11)

Tabel 5.14 menunjukkan tingkat signifikansi 0,000 < 0,05 dan nilai Fhitung 24,098 > Ftabel 3,11. Hal ini menunjukkan bahwa H0 ditolak dan H1 diterima. Dengan demikian, dapat dikatakan bahwa variabel *perceived usefulness* (X1), *perceived ease of use* (X2), dan *service quality* (X3) secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengguna aplikasi flip di Kota Palopo.

3) Koefisien Determinasi (R^2)

Uji koefisien determinasi digunakan Untuk mengetahui seberapa jauh kemampuan model untuk menjelaskan variasi variabel dependen. Selain itu, koefisien determinasi menunjukkan variasi naik turunya Y yang digambarkan oleh pengaruh linier X. Nilai koefisien determinasi berkisar antara satu dan nol. Nilai yang lebih tinggi atau mendekati angka satu menunjukkan bahwa variabel independen dapat memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen, sedangkan nilai yang lebih rendah atau mendekati nol menunjukkan bahwa variabel independen hanya dapat menjelaskan variasi variabel dependen sendiri atau terbatas. Hasil uji koefisien determinasi ditunjukkan di bawah ini:

Tabel 5.15 Hasil Uji R^2

Model Summary[b]

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,698[a]	,488	,467	1,314

a. Predictors: (Constant), *SERVICE QUALITY*, PERCEIVED EASE OF USE, PERCEIVED USEFULNESS

b. Dependent Variable: KEPUASAN PENGGUNA

Berdasarkan tabel 5.15, hasil koefisien determinasi (R2) menunjukkan bahwa uji R2 yang diperoleh sebesar 0,488 atau 48,8%, dan sisanya sebesar 0,512 atau 51,2%. Hal ini menunjukkan bahwa variabel persepsi kemudahan dan kegunaan (X1) merupakan variabel independen. Kegunaan (X2) dan kualitas pelayanan (X3) berpotensi memberikan pengaruh sebesar 48,8% terhadap variabel dependen yaitu kepuasan pengguna (Y). Sedangkan sisanya yaitu sebesar 51,2% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak terdapat dalam penelitian ini.

B. Pembahasan

1. Pengaruh *Perceived usefulness* Terhadap Kepuasan Pengguna Aplikasi Flip di Kota Palopo

Manfaat didefinisikan sebagai tingkat dimana seseorang percaya bahwa penggunaan suatu sistem tertentu akan meningkatkan prestasi kerja Hasil analisis yang telah dilakukan menunjukkan bahwa perceived *usefulness* (persepsi kebermanfaatan) memiliki efek atau pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengguna. Penjelasan tersebut menghasilkan t_{hitung} 2,077 > t_{tabel} 1,991 dan nilai signifikansi sebesar 0,041 < 0,05. Angka ini menunjukkan adanya ketentuan bahwa manfaat yang dirasakan mempunyai dampak yang baik dan besar terhadap kepuasan pengguna agar suatu tuduhan dapat diterima, atau dengan kata lain H1 dapat diterima. Hal ini mengindikasikan bahwa semakin tinggi persepsi pengguna mengenai manfaat yang diberikan oleh aplikasi Flip, maka semakin tinggi pula tingkat kepuasan mereka dalam menggunakan aplikasi tersebut.

Hasil penelitian ini sejalan dengan teori penerimaan teknologi (TAM) yang dikemukakan oleh Davis, di mana teori tersebut menyatakan bahwa persepsi kebermanfaatan (*perceived usefulness*) menjadi faktor yang menentukan penerimaan dan penggunaan suatu sistem teknologi informasi. Dalam konteks Flip, ketika pengguna merasa bahwa aplikasi tersebut memberikan manfaat yang signifikan bagi mereka, seperti meningkatkan produktivitas, efisiensi, atau kemudahan dalam melakukan transaksi, maka mereka cenderung akan merasa puas dan terus menggunakan Flip.

Selain itu penelitian ini juga sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan Uutiya Rizqi Sakina, bahwa persepsi kebermanfaatan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengguna.[77] Hal ini disebabkan karena fitur-fitur yang ditawarkan oleh aplikasi *e-wallet* tersebut dianggap sangat membantu dan memudahkan pengguna dalam melakukan transaksi keuangan, sehingga meningkatkan persepsi kebermanfaatan dan kepuasan pengguna.

Pada kasus Flip, manfaat yang dirasakan pengguna dapat berupa kemudahan dalam melakukan pembayaran, transfer dana, atau akses informasi keuangan secara *real-time*. Semakin pengguna merasa bahwa Flip memberikan manfaat yang signifikan dalam menunjang aktivitas mereka, maka semakin tinggi pula tingkat kepuasan mereka terhadap aplikasi tersebut.

Oleh karena itu, pihak manajemen Flip perlu terus berinovasi dan mengembangkan fitur-fitur yang dapat meningkatkan persepsi kebermanfaatan di mata pengguna. Hal ini dapat dilakukan melalui analisis kebutuhan pengguna, penyempurnaan *user experience*, serta integrasi dengan layanan lain yang dapat memberikan nilai tambah bagi pengguna. Dengan demikian, kepuasan pengguna terhadap Flip dapat terus ditingkatkan.

2. Pengaruh *Perceived ease of use* Terhadap Kepuasan Pengguna Aplikasi Flip di Kota Palopo

Kemudahan Penggunaan didefinisikan sebagai sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan suatu sistem akan bebas dari usaha. Ini mengacu pada

[77] Sakina, U. R. (2023). Pengaruh *Perceived Ease of Use* dan *Perceived Usefulness* terhadap *Continuance Intention* sebagai Variabel *Intervening* pada Pengguna Flip. ID (Doctoral dissertation, UIN Surakarta).

persepsi pengguna tentang seberapa mudah atau sulit menggunakan teknologi tersebut. Hasil penelitian atau analisis yang telah dilakukan membuktikan bahwa *perceived ease of use* (kemudahan penggunaan) memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengguna. Dengan uraian nilai signifikansi sebesar 0,000 < 0,05 dan menghasilkan t_{hitung} sebesar 3,898 > t_{tabel} 1,991. Nilai ini menunjukkan bahwa ada ketentuan jika sebuah dugaan diterima, maka dari hal ini *perceived ease of use* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengguna dengan kata lain H_2 diterima. Hal ini dapat diindikasikan bahwa semakin tinggi persepsi pengguna mengenai kemudahan penggunaan aplikasi sistem di aplikasi flip, maka semakin tinggi pula tingkat kepuasan mereka dalam menggunakan aplikasi tersebut.

Hasil penelitian didukung oleh teori Davis, di mana teori tersebut menyatakan bahwa persepsi kemudahan penggunaan menjadi faktor penting yang menentukan penerimaan dan penggunaan suatu sistem teknologi informasi. Dalam konteks Flip, ketika pengguna merasa bahwa sistem aplikasi tersebut mudah dipahami, tidak membutuhkan banyak usaha, dan inovatif untuk digunakan, maka mereka cenderung akan merasa puas dan terus menggunakan Flip.

Selain itu penelitian ini juga sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan Oktafiani, yohana, dan Saidani, yang menunjukkan bahwa variabel *perceived ease of use* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *customer satiscaction E-Wallet* X.[78] Temuan penelitian menunjukkan bahwa meningkatkan persepsi kemudahan

[78] Oktafiani, H., Yohana, C., & Saidani, B. (2021). Pengaruh Perceived Ease of Use dan Perceived Usefulness terhadap Customer Satisfaction E-Wallet X. *Jurnal Bisnis, Manajemen, Dan Keuangan-JBMK*, *2*(2), 562-576.

penggunaan aplikasi flip dapat meningkatkan kebahagiaan pengguna atau kepuasan bagi penggunanya.

Oleh karena itu, pihak manajemen Flip perlu terus melakukan perbaikan dan pengembangan fitur-fitur yang dapat meningkatkan persepsi kemudahan penggunaan di mata pengguna. Hal ini dapat dilakukan melalui evaluasi *user experience*, penyederhanaan alur, peningkatan integrasi, serta pelatihan dan panduan penggunaan yang komprehensif. Dengan demikian, kepuasan pengguna terhadap flip dapat terus ditingkatkan.

3. Pengaruh *Service quality* Terhadap Kepuasan Pengguna Aplikasi Flip di Kota Palopo

Kualitas layanan merupakan faktor paling penting yang mempengaruhi kepuasan pengguna. Dilihat dari hasil penelitian, pengujian variabel *service quality* (kualitas layanan) terhadap kepuasan pengguna aplikasi flip di Kota Palopo diketahui memiliki nilai signifikan uji t sebesar 0,000 < 0,05 dan nilai t_{hitung} sebesar 5,600 > t_{tabel} 1,991. Maka dapat disimpulkan bahwa variabel *service quality* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengguna dengan kata lain H3 diterima. Hal ini dapat diindikasikan bahwa kualitas layanan yang baik, yang sesuai atau melebihi harapan pengguna, akan menciptakan kepuasan bagi pengguna. Sebaliknya, jika kualitas layanan buruk dan di bawah harapan pengguna, maka pengguna akan merasa tidak puas

Hasil penelitian ini sejalan dengan teori Arianto yang menyatakan bahwa “inti dari kualitas pelayanan adalah memenuhi kebutuhan dan keinginan pengguna atau pelanggan, serta ketepatan penyampaian yang memenuhi harapan pengguna

pelanggan dan memuaskan mereka. Maka dari itu dapat dikatakan bahwa *service quality* memiliki pengaruh terhadap kepuasan pengguna.

Hasil penelitian ini juga sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Adelfi dan Rahmah, menunjukan bahwa variabel kualitas layanan mempunyai pengaruh yang baik dan signifikan terhadap kepuasan pengguna terhadap aplikasi flip di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Uneversitas Jendera Ahmad Yani. [79]Temuan ini menunjukkan bahwa salah satu cara terpenting untuk mengetahui kepuasan pengguna adalah dengan mempertimbangkan kualitas produk dan layanan.

Oleh karena itu flip disarankan untuk terus meningkatkan produk atau layanannya, sebab produk atau layanan yang berkualitas tinggi sangat berdampak pada kepuasan penggunanya.

4. Pengaruh *Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use,* dan *Service quality* Terhadap Kepuasan Pengguna Aplikasi Flip di Kota Palopo

Pada hasil uji F diperoleh nilai sebesar F_{hitung} 24,098 > F_{tabel} 3,11 dan memperoleh tingkat signifikansi sebesar 0,000 < 0,05. Maka hal tersebut berarti H_0 ditolak dan H_1 diterima. Berdasarkan dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa variabel *perceived usefulness* (X1), *perceived ease of use* (X2), dan *service quality* (X3) secara bersama-sama atau simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengguna aplikasi flip di Kota Palopo (Y). Adapun hasil perhitungan dari uji koefisien determinasi (R^2) diperoleh sebesar 0,488 yang artinya bahwa, pengaruh yang diberikan oleh variabel *perceived usefulness* (X1), *perceived*

[79] Adelfi, F., & Rahmah, N. A. (2023). Pengaruh Kualitas Sistem, Kualitas Informasi, Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pengguna Aplikasi Flip (Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Jenderal Achmad Yani). *Journal of Economic, Bussines and Accounting (COSTING), 7*(1), 1076-1089.

ease of use (X2), dan *service quality* (X3) terhadap kepuasan pengguna (Y) aplikasi flip di Kota Palopo sebesar 48,8%, sedangkan sisanya yaitu senilai 51, 2% yang dipengaruhi dari variabel lain diluar penelitian ini.

Hasil penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Ida Ayu, dan Mandasari, yang menunjukkan bahwa *perceived usefulness,* dan *perceived ease of use,* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengguna, hingga kualitas layanan memiliki pengaruh postif terhadap kepuasan pengguna untuk membangun loyalitas.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *perceived usefulness* (persepsi kemanfaatan), *perceived ease of use* (persepsi kemudahan penggunaan), dan *service quality* (kualitas layanan) terhadap kepuasan pengguna dalam menggunakan aplikasi Flip. Berdasarkan analisis yang telah dilakukan, dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Variabel *perceived usefulness* (Persepsi kemanfaatan) memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengguna dalam menggunakan aplikasi Flip di Kota Palopo. Artinya, semakin baik persepsi pengguna terhadap pemanfaatan aplikasi Flip, seperti banyaknya fitur yang berguna, waktu transfer yang singkat, dan kemudahan dalam bertransaksi, maka akan semakin meningkatkan kepuasan pengguna untuk menggunakan aplikasi tersebut. Persepsi kemanfaatan yang baik akan membuat pengguna merasa aplikasi Flip dapat memenuhi kebutuhan dan membantu menyelesaikan tugas-tugas mereka dengan lebih efektif.

2. Variabel *perceived ease of use* (persepsi kemudahan penggunaan) juga memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengguna dalam menggunakan aplikasi Flip di Kota Palopo. Artinya, semakin mudah aplikasi Flip dioperasikan oleh pengguna, dengan fitur-fitur yang intuitif dan sistem yang ringan, maka akan semakin meningkatkan kepuasan mereka untuk

menggunakan aplikasi tersebut. Kemudahan penggunaan akan mengurangi upaya dan waktu yang dibutuhkan pengguna untuk mencapai tujuan, sehingga meningkatkan kepuasan mereka.

3. Variabel *service quality* (Kualitas layanan) memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengguna dalam menggunakan aplikasi flip di Kota Palopo, yang dimana jika pengguna merasa aplikasi Flip memberikan kualitas pelayanan yang baik, seperti responsivitas yang tinggi, ketersediaan dukungan, dan kemudahan dalam menyelesaikan masalah, maka akan meningkatkan kepuasan pengguna. Kualitas pelayanan yang baik akan membuat pengguna merasa dihargai dan didukung, sehingga meningkatkan kepuasan mereka terhadap aplikasi Flip.

4. Variabel *perceived usefulness*, *perceived ease of use*, dan *service quality* secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel kepuasan pengguna aplikasi flip di Kota Palopo. Artinya, jika ketiga variabel ini ditingkatkan secara bersamaan, maka akan berdampak pada peningkatan kepuasan pengguna secara keseluruhan.

B. Saran

Berdasarkan dari hasil penelitian yang telah dilakukan, dalam kesempatan ini akan memberikan beberapa rekomendasi berdasarkan hasil penelitian yang diharapkan dapat membantu Flip.id mempertimbangkan ke depan. Berikut ini adalah beberapa rekomendasi yang dapat dipertimbangkan:

1. Saran Bagi Praktisi

Untuk meningkatkan pengalaman pengguna Flip.id dan mendorong mereka untuk terus menggunakan aplikasi, beberapa saran praktis dapat diterapkan

a. Manfaat yang ditawarkan kepada pengguna Flip.id sangat baik, namun ada beberapa aspek yang perlu diperbaiki agar pengguna terus menggunakan aplikasi ini untuk pengiriman uang. Salah satunya, Flip bisa mempercepat waktu transaksi, yang akan sangat membantu pengguna dalam situasi yang mendesak.
b. Para pengguna Flip.id sangat puas dengan berbagai fitur yang ditawarkan, terutama kemampuan untuk mengirim uang ke berbagai rekening atau dompet digital. Namun, akan lebih baik jika sistem aplikasi Flip dibuat lebih ringan, sehingga pengguna tidak mengalami masalah saat aplikasi berjalan lambat meskipun jaringan seluler mereka dalam kondisi baik.
c. Banyak pengguna Flip merasa terbantu dan terus menggunakan aplikasi ini berkat berbagai fitur yang ada. Namun, Flip.id perlu meningkatkan kualitas aplikasinya agar pengguna tetap puas, seperti memperbaiki sistem yang mencegah pengiriman dana ke rekening lain. Dengan melakukan hal ini, keluhan pengguna dapat berkurang dan reputasi Flip.id sebagai aplikasi transfer dana akan semakin baik.

2. Saran Bagi Penelitian Selanjutnya

a. Untuk penelitian berikutnya, selanjutnya diharapkan dapat menambah variabel-variabel lainnya selain dari Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use , dan Service Quality yang dapat mempengaruhi Kepuasan Pengguna.

Dengan variabel yang berbeda kemugkinan masih ada variabel-variabel independen lain diluar penelitian ini yang mungkin bisa mempengaruhi tingkat kepuasan pengguna. Seperti variabel kepercayaan, peresepsi kesenangan, dan kinerja karyawan.

b. Penelitian selanjutnya dapat menggunakan metode seperti penelitian kualitatif untuk mempelajari perasaan responden secara langsung.

DAFTAR PUSTAKA

Adelfi, F., & Rahmah, N. A. (2023). Pengaruh Kualitas Sistem, Kualitas Informasi, Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pengguna Aplikasi Flip (Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Jenderal Achmad Yani). *Journal of Economic, Bussines and Accounting (COSTING)*, *7*(1), 1076-1089."

Agus Eko Sujianto, *Aplikasi Statistik dengan SPSS 16.0*, (Jakarta: Prestasi Pustaka Publisher, 2009), 79

Agus Eko Sujianto, *Aplikasi Statistik dengan SPSS 16.0*, (Jakarta: Prestasi Pustaka Publisher, 2009),80

Amijaya, Gilang Rizky. (2010). Pengaruh Persepsi Teknologi Informasi, Kemudahan, Resiko Dan Fitur Layanan Terhadap Minat Ulang Nasabah Bank Dalam Menggunakan Internet Banking (Studi Pada Nasabah Bank Bca) (Doctoral dissertation, Perpustakaan FE UNDIP).

Analia Lumban Gaol, Kadarisman Hidayat, and Sunarti, "Konsumen Dan Loyalitas Konsumen (Survei Pada Mahasiswa S1 Fakultas Ilmu Administrasi Tahun Akademik 2012 / 2013 Universitas Brawijaya Yang Menggunakan Smartphone Samsung)," *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)* 38, no. 1 (2016): 125–32.

Badan Informasi Geospasial. (2023). Peta Administrasi Kota Palopo, https://tanahair.indonesia.go.id/portal-web/

Bank Indonesia (2017). Peraturan Bank Indonesia Nomor 19/12/PBI/2017 Tentang Penyelenggaraan Teknologi Finansial.

Bank Indonesia. (2016). Peraturan Bank Indonesia Nomor 18/40/PBI/2016 Tentang Penyelenggaraan Pemrosesan Transaksi Pembayaran.

Bank Indonesia. (2022). BI.Fast. https://www.bi.go.id/id/fungsi-utama/sistem-pembayaran/ritel/infrastruktur/default.aspx. Diakses pada 30 April 2024.

Davis, F. D., Bagozzi, R. P., & Warshaw, P. R. (1989). User Acceptance of Computer Technology: A Comparison of Two Theoretical Models. *Management Science*, *35*(8).

Davis, F.D, Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and, User Acceptance of information Technology, *jurnal manajemen information system*, vol.13, No.3, 320

Dhea Pradiza Anzelin, "Persepsi Kegunaan Dan Kemudahan Dalam Penggunaan Financial Technology (Fintech) Pada Masyarakat Kota Banda Aceh" (Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh, 2020),

Https://Repository.Ar-Raniry.Ac.Id/Id/Eprint/16255/7/Dhea Pradiza Anzelin%2C 160603113%2C FEBI%2C PS%2C 081360023484.Pdf.

Eko Sandy and Carunia Mulya Firdausy, "Pengaruh Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use Dan Trust Terhadap Minat Konsumen Dalam Penggunaan Ulang Go-Pay Di Kota Jakarta," *Jurnal Manajemen Bisnis Dan Kewirausahaan* 5, no. 1 (2021): 22, https://doi.org/10.24912/jmbk.v5i1.10275.

Fasiha, F., Yusuf, M., Sihombing, H. B. M., Mujahidin, M., & Chenini, R. (2022). The Effect of Product Quality and Service Quality on Consumer Loyalty at Palopo Minimarkets. *Ikonomika: Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam*, *7*(2), 177-192.

Ferdinand, A. (2014). Metode penelitian manajemen: Pedoman penelitian untuk penulisan skripsi tesis dan disertasi ilmu manajemen.

F Nur Auliatul, "Tinjauan Hukum Islam Mengenai Akad Transfer Uang Antar Bank Secara Gratis Pada Aplikas Flip", 2021, http://repository.iainpurwokerto.ac.id/12270/%0Ahttp://repository.iainpurwokerto.ac.id/12270/2/Nur Auliatul Faizah Tinjauan Hukum Islam Mengenai Akad Transfer Uang Antar bank Secara Gratis Pada Aplikasi flip.pdf.

Fitri Adelfi and Nunung Aini Rahmah, "Pengaruh Kualitas Sistem, Kualitas Informasi, Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pengguna Aplikasi Flip (Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Jenderal Achmad Yani)," *Journal of Economic, Business and Accounting (COSTING)* 7, no. 1 (2023): 1076–89, https://doi.org/10.31539/costing.v7i1.6292.

Fred D. Davis, "Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology," *MIS Quarterly: Management Information Systems* 13, no. 3 (1989): 319–39, https://doi.org/10.2307/249008.

Fitzsimmons, James A. dan Fitzsimmons, Mona J. (2014). Service Management: Operations, Strategy, Information Technology. McGraw-Hill Education.

Gama Putra Brahmanta and Nuruni Ika Kusuma Wardhani, "Pengaruh Persepsi Kebermanfaatan, Kemudahan, Risiko Terhadap Minat Menggunakan Ulang Shopeepay Di Surabaya," *Sains Manajemen* 7, no. 2 (2021): 97–108, https://doi.org/10.30656/sm.v7i2.3580.

Garaika, Dhamanah, and S. Darmanah. "Metodologi Penelitian." *Lampung: CV. Hira Tech* 48 (2019).

Ginanjar, M. G., Rasbi, M., Tahir, A., & Ali, L. A. (2024). Pengaruh Keamanan, Kemudahan, dan Diskon Dompet Digital Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Pascasarjana IAIN Palopo. *Moneta: Jurnal Manajemen & Keuangan Syariah*, *2*(2), 15-27.

Hadi Sutrisno. (1991). *Analisis Butir untuk Instrumen Angket, Tes, dan Skala Nilai*. FP UGM.

Hermawan, V. K., & Paramita, E. L. (2021). Faktor Yang Mempengaruhi Keberlanjutan Minat Pengguna Dalam Menggunakan Aplikasi Mhealth Melalui Variabel Satisfaction. *Jurnal Bisnis dan Manajemen*, *8*(1), 150–167. https://doi.org/10.26905/jbm.v8i1.5652

https://flip.id/karir

https://www.bi.go.id/id/publikasi/peraturan/Pages/pbi_191217.aspx

https://www.kompas.com/tren/read/2022/02/18/170000165/kota-palopo-pusat-ekonomi-dan-pendidikan-di-sulawesi-selatan

Ketut Sudana, Ni Luh Putu Yesy Anggreni, and I Putu Eka Indrawan, "Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Kober Mie Setan (Studi Kasus Kober Mie Setan Peguyangan)," *Jurnal Pendidikan Widyadari* 22, no. 2 (2021): 555–61, https://doi.org/10.5281/zenodo.5574445.

Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 21* Cetakan Ke-7,(Semarang:Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2013), 61

Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 21* Cetakan Ke-7,(Semarang:Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2013), 62

Intania, Nur Chamidah. "Analisis hukum Islam terhadap penggunaan aplikasi Flip dalam proses transfer ke bank lain." *Digital Library UIN Sunan Ampel Surabaya* (2021).

Jogiyanto, Hartono M. "Sistem informasi keperilakuan." *Yogyakarta: Andi Offset* 235 (2007).

Jogiyanto, *Sistem Informasi keperilakuan* (Yogyakarta: CV. Andi Offset, 2007), 118

Jogiyanto, *Sistem Informasi keperilakuan* (Yogyakarta: CV. Andi Offset, 2007), 115

Juliansyah Noor, *Metodologi Penelitian* (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2011), 80-8

Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). Marketing Management (15th ed.). Pearson Education."

Kristanto, Vigih Hery. *Metodologi Penelitian Pedoman Penulisan Karya Tulis Ilmiah:(KTI)*. Deepublish, 2018.

Lena Ellitan dan Lina Anatan, *Sistem Informasi Manajemen* (Bandung: Alfabeta 2009), hlm. 32

Lena Ellitan dan Lina Anatan, *Sistem Informasi Manajemen* (Bandung: Alfabeta 2009), hlm. 35.

Maghfiroh, Mu'izzatul. "Pengaruh Harga, Kualitas Produk Dan Lokasi Terhadap Minat Beli Generasi Milenial Di Pasar Tradisional Dinoyo Malang (Studi Pada Mahasiswa S1 Unisma Angkatan 2017-2018)." (2021).

Malhotra, N. K. (2010). Marketing Research: An Applied Orientation (6th ed.). Pearson Education.

Mandasari, C. S., & Giantari, I. G. A. K. (2017). Pengaruh perceived usefulness, perceived ease of use, dan kualitas layanan terhadap kepuasan untuk membangun loyalitas. *E-Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Universitas Udayana*, *10*(6), 3637-3664.

Meyrilliana Purba, Samsir, and Kasman Arifin, "Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Manfaat Dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Dan Niat Menggunakan Kembali Aplikasi Ovo Pada Mahasiswa Pascasarjana Universitas Riau," *Jurnal Tepak Manajemen Bisnis* XII, no. 1 (2020): 151–70, https://jtmb.ejournal.unri.ac.id/index.php/JTMB/article/download/7857/6788.

Mira Istiqomah and Novi Marlena, "Pengaruh Promo Gratis Ongkos Kirim Dan Online Customer Rating Terhadap Keputusan Pembelian Produk Fashion," *Jurnal Manajemen* 12, no. 2 (2020): 288–98.

Mutiara Anasta Ayu Damanik, Amrin Fauzi, and Syafrizal Helmi Situmorang, "Pengaruh Perceived Usefulness, Perceived Enjoyment Dan Kepercayaan Terhadap Continuance Intention Melalui Kepuasan Pada Generasi Millenial Pengguna E-Wallet Di Kota Medan," *Ekonomi*, https://doi.org/10.47065/ekuitas.v3i4.1475.

Nanang Budiutomo, ―Metode Penelitian Kualitatif Beserta Contoh Judul Contoh Proposal(Lengkap),‖ 10 November, 2016, https://bukubiruku.com/metode-penelitian-kualitatif/

Noviyanti, A., & Erawati, T. (2021). Pengaruh Persepsi Kemudahan, Kepercayaan dan Efektivitas terhadap Minat Menggunakan Financial Technology (Fintech)(Studi Kasus: UMKM di Kabupaten Bantul). *Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Finansial Indonesia*, *4*(2), 65-74.

Nurmin Arianto, "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepercayaan," *Jurnal Pemasaran Kompetitif* 21, no. 8 (2018): 24–30.

Oktafiani, H., Yohana, C., & Saidani, B. (2021). Pengaruh Perceived Ease of Use dan Perceived Usefulness terhadap Customer Satisfaction E-Wallet X. *Jurnal Bisnis, Manajemen, Dan Keuangan-JBMK*, *2*(2), 562-576.

O Marisa, "Persepsi Kemudahan Penggunaan, Efektivitas, Dan Risiko Berpengaruh Terhadap Minat Bertransaksi Menggunakan Financial Technology," *Jurnal Administrasi Kantor* 8, no. 2 (2020): 139–52, http://www.ejournal-binainsani.ac.id/index.php/JAK/article/view/1448%0Ahttp://www.ejournal-binainsani.ac.id/index.php/JAK/article/download/1448/1241.

Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1988). SERVQUAL: A multiple-item scale for measuring consumer perceptions of *service quality*. Journal of Retailing, 64(1), 12-40

Pemerintah Kota Palopo. (2023). Profil Kota Palopo, https://palopokota.go.id/

Rakyal Aini, "Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Manfaat, Persepsi Risiko Terhadap Minat Bertransaksi Menggunakan Financial Technology (Fintech) (Studi Kasus Pada Mahasiswa S1 FEBI UIN Raden Fatah Palembang)" Universitas Raden Fatah Palembang, (2020), Http://Repository.Radenfatah.Ac.Id/8146/1/Skripsi BAB I.Pdf.

Rizka Sri Damayanti, "Pengaruh Online Customer Review and Rating, E-*Service quality* Dan Price Terhadap Minat Beli Pada Online Marketplace Shopee (Studi Empiris Pada Mahasiswa Muhammadiyah Magelang)," *Prosiding 2nd Business and Economics Conference In Utilizing of Modern Technology*, 2019, 684–93.

Sakina, U. R., Pengaruh *Perceived ease of use* dan *Perceived usefulness* terhadap *Continuance intention* melalui satisfaction sebagai variabel *intervening* pada pengguna flip. id (doctoral dissertation, uin surakarta).

Schiffman, L.G., & Kanuk, L.L. (2010). Consumer Behaviour (10th ed). New Jersey, Pearson Prentice Hall

Silaen, Elsa, and Bulan Prabawani. "Pengaruh persepsi kemudahan menggunakan e-wallet dan persepsi manfaat serta promosi terhadap minat beli ulang saldo e-wallet Ovo." *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis* 8.4 (2019): 155-163.

Singgih Santoso, *Buku Latihan SPSS Statistika Parametrik,* (Jakarta: PT. Elex Media Komputindo, 2000), 212.

Sugiyono, 'Metode Penelitian kuantitatif, kualitatif dan R & D, OPAC Perpustakaan Nasional RI.,‖ diakses 6 Maret 2023, https://opac.perpusnas.go.id/DetailOpac.aspx?id=911046.9.

Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2015), 96.

Sugiyono. (2013). *Metodologi Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. ALFABETA.

Sugiyono. (2019). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D. Bandung: Alfabeta.

Sunyoto Danang. *Uji KHI Kuadrat & Regresi untuk Penelitian.* Yogyakarta: Graha Ilmu.2010,36.

Suryani, Devi, Ermansyah, dan Saipul Alsukri. "Pengaruh Perceived Ease of Use, Perceived Usefulness dan Trust Terhadap Kepuasan Pelanggan Gojek." *IJBEM: Indonesian Journal of Business Economics and Management* 1.1 (2021): 11-19.

Syofian Siregar, Metode Penelitian Kuantitatif: Dilengkapi dengan Perbandingan Perhitungan Manual & SPSS, 301.

Tony Sitinjak, M. M. (2019). Pengaruh persepsi kebermanfaatan dan persepsi kemudahan penggunaan terhadap minat penggunaan layanan pembayaran digital Go-Pay. *Jurnal manajemen*, *8*(2).

Vania Katherine Hermawan and Eristia Lidia Paramita, "Faktor Yang Mempengaruhi Keberlanjutan Minat Pengguna Dalam Menggunakan Aplikasi Mhealth Melalui Variabel Satisfaction," *Jurnal Bisnis Dan Manajemen* 8, no. 1 (2021): 150–67, https://doi.org/10.26905/jbm.v8i1.5652.

Widarjono, Analisis Multivariat Terapan: Dengan Program SPSS, AMOS dan SMARTPLS, 17.

Wildan M. (2019). Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Efektivitas dan Risiko Terhadap Minat Bertransaksi Menggunakan *Financial Technology* (*Fintech*). Undergraduate (S1) thesis. UIN Walisongo Semarang

Ahmed, A. A. A., Huy, D. T. N., Trung, N. D., Alghazali, T., Alattabi, A. N., Majdi, H. S., Lattieff, F. A., Iskandar, A. S., & Nurrohkayati, A. S. (2022). Optimizing the Complex Systems Reliability Using Mixed Strategy in Ultra-fast Gas Turbine Protection System. In *Industrial Engineering and Management Systems* (Vol. 21, Issue 3, pp. 449–459). https://doi.org/10.7232/iems.2022.21.3.449

Alam, M. N., Erwin, E., Hamida, H., & Sukran, S. (2023). The Influence of Islamic Work Ethics on Organizational Commitment and Performance of Halal Restaurant Employees. *Jurnal Ekonomi Kuantitatif Terapan*, *16*(1), 97. https://doi.org/10.24843/jekt.2023.v16.i01.p06

Alwi, M., Rusdi, M., Abubakar, A., & Ilham, M. (2022). Al-Mustadh'afin: Reflection of the Qur'an on Social Inequalities. *FITRAH: Jurnal Kajian Ilmu-Ilmu Keislaman*, *8*(2), 327–344. https://doi.org/10.24952/fitrah.v8i2.5633

Daswati, D., Wirawan, H., Hattab, S., Salam, R., & Iskandar, A. S. (2022). The effect of psychological capital on performance through the role of career engagement: Evidence from Indonesian public organizations. *Cogent Social Sciences*, *8*(1). https://doi.org/10.1080/23311886.2021.2012971

Hamida, A., Muhajir, M. N. A., Sukran, S., & Paulus, M. (2023). Does Islamic Financial Inclusion Matter for Household Financial Well Being? *Jurnal Keuangan Dan Perbankan*, *27*(1), 10–20. https://doi.org/10.26905/jkdp.v27i1.8659

Ilyas, M. (2022). Old Mosque in a Religious City: Masjid Jami' Tua Palopo as a Center of Da'wah Development. *Ilmu Dakwah: Academic Journal for Homiletic Studies*, *16*(2), 383–396. https://doi.org/10.15575/idajhs.v16i2.20256

Iskandar, A. S., Jabani, M., & Kahar Muang, M. S. (2021). Bsi Competitive Strategy Affect Purchasing Decisions of Conventional Bank Customers in Indonesia. *International Journal of Artificial Intelligence Research*, *6*(1).

https://doi.org/10.29099/ijair.v6i1.305
Iskandar, S., Rifuddin, B., Ilham, D., & Rahmat, R. (2021). The role of service marketing mix on the decision to choose a school: an empirical study on elementary schools. *JPPI (Jurnal Penelitian Pendidikan Indonesia)*, *7*(3), 469–476. https://doi.org/10.29210/020211177
Marwing, A. (2021). Indonesian Political Kleptocracy and Oligarchy: A Critical Review from the Perspective of Islamic Law. *Justicia Islamica*, *18*(1), 79–96. https://doi.org/10.21154/justicia.v18i1.2352
Marwing, A., Asni, & Astuti, W. (2022). The Concept of Impeachment in the Indonesia's Constitutional System from the Perspective of Fiqh Siyāsa. *Al-'Adalah*, *19*(2), 339–356. https://doi.org/10.24042/adalah.v19i2.14289
Mujahidin, M., Fasiha, F., Abdullah, M. R., & Praseta, M. (2022). Income of Micro, Small, And Medium Enterprises With The Presence of A Mini Market In Palopo City, Indonesia. *IQTISHODUNA: Jurnal Ekonomi Islam*, *11*(2), 257–266. https://doi.org/10.54471/iqtishoduna.v11i2.1940
Tahmidnur, M., Ishak, I., Rusmana Putri, Q. A., & Sarijuddin, P. (2024). Halal Product Assurance at Traditional Markets in Luwu Raya Based on Halal Supply Chain Traceability. *Amwaluna: Jurnal Ekonomi Dan Keuangan Syariah*, *8*(2), 224–240. https://doi.org/10.29313/amwaluna.v8i2.3531
Yusmat, M. A., Bakri, A. N., & ... (2023). Optimization The Role of Sharia Bank in National Economic Recovery Through Results-Based Micro-Finance. *... : Jurnal Ekonomi Dan ...*, *8*(1), 53–78. http://www.ejournal.radenintan.ac.id/index.php/ikonomika/article/view/15932
Yusuf, M., Betty Marlina Sihombing, H., Rachid Chenini, A., Agama Islam Negeri Palopo, I., Bandung, S., & Darma Agung, U. (2022). The Effect of Product and Service Quality on Consumer Loyalty at Palopo Minimarkets. *IKONOMIKA: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam*, *7*(2), 177–192. https://ejournal.radenintan.ac.id/index.php/ikonomika

L A M P I R A N

PEMERINTAH KOTA PALOPO
DINAS PENANAMAN MODALDAN PELAYANAN TERPADU SATU PINTU
Jl. K. H. M. Hasyim, No. 5, Kota Palopo, Kode Pos: 91921
Telp/Fax. : (0471) 326048, Email : dpmptspplp@palopokota.go.id, Website : http://dpmptsp.palopokota.go.id

SURAT KETERANGAN PENELITIAN

NOMOR : 500.16.7.2/2024.0472/IP/DPMPTSP

DASAR HUKUM :

1. Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2019 tentang Sistem Nasional Ilmu Pengetahuan dan Teknologi;
2. Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2020 tentang Cipta Kerja;
3. Peraturan Mendagri Nomor 3 Tahun 2008 tentang Penerbitan Surat Keterangan Penelitian;
4. Peraturan Wali Kota Palopo Nomor 23 Tahun 2016 tentang Penyederhanaan Perizinan dan Non Perizinan di Kota Palopo;
5. Peraturan Wali Kota Palopo Nomor 31 Tahun 2023 tentang Pelimpahan Kewenangan Perizinan dan Nonperizinan Yang Diberikan Wali Kota Palopo Kepada Kepala Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Kota Palopo.

MEMBERIKAN IZIN KEPADA

Nama	: **MUSPIDA HAPSAH**
Jenis Kelamin	: P
Alamat	: Dsn. Batupapa, Kec. Tanalili Kab. Luwu Utara
Pekerjaan	: Mahasiswa
NIM	2004020039

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

PENGARUH PERCEIVED USEFULNESS, PERCEIVED EASE OF USE, DAN SERVICE QUALITY TERHADAP KEPUASAN PENGGUNA APLIKASI FLIP DI KOTA PALOPO

Lokasi Penelitian	: Masyarakat Kota Palopo
Lamanya Penelitian	: 30 Mei 2024 s.d. 30 Agustus 2024

DENGAN KETENTUAN SEBAGAI BERIKUT :

1. Sebelum dan sesudah melaksanakan kegiatan penelitian kiranya melapor kepada Wali Kota Palopo cq. **Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Kota Palopo.**
2. Menaati semua peraturan perundang-undangan yang berlaku, serta menghormati Adat Istiadat setempat.
3. Penelitian tidak menyimpang dari maksud izin yang diberikan.
4. Menyerahkan 1 (satu) examplar 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 Keterangan Penelitian ini diterbitkan untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Diterbitkan di Kota Palopo
Pada tanggal : 29 Mei 2024

Ditandatangani secara elektronik oleh :
Kepala DPMPTSP Kota Palopo
SYAMSURIADI NUR, S.STP
Pangkat : Pembina IV/a
NIP : 19850211 200312 1 002

Tembusan, Kepada Yth.:
1. Wali Kota Palopo;
2. Dandim 1403 SWG;
3. Kapolres Palopo;
4. Kepala Badan Kesbang Prov. Sul-Sel;
5. Kepala Badan Penelitian dan Pengembangan Kota Palopo;
6. Kepala Badan Kesbang Kota Palopo;
7. Instasi terkait tempat dilaksanakan penelitian.

Dokumen ini ditandatangani secara elektronik menggunakan Sertifikat Elektronik yang diterbitkan oleh Balai Sertifikasi Elektronik (BSrE), Badan Siber dan Sandi Negara (BSSN)

LAMPIRAN 2

INSTITUT AGAMA ISLMA NEGERI (IAIN) PALOPO

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH

Kepada Yth.

Saudara/i

Ditempat

Dengan Hormat,

Dengan Kerendahan hati, saya mohon kesediaan anda untuk mengisi kuesioner dengan menjawab pertanyaan-pertanyaan yang diajukan. Saya adalah mahasiswa program studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, IAIN Palopo yang sedang mengerjakan skripsi dan melakukan penelitian mengenai " PENGARUH *PERCEIVED USEFULNESS, PERCEIVED EASE OF USE* DAN *SERVICE QUALITY* TERHADAP KEPUASAN PENGGUNA APLIKASI FLIP DI KOTA PALOPO". Bersamaan dengan ini saya sampaikan, semua informasi yang telah diberikan hanya untuk kepentingan pengerjaan skripsi dan dijamin kerahasiaannya. Demikian permohonan ini saya sampaikan, atas perhatiannya dan kesediaannya saudara/i mengisi kuesioner ini, saya ucapkan terima kasih banyak.

Hormat saya,

Muspida Hapsah

KUESIONER PENELITIAN

A. PETUNJUK PENGISIAN

1. Isilah data diri sesuai dengan yang sebenarnya.
2. Bacalah setiap pertanyaan dengan seksama sebelum menjawab.
3. Responden hanya dapat memberikan satu jawaban di setiap pernyataan.
4. Data responden dan semua informasi yang diberikan akan dijamin kerahasiaannya, oleh karena itu dimohon untuk mengisi kuesioner dengan sebenar mungkin.
5. Pilihlah jawaban dengan memberi tanda centang (✓) pada salah satu jawaban yang paling sesuai menurut responden rasakan. Adapun makna dari tanda centang tersebut yakni sebagai berikut:

   (✓) 4 : Sangat setuju (SS)

   (✓) 3 : Setuju (S)

   (✓) 2 : Tidak Setuju (TS)

   (✓) 1 : Sangat Tidak Setuju (STS)

B. IDENTITAS RESPONDEN

1. Nama :
2. Jenis Kelamin: ☐ Laki
   ☐ Perempuan
3. Usia : ☐ 20 - 24 Tahun
   ☐ 25 – 29 Tahun
   ☐ 30 – 35 Tahun
4. Pekerjaan/Status :

BAGIAN I

***Perceived Usefulness* (X1)**

NO	PERNYATAAN		JAWABAN			
			SS	S	TS	STS
***Perceived Usefulness* (Persepsi Kemanfaatan)**						
1	Mempercepat Pekerjaan	1. Transaksi menggunakan Aplikasi Flip tidak membutuhkan waktu yang lama				
		2. Transaksi menggunakan Aplikasi Flip lebih praktis				
2	Efektivitas	1. Aplikasi Flip akan meningkatkan efektivitas saya dalam melakukan pembayaran ke bank lain tanpa tambahan biaya				
		2. Saya merasa dengan menggunakan aplikasi Flip dapat meningkatkan efektifitas saya dalam bertransaksi.				
3	Meningkatkan Produktivitas	1. Aplikasi Flip membantu saya meningkatkan produktivitas untuk transaksi ke manapun dan kapanpun				
		2. Saya merasa dengan menggunakan aplikasi Flip dapat menambah produktivitas saya.				
4	Mempermudah Pekerjaan	1. Sangat mudah bagi saya untuk transfer uang beda bank melalui aplikasi flip				
		2. Saya merasa dengan menggunakan aplikasi Flip dapat menjadikan pekerjaan saya lebih mudah.				
5	Bermanfaat	1. Informasi yang diberikan oleh aplikasi flip bermanfaat bagi saya				
		2. Saya merasa aplikasi flip bermanfaat dalam kehidupan sehari-hari				

6	Meningkatkan prestasi kinerja	1. Aplikasi flip akan meningkatkan kinerja saya saat transaksi dan pembayaran dalam waktu yang singkat				
		2. Saya merasa dengan menggunakan aplikasi Flip dapat meningkatkan kinerja saya dalam menyelesaikan pekerjaan				

BAGIAN II

***Perceived Ease of Use* (X2)**

NO	PERNYATAAN		JAWABAN			
			SS	S	TS	STS
***Perceived Ease Of Use* (Presepsi Kemudahan)**						
7	Sistem jelas dan mudah dimengerti	1. Bagi saya sistem dalam bertransaksi di aplikasi flip jelas dan mudah dipahami				
		2. Menurut saya aplikasi flip sederhana dan mudah dimengerti				
8	Tidak memerlukan banyak usaha	1. Saya tidak membutuhkan banyak usaha untuk bertransaksi melalui aplikasi Flip.				
		2. Saya dapat menggunakan aplikasi Flip dengan lancar tanpa memerlukan banyak usaha				
9	Mudah digunakan	1. Aplikasi flip mudah digunakan bagi saya untuk transfer ke bank lain/ melakukan pembayaran				
		2. Saya merasa mudah menggunakan aplikasi flip dalam melakukan apa yang saya inginkan				
10	Mudah dipelajari	1. Mudah bagi saya untuk mempelajari cara mengoperasikan aplikasi flip				
		2. Saya merasa aplikasi flip mudah di pelajari dan dikuasai				

BAGIAN III

***Service Quality* (X3)**

NO	PERNYATAAN		JAWABAN			
			SS	S	TS	STS
***Service Quality* (Kualitas Layanan)**						
11	Keandalan	1. Aplikasi flip selalu dapat diakses dan tersedia saat saya membutuhkannya				
		2. Saya merasa aman dan yakin saat menggunakan aplikasi flip				
12	Responsivitas	1. Aplikasi flip menanggapi permintaan saya dengan cepat.				
		2. Aplikasi flip dapat menyelesaikan masalah yang saya hadapi dengan segera				
13	Fitur-fitur	1. Aplikasi flip menyediakan fitur-fitur yang lengkap dan berguna.				
		2. Aplikasi flip menawarkan berbagai pilihan produk dan layanan yang saya butuhkan.				

BAGIAN IV

Kepuasan Pengguna (Y)

NO	PERNYATAAN		JAWABAN			
			SS	S	TS	STS
Kepuasan Pengguna						
14	*Expectations*	1. Saya merasa puas dengan rangkaian produk dari aplikasi flip				
		2. Saya merasa puas dengan cara flip melakukan transaksi				
15	*Perceived delivery product or service*	1. Saya merasa layanan aplikasi flip memenuhi kebutuhan saya				
		2. Saya merasa layanan aplikasi flip telah memenuhi ekspektasi saya				
16	*Want to resue*	1. Saya akan terus menggunakan aplikasi flip				
		2. Saya akan merekomendasikan aplikasi flip ke orang lain				

LAMPIRAN 3

TABULASI JAWABAN RESPONDEN

***Perceived Usefulness* (X1)**

PERNYATAAN												TOTAL
P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	P12	
4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	47
4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	47
4	3	3	3	3	4	3	4	3	3	3	4	40
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
3	3	2	3	3	2	3	3	3	2	3	3	33
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
3	4	3	3	4	4	3	4	3	3	4	3	41
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
3	2	3	2	3	2	3	2	3	2	3	2	30
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	4	4	39
1	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	34
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	36
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
4	3	4	4	3	3	4	3	3	3	3	3	40
4	4	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	40
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	36
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	36
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	36
3	3	3	4	4	4	4	4	3	3	4	4	43
4	3	2	3	3	2	3	3	3	3	4	4	37
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	36
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	36
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
4	4	3	3	4	4	4	4	3	4	4	4	45
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
3	4	4	3	3	2	3	3	3	3	4	3	38
2	2	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	25
4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	42

4	3	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	45
4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	46
4	3	2	1	4	3	2	1	4	3	2	1	30
4	4	4	3	4	3	3	4	4	3	3	3	42
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
3	3	4	3	3	2	4	3	2	3	3	3	36
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
4	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	38
3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	42
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	36
3	4	3	3	4	3	3	4	3	3	4	3	40
4	4	4	3	4	4	3	4	3	4	3	4	44
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	36
3	3	3	4	4	2	2	2	2	3	3	2	33
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	36
3	3	3	4	4	3	4	3	3	3	3	3	39
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
4	4	3	3	3	4	4	3	3	4	3	3	41
4	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	46
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
3	3	4	3	4	4	4	3	4	3	3	4	42
3	3	4	3	3	3	3	4	3	3	3	3	38
4	3	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	45
4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	3	45
4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	3	44
4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	3	4	45
4	3	3	2	4	4	4	4	4	4	3	4	43
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	47
4	3	3	3	4	3	4	4	4	3	4	4	43
3	3	3	4	4	3	3	4	4	3	4	4	42
3	3	3	3	4	4	4	3	4	4	3	4	42
3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	45
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	36
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
4	3	3	3	4	4	3	4	4	2	4	4	42
3	3	3	4	3	3	4	4	3	3	3	4	40
4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	3	44
3	3	4	3	3	3	4	3	4	4	4	3	41
4	3	3	4	4	4	4	4	4	3	3	4	44
3	3	4	4	4	4	3	3	4	4	4	3	43
4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	4	46
4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	46

Perceived Ease of Use (X2)

PERNYATAAN								TOTAL
P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	
4	4	4	4	4	4	4	4	32
4	4	4	4	4	4	4	4	32
3	4	3	4	4	4	4	3	29
4	4	4	4	4	4	3	3	30
2	3	3	4	4	4	3	4	27
4	4	4	4	4	4	4	4	32
4	4	4	4	4	4	4	4	32
4	4	4	4	4	4	4	4	32
4	4	4	4	4	4	4	4	32
3	4	3	3	3	4	4	4	28
4	4	4	4	4	4	4	4	32
3	2	3	2	3	2	3	2	20
4	4	4	4	4	4	4	4	32
4	4	4	4	4	4	4	4	32
4	4	4	4	4	4	4	4	32
4	4	4	4	4	4	4	4	32
4	3	3	4	3	4	4	4	29
3	3	3	3	3	3	3	3	24
3	3	3	3	3	3	3	3	24
3	3	4	3	3	4	3	3	26
3	3	3	4	4	4	3	3	27
4	4	4	3	3	3	3	3	27
3	3	3	3	3	3	3	3	24
3	3	3	3	3	3	3	3	24
3	3	3	3	3	3	3	3	24
3	3	2	3	3	3	3	3	23
3	4	4	3	3	3	4	3	27
3	3	3	3	3	3	3	3	24
3	3	3	3	3	3	3	3	24
4	4	4	4	4	4	4	4	32
4	4	3	4	4	4	4	4	31
4	4	4	4	4	4	4	4	32
4	4	4	4	4	4	4	4	32
4	4	4	3	3	3	3	3	27
2	2	2	2	2	2	2	2	16
4	3	4	3	4	3	4	3	28
4	4	3	4	4	4	4	4	31
4	4	4	4	4	4	4	4	32
4	3	2	1	4	3	2	1	20
4	4	3	3	4	4	3	3	28
4	4	4	4	4	4	4	4	32

3	3	3	2	3	3	3	3	23
3	3	3	4	4	4	4	3	28
4	4	4	4	4	4	4	4	32
3	3	3	3	3	3	3	3	24
3	3	3	3	3	3	3	3	24
3	3	3	3	3	3	3	3	24
3	3	4	3	3	4	3	3	26
4	3	3	4	3	4	3	4	28
3	3	3	3	3	3	3	3	24
4	3	3	3	3	2	3	3	24
3	3	3	4	3	3	4	4	27
3	3	3	4	3	4	3	4	27
4	4	4	4	4	4	4	4	32
3	4	4	3	4	4	4	3	29
4	4	4	4	4	4	4	4	32
4	4	4	4	4	4	4	4	32
4	4	4	4	4	4	4	4	32
4	4	4	4	4	4	3	3	30
3	3	3	3	3	3	3	3	24
4	4	3	4	4	3	3	4	29
4	4	4	4	3	4	4	3	30
4	4	4	3	4	4	4	4	31
4	4	3	3	3	4	4	4	29
4	3	3	4	4	4	4	3	29
4	4	4	4	4	4	4	4	32
3	3	4	4	4	3	4	4	29
4	4	3	4	4	3	3	4	29
4	4	4	4	3	4	4	3	30
4	4	4	4	3	4	4	4	31
3	3	3	3	3	3	3	3	24
4	4	4	4	4	4	4	4	32
4	3	3	4	3	4	3	4	28
4	4	3	3	4	3	4	4	29
4	4	4	3	4	3	4	4	30
4	4	4	3	4	4	3	4	30
4	4	3	4	4	3	3	3	28
4	4	4	4	3	3	4	4	30
4	4	4	4	4	4	4	4	32
4	4	4	4	4	4	4	4	32

***Service Quality* (X3)**

PERNYATAAN						TOTAL
P1	P2	P3	P4	P5	P6	
3	4	4	4	2	4	21
3	4	3	3	4	4	21
4	3	4	3	4	4	22
3	4	3	4	4	4	22
3	3	3	3	3	4	19
4	4	3	4	4	4	23
3	4	3	4	4	4	22
3	3	3	3	3	4	19
4	4	4	4	3	4	23
4	4	4	4	3	3	22
3	4	3	4	3	4	21
4	4	4	4	4	2	22
4	4	4	3	3	4	22
4	4	3	4	3	4	22
3	4	4	3	4	4	22
3	3	3	2	2	4	17
3	4	3	4	4	3	21
4	3	3	3	3	3	19
4	4	3	3	3	3	20
3	4	3	3	4	4	21
4	4	3	4	4	4	23
4	4	4	3	4	4	23
3	3	3	3	3	3	18
3	3	3	3	3	3	18
4	3	4	3	3	3	20
4	4	4	4	4	3	23
4	4	4	3	4	4	23
3	3	4	2	3	3	18
4	3	4	4	3	3	21
4	3	3	2	3	4	19
4	3	4	3	4	4	22
3	3	3	3	3	4	19
4	3	3	3	4	4	21
3	3	3	3	3	2	17
4	4	3	4	4	2	21
3	3	4	3	3	3	19
4	3	3	3	3	4	20
4	4	4	4	4	4	24
4	4	3	3	3	3	20
3	3	3	3	2	4	18
4	4	3	4	4	4	23

4	3	4	3	3	2	19
4	4	4	4	4	3	23
4	4	4	4	4	4	24
3	3	3	2	4	3	18
3	3	3	3	3	3	18
3	3	3	3	3	3	18
3	3	3	3	3	3	18
3	4	4	3	3	4	21
3	4	3	2	2	3	17
4	3	4	3	4	3	21
4	4	4	3	3	3	21
3	3	3	4	4	3	20
3	3	3	4	2	4	19
4	3	3	4	4	3	21
3	3	3	4	3	4	20
3	2	4	2	2	4	17
4	4	4	4	4	4	24
3	3	3	3	3	3	18
4	3	4	3	3	3	20
3	3	3	3	3	4	19
3	3	4	4	4	4	22
2	3	4	4	4	4	21
3	3	3	4	4	4	21
4	3	4	3	4	4	22
4	3	4	3	4	4	22
3	3	3	3	3	4	19
3	4	3	3	4	4	21
3	4	4	3	4	4	22
3	3	3	4	3	4	20
3	4	3	3	4	3	20
4	4	4	4	4	4	24
4	4	4	3	3	4	22
4	3	4	4	3	4	22
4	4	3	4	4	4	23
4	3	4	3	4	4	22
4	4	4	4	3	3	22
4	4	4	3	4	4	23
4	4	4	4	4	4	24
2	3	3	3	2	4	17

Kepuasan Pengguna (Y)

PERNYATAAN						TOTAL
P1	P2	P3	P4	P5	P6	
3	2	3	4	4	4	20
4	3	4	4	4	4	23
4	4	4	4	4	4	24
3	4	4	4	4	4	23
4	3	4	2	4	4	21
3	4	3	4	4	4	22
3	3	4	4	4	4	22
3	3	3	4	4	4	21
3	3	3	4	4	4	21
3	3	4	3	4	4	21
3	3	4	4	4	4	22
4	4	4	3	4	2	21
4	3	4	4	4	4	23
4	2	4	4	4	4	22
3	3	4	4	4	4	22
3	2	3	4	4	4	20
4	3	4	4	4	4	23
3	3	3	3	4	3	19
3	4	4	3	4	3	21
4	3	4	4	4	3	22
3	2	3	3	4	4	19
4	3	3	4	4	3	21
3	3	3	3	4	3	19
4	4	4	3	4	3	22
3	3	3	3	4	3	19
4	4	3	2	4	2	19
4	3	4	4	4	3	22
3	2	2	3	4	3	17
4	4	3	4	4	4	23
3	2	3	4	4	4	20
3	3	3	4	4	4	21
3	3	3	4	4	4	21
4	4	3	4	4	4	23
4	4	4	2	4	3	21
4	3	3	2	4	2	18
3	3	3	3	4	3	19
3	3	4	4	4	4	22
4	4	4	4	4	4	24
3	3	3	1	4	3	17
2	2	2	3	4	3	16
4	4	4	4	4	4	24

3	3	4	2	4	3	19
4	4	4	2	4	3	21
4	4	4	4	4	4	24
4	4	4	3	4	3	22
3	3	3	3	4	3	19
3	2	3	3	4	3	18
3	3	3	4	4	3	20
3	2	3	3	4	4	19
3	3	3	3	4	3	19
3	3	4	4	4	3	21
3	3	4	3	4	3	20
4	4	4	3	4	3	22
3	2	2	4	4	4	19
3	3	4	3	4	4	21
3	2	3	4	4	4	20
3	2	2	4	4	4	19
4	4	3	4	4	4	23
3	3	3	4	4	4	21
3	3	3	3	4	3	19
3	3	3	4	4	4	21
4	3	4	3	4	4	22
3	3	4	4	4	4	22
3	3	3	4	4	4	21
4	3	4	4	4	4	23
4	3	3	3	4	4	21
3	3	3	4	4	4	21
4	4	3	4	4	4	23
3	4	4	4	4	4	23
3	3	3	4	4	4	21
3	3	3	3	4	3	19
3	4	3	4	4	4	22
3	3	3	3	4	4	20
4	3	4	4	4	4	23
3	3	3	4	4	4	21
3	3	4	4	4	4	22
4	3	4	4	4	4	23
4	4	4	4	4	4	24
4	4	4	4	4	4	24
3	2	3	4	4	4	20

LAMPIRAN 4

HASIL UJI SPSS

UJI VALIDITAS *PERCEIVED USEFULNESS* (X1)

Correlations

		PU_1	PU_2	PU_3	PU_4	PU_5	PU_6	PU_7	PU_8	PU_9	PU_10	PU_11	PU_12	PU_TOTAL
PU_1	Pearson Correlation	1	.454*	-.094	.561**	.343	.375*	.038	.398*	.502**	-.094	.285	.549**	.600**
	Sig. (2-tailed)		.012	.620	.001	.063	.041	.843	.029	.005	.620	.127	.002	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
PU_2	Pearson Correlation	.454*	1	.053	.429*	.033	.312	.122	.251	.312	.053	.207	.392*	.465**
	Sig. (2-tailed)	.012		.782	.018	.861	.093	.522	.182	.093	.782	.272	.032	.010
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
PU_3	Pearson Correlation	-.094	.053	1	.233	.448*	.033	.459*	.321	-.107	.593**	.537**	.336	.542**
	Sig. (2-tailed)	.620	.782		.215	.013	.864	.011	.083	.574	.001	.002	.069	.002
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
PU_4	Pearson Correlation	.561**	.429*	.233	1	.309	.480**	.187	.537**	.480**	.233	.318	.452*	.715**
	Sig. (2-tailed)	.001	.018	.215		.097	.007	.322	.002	.007	.215	.087	.012	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
PU_5	Pearson Correlation	.343	.033	.448*	.309	1	.153	.318	.563**	.272	.333	.566**	.398*	.689**
	Sig. (2-tailed)	.063	.861	.013	.097		.418	.087	.001	.147	.072	.001	.029	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30

PU_6	Pearson Correlation	.375*	.312	.033	.480**	.153	1	.300	.172	.282	.033	.323	.208	.502**
	Sig. (2-tailed)	.041	.093	.864	.007	.418		.107	.363	.131	.864	.081	.271	.005
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
PU_7	Pearson Correlation	.038	.122	.459*	.187	.318	.300	1	.334	.043	.209	.467**	.496**	.567**
	Sig. (2-tailed)	.843	.522	.011	.322	.087	.107		.071	.822	.269	.009	.005	.001
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
PU_8	Pearson Correlation	.398*	.251	.321	.537**	.563**	.172	.334	1	.312	.186	.233	.471**	.677**
	Sig. (2-tailed)	.029	.182	.083	.002	.001	.363	.071		.094	.326	.215	.009	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
PU_9	Pearson Correlation	.502**	.312	-.107	.480**	.272	.282	.043	.312	1	.312	.010	.484**	.542**
	Sig. (2-tailed)	.005	.093	.574	.007	.147	.131	.822	.094		.094	.956	.007	.002
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
PU_10	Pearson Correlation	-.094	.053	.593**	.233	.333	.033	.209	.186	.312	1	.233	.336	.485**
	Sig. (2-tailed)	.620	.782	.001	.215	.072	.864	.269	.326	.094		.215	.069	.007
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
PU_11	Pearson Correlation	.285	.207	.537**	.318	.566**	.323	.467**	.233	.010	.233	1	.151	.608**
	Sig. (2-tailed)	.127	.272	.002	.087	.001	.081	.009	.215	.956	.215		.426	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30

PU_12	Pearson Correlation	.549**	.392*	.336	.452*	.398*	.208	.496**	.471**	.484**	.336	.151	1	.743**
	Sig. (2-tailed)	.002	.032	.069	.012	.029	.271	.005	.009	.007	.069	.426		.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
PU_TOTAL	Pearson Correlation	.600**	.465**	.542**	.715**	.689**	.502**	.567**	.677**	.542**	.485**	.608**	.743**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.010	.002	.000	.000	.005	.001	.000	.002	.007	.000	.000	
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30

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

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

UJI VALIDASI PERCEIVED EASE OF USE (X2)

Correlations

		PEOU_1	PEOU_2	PEOU_3	PEOU_4	PEOU_5	PEOU_6	PEOU_7	PEOU_8	PEOU_TOTAL
PEOU_1	Pearson Correlation	1	.488**	.259	.206	.227	.132	.194	.199	.586**
	Sig. (2-tailed)		.006	.167	.274	.227	.486	.305	.292	.001
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
PEOU_2	Pearson Correlation	.488**	1	-.096	.098	.291	.211	.238	.233	.495**
	Sig. (2-tailed)	.006		.612	.608	.119	.264	.205	.216	.005
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
PEOU_3	Pearson Correlation	.259	-.096	1	.494**	.183	.210	.096	.028	.543**
	Sig. (2-tailed)	.167	.612		.006	.334	.265	.615	.883	.002
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30

PEOU_4	Pearson Correlation	.206	.098	.494**	1	.085	.132	.323	.199	.586**
	Sig. (2-tailed)	.274	.608	.006		.654	.486	.082	.292	.001
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
PEOU_5	Pearson Correlation	.227	.291	.183	.085	1	.324	.231	.144	.565**
	Sig. (2-tailed)	.227	.119	.334	.654		.081	.219	.448	.001
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
PEOU_6	Pearson Correlation	.132	.211	.210	.132	.324	1	.060	.333	.544**
	Sig. (2-tailed)	.486	.264	.265	.486	.081		.754	.072	.002
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
PEOU_7	Pearson Correlation	.194	.238	.096	.323	.231	.060	1	.231	.552**
	Sig. (2-tailed)	.305	.205	.615	.082	.219	.754		.219	.002
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
PEOU_8	Pearson Correlation	.199	.233	.028	.199	.144	.333	.231	1	.531**
	Sig. (2-tailed)	.292	.216	.883	.292	.448	.072	.219		.003
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
PEOU_TOTAL	Pearson Correlation	.586**	.495**	.543**	.586**	.565**	.544**	.552**	.531**	1
	Sig. (2-tailed)	.001	.005	.002	.001	.001	.002	.002	.003	
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30

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

UJI VALIDASI *SERVICE QUALITY* (X3)

Correlations

		SQ_1	SQ_2	SQ_3	SQ_4	SQ_5	SQ_6	SQ_TOTAL
SQ_1	Pearson Correlation	1	.402*	.133	.265	.337	.183	.585**
	Sig. (2-tailed)		.028	.482	.156	.069	.334	.001
	N	30	30	30	30	30	30	30
SQ_2	Pearson Correlation	.402*	1	.218	.062	.636**	.279	.659**
	Sig. (2-tailed)	.028		.223	.732	.000	.122	.000
	N	30	33	33	33	30	32	32
SQ_3	Pearson Correlation	.133	.218	1	.458**	.207	.494**	.715**
	Sig. (2-tailed)	.482	.223		.007	.273	.004	.000
	N	30	33	33	33	30	32	32
SQ_4	Pearson Correlation	.265	.062	.458**	1	.036	.217	.588**
	Sig. (2-tailed)	.156	.732	.007		.851	.232	.000
	N	30	33	33	33	30	32	32
SQ_5	Pearson Correlation	.337	.636**	.207	.036	1	-.031	.566**
	Sig. (2-tailed)	.069	.000	.273	.851		.872	.001
	N	30	30	30	30	30	30	30
SQ_6	Pearson Correlation	.183	.279	.494**	.217	-.031	1	.611**
	Sig. (2-tailed)	.334	.122	.004	.232	.872		.000
	N	30	32	32	32	30	32	32
SQ_TOTAL	Pearson Correlation	.585**	.659**	.715**	.588**	.566**	.611**	1
	Sig. (2-tailed)	.001	.000	.000	.000	.001	.000	
	N	30	32	32	32	30	32	32

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

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

UJI VALIDASI KEPUASAN PENGGUNA (Y)

Correlations

		KP_1	KP_2	KP_3	KP_4	KP_5	KP_6	KP_TOTAL
KP_1	Pearson Correlation	1	.499**	.175	.130	.671**	.764**	.781**
	Sig. (2-tailed)		.005	.354	.494	.000	.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
KP_2	Pearson Correlation	.499**	1	-.024	-.004	.441*	.512**	.550**
	Sig. (2-tailed)	.005		.901	.982	.015	.004	.002
	N	30	30	30	30	30	30	30
KP_3	Pearson Correlation	.175	-.024	1	.425*	-.024	.176	.567**
	Sig. (2-tailed)	.354	.901		.019	.901	.353	.001
	N	30	30	30	30	30	30	30
KP_4	Pearson Correlation	.130	-.004	.425*	1	-.004	.190	.553**
	Sig. (2-tailed)	.494	.982	.019		.982	.316	.002
	N	30	30	30	30	30	30	30
KP_5	Pearson Correlation	.671**	.441*	-.024	-.004	1	.512**	.593**
	Sig. (2-tailed)	.000	.015	.901	.982		.004	.001
	N	30	30	30	30	30	30	30
KP_6	Pearson Correlation	.764**	.512**	.176	.190	.512**	1	.761**
	Sig. (2-tailed)	.000	.004	.353	.316	.004		.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
KP_TOTAL	Pearson Correlation	.781**	.550**	.567**	.553**	.593**	.761**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.002	.001	.002	.001	.000	
	N	30	30	30	30	30	30	30

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

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

UJI REABILITAS

PERCEIVED USEFULNESS (X1)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.833	12

PRCEIVED EASE OF USE (X2)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.663	8

SERVICE QUALITY (X3)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.643	6

KEPUASAN PENGGUNA (Y)

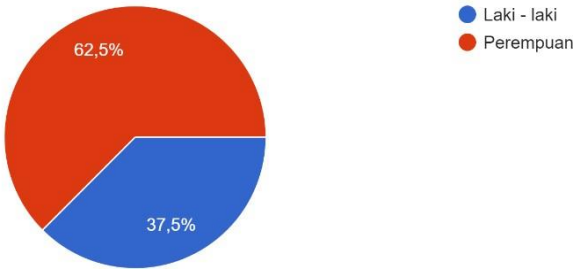
Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.665	6

LAMPIRAN 5

HASIL JAWABAN KUESIONER

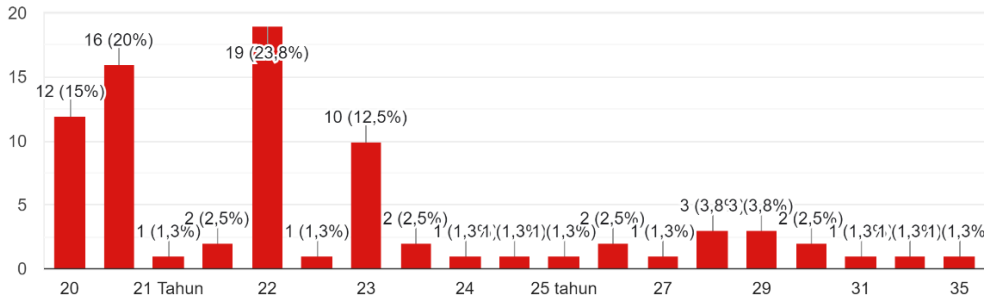
Jenis Kelamin

80 jawaban



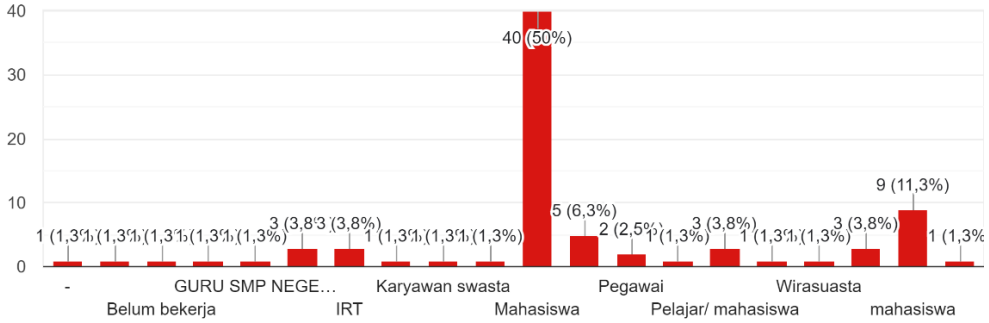
Usia

80 jawaban

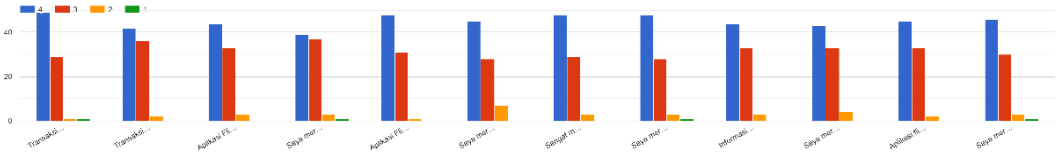


Pekerjaan/status

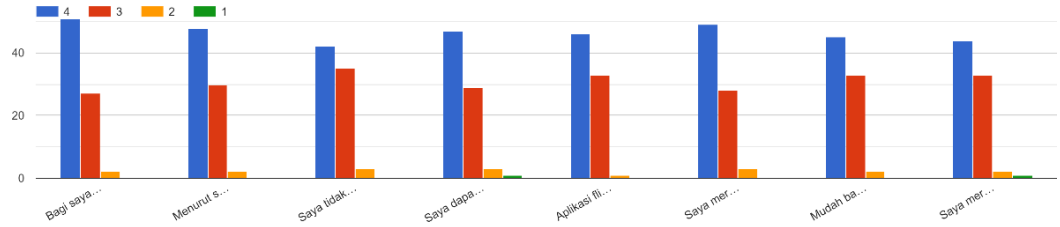
80 jawaban



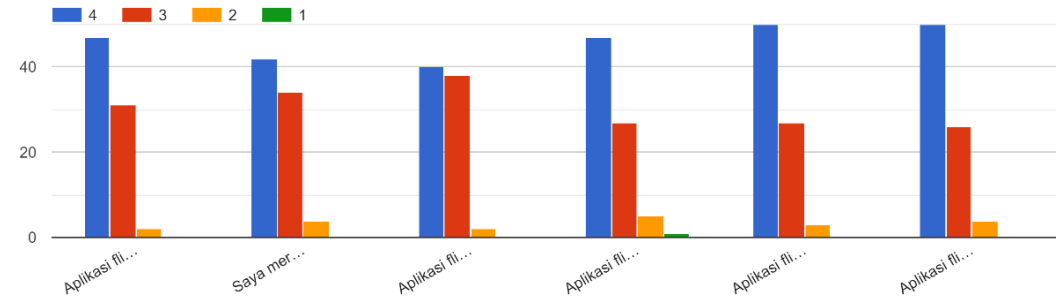
PERCEIVED USEFULNESS (PERSEPSI KEMANFAATAN)



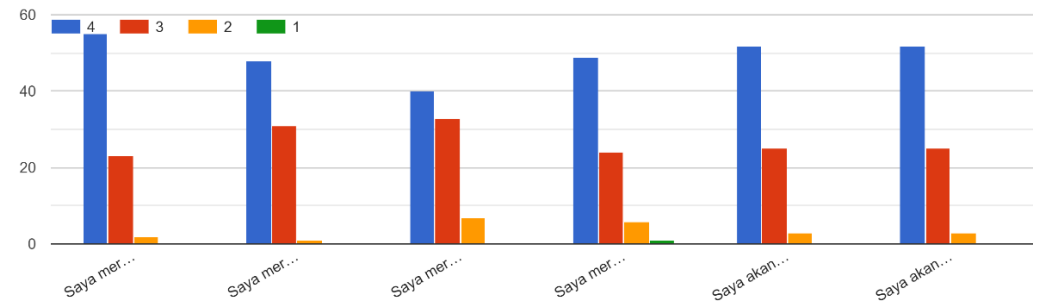
PERCEIVED EASE OF USE (PERSEPSI KEMUDAHAN PENGGUNAAN)



SERVICE QUALITY (KUALITAS LAYANAN)



KEPUASAN PENGGUNA



LAMPIRAN 5

HASIL UJI TURNITIN

PENGARUH PERCEIVED USEFULNESS, PERCEIVED EASE OF USE, DAN SERVICE QUALITY TERHADAP KEPUASAN PENGGUNA APLIKASI FLIP DI KOTA PALOPO

ORIGINALITY REPORT

18%	19%	5%	3%
SIMILARITY INDEX	INTERNET SOURCES	PUBLICATIONS	STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1	repository.iainpalopo.ac.id Internet Source	6%
2	eprints.iain-surakarta.ac.id Internet Source	5%
3	repository.uinsaizu.ac.id Internet Source	4%
4	repository.fe.unj.ac.id Internet Source	1%
5	journal.ipm2kpe.or.id Internet Source	1%
6	etheses.iainponorogo.ac.id Internet Source	1%

Exclude quotes	On	Exclude matches	< 1%
Exclude bibliography	On		

RIWAYAT HIDUP

Muspida Hapsah, lahir di Minna, 7 Juli 2001. Penulis merupakan anak ke-tiga dari tiga bersaudara dari pasangan seorang ayah bernama Ambo Dai dan ibu bernama Hadarnawati. Penulis bertempat tinggal di Desa Bungapati, Kecamatan Tana Lili, Kabupaten Luwu Utara, Provinsi Sulawesi Selatan. Penulis pertama kali menempuh pendidikan Sekolah Dasar di SD Negeri 210 Minna pada tahun 2008 hingga tahun 2014. Pada tahun yang sama peneliti melanjutkan pendidikannya di tingkat Sekolah Menengah Pertama di SMP Negeri 2 Bone-Bone hingga tahun 2017. Pada tahun 2017 melanjutkan Pendidikan di tingkat Sekolah Menengah Atas tepatnya di SMA Negeri 4 Luwu Utara dan selesai pada tahun 2020. Pada tahun 2020 penulis mendaftarkan diri di perguruan tinggi Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palopo, pada Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. Sebelum menyelesaikan akhir studi, penulis menyusun skripsi dengan judul "Pengaruh *Perceived Usefulness*, *Perceived Ease of Use*, dan *Service Quality* Terhadap Kepuasan Pengguna Aplikasi Flip di Kota Palopo", sebagai salah satu syarat penyelesaian studi pada jenjang Strata Satu (SI) dan memperoleh gelar sarjana ekonomi (S.E).

Contact Person : muspidahapsah771@gmail.com