

**PENGARUH PERCEIVED EASE OF USE, LITERASI
KEUANGAN DAN HEDONIC MOTIVATION TERHADAP
BEHAVIORAL INTENTION TRANSAKSI KEUANGAN
DIGITAL (E-WALLET OVO PADA MAHASISWA
KARYAWAN DI JAKARTA)**

SKRIPSI



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA
2023**

**PENGARUH PERCEIVED EASE OF USE, LITERASI
KEUANGAN DAN HEDONIC MOTIVATION TERHADAP
BEHAVIORAL INTENTION TRANSAKSI KEUANGAN
DIGITAL (E-WALLET OVO PADA MAHASISWA
KARYAWAN DI JAKARTA)**

Skripsi Diajukan Sebagai Salah Satu Untuk Memenuhi Persyaratan Memperoleh
Gelar Sarjana Ekonomi pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Progam Studi
Manajemen Universitas Mercu Buana
Jakarta



Suryawati
43119110096

PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MERCU BUANA

SURAT PERNYATAN KARYA SENDIRI

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Suryawati

Nim : 43119110096

Program Studi : Manajemen

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

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta, 26 Januari 2024



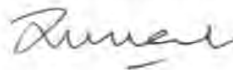
SURYAWATI

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Suryawati
NIM : 43119110096
Program Studi : S1 Manajemen
Judul Skripsi : Pengaruh Perceived Ease Of Use, Literasi Keuangan dan Hedonic
Motivation Terhadap Behavioral Intention Transaksi Keuangan Digital
(E-Wallet Ovo Pada Mahasiswa Karyawan di Jakarta)
Tanggal Sidang : 4 Maret 2024

Disahkan oleh :

Pembimbing



Dr. Augustina Kurniasih, ME

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Ketua Program Studi S1 Manajemen



Dr. Nurul Hidayah, M.Si., Ak., CA



Dudi Permana, Ph.D

LPTA 03243621



Please Scan QRCode to Verify

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *perceived ease of use*, literasi keuangan dan *hedonic motivation* terhadap *behavioral intention* transaksi keuangan digital (E-Wallet OVO pada mahasiswa karyawan di Jakarta). Metode penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Populasi dan sampel -penelitian ini adalah 190 mahasiswa karyawan pengguna E-Wallet OVO. Teknik pengambilan sampel yang dilakukan *Non Probability Sampling*.. Hasil penelitian membuktikan bahwa *Hedonic motivation* berpengaruh positif terhadap *behavioral intention*. *Perceived ease of use* berpengaruh positif terhadap *behavioral intention*. Literasi keuangan tidak berpengaruh terhadap *behavioral intention*.

Kata Kunci : *Perceived Ease Of Use, Literasi Keuangan, Hedonic Motivation Dan Behavioral Intention*



ABSTRACT

This study aims to analyze empirical evidence of the effect of perceived ease of use, financial literacy and hedonic motivation on the behavioral intention of digital financial transactions (OVO E-Wallet for student employees in Jakarta). This research method uses quantitative methods, the population and sample in this study are 190 student employees using OVO E-Wallet. The sampling technique used is Non Probability Sampling. Non-probability Sampling is a sampling technique that does not provide equal opportunities or opportunities for every element or member of the population to be selected as a sample. The results of the temporary study state that perceived ease of use has a positive effect on behavioral intention, financial literacy has not effect on behavioral intention and hedonic motivation has a positive effect on behavioral intention.

Keywords: *Perceived Ease Of Use, Financial Literacy, Hedonic Motivation And Behavioral Intention*



KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kehadiran Tuhan Yang Maha Esa atas limpahan rahmat-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul **“Pengaruh Perceived Ease of Use, Literasi Keuangan Dan Hedonic Motivation Terhadap Behavioral Intention Transaksi Keuangan Digital (E-Wallet Ovo pada Mahasiswa Karyawan di Jakarta)”**. Skripsi ini merupakan syarat untuk memperoleh gelar sarjana pada Program Studi S1 Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.

Penyusunan skripsi ini tidak lepas dari bimbingan, bantuan dan dukungan yang sangat berarti dari berbagai pihak. Penulis mengucapkan terimakasih banyak kepada Ibu Dr. Augustina Kurniasih, ME, selaku dosen pembimbing yang telah memberikan arahan, kritik, saran pengetahuan, waktu serta motivasi kepada penulis sehingga skripsi ini dapat diselesaikan tepat waktu. Oleh karena itu, dalam kesempatan ini penulis ingin berterima kasih kepada semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini kepada :

1. Bapak Prof. Dr. Ir. Andi Adriansyah, M.Eng., selaku Rektor Universitas Mercu Buana.
2. Ibu. Augustina Kurniasih, ME selaku Dosen Pembimbing.
3. Ibu Dr. Nurul Hidayah, M.Si, Ak selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Mercu Buana.
4. Bapak Dudi Permana, MM, Ph.D selaku Ketua Program Studi S1 Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Mercu Buana.
5. Para dosen di FEB Universitas Mercu Buana yang dengan dedikasinya dan keikhlasannya mencurahkan segala ilmu yang dimilikinya untuk diberikan kepada kami. Semoga di hadapan Tuhan Yang Maha Esa menjadi amal jariyah Bapak/Ibu. Amin.
6. Teristimewa, keluarga tercinta yang telah memberikan semangat, do'a dan dukungan moral dan material yang tiada hentinya kepada penulis serta memberikan banyak inspirasi dalam menyelesaikan skripsi ini.
7. Bapak dan Ibu di bagian administrasi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana, yang dengan penuh kesabaran dan keikhlasan bersedia membantu segala urusan administrasi selama penulis kuliah.
8. Seluruh teman-teman Manajemen S1 FEB UMB angkatan 2019 yang tidak bisa disebutkan satu persatu. Semoga kita bisa mewujudkan semua impian kita.

9. Seluruh mahasiswa di Jakarta yang telah membantu pengisian kuesioner skripsi saya.

10. Terima kasih kepada Siswenny Haryanty, Matius Harsono, Nanda Yuda Pamungkas, Paulus Genius, Maura Ferenisa dan Adrian Marchell yang selalu mendukung serta memberikan do'a kepada penulis dalam mengerjakan skripsi.

Penulis menyadari sebagai manusia biasa, bahwa penelitian ini tidak lepas dari kesalahan dan kekurangan akibat keterbatasan pengetahuan serta pengalaman. Oleh karena itu, penulis mengharapkan segala bentuk saran serta masukan bahkan kritik yang membangun dari berbagai pihak. Selain itu, dengan segala ketulusan dan kerendahan diri, penulis mohon maaf apabila terdapat kesalahan dan kelemahan dalam skripsi ini. Akhir kata, semoga skripsi ini bermanfaat dan dapat menambah pengetahuan khususnya bagi penulis dan pembaca pada umumnya.



Jakarta, 26 Januari 2024

SURYAWATI

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	ii
SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI	iii
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
 BAB I PENDAHULUAN.....	 1
A. Latar Belakang	1
B. Perumusan Masalah	6
C. Tujuan Penelitian	6
D. Kontribusi Penelitian	6
 BAB II KAJIAN PUSTAKA DAN PEGEMBANGAN HIPOTESIS.....	 8
A. Kajian Pustaka	8
1. Teori TAM (Technology Acceptance Model)	8
2. TRA.....	8
3. <i>Digital Payment</i> (Pembayaran Digital).....	9
4. <i>Behavioral Intention</i>	11
b. Dimensi <i>behavioral intention</i>	11
5. <i>Perceived Ease of Use</i>	12
6. Literasi Keuangan	13
7. Hedonic Motivation	15
B. Penelitian Terdahulu	16
C. Pengembangan Hipotesis	18
D. Kerangka Penelitian	19
 BAB III METODE PENELITIAN	 21

A.	Waktu dan Tempat Penelitian	21
B.	Desain Penelitian	21
C.	Definisi Operasional Variabel Penelitian.....	21
a.	<i>Adventure Shopping</i>	23
b.	<i>Social shopping</i>	23
c.	<i>Gratification shopping</i>	24
d.	<i>Idea shopping</i>	24
e.	<i>Role shopping</i>	24
f.	<i>value shopping</i>	24
D.	Skala Pengukuran Variabel.....	24
E.	Populasi dan Sampel Penelitian	25
1.	Populasi.....	25
2.	Sampel.....	25
F.	Data dan Metode Pengumpulan Data.....	25
G.	Metode Analisis Data.....	26
1.	Analisis Deskriptif	26
2.	Reliabilitas	27
3.	Analisis Inferensial	28
H.	Uji Asumsi Regresi Klasik.....	29
1.	Uji Normalitas.....	29
2.	Uji Multikolineritas.....	29
3.	Uji Heteroskedastisitas.....	29
4.	Pengujian Model Regresi.....	30
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....		32
A.	Gambaran Umum Perusahaan.....	32
B.	Hasil Pengujian Instrument Penelitian	33
1.	Uji Validitas	33
2.	Uji Reliabilitas	34
C.	Deskripsi Responden Penelitian.....	34
D.	Deskripsi Variabel Penelitian.....	35
E.	Uji Asumsi Klasik.....	37
1.	Uji Normalitas.....	37
2.	Uji Multikolineritas.....	38
3.	Uji Heteroskedastisitas.....	38

4. Uji Regresi Linear Berganda.....	39
F. Pembahasan.....	40
1. Pengaruh <i>Perceived Ease of Use</i> Terhadap <i>Behavioral Intention</i>	40
2. Pengaruh <i>Literasi Keuangan</i> Terhadap <i>Behavioral Intention</i>	41
3. Pengaruh <i>hedonic motivation</i> Terhadap <i>behavioral intention</i>	41
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	42
A. Kesimpulan	42
B. Saran	42
DAFTAR PUSTAKA.....	43
LAMPIRAN.....	45



DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Jumlah Uang Elektronik yang Beredar di Indonesia.....	1
Tabel 1. 2 Jumlah transaksi uang elektronik.....	2
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu.....	16
Tabel 3. 1 Operasional variabel penelitian.....	23
Tabel 3. 2 Skala Likert.....	24
Tabel 3. 3 Skala Pengukuran	26
Tabel 4. 1 Hasil Uji Validitas.....	33
Tabel 4. 2 Hasil Uji Reabilitas.....	34
Tabel 4. 3 Klasifikasi Responden	34
Tabel 4. 4 Demografi Variabel Penelitian	35
Tabel 4. 5 Hasil Uji Multikolinearitas	38
Tabel 4. 6 Hasil Uji Regresi klasik.....	39



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Tren Digital Payment 2020-2021	2
Gambar 1. 2 Penggunaan E-Wallet (Dompot Digital)	3
Gambar 2. 1 Kerangka Pemikiran.....	20
Gambar 4. 1 Uji Heteroskedastisitas.....	39



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. 1 Kuesioner Penelitian.....	45
Lampiran 1. 2 Hasil Uji Kuesioner (Validitas & Reliabilitas).....	50
Lampiran 1. 3 Data Penelitian (Rekapitulasi Jawaban Responden)	58
Lampiran 1. 4 Output Pengolahan (Uji Asumsi Regresi Klasik, Uji Model (Anova), Dan Uji t.....	81
Lampiran 1. 5 Charts.....	82

