

**PENGARUH PERSEPSI MANFAAT, HARGA, DAN PERSEPSI RISIKO  
TERHADAP KEPUTUSAN PENGGUNAAN *FINANCIAL TECHNOLOGY* DANA  
PADA MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS UMSU**

**SKRIPSI**

*Diajukan untuk Memenuhi Sebagian Syarat Memperoleh  
Gelara Sarjana Manajemen (S.M.)*



**Oleh:**

**Nama : M. Rheza Febriansyah**  
**NPM : 1805160467**  
**Program Studi : Manajemen**  
**Konsentrasi : Manajemen Pemasaran**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA  
MEDAN  
2022**



**UMSU**

Unggul | Cerdas | Terpercaya

MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI MUHAMMADIYAH  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA  
**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

Jl. Kapt. Muchtar Basri No. 3 (061) 66224567 Medan 20238

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

**PENGESAHAN UJIAN SKRIPSI**

Panitia Ujian Strata-1 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara, dalam sidangnya yang diselenggarakan pada hari Kamis, tanggal 08 September 2022, Pukul 09:00 WIB sampai dengan selesai, setelah mendengar, melihat, memperhatikan dan seterusnya:

**MEMUTUSKAN**

Nama : M. RHEZA FEBRIANSYAH  
N P M : 1805160467  
Program Studi : MANAJEMEN  
Konsentrasi : MANAJEMEN PEMASARAN  
Judul Skripsi : PENGARUH PERSEPSI MANFAAT, HARGA, DAN PERSEPSI RISIKO TERHADAP KEPUTUSAN PENGGUNAAN FINANCIAL TECHNOLOGY DANA PADA MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS UMSU

Dinyatakan : (A) *Dulus Yudisium dan telah memenuhi persyaratan untuk memperoleh Gelar Sarjana pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.*

**TIM PENGUJI**

Penguji I

Assoc. Prof. Dr. SITI MUJIATUN, S.E., M.M.

Penguji II

ASWIN BANCIN, S.E., M.Pd.

Pembimbing

SATRIA MIRSYAH AFFANDY NST., S.E., M.Si.

**PANITIA UJIAN**

Ketua



H. JANURI, S.E., M.M., M.Si.

Sekretaris

Assoc. Prof. Dr. ADE GUNAWAN, S.E., M.Si.

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

## PENGESAHAN SKRIPSI

Skripsi ini disusun oleh :

Nama Lengkap : M RHEZA FEBRIANSYAH

N.P.M : 1805160467

Program Studi : MANAJEMEN

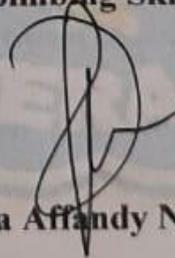
Konsentrasi : MANAJEMEN PEMASARAN

Judul Skripsi : PENGARUH PERSEPSI MANFAAT, HARGA, DAN PERSEPSI RESIKO TERHADAP KEPUTUSAN PENGGUNAAN *FINANCIAL TECHNOLOGY* DANA PADA MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS UMSU

Disetujui dan memenuhi persyaratan untuk diajukan dalam ujian mempertahankan skripsi.

Medan, Agustus 2022

Pembimbing Skripsi



(Satria Mirsya Affandy Nst, S.E., M.Si)

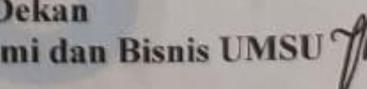
Diketahui/Disetujui  
Oleh:

Ketua Program Studi Manajemen  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis UMSU

Dekan  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis UMSU



(Jasman Saripuddin Hasibuan, SE., M.Si)

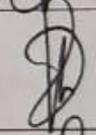
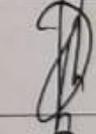
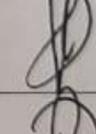
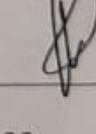


(H. Januri, S.E., M.M., M.Si.)

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

**BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI**

Nama Mahasiswa : M RHEZA FEBRIANSYAH  
N.P.M : 1805160467  
Program Studi : MANAJEMEN  
Konsentrasi : MANAJEMEN PEMASARAN  
Judul Penelitian : PENGARUH PERSEPSI MANFAAT, HARGA, DAN PERSEPSI RESIKO TERHADAP KEPUTUSAN PENGGUNAAN *FINANCIAL TECHNOLOGY* DANA PADA MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS UMSU

Item	Hasil Evaluasi	Tanggal	Paraf Dosen
Bab 1	lengkapi tabel bentuk layanan fintech	11/4/22	
Bab 2	Tambahkan referensi yang dikutip ke dalam daftar pustaka	6/6/22	
Bab 3	Perbaiki tabel jadwal penelitian	6/6/22	
Bab 4	Tambahkan gambar uji t dan uji F	11/7/22	
Bab 5	Perbaiki kesimpulan	18/7/22	
Daftar Pustaka	Periksa semua daftar pustaka sesuai kutipan di bab 2	6/8/22	
Persetujuan Sidang Meja Hijau	Acc lanjut sidang meja hijau	13/8/22	

Medan, Agustus 2022

Diketahui  
Ketua Program Studi Manajemen

Disetujui Oleh,  
Pembimbing Skripsi

(Jasman Saripuddin Hasibuan, S.E., M.Si.)

(Satria Mirsya Affandy Nst, S.E., M.Si.)

## SURAT PERNYATAAN PENELITIAN/SKRIPSI

Nama : MRHEZA FEBRIANSYAH  
NPM : 1805160467  
Konsentrasi : Manajemen Pemasaran  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis (Manajemen)  
Perguruan Tinggi : Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara

Menyatakan Bahwa ,

1. Saya bersedia melakukan penelitian untuk penyusunan skripsi atas usaha saya sendiri , baik dalam hal penyusunan proposal penelitian, pengumpulan data penelitian, dan penyusunan laporan akhir penelitian/skripsi
2. Saya bersedia dikenakan sanksi untuk melakukan penelitian ulang apabila terbukti penelitian saya mengandung hal-hal sebagai berikut
  - Menjiplak /plagiat hasil karya penelitian orang lain
  - Merekayasa data angket, wawancara, obeservasi, atau dokumentasi.
3. Saya bersedia dituntut di depan pengadilan apabila saya terbukti mamalsukan stempel, kop surat, atau identintas perusahaan lainnya.
4. Saya bersedia mengikuti sidang meja hijau secepat-cepatnya 3 bulan setelah tanggal dikeluarkannya surat “Penetapan Proyek Proposal / Makalah/Skripsi dan Penghunjukan Dosen Pembimbing “ dari Fakultas Ekonomi dan Bisnis UMSU.

Demikianlah Pernyataan ini saat perbuat dengan kesadaran sendiri

Medan, 13 Agustus 2022  
Pembuat Pernyataan



MRHEZA FEBRIANSYAH

**NB :**

- Surat Pernyataan asli diserahkan kepada Program Studi Pada saat Pengajuan Judul.
- Foto Copy Surat pernyataan dilampirkan di proposal dan skripsi.

## ABSTRAK

# PENGARUH PERSEPSI MANFAAT, HARGA, DAN PERSEPSI RISIKO TERHADAP KEPUTUSAN PENGGUNAAN *FINANCIAL TECHNOLOGY* DANA PADA MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS UMSU

**M Rheza Febriansyah**  
**Program Studi Manajemen**  
[Rhezafebri@gmail.com](mailto:Rhezafebri@gmail.com)

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi memberikan dampak hampir kepada seluruh aspek kehidupan. Kehidupan saat ini hampir seluruh kegiatannya didukung oleh teknologi. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh persepsi manfaat, harga, dan persepsi risiko secara bersama-sama terhadap keputusan penggunaan *financial technology* DANA pada mahasiswa fakultas ekonomi dan bisnis UMSU. Pendekatan penelitian yang digunakan oleh peneliti adalah penelitian asosiatif, yaitu bertujuan untuk menghubungkan dua variabel atau lebih untuk melihat ada tidaknya pengaruh berdasarkan data secara sistematis. Populasi dalam penelitian ini ada sebanyak 3747 orang yang merupakan mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis UMSU, sedangkan sampel dari penelitian ini ditetapkan menggunakan teknik slovin dengan kelonggaran 10% dan dikenakan menjadi 100 responden. Hasil pengujian secara parsial pengaruh antara persepsi manfaat terhadap keputusan penggunaan dinyatakan berpengaruh signifikan, sedangkan variabel harga disimpulkan tidak berpengaruh terhadap keputusan penggunaan *financial technology* (DANA) dan persepsi risiko terhadap keputusan penggunaan *financial technology* (DANA) diketahui adanya pengaruh yang signifikan. Selanjutnya secara simultan diperoleh kesimpulan bahwa variabel  $X_1$  (persepsi manfaat),  $X_2$  (harga) dan variabel  $X_3$  (persepsi risiko) secara bersama-sama berpengaruh terhadap variabel Y (keputusan penggunaan).

**Kata Kunci:** Persepsi Manfaat, Harga, Persepsi Risiko, Keputusan Penggunaan

## **ABSTRACT**

### ***THE INFLUENCE OF PERCEPTIONS OF BENEFITS, PRICES, AND RISK PERCEPTIONS ON DECISIONS TO USE FINANCIAL TECHNOLOGY OF DANA IN UMSU FACULTY OF ECONOMIC AND BUSINESS STUDENTS***

**M Rheza Febriansyah**  
**Program Studi Manajemen**  
[Rhezafebri@gmail.com](mailto:Rhezafebri@gmail.com)

*The development of information and communication technology has an impact on almost all aspects of life. Today's life, almost all of its activities are supported by technology. The purpose of this study was to determine and analyze the effect of perceived benefits, price, and risk perceptions together on the decision to use DANA financial technology among students of the economics and business faculty of UMSU. The research approach used by the researcher is associative research, which aims to connect two or more variables to see whether there is an effect based on the data systematically. The population in this study were 3747 people who were Faculty of Economic and Business UMSU students, while the sample from this study was determined using the slovin technique with an allowance of 10% and fulfilled into 100 respondents. The results of the partial test the effect of perceived benefits on decisions to use is stated to have a significant effect, while the price variable is concluded to have no effect on decisions to use financial technology (DANA) and risk perceptions on decisions to use financial technology (DANA) are known to have a significant effect. Simultaneously, it was concluded that the variables  $X_1$  (perceived benefit),  $X_2$  (price) and the variable  $X_3$  (perceived risk) jointly affected the variable  $Y$  (the decision to use).*

***Keywords: Perception of Benefits, Price, Perception of Risk, Decision to Use***

## KATA PENGANTAR



Assalamu‘alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh Puji Syukur penullis panjatkan kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan karunia, rahmat dan hidayahnya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh Persepsi Manfaat, Harga, dan Persepsi Risiko terhadap Keputusan Penggunaan *Financial Technology* DANA pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis UMSU” tepat pada waktunya. Adapun tujuan dari penulisan skripsi ini adalah untuk memenuhi sebagian syarat memperoleh gelar Sarjana Manajemen (S.M.). Pada kesempatan ini, penulis hendak menyampaikan terima kasih kepada semua pihak yang telah memberikan dukungan moril maupun materil sehingga skripsi ini dapat selesai. Ucapan terima kasih ini penulis tujukan kepada:

1. Kedua orangtua saya yaitu Ayahanda Suyono dan Umi’ Elfiani yang selalu memberikan kasih sayang, do’a, dukungan, perhatian serta dorongan moril kepada penulis.
2. Bapak Prof. Dr. Agussani, M.A.P., selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
3. Bapak H. Januri, S.E., M.M., M.Si., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
4. Bapak Assoc. Prof. Dr. Ade Gunawan, S.E., M.Si., selaku wakil Dekan I Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
5. Bapak Dr. Hasrudy Tanjung, S.E., M.Si., selaku wakil Dekan III Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.

6. Bapak Jasman Saripuddin Hasibuan, S.E., M.Si., selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
7. Bapak Assoc. Prof. Dr. Jufrizen, S.E., M.Si., selaku Sekretaris Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
8. Bapak Satria Mirsya Affandy Nst, S.E., M.Si., selaku dosen pembimbing yang telah memberikan bimbingan dan arahan yang membantu penulis untuk menyelesaikan skripsi penelitian ini.
9. Seluruh dosen dan pegawai di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara khususnya pada biro Manajemen.
10. Untuk semua teman-teman saya terutama kelas Manajemen A (Malam) 2018 serta teman-teman lainnya yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu penulis ucapkan terima kasih, karena telah banyak menemani dan memberikan dukungan kepada saya.

Penulis mengharapkan kritik yang membangun dari para pembaca guna didapati kesempurnaan dalam penyusunan skripsi ini. Akhir kata, penulis berharap semoga skripsi ini berguna bagi para pembaca dan pihak-pihak lain yang berkepentingan.

Medan, September 2022  
Penulis,

M. Rheza Febriansyah

## DAFTAR ISI

<b>ABSTRAK .....</b>	<b>i</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>ii</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>iii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>v</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>vii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>viii</b>
<b>BAB 1 PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang Masalah .....	1
1.2 Identifikasi Masalah .....	7
1.3 Batasan Masalah .....	8
1.4 Rumusan Masalah .....	8
1.5 Tujuan Penelitian .....	8
1.6 Manfaat Penelitian .....	9
<b>BAB 2 KAJIAN PUSTAKA .....</b>	<b>11</b>
2.1 Landasan Teori .....	11
2.1.1 Financial Technology .....	11
2.1.2 Keputusan Penggunaan.....	13
2.1.3 Persepsi Manfaat.....	16
2.1.4 Harga.....	18
2.1.5 Persepsi Risiko.....	21
2.2 Kerangka Konseptual .....	23
2.2.1 Pengaruh Persepsi Manfaat terhadap Keputusan Penggunaan .	23
2.2.2 Pengaruh Harga terhadap Keputusan Penggunaan .....	24
2.2.3 Pengaruh Persepsi Risiko terhadap Keputusan Penggunaan ....	25
2.2.4 Pengaruh Persepsi Manfaat, Harga, dan Persepsi Risiko terhadap Keputusan Penggunaan.....	26
2.3 Hipotesis Penelitian .....	27
<b>BAB 3 METODE PENELITIAN.....</b>	<b>28</b>
3.1 Pendekatan Penelitian.....	28
3.2 Definisi Operasional Variabel .....	28
3.3 Tempat dan Waktu Penelitian .....	29
3.3.1 Tempat Penelitian .....	29

3.3.2	Waktu Penelitian.....	29
3.4	Teknik Pengambilan Sampel .....	30
3.4.1	Populasi.....	30
3.4.2	Sampel .....	30
3.5	Teknik Pengumpulan Data .....	32
3.5.1	Angket (kuesioner) .....	32
3.6	Teknik Analisis Data .....	37
3.6.1	Regresi Linear Berganda .....	37
3.6.2	Uji Asumsi Klasik.....	38
3.6.2.1	Uji Normalitas Data.....	38
3.6.2.2	Uji Multikolinearitas.....	39
3.6.2.3	Uji Heteroskedastisitas .....	39
3.6.3	Pengujian Hipotesis .....	39
3.6.3.1	Uji Parsial (Uji-t).....	39
3.6.3.2	Uji Simultan (Uji-F) .....	40
3.6.4	Uji Determinasi ( $R^2$ ).....	41
<b>BAB 4</b>	<b>HASIL DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>42</b>
4.1	Hasil Penelitian.....	42
4.1.1	Deskripsi Data Penelitian .....	42
4.1.2	Pengolahan Data .....	44
4.1.2.1	Regresi Linear Berganda .....	44
4.1.2.2	Uji Asumsi Klasik .....	45
4.1.2.3	Uji Parsial (Uji-t).....	48
4.1.2.4	Uji Simultan (Uji-F) .....	52
4.1.2.5	Uji Determinasi ( $R^2$ ).....	53
4.2	Pembahasan .....	54
<b>BAB 5</b>	<b>PENUTUP.....</b>	<b>59</b>
5.1	Kesimpulan.....	59
5.2	Saran .....	60
5.3	Keterbatasan Penelitian .....	61
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>		<b>62</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>		<b>66</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Bentuk Layanan <i>Fintech</i> Dompot Digital .....	4
Tabel 3.1	Defenisi Operasional .....	28
Tabel 3.2	Jadwal Penelitian.....	29
Tabel 3.3	Data Mahasiswa FEB UMSU Per Semester Ganjil 2022 .....	30
Tabel 3.4	Skala Likert .....	32
Tabel 3.5	Hasil Uji Validitas Persepsi Manfaat ( $X_1$ ) .....	34
Tabel 3.6	Hasil Uji Validitas Harga ( $X_2$ ) .....	34
Tabel 3.7	Hasil Uji Validitas Persepsi Risiko ( $X_3$ ) .....	35
Tabel 3.8	Hasil Uji Validitas Keputusan Penggunaan (Y).....	35
Tabel 3.9	Output Reliabilitas Instrument .....	37
Tabel 4.1	Deskripsi Jawaban Responden .....	42
Tabel 4.2	Uji Regresi Linear Berganda.....	44
Tabel 4.3	Multikolonieritas .....	47
Tabel 4.4	Hasil Uji T.....	49
Tabel 4.5	Hasil Uji F .....	52
Tabel 4.6	Hasil Uji R Square.....	53

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	Daftar Dompot Digital Paling Banyak Digunakan di Indonesia.....	3
Gambar 2.1	Pengaruh Persepsi Manfaat terhadap Keputusan Penggunaan .....	24
Gambar 2.2	Pengaruh Harga terhadap Keputusan Penggunaan .....	25
Gambar 2.3	Pengaruh Persepsi Risiko terhadap Keputusan Penggunaan .....	25
Gambar 2.4	Kerangka Konseptual Penelitian.....	27
Gambar 3.1	Kriteria Pengujian Hipotesis Uji t.....	40
Gambar 3.2	Kriteria Pengujian Hipotesis Uji F.....	41
Gambar 4.1	Histogram untuk Menguji Normalitas .....	46
Gambar 4.2	Regresi Normalitas .....	46
Gambar 4.3	Residuals Statistics Keputusan Penggunaan.....	48
Gambar 4.4	Kriteria Pengujian Hipotesis Uji t Pengaruh Persepsi Manfaat terhadap Keputusan Penggunaan .....	50
Gambar 4.5	Kriteria Pengujian Hipotesis Uji t Pengaruh Harga terhadap Keputusan Penggunaan.....	51
Gambar 4.6	Kriteria Pengujian Hipotesis Uji t Pengaruh Persepsi Risiko terhadap Keputusan Penggunaan .....	51
Gambar 4.7	Kriteria Pengujian Hipotesis Uji F.....	53

# BAB 1

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang Masalah

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi memberikan dampak hampir kepada seluruh aspek kehidupan. Kehidupan saat ini hampir seluruh kegiatannya didukung oleh teknologi. Teknologi yang mengiringi perkembangan informasi ini akan membawa perubahan yang sangat cepat dalam tatanan ekonomi, budaya dan sosial, terutama di bidang ekonomi dengan inovasi seperti *Financial Technology (Fintech)*. *Fintech* sebagai sebuah bentuk layanan keuangan yang mengubah model bisnis jasa layanan keuangan konvensional menjadi online dengan melakukan transaksi dan pembayaran jarak jauh secara praktis. *Fintech* bukan merupakan layanan jasa keuangan yang diberikan oleh perbankan melainkan model bisnis baru yang saat ini sangat membantu kebutuhan masyarakat. Layanan yang diberikan oleh perusahaan penyelenggara *fintech* membantu masyarakat dalam melaksanakan transaksi tanpa memiliki rekening seperti perbankan pada umumnya. Dimanapun dan kapanpun masyarakat dapat melakukan transaksi tanpa harus datang langsung ke perusahaan finansial. *Fintech* telah memberikan kontribusi yang luar biasa untuk memperluas cakupan layanan keuangan serta memiliki kemampuan besar dalam menstrukturisasi bentuk layanan keuangan yang telah ada. Dimana sebagian *fintech* menggabungkan suatu bentuk layanan keuangan dengan aktivitas tambahan yang terkait dengan perdagangan online. Selain itu *fintech* dalam inovasinya telah membuat transaksi keuangan lebih modern, terkendali, dan praktis.

Seiring dengan pesatnya perkembangan teknologi dan bertumbuhnya perusahaan-perusahaan *startup* di Indonesia, semakin besarnya juga perkembangan *fintech*. Untuk itu Pemerintah mengeluarkan regulasi dalam Peraturan Bank Indonesia (PBI) No. 18/40/PBI/2016 tentang penyelenggaraan pemrosesan transaksi pembayaran menggunakan sistem inovasi *fintech* untuk memenuhi kebutuhan masyarakat baik sebagai pengguna pembayaran maupun dari sisi industri, mekanisme, infrastruktur penyelenggaraan dan instrumen lainnya. Dalam inovasi jasa keuangan konsep pembayaran secara digital menjadi yang paling populer dalam industri *fintech* di Indonesia. Berkaitan dengan hal tersebut sistem pembayaran menjadi sangat berkembang di era digital, pembayaran tidak hanya berbentuk uang tunai saja melainkan sudah berkembang menjadi bentuk non tunai yang dikenal dengan uang elektronik atau *e-money*. Pembayaran secara non tunai menggunakan uang elektronik atau *e-money* pada hakikatnya berasal dari uang yang disetor ke penyelenggara yang kemudian disimpan suatu server secara elektronik dan dijadikan sebagai suatu alat pembayaran.

Izin tentang *e-money* baru pertama kali diterbitkan oleh Bank Indonesia pada tahun 2009 melalui Peraturan Bank Indonesia nomor 11/12/PBI/2009. Efektifitas pembayaran secara non tunai dapat menggunakan uang elektronik yang pada umumnya disimpan pada dompet digital dengan tujuan untuk memudahkan akses. Dompet digital berfungsi melakukan berbagai transaksi seperti pembayaran melalui transfer atau pindai kode QR setelah dilakukannya *top up* saldo pada akun dompet digital pengguna.

Berikut lima dompet digital yang paling populer dan banyak digunakan di Indonesia 2021:

**Gambar 1.1**  
**Daftar Dompet Digital Paling Banyak Digunakan Di Indonesia**



Sumber : kadance.com

Dari gambar 1.1 berdasarkan gambar tersebut OVO menempati urutan pertama dengan 160 juta pengguna, aplikasi gopay dengan 131 juta pengguna, peringkat ketiga aplikasi ShopeePay dengan 105 juta pengguna, sedangkan DANA menempati peringkat keempat sebagai dompet digital paling banyak digunakan di Indonesia tahun 2022 dengan 100 juta pengguna, serta aplikasi Linkaja dengan 21 juta pengguna. Pada aplikasi DANA penggunaan QRIS mencapai 31 juta transaksi sepanjang tahun 2021 dan tercatat lebih dari 350 juta total transaksi menggunakan fitur kirim uang dengan rata-rata 30 juta transaksi perbulannya.

Berikut bentuk layanan yang diberikan para penyedia layananana jasa *fintech* dompet digital:

**Tabel 1.1**  
**Bentuk Layanan *Fintech* Dompet Digital**

Bentuk Layanan					
Layanan Pembayaran	Transfer ke sesama, tranfer ke bank, ojek <i>online</i> , taksi <i>online</i> , pulsa, listrik, SIM/SKCK, asuransi, bioskop, hotel, bayar makanan, belanja <i>online</i> , bayar klinik	Transfer ke sesama, transfer ke bank, ojek <i>online</i> , taksi <i>online</i> , pesawat, <i>voucher games</i> , SIM/SKCK, pulsa, bioskop, belanja <i>online</i> , bayar klinik,	Transfer ke bank, transportasi <i>online</i> , pulsa dan data, bayar makanan, <i>voucher games</i> , belanja <i>online</i>	Transfer ke sesama, transfer ke bank, transportasi <i>online</i> , kereta api, pulsa dan data, bayar makanan, listrik, <i>voucher games</i> , tiket bioskop, <i>voucher</i> buku, belanja <i>online</i> , bayar klinik, e-samsat	Transfer ke bank, pesawat, taksi, KA, MRT, internet, listrik, elpiji, BBM, asuransi, <i>games online</i> , SIM/SKCK, bioskop
Merchant	Blibli, JD.id, tokopedia, lazada, zalora, tiket.com, matahari, ramayana, gramedia, KFC, mcdonald's, BPJS kesehatan, indomaret, google play	Tokopedia, indomaret, tiket.com, gojek, JCO, breadtalk, domino's pizza, google play	Shopee, starbucks, KFC, mcdonald's, ramayana, alfamart, texas, unipin	Lazada, bukalapak, ramayana, tixid, bluebird, KFC, Domino's pizza, BPJS kesehatan, alfamart, unipin, google play, steam, kopi kenengan, vidio.com	KFC, mcdonald's, JCO, starbucks, bluebird, alfamart, indomaret, blibli, steam, BPJS kesehatan

Sumber: diolah peneliti 2022

Penggunaan layanan *fintech* berupa pembayaran melalui dompet digital kini bermanfaat dan banyak digemari oleh masyarakat karena dirasa lebih praktis dan efisien. Didesain agar masyarakat melakukan pembayaran tanpa harus menggunakan uang tunai, dibarengi dengan bentuk layanan pembayaran yang semakin luas, menjadikan layanan *fintech* ini semakin populer. Dompet digital dengan popularitasnya sebagai alat pembayaran non tunai tidak terlepas dari berbagai kendala baik dari sisi pengguna dan risikonya seperti *QR Code* tidak terbaca, penggunaan *e-money* yang hanya dapat digunakan di *merchant* yang bekerjasama dengan penerbit, dan risiko kebocoran data.

DANA sebagai salah-satu layanan penyedia jasa *financial technology* merupakan layanan dompet digital yang diselenggarakan oleh PT Espay Debit Indonesia Koe, perusahaan rintisan Indonesia yang bergerak dibidang *financial technology* yang menyediakan infrastruktur pembayaran yang memungkinkan masyarakat Indonesia melakukan pembayaran dan transaksi secara non tunai dan non kartu. DANA dibangun dan dikembangkan di Indonesia dengan didukung oleh tenaga kreatif dan programer indonesia. Aplikasi DANA tersedia untuk IOS dan Android, serta terintegrasi dengan berbagai *merchant* dan aplikasi *online* ternama sebagai solusi pembayaran digital secara online. Aplikasi DANA dapat melakukan pembayaran tagihan dan kebutuhan sehari-hari seperti pembayaran di restoran, pembayaran di pusat perbelanjaan atau *e-commerce*, pembayaran listrik, pulsa, paket data, *voucher game*, tagihan air PDAM, maupun asuransi BPJS. Aplikasi DANA juga membantu penggunanya dalam melakukan pembayaran diberbagai *merchant*, didapati promo dan *cashback* diberbagai *merchant* yang telah bekerja sama dengan DANA. Serta dapat digunakan malakukan transfer antar bank tanpa dikenakan biaya admin yang berlaku secara terbatas untuk sepuluh transaksi setiap bulannya dan dikenakan biaya admin Rp 4500,- ditransaksi transfer berikutnya.

Mahasiswa sebagai generasi muda menjadi segmen pasar yang potensial untuk menggunakan dompet digital yang telah disediakan para penyedia jasa layanan *fintech*, dengan alasan mahasiswa merupakan generasi yang akrab dengan teknologi dan memiliki mobilitas yang cukup tinggi dalam penggunaan *e-money* di berbagai sektor seperti pembayaran transportasi *online*, melakukan pembayaran di tempat perbelanjaan atau *e-commerce*, pengisian *voucher game* maupun melakukan transaksi transfer antar bank dan layanan pendidikan lainnya.

Melalui hasil data pra riset pada 26 responden tentang tanggapan responden mengenai persepsi manfaat, harga, dan persepsi risiko dalam keputusan penggunaan *financial technology* DANA pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis UMSU diketahui masih banyak mengalami fenomena permasalahan.

Berdasarkan hasil pra riset yang dilakukan oleh peneliti terlihat bahwa dari persepsi manfaat masih banyak mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis UMSU yang memberikan pernyataan negatif sebesar 53,8% terutama dalam segi penggunaan aplikasi DANA yang dirasa masih belum mampu membuat transaksi lebih praktis dikarenakan fitur pembayaran menggunakan *scan* QRIS masih sering mengalami *error*. Selain itu 57,7% mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis UMSU juga masih merasa bahwa *merchant* rekanan aplikasi DANA masih terbatas dibandingkan dengan aplikasi *fintech* sejenis. Hal ini dikarenakan masih sedikitnya tempat yang sering dikunjungi mahasiswa dapat melayani pembayaran melalui aplikasi DANA, seperti di cafe.

Penilaian dari harga juga masih banyak mendapatkan tanggapan negatif sebesar 57,7% dari mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis UMSU terutama yaitu mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis UMSU merasa bahwa dengan menggunakan aplikasi DANA biaya layanan transfer antar bank masih cukup mahal dengan biaya Rp 4500,- dibandingkan aplikasi *fintech* lain.

Penilaian dari persepsi risiko juga masih banyak mendapatkan tanggapan negatif sebesar 53,8% dari mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis UMSU terutama yaitu mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis UMSU masih merasa takut saat menggunakan aplikasi DANA, karena isu kebocoran kerahasiaan data pribadi serta mahasiswa merasa aplikasi DANA belum memiliki tingkat keamanan yang

baik dalam setiap transaksi dikarenakan terkadang server aplikasi masih sering *down* dan mengakibatkan saldo menghilang dengan sendirinya.

Penilaian dari keputusan penggunaan diketahui mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis UMSU sebanyak 50% mahasiswa masih ada yang tidak *aware* terhadap penggunaan layanan *financial technology* berupa dompet digital, seperti mahasiswa tidak melakukan pencarian informasi terlebih dahulu mengenai aplikasi DANA.

Berdasarkan latar belakang masalah di atas maka penulis tertarik membuat suatu penelitian yang berjudul “Pengaruh Persepsi Manfaat, Harga, dan Persepsi Risiko Terhadap Keputusan Penggunaan *Financial Technology* DANA pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis UMSU”.

## **1.2 Identifikasi Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, maka penulis mengidentifikasi masalah sebagai berikut :

1. Permasalahan keputusan penggunaan aplikasi DANA pada mahasiswa adalah mahasiswa masih ada yang tidak *aware* terhadap penggunaan layanan *financial technology* berupa dompet digital.
2. Dalam hal persepsi manfaat, aplikasi DANA belum dapat melakukan semua pembayaran dengan mudah karena *merchant* yang terbatas dan beberapa penggunaan scan QRIS yang tidak berfungsi maksimal.
3. Permasalahan dalam hal harga, adanya biaya admin yang dikenakan disetiap melakukan transfer antar bank jika sudah melewati batas 10 transaksi dalam sebulan.

4. Permasalahan persepsi risiko, adanya perasaan khawatir karena isu keamanan data dan saldo yang tersimpan di akun dompet digital DANA.

### **1.3 Batasan Masalah**

Permasalahan dalam penelitian ini adalah mengacu pada keputusan penggunaan, persepsi manfaat, harga, dan persepsi risiko *financial technology* DANA pada mahasiswa fakultas ekonomi dan bisnis UMSU.

### **1.4 Rumusan Masalah**

Berdasarkan identifikasi masalah diatas, maka perumusan masalahnya adalah sebagai berikut:

1. Apakah persepsi manfaat berpengaruh terhadap keputusan penggunaan *financial technology* DANA pada mahasiswa fakultas ekonomi dan bisnis UMSU?
2. Apakah harga berpengaruh terhadap keputusan penggunaan *financial technology* DANA pada mahasiswa fakultas ekonomi dan bisnis UMSU?
3. Apakah persepsi risiko berpengaruh terhadap keputusan penggunaan *financial technology* DANA pada mahasiswa fakultas ekonomi dan bisnis UMSU?
4. Apakah persepsi manfaat, harga, dan persepsi risiko secara bersama-sama berpengaruh terhadap keputusan penggunaan *financial technology* DANA pada mahasiswa fakultas ekonomi dan bisnis UMSU?

### **1.5 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan uraian rumusan masalah dalam penelitian ini, maka dapat diketahui:

1. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh persepsi manfaat terhadap keputusan penggunaan *financial technology* DANA pada mahasiswa fakultas ekonomi dan bisnis UMSU.
2. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh harga terhadap keputusan penggunaan *financial technology* DANA pada mahasiswa fakultas ekonomi dan bisnis UMSU.
3. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh persepsi risiko terhadap keputusan penggunaan *financial technology* DANA pada mahasiswa fakultas ekonomi dan bisnis UMSU.
4. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh persepsi manfaat, harga, dan persepsi risiko secara bersama-sama terhadap keputusan penggunaan *financial technology* DANA pada mahasiswa fakultas ekonomi dan bisnis UMSU.

## **1.6 Manfaat Penelitian**

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberi manfaat sebagai berikut :

1. Manfaat Teoritis
  - a) Memperkaya khasanah pustaka, khususnya tentang persepsi manfaat, harga, dan persepsi risiko terhadap keputusan penggunaan *financial technology* DANA pada mahasiswa fakultas ekonomi dan bisnis UMSU.
  - b) Dipergunakan sebagai pembanding untuk penelitian selanjutnya, baik dalam metode, model, cara analisis maupun hasil penelitiannya.
  - c) Penelitian memberikan pengetahuan yang lebih mengenai ruang lingkup pemasaran secara nyata.

## 2. Manfaat Praktis

- a) Dengan adanya penelitian ini, penulis dapat menambah pengetahuan tentang pengaruh persepsi manfaat, harga, persepsi risiko dan keputusan penggunaan.
- b) Penulis berharap dengan adanya hasil penelitian ini, perusahaan dapat memperoleh masukan dalam strategi untuk mempengaruhi keputusan penggunaan *financial technology* DANA, khususnya berkaitan dengan persepsi manfaat, harga, persepsi risiko dan keputusan pembelian.
- c) Diharapkan penulisan ini dapat memberikan masukan dan menjadi referensi yang berarti bagi para akademisi dan pihak-pihak lain yang melakukan penelitian.
- d) Penelitian ini diharapkan dapat digunakan untuk menambah referensi sebagai bahan penelitian lanjutan yang lebih mendalam pada masa yang akan datang.

## BAB 2

### KAJIAN PUSTAKA

#### 2.1 Landasan Teori

##### 2.1.1 *Financial Technology*

*Financial technology* merupakan model bisnis baru yang sangat membantu kebutuhan masyarakat. Jasa-jasa yang diberikan oleh perusahaan penyelenggara *fintech* membantu masyarakat dalam melakukan transaksi keuangan tanpa harus memiliki rekening seperti lembaga keuangan bank pada umumnya. Jasa adalah setiap tindakan atau aktivitas, bukan objek yang dapat diberikan oleh satu pihak ke pihak lain, pada dasarnya tidak berwujud, konsumen secara aktif terlibat dalam proses produksi dan tidak menghasilkan kepemilikan sesuatu (D. K. Gultom et al., 2014). *Financial technology (fintech)* merupakan sebuah industri berbasis teknologi yang dapat memfasilitasi layanan keuangan diluar lembaga keuangan konvensional yang membantu masyarakat untuk mengakses produk keuangan dalam melakukan transaksi (Raharjo, 2021). *Fintech* tidak hanya menyediakan pembayaran, pinjaman, atau layanan keuangan lainnya seperti perbankan tradisional, tetapi juga dapat menjangkau nasabah yang sebelumnya tidak memiliki akses ke sistem perbankan (Putri et al., 2020). Untuk itu fungsi penyelenggara *fintech* dikategorikan ke dalam bagian sebagai berikut:

1. Sistem pembayaran, *fintech* sebagai layanan elektronik yang menggantikan uang kartal dan uang giral sebagai alat pembayaran, seperti *e-money* dan *e-wallet*.
2. Pendukung pasar, *fintech* memberikan layanan informasi yang cepat terkait produk layanan jasa keuangan.

3. Manajemen investasi dan manajemen risiko, *fintech* sebagai penyedia layanan investasi *online* dan asuransi *online*.
4. Pinjaman (*lending*), pembiayaan (*financing* atau *funding*), dan penyediaan modal (*capita raising*) (Rahma, 2018).

Kewajiban yang harus dipatuhi oleh penyelenggara teknologi finansial yang terdaftar di Bank Indonesia yaitu sebagai berikut:

1. Menerapkan prinsip perlindungan konsumen sesuai dengan produk, layanan teknologi, dan model bisnis yang dijalankan
2. Menjaga kerahasiaan data dan informasi konsumen termasuk data dan informasi transaksi antara lain dilakukan dengan mengelola dan menatausahakan dokumen transaksi dan konsumen secara baik dan tertib serta tidak memberikan data dan informasi transaksi konsumen kepada pihak lain.
3. Menerapkan prinsip manajemen risiko dan kehati-hatian, dengan melakukan identifikasi, pengukuran, pemantauan, dan pengendalian atas risiko yang mungkin timbul.
4. Menggunakan rupiah dalam setiap transaksi yang dilakukan di wilayah Negara Kesatuan Republik Indonesia.
5. Menerapkan prinsip anti pencucian uang dan pencegahan pendanaan terorisme sesuai dengan perundang-undangan.
6. Memenuhi ketentuan perturan perundang-undangan lainnya antara lain peraturan mengenai pendirian badan hukum serta penyelenggaraan sistem dan transaksi elektronik.

7. Dilarang melakukan kegiatan sistem pembayaran dengan menggunakan *virtual currency*. *Virtual currency* bukan merupakan alat pembayaran yang sah di Indonesia.

Kewajiban yang harus dipatuhi oleh penyelenggara ini dimaksudkan untuk melindungi masyarakat dalam menggunakan layanan *financial technology*.

Dalam penggunaannya, *fintech* memiliki kelebihan dan kekurangan, adapun yang menjadi kelebihan *fintech* yaitu kemudahan penggunaannya untuk mengakses data di layanan keuangan dalam skala besar dan kemudahan transaksi yang dapat dilakukan kapan saja, dimana saja. Sedangkan yang menjadi kekurangan *fintech* yaitu *fintech* sangat bergantung pada jaringan internet, namun karena internet dan jaringan belum sempurna di Indonesia, ketergantungan ini dapat menghambat proses pembiayaan *fintech*, serta sumber daya manusia yang belum siap untuk menjalankan layanan keuangan *online* (Mujiatun et al., 2022).

### **2.1.2 Keputusan Penggunaan**

Keputusan penggunaan adalah istilah lain dari keputusan pembelian yang merupakan bagian dari perilaku konsumen. Perilaku konsumen sendiri merupakan tindakan-tindakan individu untuk memperoleh, menggunakan, dan menentukan produk atau jasa. Keputusan pembelian menurut (Kotler, 2012) merupakan tahap evaluasi konsumen atas banyaknya pilihan merek dan niat untuk membeli merek tersebut. Menurut (Arianty, 2016) keputusan pembelian merupakan suatu tindakan yang diambil untuk mencapai tujuan dengan secepat mungkin dengan biaya yang efisien. Sejalan dengan pengertian diatas, menurut (A. E. Nasution et al., 2019) keputusan pembelian merupakan suatu pendekatan pemecahan masalah terhadap aktivitas manusia dalam pembelian barang atau jasa untuk memenuhi

kebutuhannya, yang terdiri dari pengenalan kebutuhan dan keinginan, eksplorasi informasi, evaluasi alternatif pembelian, keputusan pembelian, dan pasca pembelian. Untuk itu disetiap keputusan pembelian konsumen merupakan hasil tindakan atas niat untuk membeli suatu produk. Pembelian suatu produk tidak hanya didorong oleh satu motif saja, terdapat motif-motif lain yang menjadi faktor pendorong yang mempengaruhi seseorang dalam mengambil keputusan membeli barang atau jasa. Menurut (Idrus, 2019) faktor-faktor yang mempengaruhi seseorang dalam membeli barang atau jasa yaitu:

1. Faktor budaya, budaya mempengaruhi seseorang dalam membeli barang atau jasa, peranan budaya dalam hal ini yakni kelas sosial pembeli. Kelas sosial pembeli sudah menjadi kelompok disuatu sistem masyarakat seperti orang-orang pada golongan atas, golongan menengah, maupun golongan rendah.
2. Faktor sosial, peranan sosial dan referensi keluarga menjadi bagian dari faktor sosial. Keluarga sebagai suatu kelompok yang paling dekat dengan individu pembeli yang mempengaruhi secara langsung keputusan pembelian seseorang.
3. Faktor pribadi, pilihan seorang pembeli atau konsumen dapat dipengaruhi oleh kepribadiannya, seperti halnya pekerjaan, tingkat pendapatan, maupun gaya hidup seseorang.
4. Faktor psikologis, faktor psikologis seperti halnya motivasi, persepsi, belajar, kepercayaan, dan sikap menjadi penentu seseorang untuk melakukan pembelian.

Dalam melakukan keputusan pembelian terdapat proses dalam memilih salah satu dari beberapa alternatif pilihan yang ada. Untuk itu organisasi perlu memiliki metodologi mereka sendiri yang menarik dibandingkan dengan pesaing,

agar pelanggan dapat secara konsisten mencari dan membeli barang (Arianty, 2019). Menurut (Idrus, 2019) tahap-tahap yang dilakukan hingga membuat keputusan atau pilihan sebagai berikut:

1. Pengenalan masalah atau kebutuhan, dengan menjadi peduli terhadap keadaan atas kebutuhan yang diinginkan.
2. Pencarian informasi, mencari informasi sebanyak-banyaknya untuk memenuhi minat dan kebutuhan seorang pembeli.
3. Penilaian alternatif, dengan dilakukannya penilaian terhadap suatu produk seperti halnya menilai karakteristik produk, kepentingan maupun fungsi produk.
4. Keputusan membeli yang didorong oleh kecenderungan pembeli atas merek suatu produk.
5. Kepuasan konsumen yang memperlihatkan perilaku konsumen untuk melakukan pembelian kembali atau tidak terhadap suatu produk.

Konsumen akan melewati lima tahapan dalam keputusan pembelian, dan proses pembelian jauh sebelum keputusan pembelian terjadi. Menurut (Kotler et al., 2020) terdapat lima proses untuk terjadinya keputusan pembelian yaitu:

1. Proses pengenalan, konsumen akan terlebih dahulu mengenali yang menjadi masalah dan kebutuhannya. Untuk itu penjual akan terlebih dahulu mengenali konsumen untuk mengerti yang menjadi kebutuhan konsumen.
2. Mencari informasi, konsumen yang tertarik akan memiliki kemungkinan untuk mencari atau tidak mencari informasi suatu produk. Produk tersebut akan dicari informasi apakah dapat memenuhi kebutuhan konsumen.

3. Evaluasi alternatif, bagaimana konsumen dalam memproses informasi untuk memilih diberbagai pilihan merek alternatif.
4. Keputusan pembelian, umumnya konsumen akan memberi urutan akan produk yang dibelinya dimulai dari yang paling disukai.
5. Perilaku pasca pembelian, kepuasan terhadap pembelian suatu produk.

Menurut (Kotler et al., 2020) indikator dari keputusan pembelian yaitu :

1. Kebutuhan, segala sesuatu yang diperlukan konsumen terhadap barang atau layanan yang ingin dipenuhi.
2. Pencarian informasi, konsumen tertarik untuk mencari informasi atas suatu layanan, apakah layanan tersebut dapat memenuhi kebutuhan konsumen.
3. Evaluasi, konsumen memproses informasi dan memilih merek.
4. Keyakinan untuk menggunakan produk, menggambarkan pengetahuan konsumen dalam menggunakan produk.
5. Menjadi prioritas, konsumen beranggapan suatu merek diperlukan dan lebih penting dari pada yang lainnya.

### **2.1.3 Persepsi Manfaat**

Kesadaran dalam hal kemanfaatan menjadi hal yang penting dalam pengambilan keputusan. Keputusan yang diambil harus diyakini dapat mendatangkan keuntungan bagi penggunanya. Seperti sistem informasi yang akan digunakan penggunanya, jika teknologi tersebut menguntungkan dalam peningkatan performa kerja, sehingga persepsi manfaat dapat diartikan sebagai suatu keyakinan dalam pengambilan keputusan terhadap penggunaan sistem informasi untuk peningkatan performa kerja (Jogiyanto, 2017). Peningkatan performa kerja dengan menggunakan sistem informasi mempermudah dan

membentuk hasil yang lebih cepat dibandingkan tidak menggunakan dengan menggunakan output yang lebih memuaskan dibandingkan dengan tidak memakai produk teknologi tersebut. Dengan demikian kemanfaatan suatu teknologi akan ditinggalkan jika teknologi tersebut tidak bermanfaat atau tidak dapat meningkatkan performa kerja.

Menurut (Thoha, 2014) proses karakteristik persepsi didasari pada beberapa tahapan, yaitu:

1. Stimulus, stimulus atau rangsangan menjadi awalan seseorang menerima persepsi yang hadir dari lingkungan
2. Registrasi, didaftarkan semua informasi pada dirinya atas informasi yang telah didengar dan dilihat
3. Interpretasi, aspek kognitif yang sangat penting pada sebuah interpretasi.

Adapun dimensi persepsi manfaat menurut (Jogiyanto, 2009) terdapat empat item dimensi dari persepsi manfaat:

1. Produktivitas, merupakan suatu keadaan dimana produktivitas perusahaan meningkat dibandingkan sebelum diperkenalkannya sistem baru.
2. Kinerja pekerjaan atau efektivitas, merupakan situasi dimana pelaku bisnis mengalami peningkatan kinerja setelah menggunakan sistem baru dan bisnis mereka menjadi lebih efektif.
3. *Importance to job*, merupakan penggunaan sistem baru menjadi penting untuk suatu usaha apabila bermanfaat bagi penggunanya.
4. Kemanfaatan secara keseluruhan, merupakan keadaan dimana pengguna memiliki efek positif pada perkembangan perusahaan.

Menurut (Yogananda & Dirgantara, 2017) mengemukakan bahwa persepsi manfaat memiliki empat indikator, sebagai berikut:

1. Mempermudah transaksi, yaitu suatu keadaan dimana transaksi jual beli dilakukan lebih mudah dari biasanya.
2. Mempercepat transaksi, yaitu suatu keadaan dimana proses transaksi jual beli dilakukan lebih cepat dari biasanya.
3. Memberikan keuntungan tambahan saat menyelesaikan transaksi, yaitu suatu keadaan dimana didapatkannya keuntungan yang lebih banyak dari proses jual beli dengan menggunakan hal yang baru.
4. Meningkatkan efisiensi dalam melakukan transaksi, yaitu suatu kondisi meningkatnya efisiensi setelah menggunakan sesuatu dalam kegiatan jual beli dan terjadinya peningkatan kinerja.

#### **2.1.4 Harga**

Konsumen memiliki selera yang berbeda-beda terhadap barang maupun jasa yang ada. Dalam menentukan keputusan untuk membeli biasanya konsumen dipengaruhi oleh beberapa faktor seperti harga. Menurut (Kotler & Armstrong, 2012) harga merupakan sejumlah nilai yang diberikan kepada konsumen untuk memperoleh kemanfaatan atas produk atau jasa. Menurut (S. M. A. Nasution, 2017) harga merupakan sejumlah uang yang ditetapkan oleh perusahaan sebagai imbalan atas barang atau jasa yang akan dipertukarkan dan sesuatu yang lain yang dimiliki oleh perusahaan untuk memuaskan keinginan pelanggan dan merupakan salah satu faktor penting dalam pengambilan keputusan pembelian. Produk atau jasa akan dilakukan penetapan harga untuk perusahaan memperoleh keuntungan atas nilai produk atau jasa. Diperlukannya kebijakan dalam penetapan harga, karena harga

akan mempengaruhi kenaikan dan penurunan daya beli pada konsumen. Secara historis, banyak industri jasa secara tradisional mendorong penetapan harga dari perspektif keuangan dan akuntansi, seringkali menggunakan metode penetapan harga biaya-plus. Rincian nilai harga suatu produk seringkali dibatasi oleh kebijakan pemerintah, dan beberapa masih dipraktikkan hingga saat ini. Namun, beberapa perusahaan jasa masa ini menikmati kebebasan dan fleksibilitas penetapan harga, berdasarkan nilai produk dan jasa yang ditawarkan dan daya saingnya dapat diartikan sebagai harga kompetitif berbasis nilai, perkembangan ini telah menyebabkan rincian harga yang kreatif dan sistem manajemen pendapatan modern. Diterima atau tidaknya suatu harga yang ditawarkan, pembeli atau pasar akan menentukan sebaliknya jika pasar menolak perusahaan harus meninjau harga tersebut (M. I. Nasution et al., 2017).

Pelanggan biasanya menghargai biaya produk dengan kualitas yang diiklankan. Semakin tinggi biaya yang ditawarkan oleh produsen, semakin banyak jenis produk yang dibutuhkan pelanggan. Pembeli dapat berasumsi semakin tinggi biayanya, semakin tinggi kualitasnya. Dengan semakin tinggi kualitasnya untuk itu pelanggan akan mempertimbangkan biaya suatu barang sebelum melakukan pembelian, sehingga biaya juga mempengaruhi siklus keputusan pembelian (Fahmi & Permana, 2021). Harga adalah ukuran dasar dari sistem ekonomi, karena mempengaruhi alokasi faktor-faktor produksi (Farisi & Siregar, 2020). Menurut (Lupiyoadi, 2013) faktor-faktor yang perlu dipertimbangkan dalam menetapkan harga produk dan jasa meliputi:

1. Elastisitas permintaan, ukuran perubahan kuantitas yang diminta dari suatu barang relatif terhadap perubahan harga barang tersebut.

2. Struktur biaya, berbagai jenis biaya yang dikeluarkan bisnis.
3. Persaingan, kompetisi yang dilakukan oleh berbagai pihak yang ditujukan untuk mendapatkan pangsa pasar yang signifikan.
4. Positioning jasa, penempatan suatu produk sesuai tingkat yang diinginkan dan sesuai dengan perhatian konsumen.
5. Tujuan-tujuan perusahaan, berupa pencapaian yang diinginkan perusahaan.
6. Siklus hidup jasa, berupa klasifikasi tahap pengembangan layanan jasa.
7. Sumber-sumber yang digunakan,
8. Kondisi ekonomi, kedudukan yang ditentukan oleh jenis aktifitas ekonomi dan kemampuan memenuhi kebutuhan.

Sejalan dengan itu dalam penetapan harga harus memerhatikan harga pesaing, penetapan harga yang tinggi diatas harga pesaing akan mempengaruhi kepuasan konsumen, konsumen akan beralih menggunakan layanan lain dengan harga yang lebih murah (S. M. A. Nasution & Nasution, 2021). Dalam penentuan harga perlu targetkan keuntungan, keuntungan yang dicapai harus dapat memenuhi biaya produksi maupun biaya pemasaran. Pada dasarnya penetapan harga sudah sesuai dengan pengharapan produsen. Harga mencerminkan kualitas produk yang menyertainya, mencerminkan prestis, dan sebagainya. Untuk itu menurut (Saida, 2020) penetapan harga memiliki tujuan-tujuan yaitu:

1. Mendapatkan posisi pasar, dengan dilakukannya penurunan harga untuk meningkatkan penjualan.
2. Mencapai kinerja keuangan, harga yang dipilih harus berpengaruh terhadap *profit* dan arus kas.

3. Penentuan posisi produk, harga dapat meningkatkan *brand image*, kemanfaatan dan *awareness* terhadap produk.
4. Merangsang permintaan, mendorong seseorang untuk melakukan pembelian ketika *market* sedang lesu.
5. Mempengaruhi persaingan, dengan meningkatnya *market share* pesaing yang ada dapat mempengaruhi calon pembeli.

Menurut (Kotler & Armstrong, 2012) ada empat indikator yang mencirikan harga yaitu:

1. Keterjangkauan harga, produk ada beberapa jenis dalam satu merek dengan harga yang berbeda, dan konsumen dapat menjangkau harga yang sudah ditetapkan.
2. Kesesuaian harga dengan kualitas, adanya harga yang berbeda dapat menjadi indikator penilaian seseorang terhadap kualitas, harga yang tinggi cenderung dianggap memiliki kualitas yang lebih baik.
3. Harga bersaing, mahal murahnya suatu barang dapat dijadikan suatu perbandingan oleh konsumen.
4. Kesesuaian harga dengan manfaat, konsumen mengambil keputusan pembelian suatu produk jika terdapat manfaat yang dirasakan atas pembelian tersebut. Kemanfaatan lebih besar atau lebih kecil menjadi pembanding kesesuaian harga.

### **2.1.5 Persepsi Risiko**

Suatu keputusan pembelian menuntut konsumen untuk kritis dalam mempertimbangkan risiko. Risiko sebagai ketidakpastian yang harus dihadapi konsumen jika mereka tidak mampu untuk memperkirakan konsekuensi atas

keputusan pembelian. Risiko dapat diartikan sebagai suatu keadaan yang memungkinkan terjadi potensi kerugian (Maralis & Triyono, 2019). Potensi kerugian terjadi karena ketidakmampuan untuk melihat kemungkinan yang terjadi dari keputusan pembelian yang dilakukan. Sektor jasa dicirikan oleh tingkat pengalaman dan kepercayaan yang lebih tinggi dengan karakteristik unik dari layanan dimana tinggi tingkat ketidakpastian bagi konsumen akan hadir (Muis et al., 2021). Oleh karena itu perlu atau tidaknya dampak negatif dari risiko yang dirasakan harus secara proaktif diolah dan dikurangi untuk meningkatkan pembelian.

Menurut (Maralis & Triyono, 2019) risiko memiliki ciri-ciri sebagai berikut:

1. Kondisi ketidakpastian akan terjadinya suatu peristiwa.
2. Kondisi ketidakpastian yang terjadi menimbulkan kerugian.

Jadi kondisi ketidakpastian timbul karena adanya tenggang waktu, informasi yang terbatas dan kemampuan yang terbatas.

Menurut (Hermawan & Sriyono, 2020) terdapat tiga jenis risiko ditinjau dari sifatnya yaitu:

1. Risiko murni, tidak adanya kesengajaan atas risiko yang timbul yang mengakibatkan kerugian.
2. Risiko spekulatif, risiko yang sengaja dibuat untuk mendatangkan keuntungan, contohnya perdagangan berjangka.
3. Risiko fundamental, risiko yang dituju kepada penderita, yang tidak dapat dilimpahkan karena jumlah yang sangat banyak.

Menurut (Masoud, 2013) untuk dapat mengukur risiko terdapat enam indikator sebagai berikut:

1. Risiko keamanan saldo, risiko finansial berhubungan dengan kerugian secara keuangan yang ditanggung konsumen didalam melakukan transaksi bisnis, risiko biasa lebih tinggi pada transaksi online.
2. Risiko produk, risiko produk berhubungan dengan rendahnya kualitas dari produk yang dibeli. Produk yang dibeli secara online memiliki risiko yang lebih tinggi karena konsumen tidak dapat melihat kualitas produk tersebut.
3. Risiko waktu, risiko waktu berhubungan dengan lamanya waktu dan waktu yang dipakai dalam mencari maupun menunggu produk atau saja yang dibeli.
4. Risiko pengiriman, risiko pengiriman berhubungan dengan keselamatan produk dan ketepatan alamat.
5. Risiko sosial, risiko sosial berhubungan dengan rendahnya penerimaan orang lain atas produk, dan cara yang digunakan dalam membeli produk.
6. Risiko keamanan data, risiko keamanan berhubungan dengan penyalahgunaan identitas konsumen.
7. Risiko keberhasilan transaksi, berhasil atau suksesnya sebuah sistem dalam menjalankan suatu perintah transaksi.

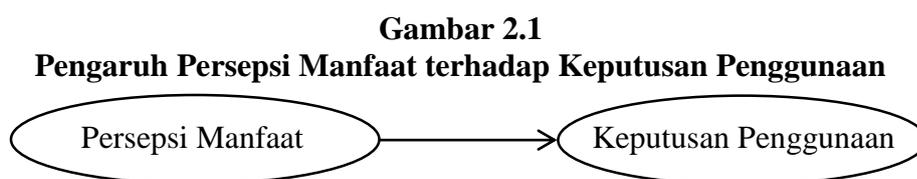
## **2.2 Kerangka Konseptual**

### **2.2.1 Pengaruh Persepsi Manfaat terhadap Keputusan Penggunaan**

Munculnya niat untuk menggunakan dipengaruhi oleh persepsi manfaat, dimana konsumen meyakini akan kemanfaatan suatu sistem dapat meningkatnya kinerja. Sehingga manfaat memiliki arti penting dari perkembangan sebuah teknologi untuk dapat menarik minat seseorang untuk berkontribusi memakai teknologi tertentu. Jika kemanfaatan suatu teknologi rendah maka keputusan penggunaan suatu teknologi akan rendah, dan sebaliknya jika kemanfaatan suatu

teknologi tinggi maka keputusan akan penggunaan suatu teknologi juga tinggi. Hal ini menunjukkan bahwa ketika suatu teknologi sudah digunakan secara berulang maka teknologi dapat dikatakan memberikan manfaat bagi konsumen, dan sikap positif akan muncul serta meyakini bahwa penggunaan teknologi dapat meningkatkan kinerja dan efektifitas kinerja (Fahmy & Azhari, 2020).

Hasil penelitian (Ambarwati, 2019), (Nurzanita & Marlana, 2020), (Husein et al., 2021), (Sulfina et al., 2022) menunjukkan bahwa persepsi manfaat berpengaruh terhadap keputusan penggunaan.



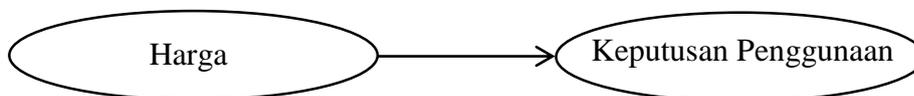
Sumber: diolah peneliti 2022

### 2.2.2 Pengaruh Harga terhadap Keputusan Penggunaan

Harga merupakan sejumlah nilai yang diberikan kepada konsumen untuk memperoleh kemanfaatan atas produk atau jasa. Dalam pengambilan keputusan pembelian harga menjadi salah satu faktor yang dipertimbangkan, konsumen akan tertarik dengan harga yang relatif murah yang sejalan dengan kualitas produk yang diharapkan (A. E. Nasution & Lesmana, 2018). Harga yang ditetapkan harus sebanding lurus dengan produk yang ditawarkan, jika harga/tarif terlalu tinggi dan tidak sesuai dengan produk maka pasar akan menjauh. Sebelum melakukan pembelian konsumen akan membandingkan harga yang ditawarkan satu merek dengan merek lain. Harga yang dianggap wajar akan mendorong konsumen untuk melakukan pembelian.

Hasil penelitian (Setyarko, 2016), (Arianto & Giovanni, 2020), (S. L. Nasution et al., 2020) menyatakan bahwa harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

**Gambar 2.2**  
**Pengaruh Harga terhadap Keputusan Penggunaan**



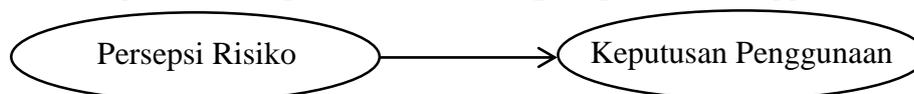
Sumber: diolah peneliti 2022

### **2.2.3 Pengaruh Persepsi Risiko terhadap Keputusan Penggunaan**

Disetiap pengambilan keputusan, risiko diyakini selalu menyertai, begitupun dengan keputusan pembelian. Persepsi risiko menjadi bagian yang mempengaruhi keputusan seseorang dalam menggunakan suatu produk. Persepsi risiko sebagai ketidakpastian yang harus dihadapi konsumen jika mereka tidak mampu untuk memperkirakan konsekuensi atas keputusan pembelian. Dapat didefinisikan risiko sebagai suatu keadaan yang memungkinkan terjadi potensi kerugian (Maralis & Triyono, 2019). Risiko menjadi salah satu faktor yang mempengaruhi keputusan penggunaan. Semakin kecil risiko yang dirasakan maka keputusan konsumen untuk menggunakan suatu produk menjadi lebih besar.

Hasil penelitian (Fahmy & Azhari, 2020), (Nurdin et al., 2020), (Umaningsih & Wardani, 2020) menyatakan bahwa persepsi risiko berpengaruh terhadap keputusan penggunaan.

**Gambar 2.3**  
**Pengaruh Persepsi Risiko terhadap Keputusan Penggunaan**



Sumber: diolah peneliti 2022

## **2.2.4 Pengaruh Persepsi Manfaat, Harga, dan Persepsi Risiko terhadap Keputusan Penggunaan**

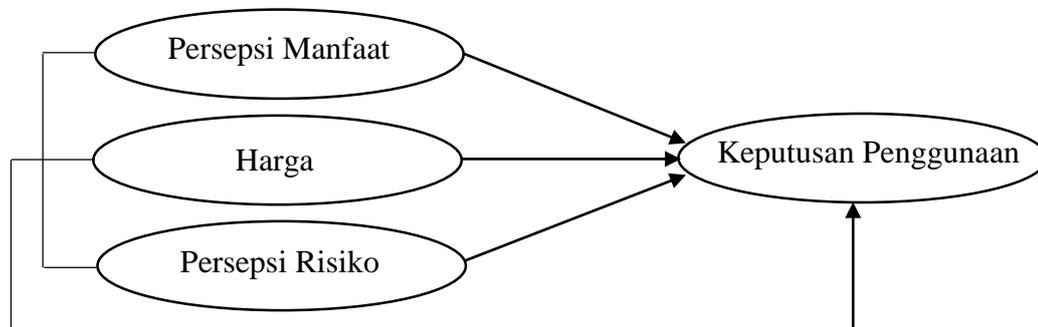
Manfaat produk akan meningkatkan minat penggunaan dalam menggunakan *e-wallet*. Semakin bermanfaat penggunaannya maka akan banyak konsumen yang tertarik. Munculnya niat seseorang dalam menggunakan teknologi dipengaruhi oleh persepsi manfaat, konsumen merasakan kebermanfaatan suatu teknologi yang dirasakan dapat meringankan pekerjaan, mempermudah pekerjaan, dan mengefisiensi waktu. Persepsi manfaat sangat dijadikan sebagai alat pertimbangan seseorang dalam menggunakan teknologi. Penggunaan teknologi akan mudah diterima jika persepsi manfaat sangat dirasakan oleh penggunanya (Nurzanita & Marlana, 2020).

Dalam penentuan harga perlu ditargetkan keuntungan, keuntungan yang dicapai harus dapat memenuhi biaya produksi maupun biaya pemasaran. Hal ini penting dilakukan oleh penyedia layanan *fintech*. Penetapan harga juga menjadi pertimbangan konsumen dalam menggunakan teknologi. Penilaian terhadap harga suatu produk untuk masing-masing individu berbeda dilatarbelakangi oleh lingkungan maupun kondisi individu itu sendiri (Setyarko, 2016).

Risiko berarti keyakinan seseorang tentang potensi konsekuensi kerugian dari keputusan yang diambil. Ketidakpastian konsekuensi mungkin dapat muncul dari penggunaan produk atau jasa. Hal tersebut mengartikan bahwa tingkat risiko yang dirasakan dan toleransi mereka dalam pengambilan risiko menjadi faktor yang mempengaruhi seseorang dalam menentukan keputusan (Rahmatika & Fajar, 2019). Untuk itu disetiap pengambilan keputusan konsumen akan melewati lima tahapan seperti pengenalan kebutuhan, pencarian informasi, penilaian alternatif,

keputusan membeli karena merek barang tertentu, dan kepuasan yang memperlihatkan untuk melakukan pembelian kembali (Idrus, 2019).

**Gambar 2.4**  
**Kerangka Konseptual Penelitian**



Sumber: diolah peneliti 2022

### 2.3 Hipotesis Penelitian

Hipotesis dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Persepsi manfaat berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan *financial technology* DANA pada mahasiswa fakultas ekonomi dan bisnis UMSU.
2. Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan *financial technology* DANA pada mahasiswa fakultas ekonomi dan bisnis UMSU.
3. Persepsi risiko berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan *financial technology* DANA pada mahasiswa fakultas ekonomi dan Bisnis UMSU.
4. Persepsi manfaat, harga, dan persepsi risiko secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan *financial technology* DANA pada mahasiswa fakultas ekonomi dan bisnis UMSU.

## BAB 3

### METODE PENELITIAN

#### 3.1 Pendekatan Penelitian

Pendekatan penelitian yang digunakan oleh peneliti adalah penelitian asosiatif, yaitu bertujuan untuk menghubungkan dua variabel atau lebih untuk melihat ada tidaknya pengaruh berdasarkan data secara sistematis. Persepsi manfaat sebagai variabel independen ( $X_1$ ), harga sebagai variabel independen ( $X_2$ ), persepsi risiko sebagai variabel independen ( $X_3$ ), dan keputusan penggunaan sebagai variabel dependen (Y).

#### 3.2 Definisi Operasional Variabel

Defenisi operasional dalam penelitian ini dapat dilihat pada tabel berikut:

**Tabel 3.1**  
**Defenisi Operasional**

Variabel	Defenisi	Indikator	Skala
<b>Keputusan Penggunaan (Y)</b>	Merupakan tindakan pelanggan untuk memilih layanan <i>financial technology</i> DANA dalam melakukan transaksi secara non-cash.	1. Kebutuhan 2. Pencarian informasi 3. Evaluasi 4. Keyakinan untuk menggunakan produk 5. Menjadi prioritas (Kotler et al., 2020)	Likert
<b>Persepsi Manfaat (<math>X_1</math>)</b>	Adalah sejauh mana seseorang percaya bahwa dalam menggunakan suatu teknologi tertentu seperti DANA akan meningkatkan kinerja pekerjaannya.	1. Mempermudah transaksi 2. Mempercepat transaksi 3. Memberikan keuntungan tambahan saat menyelesaikan transaksi 4. Meningkatkan efisiensi dalam melakukan transaksi (Yogananda & Dirgantara, 2017)	Likert
<b>Harga (<math>X_2</math>)</b>	Merupakan sejumlah nilai yang dibebankan atau dikeluarkan oleh pengguna atas penggunaan layanan <i>fintech</i> DANA	1. Keterjangkauan harga 2. Kesesuaian harga dengan kualitas 3. Harga bersaing 4. Kesesuaian harga dengan manfaat (Kotler & Armstrong, 2012)	Likert
<b>Persepsi Risiko (<math>X_3</math>)</b>	Merupakan ketidakpastian yang dihadapi pengguna ketika tidak mampu melihat kemungkinan yang akan terjadi dari keputusan mereka menggunakan <i>fintech</i> DANA	1. Keamanan saldo 2. Keamanan data 3. Keberhasilan transaksi (Masoud, 2013)	Likert

Sumber: diolah peneliti 2022



### 3.4 Teknik Pengambilan Sampel

#### 3.4.1 Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi atas obyek ataupun subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan (Sugiyono, 2016). Adapun dalam penelitian ini yang menjadi populasi adalah mahasiswa fakultas ekonomi dan bisnis UMSU. Berdasarkan data yang bersumber dari biro akademik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara, terdapat sebanyak 3.747 mahasiswa yang merupakan mahasiswa aktif di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara per tahun 2022.

**Tabel 3.3 Data Mahasiswa FEB UMSU Per tahun 2022**

No.	Jurusan	Jumlah Mahasiswa	Persentase %
1	Manajemen	2.313	61,73%
2	Akuntansi	1.192	31,81%
3	Ekonomi dan Pembangunan	182	4,86%
4	Manajemen Perpajakan	60	1,60%
<b>Jumlah</b>		<b>3.747</b>	<b>100%</b>

Sumber: Biro Akademik UMSU, 2022

#### 3.4.2 Sampel

Sampel adalah sebagian atau wakil populasi yang diteliti. Bila populasi besar, dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada menggunakan sampel yang diambil dari populasi itu. Apa yang dipelajari dari sampel, kesimpulan akan dapat diberlakukan untuk populasi. Untuk sampel yang diambil dari populasi harus betul-betul mewakili (Sugiyono, 2016). Untuk mempersempit capaian jumlah sampel dengan menggunakan rumus Slovin menurut (Sugiyono, 2011).

Rumus Slovin untuk menentukan sampel adalah sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1 + N(e)^2}$$

(Sugiyono, 2011)

**Keterangan:**

$n$  = Ukuran sampel/jumlah responden

$N$  = Ukuran Populasi

$e$  = Persentase kelonggaran ketelitian kesalahan pengambilan sampel yang masih dapat di tolerir,  $e=0,1$ .

Dalam rumus Slovin terdapat ketentuan-ketentuan sebagai berikut:

1. Nilai  $e=0,1$  (10%) untuk populasi dalam jumlah besar
2. Nilai  $e=0,2$  (20%) untuk populasi dalam jumlah kecil

Rentang sampel diambil dalam teknik Slovin ini yaitu antara 10-20 persen dari jumlah populasi. Namun dalam penelitian ini penulis menggunakan *margin error* sebesar 0,1 (10%), sebab pada asumsi yang berkembang pada rumpun ilmu sosial yang tidak sekaku ilmu eksakta. Jumlah populasi dalam penelitian ini adalah sebanyak 3.747 orang, sehingga persentase kelonggaran yang digunakan adalah 10%. Maka untuk mengetahui sampel penelitian, yaitu dengan perhitungan sebagai berikut:

$$n = \frac{3.747}{1 + 3.747 (0,1)^2}$$

$$n = \frac{3.747}{38,47}$$

$$n = 97,40$$

$moe$  = *margin of error* atau tingkat kesalahan, dalam penelitian ini ditetapkan sebesar 10%.

Atas dasar perhitungan di atas, maka sampel yang digunakan dalam penelitian ini berjumlah sebanyak 97 responden. Agar penelitian ini menjadi lebih fit, maka peneliti memutuskan mengambil sampel menjadi 100 responden dengan ketentuan jumlah sampel tidak kurang dari minimal sampel yang telah ditentukan.

### 3.5 Teknik Pengumpulan Data

Teknik Pengumpulan data merupakan cara untuk mengumpulkan data yang relevan bagi penelitian adapun teknik pengumpulan data dalam penelitian ini adalah:

#### 3.5.1 Angket (kuesioner)

Angket adalah pertanyaan ataupun pernyataan yang disusun peneliti untuk mengetahui pendapat atau persepsi responden tentang suatu variabel yang diteliti. Lembar angket diberikan kepada pengguna DANA pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis UMSU secara offline ataupun online. Dengan menggunakan skala *likert* dalam bentuk *checklist*, dimana setiap pertanyaan mempunyai lima opsi sebagaimana terlihat pada table berikut:

**Tabel 3.4**  
**Skala Likert**

Pernyataan	Bobot
Sangat Setuju (SS)	5
Setuju (S)	4
Kurang Setuju (KS)	3
Tidak Setuju (TS)	2
Sangat Tidak Setuju (STS)	1

Selanjutnya angket atau kuesioner yang sudah diterima diuji dengan menggunakan validitas dan reliabilitas pernyataan sebagai berikut:

### a. Uji validitas

Uji validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat-tingkat kevalidan instrument. Uji validitas ini dilakukan dengan tujuan menganalisis apakah instrument yang disusun memang benar-benar tepat dan rasional untuk mengukur variabel penelitian. Suatu instrument yang valid atau sah mempunyai validitas tinggi. Sebaliknya, instrument yang kurang valid berarti memiliki validitas rendah. Jika nilai  $r_{hitung} > r_{tabel}$  dan bernilai positif maka pernyataan tersebut dikatakan valid (Ghozali, 2016).

Untuk mengukur validitas setiap butir pertanyaan, maka digunakan teknik korelasi *product moment*, yaitu

$$r = \frac{n \sum x_i y_i - (\sum x_i)(\sum y_i)}{\sqrt{\{n \sum x_i^2 - (\sum x_i)^2\} \{n \sum y_i^2 - (\sum y_i)^2\}}}$$

(Sugiyono, 2016)

Dimana:

$n$  = banyaknya pasangan pengamat

$\sum x_i$  = jumlah pengamatan variabel X

$\sum y_i$  = jumlah pengamatan variabel Y

$(\sum x_i)^2$  = kuadrat jumlah pengamatan variabel X

$(\sum y_i)^2$  = kuadrat jumlah pengamatan variabel Y

$\sum x_i y_i$  = jumlah hasil kali variabel X dan Y

Ada beberapa kriteria pengujian validitas instrumen diantaranya sebagai berikut:

1. Jika  $r_{hitung} > r_{tabel}$ , maka hasilnya valid
2. Jika  $r_{hitung} < r_{tabel}$ , maka hasilnya tidak valid

Adapun uji validitas penelitian dapat dilihat melalui tabel berikut dibawah ini:

**Tabel 3.5**  
**Hasil Uji Validitas Persepsi Manfaat (X<sub>1</sub>)**

No Item	r <sub>hitung</sub>	r <sub>tabel</sub>	Keterangan
1	0,838	0,4438	Valid
2	0,887	0,4438	Valid
3	0,655	0,4438	Valid
4	0,819	0,4438	Valid
5	0,843	0,4438	Valid
6	0,579	0,4438	Valid
7	0,454	0,4438	Valid
8	0,812	0,4438	Valid

Sumber: Hasil pengolahan SPSS, 2022

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat bahwa keseluruhan butir item X<sub>1</sub> dinyatakan valid, karena nilai  $r_{hitung} > r_{tabel}$ , sehingga keseluruhan butir item dapat dimasukan pada butir kuesioner.

**Tabel 3.6**  
**Hasil Uji Validitas Harga (X<sub>2</sub>)**

No Item	r <sub>hitung</sub>	r <sub>tabel</sub>	Keterangan
1	0,613	0,4438	Valid
2	0,581	0,4438	Valid
3	0,530	0,4438	Valid
4	0,681	0,4438	Valid
5	0,633	0,4438	Valid
6	0,574	0,4438	Valid
7	0,602	0,4438	Valid
8	0,514	0,4438	Valid

Sumber: Hasil pengolahan SPSS, 2022

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat bahwa keseluruhan butir item X<sub>2</sub> dinyatakan valid, karena nilai  $r_{hitung} > r_{tabel}$ , sehingga keseluruhan butir item dapat dimasukan pada butir kuesioner.

**Tabel 3.7**  
**Hasil Uji Validitas Persepsi Risiko (X<sub>3</sub>)**

No Item	r <sub>hitung</sub>	r <sub>tabel</sub>	Keterangan
1	0,853	0,4438	Valid
2	0,931	0,4438	Valid
3	0,933	0,4438	Valid
4	0,795	0,4438	Valid
5	0,503	0,4438	Valid
6	0,776	0,4438	Valid

Sumber: Hasil pengolahan SPSS, 2022

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat bahwa keseluruhan butir item X<sub>3</sub> dinyatakan valid, karena nilai  $r_{hitung} > r_{tabel}$ , sehingga keseluruhan butir item dapat dimasukan pada butir kuesioner.

**Tabel 3.8**  
**Hasil Uji Validitas Keputusan Penggunaan (Y)**

No Item	r <sub>hitung</sub>	r <sub>tabel</sub>	Keterangan
1	0,852	0,4438	Valid
2	0,777	0,4438	Valid
3	0,910	0,4438	Valid
4	0,811	0,4438	Valid
5	0,797	0,4438	Valid
6	0,762	0,4438	Valid
7	0,570	0,4438	Valid
8	0,650	0,4438	Valid
9	0,791	0,4438	Valid
10	0,583	0,4438	Valid

Sumber: Hasil pengolahan SPSS, 2022

Berdasarkan data pengolahan data di atas, diperoleh nilai r tabel dengan nilai signifikansi 5% sehingga  $df=n-2$ ,  $df=20-2= 18$ , maka r tabel sebesar 0,4438. Selanjutnya berdasarkan tabel diatas dapat dilihat nilai  $r_{hitung} > r_{tabel}$  sehingga dapat disimpulkan bahwa semua butir item X<sub>1</sub>, X<sub>2</sub>, X<sub>3</sub> dan Y dinyatakan *valid*.

## b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas suatu pengukuran menunjukkan sejauh mana pengukuran tersebut tanpa bias dan karena itu menjamin pengukuran yang konsisten lintas waktu dan lintas beragam item dalam instrumen. Tujuan pengujian reliabilitas untuk menilai apakah instrument penelitian merupakan instrument yang handal dan dapat dipercaya. Jika variabel penelitian menggunakan instrument yang handal dan dapat dipercaya maka hasil penelitian juga dapat memiliki tingkat kepercayaan yang tinggi. Uji reliabilitas dilakukan setelah uji validitas atas pernyataan yang telah valid. Pengujian reliabilitas dapat menggunakan teknik *Cronbach's Alpha*, dengan rumus:

$$r = \left| \frac{K}{(K - 1)} \right| \left[ 1 - \frac{\sum \sigma_b^2}{\sigma_1^2} \right]$$

(Juliandi et al., 2014)

Dimana:

r = reliabilitas instrumen

k = banyaknya butir pernyataan

$\sum \sigma_b^2$  = jumlah varians butir

$\sigma_1^2$  = varians total

Untuk pengujian reliabilitas peneliti menggunakan SPSS dengan rumus scale. Reliabilitas analisis dengan menggunakan bukti skor pernyataan dan total pada setiap variabel. Adapun kriteria pengujian menurut Nunnally dalam (Ghozali, 2016) adalah sebagai berikut:

- 1) Jika nilai *Cronbach Alpha* > 0,6 maka instrument memiliki reliabilitas yang baik.

- 2) Jika nilai *Cronbach Alpha* < 0,6 maka instrument memiliki reliabilitas yang kurang baik.

Adapun pengujian instrument reliabilitas dari butir item penelitian dapat dilihat melalui tabel berikut dibawah ini:

**Tabel 3.9**  
**Output Reliabilitas Instrument**

No. Item	Variabel	<i>Cronbach Alpha</i>	$r_{\text{tabel}}$	Keterangan
1	Persepsi Manfaat ( $X_1$ )	0,859	0,4438	Reliabel
2	Harga ( $X_2$ )	0,732	0,4438	Reliabel
3	Persepsi Risiko ( $X_3$ )	0,881	0,4438	Reliabel
4	Keputusan Penggunaan (Y)	0,870	0,4438	Reliabel

Sumber: Hasil pengolahan SPSS, 2022

Berdasarkan tabel uji reliabilitas diatas dapat disimpulkan bahwa setiap butir instrument variabel > dari nilai  $r_{\text{tabel}}$  dan > dari 0,6 maka *instrument* dinyatakan Reliabel atau layak memasuki tahap analisis data.

### 3.6 Teknik Analisis Data

Metode pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan dengan analisis statistik deskriptif. Metode analisis deskriptif merupakan metode analisis data dimana penelitian mengumpulkan, mengklasifikasikan, dan menyajikan data sehingga dapat memberikan gambaran umum yang jelas mengenai objek yang diteliti. Data yang diperoleh dari data primer berupa kuesioner yang telah diisi oleh responden (Sugiyono, 2016).

#### 3.6.1 Regresi Linear Berganda

Metode analisis regresi linear berganda yang digunakan oleh peneliti adalah untuk mengetahui berapa besar pengaruh variabel bebas (persepsi manfaat, harga, dan persepsi risiko) dan variabel terikat adalah keputusan penggunaan. Untuk memperoleh hasil yang lebih terarah, peneliti menggunakan bantuan SPSS

(*Statistical Package for the Social Science*). Menurut (Sugiyono, 2016) model analisis data dengan menggunakan analisis regresi linier berganda dengan rumus:

$$Y = \beta + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + e$$

(Sugiyono, 2016)

Keterangan:

Y = Keputusan Penggunaan

$\beta$  = konstanta

$\beta_1 \beta_2 \beta_3$  = koefisien regresi

X<sub>1</sub> = Persepsi Manfaat

X<sub>2</sub> = Harga

X<sub>3</sub> = Persepsi Risiko

e = Standar error

### 3.6.2 Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik dilakukan untuk mengetahui apakah model estimasi yang telah memenuhi kriteria ekonometrika, dalam arti tidak terjadi penyimpangan yang cukup serius dari asumsi yang harus dipenuhi dalam metode *ordinary least square* (OLS) adapun uji asumsi klasik dalam penelitian ini dapat dikemukakan sebagai berikut:

#### 3.6.2.1 Uji Normalitas Data

Pengujian normalitas data dilakukan untuk melihat apakah dalam model regresi variabel dependen dan independen memiliki normal atau tidak, untuk menentukan normal atau tidaknya data maka dilihat pada nilai probabilitasnya. Data adalah normal, jika nilai *kolmogorov smirnov* adalah tidak signifikan (Asymp.sig (2-tailed) >  $\alpha$  0,5).

### 3.6.2.2 Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji pada model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen) (Ghozali, 2016). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi antar variabel independen. Dalam penelitian ini, multikolinearitas dapat dilihat dari nilai *tolerance* dan *Variance Inflation Factor* (VIF). Jika nilai *tolerance* adalah  $< 0,1$  dan nilai VIF  $> 10$  maka terjadi masalah multikolinearitas, artinya model regresi tersebut tidak baik. Jika nilai *tolerance*  $> 0,1$  dan nilai VIF  $< 10$  maka tidak terjadi masalah multikolinearitas, artinya model regresi tersebut baik.

### 3.6.2.3 Uji Heteroskedastisitas

Uji ini memiliki tujuan untuk mengetahui apakah model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual suatu pengamatan ke pengamatan lain. Jika *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut homoskedastisitas dan jika berbeda disebut heteroskedastisitas. Dapat dilakukan dengan melihat grafik plot dan uji statistik.

## 3.6.3 Pengujian Hipotesis

Pengujian hipotesis merupakan metode pengambilan keputusan yang didasarkan dari analisis data baik percobaan dengan teknologi maupun obserpasi.

### 3.6.3.1 Uji Parsial (Uji-t)

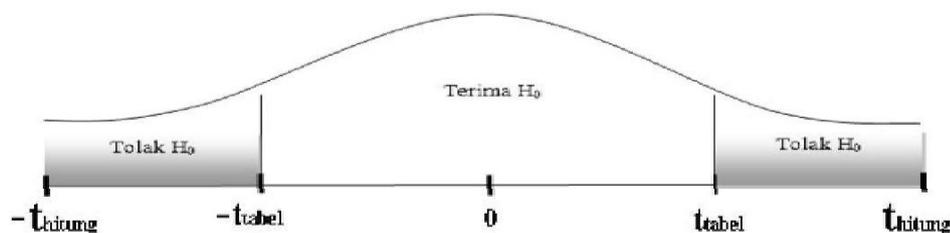
Uji statistik t adalah uji yang menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel independen secara individual dalam menerangkan variasi dependen. Model hipotesis yang digunakan dalam uji-t ini adalah:

$H_0: \beta_i \leq 0$ , artinya secara parsial variabel bebas yaitu persepsi manfaat, harga, dan persepsi risiko berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap variabel terikat (Y) yaitu keputusan penggunaan.

$H_a: \beta_i \geq 0$ , artinya secara parsial variabel bebas yaitu persepsi manfaat, harga, dan persepsi risiko berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel terikat (Y) yaitu keputusan penggunaan.

Kriteria penerimaan atau penolakan  $H_0$  yaitu sebagai berikut:

**Gambar 3.1**  
**Kriteria Pengujian Hipotesis Uji t**



Keterangan :

- 1) Bila  $t_{hitung} < t_{tabel}$ , maka  $H_0$  = diterima, sehingga tidak ada pengaruh signifikan antara variabel bebas dan terikat
- 2) Bila  $t_{hitung} > t_{tabel}$ , maka  $H_0$  = ditolak, sehingga ada pengaruh signifikan antara variabel bebas dan terikat.

### 3.6.3.2 Uji Simultan (Uji-F)

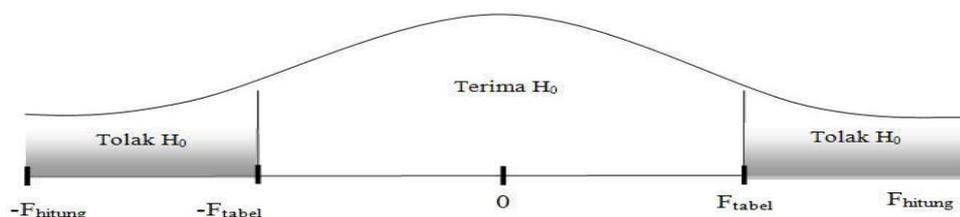
Dalam penelitian ini uji F digunakan untuk mengetahui tingkat signifikansi pengaruh variabel-variabel independen secara serempak terhadap variabel dependen. Dalam penelitian ini hipotesis yang digunakan adalah:

$H_0: \beta_1 = \beta_2 = \beta_3 = \beta_4 = 0$ , artinya persepsi manfaat, harga, dan persepsi risiko secara serempak tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan penggunaan.

$H_a$  : minimal satu  $\beta_i \neq 0$ , artinya persepsi manfaat, harga, dan persepsi risiko secara serempak berpengaruh signifikan terhadap keputusan penggunaan.

Berikut kriteria pengambilan keputusannya adalah:

**Gambar 3.2**  
**Kriteria Pengujian Hipotesis Uji F**



1)  $H_0$  diterima jika  $F_{hitung} \leq F_{tabel}$  pada  $\alpha = 5\%$  atau  $\text{sig.F} \geq \alpha (0,05)$

2)  $H_0$  diterima jika  $F_{hitung} > F_{tabel}$  pada  $\alpha = 5\%$  atau  $\text{sig.F} < \alpha (0,05)$

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

Koefisien determinasi ( $R^2$ ) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu. Nilai  $R^2$  yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variabel-variabel dependen amat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen (Ghozali, 2016).

Menurut (Juliandi et al., 2014) menyatakan untuk mengetahui seberapa besar persentase yang dapat dijelaskan variabel bebas terhadap variabel berikut:

$$D = R^2 \times 100\%$$

(Juliandi et al., 2014)

Keterangan:

D = determinasi

$R^2$  = nilai korelasi berganda

100% = persentase kontribusi

## BAB 4

### HASIL DAN PEMBAHASAN

#### 4.1 Hasil Penelitian

##### 4.1.1 Deskripsi Data Penelitian

Dalam penelitian ini, penulis melakukan pengolahan data dalam bentuk angket yang terdiri dari 8 pernyataan untuk variabel  $X_1$ , 8 pernyataan untuk variabel  $X_2$ , 6 pernyataan untuk variabel  $X_3$  dan 10 pernyataan untuk variabel  $Y$ , dimana yang menjadi variabel  $X_1$  adalah Persepsi Manfaat, variabel  $X_2$  adalah Harga, variabel  $X_3$  adalah Persepsi Risiko dan yang menjadi variabel  $Y$  adalah Keputusan Penggunaan. Angket yang disebarakan ini diberikan kepada mahasiswa/I Fakultas Ekonomi dan Bisnis UMSU sebanyak 100 orang.

Untuk mengetahui identitas responden beserta deskripsi jawaban responden untuk memudahkan peneliti dalam merangkum jawaban responden sehingga mendapatkan hasil yang maksimal.

**Tabel 4.1**  
**Deskripsi Jawaban Responden**

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Jenis Kelamin	100	1	2	1.39	.490
Program Studi	100	2	3	2.14	.349
Masa Kuliah	100	1	4	1.85	.821
Kuantitas Penggunaan Aplikasi Dana	100	1	4	3.16	.982
X1.1	100	1	5	3.24	1.199
X1.2	100	1	5	3.18	1.184
X1.3	100	1	5	3.10	1.168
X1.4	100	2	5	3.97	.577
X1.5	100	2	5	4.00	.620
X1.6	100	1	5	3.81	1.061
X1.7	100	2	5	3.87	.661
X1.8	100	1	5	3.61	1.072
X2.1	100	2	5	3.86	.910
X2.2	100	2	5	4.02	.635
X2.3	100	1	5	3.10	1.168
X2.4	100	2	5	3.96	.602
X2.5	100	2	5	3.99	.643

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
X2.6	100	1	5	3.76	1.138
X2.7	100	2	5	3.84	.707
X2.8	100	2	5	3.93	.607
X3.1	100	2	5	3.99	.643
X3.2	100	2	5	3.38	.885
X3.3	100	2	5	4.00	.550
X3.4	100	2	5	4.04	.602
X3.5	100	2	5	3.96	.803
X3.6	100	2	5	3.92	.614
Y.1	100	1	5	3.24	1.199
Y.2	100	1	5	3.15	1.201
Y.3	100	1	5	3.10	1.168
Y.4	100	2	5	3.96	.602
Y.5	100	2	5	3.99	.643
Y.6	100	1	5	3.76	1.138
Y.7	100	2	5	3.84	.707
Y.8	100	1	5	3.39	1.197
Y.9	100	1	5	3.51	.980
Y.10	100	1	5	3.57	1.066
Valid N (listwise)	100				

Sumber: Hasil pengolahan SPSS, 2022

Adapun interpretasi terkait tabel diatas untuk deskripsi jawaban responden adalah sebagai berikut:

1. Jenis kelamin responden pada penelitian ini didominasi oleh responden berjenis kelamin laki-laki yang berkuliah di program studi manajemen serta sedang berada didalam masa kuliah dengan rentang 2 tahun. Rata-rata responden sudah pernah menggunakan aplikasi DANA diatas 10 kali penggunaan.
2. Untuk variable Persepsi Manfaat (X1) didominasi dengan jawaban setuju, dari total 8 pernyataan ditemukan 5 item pertanyaan dengan nilai rata-rata jawaban menyatakan setuju dan 3 item pernyataan dengan nilai rata-rata jawaban kurang setuju.
3. Hasil deskripsi variable Harga (X2) didominasi dengan jawaban setuju, dari total 8 pernyataan ditemukan 7 item pertanyaan dengan nilai rata-rata

jawaban menyatakan setuju dan 1 item pernyataan dengan nilai rata-rata jawaban kurang setuju.

4. Selanjutnya hasil deskripsi variable Persepsi Risiko (X3) dari total 6 item pernyataan, keseluruhan item memiliki nilai rata-rata jawaban setuju.
5. Sedangkan hasil deskripsi variable Keputusan Penggunaan (Y) didominasi dengan jawaban setuju, dari total 10 pernyataan ditemukan 6 item pertanyaan dengan nilai rata-rata jawaban menyatakan setuju dan 4 item pernyataan dengan nilai rata-rata jawaban kurang setuju.

## 4.1.2 Pengolahan Data

### 4.1.2.1 Regresi Linear Berganda

Analisis regresi disusun untuk melihat hubungan yang terbangun antara variabel penelitian, apakah hubungan yang terbangun positif atau hubungan negatif.

Berdasarkan hasil pengolahan data yang telah dilakukan, maka dapat diketahui bahwa model hubungan dari analisis regresi linear berganda dapat dilihat melalui tabel berikut ini:

**Tabel 4.2**  
**Uji Regresi Linear Berganda**  
**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-3.115	2.033		-1.532	.129
	Persepsi Manfaat	.930	.071	.720	13.151	.000
	Harga	-.062	.110	-.034	-.563	.575
	Persepsi Risiko	.591	.112	.311	5.289	.000

a. Dependent Variable: Keputusan Penggunaan

Sumber: Hasil pengolahan SPSS, 2022

Berdasarkan pada tabel di atas maka dapat disusun model persamaan regresinya adalah sebagai berikut:

$$Y = -3,115 + 0,930 X_1 - 0,062 X_2 + 0,591 X_3$$

Dari persamaan di atas dapat diambil kesimpulan yaitu:

- 1) Nilai koefisien sebesar -3,115 menunjukkan bahwa jika variabel independent yaitu variabel Persepsi Manfaat ( $X_1$ ), Variabel Harga ( $X_2$ ) dan Persepsi Risiko ( $X_3$ ) bernilai negative.
- 2) Nilai koefisien regresi  $X_1$  sebesar 0,930 menunjukkan apabila Persepsi Manfaat ditingkatkan 100% maka akan mengakibatkan meningkatnya keputusan penggunaan aplikasi DANA sebesar 0,930 oleh mahasiswa/I Fakultas Ekonomi dan Bisnis UMSU.
- 3) Nilai koefisien regresi  $X_2$  sebesar -0,062 menunjukkan apabila Harga ditingkatkan 100% maka akan mengakibatkan menurunnya keputusan penggunaan aplikasi DANA sebesar 0,062 oleh mahasiswa/I Fakultas Ekonomi dan Bisnis UMSU.
- 4) Nilai koefisien regresi  $X_3$  sebesar 0,591 menunjukkan apabila Persepsi Risiko ditingkatkan 100% maka akan mengakibatkan meningkatnya keputusan penggunaan aplikasi DANA sebesar 0,591 oleh mahasiswa/I Fakultas Ekonomi dan Bisnis UMSU.

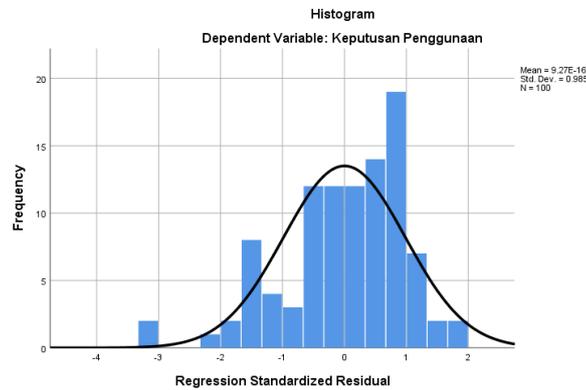
#### **4.1.2.2 Uji Asumsi Klasik**

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

Uji normalitas data adalah bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Pengujian

normalitas data dalam penelitian ini dilakukan dengan cara melihat grafik histogram dan gambar normal P-Plot.

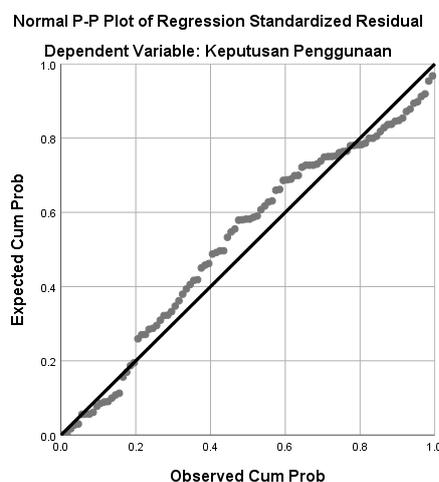
**Gambar 4.1**  
**Histogram untuk Menguji Normalitas**



Sumber: Hasil pengolahan SPSS, 2022

Normalitas dapat dideteksi dengan melihat penyebaran data (titik) pada sumbu diagonal dari grafik atau dengan melihat histogram dari residualnya. Berdasarkan gambar diatas dapat dilihat data menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti garis diagonal atau grafik histogramnya menunjukkan pola distribusi normal (menyerupai lonceng), sehingga dapat dikatakan regresi memenuhi asumsi normalitas.

**Gambar 4.2**  
**Regresi Normalitas**



Sumber: Hasil Pengolahan SPSS, 2022

Pada Grafik normal P-Plot di atas terlihat bahwa titik-titik meyebar dan berada di sekitar garis diagonal dan searah garis diagonal, dengan demikian dapat disimpulkan bahwa variabel Keputusan Penggunaan dapat dikatakan normal.

### b. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinieritas diperlukan dalam suatu penelitian yang memiliki variabel independen lebih dari satu. Hal ini untuk mengetahui apakah didalam suatu model regresi ditemukan adanya hubungan atau korelasi antar variabel independen. Jika nilai *variance inflation factor* (VIF) tidak lebih dari 10 dan nilai *tolerance* tidak kurang dari 0,1 maka model dapat dikatakan terbebas dari multikolinearitas.

**Tabel 4.3**  
**Multikolonieritas**  
**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	(Constant)		
	Persepsi Manfaat	.445	2.248
	Harga	.359	2.784
	Persepsi Risiko	.385	2.600

a. Dependent Variable: Keputusan Penggunaan

Sumber: Hasil pengolahan SPSS, 2022

Variabel Persepsi Manfaat memiliki nilai VIF sebesar 2,248 dengan nilai *tolerance* sebesar 0,445, kemudian Harga memiliki nilai VIF sebesar 2,784 dengan nilai *tolerance* sebesar 0,359 dan Persepsi Risiko memiliki nilai VIF sebesar 2,600 dengan nilai *tolerance* sebesar 0,385 artinya ketiga variabel terbebas dari multikolinearitas (karena VIF <10 dan nilai *tolerance* >0,1).

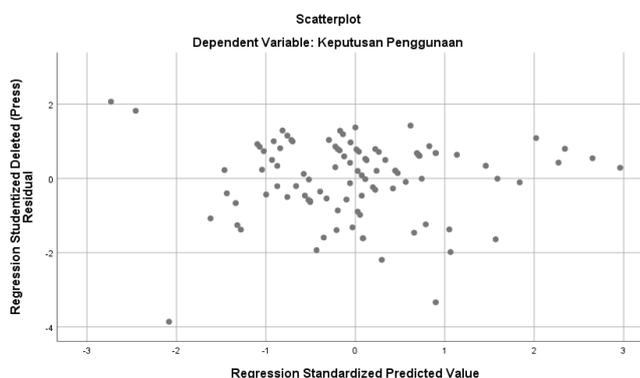
### c. Uji Heteroskedastisitas

Menguji terjadinya perbedaan *variance residual* suatu priode pengamatan kepriode pengamatan yang lain, atau gambaran hubungan antara nilai yang

diprediksikan dengan *studentized deleted residual* nilai tersebut. Jika variasi residual dari suatu pengamatan lain tetap, maka disebut homokedastisitas, dan jika varians berbeda disebut heterokedastisitas. Model yang baik adalah tidak terjadi heterokedastisitas.

Cara memprediksi ada tidaknya heterokedastisitas pada suatu model dapat dilihat dari pola gambar *scatterplot*. Jika pola tertentu, seperti titik-titik (poin-poin) yang ada membentuk suatu pola tertentu yang teratur, maka terjadi heterokedastisitas. Jika tidak ada pola yang jelas, serta titik-titik menyebar dibawah dan di atas angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heterokedastisitas

**Gambar 4.3**  
**Residuals Statistics Keputusan Penggunaan**



Sumber: Hasil pengolahan SPSS, 2022

Berdasarkan gambar residual diatas dapat dilihat bahwa tidak ada pola yang jelas, serta titik-titik menyebar di atas dan bawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heterokedasitas.

#### 4.1.2.3 Uji Parsial (Uji-t)

Uji t digunakan untuk menguji pengaruh secara parsial, bagaimana pengaruh masing-masing variabel independen (Persepsi Manfaat, Harga dan Persepsi Risiko) terhadap variabel dependen (Keputusan Penggunaan). Analisis

regresi linier sederhana digunakan untuk mengetahui pengaruh antara satu variabel independent dengan satu variabel dependen yang ditampilkan dalam bentuk persamaan regresi. Pengujian ini menggunakan kriteria:

1. Jika  $t_{hitung} > t_{tabel}$ , maka  $H_a$  diterima dan  $H_0$  ditolak atau variabel bebas memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel terikat.
2. Dan jika  $t_{hitung} < t_{tabel}$ , maka  $H_a$  ditolak dan  $H_0$  diterima, atau variabel bebas tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel terikat.

**Tabel 4.4**  
**Hasil uji t**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-3.115	2.033		-1.532	.129
	Persepsi Manfaat	.930	.071	.720	13.151	.000
	Harga	-.062	.110	-.034	-.563	.575
	Persepsi Risiko	.591	.112	.311	5.289	.000
a. Dependent Variable: Keputusan Penggunaan						

Sumber: Hasil pengolahan SPSS, 2022

Dalam uji t ini dilakukan pada derajat kebebasan  $(n-k-1)$ , dimana  $n$  adalah jumlah responden dan  $k$  adalah jumlah variabel, mana  $100-4-1=95$ . Untuk tingkat keyakinan yang digunakan adalah 95% atau  $\alpha = 5\%$ .

Dari data di atas dan pengolahan SPSS dapat diketahui:

$$t_{hitung} X1 = 13,151$$

$$t_{hitung} X2 = -0,563$$

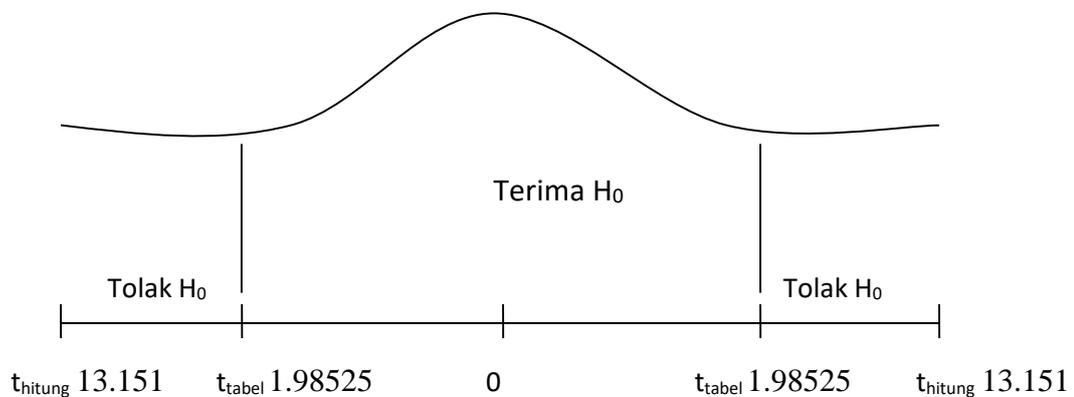
$$t_{hitung} X3 = 5,289$$

$$t_{tabel} = 1,98525$$

Berdasarkan hasil pengujian secara parsial pengaruh antara Persepsi Manfaat terhadap Keputusan Penggunaan diperoleh nilai  $t_{hitung}$  13,151 >  $t_{tabel}$  1,98525 dan nilai sig. 0,000 < 0,05 jadi dapat disimpulkan hipotesa  $H_a$  diterima dan  $H_0$  ditolak artinya variabel Persepsi Manfaat berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Penggunaan.

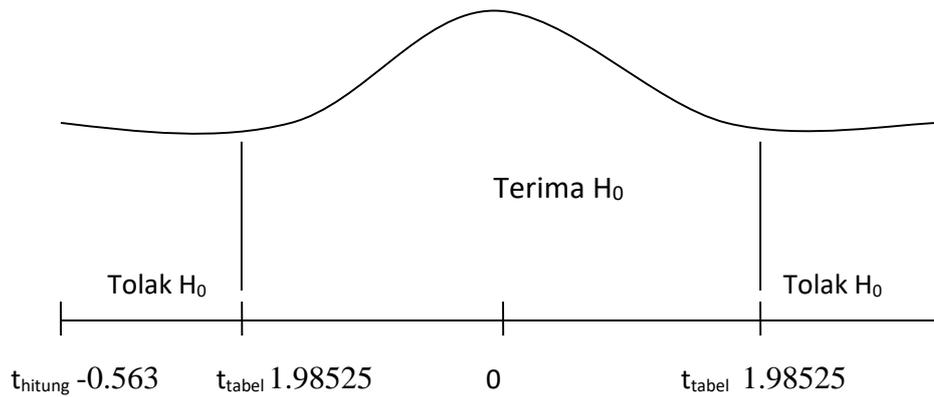
Persepsi Manfaat memiliki hubungan yang searah dengan Keputusan Penggunaan.

**Gambar 4.4**  
**Kriteria Pengujian Hipotesis Uji t Pengaruh Persepsi Manfaat terhadap Keputusan Penggunaan**



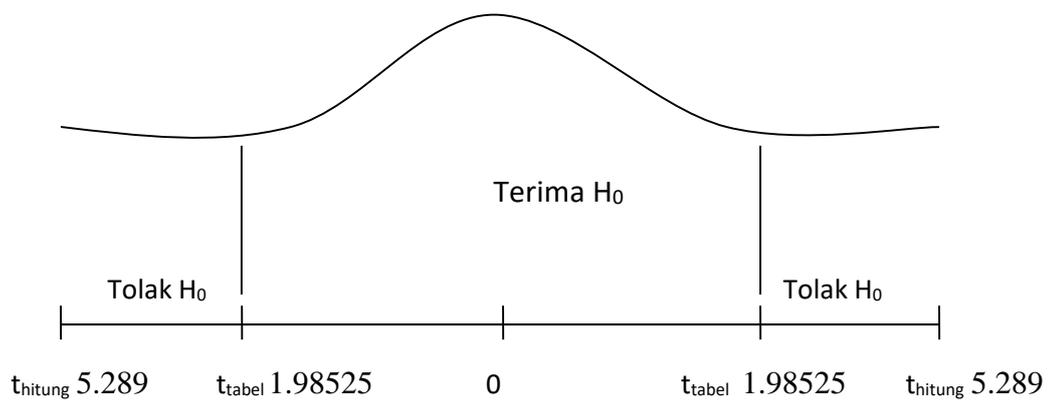
Kemudian variabel Harga kerja memiliki nilai  $t_{hitung}$  -0,563 <  $t_{tabel}$  1,98525 dan nilai sig. 0,575 > 0,05 sehingga dapat disimpulkan hipotesa  $H_a$  ditolak dan  $H_0$  diterima artinya variabel Harga tidak berpengaruh terhadap Keputusan Penggunaan.

**Gambar 4.5**  
**Kriteria Pengujian Hipotesis Uji t Pengaruh Harga**  
**terhadap Keputusan Penggunaan**



Selanjutnya pengujian secara parsial pengaruh antara Persepsi Risiko terhadap Keputusan Penggunaan diperoleh nilai  $t_{hitung} 5,289 > t_{tabel} 1,98525$  dan nilai sig.  $0,000 < 0,05$  jadi dapat disimpulkan hipotesa  $H_a$  diterima dan  $H_0$  ditolak artinya variabel Persepsi Risiko berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Penggunaan.

**Gambar 4.6**  
**Kriteria Pengujian Hipotesis Uji t Pengaruh Persepsi Risiko**  
**terhadap Keputusan Penggunaan**



#### 4.1.2.4 Uji Simultan (Uji-F)

Uji simultan bertujuan untuk mengetahui apakah variabel-variabel independent (variabel Persepsi Manfaat, Harga dan Persepsi Risiko) memiliki pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen (Keputusan Penggunaan). Pengujian ini menggunakan kriteria jika  $p\text{-value} < \text{level of significant}$  yang ditentukan maka variabel independen secara bersama-sama berpengaruh terhadap variabel dependen, atau dapat melihat nilai F. Jika nilai  $F_{\text{hitung}} > F_{\text{tabel}}$  maka secara bersamaan variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen.  $F_{\text{tabel}}$  dapat dihitung dengan cara  $df_1 = k - 1$  dan  $df_2 = n - k$ , dimana  $n$  adalah jumlah responden dan  $k$  adalah jumlah variabel dependen dan independen.

Maka  $df_1 = 4 - 1 = 3$  kemudian  $df_2 = 100 - 4 = 96$ , maka didapat  $F_{\text{tabel}}$  nya adalah 2,70.

**Tabel 4.5**  
**Hasil Uji F**

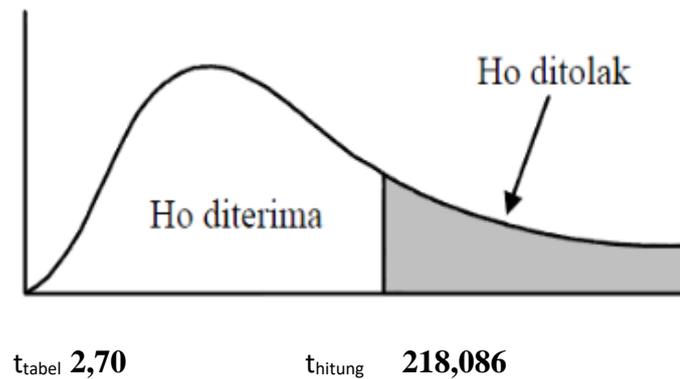
ANOVA <sup>a</sup>						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	2210.623	3	736.874	218.086	.000 <sup>b</sup>
	Residual	324.367	96	3.379		
	Total	2534.990	99			

a. Dependent Variable: Keputusan Penggunaan

b. Predictors: (Constant), Persepsi Risiko, Persepsi Manfaat, Harga  
Sumber: Hasil pengolahan SPSS, 2022

Berdasarkan tabel di atas menunjukkan bahwa diperoleh nilai  $F_{\text{hitung}}$  sebesar 218,086 sedangkan  $F_{\text{tabel}}$  sebesar 2,70 maka  $F_{\text{hitung}} > F_{\text{tabel}}$ . Maka  $H_a$  diterima dan  $H_0$  ditolak sehingga dapat diambil kesimpulan bahwa variabel  $X_1$  (Persepsi Manfaat),  $X_2$  (Harga) dan variabel  $X_3$  (Persepsi Risiko) secara bersama-sama berpengaruh terhadap variabel Y (Keputusan Penggunaan).

**Gambar 4.7**  
**Kriteria Pengujian Hipotesis Uji F**



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

Uji Koefisien Determinasi bertujuan untuk mengetahui seberapa besar kemampuan variabel independen (variabel Persepsi Manfaat, Harga dan Persepsi Risiko) menjelaskan variabel dependen (Keputusan Penggunaan) atau untuk mengetahui besar presentase variasi variabel terikat yang dijelaskan pada variabel bebas, maka dicarilah nilai  $R^2$  (R square). Jika angka lebih mendekati satu maka dinyatakan hubungan antara kedua variabel dinyatakan sangat kuat. Berikut ini hasil SPSS yang menggambarkan tentang nilai ( $R^2$ ) pada penelitian ini.

**Tabel 4.6**  
**Hasil Uji R Square**

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

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.934 <sup>a</sup>	.872	.868	1.838	2.479

a. Predictors: (Constant), Persepsi Risiko, Persepsi Manfaat, Harga

b. Dependent Variable: Keputusan Penggunaan

Sumber: Hasil pengolahan SPSS, 2022

Dapat dilihat bahwa nilai  $R = 0,934$  dan  $R^2$  (R square) = 0,872. Artinya bahwa model regresi yang diperoleh mampu menjelaskan didalam variabel Persepsi

Manfaat, Harga dan Persepsi Risiko dapat mempengaruhi Keputusan Penggunaan sebesar 87,2%, sedangkan sisanya (12,8%) dipengaruhi oleh variabel lain.

## **4.2 Pembahasan**

Penelitian ini menggunakan 4 (empat) variable, dimana Persepsi Manfaat, Harga dan Persepsi Risiko sebagai variabel bebas dan Keputusan Penggunaan sebagai variabel terikat. Penelitian ini menggunakan data primer yang diperoleh dari penyebaran angket (kuesioner), dengan jumlah sampel sebanyak 100 responden. Penjelasan masing-masing variabel dijelaskan sebagai berikut:

### **1. Pengaruh Persepsi Manfaat terhadap Keputusan Penggunaan**

Berdasarkan hasil penelitian di atas mengenai pengaruh antara Persepsi Manfaat terhadap Keputusan Penggunaan diketahui secara parsial pengaruh antara Persepsi Manfaat terhadap Keputusan Penggunaan diperoleh nilai  $t_{hitung}$  13,151 >  $t_{tabel}$  1,98525 dan nilai sig. 0,000 < 0,05 jadi dapat disimpulkan hipotesa  $H_a$  diterima dan  $H_0$  ditolak artinya variabel Persepsi Manfaat berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Penggunaan.

Munculnya niat untuk menggunakan dipengaruhi oleh persepsi manfaat, dimana konsumen meyakini akan kemanfaatan suatu sistem dapat meningkatnya kinerja. Sehingga manfaat memiliki arti penting dari perkembangan sebuah teknologi untuk dapat menarik minat seseorang untuk berkontribusi memakai teknologi tertentu. Jika kemanfaatan suatu teknologi rendah maka keputusan penggunaan suatu teknologi akan rendah, dan sebaliknya jika kemanfaatan suatu teknologi tinggi maka keputusan akan penggunaan suatu teknologi juga tinggi. Hal ini menunjukkan bahwa ketika suatu teknologi sudah digunakan secara berulang maka teknologi dapat dikatakan memberikan manfaat bagi konsumen, dan sikap

positif akan muncul serta meyakini bahwa penggunaan teknologi dapat meningkatkan kinerja dan efektivitas kinerja (Fahmy & Azhari, 2020).

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Ambarwati, 2019), (Nurzanita & Marlana, 2020), (Husein et al., 2021), (Sulfina et al., 2022) menunjukkan bahwa persepsi manfaat berpengaruh terhadap keputusan penggunaan.

## **2. Pengaruh Harga terhadap Keputusan Penggunaan**

Berdasarkan hasil penelitian di atas mengenai pengaruh antara Harga terhadap Keputusan Penggunaan diketahui variabel Harga memiliki nilai  $t_{hitung} -0,563 < t_{tabel} 1,98525$  dan nilai sig.  $0,575 > 0,05$  sehingga dapat disimpulkan hipotesa  $H_a$  ditolak dan  $H_0$  diterima artinya variabel Harga tidak berpengaruh terhadap Keputusan Penggunaan. Jadi dapat dikatakan bahwa indikator harga dalam aplikasi DANA belum mampu mempengaruhi secara maksimal keputusan penggunaan aplikasi tersebut dikarenakan adanya faktor yang lebih mendominasi dibandingkan variabel Harga.

Harga merupakan sejumlah nilai yang diberikan kepada konsumen untuk memperoleh kemanfaatan atas produk atau jasa. Dalam pengambilan keputusan pembelian harga menjadi salah satu faktor yang dipertimbangkan, konsumen akan tertarik dengan harga yang relatif murah yang sejalan dengan kualitas produk yang diharapkan (A. E. Nasution & Lesmana, 2018). Harga yang ditetapkan harus sebanding lurus dengan produk yang ditawarkan, jika harga/tarif terlalu tinggi dan tidak sesuai dengan produk maka pasar akan menjauh. Sebelum melakukan pembelian konsumen akan membandingkan harga yang ditawarkan satu merek

dengan merek lain. Harga yang dianggap wajar akan mendorong konsumen untuk melakukan pembelian.

Hasil penelitian ini berbanding terbalik dengan penelitian yang dilakukan oleh (Setyarko, 2016), (Arianto & Giovanni, 2020), (S. L. Nasution et al., 2020) menyatakan bahwa harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

### **3. Pengaruh Persepsi Risiko terhadap Keputusan Penggunaan**

Mengenai pengaruh antara variabel Persepsi Risiko terhadap Keputusan Penggunaan diketahui hasil pengujian secara parsial pengaruh antara Persepsi Risiko terhadap Keputusan Penggunaan diperoleh nilai  $t_{hitung} 5,289 > t_{tabel} 1,98525$  dan nilai sig.  $0,000 < 0,05$  jadi dapat disimpulkan hipotesa  $H_a$  diterima dan  $H_0$  ditolak artinya variabel Persepsi Risiko berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Penggunaan.

Disetiap pengambilan keputusan, risiko diyakini selalu menyertai, begitupun dengan keputusan pembelian. Persepsi risiko menjadi bagian yang mempengaruhi keputusan seseorang dalam menggunakan suatu produk. Persepsi risiko sebagai ketidakpastian yang harus dihadapi konsumen jika mereka tidak mampu untuk memperkirakan konsekuensi atas keputusan pembelian. Dapat didefinisikan risiko sebagai suatu keadaan yang memungkinkan terjadi potensi kerugian (Maralis & Triyono, 2019). Risiko menjadi salah satu faktor yang mempengaruhi keputusan penggunaan. Semakin kecil risiko yang dirasakan maka keputusan konsumen untuk menggunakan suatu produk menjadi lebih besar.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Fahmy & Azhari, 2020), (Nurdin et al., 2020), (Umaningsih & Wardani, 2020) menyatakan bahwa persepsi risiko berpengaruh terhadap keputusan penggunaan.

#### **4. Pengaruh Persepsi Manfaat, Harga dan Persepsi Risiko terhadap Keputusan Penggunaan *Financial Technology* DANA pada Mahasiswa/I Fakultas Ekonomi dan Bisnis UMSU**

Berdasarkan hasil penelitian secara simultan menunjukkan bahwa diperoleh nilai  $F_{hitung}$  sebesar 218,086 sedangkan  $F_{tabel}$  sebesar 2,70 maka  $F_{hitung} > F_{tabel}$ . Maka  $H_a$  diterima dan  $H_0$  ditolak sehingga dapat diambil kesimpulan bahwa variabel  $X_1$  (Persepsi Manfaat),  $X_2$  (Harga) dan variabel  $X_3$  (Persepsi Risiko) secara bersama-sama berpengaruh terhadap variabel  $Y$  (Keputusan Penggunaan). Persentasi pengaruh ketiga variabel tersebut dalam mempengaruhi keputusan penggunaan juga cukup besar jika dilihat dari hasil determinasi yang diketahui nilai  $R = 0,934$  dan  $R^2$  (R square) = 0,872. Artinya bahwa model regresi yang diperoleh mampu menjelaskan didalam variabel Persepsi Manfaat, Harga dan Persepsi Risiko dapat mempengaruhi Keputusan Penggunaan sebesar 87,2%, sedangkan sisanya (12,8%) dipengaruhi oleh variabel lain.

Manfaat produk akan meningkatkan minat penggunaan dalam menggunakan *e-wallet*. Semakin bermanfaat penggunaannya maka akan banyak konsumen yang tertarik. Munculnya niat seseorang dalam menggunakan teknologi dipengaruhi oleh persepsi manfaat, konsumen merasakan kemanfaatan suatu teknologi yang dirasakan dapat meringankan pekerjaan, mempermudah pekerjaan, dan mengefisiensi waktu. Persepsi manfaat sangat dijadikan sebagai alat pertimbangan seseorang dalam menggunakan teknologi. Penggunaan teknologi akan mudah diterima jika persepsi manfaat sangat dirasakan oleh penggunanya (Nurzanita & Marlana, 2020).

Dalam penentuan harga perlu ditargetkan keuntungan, keuntungan yang dicapai harus dapat memenuhi biaya produksi maupun biaya pemasaran. Hal ini penting dilakukan oleh penyedia layanan *fintech*. Penetapan harga juga menjadi pertimbangan konsumen dalam menggunakan teknologi. Penilaian terhadap harga suatu produk untuk masing-masing individu berbeda dilatarbelakangi oleh lingkungan maupun kondisi individu itu sendiri (Setyarko, 2016).

Risiko berarti keyakinan seseorang tentang potensi konsekuensi kerugian dari keputusan yang diambil. Ketidakpastian konsekuensi mungkin dapat muncul dari penggunaan produk atau jasa. Hal tersebut mengartikan bahwa tingkat risiko yang dirasakan dan toleransi mereka dalam pengambilan risiko menjadi faktor yang mempengaruhi seseorang dalam menentukan keputusan (Rahmatika & Fajar, 2019). Untuk itu disetiap pengambilan keputusan konsumen akan melewati lima tahapan seperti pengenalan kebutuhan, pencarian informasi, penilaian alternatif, keputusan membeli karena merek barang tertentu, dan kepuasan yang memperlihatkan untuk melakukan pembelian kembali (Idrus, 2019).

## **BAB 5**

### **PENUTUP**

#### **5.1 Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian dan analisa yang telah dilakukan, maka peneliti mengambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil pengujian secara parsial pengaruh antara persepsi manfaat terhadap keputusan penggunaan dinyatakan berpengaruh signifikan. Hal tersebut berarti bagaimana keputusan penggunaan *financial technology* (DANA) itu bekerja sesuai dengan dukungan persepsi manfaat yang mereka terima.
2. Kemudian variabel harga disimpulkan tidak berpengaruh terhadap keputusan penggunaan *financial technology* (DANA). Hal ini berarti harga/biaya yang ditawarkan oleh aplikasi masih kurang bersaing dalam meningkatkan keputusan penggunaan aplikasi.
3. Selanjutnya pengujian secara parsial pengaruh antara persepsi risiko terhadap keputusan penggunaan *financial technology* (DANA) diketahui adanya pengaruh yang signifikan. Hal tersebut berarti *financial technology* (DANA) sudah memiliki kredibilitas bagi para penggunanya sehingga mereka memilih untuk menggunakan aplikasi tersebut karena dinilai memiliki risiko yang rendah.
4. Dan secara simultan diperoleh kesimpulan bahwa variabel  $X_1$  (persepsi manfaat),  $X_2$  (harga) dan variabel  $X_3$  (persepsi risiko) secara bersama-sama berpengaruh terhadap variabel Y (keputusan penggunaan). Hal ini berarti dalam meningkatkan keputusan penggunaan *financial technology* (DANA) dibutuhkan kualitas dari setiap variabel secara bersama-sama yang harus ditingkatkan.

## 5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, peneliti mencoba memberikan saran sebagai masukan sebagai berikut:

1. Dengan diketahuinya persepsi manfaat berpengaruh terhadap keputusan penggunaan *financial technology* DANA pada mahasiswa fakultas ekonomi dan bisnis UMSU, maka dapat diharapkan perusahaan dapat mempertahankan dan meningkatkan layanan untuk menjaga kemanfaatan dari *fintech* DANA ini.
2. Dengan diketahuinya harga tidak berpengaruh terhadap keputusan penggunaan *financial technology* DANA pada mahasiswa fakultas ekonomi dan bisnis UMSU, maka dapat diharapkan perusahaan untuk memberikan harga/biaya yang lebih bersaing untuk meningkatkan jumlah pengguna aplikasi DANA.
3. Dengan diketahuinya persepsi risiko berpengaruh terhadap keputusan penggunaan *financial technology* DANA pada mahasiswa fakultas ekonomi dan bisnis UMSU, maka dapat diharapkan perusahaan untuk tetap menjaga keamanan dan kerahasiaan data pengguna untuk menjaga kredibilitas aplikasi DANA.
4. Diharapkan adanya edukasi atau pengenalan kembali terkait aplikasi *financial technology* (DANA) dikalangan mahasiswa terhadap kelebihan dan kekurangannya agar target pasar lebih memahami aplikasi tersebut.
5. Lokasi serta variable yang digunakan dalam penelitian ini belum sepenuhnya dapat memberikan hasil yang maksimal dalam pengetahuan terkait faktor keputusan penggunaan, sehingga diharapkan kepada peneliti selanjutnya dapat menggunakan variable berbeda agar penelitian ini dapat lebih maksimal.

### **5.3 Keterbatasan Penelitian**

Dalam melakukan penelitian ini penulis masih menemukan beberapa keterbatasan dalam melakukan penelitian, penulis menyadari terdapat keterbatasan yang disebabkan oleh beberapa faktor yaitu:

1. Keterbatasan dalam mengolah data yang masih belum baik dan sempurna.
2. Dalam penelitian ini memiliki keterbatasan variabel harga, hendaknya pada penelitian selanjutnya menggunakan variabel lain yang lebih berpengaruh terhadap keputusan penggunaan.
3. Jumlah responden yang ada didalam penelitian ini masih terbatas hanya 100 orang pada objek penelitian mahasiswa fakultas ekonomi dan bisnis UMSU.

## DAFTAR PUSTAKA

- Ambarwati, D. (2019). Pengaruh persepsi manfaat, persepsi kemudahan dan persepsi kepercayaan terhadap keputusan penggunaan go-pay pada mahasiswa STIE Surakarta. *Jurnal Bisnis dan Ekonomi*, 6 (1), 88–103.
- Arianto, N., & Giovanni, G. (2020). Pengaruh kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian. *Jurnal Pemasaran Kompetitif*, 3 (2), 12–22.
- Arianty, N. (2016). Pengaruh promosi dan merek terhadap keputusan pembelian. *Kumpulan Jurnal Dosen UMSU*, 4 (2), 76–87.
- Arianty, N. (2019). The impact of social media use on sme progress. *JICP: Journal of International Conference Proceedings*, 2 (3), 176–182.
- Fahmy, M., & Azhari, M. (2020). Pengaruh persepsi manfaat, persepsi kegunaan, dan persepsi resiko terhadap niat berperilaku konsumen dalam menggunakan fitur go-pay di Bandung. *E-Proceeding of Management*, 7 (1), 452–459.
- Fahmi, M., & Permana, A. (2021). The effect of product quality and price on purchase decisions of mask for anticipating covid 19 in the city of Medan. *JICP: Journal of International Conference Proceedings*, 4 (2), 592–598.
- Farisi, S., & Siregar, Q. R. (2020). Pengaruh harga dan promosi terhadap loyalitas pelanggan pengguna jasa transportasi online di kota Medan. *Maneggio: Jurnal Ilmiah Magister Manajemen*, 3 (1), 148–159.
- Fauzan, F., & Mudiantono, M. (2015). Analisis pengaruh nilai pelanggan dan lokasi terhadap minat terus sebagai pelanggan dengan kepuasan pelanggan sebagai variabel intervening pada kost sekitar Tembalang dalam empat wilayah. *Diponegoro Journal of Management*, 4 (1), 1–13.
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi analisis multivariete dengan program IBM SPSS 23*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gultom, D. K., Ginting, P., & Sembiring, B. K. (2014). Pengaruh bauran pemasaran jasa dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan mahasiswa program studi manajemen fakultas ekonomi universitas muhammadiyah sumatera utara. *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis*, 14 (1), 21–33.
- Hermawan, S., & Sriyono, S. (2020). *Manajemen strategi dan resiko*. Sidoarjo: UMSIDA Press.
- Husein, Y., Isyanto, P., & Romli, A. D. (2021). Pengaruh promosi dan persepsi manfaat terhadap keputusan pembelian aplikasi dompet digital ovo pada mahasiswa Universitas Buana Perjuangan Karawang. *Journal for Management Student*, 1 (1), 1–9.

- Idrus, A. S. (2019). *Kualitas pelayanan dan keputusan pembelian*. Malang: MNC Publishing.
- Jogiyanto, H. M. (2009). *Sistem informasi teknologi: Pendekatan terintegrasi konsep dasar, teknologi, aplikasi, pengembangan, dan pengelolaan*. Yogyakarta: Andi.
- Jogiyanto, H. M. (2017). *Analisis dan desain sistem informasi: Pendekatan terstruktur teori dan praktik aplikasi bisnis*. Yogyakarta: Andi.
- Juliandi, A., Irfan, I., & Manurung, S. (2014). *Metodologi penelitian bisnis: Konsep dan aplikasi*. Medan: UMSU Press.
- Kotler, P. (2012). *Manajemen pemasaran: Sudut pandang asia*. Jakarta: PT. Indeks.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2012). *Prinsip-prinsip pemasaran* (Edisi 13). Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., Armstrong, G., Harris, L. C., & He, H. (2020). *Principles of marketing* (8th European Edition). London: Pearson.
- Lupiyoadi, R. (2013). *Manajemen pemasaran jasa: Berbasis kompetensi* (Edisi 3). Jakarta: Salemba Empat.
- Maralis, R., & Triyono, A. (2019). *Manajemen resiko*. Yogyakarta: Deepublish.
- Masoud, E. Y. (2013). The effect of perceived risk on online shopping in Jordan. *European Journal of Business and Management*, 5 (6), 76–88.
- Muis, M. R., Fahmi, M., Prayogi, M. A., & Jufrizen, J. (2021). Model peningkatan loyalitas nasabah internet banking berbasis persepsi resiko, persepsi privasi dimediasi kepercayaan dan kepuasan nasabah. *Jurnal Bisnis dan Manajemen*, 8 (1), 22–37.
- Mujiatun, S., Jasin, H., Fahmi, M., & Jufrizen, J. (2022). Model financial technology (fintech) syariah di sumatera utara. *OWNER: Riset & Jurnal Akuntansi*, 6 (3), 2830–2839.
- Nasution, A. E., & Lesmana, M. T. (2018). Pengaruh harga dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian konsumen (studi kasus pada alfamart di Kota Medan). *Prosiding Seminar Nasional Vokasi Indonesia*, 1(1), 83–88.
- Nasution, A. E., Putri, L. P., & Lesmana, M. T. (2019). Analisis pengaruh harga, promosi, kepercayaan dan karakteristik konsumen terhadap keputusan pembelian konsumen pada 212 mart di kota Medan. *In Prosiding Seminar Nasional Kewirausahaan*, 1 (1), 165–173.

- Nasution, M. I., Prayogi, M. A., & Nasution, S. M. A. (2017). Analisis pengaruh bauran pemasaran terhadap volume penjualan (Analysis of the effect of marketing mix to sales volume). *Jurnal Riset Sains Manajemen*, 1 (1), 1–12.
- Nasution, S. L., Limbong, C. H., & Nasution, D. A. R. (2020). Pengaruh kualitas produk, citra merek, kepercayaan, kemudahan, dan harga terhadap keputusan pembelian pada e-commerce shopee. *Jurnal Ekonomi Bisnis dan Manajemen*, 7 (1), 43–53.
- Nasution, S. M. A. (2017). The effect of price and service quality on customer satisfaction and loyalty customer waroeng steak and shake Medan. *The 7th Annual International Conference (AIC) Syiah Kuala University and The 6th International Conference on Multidisciplinary Research (ICMR) in conjunction with the International Conference on Electrical Engineering and Informatics (ICELTICs)*. Banda Aceh: AIC Syiah Kuala University.
- Nasution, S. M. A., & Nasution, A. E. (2021). Faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen pada pengguna aplikasi jasa gojek di Medan. *MANEGGIO: Jurnal Ilmiah Magister Manajemen*, 4 (2), 235–244.
- Nurdin, N., Azizah, W. N., & Rusli, R. (2020). Pengaruh pengetahuan, kemudahan dan risiko terhadap minat bertransaksi menggunakan finansial technology (fintech) pada Mahasiswa Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palu. *Jurnal Perbankan dan Keuangan Syariah*, 2 (2), 200–222.
- Nurzanita, R., & Marlana, N. (2020). Pengaruh persepsi manfaat terhadap keputusan penggunaan gopay di Surabaya dengan kepercayaan sebagai variabel intervening. *Jurnal Akuntansi dan Keuangan*, 17 (2), 277–288.
- Putri, P., Rahmayati, R., & Mujiatun, S. (2020). Model bisnis islamic financing technology product bank syariah di kota medan. *Al-Mashrafiyah: Jurnal Ekonomi, Keuangan dan Perbankan Syariah*, 4 (2), 69–81.
- Raharjo, B. (2021). *Fintech: Teknologi finansial perbankan digital*. Semarang: Universitas Stekom.
- Rahma, T. I. F. (2018). Persepsi masyarakat kota Medan terhadap penggunaan financial technology (fintech). *Jurnal At-Tawassuth*, 3 (1), 642–661.
- Rahmawati, Y. D., & Yuliana, R. (2019). Pengaruh persepsi manfaat, kemudahan dan keamanan terhadap keputusan penggunaan e-wallet. *ECONBANK: Journal of Economics and Banking*, 2 (2), 157–168.
- Saida, Z. (2020). *Manajemen pemasaran: Teori & strategi*. Lombok: FP Aswaja.
- Setyarko, Y. (2016). Analisis persepsi harga, promosi, kualitas layanan, dan kemudahan penggunaan terhadap keputusan pembelian produk secara online.

*Jurnal Ekonomika dan Manajemen*, 5 (2), 128–147.

Sugiyono, S. (2011). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Sugiyono, S. (2016). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan RND*. Bandung: Alfabeta.

Sulfina, S., Yuliniar, Y., & Aziz, A. (2022). Pengaruh persepsi kemudahan penggunaan dan persepsi manfaat terhadap minat untuk menggunakan uang elektronik (shopeepay). *Jurnal Riset Akuntansi dan Keuangan*, 17 (2), 105–116.

Thoha, M. (2014). *Perilaku organisasi, konsep dasar dan aplikasinya*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.

Umaningsih, W. P., & Wardani, D. K. (2020). Pengaruh persepsi kemudahan, fitur layanan, dan keamanan terhadap niat menggunakan e-money. *JAE: Jurnal Akuntansi dan Ekonomi*, 5 (3), 113–119.

Yogananda, A. S., & Dirgantara, I. M. B. (2017). Pengaruh persepsi manfaat, persepsi kemudahan penggunaan, kepercayaan dan persepsi risiko terhadap minat untuk menggunakan instrumen uang elektronik. *Diponegoro Journal of Management*, 6 (4), 1–7.

## LAMPIRAN

### KUESIONER PENELITIAN



#### DAFTAR PERTANYAAN TENTANG :

### **PENGARUH PERSEPSI MANFAAT, HARGA, DAN PERSEPSI RISIKO TERHADAP KEPUTUSAN PENGGUNAAN *FINANCIAL TECHNOLOGY* DANA PADA MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS UMSU**

#### **PENGANTAR**

Penyusunan skripsi dibuat dalam rangka memenuhi syarat untuk dapat menyelesaikan pendidikan Strata 1 (S1) Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara, diperlukan data-data dan informasi-informasi yang mendukung kelancaran penelitian ini.

Demi tercapainya tujuan penelitian ini, maka peneliti mohon kesediaan dari Saudara/i untuk membantu mengisi angket atau daftar pertanyaan yang telah disediakan (terlampir berikut ini).

Kemudian atas kesediaan Saudara/i, yang telah meluangkan waktunya untuk mengisi angket penelitian ini, peneliti mengucapkan banyak terima kasih dan mohon maaf apabila ada pertanyaan yang tidak berkenan di hati Saudara/i.

**Peneliti,**

**M Rheza Febriansyah  
NPM : 1805160467**

**IDENTITAS RESPONDEN**

1. Nama : \_\_\_\_\_
2. Alamat : \_\_\_\_\_
3. Jenis Kelamin : a. Pria                      b. Wanita
4. Program Studi :
  - a. Ekonomi Pembangunan              c. Akuntansi
  - b. Manajemen                              d. Manajemen Perpajakan
5. Masa Kuliah
  - a. 1 tahun                      c. 3-4 tahun
  - b. 2 tahun                      d. >4 tahun
6. Kuantitas Penggunaan Aplikasi DANA
  - a. 1-3 kali                      c. > 10 kali
  - b. 3-6 kali                      d. ~

**Tata cara pengisian angket :**

- Saudara/i sebagai Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis UMSU diminta untuk memberikan tanggapan/jawaban tanpa pengaruh siapapun, dan peneliti menjamin kerahasiaan jawaban saudara/i.
- Berikan jawaban hanya menandai salah satu jawaban yang telah disediakan di masing-masing pertanyaan (tanda memberi tanda ceklis (√))
- Skala berikut ini dipakai untuk mendefenisikan pengukuran dari jawaban yaitu :

1 = Sangat tidak setuju (STS)

2 = Tidak Setuju (TS)

3 = Kurang setuju (KS)

4 = Setuju (S)

5 = Sangat Setuju (SS)

### 1. Kuesioner Persepsi Manfaat (X1)

NO	PERNYATAAN	JAWABAN				
		STS	TS	KS	S	SS
	<b>Variabel X1: Persepsi Manfaat</b>					
	<b>Mempermudah transaksi</b>					
1	Penggunaan layanan DANA yang praktis serta memenuhi segala aspek yang berkaitan dengan pembayaran seperti pulsa, paket data, listrik dan vocer game					
2	Saya tidak perlu membawa uang tunai dalam jumlah banyak yang berisiko pada kejahatan, karena dapat menyimpan pada aplikasi DANA					
	<b>Mempercepat transaksi</b>					
3	Penggunaan aplikasi DANA yang memerlukan waktu singkat membantu daya dalam transfer uang ke rekening Bank atau ke sesama pengguna DANA					
4	Penggunaan aplikasi DANA mempercepat transaksi dalam pembayaran biaya kuliah, paket data, PLN, BPJS dan lainnya					
	<b>Memberikan keuntungan tambahan saat menyelesaikan transaksi</b>					
5	Dengan adanya aplikasi DANA lebih hemat karena banyak penawaran menarik dari merchant rekanan DANA serta memberikan banyak promo					
6	Aplikasi DANA dapat memberikan saya keuntungan DANA Points saat bertransaksi dibanyak merchant					
	<b>Meningkatkan efisiensi dalam melakukan transaksi</b>					
7	Efisiensi DANA dalam bertransaksi jual beli memudahkan merchant/pegiat usaha berinteraksi dengan konsumennya					
8	Dengan adanya DANA dapat meningkatkan efisiensi kinerja saya efisiensi dalam melakukan transaksi jual beli					

## 2. Kuesioner Harga

NO	PERNYATAAN	JAWABAN				
		STS	TS	KS	S	SS
	<b>Variabel X<sub>2</sub> : Harga</b>					
	<b>Keterjangkauan Harga</b>					
1	Biaya admin DANA pada saat transaksi lebih murah dibandingkan admin menggunakan layanan Bank Transfer					
2	Minimum saldo hingga 10,000 rupiah					
	<b>Kesesuaian Harga dengan Kualitas</b>					
3	Biaya admin atau top-up DANA dapat diproses dengan cepat					
4	Jaringan provider DANA cukup baik					
	<b>Harga Bersaing</b>					
5	Biaya layanan DANA lebih murah dibandingkan layanan transfer lainnya					
6	Banyak promo bundling yang membuat penggunaan aplikasi DANA lebih hemat					
	<b>Kesesuaian Harga dengan Manfaat</b>					
7	Terdapat potongan harga saat bertransaksi menggunakan DANA					
8	Ada poin yang didapatkan setiap transaksi dan poin dapat ditukarkan					

### 3. Kuesioner Persepsi Risiko

NO	PERNYATAAN	JAWABAN				
		STS	TS	KS	S	SS
	<b>Variabel X<sub>3</sub> : Persepsi Risiko</b>					
	<b>Keamanan Saldo</b>					
1	DANA menjamin keamanan saldo saya					
2	Saldo pada aplikasi saya sesuai dengan jumlah transaksi yang dilakukan					
	<b>Keamanan Data</b>					
3	Dana menjamin kerahasiaan data pribadi saya					
4	Untuk melakukan transaksi dibutuhkan beberapa verifikasi seperti PIN atau verifikasi wajah					
	<b>Keberhasilan Transaksi</b>					
5	Saya belum pernah mengalami kendala ketika bertransaksi menggunakan DANA					
6	Proses transaksi menggunakan DANA mudah					

#### 4. Kuesioner Keputusan Penggunaan

NO	PERNYATAAN	JAWABAN				
		STS	TS	KS	S	SS
	<b>Variabel Y : Keputusan Penggunaan</b>					
	<b>Kebutuhan</b>					
1	Saya menggunakan DANA karena sesuai dengan kebutuhan saya					
2	Performa dan layanan yang ada pada DANA merupakan kebutuhan sehari-hari yang memang sering digunakan					
	<b>Pencarian Informasi</b>					
3	Saya melakukan pencarian informasi mengenai DANA sebelum memutuskan menggunakan produk					
4	Informasi terkait aplikasi DANA mudah untuk ditemukan					
	<b>Evaluasi</b>					
5	Saya menggunakan aplikasi DANA setelah membandingkannya dengan provider lain yang sejenis					
6	Aplikasi DANA jauh lebih fleksibel dan ramah pemakaian					
	<b>Keinginan untuk Menggunakan Produk</b>					
7	Saya yakin untuk menggunakan aplikasi DANA dalam setiap transaksi <i>financial</i> saya					
8	Saya akan membeli atau membayar kebutuhan sehari-hari saya menggunakan DANA					
	<b>Menjadi Prioritas</b>					
9	Saya akan menjadi customer loyal dalam penggunaan aplikasi DANA					
10	Saya akan merekomendasi aplikasi DANA kepada rekan saya					

### Uji Validitas dan Reliabilitas

No.	Demografi				Persepsi Manfaat (X <sub>1</sub> )								Ttl	Harga (X <sub>2</sub> )								Ttl
	JK	PS	MK	KP	1	2	3	4	5	6	7	8		1	2	3	4	5	6	7	8	
001	2	2	1	1	3	3	4	3	3	2	2	3	23	3	3	5	4	4	4	4	4	31
002	2	2	4	4	4	4	3	4	4	5	5	4	33	2	2	4	2	5	4	5	3	27
003	2	2	2	2	2	2	3	3	3	4	4	3	24	4	4	3	5	5	5	5	4	35
004	2	2	3	3	4	4	4	4	4	5	4	4	33	5	4	4	4	4	3	4	3	31
005	1	2	3	2	4	4	3	3	4	3	3	4	28	4	4	3	4	3	3	3	3	27
006	1	3	3	3	4	5	4	4	4	4	4	4	33	4	4	5	4	5	4	4	5	35
007	2	3	4	3	3	2	3	2	3	2	2	3	20	5	5	4	4	4	4	4	5	35
008	2	4	2	4	3	2	3	3	2	4	4	3	24	4	4	5	4	3	4	3	4	31
009	1	4	2	4	5	5	5	5	5	5	5	4	39	3	3	3	5	5	4	4	4	31
010	2	4	1	4	4	4	3	3	3	4	4	3	28	3	3	2	2	4	4	4	3	25
011	1	4	1	4	4	4	4	4	4	3	2	4	29	5	3	5	4	4	4	4	4	33
012	1	4	1	4	4	4	5	4	4	3	2	4	30	3	3	3	3	2	2	2	4	22
013	1	4	1	4	4	4	3	3	4	5	5	4	32	3	3	3	3	3	4	3	4	26
014	2	4	1	4	2	2	3	3	3	4	4	3	24	4	4	4	4	4	4	4	3	31
015	2	4	1	4	2	2	4	3	3	4	4	3	25	4	4	4	5	5	4	5	4	35
016	2	4	1	4	3	4	4	3	4	4	4	4	30	4	4	3	4	4	4	4	4	31
017	2	4	1	4	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4	4	4	4	4	3	4	4	31
018	1	2	1	2	5	5	5	5	5	2	2	5	34	4	4	4	2	4	4	4	4	30
019	1	3	4	3	2	2	1	3	3	2	2	3	18	4	4	4	4	3	4	3	4	30
020	1	4	3	4	3	2	4	3	3	3	4	3	25	4	4	4	5	4	4	4	4	33

### Uji Validitas dan Reliabilitas

No.	Demografi				Persepsi Risiko (X3)						Ttl	Keputusan Penggunaan (Y)										Ttl
	JK	PS	MK	KP	1	2	3	4	5	6		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
001	2	2	1	1	4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	4	2	3	4	3	4	36
002	2	2	4	4	4	5	4	5	5	4	27	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	42
003	2	2	2	2	4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	4	2	3	4	2	4	35
004	2	2	3	3	3	4	4	4	4	4	23	4	4	4	4	4	1	4	4	3	4	36
005	1	2	3	2	4	4	4	5	5	4	26	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
006	1	3	3	3	4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	4	1	3	3	3	4	34
007	2	3	4	3	3	2	3	3	3	3	17	3	2	3	2	3	3	2	2	3	4	27
008	2	4	2	4	5	5	4	4	3	4	25	4	5	4	4	3	1	3	4	1	4	33
009	1	4	2	4	4	4	4	3	4	4	23	4	4	4	4	4	1	4	4	1	4	34
010	2	4	1	4	4	4	4	4	4	4	24	5	4	4	5	4	1	3	4	3	5	38
011	1	4	1	4	4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
012	1	4	1	4	4	4	4	3	5	4	24	4	4	4	4	4	1	3	5	1	5	35
013	1	4	1	4	4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	38
014	2	4	1	4	4	4	4	4	3	4	23	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
015	2	4	1	4	5	5	5	4	4	5	28	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
016	2	4	1	4	5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	5	5	5	3	5	5	5	48
017	2	4	1	4	4	4	4	4	4	5	25	4	4	4	4	5	5	2	4	5	4	41
018	1	2	1	2	2	2	3	3	4	4	18	3	2	3	3	4	1	2	4	1	4	27
019	1	3	4	3	5	5	5	5	4	5	29	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	49
020	1	4	3	4	4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	4	1	4	4	1	4	34

### Distribusi Jawaban Responden

No.	Demografi				Persepsi Manfaat (X <sub>1</sub> )								Ttl
	JK	PS	MK	KP	1	2	3	4	5	6	7	8	
001	2	2	1	1	3	4	2	4	4	4	4	5	30
002	2	2	4	4	5	4	2	4	4	5	4	5	33
003	2	2	2	2	3	4	1	4	4	4	4	2	26
004	2	2	3	3	4	4	2	4	4	4	4	2	28
005	1	2	3	2	1	4	2	4	4	4	4	2	25
006	1	2	3	3	2	4	3	4	3	4	4	4	28
007	2	2	4	3	2	3	3	3	2	2	3	2	20
008	2	2	2	4	5	4	3	4	4	5	4	4	33
009	1	2	2	4	3	4	1	4	4	4	4	4	28
010	2	2	1	4	2	4	4	4	4	4	4	4	30
011	1	2	1	4	4	4	2	4	4	4	4	3	29
012	1	2	1	4	1	4	1	4	5	4	4	3	26
013	1	2	1	4	1	4	4	4	3	4	4	2	26
014	2	2	1	4	4	4	2	4	4	4	4	4	30
015	2	2	1	4	5	5	2	5	5	5	5	5	37
016	2	2	1	4	3	5	4	5	5	5	5	5	37
017	2	2	1	4	3	4	4	5	4	4	4	3	31
018	1	2	1	2	2	3	4	4	4	2	3	3	25
019	1	3	4	3	1	5	4	5	5	5	5	3	33
020	1	2	3	4	3	4	2	4	4	4	4	2	27
021	1	2	3	4	4	4	4	4	4	2	3	4	29
022	1	2	2	2	5	5	4	4	4	4	4	4	34
023	2	3	2	3	4	4	4	4	4	2	3	4	29
024	2	2	2	4	4	4	4	4	4	1	4	4	29
025	1	2	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	32
026	1	2	2	2	4	4	4	4	4	3	3	3	29
027	1	2	2	2	3	2	3	2	3	3	4	4	24
028	2	3	2	3	4	5	4	4	3	1	3	4	28
029	1	2	2	4	4	4	4	4	4	1	4	4	29
030	1	3	2	4	5	4	4	5	4	1	3	4	30
031	1	3	1	3	4	4	4	4	4	4	4	4	32
032	2	2	2	3	4	4	4	4	4	1	3	5	29
033	2	2	1	3	4	4	4	4	4	4	3	3	30
034	1	2	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	32
035	1	2	4	3	5	5	5	5	5	5	5	5	40
036	1	2	1	4	5	5	5	5	5	5	3	5	38
037	2	2	2	3	4	4	4	4	5	5	2	4	32
038	1	2	2	2	3	2	3	3	4	3	2	4	24
039	1	2	3	2	5	5	5	5	5	5	4	5	39

No.	Demografi				Persepsi Manfaat (X <sub>1</sub> )								Ttl
	JK	PS	MK	KP	1	2	3	4	5	6	7	8	
040	1	3	3	4	4	4	4	4	4	1	4	4	29
041	2	2	1	4	4	1	3	3	4	3	4	4	26
042	2	2	2	4	4	1	4	4	4	4	3	3	27
043	1	2	3	3	3	3	3	3	3	2	4	4	25
044	1	2	1	2	3	3	4	4	4	3	4	4	29
045	1	3	1	4	3	4	4	4	4	3	4	4	30
046	2	2	2	4	3	3	2	4	4	4	4	4	28
047	1	2	2	2	2	3	3	3	3	3	2	3	22
048	1	2	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	32
049	1	2	2	3	4	2	4	4	4	4	4	4	30
050	2	2	2	2	2	4	2	5	4	4	4	4	29
051	2	2	2	2	1	2	1	4	4	4	4	4	24
052	1	2	2	2	3	4	2	3	3	3	3	4	25
053	1	2	2	4	4	1	2	4	4	4	4	3	26
054	1	2	2	4	4	4	1	4	4	4	4	1	26
055	2	2	1	4	3	1	2	4	4	4	4	2	24
056	1	2	1	2	2	2	4	4	4	4	5	2	27
057	1	3	1	3	1	3	2	4	4	4	4	2	24
058	2	3	2	4	4	3	1	4	4	4	4	1	25
059	2	2	1	4	4	3	1	4	4	4	4	1	25
060	1	2	2	4	4	2	4	4	4	4	4	3	29
061	1	2	1	2	4	4	3	4	4	4	4	5	32
062	1	2	3	2	2	3	4	4	3	3	4	3	26
063	1	2	2	3	3	4	3	4	3	4	4	5	30
064	1	2	1	4	3	2	1	3	4	4	4	4	25
065	1	2	2	4	2	2	5	5	4	5	4	5	32
066	1	2	1	1	1	4	3	3	4	4	4	3	26
067	1	3	1	1	1	2	3	4	4	5	4	3	26
068	2	2	1	1	3	1	2	3	4	4	4	4	25
069	1	2	1	1	3	3	3	3	4	4	4	5	29
070	2	2	2	2	3	1	4	4	5	5	4	4	30
071	2	2	1	1	3	3	3	3	5	5	4	4	30
072	2	2	2	4	3	3	2	3	5	4	4	5	29
073	1	2	2	4	4	4	4	4	4	3	5	5	33
074	2	2	1	4	4	2	4	4	5	5	4	4	32
075	1	2	1	4	2	1	3	3	4	4	4	1	22
076	1	3	1	4	4	4	4	4	3	3	4	4	30
077	1	2	1	4	3	2	3	3	2	2	3	3	21
078	2	2	1	4	2	4	4	4	5	5	5	5	34
079	2	2	1	4	4	1	2	4	5	5	4	4	29
080	2	3	1	4	1	2	4	4	5	5	3	3	27

No.	Demografi				Persepsi Manfaat (X <sub>1</sub> )								Ttl
	JK	PS	MK	KP	1	2	3	4	5	6	7	8	
081	2	3	1	4	1	2	2	4	3	3	4	1	20
082	1	2	1	2	4	1	4	4	4	4	4	4	29
083	1	2	4	3	4	4	2	4	4	4	4	4	30
084	1	3	3	4	3	2	4	4	4	4	4	4	29
085	1	2	3	4	3	4	2	4	4	4	2	3	26
086	1	2	2	2	4	1	2	4	4	5	4	4	28
087	2	2	2	3	2	2	3	3	4	4	4	2	24
088	2	2	2	4	5	4	3	4	4	5	4	4	33
089	1	2	2	4	4	2	1	4	4	5	4	4	28
090	1	2	2	2	4	2	4	4	4	5	2	3	28
091	1	2	2	2	1	4	1	4	5	5	4	2	26
092	2	2	2	3	1	1	4	4	3	3	4	2	22
093	1	2	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	32
094	1	2	2	4	4	2	4	4	5	4	4	4	31
095	1	2	1	3	5	2	1	5	3	4	5	5	30
096	2	2	2	3	5	2	1	5	4	4	5	4	30
097	2	2	2	4	4	4	5	5	4	4	5	5	36
098	1	2	2	4	2	3	4	4	4	5	4	4	30
099	1	2	2	2	5	2	5	5	4	4	5	5	35
100	1	2	2	2	2	3	4	4	4	5	4	4	30

Harga (X <sub>2</sub> )								Ttl
1	2	3	4	5	6	7	8	
4	3	2	4	4	4	4	5	30
4	4	2	4	4	5	4	4	31
4	4	1	4	4	4	4	4	29
5	4	2	4	4	4	4	4	31
5	4	2	4	4	4	4	4	31
3	4	3	4	3	4	4	5	30
5	5	3	3	2	2	3	5	28
4	4	3	4	4	5	4	4	32
5	5	1	4	4	4	4	4	31
5	5	4	4	4	4	4	3	33
5	5	2	4	4	4	4	4	32
5	5	1	4	5	4	4	4	32
4	3	4	4	3	4	4	5	31
5	4	2	4	4	4	4	4	31
5	4	2	5	5	5	5	4	35
3	4	4	5	5	5	5	4	35
4	4	4	5	4	4	4	4	33
3	4	4	4	4	2	3	4	28
5	4	4	5	5	5	5	4	37
4	4	2	4	4	4	4	4	30
3	3	4	4	4	2	3	4	27
2	4	4	4	4	4	4	3	29
4	4	4	4	4	2	3	4	29

Harga (X <sub>2</sub> )								Ttl
1	2	3	4	5	6	7	8	
5	4	4	4	4	1	4	3	29
4	4	4	4	4	4	4	3	31
4	4	4	4	4	1	3	5	29
5	5	3	2	3	3	2	5	28
4	4	4	4	3	1	3	4	27
3	3	4	4	4	1	4	4	27
3	3	4	5	4	1	3	3	26
5	3	4	4	4	4	4	4	32
3	3	4	4	4	1	3	4	26
3	3	4	4	4	4	3	4	29
4	4	4	4	4	4	4	3	31
4	4	5	5	5	5	5	4	37
4	4	5	5	5	5	3	4	35
4	4	4	4	5	5	2	4	32
4	4	3	3	4	1	2	4	25
4	4	5	5	5	5	4	4	36
4	4	4	4	4	1	4	4	29
4	4	3	3	4	3	4	4	29
4	4	4	4	4	4	3	4	31
4	4	3	3	3	2	4	5	28
2	4	4	4	4	3	4	3	28
2	4	4	4	4	3	4	4	29
3	4	2	4	4	4	4	4	29
4	4	3	3	3	3	2	4	26
5	5	4	4	4	4	4	3	33
2	4	4	4	4	4	4	4	30
3	4	2	5	4	4	4	4	30
2	4	1	4	4	4	4	4	27
5	5	2	2	2	2	2	5	25
4	4	2	4	4	4	4	4	30
5	4	1	4	4	4	4	4	30
3	3	2	4	4	4	4	4	28
4	4	4	4	4	4	5	4	33
2	4	2	4	4	4	4	2	26
4	4	1	4	4	4	4	4	29
5	5	1	4	4	4	4	2	29
4	4	4	4	4	4	4	4	32
5	5	3	4	4	4	4	4	33
5	4	4	4	3	3	4	4	31
4	5	3	4	3	4	4	4	31
4	4	1	3	4	4	4	4	28
4	4	5	5	4	5	4	3	34
4	2	3	3	4	4	4	3	27
5	5	3	4	4	5	4	4	34
5	4	2	3	4	4	4	4	30
4	5	3	3	4	4	4	4	31
4	4	4	4	5	5	4	4	34
4	4	3	3	5	5	4	3	31
4	5	2	3	5	4	4	4	31
4	4	4	4	4	3	5	4	32
4	4	4	4	5	5	4	3	33
4	2	3	3	4	4	4	4	28
4	4	4	4	3	3	4	4	30

Harga (X <sub>2</sub> )								Ttl
1	2	3	4	5	6	7	8	
4	2	3	3	2	2	3	3	22
3	3	4	4	5	5	5	5	34
4	4	2	4	5	5	4	4	32
2	4	4	4	5	5	3	5	32
4	4	2	4	3	3	4	5	29
4	4	4	4	4	4	4	4	32
4	5	2	4	4	4	4	4	31
3	4	4	4	4	4	4	4	31
3	4	2	4	4	4	2	3	26
5	5	2	4	4	5	4	4	33
4	4	3	3	4	4	4	4	30
4	4	3	4	4	5	4	4	32
4	4	1	4	4	5	4	4	30
4	4	4	4	4	5	2	5	32
2	4	1	4	5	5	4	3	28
2	4	4	4	3	3	4	4	28
3	4	4	4	4	4	4	4	31
4	4	4	4	5	4	4	4	33
5	5	1	5	3	4	5	3	31
2	4	1	5	4	4	5	4	29
3	4	5	5	4	4	5	4	34
2	4	4	4	4	5	4	4	31
5	5	5	5	4	4	5	5	38
4	4	4	4	4	5	4	4	33

Persepsi Risiko (X <sub>3</sub> )						Ttl
1	2	3	4	5	6	
4	2	4	4	4	4	22
4	2	4	4	5	4	23
4	3	4	4	4	4	23
4	2	4	4	4	4	22
4	2	4	4	4	4	22
3	3	4	3	4	4	21
2	3	3	2	2	3	15
4	3	4	4	5	4	24
4	3	4	4	4	4	23
4	4	4	4	4	4	24
4	2	4	4	4	4	22
5	3	4	5	4	4	25
3	4	4	3	4	4	22
4	2	4	4	4	4	22
5	2	5	5	5	5	27
5	4	5	5	5	5	29
4	4	5	4	4	4	25
4	4	4	4	2	3	21
5	4	5	5	5	5	29
4	2	4	4	4	4	22
4	4	4	4	2	3	21
4	4	4	4	4	4	24
4	4	4	4	2	3	21
4	4	4	4	3	4	23
4	4	4	4	4	4	24
4	4	4	4	3	3	22

Persepsi Risiko (X <sub>3</sub> )						Ttl
1	2	3	4	5	6	
3	3	4	3	3	4	20
3	4	4	3	3	3	20
4	4	4	4	3	4	23
4	4	5	4	3	3	23
4	4	4	4	4	4	24
4	4	4	4	3	3	22
4	4	4	4	4	3	23
4	4	4	4	4	4	24
5	5	5	5	5	5	30
5	5	5	5	5	3	28
5	4	4	5	5	2	25
4	3	3	4	3	3	20
5	5	5	5	5	4	29
4	4	4	4	3	4	23
4	3	3	4	3	4	21
4	4	4	4	4	3	23
3	3	4	4	4	4	22
4	4	4	4	3	4	23
4	4	4	4	3	4	23
4	2	4	4	4	4	22
3	4	4	4	3	4	22
4	4	4	4	4	4	24
4	4	4	4	4	4	24
4	2	5	4	4	4	23
4	3	4	4	4	4	23
2	2	2	2	2	2	12
4	2	4	4	4	4	22
4	3	4	4	4	4	23
4	2	4	4	4	4	22
4	4	4	4	4	5	25
4	2	4	4	4	4	22
4	3	4	4	4	4	23
4	3	4	4	4	4	23
4	4	4	4	4	4	24
4	3	4	4	4	4	23
3	4	4	3	3	4	21
3	3	4	3	4	4	21
4	3	3	4	4	4	22
4	5	5	4	5	4	27
4	3	3	4	4	4	22
4	3	4	4	5	4	24
4	2	3	4	4	4	21
4	3	3	4	4	4	22
5	4	4	5	5	4	27
5	3	3	5	5	4	25
5	2	3	5	4	4	23
4	4	4	4	3	5	24
5	4	4	5	5	4	27
4	3	3	4	4	4	22
3	4	4	4	3	4	22
2	3	3	2	2	3	15
5	4	4	5	5	5	28
5	2	4	5	5	4	25

Persepsi Risiko (X <sub>3</sub> )						Ttl
1	2	3	4	5	6	
5	4	4	5	5	3	26
3	5	4	4	4	4	24
4	4	4	4	4	4	24
4	2	4	4	4	4	22
4	4	4	4	4	4	24
4	2	4	4	4	5	23
4	2	4	4	5	4	23
4	3	3	4	4	4	22
4	3	4	4	5	4	24
4	3	4	4	5	4	24
4	4	4	4	5	2	23
5	3	4	5	5	4	26
3	4	4	4	4	4	23
4	4	4	4	4	4	24
5	4	4	5	4	4	26
3	3	5	3	4	5	23
4	3	5	4	4	5	25
4	5	5	4	4	5	27
4	4	4	4	5	4	25
4	5	5	4	4	5	27
4	4	4	4	5	4	25

Keputusan Penggunaan (Y)										Ttl
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
3	4	2	4	4	4	4	2	4	2	33
5	4	2	4	4	5	4	1	4	4	37
3	4	1	4	4	4	4	2	4	2	32
4	4	2	4	4	4	4	2	4	1	33
1	4	2	4	4	4	4	2	4	4	33
2	4	3	4	3	4	4	1	4	1	30
2	3	3	3	2	2	3	2	3	3	26
5	4	3	4	4	5	4	1	3	1	34
3	4	1	4	4	4	4	4	4	1	33
2	4	4	4	4	4	4	2	4	1	33
4	4	2	4	4	4	4	3	4	4	37
1	4	1	4	5	4	4	3	4	1	31
1	4	4	4	3	4	4	2	4	4	34
4	4	2	4	4	4	4	1	4	4	35
5	5	2	5	5	5	5	5	5	5	47
3	5	4	5	5	5	5	5	5	5	47
3	4	4	5	4	4	4	3	5	5	41
2	3	4	4	4	2	3	3	4	1	30
1	5	4	5	5	5	5	3	5	5	43
3	4	2	4	4	4	4	2	4	1	32
4	4	4	4	4	2	3	4	3	4	36
5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	42
4	4	4	4	4	2	3	4	2	4	35
4	4	4	4	4	1	4	4	3	4	36
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
4	4	4	4	4	1	3	3	3	4	34
3	2	3	2	3	3	2	2	3	4	27
4	5	4	4	3	1	3	4	1	4	33
4	4	4	4	4	1	4	4	1	4	34



Keputusan Penggunaan (Y)										Ttl
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
4	4	2	4	4	4	4	4	3	3	36
3	2	4	4	4	4	4	4	4	4	37
3	4	2	4	4	4	2	3	3	3	32
4	1	2	4	4	5	4	4	4	4	36
2	2	3	3	4	4	4	2	4	4	32
5	4	3	4	4	5	4	4	4	4	41
4	2	1	4	4	5	4	4	4	4	36
4	2	4	4	4	5	2	3	2	2	32
1	4	1	4	5	5	4	2	5	5	36
1	1	4	4	3	3	4	2	3	3	28
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
4	2	4	4	5	4	4	4	5	3	39
5	2	1	5	3	4	5	5	3	3	36
5	2	1	5	4	4	5	4	4	4	38
4	4	5	5	4	4	5	5	4	4	44
2	3	4	4	4	5	4	4	3	5	38
5	2	5	5	4	4	5	5	4	4	43
2	3	4	4	4	5	4	4	3	4	37

## Descriptives

### Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Jenis Kelamin	100	1	2	1.39	.490
Program Studi	100	2	3	2.14	.349
Masa Kuliah	100	1	4	1.85	.821
Kuantitas Penggunaan Aplikasi Dana	100	1	4	3.16	.982
X1.1	100	1	5	3.24	1.199
X1.2	100	1	5	3.18	1.184
X1.3	100	1	5	3.10	1.168
X1.4	100	2	5	3.97	.577
X1.5	100	2	5	4.00	.620
X1.6	100	1	5	3.81	1.061
X1.7	100	2	5	3.87	.661
X1.8	100	1	5	3.61	1.072
X2.1	100	2	5	3.86	.910
X2.2	100	2	5	4.02	.635
X2.3	100	1	5	3.10	1.168
X2.4	100	2	5	3.96	.602
X2.5	100	2	5	3.99	.643
X2.6	100	1	5	3.76	1.138
X2.7	100	2	5	3.84	.707

X2.8	100	2	5	3.93	.607
X3.1	100	2	5	3.99	.643
X3.2	100	2	5	3.38	.885
X3.3	100	2	5	4.00	.550
X3.4	100	2	5	4.04	.602
X3.5	100	2	5	3.96	.803
X3.6	100	2	5	3.92	.614
Y.1	100	1	5	3.24	1.199
Y.2	100	1	5	3.15	1.201
Y.3	100	1	5	3.10	1.168
Y.4	100	2	5	3.96	.602
Y.5	100	2	5	3.99	.643
Y.6	100	1	5	3.76	1.138
Y.7	100	2	5	3.84	.707
Y.8	100	1	5	3.39	1.197
Y.9	100	1	5	3.51	.980
Y.10	100	1	5	3.57	1.066
Valid N (listwise)	100				

### Frequency Table

		Jenis Kelamin			Cumulative
		Frequency	Percent	Valid Percent	Percent
Valid	Laki-Laki	61	61.0	61.0	61.0
	Perempuan	39	39.0	39.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

		Program Studi			Cumulative
		Frequency	Percent	Valid Percent	Percent
Valid	Ekonomi Pembangunan	0	0.0	0.0	0.0
	Manajemen	86	86.0	86.0	86.0
	Akuntansi	14	14.0	14.0	14.0
	Manajemen Perpajakan	0	0.0	0.0	0.0
	Total	100	100.0	100.0	

**Masa Kuliah**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1 Tahun	37	37.0	37.0	37.0
	2 Tahun	46	46.0	46.0	83.0
	3-4 Tahun	12	12.0	12.0	95.0
	> 4 Tahun	5	5.0	5.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

**Kuantitas Penggunaan Aplikasi Dana**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1-3 Kali	6	6.0	6.0	6.0
	4-6 Kali	23	23.0	23.0	29.0
	>10 Kali	20	20.0	20.0	49.0
	~	51	51.0	51.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

**X1.1**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	12	12.0	12.0	12.0
	TS	14	14.0	14.0	26.0
	KS	24	24.0	24.0	50.0
	S	38	38.0	38.0	88.0
	SS	12	12.0	12.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

**X1.2**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	11	11.0	11.0	11.0
	TS	21	21.0	21.0	32.0
	KS	15	15.0	15.0	47.0
	S	45	45.0	45.0	92.0
	SS	8	8.0	8.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

**X1.3**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	12	12.0	12.0	12.0
	TS	21	21.0	21.0	33.0
	KS	18	18.0	18.0	51.0
	S	43	43.0	43.0	94.0
	SS	6	6.0	6.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

**X1.4**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TS	1	1.0	1.0	1.0
	KS	15	15.0	15.0	16.0
	S	70	70.0	70.0	86.0
	SS	14	14.0	14.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

**X1.5**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TS	2	2.0	2.0	2.0
	KS	13	13.0	13.0	15.0
	S	68	68.0	68.0	83.0
	SS	17	17.0	17.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

**X1.6**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	6	6.0	6.0	6.0
	TS	6	6.0	6.0	12.0
	KS	13	13.0	13.0	25.0
	S	51	51.0	51.0	76.0
	SS	24	24.0	24.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

**X1.7**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TS	5	5.0	5.0	5.0
	KS	14	14.0	14.0	19.0
	S	70	70.0	70.0	89.0
	SS	11	11.0	11.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

**X1.8**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	5	5.0	5.0	5.0
	TS	12	12.0	12.0	17.0
	KS	18	18.0	18.0	35.0
	S	47	47.0	47.0	82.0
	SS	18	18.0	18.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

**X2.1**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TS	11	11.0	11.0	11.0
	KS	16	16.0	16.0	27.0
	S	49	49.0	49.0	76.0
	SS	24	24.0	24.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

**X2.2**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TS	3	3.0	3.0	3.0
	KS	10	10.0	10.0	13.0
	S	69	69.0	69.0	82.0
	SS	18	18.0	18.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

**X2.3**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	12	12.0	12.0	12.0
	TS	21	21.0	21.0	33.0
	KS	18	18.0	18.0	51.0
	S	43	43.0	43.0	94.0
	SS	6	6.0	6.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

**X2.4**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TS	2	2.0	2.0	2.0
	KS	14	14.0	14.0	16.0
	S	70	70.0	70.0	86.0
	SS	14	14.0	14.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

**X2.5**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TS	3	3.0	3.0	3.0
	KS	12	12.0	12.0	15.0
	S	68	68.0	68.0	83.0
	SS	17	17.0	17.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

**X2.6**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	8	8.0	8.0	8.0
	TS	7	7.0	7.0	15.0
	KS	10	10.0	10.0	25.0
	S	51	51.0	51.0	76.0
	SS	24	24.0	24.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

**X2.7**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TS	7	7.0	7.0	7.0
	KS	13	13.0	13.0	20.0
	S	69	69.0	69.0	89.0
	SS	11	11.0	11.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

**X2.8**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TS	2	2.0	2.0	2.0
	KS	16	16.0	16.0	18.0
	S	69	69.0	69.0	87.0
	SS	13	13.0	13.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

**X3.1**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TS	3	3.0	3.0	3.0
	KS	12	12.0	12.0	15.0
	S	68	68.0	68.0	83.0
	SS	17	17.0	17.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

**X3.2**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TS	20	20.0	20.0	20.0
	KS	29	29.0	29.0	49.0
	S	44	44.0	44.0	93.0
	SS	7	7.0	7.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

**X3.3**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TS	1	1.0	1.0	1.0
	KS	12	12.0	12.0	13.0
	S	73	73.0	73.0	86.0
	SS	14	14.0	14.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

**X3.4**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TS	3	3.0	3.0	3.0
	KS	7	7.0	7.0	10.0
	S	73	73.0	73.0	83.0
	SS	17	17.0	17.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

**X3.5**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TS	6	6.0	6.0	6.0
	KS	16	16.0	16.0	22.0
	S	54	54.0	54.0	76.0
	SS	24	24.0	24.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

**X3.6**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TS	3	3.0	3.0	3.0
	KS	14	14.0	14.0	17.0
	S	71	71.0	71.0	88.0
	SS	12	12.0	12.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

**Y.1**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	12	12.0	12.0	12.0
	TS	14	14.0	14.0	26.0
	KS	24	24.0	24.0	50.0
	S	38	38.0	38.0	88.0
	SS	12	12.0	12.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

**Y.2**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	12	12.0	12.0	12.0
	TS	21	21.0	21.0	33.0
	KS	15	15.0	15.0	48.0
	S	44	44.0	44.0	92.0
	SS	8	8.0	8.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

**Y.3**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	12	12.0	12.0	12.0
	TS	21	21.0	21.0	33.0
	KS	18	18.0	18.0	51.0
	S	43	43.0	43.0	94.0
	SS	6	6.0	6.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

**Y.4**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TS	2	2.0	2.0	2.0
	KS	14	14.0	14.0	16.0
	S	70	70.0	70.0	86.0
	SS	14	14.0	14.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

**Y.5**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TS	3	3.0	3.0	3.0
	KS	12	12.0	12.0	15.0
	S	68	68.0	68.0	83.0
	SS	17	17.0	17.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

**Y.6**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	8	8.0	8.0	8.0
	TS	7	7.0	7.0	15.0
	KS	10	10.0	10.0	25.0
	S	51	51.0	51.0	76.0
	SS	24	24.0	24.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

**Y.7**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TS	7	7.0	7.0	7.0
	KS	13	13.0	13.0	20.0
	S	69	69.0	69.0	89.0
	SS	11	11.0	11.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

**Y.8**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	9	9.0	9.0	9.0
	TS	16	16.0	16.0	25.0
	KS	18	18.0	18.0	43.0
	S	41	41.0	41.0	84.0
	SS	16	16.0	16.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	



X1.5	Pearson	.783**	.868**	.579**	.791**	1	.187	.063	.910**	.843**
	Correlation									
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.007	.000		.430	.790	.000	.000
	N	20	20	20	20	20	20	20	20	20
X1.6	Pearson	.192	.273	.096	.239	.187	1	.914**	.151	.579**
	Correlation									
	Sig. (2-tailed)	.418	.244	.686	.311	.430		.000	.524	.008
	N	20	20	20	20	20	20	20	20	20
X1.7	Pearson	.076	.126	.000	.095	.063	.914**	1	.000	.454*
	Correlation									
	Sig. (2-tailed)	.750	.598	1.000	.692	.790	.000		1.000	.044
	N	20	20	20	20	20	20	20	20	20
X1.8	Pearson	.801**	.862**	.543*	.765**	.910**	.151	.000	1	.812**
	Correlation									
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.013	.000	.000	.524	1.000		.000
	N	20	20	20	20	20	20	20	20	20
Total	Pearson	.838**	.887**	.655**	.819**	.843**	.579**	.454*	.812**	1
	Correlation									
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.002	.000	.000	.008	.044	.000	
	N	20	20	20	20	20	20	20	20	20

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

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

#### RELIABILITY

```

/VARIABLES=i1 i2 i3 i4 i5 i6 i7 i8
/SCALE('ALL VARIABLES') ALL
/MODEL=ALPHA.

```

## Reliability

### Scale: ALL VARIABLES

#### Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	20	100.0
	Excluded <sup>a</sup>	0	.0
	Total	20	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.859	8

### Correlations

		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	X2.7	X2.8	Total
X2.1	Pearson Correlation	1	.777**	.345	.447*	-.017	.022	.037	.280	.613**
	Sig. (2-tailed)		.000	.136	.048	.945	.926	.878	.231	.004
	N	20	20	20	20	20	20	20	20	20
X2.2	Pearson Correlation	.777**	1	.151	.462*	-.033	.076	-.005	.394	.581**
	Sig. (2-tailed)	.000		.526	.040	.889	.749	.982	.085	.007
	N	20	20	20	20	20	20	20	20	20
X2.3	Pearson Correlation	.345	.151	1	.212	.138	.123	.119	.366	.530*
	Sig. (2-tailed)	.136	.526		.369	.563	.605	.618	.113	.016
	N	20	20	20	20	20	20	20	20	20
X2.4	Pearson Correlation	.447*	.462*	.212	1	.255	.198	.178	.320	.681**
	Sig. (2-tailed)	.048	.040	.369		.279	.403	.452	.169	.001
	N	20	20	20	20	20	20	20	20	20
X2.5	Pearson Correlation	-.017	-.033	.138	.255	1	.601**	.928**	.092	.633**
	Sig. (2-tailed)	.945	.889	.563	.279		.005	.000	.699	.003
	N	20	20	20	20	20	20	20	20	20
X2.6	Pearson Correlation	.022	.076	.123	.198	.601**	1	.620**	.204	.574**
	Sig. (2-tailed)	.926	.749	.605	.403	.005		.004	.389	.008
	N	20	20	20	20	20	20	20	20	20
X2.7	Pearson Correlation	.037	-.005	.119	.178	.928**	.620**	1	-.054	.602**
	Sig. (2-tailed)	.878	.982	.618	.452	.000	.004		.821	.005
	N	20	20	20	20	20	20	20	20	20
X2.8	Pearson Correlation	.280	.394	.366	.320	.092	.204	-.054	1	.514*
	Sig. (2-tailed)	.231	.085	.113	.169	.699	.389	.821		.020

N		20	20	20	20	20	20	20	20	20
Total	Pearson	.613**	.581**	.530*	.681**	.633**	.574**	.602**	.514*	1
	Correlation									
	Sig. (2-tailed)	.004	.007	.016	.001	.003	.008	.005	.020	
N		20	20	20	20	20	20	20	20	20

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

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

```
RELIABILITY
/VARIABLES=i1 i2 i3 i4 i5 i6 i7 i8
/SCALE('ALL VARIABLES') ALL
/MODEL=ALPHA.
```

## Reliability

### Scale: ALL VARIABLES

#### Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	20	100.0
	Excluded <sup>a</sup>	0	.0
	Total	20	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

#### Reliability Statistics

Cronbach's	
Alpha	N of Items
.732	8

## Correlations

		X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5	X3.6	Total
X3.1	Pearson Correlation	1	.879**	.853**	.559*	.120	.593**	.853**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.010	.614	.006	.000
	N	20	20	20	20	20	20	20
X3.2	Pearson Correlation	.879**	1	.868**	.688**	.311	.632**	.931**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.001	.182	.003	.000
	N	20	20	20	20	20	20	20
X3.3	Pearson Correlation	.853**	.868**	1	.636**	.332	.811**	.933**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.003	.152	.000	.000
	N	20	20	20	20	20	20	20
X3.4	Pearson Correlation	.559*	.688**	.636**	1	.402	.497*	.795**
	Sig. (2-tailed)	.010	.001	.003		.079	.026	.000
	N	20	20	20	20	20	20	20
X3.5	Pearson Correlation	.120	.311	.332	.402	1	.329	.503*
	Sig. (2-tailed)	.614	.182	.152	.079		.157	.024
	N	20	20	20	20	20	20	20
X3.6	Pearson Correlation	.593**	.632**	.811**	.497*	.329	1	.776**
	Sig. (2-tailed)	.006	.003	.000	.026	.157		.000
	N	20	20	20	20	20	20	20
Total	Pearson Correlation	.853**	.931**	.933**	.795**	.503*	.776**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.024	.000	
	N	20	20	20	20	20	20	20

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

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

## RELIABILITY

```

/VARIABLES=i1 i2 i3 i4 i5 i6
/SCALE('ALL VARIABLES') ALL
/MODEL=ALPHA.

```



Y.3	Pearson Correlation	.852**	.868**	1	.894**	.728**	.506*	.590**	.711**	.549*	.638**	.910**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.023	.006	.000	.012	.002	.000
	N	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20
Y.4	Pearson Correlation	.895**	.831**	.894**	1	.680**	.285	.533*	.740**	.408	.647**	.811**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.001	.223	.016	.000	.074	.002	.000
	N	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20
Y.5	Pearson Correlation	.600**	.450*	.728**	.680**	1	.595**	.270	.657**	.629**	.536*	.797**
	Sig. (2-tailed)	.005	.046	.000	.001		.006	.250	.002	.003	.015	.000
	N	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20
Y.6	Pearson Correlation	.413	.351	.506*	.285	.595**	1	.221	.216	.897**	.229	.762**
	Sig. (2-tailed)	.070	.130	.023	.223	.006		.348	.361	.000	.332	.000
	N	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20
Y.7	Pearson Correlation	.546*	.600**	.590**	.533*	.270	.221	1	.446*	.231	.182	.570**
	Sig. (2-tailed)	.013	.005	.006	.016	.250	.348		.049	.326	.442	.009
	N	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20
Y.8	Pearson Correlation	.618**	.615**	.711**	.740**	.657**	.216	.446*	1	.147	.653**	.650**
	Sig. (2-tailed)	.004	.004	.000	.000	.002	.361	.049		.537	.002	.002
	N	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20
Y.9	Pearson Correlation	.526*	.383	.549*	.408	.629**	.897**	.231	.147	1	.280	.791**
	Sig. (2-tailed)	.017	.096	.012	.074	.003	.000	.326	.537		.233	.000
	N	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20
Y.10	Pearson Correlation	.656**	.395	.638**	.647**	.536*	.229	.182	.653**	.280	1	.583**
	Sig. (2-tailed)	.002	.085	.002	.002	.015	.332	.442	.002	.233		.007

N		20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20
Total	Pearson Correlation	.852**	.777**	.910**	.811**	.797**	.762**	.570**	.650**	.791**	.583**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.009	.002	.000	.007	
N		20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20

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

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

#### RELIABILITY

```

/VARIABLES=i1 i2 i3 i4 i5 i6 i7 i8 i9 i10
/SCALE('ALL VARIABLES') ALL
/MODEL=ALPHA.

```

## Reliability

### Scale: ALL VARIABLES

#### Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	20	100.0
	Excluded <sup>a</sup>	0	.0
	Total	20	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

#### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.870	10

## Regression

### Descriptive Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
Keputusan Penggunaan	35.51	5.060	100
Persepsi Manfaat	28.78	3.917	100
Harga	30.46	2.794	100
Persepsi Risiko	23.29	2.668	100

### Correlations

		Keputusan Penggunaan	Persepsi Manfaat	Harga	Persepsi Risiko
Pearson Correlation	Keputusan Penggunaan	1.000	.909	.712	.778
	Persepsi Manfaat	.909	1.000	.710	.685
	Harga	.712	.710	1.000	.756
	Persepsi Risiko	.778	.685	.756	1.000
Sig. (1-tailed)	Keputusan Penggunaan	.	.000	.000	.000
	Persepsi Manfaat	.000	.	.000	.000
	Harga	.000	.000	.	.000
	Persepsi Risiko	.000	.000	.000	.
N	Keputusan Penggunaan	100	100	100	100
	Persepsi Manfaat	100	100	100	100
	Harga	100	100	100	100
	Persepsi Risiko	100	100	100	100

### Model Summary<sup>b</sup>

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	R Square Change	Change Statistics			Sig. F Change	Durbin-Watson
						F Change	df1	df2		
1	.934 <sup>a</sup>	.872	.868	1.838	.872	218.086	3	96	.000	2.479

a. Predictors: (Constant), Persepsi Risiko, Persepsi Manfaat, Harga

b. Dependent Variable: Keputusan Penggunaan

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

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	2210.623	3	736.874	218.086	.000 <sup>b</sup>
	Residual	324.367	96	3.379		
	Total	2534.990	99			

a. Dependent Variable: Keputusan Penggunaan

b. Predictors: (Constant), Persepsi Risiko, Persepsi Manfaat, Harga

**Coefficient Correlations<sup>a</sup>**

Model			Persepsi Risiko	Persepsi Manfaat	Harga
			1	Correlations	Persepsi Risiko
		Persepsi Manfaat	-.321	1.000	-.403
		Harga	-.525	-.403	1.000
	Covariances	Persepsi Risiko	.012	-.003	-.006
		Persepsi Manfaat	-.003	.005	-.003
		Harga	-.006	-.003	.012

a. Dependent Variable: Keputusan Penggunaan

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

Model	Dimension	Eigenvalue	Condition Index	Variance Proportions			
				(Constant)	Persepsi Manfaat	Harga	Persepsi Risiko
1	1	3.984	1.000	.00	.00	.00	.00
	2	.009	20.787	.49	.36	.00	.01
	3	.005	29.635	.20	.55	.01	.60
	4	.002	42.705	.30	.09	.98	.38

a. Dependent Variable: Keputusan Penggunaan

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

	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation	N
Predicted Value	22.60	49.50	35.51	4.725	100
Std. Predicted Value	-2.732	2.961	.000	1.000	100
Standard Error of Predicted Value	.192	.956	.345	.129	100
Adjusted Predicted Value	21.90	49.45	35.52	4.706	100

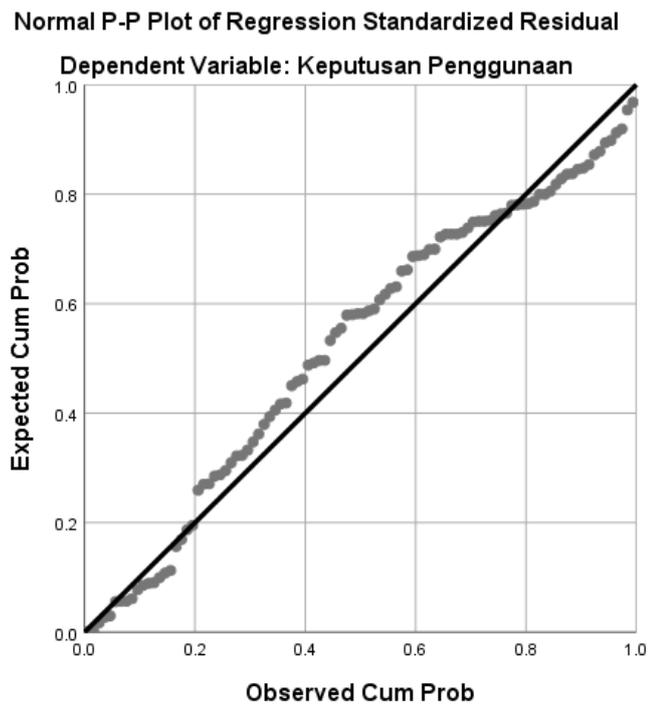
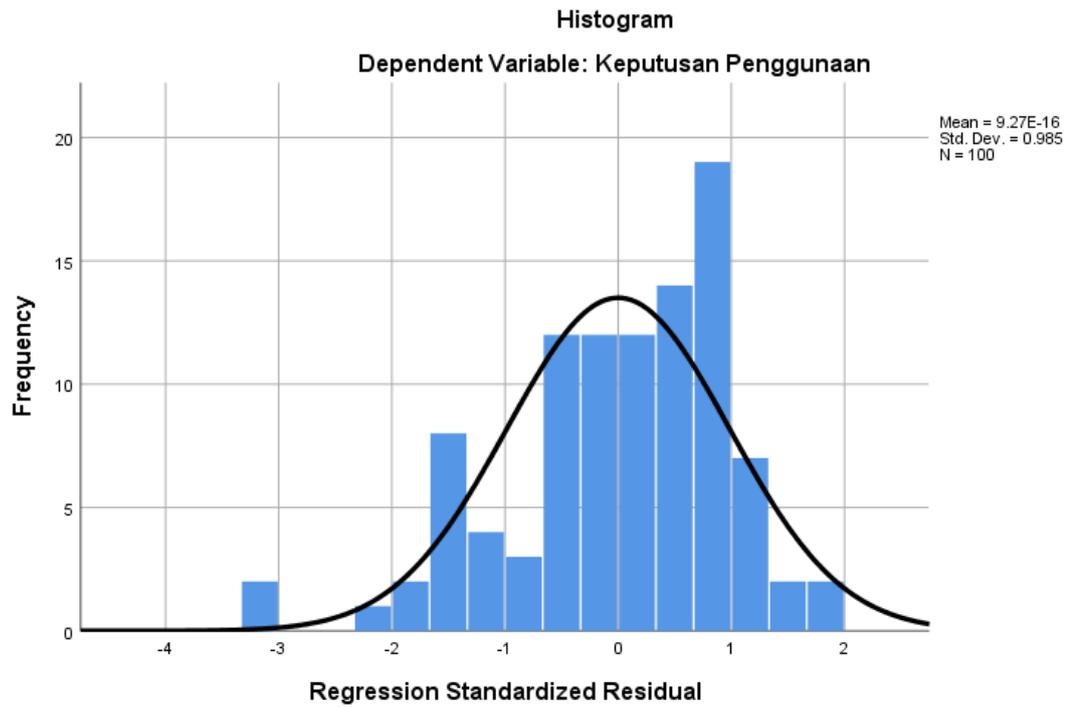
Coefficients<sup>a</sup>

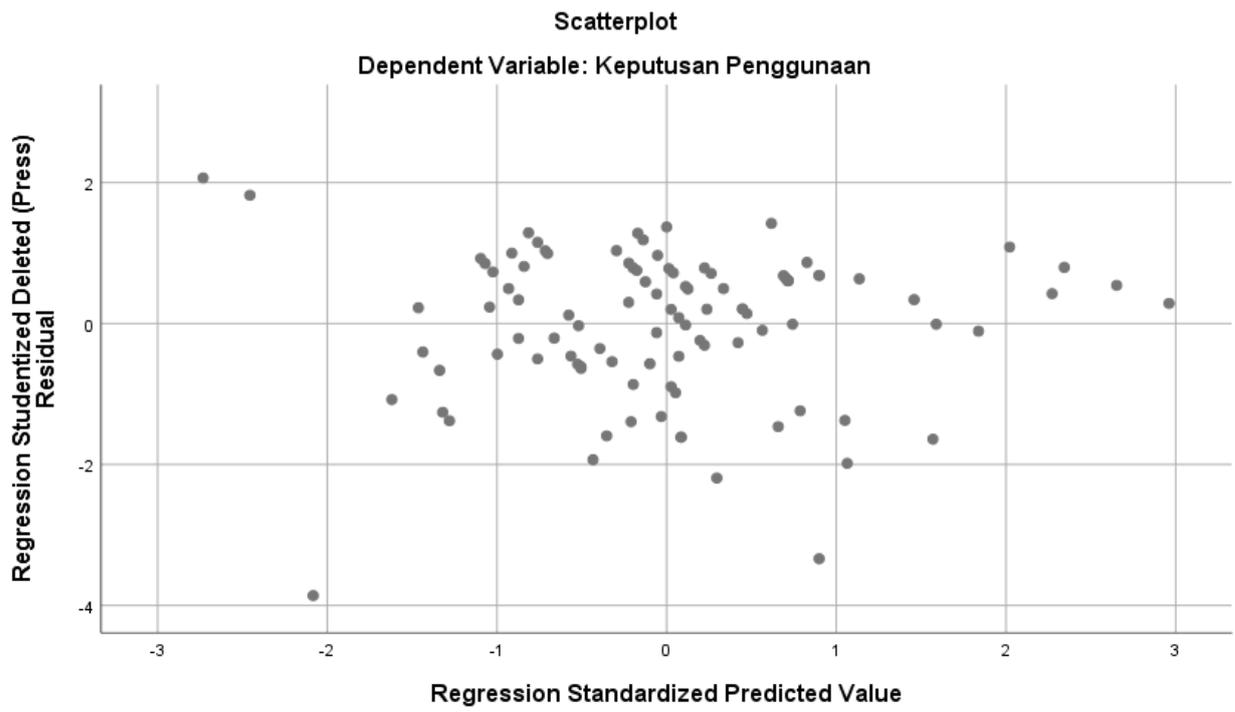
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	95,0% Confidence Interval for B		Correlations			Collinearity Statistics		
		B	Std. Error				Lower Bound	Upper Bound	Zero-order	Partial	Part	Tolerance	VIF	
1	(Constant)	-3.115	2.033		-1.532	.129	-7.151	.921						
	Persepsi Manfaat	.930	.071	.720	13.151	.000	.790	1.070	.909	.802	.480	.445	2.248	
	Harga	-.062	.110	-.034	-.563	.575	-.281	.157	.712	-.057	-.021	.359	2.784	
	Persepsi Risiko	.591	.112	.311	5.289	.000	.369	.812	.778	.475	.193	.385	2.600	

## a. Dependent Variable: Keputusan Penggunaan

Residual	-5.758	3.398	.000	1.810	100
Std. Residual	-3.132	1.848	.000	.985	100
Stud. Residual	-3.608	2.031	-.003	1.022	100
Deleted Residual	-7.764	4.103	-.011	1.958	100
Stud. Deleted Residual	-3.861	2.065	-.008	1.040	100
Mahal. Distance	.091	25.765	2.970	3.590	100
Cook's Distance	.000	1.205	.022	.122	100
Centered Leverage Value	.001	.260	.030	.036	100

## a. Dependent Variable: Keputusan Penggunaan





df = (N-2)	Tingkat signifikansi untuk uji satu arah				
	0.05	0.025	0.01	0.005	0.0005
	Tingkat signifikansi untuk uji dua arah				
	0.1	0.05	0.02	0.01	0.001
1	0.9877	0.9969	0.9995	0.9999	1.0000
2	0.9000	0.9500	0.9800	0.9900	0.9990
3	0.8054	0.8783	0.9343	0.9587	0.9911
4	0.7293	0.8114	0.8822	0.9172	0.9741
5	0.6694	0.7545	0.8329	0.8745	0.9509
6	0.6215	0.7067	0.7887	0.8343	0.9249
7	0.5822	0.6664	0.7498	0.7977	0.8983
8	0.5494	0.6319	0.7155	0.7646	0.8721
9	0.5214	0.6021	0.6851	0.7348	0.8470
10	0.4973	0.5760	0.6581	0.7079	0.8233
11	0.4762	0.5529	0.6339	0.6835	0.8010
12	0.4575	0.5324	0.6120	0.6614	0.7800
13	0.4409	0.5140	0.5923	0.6411	0.7604
14	0.4259	0.4973	0.5742	0.6226	0.7419
15	0.4124	0.4821	0.5577	0.6055	0.7247
16	0.4000	0.4683	0.5425	0.5897	0.7084
17	0.3887	0.4555	0.5285	0.5751	0.6932
18	0.3783	0.4438	0.5155	0.5614	0.6788
19	0.3687	0.4329	0.5034	0.5487	0.6652
20	0.3598	0.4227	0.4921	0.5368	0.6524
21	0.3515	0.4132	0.4815	0.5256	0.6402
22	0.3438	0.4044	0.4716	0.5151	0.6287
23	0.3365	0.3961	0.4622	0.5052	0.6178
24	0.3297	0.3882	0.4534	0.4958	0.6074
25	0.3233	0.3809	0.4451	0.4869	0.5974
26	0.3172	0.3739	0.4372	0.4785	0.5880
27	0.3115	0.3673	0.4297	0.4705	0.5790
28	0.3061	0.3610	0.4226	0.4629	0.5703
29	0.3009	0.3550	0.4158	0.4556	0.5620
30	0.2960	0.3494	0.4093	0.4487	0.5541
31	0.2913	0.3440	0.4032	0.4421	0.5465
32	0.2869	0.3388	0.3972	0.4357	0.5392
33	0.2826	0.3338	0.3916	0.4296	0.5322
34	0.2785	0.3291	0.3862	0.4238	0.5254
35	0.2746	0.3246	0.3810	0.4182	0.5189

df \ Pr	0.25	0.10	0.05	0.025	0.01	0.005	0.001
	0.50	0.20	0.10	0.050	0.02	0.010	0.002
81	0.67753	1.29209	1.66388	1.98969	2.37327	2.63790	3.19392
82	0.67749	1.29196	1.66365	1.98932	2.37269	2.63712	3.19262
83	0.67746	1.29183	1.66342	1.98896	2.37212	2.63637	3.19135
84	0.67742	1.29171	1.66320	1.98861	2.37156	2.63563	3.19011
85	0.67739	1.29159	1.66298	1.98827	2.37102	2.63491	3.18890
86	0.67735	1.29147	1.66277	1.98793	2.37049	2.63421	3.18772
87	0.67732	1.29136	1.66256	1.98761	2.36998	2.63353	3.18657
88	0.67729	1.29125	1.66235	1.98729	2.36947	2.63286	3.18544
89	0.67726	1.29114	1.66216	1.98698	2.36898	2.63220	3.18434
90	0.67723	1.29103	1.66196	1.98667	2.36850	2.63157	3.18327
91	0.67720	1.29092	1.66177	1.98638	2.36803	2.63094	3.18222
92	0.67717	1.29082	1.66159	1.98609	2.36757	2.63033	3.18119
93	0.67714	1.29072	1.66140	1.98580	2.36712	2.62973	3.18019
94	0.67711	1.29062	1.66123	1.98552	2.36667	2.62916	3.17921
95	0.67708	1.29053	1.66105	1.98525	2.36624	2.62858	3.17825
96	0.67705	1.29043	1.66088	1.98498	2.36582	2.62802	3.17731
97	0.67703	1.29034	1.66071	1.98472	2.36541	2.62747	3.17639
98	0.67700	1.29025	1.66055	1.98447	2.36500	2.62693	3.17549
99	0.67698	1.29016	1.66039	1.98422	2.36461	2.62641	3.17460
100	0.67695	1.29007	1.66023	1.98397	2.36422	2.62589	3.17374
101	0.67693	1.28999	1.66008	1.98373	2.36384	2.62539	3.17289
102	0.67690	1.28991	1.65993	1.98350	2.36346	2.62489	3.17206
103	0.67688	1.28982	1.65978	1.98326	2.36310	2.62441	3.17125
104	0.67686	1.28974	1.65964	1.98304	2.36274	2.62393	3.17045
105	0.67683	1.28967	1.65950	1.98282	2.36239	2.62347	3.16967
106	0.67681	1.28959	1.65936	1.98260	2.36204	2.62301	3.16890
107	0.67679	1.28951	1.65922	1.98238	2.36170	2.62256	3.16815
108	0.67677	1.28944	1.65909	1.98217	2.36137	2.62212	3.16741
109	0.67675	1.28937	1.65895	1.98197	2.36105	2.62169	3.16669
110	0.67673	1.28930	1.65882	1.98177	2.36073	2.62126	3.16598
111	0.67671	1.28922	1.65870	1.98157	2.36041	2.62085	3.16528
112	0.67669	1.28916	1.65857	1.98137	2.36010	2.62044	3.16460
113	0.67667	1.28909	1.65845	1.98118	2.35980	2.62004	3.16392
114	0.67665	1.28902	1.65833	1.98099	2.35950	2.61964	3.16326
115	0.67663	1.28896	1.65821	1.98081	2.35921	2.61926	3.16262
116	0.67661	1.28889	1.65810	1.98063	2.35892	2.61888	3.16198
117	0.67659	1.28883	1.65798	1.98045	2.35864	2.61850	3.16135
118	0.67657	1.28877	1.65787	1.98027	2.35837	2.61814	3.16074
119	0.67656	1.28871	1.65776	1.98010	2.35809	2.61778	3.16013
120	0.67654	1.28865	1.65765	1.97993	2.35782	2.61742	3.15954





MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI MUHAMMADIYAH  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA  
**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

Jl. Kapten Mukhtar Basri No. 3. Medan, Telp. 061-6624567, Kode Pos 20238

**PERMOHONAN JUDUL PENELITIAN**

No. Agenda: 2286/JDL/SKR/MAN/FEB/UMSU/26/2/2022

Medan, 26/2/2022

Kepada Yth.  
**Ketua Program Studi Manajemen**  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara  
di Medan

Dengan hormat,

Saya yang bertanda tangan di bawah ini,

Nama : M Rheza Febriansyah  
NPM : 1805160467  
Program Studi : Manajemen  
Konsentrasi : MANAJEMEN PEMASARAN

Dalam rangka proses penyusunan skripsi, saya bermohon untuk mengajukan judul penelitian berikut ini:

- Identifikasi Masalah : 1. Apakah persepsi manfaat, harga, dan persepsi resiko secara serempak berpengaruh signifikan terhadap keputusan penggunaan financial technology DANA pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis UMSU ?
2. Apakah persepsi manfaat berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan financial technology DANA pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis UMSU ?
3. Apakah harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan financial technology DANA pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis UMSU ?
4. Apakah persepsi resiko berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan financial technology DANA pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis UMSU ?
- Rencana Judul : 1. Pengaruh Persepsi Manfaat, Harga, Dan Persepsi Resiko Terhadap Keputusan Penggunaan Financial Teknologi Dana
2. Pengaruh Celebrity Endorser, Citra Merek, Dan Media Sosial Terhadap Keputusan Pembelian Produk Fashion Erigo
3. Pengaruh Brand Image, Content Richness, Dan Harga Terhadap Willingness To Subscribe Layanan Streaming Digital Netflix
- Objek/Lokasi Penelitian : Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Umsu
- Demikianlah permohonan ini saya sampaikan. Atas perhatiannya saya ucapkan terimakasih.

Hormat Saya  
Pemohon

(M Rheza Febriansyah)



MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI MUHAMMADIYAH  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA  
**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

Jl. Kapten Mukhtar Basri No. 3. Medan, Telp. 061-6624567, Kode Pos 20238

**PERSETUJUAN JUDUL PENELITIAN**

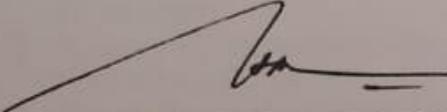
Nomor Agenda: 2286/JDL/SKR/MAN/FEB/UMSU/26/2/2022

Nama Mahasiswa : M Rheza Febriansyah  
NPM : 1805160467  
Program Studi : Manajemen  
Konsentrasi : MANAJEMEN PEMASARAN  
Tanggal Pengajuan Judul : 26/2/2022  
Nama Dosen Pembimbing\*) : Satria Mirsya Affandy Nst, SE, M.Si ..... 28/2/2022 .....

Judul Disetujui\*\*)

Pengaruh Persepsi Manfaat, Harga, dan  
Persepsi Resiko Terhadap Keputusan Penggunaan  
Financial Technology Dana Pada Mahasiswa  
Fakultas Ekonomi Dan Bisnis UMSU

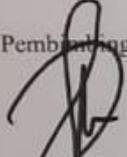
Disahkan oleh:  
Ketua Program Studi Manajemen



(Jasman Sarifuddin Hasibuan, SE., M.Si.)

Medan, 07 MARET 2022

Dosen Pembimbing



(Satria Mirsya Affandy Nst, SE, M.Si.)

Keterangan:

\*) Diisi oleh Pimpinan Program Studi

\*\*\*) Diisi oleh Dosen Pembimbing

Setelah disahkan oleh Prodi dan Dosen pembimbing, scan/foto dan uploadlah lembar ini pada form online "Upload Pengesahan Judul Skripsi"

**PENETAPAN DOSEN PEMBIMBING  
PROPOSAL / SKRIPSI MAHASISWA**

**NOMOR : 889 / TGS / IL.3-AU / UMSU-05 / F / 2022**

*Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh*

Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara, berdasarkan Persetujuan permohonan judul penelitian Proposal / Skripsi dari Ketua / Sekretaris :

**Program Studi** : **Manajemen**  
**Pada Tanggal** : **11 April 2022**

Dengan ini menetapkan Dosen Pembimbing Proposal / Skripsi Mahasiswa :

**Nama** : **M. Rezha Febriansyah**  
**N P M** : **1805160467**  
**Semester** : **VIII (Delapan)**  
**Program Studi** : **Manajemen**  
**Judul Proposal / Skripsi** : **Pengaruh Persepsi Manfaat, Harga, dan Persepsi Resiko terhadap Keputusan Penggunaan Financial Technology DANA pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis UMSU**

**Dosen Pembimbing** : **Satria Mirsya Affandy Nasution, SE.,M.Si.**

Dengan demikian di izinkan menulis Proposal / Skripsi dengan ketentuan :

1. Penulisan berpedoman pada buku panduan penulisan Proposal/ Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis UMSU.
2. Pelaksanaan Sidang Skripsi harus berjarak 3 bulan setelah dikeluarkannya Surat Penetapan Dosen Pembimbing Skripsi
3. **Proyek Proposal / Skripsi** dinyatakan " **BATAL** " bila tidak selesai sebelum Masa Daluarsa tanggal : **11 April 2023**
4. Revisi Judul.....

*Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh.*



Ditetapkan di : Medan  
Pada Tanggal : 10 Ramadhan 1443 H  
11 April 2022 M



Dekan

**H. JANURI, SE.,MM.,M.Si.**  
**NIDN : 0109086502**

**Tembusan :**

1. Pertinggal

Nomor : 889 /II.3-AU/UMSU-05/ F / 2022  
Lampiran :  
Perihal : IZIN RISET PENDAHULUAN

Medan, 10 Ramadhan 1443 H  
11 April 2022 M

Kepada Yth.  
Bapak / Ibu Pimpinan  
Wakil Rektor I UMSU  
Jln.Muchtar Basri No.3 Medan  
Di tempat

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Dengan hormat, sehubungan mahasiswa kami akan menyelesaikan studi, untuk itu kami memohon kesediaan Bapak / Ibu sudi kiranya untuk memberikan kesempatan pada mahasiswa kami melakukan riset di **Perusahaan / Instansi** yang Bapak / Ibu pimpin, guna untuk penyusunan skripsi yang merupakan salah satu persyaratan dalam menyelesaikan Program **Studi Strata Satu ( S-1 )**

Adapun mahasiswa/i di Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara tersebut adalah:

Nama : **M. Rezha Febriansyah**  
Npm : **1805160467**  
Jurusan : **Manajemen**  
Semester : **VIII (Delapan)**  
Judul : **Pengaruh Persepsi Manfaat, Harga, dan Persepsi Resiko terhadap Keputusan Penggunaan Financial Technology DANA pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis UMSU**

Demikianlah surat kami ini, atas perhatian dan kerjasama yang Bapak / Ibu berikan kami ucapkan terima kasih.

Wassalamu 'alaikum Wr.Wb



Dekan

**H. JANURI, SE.,MM.,M.Si.**  
**NIDN:0109086502**

Tembusan :

1. Peringgal



MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PENELITIAN & PENGEMBANGAN PIMPINAN PUSAT MUHAMMADIYAH  
**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA**  
**( UMSU )**

**UMSU**

Unggul | Cerdas | Terpercaya

Terakreditasi A Berdasarkan Keputusan Badan Akreditasi Nasional Perguruan Tinggi No. 89/SK/BAN-PT/Akred/PT/III/2019

Pusat Administrasi: Jalan Mukhtar Basri No. 3 Medan 20238 Telp. (061) 6622400 - 66224567 Fax. (061) 6625474 - 6631003

<https://umsu.ac.id>

[rektor@umsu.ac.id](mailto:rektor@umsu.ac.id)

[umsumedan](#)

[umsumedan](#)

[umsumedan](#)

[umsumedan](#)

Bila menjawab surat ini agar disebutkan nomor dan tanggalnya

Nomor : 2624 /II.3-AU/UMSU/F/2022  
Lamp. : -  
Hal : **Izin Riset**

07 Dzul hijjah 1443 H  
06 Juli 2022 M

Kepada Yth :  
**Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis**  
**Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara**  
di-  
**Medan.**

*Assalamu'alaikum warahmatullah wabarakatuh*

Dengan hormat, teriring salam dan do'a semoga Saudara dan jajaran selalu berada dalam naungan Allah SWT. Dan dimudahkan dalam melaksanakan aktivitas sehari-hari. Amin.

Dengan hormat, menindaklanjuti surat dari Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara Nomor: 889/II.3-AU/UMSU-05/F/2022 tanggal 11 April 2022 perihal Izin Riset, maka bersama ini kami memberikan izin Riset di Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara (UMSU) sebagai berikut:

Nama : **M. Rezha Febriansyah**  
NPM : 1805160467  
Jurusan : Manajemen  
Semester : VIII (Delapan)  
Judul : **Pengaruh Persepsi Manfaat, Harga, dan Persepsi Resiko terhadap Keputusan Penggunaan Financial Technology DANA pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis UMSU**

Demikian hal ini kami disampaikan, atas perhatian dan kerjasama yang baik diucapkan terima kasih.

*Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh*



a.n. Rektor  
Wakil Rektor I

**Prof. Dr. Muhammad Arifin, S.H., M.Hum**  
NIP: 195701131987031002

**Tembusan :**

1. Bapak Rektor sebagai laporan;



MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

Jalan Kapten Muchtar Basri No. 3 Medan 20238 Telp. (061) 6623301  
Website: <http://www.umsu.ac.id> Email:

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

BERITA ACARA BIMBINGAN PROPOSAL

Nama : M Rheza Febriansyah  
NPM : 1805160467  
Program Studi : Manajemen  
Konsentrasi : Pemasaran  
Dosen Pembimbing : Satria Mirsya Affandy Nst, S.E., M.Si.  
Judul Penelitian : Persepsi Manfaat, Harga, dan Persepsi Resiko terhadap Keputusan Penggunaan Financial Teknologi DANA pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis UMSU

ITEM	HASIL EVALUASI	TANGGAL	PARAF
BAB 1	- Perbaiki latar belakangnya - Tambahkan penelitian sebelumnya - dan data	11/3-2022	
BAB 2	- Tambahkan Teori - Jurnal Penelitian dosen dimasukan	17/3-2022	
BAB 3	- Perbaiki Indikator + Sumber penelitian.	24/3-2022	
Daftar Pustaka	- Gunakan referensi mendayu	31/3-2022	
Instrumen Pengumpulan Data Penelitian	- Perbaiki terkait dengan Penelitian	6/4-2022	
Persetujuan Seminar Proposal	- Acc Seminar proposal	9/4-2022	

Diketahui Oleh  
Ketua Program Studi

Medan, Maret 2022  
Disetujui Oleh  
Dosen Pembimbing

(JASMAN SARIPUDDIN HSB., S.E., M.Si)

(SATRIA MIRSYA AFFANDY NST, S.E., M.Si)



MAJLIS PENDIDIKAN TINGGI MUHAMMADIYAH  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA  
**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**  
Jl. Kapt. Muchtar Basri No. 3 ☎ (061) 6624567 Ext: 304 Medan 20238

**BERITA ACARA SEMINAR PROPOSAL JURUSAN MANAJEMEN**

Pada hari ini Rabu, 20 April 2022 telah diselenggarakan seminar Proposal Program Studi Manajemen menerangkan bahwa :

**N a m a** : M Rheza Febriansyah  
**N . P . M .** : 1805160467  
**Tempat / Tgl.Lahir** : Kisaran, 28 Februari 19984  
**Alamat Rumah** : Jl. Arwana Lk 2, Sidomukti, Kisaran Barat,  
**JudulProposal** : Pengaruh Persepsi Manfaat, Harga, dan Persepsi Resiko Terhadap Keputusan Penggunaan Financial Technology DANA pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis UMSU

Disetujui / tidak disetujui \*)

Item	Komentar
Judul	.....
Bab I	Perbaiki latar belakang masalah, fokus pada permasalahan
Bab II	Perbaiki penjelasan disetiap awal sub bab landasan teori Perbaiki kerangka konseptual penelitian
Bab III	perbaiki jadwal dan waktu penelitian
Lainnya	.....
Kesimpulan	<input checked="" type="checkbox"/> Lulus <input type="checkbox"/> Tidak Lulus

Medan, Rabu, 20 April 2022

**TIM SEMINAR**

Ketua

Jasman Saripuddin, S.E., M.Si.

Pemlindung

Satria Mirsya Afandy Nst, S.E., M.Si.

Sekretaris

Assoc.Prof Dr. Jufrizen, SE., M.Si.

Pembanding

Dr. Fajar Pasaribu, SE., M.Si.

31/5 2022



PENGESAHAN PROPOSAL

Berdasarkan hasil Seminar proposal Program Studi Manajemen yang diselenggarakan pada hari **Rabu, 20 April 2022** menerangkan bahwa:

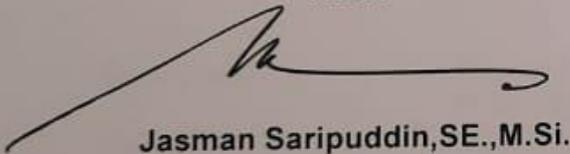
Nama : M Rheza Febriansyah  
N .P.M. : 1805160467  
Tempat / Tgl.Lahir : Kisaran, 28 Februari 1998  
Alamat Rumah : Jl. Arwana Lk 2, Sidomukti, Kisaran Barat,  
JudulProposal :Pengaruh Persepsi Manfaat, Harga, dan Persepsi Resiko Terhadap Keputusan Penggunaan Financial Technology DANA pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis UMSU

Proposal dinyatakan syah dan memenuhi Syarat untuk menulis Skripsi dengan pembimbing : *Satria Mirsya Affandy Nst, S.E.,M.Si.*

Medan, Rabu, 20 April 2022

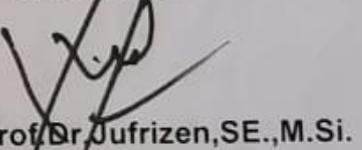
TIM SEMINAR

Ketua



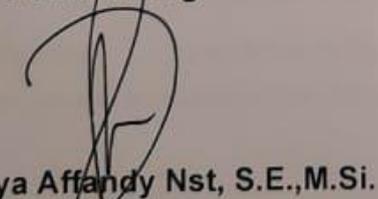
Jasman Saripuddin,SE.,M.Si.

Sekretaris



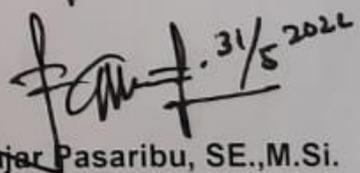
Assoc.Prof.Dr.Jufrizen,SE.,M.Si.

Pembimbing



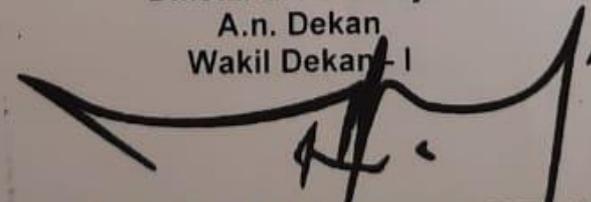
Satria Mirsya Affandy Nst, S.E.,M.Si.

Pembanding



Dr.Fajar Pasaribu, SE.,M.Si.

Diketahui / Disetujui  
A.n. Dekan  
Wakil Dekan - I



Assoc.Prof. Dr. Ade Gunawan, S.E., M.Si.  
NIDN : 0105087601



**UMSU**

Unggul | Cerdas | Terpercaya

Bila menjawab surat ini, agar disebutkan nomor dan tanggalnya.

MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PENELITIAN & PENGEMBANGAN PIMPINAN PUSAT MUHAMMADIYAH  
**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA**  
**UPT. PERPUSTAKAAN**

Terakreditasi A Berdasarkan Ketetapan Perpustakaan Nasional Republik Indonesia No. 00059/LAP.PT/IX.2018

Pusat Administrasi : Jalan Kapten Mukhtar Basri No. 3 Medan 20238 Telp. (061) 66224567

• <http://perpustakaan.umsu.ac.id> • [perpustakaan@umsu.ac.id](mailto:perpustakaan@umsu.ac.id) • [perpustakaan\\_umsu](https://www.instagram.com/perpustakaan_umsu)

**SURAT KETERANGAN**

Nomor : 1499/ KET/II.3-AU /UMSU-P/M/2022

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Berdasarkan hasil pemeriksaan data pada Sistem Perpustakaan, maka Kepala Unit Pelaksana Teknis (UPT) Perpustakaan Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara dengan ini menerangkan :

**Nama : M Rheza Febriansyah**  
**NPM : 1805160467**  
**Fakultas : Ekonomi dan Bisnis**  
**Jurusan : Manajemen**

telah menyelesaikan segala urusan yang berhubungan dengan Perpustakaan Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara Medan.

Demikian surat keterangan ini diperbuat untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Medan, 21 Muharam 1444 H.  
19 Agustus 2022 M.

**Kepala UPT Perpustakaan**

**Assoc. Prof. Muhammad Arifin, M.Pd.**



**UMSU**  
Unggul | Cerdas | Terpercaya

Bila menjawab surat ini agar disebutkan nomor dan langkahnya

MAELIS PENDIDIKAN TINGGI PENELITIAN & PENGEMBANGAN PIMPINAN PUSAT MUHAMMADIYAH  
**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA**  
**( UMSU )**

Terakreditasi A Berdasarkan Keputusan Badan Akreditasi Nasional Perguruan Tinggi No. 89/SK/BAN-PT/Akred/PT/III/2019

Pusat Administrasi: Jalan Mukhtar Basri No. 3 Medan 20238 Telp. (061) 6622400 - 66224567 Fax. (061) 6625474 - 6631003

<https://umsu.ac.id> [rektor@umsu.ac.id](mailto:rektor@umsu.ac.id) [umsumedan](#) [umsumedan](#) [umsumedan](#) [umsumedan](#)

**SURAT KETERANGAN**

Nomor : 3063/KET/II.3-AU/UMSU/F/2022

*Bismillahirrahmanirrahim*

Pimpinan Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara (UMSU), dengan ini menerangkan bahwa:

Nama : **M. Rezha Febriansyah**  
NPM : 1805160467  
Jurtusan : Manajemen  
Semester : VIII (Delapan)  
Fakultas : FEB

**Benar** yang bersangkutan telah melaksanakan Riset di Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara (UMSU) dengan **Judul Pengaruh Persepsi Manfaat, Harga, dan Persepsi Resiko Terhadap Keputusan Penggunaan Financial Technology DANA Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis UMSU.**

Demikian surat keterangan ini dikeluarkan dengan sebenarnya untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Medan, 10 Muharram 1444 H  
09 Agustus 2022 M



*C.c. File*

a.n.Rektor  
Wakil Rektor I  
  
**Prof. Dr. Mhd. Azzin, S.H., M.Hum**  
NIP. 185701131987031002