

DAFTAR PUSTAKA

- (Amel, 2020)Amel, A. F. (2020). Pengaruh Promosi Penjualan Dan E-Service Quality Terhadap Keputusan Penggunaan Aplikasi Ovo. *JRMSI - Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia*, *11*(2), 201–223. <https://doi.org/10.21009/jrmsi.011.2.01>
- Argitama. (2020). Pengaruh E-Service Quality Dan Promosi Terhadap Keputusan Penggunaan Produk Gopay (Studi Pada Pengguna Aplikasi Gojek Di Kota Semarang). *Journal of Chemical Information and Modeling*, *53m*(9), 1689–1699. <http://dx.doi.org/10.1016/j.tws.2012.02.007>
- Bayu, D. C. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Promosi Penjualan Jasa Grabcar Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus Pada Wisatawan di Yogyakarta). *Perspektif*, *16*(1), 1–6.
- Iliyini, A., & Widiartanto. (2020). Keamanan Terhadap Keputusan Penggunaan Ovo Pt Visionet Data Internasional (Studi Pada Pengguna Ovo Di Kota Surakarta). *Jurnal FISIP*, Universitas Diponegoro.
- Kotler, & Philip & Armstrong G. (2007). *Dasar-dasar Pemasaran (Principles of marketing)*.
- Kumala, D. C., Pranata, J. W., & Thio, S. (2020). Pengaruh Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, Trust, Dan Security Terhadap Minat Penggunaan Gopay Pada Generasi X Di Surabaya. *Jurnal Manajemen Perhotelan*, *6*(1), 19–29. <https://doi.org/10.9744/jmp.6.1.19-29>
- Magdalena, A., & Jaolis, F. (2018). Analisis Antara E-Service Quality, E-Satisfaction, dan E-Loyalty Dalam Konteks E-Commerce Bukalapak. *Jurnal Strategi Pemasaran*, *5*(2), 1–11.
- MALIA, N. U. R., Eka, D., & Nailis, W. (2020). *PENGARUH PERSEPSI KEMUDAHAN DAN MANFAAT PENGGUNAAN APLIKASI OVO TERHADAP*

KEPUASAN KONSUMEN (Studi Kasus pada Mahasiswa S1
https://repository.unsri.ac.id/25753/%0Ahttps://repository.unsri.ac.id/25753/6/RAMA_61201_01011381621209_0006016102_0010077404_04.pdf

Muslimin, U. (2021). Pengaruh Retailing Mix Terhadap Keputusan Pembelian. *Amsir Management Journal*, 1(2), 81–92. <https://doi.org/10.56341/amj.v1i2.22>

Pratiwi, A., Risti, E., & Nadjib, M. (2017). *dan nilai yang dirasakan dengan variabel intervening WOM terhadap keputusan penggunaan kartu kredit*. 6(1), 99–112. <https://doi.org/10.14414/jbb.v6i1>.

Priambodo, S., & Prabawani, B. (2015). Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Dan Persepsi Risiko Terhadap Minat Menggunakan Layanan Uang Elektronik (Studi Kasus Pada Masyarakat Di Kota Semarang). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 5(2), 127–135.

Putri, R. S., & Safri, I. (2015). Pengaruh Promosi Penjualan Dalam Meningkatkan Penjualan Mobil Mitsubishi Pada PT. Pekan Perkasa Berlian Motor Pekanbaru. *Jurnal Valuta*, 1(2502–1419), 1–25.

Rahmawati, Y. D., & Yuliana, R. Y. (2020). Pengaruh Persepsi Manfaat, Kemudahan Dan Keamanan Terhadap Keputusan Penggunaan E-Wallet. *ECONBANK: Journal of Economics and Banking*, 2(2), 157–168. <https://doi.org/10.35829/econbank.v2i2.100>

Romadloniyah, A. L., & Prayitno, D. H. (2018). Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Daya Guna, Persepsi Kepercayaan, Dan Persepsi Manfaat Terhadap Minat Nasabah Dalam Menggunakan E-Money Pada Bank Bri Lamongan. *Jurnal Akuntansi*, 3(3), 699. <https://doi.org/10.30736/jpenssi.v3i3.163>

Sativa, A., Astuti, R. T., & Manajemen, J. (2016). Analisis Pengaruh E-Trust dan E-Service Quality terhadap E-Loyalty dengan E-Satisfaction sebagai Variabel Intervening (Studi pada Pengguna E-Commerce C2C Tokopedia). *Diponegoro Journal of Management*, 5(3), 1–10.

- Sudirman, I. M. S. A. S., & Suasana, I. G. A. K. G. (2018). Pengaruh Kualitas Layanan Online Terhadap Kepuasan, Komitmen, Dan Loyalitas Nasabah Internet Banking Di Kota Denpasar. *INOBIIS: Jurnal Inovasi Bisnis Dan Manajemen Indonesia*, 1(4), 473–488. <https://doi.org/10.31842/jurnal-inobis.v1i4.52>
- Tony Sitinjak, M. (2019). Pengaruh Persepsi Kebermanfaatan Dan Persepsi Kemudahan Penggunaan Terhadap Minat Penggunaan Layanan Pembayaran Digital Go-Pay. *Jurnal Manajemen*, 8(2), 27–39.
- Tri Anggono, B. N., . I., & A B, S. H. (2020). Persepsi Kemudahan, Resiko Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Penggunaan Gopay. *Fokus Ekonomi : Jurnal Ilmiah Ekonomi*, 15(1), 144–153. <https://doi.org/10.34152/fe.15.1.144-153>
- Widiyanti, W. (2020). Pengaruh Kemanfaatan, Kemudahan Penggunaan dan Promosi terhadap Keputusan Penggunaan E-Wallet OVO di Depok. *Moneter - Jurnal Akuntansi Dan Keuangan*, 7(1), 54–68. <https://doi.org/10.31294/moneter.v7i1.7567>
- Yaufi Andriyano, D. R. (2014). *Kebermanfaatan , Persepsi Risiko Dan Kepercayaan Kasus Pada Nasabah Cimb Niaga Daerah Istimewa. 1*, 1–16.
- Yoebritanti, A. (2018). Pengaruh Promosi Penjualan Terhadap Minat Beli Produk Fashion dengan Gaya Hidup Sebagai Variable Moderator (Survei Konsumen pada Jejaring Sosial). *Jurnal Manajemen*, 8(1), 20–41.
- Budy. (2022). “Transaksi Digital Kian Marak, Uang Elektronik Capai 594 Juta Unit pada Februari 2022” <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/05/19/transaksi-digital-kian-marak-uang-elektronik-capai-594-juta-unit-pada-februari-2022>
- Raihan. (2022). “Ini 10 E-Wallet yang Paling Sering Dipakai Masyarakat Indonesia Tahun 2022” <https://goodstats.id/article/ini-10-e-wallet-yang-paling-sering-dipakai-masyarakat-indonesia-M4TA4>
- Gama. (2020). ”E-Money OVO : Sejarah dan Fitur Pembayaran”. <https://idcloudhost.com/e-money-ovo-sejarah-pengertian-fitur-dan-pembayarannya/>

LAMPIRAN 1

LEMBAR KUISIONER PENELITIAN

Assalamu'alaikum Wr.Wb.

Perkenalkan nama saya Rizka Angelina Octaviola mahasiswa Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Nasional. Dalam hal ini saya sedang melakukan kegiatan penelitian untuk memperoleh data guna memenuhi Tugas Akhir Skripsi yang berjudul "Pengaruh Kualitas Pelayanan Online, Promosi Penjualan, Dan Persepsi Kemudahan Terhadap Keputusan Penggunaan E-Waller Ovo Pada Mahasiswa FEB Universitas Nasional", demi tercapainya tujuan penelitian ini, maka peneliti memohon kesediaan dari Bapak/Ibu/teman-teman untuk membantu mengisi kuesioner yang telah disediakan. Dengan kriteria responden sebagai berikut :

1. Memiliki Aplikasi E-Wallet OVO
2. Pernah melakukan transaksi minimal 1 (satu) kali di aplikasi OVO

Atas kesediaan Bapak/Ibu/teman-teman saya mengucapkan terimakasih atas partisipasinya yang telah meluangkan waktunya untuk mengisi kuesioner penelitian ini. Data yang didapatkan tidak dipublikasikan dan hanya digunakan untuk kepentingan penelitian ini.

Hormat saya,

Rizka Angelina Octaviola

193402516285

A. Petunjuk Pengisian

Bagian 1 : Identitas Responden

1. Email
2. Nama Responden
3. Jenis Kelamin
 - a. Laki – Laki
 - b. Perempuan

4. Usia
 - i. > 18 Tahun
 - ii. 20 – 25 Tahun
 - iii. 26 – 30 Tahun
 - iv. > 30 Tahun

5. Program Studi
 - a. Manajemen
 - b. Akuntansi
 - c. Pariwisata

6. Pekerjaan
 - a. Pelajar
 - b. Mahasiswa
 - c. Pegawai
 - d. Lainnya



Bagian 2 : Petunjuk Pengisian Kuesioner

Bapak/Ibu/Teman-teman untuk memberikan tanggapan atau jawaban yang tertera dibawah ini. Berikan jawaban dengan menandai salah satu jawaban yang telah disediakan dimasing-masing pertanyaan

1. Sangat Tidak Setuju (STS)
2. Tidak Setuju (TS)
3. Netral (N)
4. Setuju (S)
5. Sangat Setuju (SS)

1. Kualitas Pelayanan Online (X1)

No	Pertanyaan	STS	TS	N	S	SS
1	Konsumen dapat mengakses E-Wallet OVO karena tampilan aplikasi sangat dimengerti dan digunakan					
2	Ketepatan dalam aplikasi E-Wallet OVO bekerja dengan baik dan sesuai fungsinya, dan juga tidak eror					
3	Konsumen merasa terpenuhi permintaanya karena OVO selalu memberikan pelayanan dengan cepat					
4	Aplikasi OVO dapat menjaga kerahasiaan data dengan baik dan aman					

2. Promosi Penjualan (X2)

No	Pertanyaan	STS	TS	N	S	SS
1	E-Wallet OVO menawarkan penghemata kupon/voucer saat melakuka transaksi					

	pembayaran di aplikasi OVO					
2	Aplikasi OVO sering menampilkan tentang produk yang mendapatkan potonga harga saat pembelian produk tertentu					
3	Aplikasi OVO menawarkan paket harga pada saat melakukan transaksi pembayaran produk tertentu di aplikasi OVO					

3. Persepsi Kemudahan (X3)

No	Pertanyaan	STS	TS	N	S	SS
1	Konsumen bisa menggunakan aplikasi OVO karena mudah untuk dipelajari oleh siapapun					
2	Transaksi pembayaran OVO sangat fleksibel karena bisa digunakan dimana saja dan kapan saja					
3	Dalam melakukan transaksi pembayaran di E-Wallet OVO sangat mudah pahami cara penggunaannya karena					

	mudah dalam pengoperasiannya					
4	Konsumen dapat menggunakan OVO karena terdapat fitur-fitur yang dapat dimengerti dan digunakan dengan tepat					

4. Keputusan Penggunaan (Y)

No	Pertanyaan	STS	TS	N	S	SS
1	Konsumen yakin menggunakan E-Wallet OVO karena berkualitas bagus					
2	Konsumen mencari informasi yang sesuai dengan keinginannya sebelum memutuskan menggunakan E-Wallet OVO					
3	Konsumen akan merekomendasikan aplikasi OVO kepada teman yang belum menggunakannya					
4	Konsumen akan menggunakan E-Wallet					

	OVO dalam transaksi pembayaran lainnya					
--	---	--	--	--	--	--



LAMPIRAN 2

TABULASI JAWABAN RESPONDEN

1. Jawaban kuesioner Kualitas Pelayanan Online (X1)

No	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	Total X1
1	5	5	5	5	20
2	4	2	2	3	11
3	4	4	4	4	16
4	5	5	5	5	20
5	5	5	4	5	19
6	5	5	5	5	20
7	5	5	4	5	19
8	5	4	4	4	17
9	5	4	4	5	18
10	4	5	5	4	18
11	5	4	5	5	19
12	4	4	5	4	17
13	4	5	4	5	18
14	4	4	3	4	15
15	4	3	3	4	14
16	4	3	4	4	15
17	4	4	4	4	16
18	4	4	4	4	16
19	4	5	5	4	18
20	4	4	4	4	16
21	5	5	5	5	20
22	5	5	5	5	20
23	5	5	5	5	20
24	5	5	5	5	20
25	5	4	5	5	19

26	3	3	3	4	13
27	4	4	3	4	15
28	4	4	4	4	16
29	5	5	5	5	20
30	4	4	4	4	16
31	5	4	4	5	18
32	5	4	4	4	17
33	4	4	4	4	16
34	5	5	5	5	20
35	5	4	4	4	17
36	4	4	4	4	16
37	5	5	5	5	20
38	5	2	3	5	15
39	5	5	5	5	20
40	5	5	5	4	19
41	5	5	5	5	20
42	4	3	4	3	14
43	4	4	4	4	16
44	3	3	3	3	12
45	5	5	5	3	18
46	5	4	4	4	17
47	4	5	5	5	19
48	5	4	4	4	17
49	4	4	4	4	16
50	5	5	5	5	20
51	5	4	5	3	17
52	4	4	5	4	17
53	4	5	4	4	17
54	5	5	5	5	20
55	4	5	5	5	19
56	1	1	1	2	5

57	4	4	4	4	16
58	4	4	4	4	16
59	5	5	5	5	20
60	3	4	4	4	15
61	4	4	4	3	15
62	4	4	4	4	16
63	5	5	5	5	20
64	5	5	5	5	20
65	5	4	4	4	17
66	4	4	4	4	16
67	5	4	4	5	18
68	5	3	4	5	17
69	5	5	4	5	19
70	5	4	4	5	18
71	4	4	4	5	17
72	5	4	3	5	17
73	5	4	4	5	18
74	4	4	4	4	16
75	4	4	3	5	16
76	4	3	3	5	15
77	4	4	4	4	16
78	4	4	4	5	17
79	5	4	4	4	17
80	3	4	3	3	13
81	4	4	4	4	16
82	4	4	4	4	16
83	4	4	4	4	16
84	5	4	4	5	18
85	5	4	4	5	18
86	5	4	4	5	18

2. Jawaban kuesioner Promosi Penjualan (X2)

No	X2.1	X2.1	X2.3	Total X2
1	5	5	5	15
2	4	2	4	10
3	4	4	4	12
4	5	5	5	15
5	4	5	5	14
6	4	4	4	12
7	4	5	3	12
8	4	5	4	13
9	5	5	5	15
10	5	5	4	14
11	4	5	4	13
12	4	5	3	12
13	4	5	4	13
14	3	3	4	10
15	4	4	3	11
16	4	4	3	11
17	4	4	4	12
18	2	4	4	10
19	4	5	5	14
20	3	4	4	11
21	5	5	5	15
22	4	4	4	12
23	5	5	5	15
24	4	4	4	12
25	3	3	3	9
26	3	3	3	9
27	3	3	4	10
28	5	5	5	15
29	4	4	4	12

30	3	4	4	11
31	5	5	4	14
32	5	5	5	15
33	4	4	4	12
34	5	5	5	15
35	3	4	3	10
36	5	5	4	14
37	5	5	5	15
38	4	4	5	13
39	5	5	5	15
40	4	4	3	11
41	5	5	5	15
42	4	4	4	12
43	4	4	4	12
44	3	3	3	9
45	5	5	5	15
46	5	5	5	15
47	3	5	5	13
48	5	4	3	12
49	4	4	4	12
50	5	5	5	15
51	5	5	5	15
52	3	3	3	9
53	4	5	5	14
54	5	5	4	14
55	4	5	5	14
56	5	5	5	15
57	4	4	4	12
58	4	4	4	12
59	5	5	5	15
60	3	3	4	10

61	4	4	4	12
62	4	4	4	12
63	4	5	5	14
64	5	5	5	15
65	4	5	4	13
66	4	4	4	12
67	5	5	4	14
68	5	4	4	13
69	5	4	4	13
70	5	3	3	11
71	5	5	4	14
72	5	4	4	13
73	5	4	4	13
74	4	4	4	12
75	4	4	3	11
76	5	4	4	13
77	4	4	4	12
78	4	4	4	12
79	5	4	5	14
80	3	3	3	9
81	4	4	4	12
82	4	4	4	12
83	4	4	4	12
84	5	4	4	13
85	5	5	5	15
86	5	4	4	13

3. Jawaban kuesioner Persepsi Kemudahan

No	X3.1	X3.1	X3.3	X3.4	Total X3
1	5	5	5	5	20
2	4	4	4	4	16

3	4	4	4	4	16
4	5	5	5	5	20
5	5	5	5	5	20
6	5	4	5	4	18
7	4	5	5	4	18
8	5	5	5	4	19
9	5	5	5	5	20
10	5	4	4	5	18
11	5	5	5	4	19
12	3	3	4	4	14
13	5	4	5	4	18
14	4	4	4	4	16
15	4	4	4	4	16
16	5	5	4	4	18
17	4	4	4	4	16
18	4	4	4	4	16
19	4	3	3	4	14
20	5	5	5	5	20
21	5	5	5	5	20
22	5	5	5	5	20
23	5	5	5	5	20
24	5	5	5	5	20
25	5	5	5	5	20
26	3	4	2	4	13
27	5	5	4	4	18
28	4	4	4	4	16
29	5	5	5	5	20
30	4	4	4	4	16
31	5	5	5	5	20
32	5	5	5	5	20
33	4	4	4	4	16

34	5	5	5	5	20
35	5	4	5	4	18
36	5	5	4	4	18
37	5	5	5	5	20
38	3	5	5	5	18
39	5	5	5	5	20
40	5	5	5	5	20
41	5	5	5	5	20
42	4	4	4	4	16
43	4	4	4	4	16
44	3	3	3	3	12
45	5	5	5	5	20
46	5	4	5	5	19
47	5	5	5	5	20
48	5	5	5	5	20
49	4	4	4	4	16
50	5	5	5	5	20
51	5	5	5	5	20
52	4	4	5	4	17
53	4	5	5	5	19
54	4	5	5	5	19
55	5	5	5	5	20
56	5	5	5	5	20
57	4	4	4	4	16
58	4	5	4	4	17
59	5	5	5	5	20
60	3	4	4	4	15
61	4	4	4	4	16
62	5	5	4	5	19
63	5	5	5	5	20
64	5	5	5	5	20

65	5	5	4	4	18
66	5	5	5	5	20
67	5	5	4	4	18
68	5	5	4	4	18
69	5	5	4	4	18
70	5	5	5	4	19
71	4	4	4	4	16
72	4	5	4	4	17
73	4	4	4	4	16
74	4	4	4	4	16
75	4	5	4	4	17
76	4	5	4	4	17
77	4	4	4	4	16
78	4	4	4	4	16
79	5	5	4	4	18
80	4	3	4	4	15
81	4	4	4	4	16
82	4	4	4	4	16
83	4	4	4	4	16
84	5	5	4	4	18
85	5	5	4	5	19
86	4	4	4	4	16

4. Jawaban kuesioner Keputusan Penggunaan (Y)

No	Y1	Y2	Y3	Y4	Total Y
1	5	5	5	5	20
2	4	4	3	3	14
3	4	4	4	4	16
4	5	5	5	5	20
5	5	5	5	5	20
6	5	5	5	5	20

7	5	5	4	4	18
8	5	5	4	4	18
9	4	4	5	5	18
10	5	4	5	5	19
11	4	5	2	4	15
12	4	4	5	4	17
13	4	5	4	5	18
14	4	4	4	4	16
15	3	3	4	4	14
16	4	4	4	5	17
17	4	4	4	4	16
18	4	5	5	4	18
19	5	5	3	4	17
20	4	5	4	3	16
21	5	5	5	5	20
22	5	5	5	5	20
23	5	5	5	5	20
24	5	5	5	5	20
25	4	4	3	3	14
26	2	3	4	3	12
27	4	3	4	4	15
28	4	4	4	4	16
29	5	5	5	5	20
30	5	5	5	5	20
31	4	4	5	5	18
32	5	5	5	5	20
33	4	4	4	4	16
34	5	5	5	5	20
35	4	4	4	5	17
36	4	4	3	3	14
37	5	5	5	5	20

38	5	4	5	5	19
39	5	5	5	5	20
40	4	3	3	3	13
41	5	5	5	5	20
42	3	3	3	4	13
43	4	4	4	4	16
44	3	3	3	3	12
45	5	5	5	5	20
46	5	5	4	4	18
47	5	5	5	5	20
48	3	3	5	5	16
49	4	4	4	4	16
50	5	5	5	5	20
51	4	5	4	3	16
52	4	4	3	3	14
53	4	3	3	4	14
54	5	5	5	5	20
55	5	5	5	5	20
56	5	5	5	5	20
57	4	4	4	4	16
58	3	4	3	3	13
59	5	5	5	5	20
60	4	4	3	3	14
61	4	4	4	4	16
62	4	4	4	4	16
63	5	5	4	4	18
64	5	5	5	5	20
65	4	4	4	4	16
66	4	5	4	4	17
67	3	4	4	5	16
68	4	4	4	3	15

69	4	4	3	4	15
70	4	4	4	4	16
71	4	5	4	3	16
72	4	4	4	4	16
73	4	4	4	4	16
74	4	4	4	4	16
75	4	4	3	3	14
76	4	4	4	4	16
77	4	4	4	4	16
78	4	4	4	4	16
79	4	5	4	4	17
80	3	3	3	3	12
81	4	4	4	4	16
82	4	4	4	4	16
83	4	4	4	4	16
84	4	5	5	4	18
85	5	5	4	5	19
86	5	5	4	4	18



LAMPIRAN 3

HASIL PENGUJIAN PENELITIAN

1. Karakteristik Jenis Kelamin

Jenis Kelamin

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Laki-laki	23	26.7	26.7	26.7
	Perempuan	63	73.3	73.3	100.0
	Total	86	100.0	100.0	

2. Karakteristik Usia

Usia

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	< 18 Tahun	10	11.6	11.6	11.6
	20 - 25 Tahun	76	88.4	88.4	100.0
	Total	86	100.0	100.0	

3. Karakteristik Program Studi

Program Studi

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Manajemen	67	77.9	77.9	77.9
	Akuntansi	10	11.6	11.6	89.5
	Pariwisata	9	10.5	10.5	100.0
	Total	86	100.0	100.0	

A. Uji Validitas

1. Kualitas Pelayanan Online

Uji Validitas Instrumen Kualitas Pelayanan Online (X1)

Item-Total Statistics				
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X1.1	12.67	3.587	.687	.818
X1.2	12.93	3.242	.743	.794
X1.3	12.94	3.255	.745	.793
X1.4	12.73	3.775	.613	.847

2. Promosi Penjualan (X2)

Uji Validitas Instrumen Promosi Penjualan (X2)

Item-Total Statistics				
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X2.1	8.45	1.545	.573	.764
X2.2	8.40	1.465	.686	.637
X2.3	8.55	1.615	.613	.718

3. Persepsi Kemudahan (X3)

Uji Validitas Instrumen Persepsi Kemudahan (X3)

Item-Total Statistics				
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X3.1	13.38	2.216	.721	.838
X3.2	13.34	2.273	.720	.838
X3.3	13.45	2.204	.737	.831
X3.4	13.48	2.441	.732	.836

4. Keputusan Penggunaan (Y)

Uji Validitas Instrumen Keputusan Penggunaan (Y)

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item- Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Y1	12.73	3.257	.754	.806
Y2	12.65	3.430	.654	.844
Y3	12.83	3.087	.713	.822
Y4	12.79	3.132	.717	.820

B. Uji Reabilitas

1. Kualitas Pelayanan Online (X1)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.854	4

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item- Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X1.1	12.67	3.587	.687	.818
X1.2	12.93	3.242	.743	.794
X1.3	12.94	3.255	.745	.793
X1.4	12.73	3.775	.613	.847

2. Promosi Penjualan (X2)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.784	3

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X2.1	8.45	1.545	.573	.764
X2.2	8.40	1.465	.686	.637
X2.3	8.55	1.615	.613	.718

3. Persepsi Kemudahan (X3)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.871	4

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X3.1	13.38	2.216	.721	.838
X3.2	13.34	2.273	.720	.838
X3.3	13.45	2.204	.737	.831
X3.4	13.48	2.441	.732	.836

4. Keputusan Penggunaan (Y)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.861	4

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Y1	12.73	3.257	.754	.806
Y2	12.65	3.430	.654	.844
Y3	12.83	3.087	.713	.822
Y4	12.79	3.132	.717	.820

b. Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual	
N		86	
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000	
	Std. Deviation	1.58699341	
Most Extreme Differences	Absolute	.134	
	Positive	.109	
	Negative	-.134	
Test Statistic		.134	
Asymp. Sig. (2-tailed)		.001 ^c	
Monte Carlo Sig. (2-tailed)	Sig.	.087 ^d	
	99% Confidence Interval	Lower Bound	.080
		Upper Bound	.094

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. Based on 10000 sampled tables with starting seed 1502173562.

c. Uji Multikolinieritas

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	.958	1.700		.563	.575		
Kualitas Pelayanan Online	.191	.088	.198	2.186	.032	.683	1.464
Promosi Penjualan	.539	.122	.408	4.427	.000	.661	1.513
Persepsi Kemudahan	.331	.117	.279	2.841	.006	.580	1.724

a. Dependent Variable: Keputusan Penggunaan

d. Uji Uji Heteroskedastisitas

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	.095	.067		1.418	.160
Kualitas Pelayanan Online	-.004	.003	-.161	-1.245	.217
Promosi Penjualan	-.008	.005	-.211	-1.600	.113
Persepsi Kemudahan	.008	.005	.250	1.782	.078

a. Dependent Variable: ABS_RES2

e. Uji Autokorelasi

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.735 ^a	.541	.524	1.616	1.932

a. Predictors: (Constant), Persepsi Kemudahan, Kualitas Pelayanan Online, Promosi Penjualan

b. Dependent Variable: Keputusan Penggunaan

f. Analisis Regresi Linear Berganda

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.958	1.700		.563	.575
	Kualitas Pelayanan Online	.191	.088	.198	2.186	.032
	Promosi Penjualan	.539	.122	.408	4.427	.000
	Persepsi Kemudahan	.331	.117	.279	2.841	.006

a. Dependent Variable: Keputusan Penggunaan

g. Uji F

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	251.923	3	83.974	32.166	.000 ^b
	Residual	214.077	82	2.611		
	Total	466.000	85			

a. Dependent Variable: Keputusan Penggunaan

b. Predictors: (Constant), Persepsi Kemudahan, Kualitas Pelayanan Online, Promosi Penjualan

h. Uji Koefisien Determinasi (R²)

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.735 ^a	.541	.524	1.616

a. Predictors: (Constant), Persepsi Kemudahan, Kualitas Pelayanan Online, Promosi Penjualan

i. Pengujian Hipotesis (Uji t)

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.958	1.700		.563	.575
	Kualitas Pelayanan Online	.191	.088	.198	2.186	.032
	Promosi Penjualan	.539	.122	.408	4.427	.000
	Persepsi Kemudahan	.331	.117	.279	2.841	.006

a. Dependent Variable: Keputusan Penggunaan



RIZKA ANGELINA OCTAVIOLA - TA

ORIGINALITY REPORT

17% SIMILARITY INDEX	8% INTERNET SOURCES	3% PUBLICATIONS	17% STUDENT PAPERS
--------------------------------	-------------------------------	---------------------------	------------------------------

PRIMARY SOURCES

1	Submitted to Universitas Nasional Student Paper	14%
2	laakfkb.telkomuniversity.ac.id Internet Source	1%
3	repositori.usu.ac.id Internet Source	1%
4	repository.uinjkt.ac.id Internet Source	1%
5	digilibadmin.unismuh.ac.id Internet Source	1%

Exclude quotes On

Exclude bibliography On

Exclude matches < 1%