

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil analisis data yang dilakukan pada mahasiswa/i Ilmu Komunikasi Universitas Buddhi Dharma angkatan 2021, dapat disimpulkan bahwa terdapat beberapa faktor yang berpengaruh signifikan terhadap keputusan penggunaan dompet digital OVO, serta beberapa faktor yang tidak berpengaruh signifikan. Berikut kesimpulan yang didapatkan:

1. Persepsi terhadap kemudahan penggunaan terbukti memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan dalam menggunakan dompet digital OVO. Artinya, semakin tinggi tingkat kemudahan yang dirasakan dalam mengoperasikan aplikasi, maka semakin besar pula kecenderungan seseorang untuk memilih dan menggunakannya. Kemudahan yang dirasakan oleh mahasiswa dalam mempelajari, mengakses dan mengoperasikan OVO mendorong mereka untuk memilih aplikasi tersebut sebagai alat transaksi digital.
2. Persepsi manfaat tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan penggunaan dompet digital OVO. karena nilai *p-value* sebesar 0,241 yang berarti tidak memenuhi standar signifikan. Hal ini menunjukkan bahwa manfaat yang ditawarkan OVO tidak menjadi faktor signifikan dalam memengaruhi keputusan penggunaan mahasiswa. Kondisi ini bisa terjadi ketika mahasiswa menilai bahwa manfaat yang diberikan OVO seperti efisiensi dan praktis, juga tersedia pada dompet digital lainnya sehingga tidak menjadi keunggulan yang membedakan.
3. Persepsi keuntungan berpengaruh signifikan terhadap keputusan penggunaan dompet digital OVO. Mahasiswa cenderung mempertimbangkan keuntungan yang dirasakan langsung seperti fleksibilitas, kecepatan bertransaksi, dan promo diskon. Hal ini mempengaruhi keputusan mahasiswa untuk menggunakan OVO.
4. Pengaruh sosial berpengaruh signifikan terhadap keputusan penggunaan dompet digital OVO. Dapat disimpulkan bahwa lingkungan sosial, tren yang berkembang, serta rekomendasi dan dorongan dari teman ataupun

keluarga memberikan pengaruh besar terhadap keputusan mahasiswa dalam memilih dan menggunakan OVO.

5. Kepercayaan tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan penggunaan dompet digital OVO. karena nilai *p-value* sebesar 0,508 yang berarti lebih besar dari 0,05. Hal ini dapat disebabkan oleh kebiasaan mahasiswa yang sudah akrab dan nyaman menggunakan teknologi digital, sehingga OVO secara umum sudah dianggap aman dan terpercaya. Akibatnya, faktor kepercayaan tidak lagi menjadi penentu utama dalam memutuskan untuk menggunakan OVO.
6. Keamanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan penggunaan dompet digital OVO. Mahasiswa akan mempertimbangkan keamanan dalam bertransaksi dan perlindungan data sebelum memutuskan untuk menggunakan OVO. Dengan demikian dapat disimpulkan semakin tinggi keamanan dompet digital OVO, semakin besar pula kemungkinan mahasiswa untuk menggunakan dompet digital OVO.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan, penulis ingin memberikan beberapa saran sebagai berikut:

1. Perusahaan OVO

Faktor manfaat dan kepercayaan tidak berpengaruh signifikan, namun penting untuk tetap diperhatikan. Maka OVO disarankan untuk mengkomunikasikan manfaat aplikasinya dengan lebih jelas. Misalnya melalui informasi yang menunjukkan efisiensi, kenyamanan, dan fleksibilitas dalam transaksi. Di samping itu, OVO juga perlu terus membangun kepercayaan pengguna dengan meningkatkan transparansi layanan, memperkuat citra merek, dan memberikan pelayanan pelanggan yang cepat dan responsif.

2. Peneliti Selanjutnya

Penelitian ini merekomendasikan agar studi selanjutnya mempertimbangkan penggunaan variabel tambahan yang belum tercakup untuk memperluas pemahaman faktor-faktor yang memengaruhi keputusan menggunakan dompet digital OVO. Selain itu, disarankan memperluas cakupan responden yang tidak hanya terbatas pada mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Buddhi Dharma

angkatan 2021, tetapi juga melibatkan mahasiswa dari perguruan tinggi lain atau masyarakat umum, sehingga hasil penelitian lebih komprehensif dan mencerminkan karakteristik pengguna yang beragam.



DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, K., Jannah, M., Aiman, U., Hasda, S., Fadilla, Z., Taqwin, Masita, Ardiawan, K. N., & Sari, M. E. (2023). *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. <https://www.researchgate.net/publication/370561251>
- Azzahra, S., & Supriyadi, A. (2022). *Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Penggunaan E-Wallet DANA Sebagai Sistem Pembayaran (Studi Kasus Mahasiswa di Jakarta)*.
- Bungin, B. (2005). *Metodologi Penelitian Kuantitatif: Komunikasi, Ekonomi, dan Kebijakan Publik Serta Ilmu-ilmu Sosial Lainnya*. Kencana.
- Christianto Malonda, R., Tulung, J. E., & Faldi Arie, F. (2020). The Effect of Technology Acceptance Model, Perceived Trust, Security, and Attitude Toward OVO Usage. *401 Jurnal EMBA*, 8(1), 401–410.
- Desky, H., Murinda, R., & Razali, R. (2022). Pengaruh Persepsi Keamanan, Kualitas Informasi dan Kepercayaan terhadap Keputusan Pembelian Online. *Owner*, 6(2), 1812–1829. <https://doi.org/10.33395/owner.v6i2.772>
- Dwi Intani, F., & Rikumahu, B. (2020). *Penerapan Teori Difusi Inovasi Dalam Adopsi Mobile Payment di Provinsi Jawa Barat (Studi Kasus: GO-PAY, OVO, DANA, LinkAja & Jenius)* *Application of Diffusion of Innovation Theory in Mobile Payment Adoption in West Java Province (Case Study: GO-PAY, OVO, DANA, LinkAja & Jenius)*.
- Effendy, O. Uchjana. (2009). *Ilmu komunikasi : teori dan praktek*. PT. REMAJA ROSDAKARYA.
- Etikaria, G., & Munari. (2022). *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Penggunaan Dompot Digital*. 6(2), 2022.
- Feriyanto, o, Qur'anisa, Z., Herawati, M., Lisvi, & Putri, M. H. (2024). Peran Fintech Dalam Meningkatkan Akses Keuangan Di Era Digital. *GEMILANG: Jurnal Manajemen Dan Akuntansi*, 4(3), 99–114. <https://doi.org/10.56910/gemilang.v4i3.1573>
- Hair, J. F. ., Hult, G. T. M. ., Ringle, C. M. ., & Sarstedt, Marko. (2017). *A primer on partial least squares structural equation modeling (PLS-SEM)*. Sage.
- Heratiana, N., Wijayanti, A., & Rois, D. I. N. (2025). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Menggunakan Dompot Digital. *TRANSEKONOMIKA: AKUNTANSI, BISNIS DAN KEUANGAN*, 5(2), 631–643. <https://doi.org/10.55047/transekonomika.v5i2.894>

- Herlina, Boer, R. F., Fasadena, N. S., Kede, A., Kahfi, M. A.-M., Ganiem, L. M., Putri, S. S., Hasibuan, N., Subchan, N., & Deryansyah, A. D. (2023). *PENGANTAR ILMU KOMUNIKASI*. CV Basya Media Utama.
- Hinati, H. (2019). *Pengaruh Sosial, Kemudahan, Kepercayaan dan Keamanan Terhadap Minat Menggunakan Uang Elektronik Syariah di Masyarakat DKI Jakarta*.
- Irawan, D., & Affan, M. W. (2020). Pengaruh Privasi dan Keamanan Terhadap Niat Menggunakan Payment Fintech. In *Jurnal Kajian Akuntansi* (Vol. 4, Issue 1). <http://jurnal.unswagati.ac.id/index.php/jka>
- Islamia, M. L. N., & Rafik, A. (2023). *Determinasi Penggunaan Dompot Digital di Kalangan Mahasiswa*.
- Joan, L., & Sitinjak, T. (2019). *Pengaruh Persepsi Kebermanfaatan dan Persepsi Kemudahan Penggunaan Terhadap Minat Penggunaan Layanan Pembayaran Digital GoPay*.
- Kistiyenda, E. (2023). *Pengaruh Kemanfaatan dan Kemudahan Terhadap Keputusan Penggunaan Dompot Digital Oleh Kalangan Pemuda di Kelurahan Kandis Kota Menurut Ekonomi Syariah*.
- Kumalasari, R. (2022, September 24). *Macam-Macam E-Wallet, Definisi, Kelebihan, dan Kekurangannya*. Majoo. <https://majoo.id/solusi/detail/ewallet-adalah>
- Lahagu, R., Sulistyandari, & Binangkit, I. D. (2023). *Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan, dan Tingkat Kepercayaan Terhadap Minat Penggunaan Uang Elektronik di Pekanbaru*.
- Latief, F., Dirwan, & Idris, M. (2021). *Determinan Minat Penggunaan E-wallet ShopeePay*. 5(3), 2021. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2020/09/09>
- Nurul Fahira, R., Andayani Komara, M., Muhyidin, Y., Informatika, T., & Tinggi Teknologi Wastukencana Purwakarta, S. (2022). Analisis Minat Pengguna Dompot Digital OVO Menggunakan Technology Acceptance Model (TAM). In *JINTEKS* (Vol. 4, Issue 3).
- Pratama, A. B., & Suputra, I. D. G. D. (2019). Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan, dan Tingkat Kepercayaan Pada Minat Menggunakan Uang Elektronik. *E-Jurnal Akuntansi*, 927. <https://doi.org/10.24843/eja.2019.v27.i02.p04>

- Rahadi, D. R. (2023). *Pengantar Partial Least Square Strctural Equation Model PLS-SEM*.
- Rahardi, F., & Marlana, N. (2023). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Masyarakat Surabaya Terhadap Penggunaan Dompot Digital Gopay. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 11(2).
- Rizky Wicaksono, S. (2022). *Teori Dasar Technology Acceptance Model*. <https://doi.org/10.5281/zenodo.7754254>
- Romandhon, Cahyaningrum, I., & Susanti. (2023). *Faktor Faktor Yang Mempengaruhi Pada Minat Pengguna Dompot Elektronik OVO Dalam Transaksi Keuangan*.
- Salsa Bila, N. (2020). Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Konsumen Dalam Menggunakan Layanan Mobile Payment Pada Aplikasi OVO (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Surabaya) Saino. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 8.
- Samara, A., & Susanti, M. (2023). Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Pengalaman Pengguna Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Penggunaan Aplikasi Dompot Digital (E-Wallet) di Kalangan Mahasiswa Universitas Buddhi Dharma. *Jurnal Riset Akuntansi*, 1(2), 249–260. <https://doi.org/10.54066/jura-itb.v1i2.700>
- Sinaga, K., Sianturi, C. M., & Waruwu, P. E. (2024). *Pengaruh Penggunaan Dompot Digital Terhadap Perilaku Konsumtif Pada Mahasiswa Universitas HKBP Nommensen Medan*. <https://doi.org/10.51622>
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Administrasi*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2020). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D* (Sutopo, Ed.). Alfabeta.
- Suyanto. (2023). *Mengenal Dompot Digital di Indonesia*.
- Wandi, J., Bachri, S., & Parubak, B. (2020). *Menggunakan Mobile Banking*. 6(1), 88–096. www.bni.co.id
- Wulandari, J. J., & Ramaditya, M. (2020). *Analisis Pengaruh Persepsi Kemudahan dan Kemanfaatan Terhadap Perilaku Konsumen Untuk Minat Menggunakan Dompot Digital*.
- Zusrony, E. (2021). *Perilaku Konsumen di Era Modern*. Yayasan Prima Agus Teknik.

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

A. Data Pribadi

1. Nama : Trifena Fenofa
2. NIM : 20210400064
3. Program Studi : Ilmu Komunikasi
4. Jenis Kelamin : Perempuan
5. Tempat, Tanggal Lahir : Jakarta, 30 Agustus 2001
6. Agama : Kristen
7. Alamat : Magnolia Garden, Pondok Jaya,
Sepatan, Kab.Tangerang.
8. Email : fenofa30@gmail.com



B. Pendidikan Formal

1. SD Permata
2. SMP Yadika 2
3. SMK Yadika 2

Demikian daftar riwayat hidup ini penulis buat dengan sebenar-benarnya, agar dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.



UNIVERSITAS BUDDHI DHARMA

Jl. Imam Bonjol No. 41 Karawaci Ilir, Tangerang
021 5517853 / 021 5586822 admin@buddhidharma.ac.id

KARTU BIMBINGAN TA/SKRIPSI

NIM : 20210400064
Nama Mahasiswa : TRIFENA FENOFA
Fakultas : Sosial dan Humaniora
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Jenjang : Strata Satu
Tahun Akademik/Semester : 2025/2026 Ganjil
Dosen Pembimbing : Suryadi Wardiana, M.I.Kom
Judul Skripsi : Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Mahasiswa Universitas Buddhi Dharma Dalam Menggunakan Dompot Digital OVO

Tanggal	Catatan	Paraf
10 Maret 2025	Pengarahan Skripsi terkait Sistematika Penulisan	ls
18 Maret 2025	Pengajuan Judul Penelitian	ls
26 Maret 2025	ACC Judul Lanjut Pengerjaan Penelitian	ls
10 April 2025	Pengajuan BAB 1 dan Revisi BAB 1	ls
22 April 2025	ACC BAB 1 dan Pengerjaan BAB 2	ls
30 April 2025	Pengajuan BAB 2 dan Revisi BAB 2	ls
08 Mei 2025	ACC BAB 2 dan Pengerjaan BAB 3	ls
15 Mei 2025	Pengajuan BAB 3 dan Revisi BAB 3	ls
27 Mei 2025	ACC BAB 3 dan Pembuatan Pedoman Kuesioner	ls
03 Juni 2025	ACC Pedoman Kuesioner dan Lanjut BAB 4	ls
16 Juni 2025	Pengajuan BAB 4 dan Revisi	ls
30 Juni 2025	BAB 4 ACC dan BAB 5 Revisi dan Pengajuan Lampiran	ls
02 Juli 2025	ACC Keseluruhan dan Maju Sidang	ls

Mengetahui
Ketua Program Studi



Tia Nurapriyanti, S.Sos., M.IKom

Tangerang, 15 August 2025

Pembimbing



Suryadi Wardiana, M.I.Kom



UNIVERSITAS BUDDHI DHARMA

Kreativitas Membangkitkan Inovasi

August 21st, 2025

Editor Explanation:

Dear Trifena,
Thank you for your trust in our services.

Based on the text assessment on the submitted paper below:

Student ID : 20210400064
Faculty/Study Program : Social Sciences and Humanities/Communication Sciences
Title : Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Mahasiswa Universitas Buddhi Dharma dalam Menggunakan Dompot Digital OVO
Type : Thesis

Turnitin suggests the similarity among your article with the articles in application are listed below:

Word Count	: 15087
Character Count	: 95873
Similarity Index	: 28%
Internet Source	: 25%
Publication	: 16%
Student Paper	: 2%
Exclude quotes	: Off
Exclude bibliography	: Off
Exclude matches	: Off

This report provides results of literature similarity assessment, if the results show an unusually high percentage of similarity according to our institution's standard your supervisor(s) or ethic committee may re-examine your literature.

Thank you for your attention and cooperation.

Sincerely,

Shenny Ayunuri Beata Sitinjak, S.S., M.M., M.Hum.
Faculty of Social Sciences and Humanities
Buddhi Dharma University (UBD)

FAKULTAS SOSIAL DAN HUMANIORA

Jl. Imam Bonjol No. 41 Karawaci Ilir
Tangerang 15115 - Banten

Telp. 021 - 5517853, Fax. 021 - 5586820

KUESIONER

"Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Mahasiswa Universitas Buddhi Dharma
Dalam Menggunakan Dompot Digital OVO"

Instruksi: Berilah tanda silang (x) pada angka/respon yang menurut anda paling mencerminkan pengalaman pribadi anda dalam mengambil keputusan menggunakan dompot digital OVO. Adapun respon yang dapat diberikan berkisar dari **1** sampai **5**.

1 = Sangat Tidak Setuju

2 = Tidak Setuju

3 = Netral

4 = Setuju

5 = Sangat Setuju

Nama Lengkap: _____

Jenis Kelamin :

- Perempuan
- Laki-laki

Usia :

- < 19 Tahun – 22 Tahun
- 23 Tahun – 25 Tahun
- 26 Tahun – > 28 Tahun

Apakah Anda mahasiswa/i Ilmu Komunikasi Universitas Buddhi Dharma angkatan 2021?

- Ya
- Tidak (Jika memilih opsi ini, Anda tidak dapat melanjutkan pengisian kuesioner.)

Apakah Anda pengguna dompot digital OVO?

- Ya
- Tidak (Jika memilih opsi ini, Anda tidak dapat melanjutkan pengisian kuesioner.)

A. Persepsi Kemudahan (X1)

No.	Pernyataan	1 (STS)	2 (TS)	3 (N)	4 (S)	5 (SS)
1	Saya merasa aplikasi OVO mudah dipelajari tanpa membutuhkan waktu lama					
2	Saya merasa dapat mengontrol seluruh aktivitas transaksi saya di aplikasi OVO.					
3	Fitur-fitur dalam aplikasi OVO disajikan dengan jelas dan mudah dipahami.					
4	Saya dapat menggunakan aplikasi OVO dalam berbagai situasi dan kondisi.					
5	Saya merasa aplikasi OVO sangat mudah digunakan untuk melakukan pembayaran.					

B. Persepsi Manfaat (X2)

No.	Pernyataan	1 (STS)	2 (TS)	3 (N)	4 (S)	5 (SS)
1	Aplikasi OVO membantu saya menyelesaikan transaksi lebih cepat.					
2	Aplikasi OVO membantu meningkatkan kinerja saya dalam melakukan transaksi keuangan.					
3	OVO memungkinkan saya untuk melakukan lebih banyak transaksi dalam waktu singkat.					
4	OVO membantu saya mencapai tujuan transaksi tanpa hambatan.					
5	Dengan menggunakan OVO, saya dapat melakukan pembayaran dengan lebih mudah kapan saja.					

C. Persepsi Keuntungan (X3)

No.	Pernyataan	1 (STS)	2 (TS)	3 (N)	4 (S)	5 (SS)
1	Saya tidak mengalami kesulitan saat menggunakan aplikasi OVO untuk transaksi sehari-hari.					
2	Saya dapat menyelesaikan pembayaran dalam waktu singkat dengan OVO.					
3	Saya dapat menggunakan OVO kapan saja dan di mana saja sesuai kebutuhan saya.					

4	Saya sering mendapatkan promosi atau diskon saat menggunakan OVO.					
5	Saya merasa transaksi menggunakan OVO aman dan terlindungi.					

D. Pengaruh Sosial (X4)

No.	Pernyataan	1 (STS)	2 (TS)	3 (N)	4 (S)	5 (SS)
1	Gaya hidup digital di sekitar saya mendorong saya untuk menggunakan OVO.					
2	Saya menggunakan OVO karena teman-teman saya juga menggunakannya.					
3	Saya mulai menggunakan OVO karena rekomendasi dari anggota keluarga.					
4	Dengan menggunakan OVO memberikan kesan bahwa saya mengikuti perkembangan teknologi.					

E. Kepercayaan (X5)

No.	Pernyataan	1 (STS)	2 (TS)	3 (N)	4 (S)	5 (SS)
1	Saya percaya OVO berperilaku profesional dalam memberikan layanan kepada penggunaanya.					
2	Saya percaya OVO menjalankan operasionalnya dengan etika bisnis yang baik.					
3	Saya percaya merchant atau mitra yang bekerja sama dengan OVO juga dapat dipercaya.					
4	Saya percaya OVO mampu menyelesaikan masalah transaksi dengan cepat dan baik.					

F. Keamanan (X6)

No.	Pernyataan	1 (STS)	2 (TS)	3 (N)	4 (S)	5 (SS)
1	Saya merasa transaksi menggunakan OVO terjamin keamanannya.					
2	Saya yakin bahwa sistem keamanan OVO dapat melindungi data saya dari risiko penyalahgunaan.					

G. Keputusan Pengguna (Y)

No.	Pernyataan	1 (STS)	2 (TS)	3 (N)	4 (S)	5 (SS)
1	Pengetahuan dan pemahaman saya mengenai OVO, mendorong saya untuk menggunakan OVO					
2	Saya merasa terdorong untuk menggunakan OVO setelah mendapatkan informasi positif dari orang lain.					
3	Saya memutuskan untuk menggunakan OVO setelah mempertimbangkan manfaatnya.					
4	Saya menggunakan OVO secara rutin dalam kehidupan sehari-hari.					
5	Pengalaman saya menggunakan OVO memperkuat keputusan saya untuk terus menggunakannya.					



DATA TABULASI

HASIL KUESIONER VARIABEL X1 (PERSEPSI KEMUDAHAN PENGUNAAN)

No.	X1_1	X1_2	X1_3	X1_4	X1_5
1	4	4	5	3	4
2	4	3	4	3	4
3	4	4	3	4	5
4	4	4	4	4	5
5	5	5	3	4	5
6	5	5	5	4	5
7	4	5	5	5	5
8	5	4	4	4	5
9	4	2	4	1	4
10	4	3	3	4	4
11	5	5	5	3	5
12	5	3	5	4	5
13	5	5	5	5	5
14	5	5	5	5	5
15	5	3	4	4	5
16	5	4	4	5	4
17	5	1	3	4	3
18	5	5	5	5	5
19	4	3	4	4	4
20	4	5	5	5	5
21	3	4	5	3	3
22	4	4	4	4	4
23	5	5	5	5	5
24	4	4	4	4	4
25	3	3	4	4	3
26	5	5	5	5	5
27	5	3	4	2	4
28	5	5	5	5	5
29	3	4	4	4	5
30	4	4	4	1	4
31	5	5	5	5	5
32	4	4	4	4	4
33	5	5	4	5	5
34	3	3	3	3	3
35	4	4	5	4	5
36	5	5	4	3	4
37	5	5	4	4	4

38	4	4	4	5	5
39	5	5	5	4	5
40	4	5	5	5	4
41	2	3	3	3	2
42	3	5	5	4	4
43	5	5	4	4	5
44	4	4	5	5	5
45	1	2	2	2	1
46	4	5	5	5	5
47	5	5	5	5	5
48	5	3	5	4	4
49	4	4	4	4	4
50	2	2	3	3	3
51	5	4	5	4	4
52	4	4	5	4	4
53	4	5	5	4	5
54	5	4	5	4	4
55	5	4	5	5	5
56	5	5	4	5	4
57	5	4	5	5	5
58	4	5	5	4	4
59	4	4	5	5	5
60	3	3	4	3	4
61	5	5	5	5	4
62	4	4	4	5	5
63	5	5	4	4	4
64	4	5	5	4	4

DATA TABULASI
HASIL KUESIONER VARIABEL X2 (PERSEPSI MANFAAT)

NO.	X2_1	X2_2	X2_3	X2_4	X2_5
1	5	4	3	4	4
2	4	3	3	4	4
3	4	4	3	5	4
4	4	3	4	3	4
5	5	4	5	4	4
6	5	5	5	5	5
7	5	4	4	4	4
8	5	4	5	5	5
9	3	3	2	3	1
10	4	4	4	4	4

11	5	3	5	5	5
12	5	3	4	4	4
13	5	5	5	5	5
14	5	5	5	5	5
15	4	3	3	3	5
16	4	4	5	4	4
17	3	2	1	1	3
18	5	5	5	5	5
19	3	3	3	3	4
20	5	3	5	5	5
21	3	4	3	4	3
22	4	4	4	4	4
23	5	5	5	5	5
24	4	4	4	4	4
25	3	4	4	2	4
26	5	5	5	5	5
27	4	3	3	3	4
28	5	5	5	5	5
29	5	3	4	4	5
30	3	2	3	5	5
31	5	4	5	4	4
32	5	4	4	4	5
33	4	5	5	5	4
34	5	4	4	5	5
35	4	4	5	4	5
36	4	4	4	5	5
37	5	4	4	4	5
38	4	5	5	5	5
39	4	4	4	3	3
40	5	4	4	5	5
41	5	5	5	4	5
42	4	5	5	4	4
43	4	4	3	5	4
44	5	4	5	4	5
45	3	3	4	4	4
46	4	5	5	4	5
47	4	5	4	5	5
48	4	4	5	4	5
49	4	5	5	4	4
50	5	5	4	5	4
51	4	4	5	5	5
52	5	5	5	4	4
53	4	4	5	4	4

54	5	5	4	4	5
55	4	5	4	4	4
56	4	4	5	5	5
57	5	5	4	4	5
58	5	4	4	5	5
59	4	4	3	3	4
60	4	5	4	5	5
61	4	5	5	4	4
62	5	4	4	5	5
63	5	5	4	5	5
64	4	4	5	5	5

DATA TABULASI
HASIL KUESIONER VARIABEL X3 (PERSEPSI KEUNTUNGAN)

NO.	X3_1	X3_2	X3_3	X3_4	X3_5
1	5	5	4	5	4
2	4	4	4	4	5
3	5	4	5	4	4
4	4	4	4	4	4
5	4	4	4	4	4
6	5	5	5	4	5
7	4	4	4	4	4
8	4	5	5	5	4
9	3	5	2	2	1
10	4	4	4	4	4
11	3	5	5	3	5
12	4	4	4	5	5
13	5	5	5	5	5
14	5	5	5	5	5
15	5	4	3	4	5
16	4	4	4	5	5
17	3	5	1	5	4
18	5	5	5	5	5
19	4	4	4	2	3
20	5	5	5	5	5
21	4	4	4	2	4
22	4	4	4	3	3
23	5	5	5	5	5
24	4	4	4	4	4
25	2	4	4	4	3
26	5	5	5	4	5

27	4	4	4	4	4
28	5	5	5	5	5
29	5	5	5	3	3
30	4	2	5	3	4
31	5	5	4	5	4
32	5	4	4	4	5
33	5	4	5	5	5
34	3	3	3	3	4
35	4	4	5	4	5
36	4	5	5	4	5
37	5	4	4	5	5
38	2	1	2	3	3
39	4	5	4	4	5
40	3	2	3	4	4
41	4	4	5	4	4
42	3	2	4	3	3
43	5	4	5	5	5
44	5	5	5	4	5
45	4	4	4	5	4
46	5	5	5	5	5
47	2	2	1	1	2
48	5	4	5	5	4
49	3	2	3	4	3
50	4	5	5	5	5
51	4	5	4	5	5
52	5	4	4	5	4
53	2	1	3	3	3
54	4	4	5	5	5
55	5	5	4	4	5
56	5	5	4	4	5
57	3	1	2	3	2
58	5	5	4	5	4
59	5	5	4	5	5
60	5	3	4	4	4
61	5	4	5	4	4
62	5	5	5	4	4
63	3	2	4	4	3
64	5	5	4	4	5

DATA TABULASI

HASIL KUESIONER VARIABEL X4 (PENGARUH SOSIAL)

NO.	X4_1	X4_2	X4_3	X4_4
1	5	3	3	5
2	3	3	5	4
3	5	5	4	4
4	3	3	3	4
5	4	3	3	4
6	5	4	3	4
7	5	4	1	5
8	3	3	3	5
9	2	1	1	1
10	4	4	4	4
11	5	5	1	5
12	5	4	3	4
13	5	1	1	5
14	5	5	5	5
15	5	5	5	5
16	4	5	5	5
17	5	5	5	5
18	5	5	5	5
19	3	3	2	3
20	4	5	4	5
21	5	5	3	4
22	3	3	3	3
23	5	5	5	5
24	4	4	4	4
25	4	4	1	5
26	4	3	5	4
27	4	3	3	3
28	5	5	5	5
29	3	2	2	4
30	1	1	1	1
31	3	2	2	3
32	5	4	4	4
33	5	5	3	4
34	4	5	4	3
35	4	3	2	2
36	5	4	3	4
37	4	4	4	4
38	4	4	5	5

39	3	2	1	3
40	4	3	4	4
41	4	4	5	3
42	4	5	4	4
43	3	3	5	4
44	4	2	3	4
45	5	4	5	4
46	4	5	4	5
47	5	4	5	5
48	3	3	1	2
49	4	5	5	3
50	4	5	4	4
51	5	4	4	4
52	5	5	4	4
53	5	5	4	3
54	5	4	4	5
55	4	5	5	4
56	4	4	3	3
57	5	4	4	4
58	3	2	2	3
59	3	3	3	4
60	4	4	4	4
61	2	2	2	3
62	4	4	5	5
63	5	5	4	5
64	3	2	2	2

DATA TABULASI

HASIL KUESIONER VARIABEL X5 (KEPERCAYAAN)

NO.	X5_1	X5_2	X5_3	X5_4
1	4	5	5	4
2	4	4	4	4
3	4	5	4	4
4	4	4	4	3
5	4	4	4	4
6	5	5	5	5
7	4	4	4	4
8	4	4	5	5
9	3	3	2	2
10	4	4	4	4
11	5	5	5	5

12	5	5	4	5
13	5	5	5	5
14	5	5	5	5
15	4	4	4	4
16	5	5	5	5
17	1	1	3	3
18	5	5	5	5
19	4	4	3	3
20	5	5	5	5
21	4	4	4	4
22	3	3	3	4
23	5	5	5	5
24	4	4	4	4
25	4	3	4	4
26	4	5	5	5
27	4	4	4	4
28	5	5	5	5
29	3	4	4	4
30	2	3	4	3
31	5	3	4	4
32	4	4	3	5
33	4	5	5	4
34	4	5	4	4
35	5	4	4	5
36	5	4	5	5
37	5	5	4	5
38	5	5	4	4
39	5	4	5	4
40	3	4	3	4
41	5	4	4	5
42	4	4	4	4
43	5	5	5	5
44	3	3	4	4
45	4	4	3	4
46	5	5	4	5
47	5	5	4	5
48	4	5	5	4
49	4	5	4	4
50	5	4	5	5
51	4	5	4	4
52	3	4	3	4
53	4	5	4	5
54	5	5	5	5

55	5	4	4	5
56	5	4	4	5
57	4	4	4	4
58	4	5	5	5
59	5	5	4	4
60	5	4	4	4
61	5	4	5	5
62	5	4	4	5
63	4	4	5	4
64	4	5	4	4

DATA TABULASI
HASIL KUESIONER VARIABEL X6 (KEAMANAN)

NO.	X6_1	X6_2
1	5	4
2	4	4
3	4	4
4	4	3
5	4	5
6	5	5
7	4	4
8	4	4
9	2	2
10	4	4
11	5	5
12	4	4
13	5	5
14	5	5
15	4	3
16	5	5
17	3	2
18	5	5
19	4	3
20	5	4
21	4	5
22	3	3
23	5	5
24	4	4
25	4	2
26	5	5
27	4	4

28	5	5
29	4	4
30	4	2
31	4	4
32	2	1
33	3	3
34	5	4
35	5	5
36	3	4
37	5	5
38	4	5
39	5	4
40	4	3
41	4	5
42	5	5
43	4	5
44	5	4
45	5	4
46	4	4
47	4	5
48	4	5
49	5	5
50	5	5
51	5	4
52	4	5
53	4	4
54	5	5
55	4	4
56	4	5
57	5	4
58	5	5
59	3	3
60	4	4
61	4	4
62	5	5
63	5	4
64	4	4

DATA TABULASI

HASIL KUESIONER VARIABEL Y (KEPUTUSAN PENGGUNAAN)

NO.	Y_1	Y_2	Y_3	Y_4	Y_5
1	4	3	4	3	4
2	4	5	5	3	4
3	3	5	4	4	4
4	4	3	3	3	4
5	5	4	4	4	4
6	5	5	5	5	5
7	4	4	4	4	5
8	5	4	5	3	4
9	1	1	1	1	1
10	4	4	4	4	4
11	4	5	4	4	5
12	4	4	4	4	5
13	5	5	5	1	5
14	5	5	5	5	5
15	4	4	4	4	4
16	5	5	5	4	5
17	5	5	5	3	5
18	5	5	5	5	5
19	3	3	3	4	4
20	5	5	4	4	5
21	3	4	4	3	4
22	3	3	3	3	3
23	5	5	5	5	5
24	4	4	4	4	4
25	4	4	3	4	4
26	5	5	5	5	5
27	4	4	3	2	3
28	5	5	5	5	5
29	3	1	3	1	2
30	1	1	1	1	3
31	5	4	5	4	4
32	3	4	3	3	4
33	4	4	5	4	4
34	4	5	4	5	5
35	4	4	4	5	4
36	5	4	5	5	4
37	4	5	5	4	5
38	4	5	4	4	5

39	4	3	5	3	4
40	5	4	5	4	4
41	5	4	5	5	4
42	5	5	4	3	5
43	5	4	4	4	3
44	5	5	4	4	5
45	4	3	3	4	4
46	4	5	5	4	5
47	5	4	5	4	4
48	4	4	4	5	4
49	5	4	4	5	4
50	5	5	4	4	4
51	5	5	5	3	5
52	4	4	5	4	5
53	3	2	4	2	3
54	4	4	5	5	5
55	4	5	4	5	5
56	4	5	5	4	5
57	5	4	5	4	5
58	4	4	4	5	4
59	5	5	4	4	4
60	4	4	3	3	4
61	5	4	5	5	4
62	5	4	4	5	4
63	4	5	5	4	4
64	5	4	4	5	5