PENGARUH KEPERCAYAAN, PERSEPSI KEMUDAHAN PENGGUNA DAN MOTIVASI HEDONIS TERHADAP MINAT PENGGUNA DOMPET DIGITAL OVO PADA MAHASISWA KAMPUS DI JAKARTA BARAT

TUGAS AKHIR
SKRIPSI

RICHO VALLENTINO
43121010396

PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA
2025

lib.mercubuana.ac.id

PENGARUH KEPERCAYAAN, PERSEPSI KEMUDAHAN PENGGUNA DAN MOTIVASI HEDONIS TERHADAP MINAT PENGGUNA DOMPET DIGITAL OVO PADA MAHASISWA KAMPUS DI JAKARTA BARAT

TUGAS AKHIR
SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana

RICHO VALLENTINO
43121010396

PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA
2025

lib.mercubuana.ac.id

SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Richo Vallentino

NIM : 43121010396

Program Studi : Manajemen S-1

Menyatakan bahwa proposal skripsi ini adalah murni hasil karya saya sendiri, apabila saya mengutip dari hasil karya orang lain maka saya mencantumkan sumbernya sesuai dengan ketentuan yang berlaku. Saya bersedia dikenakan sanksi pembatalan proposal skripsi ini apabila terbukti melakukan Tindakan Plagiat (penjiplakan).

Demikianlah pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Jakarta, 3 Juli 2025



Richo Vallentino
NIM 43121010396

lib.mercubuana.ac.id

MERCU BUANA	**BIRO PERPUSTAKAAN** **UNIVERSITAS MERCU BUANA**	Q

No.Dokumen	1-1-3.4.11.00	Distribusi					
Tgl. Efektif	25 September 2024						

SURAT KETERANGAN HASIL UJI TURNITIN

Nama	: RICHO VALLENTINO
NIM	: 43121010396
Fakultas / Program Studi	: FEB / Manajemen
Jenis	: Skripsi
Judul Tugas Akhir	: PENGARUH KEPERCAYAAN, PERSEPSI KEMUDAHAN PENGGUNA DAN MOTIVASI HEDONIS TERHADAP MINAT PENGGUNA DOMPET DIGITAL OVO PADA MAHASISWA KAMPUS DI JAKARTA BARAT
Hasil Pengecekan Turnitin	: 29%

Telah dilakukan pengecekan Similarity menggunakan aplikasi **Turnitin** dengan hasil presentase kemiripan sebesar **29%** dan dinyatakan memenuhi syarat untuk mengajukan sidang tugas akhir sesuai dengan ketentuan yang berlaku di Universitas Mercu Buana. Hasil uji Turnitin terlampir.

Demikian surat keterangan ini dibuat dan digunakan sebagaimana mestinya.

Jakarta, 20 January 2026
Kepala Biro Perpustakaan

Muhammad Arif Budiyanto, M.Hum

Ket: Surat keterangan ini sebagai salah satu syarat untuk pendaftaran sidang Skripsi.

2026/Januari/20/0000000725/Muhammad Arif Budiyanto, M.Hum

UNIVERSITAS MERCU BUANA

lib.mercubuana.ac.id

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Tugas Akhir ini diajukan oleh:

Nama	:	Richo Vallentino
NIM	:	43121010396
Fakultas/Program Studi	:	Ekonomi dan Bisnis/S1 Manajemen
Judul Tugas Akhir	:	Pengaruh Kepercayaan, Persepsi Kemudahan Pengguna Dan Motivasi Hedonis Terhadap Minat Pengguna Dompet Digital OVO Pada Mahasiswa Kampus Di Jakarta Barat

Telah berhasil dipertahankan pada sidang tanggal 18 September 2025 dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana pada Program Studi S1 Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Mercu Buana.

Disahkan oleh :

Pembimbing

Dr. Tafiprios, S.E., M.M
NIDN/NUPTK: 0302106401

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis	Ketua Program Studi S1 Manajemen
Dr. Nurul Hidayah, M.Si., Ak., CA	Dudi Permana, Ph.D
NIDN/NUPTK: 0307036901	NIDN/NUPTK: 1018037701

LPTA-01265979

Scan QR or click here to Verification

UNIVERSITAS MERCU BUANA

lib.mercubuana.ac.id

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur penulis ucapkan kepada Allah SWT karena atas rahmat dan karunia yang diberikan, sehingga penulis dapat menyelesaikan proposal skripsi yang berjudul "Pengaruh Kepercayaan, Persepsi Kemudahan Pengguna dan Motivasi Hedonis Terhadap Minat Pengguanaan Dompet Digital OVO Pada Mahasiswa Kampus Jakarta Barat".

Penulisan skripsi ini disusun untuk melengkapi tugas akhir dalam rangka memenuhi syarat untuk mencapai gelar sarjana ekonomi pada fakultas ekonomi dan bisnis Universitas Mercu Buana Jakarta. Dalam penulisan skripsi ini, penulis mendapat bantuan dari berbagai pihak dalam menyelesaikan penulisan ini, dengan segala kerendahan hati penulis ingin mengucapkan terima kasih atas segala bantuan, bimbingan dan dukungan yang telah diberikan sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.

Oleh karena itu, penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada Dr. Tafiprios, SE., M.M selaku dosen pembimbing skripsi yang telah sabar membimbing, mengarahkan, memberikan semangat yang tiada hentinya dan saran-saran beserta motivasi kepada penulis sehingga skripsi ini dapat tersusun dan semua pihak yang telah membantu dalam menyelesaikan skripsi ini terutama kepada:

1. Terima kasih kepada kedua Orang Tua saya tercinta dengan kasih sayang yang tak terhingga dan support yang tiada henti dalam memberikan doa dan motivasi yang telah diberikan selama ini.
2. Bapak Prof. Dr. Ir. Andi Adriansyah, M.Eng, selaku Rektor Universitas Mercu Buana.
3. Ibu Dr. Nurul Hidayah, M.Si, Ak. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis.
4. Bapak Dudi Permana, Ph.D selaku Ketua Program Studi manajemen S1 Fakultas Ekonomi dan Bisnis.
5. Ibu Daru Asih, Dr., M.Si selaku dosen metodologi penelitian yang telah memberikan ilmu serta pengetahuan mengenai metodologi penelitian pemasaran.

lib.mercubuana.ac.id

6. Seluruh dosen dan staf Program Studi Manajemen S1 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana yang sudah memberikan segenap ilmunya.
7. Seluruh Teman-teman Manejemen S1 FEB Universitas Mercu Buana angkatan 2021 yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu. Semoga kita bisa mewujudkan seluruh impian kita.

Penulis sangat menyadari sepenuhnya bahwa dalam penulisan skripsi ini masih sangat jauh dari kata sempurna karena keterbatasan pengalaman dan pengetahuan yang dimiliki penulis. Oleh karena itu, penulis berhadap dari segala pihak bentuk saran dan kritik yang membangun semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi orang banyak. Akhir kata penulis mengucapkan mohon maaf apabila ada kesalahan dalam penulisan skripsi ini, Terima kasih.

Jakarta, 3 juli 2025

Richo Vallentino

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

lib.mercubuana.ac.id

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR DI REPOSITORI UMB

Sebagai sivitas akademik Universitas Mercu Buana, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama	: Richo Vallentino
NIM	: 43121010396
Fakultas/Program Studi	: Ekonomi dan Bisnis/ S1 Manajemen
Judul Tugas Akhir	: Pengaruh Kepercayaan, Persepsi Kemudahan Pengguna Dan Motivasi Hedonis Terhadap Minat Pengguna Dompet Digital OVO Pada Mahasiswa Kampus Di Jakarta Barat

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, dengan ini memberikan izin dan menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Mercu Buana **Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif** (***Non-exclusive Royalty-Free Right***) atas karya ilmiah saya yang berjudul di atas beserta perangkat yang ada (jika diperlukan).

Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini Universitas Mercu Buana berhak menyimpan, mengalihmedia/format-kan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan Tugas Akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta, 7 September 2026

Yang menyatakan,



Richo Vallentino

lib.mercubuana.ac.id

PENGARUH KEPERCAYAAN, PERSEPSI KEMUDAHAN PENGGUNA DAN MOTIVASI HEDONIS TERHADAP MINAT PENGGUNA DOMPET DIGITAL OVO PADA MAHASISWA KAMPUS DI JAKARTA BARAT

RICHO VALLENTINO

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji pengaruh Kepercayaan, persepsi Kemudahan Pengguna, dan Motivasi Hedonis terhadap minat penggunaan dompet digital OVO pada mahasiswa kampus Jakarta Barat. Metode penarikan sampel penelitian ini menggunakan teknik purposive sampling dimana sampel berjumlah 125 responden. Penelitian ini merupakan jenis penelitian kuantitatif kemudian metode analisis data yang digunakan adalah *Partial Least Square* (PLS) versi 3.2.9. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan OVO, yang berarti semakin tinggi tingkat kepercayaan terhadap keamanan dan keandalan aplikasi maka semakin tinggi pula minat penggunaannya. Persepsi Kemudahan juga berpengaruh positif dan signifikan, menandakan bahwa kemudahan akses dan pemahaman fitur mendorong minat mahasiswa untuk menggunakan OVO. Demikian pula, Motivasi Hedonis terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan, yang menunjukkan bahwa kesenangan dan kepuasan emosional saat bertransaksi menjadi faktor pendorong utama. Model penelitian ini memiliki kemampuan prediktif yang kuat terhadap minat penggunaan dompet digital. Hal ini menunjukkan bahwa kombinasi faktor kepercayaan, persepsi kemudahan, dan motivasi hedonis dapat dijadikan dasar bagi pengembangan strategi pemasaran digital.

Kata Kunci: Kepercayaan, Kemudahan Pengguna, Mootivasi Hedonis, Minat Penggunaan

lib.mercubuana.ac.id

THE EFFECT OF TRUST, PERCEIVED EASE OF USE, AND HEDONIC MOTIVATION ON UNIVERSITY STUDENTS' INTEREST IN THE OVO DIGITAL WALLET IN WEST JAKARTA

RICHO VALLENTINO

ABSTRACT

This study aims to examine the influence of Trust, perceived Ease of Use, and Hedonic Motivation on the interest in using the OVO digital wallet among students at a West Jakarta campus. The sampling method for this study used a purposive sampling technique with a sample size of 125 respondents. This study is a quantitative study and the data analysis method used is Partial Least Square (PLS) using the SEM-PLS application version 3.2.9. The results show that Trust has a positive and significant effect on the interest in using OVO, meaning that the higher the level of trust in the security and reliability of the application, the higher the interest in using it. Perceived Ease of Use also has a positive and significant effect, indicating that ease of access and understanding of features encourage students' interest in using OVO. Similarly, Hedonic Motivation is proven to have a positive and significant effect on interest in use, indicating that pleasure and emotional satisfaction during transactions are the main driving factors. This research model has strong predictive ability on the interest in using digital wallets. This shows that the combination of trust, perceived ease of use, and hedonic motivation can be used as a basis for developing digital marketing strategies.

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Keywords: Trust, User-friendliness, Hedonic Motivation, Usage Interest

lib.mercubuana.ac.id

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL **0**
HALAMAN JUDUL ..... **i**
SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI ..... **ii**
SURAT KETERANGAN HASIL UJI TURNITIN ..... **iii**
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI ..... **iv**
KATA PENGANTAR ..... **v**
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR DI REPOSITORI UMB ..... **vii**
ABSTRAK ..... **viii**
ABSTRACT ..... **ix**
DAFTAR ISI ..... **x**
DAFTAR TABEL ..... **xii**
DAFTAR GAMBAR ..... **xiii**
DAFTAR LAMPIRAN ..... **xiv**

BAB I PENDAHULUAN **1**
1.1 Latar Belakang 1
1.2 Rumusan Masalah 12
1.3 Tujuan Masalah 13
1.4 Kontribusi Penelitian 13

BAB II KAJIAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS **15**
2.1 Kajian Pustaka 15
2.1.1 Manajemen Pemasaran 15
2.1.2 Teori Technology Acceptance Model (TAM) 16
2.1.3 Kepercayaan 18
2.1.4 Kemudahan Pengguna 21
2.1.5 Motivasi Hedonis 25
2.1.6 Minat Penggunaan 28
2.2 Penelitian Terdahulu 31
2.3 Pengembangan Hipotesis 39
2.3.1 Pengaruh Kepercayaan Terhadap Minat Penggunaan 39
2.3.2 Persepsi Kemudahan PenggunaTerhadap Minat Penggunaan 40
2.3.3 Motivasi Hedonis Terhadap Minat Penggunaan 41
2.4 Kerangka Konseptual 42

BAB III METODE PENELITIAN **44**
3.1 Waktu dan Tempat Penelitian 44
3.2 Desain Penelitian 44
3.3 Definisi dan Operasionalisasi Variabel 45
3.3.1 Definisi Variabel 45
3.3.2 Oprasional Variabel 45

lib.mercubuana.ac.id

3.4 Skala Pengukuran Variabel 47
3.5 Populasi dan Sampel..... 48
3.5.1 Populasi Penelitian..... 48
3.5.2 Sampel Penelitian..... 48
3.6 Metode Pengumpulan Data 50
3.7 Metode Analisis Data 51
3.7.1 Analisis Deskriptif 51
3.7.2 Uji Instrumen 52
3.7.3 Analisis Partial Least Square 53

BAB IV HASIL & PEMBAHASAN..... 58
4.1 Deskripsi Objek Penelitian..... 58
4.2 Statistik Deskriptif..... 60
4.2.1 Karakteristik Responden..... 60
4.2.2 Deskripsi Variabel..... 64
4.3 Hasil Uji..... 68
4.3.1 Model Pengukuran (Outer Model)..... 68
4.3.2 Model Struktural (Inner Model)..... 75
4.4 Pembahasan Hasil Penelitian..... 79
4.4.1 Pengaruh Kepercayaan (X1) terhadap Minat Penggunaan (Y)..... 79
4.4.2 Pengaruh Persepsi Kemudahan (X2) terhadap Minat Penggunaan (Y)..... 80
4.4.3 Pengaruh Motivasi Hedonis (X3) terhadap Minat Penggunaan (Y)..... 81

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN..... 83
5.1 Kesimpulan..... 83
5.2 Saran..... 83

DAFTAR PUSTAKA..... 86
LAMPIRAN..... 90

UNIVERSITAS MERCU BUANA

lib.mercubuana.ac.id

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data Demografis Responden Pengguna OVO di Jakarta Barat 3
Tabel 1.2 Metode pembayaran yang Sering Digunakan (2021 - 2023) 4
Tabel 1.3 Merek dompet digital yang Digunakan (2021 - 2023)..... 6
Tabel 1.4 Pra-Survei..... 9
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu 31
Tabel 3.1 Oprasional Variabel 46
Tabel 3.2 Skala Likert 48
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin 60
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia..... 60
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir 61
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Semester 62
Tabel 4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan/ Uang Saku Per Bulan..... 62
Tabel 4.6 Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi Penggunaan..... 63
Tabel 4.7 Uji Deskriptif Variabel Kepercayaan (X1) 64
Tabel 4.8 Uji Deskriptif Variabel Persepsi Kemudahan (X2) 65
Tabel 4.9 Uji Deskriptif Variabel Motivasi Hedonis (X3) 66
Tabel 4.10 Uji Deskriptif Variabel Minat Penggunaan (Y)..... 67
Tabel 4.11 Hasil Pengujian *Convergent Validity*..... 69
Tabel 4.12 Pengujian Discriminant Validity (*Cross Loading*) 71
Tabel 4.13 Hasil Pengujian AVE 73
Tabel 4.14 Hasil Pengujian *Composite Reliability* dan *Cronbach's Alpha* 74
Tabel 4.15 Nilai R-Square (R^2)..... 75
Tabel 4.16 Hasil Pengujian Q-Square (Q^2)..... 76
Tabel 4.17 Hasil Pengujian Hipotesis..... 76

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

lib.mercubuana.ac.id

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Logo OVO 2
Gambar 2.1 Kerangka Konseptual 43
Gambar 4.1 Logo Dompet Digital OVO 58
Gambar 4.2 Hasil Algoritma PLS 70
Gambar 4.3 Hasil Uji *Bootstrapping* 77

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

lib.mercubuana.ac.id

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner Penelitian Identitas Responden 90
Lampiran 2. Tabulasi Penelitian 95
Lampiran 3. Hasil Statistik Deskriptif 109
Lampiran 4. Hasil Convergent Validity 111
Lampiran 5. Hasil Discriminant Validity 113
Lampiran 6. Hasil Uji Reliabilitas 114
Lampiran 7. Hasil R-Square 114
Lampiran 8. Hasil Q2 114

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

lib.mercubuana.ac.id