

BAB IV

HASIL PENELITIAN

A. Gambaran Umum Objek Penelitian

1. Dompot Elektronik OVO

a. Sejarah OVO

OVO merupakan aplikasi dompet elektronik yang diterbitkan pada Maret 2017 oleh PT Visionet International, perusahaan ini berada di bawah naungan LippoX yang merupakan divisi bisnis *digital payment* milik Lippo Group.⁷⁹ OVO adalah layanan *mobile payment* yang memberikan kemudahan dalam bertransaksi (OVO Cash) dan juga kesempatan mendapat *loyalty rewards* berupa poin (OVO Points). Secara umum, OVO Cash digunakan untuk melakukan berbagai bentuk transaksi pembayaran di merchant rekanan OVO. Sedangkan OVO Points adalah *loyalty rewards* bagi pengguna yang melakukan transaksi pembayaran dengan menggunakan OVO di merchant rekanan OVO.⁸⁰

b. Keanggotaan OVO

Keanggotaan pengguna OVO diklasifikasikan menjadi dua jenis:

- 1) OVO Club, yaitu klasifikasi akun OVO yang memungkinkan pengguna OVO untuk dapat menikmati layanan uang elektronik

⁷⁹ Direksi PT Multipolar Tbk, *Keterbukaan Informasi Kepada Pemegang Saham*, (Jakarta: 2017).

⁸⁰ <https://www.ovo.id/about>, diakses pada 18 Oktober 2019.

tidak terverifikasi, dengan ketentuan maksimum saldo OVO Cash sebesar Rp 2.000.000. Pengguna OVO Club hanya dapat memanfaatkan layanan transfer antar pengguna OVO.

- 2) OVO Premier, yaitu klasifikasi akun OVO yang memungkinkan pengguna OVO untuk dapat menikmati layanan uang elektronik terverifikasi, dengan ketentuan maksimum saldo OVO Cash sebesar Rp 10.000.000. Pengguna OVO Premier dapat memanfaatkan seluruh layanan yang disediakan oleh OVO saat ini dan atau yang akan ada di kemudian hari, termasuk pada fitur layanan *budgeting*, *cash out* via Bank, layanan transfer antar pengguna OVO, bebas biaya transfer ke rekening Bank dan layanan lainnya.⁸¹

c. Fitur-Fitur OVO

Agar dapat mengakses dompet elektronik OVO dalam setiap transaksi pembayaran elektronik, pengguna harus terlebih dahulu mendownload dan menginstal aplikasi OVO melalui *Play Store* atau *App Store* yang ada pada *smartphone* android maupun iOS. Kemudian melakukan registrasi dengan mengisi data pribadi (seperti nama, nomor telepon, dan e-mail), menunggu kode verifikasi yang dikirim melalui SMS atau e-mail, selanjutnya proses verifikasi, dan akun OVO akan segera aktif.

⁸¹ <https://www.ovo.id/syarat-ketentuan>, diakses pada 18 Desember 2019.

Penggunaan layanan OVO tidak hanya terbatas sebagai alat pembayaran elektronik, OVO juga menyediakan berbagai fitur-fitur menarik yang terdapat pada halaman aplikasi, sebagai berikut:

- 1) Home, adalah halaman utama pada aplikasi. Pada halaman ini anda dapat melihat nama pengguna, jumlah saldo OVO Cash, dan jumlah OVO Point yang sudah terkumpul. Pada halaman home ini terdapat beberapa menu pilihan, meliputi:
 - a) Lainnya, adalah halaman aplikasi untuk melakukan transaksi mulai dari pengisian pulsa, paket data, PLN, pembayaran pasca bayar, BPJS kesehatan, TV kabel, dan asuransi.
 - b) Transfer, adalah halaman aplikasi yang digunakan untuk melakukan transfer sejumlah saldo OVO Cash ke sesama pengguna OVO dengan menggunakan nomor telepon pengguna atau scan QR Code pada aplikasi pengguna dan transfer sejumlah saldo OVO Cash ke berbagai rekening Bank.
 - c) Scan, adalah halaman aplikasi yang menampilkan scan QR Code dan barcode ID untuk melakukan transaksi pembayaran pada merchant rekanan OVO.
 - d) Top Up, adalah halaman aplikasi yang menunjukkan bagaimana cara melakukan pengisian saldo OVO Cash anda di berbagai tempat melalui ATM, kartu debit, *internet banking*, *mobile banking*, merchant, atau OVO Booth

- 2) Deals, adalah halaman aplikasi yang menampilkan berbagai menu pilihan *deals* (penawaran harga termurah berbagai produk dari merchant rekanan OVO) dengan berbagai kategori dan berbagai promo. Selain itu, pada halaman ini anda bisa melakukan pencarian berbagai macam merchant rekanan OVO.
- 3) Finance, adalah halaman aplikasi yang menampilkan dua menu pilihan yang hanya tersedia pada keanggotaan OVO Premier atau keanggotaan OVO Club yang sudah melakukan *upgrad* ke OVO Premier, kedua menu tersebut yaitu:
 - a) OVO Invest (Beta), adalah halaman menu yang memberikan penawaran bagi setiap pengguna yang ingin melakukan investasi uang elektronik dengan keuntungan sampai 7% pertahun dengan minimal investasi sebesar Rp 10.000 dan dapat ditarik kapan saja tanpa adanya pemotongan atau biaya admistrasi dari transaksi tersebut.
 - b) Budget, adalah halaman menu yang digunakan pengguna untuk mengatur sendiri perencanaan atas batas maksimal pengeluaran pada kategori transaksi tertentu.
- 4) Wallet, adalah halaman aplikasi yang menampilkan gambaran OVO Card, kartu membership, dan kartu apa saja yang terhubung dengan akun OVO pengguna serta keuntunagn yang didapat dengan menggunakan kartu tersebut.

5) History, adalah halaman aplikasi yang menampilkan riwayat dari berbagai transaksi yang pernah dilakukan dengan menggunakan aplikasi tersebut mulai dari transaksi pembayaran, *top up*, transfer, dan transaksi lainnya.⁸²

2. Profil Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI)

a. Sejarah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI)

Berdirinya Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Tulungagung (FEBI IAIN) sebenarnya tidak lepas daricikal bakal perjalanan panjang sejarah kelembagaan Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Tulungagung. Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Tulungagung berdiri berawal dari Sekolah Persiapan (SP) Singoleksono kemudian berturut-turut mengalami perubahan dan perkembangan menjadi Fakultas Tarbiyah IAIN Sunan Ampel Tulungagung, Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri (STAIN) Tulungagung dan Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Tulungagung. Oleh karena itu, untuk meruntut sejarah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Tulungagung dengan sendirinya tidak mungkin menafikan perjalanan sejarah masing-masing dari keempat kelembagaan tersebut yang paparan berikutnya akan dipilah menjadi empat periode kelembagaan, yaitu:

⁸² Halaman menu pada aplikasi OVO, diakses menggunakan aplikasi OVO *smartphone* android didownload dari play store, pada 30 November 2019.

- 1) Pertama, periode Sekolah Persiapan (SP) IAI Singoleksono.
- 2) Kedua, periode Fakultas Tarbiyah IAIN Sunan Ampel Tulungagung.
- 3) Ketiga, periode Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri Tulungagung.
- 4) Keempat, periode Intitut Agama Islam Negeri Tulungagung.

Seiring dengan perkembangan dan ketersediaan sarana, prasarana, SDM, dan peningkatan jumlah mahasiswa, maka Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri Tulungagung ditingkatkan alih status kelembagaannya menjadi Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Tulungagung. Alih status ini ditetapkan dengan Peraturan Presiden RI Nomor 50 Tahun 2013 pada tanggal 6 Agustus 2013 tentang Alih Status Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri Tulungagung menjadi Institut Agama Islam Negeri Tulungagung, dan dikuatkan dengan Peraturan Menteri Agama RI Nomor 90 Tahun 2013 tentang Organisasi dan Tata Kerja Institut Agama Islam Negeri Tulungagung. Peresmian IAIN Tulungagung dilakukan pada tanggal 27 Desember 2013 oleh Menteri Agama RI Suryadharma Ali, M.Sc. Pada saat itu sekaligus dilakukan pelantikan Rektor Institut Agama Islam Negeri Tulungagung, yaitu Dr. Maftujhin, M.Ag. untuk periode 2013-2017.

Berdasarkan PMA Nomor 90 Tahun 2013 tentang Organisasi dan Tata Kerja IAIN Tulungagung tersebut IAIN Tulungagung terdiri dari 4 (empat) Fakultas, yaitu Fakultas Syariah dan Ilmu Hukum; Fakultas Tarbiyah dan Ilmu Keguruan; Fakultas Ushuludin Adab dan

Dakwah; Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam dan Pascasarjana. Selanjutnya, seluruh Program Studi di Jurusan Tarbiyah menjadi bagian pada Fakultas FTIK, program studi pada Jurusan Ushuludin pada Fakultas FUAD, sedangkan program studi pada Jurusan Syariah, program studi Hukum Ekonomi Syariah dan Hukum Keluarga menjadi bagian pada Fakultas Syariah dan Ilmu Hukum dan program studi Perbankan Syariah dan Ekonomi Syariah bagian dari Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.

Sejak peresmian IAIN Tulungagung tersebut Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam mengelola 2 (dua) program studi, yaitu Perbankan Syariah dan program studi Ekonomi Syariah. Program Studi Perbankan Syariah yang pada mulanya bergabung dengan Jurusan Syariah, berdiri pada tahun 2010, sehingga mahasiswa angkatan pertama adalah Tahun Akademik 2010/2011. Pada awal berdirinya, program studi Perbankan Syariah bernama Manajemen Perbankan Syariah (MPS). Kemudian berdasarkan SK Dirjen Pendis tentang penataan program studi, pada tahun 2012 mengalami perubahan nama menjadi Perbankan Syariah. Gelar yang diperoleh dari program studi Perbankan Syariah adalah Sarjana Ekonomi Syariah (S.E.Sy.). Pada saat masih bergabung dengan Jurusan Syariah (dalam bentuk STAIN) Ketua Program Studi Perbankan Syariah dijabat oleh Dr. Agus Eko Sujianto, SE, MM untuk periode 2010-2014.

Sedangkan program studi Ekonomi Syariah berdiri pada tahun 2012 juga bergabung dengan Jurusan Syariah (STAIN) sehingga menerima mahasiswa baru pertama kali pada Tahun Akademik 2012/2013. Gelar yang diperoleh dari program studi Ekonomi Syariah adalah Sarjana Ekonomi Syariah (S.E.Sy.). Ketua Program studi Ekonomi Syariah yang pertama dijabat oleh Muhammad Aswad, M.Ag. untuk periode 2012-2014.

Kemudian pada tahun 2015 berdiri program studi Akuntansi Syariah, sehingga pada tahun akademik 2015/2016, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam mengelola 3 (tiga) program studi, yaitu:

- 1) Perbankan Syariah (PS), jenjang S-1 dengan gelar Sarjana Ekonomi Syariah (S.E.Sy.)
- 2) Ekonomi Syariah (ES), jenjang S-1 dengan gelar Sarjana Ekonomi Syariah (S.E.Sy.)
- 3) Akuntansi Syariah (AKS), jenjang S-1 dengan gelar Sarjana Ekonomi Syariah (S.E.Sy.)

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam pada tahun 2014 untuk pertama kali mewisuda mahasiswa angkatan pertama program studi Perbankan Syariah sebanyak 48 mahasiswa, kemudian pada tahun 2015 mewisuda sebanyak 72 mahasiswa. Sehingga alumni mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam sebanyak 120 alumni. Perubahan gelar selanjutnya mengikuti peraturan PMA nomor 33 tahun 2016.

b. Visi, Misi dan Tujuan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI)

1) Visi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI)

Terwujudnya Fakultas yang mampu bersaing di tingkat nasional dalam pengembangan ilmu ekonomi dan bisnis Islam berbasis ekonomi kreatif pada tahun 2019.

2) Misi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI)

- a) Menyelenggarakan pendidikan ilmu ekonomi dan bisnis Islam secara teoritik dan praktik.
- b) Menyelenggarakan penelitian dan pengembangan ilmu ekonomi dan bisnis Islam yang mampu menjawab problem ekonomi masyarakat.
- c) Menyelenggarakan pengabdian masyarakat yang bertumpu pada pemberdayaan ekonomi masyarakat.
- d) Menggali, mengembangkan dan menerapkan aspek-aspek ekonomi kreatif masyarakat.
- e) Menyelenggarakan tata kelola kelembagaan secara professional dan bermutu.
- f) Menjalin kerjasama dengan pihak luar dalam skala regional, nasional maupun internasional yang mengarah pada penguatan sumber daya.

3) Tujuan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI)

- a) Menghasilkan sarjana ekonomi dan bisnis Islam yang jujur, adil, berjiwa entrepreneurship yang mampu menganalisis

perkembangan ekonomi dan bisnis secara teoritik dan aplikatif sesuai kebutuhan masyarakat.

- b) Menyelenggarakan penelitian dan pengembangan ilmu ekonomi dan bisnis Islam yang dapat meningkatkan kualitas kehidupan ekonomi masyarakat
- c) Melakuakn pengabdian kepada masyarakat melalui penyuluhan, pendampingan dan pemberdayaan aktivitas ekonomi yang dilakukan masyarakat.
- d) Menggali potensi ekonomi yang ada di masyarakat dengan membuka peluang-peluang usaha yang dapat dikembangkan dengan sentuhan kreativitas yang dapat membuka pangsa pasar baru.
- e) Menyelenggarakan tata kelola lembaga yang terkordinasi melalui struktur organisasi yang jelas dan hirarkis yang masing-masing bidang dapat berkerja sesuai dengan tugas pokok dan fungsinya serta bertanggung jawab.
- f) Mengembangkan kerjasama dan kemitraan dengan pihak luar, pemerintah atau swasta, perguruan tinggi, sektor industri, kalangan profesional, baik di tingkat kabupaten, provinsi, nasional maupun internasional melalui program magang, praktik pengalaman lapangan, penelitian bersama, kuliah non formal/kuliah tamu, dan rekrutmen kerja lulusan dan pengadaan

sarana prasarana dengan manfaat yang bisa dirasakan masing-masing pihak.

3. Profil Jurusan Ekonomi Syariah

a. Sejarah Ekonomi Syariah

1) Profil Utama

Profil utama lulusan Program Studi Ekonomi Syariah adalah sebagai praktisi ekonomi dan bisnis syariah, analisis ekonomi syariah, manajer lembaga keuangan syariah yang berkepribadian baik, berpengalaman luas dan mutakhir di bidang ekonomi syariah serta mampu melakukan analisis kebijakan publik, analisis ekonomi syariah, penelitian, pengkajian, konsultasi ekonomi syariah, mengelola ZISWAF, dan bertanggung jawab terhadap pekerjaan berlandaskan etika keislaman, kelimuan dan keahlian

2) Profil tambahan

- a) Islamic Bank Officer
- b) Tenaga pendidik ilmu ekonomi syariah

b. Visi dan Misi Ekonomi Syariah

1) Visi Jurusan Ekonomi Syariah

Terwujudnya Program Studi terkemuka dalam menghasilkan lulusan ekonomi syariah yang unggul, kompetitif, dan terampil yang berbasis ekonomi kreatif serta mampu bersaing secara nasional pada tahun 2019.

2) Misi Jurusan Ekonomi Syariah

- a) Menyelenggarakan pendidikan ekonomi syariah melalui tahap pendidikan akademik dan menciptakan tenaga professional baik yang bersifat teoritis maupun praktis berlandaskan moral dan etika Islamiah;
- b) Menyelenggarakan sistem akademisi melalui pengkajian dan penelitian bidang ekonomi dan keuangan syariah berkelanjutan;
- c) Mendidik mahasiswa berdedikasi tinggi serta bertanggung jawab pada kelimuan, sosial dan lingkungan;
- d) Mengembangkan program studi ekonomi syariah sebagai penghasil sumber daya manusia yang ahli, terampil, dan kompetitif sesuai kebutuhan pasar industri bisnis dan keuangan syariah;
- e) Membangun hubungan kerjasama yang saling menguntungkan dengan lembaga-lembaga pemerintah, korporasi maupun lembaga lainnya, baik dalam maupun luar negeri.

B. Karakteristik Responden

1. Jenis Kelamin

Jumlah responden dalam penelitian ini adalah 50 Mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah Semester 7 FEBI IAIN Tulungagung yang menjadi pengguna atau pernah menjadi pengguna dompet elektronik OVO.

Tabel 4.1 Jenis Kelamin Responden

Jenis Kelamin	Jumlah Responden	Prosentase
Laki-laki	4	8%
Perempuan	46	92%
Jumlah	50	100%

Sumber: Hasil pengolahan data primer, 2020

Berdasarkan tabel 4.1 di atas dapat diketahui bahwa jumlah responden laki-laki sebanyak 4 orang atau 8% dan jumlah responden perempuan sebanyak 46 orang atau 92%. Maka dapat disimpulkan bahwa responden perempuan lebih banyak daripada responden laki-laki.

2. Usia

Adapun data mengenai usia responden adalah sebagai berikut:

Tabel 4.2 Usia Responden

Usia	Jumlah	Prosentase
20	2	4%
21	20	40%
22	28	56%
Total	50	100%

Sumber: Hasil pengolahan data primer, 2020

Berdasarkan tabel 4.1 di atas dapat diketahui bahwa mayoritas responden berusia 22 tahun yaitu sebanyak 28 orang atau 56%. Kemudian sebanyak 20 responden atau 40% berusia 21 tahun dan 2 responden atau 4% berusia 20 tahun.

3. Kelas

Adapun data mengenai kelas mahasiswa semester 7 Jurusan Ekonomi Syariah yang menjadi responden adalah sebagai berikut:

Tabel 4.3 Kelas Responden

Kelas	Jumlah Responden	Prosentase
ES 7 A	1	2%
ES 7 B	2	4%
ES 7 C	1	2%
ES 7 D	3	6%
ES 7 E	2	4%
ES 7 F	6	12%
ES 7 G	3	6%
ES 7 H	8	16%
ES 7 I	1	2%
ES 7 J	2	4%
ES 7 K	3	6%
ES 7 L	7	14%
ES 7 M	1	2%
ES 7 N	5	10%
ES 7 O	5	10%
Total	50	100%

Sumber: Hasil pengolahan data primer, 2020

Berdasarkan tabel 4.3 di atas dapat diketahui bahwa mahasiswa yang menjadi responden adalah 1 mahasiswa atau 2% berasal dari kelas ES 7A. Kemudian sebanyak 2 mahasiswa atau 4% berasal dari kelas ES 7B, 1 mahasiswa atau 2% berasal dari kelas ES 7C, 3 mahasiswa atau 6% berasal dari kelas ES 7D, 2 mahasiswa atau 4% berasal dari kelas ES 7E, 6 mahasiswa atau 12% berasal dari kelas ES 7F, 3 mahasiswa atau 6% berasal dari kelas ES 7G, 8 mahasiswa atau 16% berasal dari kelas ES 7H, 1 mahasiswa atau 2% berasal dari kelas ES 7I, 2 mahasiswa atau 4% berasal dari kelas ES 7J, 3 mahasiswa atau 6% berasal dari kelas ES 7K, 7 mahasiswa atau 14% berasal dari kelas ES 7L, 1 mahasiswa atau 2%

berasal dari kelas ES 7M, 5 mahasiswa atau 10% berasal dari kelas ES 7N, dan 5 mahasiswa atau 10% berasal dari kelas ES 7O.

C. Deskripsi Variabel

Penelitian ini terdiri dari 3 variabel bebas yaitu diskon, kemudahan penggunaan, kepercayaan dan 1 variabel terikat yaitu minat menggunakan dompet elektronik OVO pada mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah Semester 7 FEBI IAIN Tulungagung. Data mengenai 4 variabel tersebut didapat dengan menyebarkan angket kepada 50 responden melalui *google form*. Angket yang disebarkan kepada responden terdiri atas 24 item pernyataan dan diukur menggunakan skala Likert. Hasil yang diperoleh dari penyebaran angket tersebut dipaparkan pada tabel berikut ini:

Tabel 4.4 Deskripsi Variabel Diskon (X₁)

Item	Skor Jawaban										Jumlah	
	5 (SS)		4 (S)		3 (N)		2 (TS)		1 (STS)			
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
1	9	18%	26	52%	11	22%	3	6%	1	2%	50	100%
2	13	26%	26	52%	9	18%	2	4%	0	0%	50	100%
3	11	22%	30	60%	7	14%	2	4%	0	0%	50	100%
4	6	12%	28	56%	14	28%	2	4%	0	0%	50	100%
5	13	26%	21	42%	14	28%	2	4%	0	0%	50	100%
6	18	36%	21	42%	10	20%	1	2%	0	0%	50	100%

Sumber: Hasil pengolahan data primer, 2020

Berdasarkan tabel 4.4 dapat diketahui bahwa untuk item 1 yaitu saya akan bertransaksi menggunakan OVO pada hari-hari besar karena diskon yang ditawarkan akan lebih besar dari hari biasanya dari 50 responden yang menyatakan sangat setuju 9 responden atau 18%, 26 responden atau 52% menyatakan setuju, 11 responden atau 22% menyatakan netral, 3 responden

atau 6% menyatakan tidak setuju, dan 1 responden atau 2% menyatakan sangat tidak setuju.

Pada item 2 yaitu saya menjadi lebih sering menggunakan OVO untuk melihat produk apa lagi yang akan didiskon setiap harinya dari 50 responden yang menyatakan sangat setuju 13 responden atau 26%, 26 responden atau 52% menyatakan setuju, 9 responden atau 18% menyatakan netral, dan 2 responden atau 4% menyatakan tidak setuju.

Pada item 3 yaitu saya tertarik dengan program diskon dan *cashback* yang ditawarkan setiap hari dari 50 responden yang menyatakan sangat setuju 11 responden atau 22%, 30 responden atau 60% menyatakan setuju, 7 responden atau 14% menyatakan netral, dan 2 responden atau 4% menyatakan tidak setuju.

Pada item 4 yaitu saya merasa program diskon yang dibuat OVO untuk menarik konsumen memiliki waktu yang sangat singkat dari 50 responden yang menyatakan sangat setuju 6 responden atau 12%, 28 responden atau 56% menyatakan setuju, 14 responden atau 28% menyatakan netral, dan 2 responden atau 4% menyatakan tidak setuju.

Pada item 5 yaitu saya akan lebih memilih produk yang sedang didiskon dibandingkan dengan produk yang biasa saya beli dari 50 responden yang menyatakan sangat setuju 13 responden atau 26%, 21 responden atau 42% menyatakan setuju, 14 responden atau 28% menyatakan netral, dan 2 responden atau 4% menyatakan tidak setuju.

Pada item 6 yaitu saya akan membeli produk yang ditawarkan pada program diskon karena harga yang ditawarkan sangat murah dari 50 responden yang menyatakan sangat setuju 18 responden atau 36%, 21 responden atau 42% menyatakan setuju, 10 responden atau 20% menyatakan netral, dan 1 responden atau 2% menyatakan tidak setuju.

Tabel 4.5 Deskripsi Variabel Kemudahan Penggunaan (X₂)

Item	Skor Jawaban										Jumlah	
	5 (SS)		4 (S)		3 (N)		2 (TS)		1 (STS)			
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
1	9	18%	32	64%	8	16%	1	2%	0	0%	50	100%
2	10	20%	37	74%	3	6%	0	0%	0	0%	50	100%
3	11	22%	26	52%	12	24%	1	2%	0	0%	50	100%
4	8	16%	31	62%	10	20%	1	2%	0	0%	50	100%
5	9	18%	28	56%	12	24%	1	2%	0	0%	50	100%
6	6	12%	25	50%	14	28%	5	10%	0	0%	50	100%

Sumber: Hasil pengolahan data primer, 2020

Berdasarkan tabel 4.5 dapat diketahui bahwa untuk item 1 yaitu dapat melakukan transaksi pembayaran menggunakan aplikasi OVO di banyak tempat dari 50 responden yang menyatakan sangat setuju 9 responden atau 18%, 32 responden atau 64% menyatakan setuju, 8 responden atau 16% menyatakan netral, dan 1 responden atau 2% menyatakan tidak setuju.

Pada item 2 yaitu jaringan internet diperlukan untuk memudahkan akses penggunaan aplikasi OVO dari 50 responden yang menyatakan sangat setuju 10 responden atau 20%, 37 responden atau 74% menyatakan setuju, dan 3 responden atau 6% menyatakan netral.

Pada item 3 yaitu aplikasi OVO mudah dipelajari dengan cepat dari 50 responden yang menyatakan sangat setuju 11 responden atau 22%, 26

responden atau 52% menyatakan setuju, 12 responden atau 24% menyatakan netral, dan 1 responden atau 2% menyatakan tidak setuju.

Pada item 4 yaitu desain tampilan menu dan sub menu pada aplikasi OVO mudah dipahami dari 50 responden yang menyatakan sangat setuju 8 responden atau 16%, 31 responden atau 62% menyatakan setuju, 8 responden atau 16% menyatakan netral, dan 1 responden atau 2% menyatakan tidak setuju.

Pada item 5 yaitu secara keseluruhan aplikasi OVO sangat mudah untuk dioperasikan dari 50 responden yang menyatakan sangat setuju 9 responden atau 18%, 28 responden atau 56% menyatakan setuju, 12 responden atau 24% menyatakan netral, dan 1 responden atau 2% menyatakan tidak setuju.

Pada item 6 yaitu dapat melakukan *top up* (isi ulang) OVO kapanpun dan dimanapun dari 50 responden yang menyatakan sangat setuju 6 responden atau 12%, 25 responden atau 50% menyatakan setuju, 14 responden atau 28% menyatakan netral, dan 5 responden atau 10% menyatakan tidak setuju.

Tabel 4.6 Deskripsi Variabel Kepercayaan (X₃)

Item	Skor Jawaban										Jumlah	
	5 (SS)		4 (S)		3 (N)		2 (TS)		1 (STS)			
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
1	6	12%	24	48%	17	34%	3	6%	0	0%	50	100%
2	6	12%	29	58%	15	30%	0	0%	0	0%	50	100%
3	10	20%	17	34%	19	38%	4	8%	0	0%	50	100%
4	11	22%	30	60%	9	18%	0	0%	0	0%	50	100%
5	10	20%	20	40%	16	32%	4	8%	0	0%	50	100%
6	3	6%	22	44%	23	46%	2	4%	0	0%	50	100%

Sumber: Hasil pengolahan data primer, 2020

Berdasarkan tabel 4.6 dapat diketahui bahwa untuk item 1 yaitu dompet elektronik OVO sangat menjanjikan dan dapat dipercaya dari 50 responden yang menyatakan sangat setuju 6 responden atau 12%, 24 responden atau 48% menyatakan setuju, 17 responden atau 34% menyatakan netral, dan 3 responden atau 6% menyatakan tidak setuju.

Pada item 2 yaitu dompet elektronik OVO memberikan sistem keamanan yang baik dari 50 responden yang menyatakan sangat setuju 6 responden atau 12%, 29 responden atau 58% menyatakan setuju, dan 15 responden atau 30% menyatakan netral.

Pada item 3 yaitu dompet elektronik OVO memberikan manfaat dan mempermudah transaksi pembayaran dari 50 responden yang menyatakan sangat setuju 10 responden atau 20%, 17 responden atau 34% menyatakan setuju, 19 responden atau 38% menyatakan netral, dan 4 responden atau 8% menyatakan tidak setuju.

Pada item 4 yaitu dompet elektronik OVO memberikan layanan yang baik dari 50 responden yang menyatakan sangat setuju 11 responden atau 22%, 30 responden atau 60% menyatakan setuju, dan 9 responden atau 18% menyatakan netral.

Pada item 5 yaitu dompet elektronik OVO memberikan manfaat dan mempermudah transaksi pembayaran dari 50 responden yang menyatakan sangat setuju 10 responden atau 20%, 20 responden atau 40% menyatakan setuju, 16 responden atau 32% menyatakan netral, dan 4 responden atau 8% menyatakan tidak setuju.

Pada item 6 yaitu dompet elektronik OVO mampu mengatasi keluhan atau pertanyaan yang dihadapi konsumen melalui email atau via *call center* dari 50 responden yang menyatakan sangat setuju 3 responden atau 6%, 22 responden atau 44% menyatakan setuju, 23 responden atau 46% menyatakan netral, dan 2 responden atau 4% menyatakan tidak setuju.

Tabel 4.7 Deskripsi Variabel Minat Menggunakan (Y)

Item	Skor Jawaban										Jumlah	
	5 (SS)		4 (S)		3 (N)		2 (TS)		1 (STS)			
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
1	9	18%	28	56%	8	16%	5	10%	0	0%	50	100%
2	19	38%	23	46%	8	16%	0	0%	0	0%	50	100%
3	10	20%	30	60%	10	20%	0	0%	0	0%	50	100%
4	7	14%	30	60%	12	24%	1	2%	0	0%	50	100%
5	9	18%	31	62%	9	18%	1	2%	0	0%	50	100%
6	9	18%	19	38%	19	38%	3	6%	0	0%	50	100%

Sumber: Hasil pengolahan data primer, 2020

Berdasarkan tabel 4.7 dapat diketahui bahwa untuk item 1 yaitu saya mengetahui dompet elektronik OVO dari membaca atau melihat *review* orang dari 50 responden yang menyatakan sangat setuju 9 responden atau 18%, 28 responden atau 56% menyatakan setuju, 8 responden atau 16% menyatakan netral, dan 5 responden atau 10% menyatakan tidak setuju.

Pada item 2 yaitu saya memilih OVO karena terintegrasi dengan aplikasi transportasi *online* (Grab) dari 50 responden yang menyatakan sangat setuju 19 responden atau 38%, 23 responden atau 46% menyatakan setuju, dan 8 responden atau 16% menyatakan netral.

Pada item 3 yaitu saya menyukai kecepatan pembayaran di OVO dari 50 responden yang menyatakan sangat setuju 10 responden atau 20%, 30

responden atau 60% menyatakan setuju, dan 10 responden atau 20% menyatakan netral.

Pada item 4 yaitu saya tertarik dengan ragam transaksi yang dapat dilakukan dengan OVO dari 50 responden yang menyatakan sangat setuju 7 responden atau 14%, 30 responden atau 60% menyatakan setuju, 12 responden atau 24% menyatakan netral, dan 1 responden atau 2% menyatakan tidak setuju.

Pada item 5 yaitu saya memutuskan menggunakan OVO karena merupakan pilihan saya sendiriorang dari 50 responden yang menyatakan sangat setuju 9 responden atau 18%, 31 responden atau 62% menyatakan setuju, 9 responden atau 18% menyatakan netral, dan 1 responden atau 2% menyatakan tidak setuju.

Pada item 6 yaitu saya akan menggunakan OVO dalam jangka waktu yang panjang dari 50 responden yang menyatakan sangat setuju 9 responden atau 18%, 19 responden atau 38% menyatakan setuju, 19 responden atau 38% menyatakan netral, dan 3 responden atau 6% menyatakan tidak setuju.

D. Analisis Data

Penelitian ini menggunakan data dari hasil angket yang disebarakan melalui media sosial yaitu *google form* kepada Mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah Semester 7 FEBI IAIN Tulungagung. Kemudian dilakukan analisis data yang diperoleh, yaitu meliputi analisis variabel-variabel independen berupa diskon, kemudahan penggunaan, dan kepercayaan terhadap variabel dependen berupa minat menggunakan. Perhitungan variabel-variabel tersebut

dilakukan dengan menggunakan komputer melalui program SPSS 22.0. Berikut ini deskripsi statistik berdasarkan data yang telah diolah dengan menggunakan SPSS 22.0

1. Uji Validitas dan Uji Reliabilitas

a. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur valid atau tidaknya suatu kuesioner. Pengujian instrumen ini dilakukan menggunakan *Pearson Correlation*, suatu instrumen dapat dikatakan valid apabila r_{hitung} lebih besar daripada r_{tabel} . Jumlah responden dalam penelitian ini adalah 50 responden. Dari jumlah responden tersebut dapat diketahui besarnya r_{tabel} adalah 0,2787 ($df = n-2 = 50-2 = 48$) dengan taraf kesalahan sebesar 5%. Berikut ini adalah hasil dari uji validitas dari masing-masing variabel:

Tabel 4.8 Hasil Uji Validitas Instrumen Variabel Diskon

Variabel	No. Item	Pearson Correlation	R_{tabel} (N=50) Taraf Signifikansi 5%	Keterangan
Diskon (X ₁)	X1.1	0,621	0,2787	Valid
	X1.2	0,694	0,2787	Valid
	X1.3	0,629	0,2787	Valid
	X1.4	0,500	0,2787	Valid
	X1.5	0,612	0,2787	Valid
	X1.6	0,588	0,2787	Valid

Sumber: Data Primer diolah SPSS 22.0 tahun 2020

Tabel 4.9 Uji Validitas Instrumen Variabel Kemudahan Penggunaan

Variabel	No. Item	Pearson Correlation	$R_{\text{tabel}}(N=50)$ Taraf Signifikansi 5%	Keterangan
Kemudahan Penggunaan (X_2)	X2.1	0,720	0,2787	Valid
	X2.2	0,647	0,2787	Valid
	X2.3	0,789	0,2787	Valid
	X2.4	0,873	0,2787	Valid
	X2.5	0,896	0,2787	Valid
	X2.6	0,825	0,2787	Valid

Sumber: Data Primer diolah SPSS 22.0 tahun 2020

Tabel 4.10 Hasil Uji Validitas Instrumen Variabel Kepercayaan

Variabel	No. Item	Pearson Correlation	$R_{\text{tabel}}(N=50)$ Taraf Signifikansi 5%	Keterangan
Kepercayaan (X_3)	X3.1	0,774	0,2787	Valid
	X3.2	0,722	0,2787	Valid
	X3.3	0,886	0,2787	Valid
	X3.4	0,641	0,2787	Valid
	X3.5	0,831	0,2787	Valid
	X3.6	0,690	0,2787	Valid

Sumber: Data Primer diolah SPSS 22.0 tahun 2020

Tabel 4.11 Hasil Uji Validitas Instrumen Variabel Minat Menggunakan

Variabel	No. Item	Pearson Correlation	$R_{\text{tabel}}(N=50)$ Taraf Signifikansi 5%	Keterangan
Minat Menggunakan (Y)	Y1	0,372	0,2787	Valid
	Y2	0,553	0,2787	Valid
	Y3	0,728	0,2787	Valid
	Y4	0,791	0,2787	Valid
	Y5	0,674	0,2787	Valid
	Y6	0,723	0,2787	Valid

Sumber: Data Primer diolah SPSS 22.0 tahun 2020

Berdasarkan tabel di atas seluruh item pernyataan mulai dari variabel Diskon (X_1), Kemudahan Penggunaan (X_2), Kepercayaan

(X_3) dan Minat Menggunakan (Y) adalah valid, karena nilai r_{hitung} (*Pearson Correlation*) lebih besar daripada nilai r_{tabel} .

b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk mengetahui sejauh mana hasil pengukuran tetap konsisten, apabila dilakukan pengukuran dua kali atau lebih terhadap gejala yang sama dengan menggunakan alat pengukur yang sama pula. Pengujian instrumen ini dilakukan menggunakan *Cronbach's Alpha*, suatu variabel dikatakan reliabel jika nilai *Cronbach's Alpha* (α) > 0,60. Hasil pengujian reliabilitas untuk penelitian ini adalah sebagai berikut:

Tabel 4.12 Hasil Uji Reliabilitas Instrumen Variabel Diskon

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,658	6

Sumber: Data Primer diolah SPSS 22.0 tahun 2020

Berdasarkan tabel 4.12 di atas menunjukkan bahwa nilai *Cronbach's Alpha* untuk variabel Diskon sebesar 0,658 lebih dari 0,60. Jadi dapat disimpulkan bahwa uji reabilitas pada variabel Diskon memiliki reabilitas yang baik.

Tabel 4.13 Hasil Uji Reliabilitas Instrumen Variabel Kemudahan Penggunaan

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,881	6

Sumber: Data Primer diolah SPSS 22.0 tahun 2020

Berdasarkan tabel 4.13 diatas menunjukkan bahwa nilai *Cronbach's Alpha* untuk variabel Kemudahan Penggunaan sebesar 0,881 lebih dari 0,60. Jadi dapat disimpulkan bahwa uji reabilitas pada variabel Kemudahan Penggunaan memiliki reabilitas yang baik.

Tabel 4.14 Hasil Uji Reliabilitas Instrumen Variabel Kepercayaan

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,854	6

Sumber: Data Primer diolah SPSS 22.0 tahun 2020

Berdasarkan tabel 4.14 di atas menunjukkan bahwa nilai *Cronbach's Alpha* untuk variabel Kepercayaan sebesar 0,854 lebih dari 0,60. Jadi dapat disimpulkan bahwa uji reabilitas pada variabel Kepercayaan memiliki reabilitas yang baik.

Tabel 4.15 Hasil Uji Reliabilitas Instrumen Variabel Minat Menggunakan

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,691	6

Sumber: Data Primer diolah SPSS 22.0 tahun 2020

Berdasarkan tabel 4.15 di atas menunjukan bahwa nilai *Cronbach's Alpha* untuk variabel Minat Menggunakan sebesar 0,691 lebih dari 0,60. Jadi dapat disimpulkan bahwa uji reabilitas pada variabel Minat Menggunakan memiliki reabilitas yang baik.

2. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel terikat, variabel bebas atau keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak. Uji normalitas dapat dideteksi melalui uji *One-Sample Kolmogorov Smirnov Test*, suatu data dikatakan berdistribusi normal jika nilai signifikansi $> 0,05$. Hasil pengujian normalitas untuk penelitian ini adalah sebagai berikut:

Tabel 4.16 Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		50
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	1,61488244
Most Extreme Differences	Absolute	,115
	Positive	,064
	Negative	-,115
Test Statistic		,115
Asymp. Sig. (2-tailed)		,097 ^c

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

Sumber: Data Primer diolah SPSS 22.0 tahun 2020

Berdasarkan tabel 4.16 di atas dapat diketahui bahwa nilai Asymp. Sig. (2-tailed) yaitu $0,097 > 0,05$, sehingga dapat disimpulkan bahwa data yang digunakan dalam penelitian ini berdistribusi secara normal.

b. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas digunakan untuk menguji apakah dalam model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel independen. Pada model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel independen. Uji multikolinieritas dapat dideteksi dengan melihat nilai *Tolerance dan Inflation Factor (VIF)* dan nilai tolerancinya. Jika nilai $VIF < 10$ dan nilai $tolerance > 0,1$, maka tidak terjadi multikolinieritas. Hasil pengujian multikolinieritas untuk penelitian ini adalah sebagai berikut:

Tabel 4.17 Hasil Uji Multikolinieritas

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	Diskon	,558	1,792
	Kemudahan Penggunaan	,432	2,317
	Kepercayaan	,592	1,690

a. Dependent Variable: Minat Menggunakan

Sumber: Data Primer diolah SPSS 22.0 tahun 2020

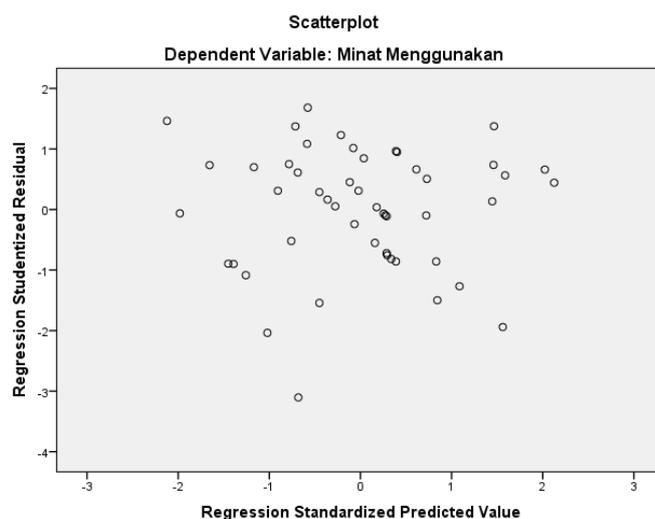
Berdasarkan tabel 4.17 di atas dapat diketahui bahwa nilai *Variance Inflation Factor (VIF)* dari masing-masing variabel lebih kecil dari 10 dan nilai tolerancinya lebih besar dari 0,10, sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel dalam penelitian ini terbebas dari multikolinieritas.

c. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas digunakan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual satu

pengamatan ke pengamatan yang lain. Model regresi yang baik adalah yang homokedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas. Untuk mendeteksi ada atau tidaknya heteroskedastisitas dengan melihat pola gambar *Scatterplot*. Tidak terdapat heteroskedastisitas jika: (1) penyebaran titik-titik data sebaiknya tidak berpola; (2) titik-titik data menyebar di atas dan di bawah atau disekitar angka 0; dan (3) titik-titik data tidak mengumpul hanya di atas atau di bawah saja. Hasil pengujian heteroskedastisitas untuk penelitian ini adalah sebagai berikut:

Gambar 4.1 Hasil Uji Heteroskedastisitas



Sumber: Data Primer diolah SPSS 22.0 tahun 2020

Berdasarkan gambar 4.1 di atas dapat diketahui bahwa tidak ada suatu pola tertentu dan titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0, maka dapat disimpulkan tidak terjadi heteroskedastisitas.

d. Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi digunakan untuk menguji apakah dalam model regresi ditemukan adanya korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode tertentu dengan kesalahan pengganggu pada periode sebelumnya. Untuk mendeteksi adanya autokorelasi dapat dilakukan melalui uji Durbin Watson (DW) dengan pengambilan keputusan:

- 1) Jika nilai Durbin Watson < -2 maka terjadi autokorelasi positif.
- 2) Jika nilai Durbin Watson antara -2 sampai $+2$ maka tidak terjadi autokorelasi.
- 3) Jika nilai Durbin-Watson $> +2$ maka terjadi autokorelasi negatif.

Hasil pengujian autokorelasi untuk penelitian ini adalah sebagai berikut:

Tabel 4.18 Hasil Uji Autokorelasi

Model Summary ^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,812 ^a	,659	,636	1,667	1,675

a. Predictors: (Constant), Kepercayaan, Diskon, Kemudahan Penggunaan

b. Dependent Variable: Minat Menggunakan

Sumber: Data Primer diolah SPSS 22.0 tahun 2020

Berdasarkan tabel 4.18 di atas dapat diketahui bahwa nilai Durbin Watson sebesar 1,675 atau nilai Durbin Watson terletak antara -2 sampai $+2$. Jadi dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi autokorelasi sehingga model regresi layak digunakan.

3. Uji Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda digunakan untuk mengetahui arah hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen, apakah masing-masing variabel berhubungan positif atau negatif. Rumus regresi linier berganda adalah sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + \dots + b_nX_n + e$$

Tabel 4.19 Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Model		Coefficients ^a				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	6,818	2,094		3,256	,002
	Diskon	,029	,110	,030	,260	,796
	Kemudahan Penggunaan	,230	,111	,272	2,075	,044
	Kepercayaan	,475	,090	,593	5,296	,000

a. Dependent Variable: Minat Menggunakan

Sumber: Data Primer diolah SPSS 22.0 tahun 2020

Berdasarkan hasil uji regresi linier berganda sebagaimana pada tabel 4.19, diperoleh persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = 6,818 + 0,29 X_1 + 2,30 X_2 + 0,475 X_3$$

Adapun interpretasi statistik pada model persamaan regresi diatas adalah sebagai berikut:

- a. Nilai konstan sebesar + 6,818 menyatakan bahwa jika variabel diskon, kemudahan penggunaan, dan kepercayaan dalam keadaan konstan atau 0 maka nilai minat menggunakan sebesar 6,818.

- b. Nilai koefisien regresi X_1 (diskon) sebesar + 0,029 menyatakan bahwa setiap penambahan 1 satuan pada variabel diskon, maka akan meningkatkan nilai minat menggunakan sebesar 0,029.
- c. Nilai koefisien regresi X_2 (kemudahan penggunaan) sebesar + 0,230 menyatakan bahwa setiap penambahan 1 satuan pada variabel kemudahan penggunaan, maka akan meningkatkan nilai minat menggunakan sebesar 0,230.
- d. Nilai koefisien regresi X_3 (kepercayaan) sebesar + 0,475 menyatakan bahwa setiap penambahan 1 satuan pada variabel kepercayaan, maka akan meningkatkan nilai minat menggunakan sebesar 0,475.
- e. Tanda negatif (-) menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang berbanding terbalik. Sedangkan tanda positif (+) menunjukkan adanya hubungan yang searah antara variabel independen dan variabel dependen.

4. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Uji koefisien determinasi digunakan untuk menguji seberapa besar kontribusi variabel independen terhadap variabel dependen. Dalam penelitian ini, koefisien determinasi menguji seberapa jauh kontribusi variabel diskon, kemudahan penggunaan dan kepercayaan terhadap minat menggunakan. Berikut hasil uji koefisien determinasi:

Tabel 4.20 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,812 ^a	,659	,636	1,667

a. Predictors: (Constant), Kepercayaan, Diskon, Kemudahan Penggunaan

b. Dependent Variable: Minat Menggunakan

Sumber: Data Primer diolah SPSS 22.0 tahun 2020

Berdasarkan hasil uji koefisien determinan pada tabel 4.16, diketahui nilai *Adjusted R Square* sebesar 0,636, artinya pengaruh variabel independen terhadap perubahan variabel dependen adalah sebesar 63,6%. Sedangkan sisanya sebesar 36,4% ($100\% - 63,6\% = 36,4\%$) dijelaskan oleh sebab-sebab lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

5. Uji Hipotesis

Hipotesis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

H₁: Ada pengaruh signifikan antara diskon terhadap minat menggunakan dompet elektronik OVO pada Mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah Semester 7 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Tulungagung.

H₂: Ada pengaruh signifikan antara kemudahan penggunaan terhadap minat menggunakan dompet elektronik OVO pada Mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah Semester 7 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Tulungagung.

H₃: Ada pengaruh signifikan antara kepercayaan terhadap minat menggunakan dompet elektronik OVO pada Mahasiswa Jurusan

Ekonomi Syariah Semester 7 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Tulungagung.

H₄ : Ada pengaruh signifikan antara diskon, kemudahan penggunaan dan kepercayaan secara silmutan terhadap minat menggunakan dompet elektronik OVO pada Mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah Semester 7 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Tulungagung.

a. Uji t (Parsial)

Uji t digunakan untuk menegetahui apakah masing-masing variabel independen mempengaruhi variabel dependen secara signifikan. Uji ini dilakukan dengan syarat apabila $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka uji regresi dikatakan signifikan. Atau dengan melihat angka signifkasinya. Jika nilai sig. lebih kecil dari 0.05 maka secara parsial variabel independen mempunyai pengaruh signifikan terhadap variabel dependen. Berikut hasil uji t:

Tabel 4.21 Hasil Uji t

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	6,818	2,094		3,256	,002
	Diskon	,029	,110	,030	,260	,796
	Kemudahan Penggunaan	,230	,111	,272	2,075	,044
	Kepercayaan	,475	,090	,593	5,296	,000

a. Dependent Variable: Minat Menggunakan

Sumber: Data Primer diolah SPSS 22.0 tahun 2020

Besar t_{tabel} dalam penelitian ini dapat diketahui melalui tabel statistik pada tingkat signifikansi 0,05 $df = n-k-1$ dengan k adalah jumlah variabel independen. Sehingga didapat t_{tabel} sebesar 2,013 ($\alpha/2; n-k-1=0,05/2; 50-3-1=0,025; 46$). Dari tabel 4.12 di atas menunjukkan pengaruh masing-masing variabel bebas yaitu diskon, kemudahan penggunaan, kepercayaan terhadap variabel terikat yaitu minat menggunakan yang dijelaskan sebagai berikut:

1) Variabel Diskon

Dari tabel di atas diperoleh nilai t_{hitung} sebesar 0,260 (lebih kecil dari t_{tabel} 2,013) dengan tingkat signifikansi 0,796 (lebih besar dari taraf signifikansi 0,05). Sehingga dapat dikatakan bahwa variabel diskon secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan dompet elektronik OVO pada mahasiswa jurusan Ekonomi Syariah Semester 7 FEBI IAIN. Dengan demikian hipotesis pertama (H_1) ditolak.

2) Variabel Kemudahan Penggunaan

Dari tabel di atas diperoleh nilai t_{hitung} sebesar 2,075 (lebih besar dari t_{tabel} 2,013) dengan tingkat signifikansi 0,044 (lebih kecil dari taraf signifikansi 0,05). Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel kemudahan penggunaan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan dompet elektronik OVO pada mahasiswa jurusan Ekonomi Syariah Semester 7 FEBI IAIN. Dengan demikian hipotesis kedua (H_2) diterima.

3) Variabel Kepercayaan

Dari tabel di atas diperoleh nilai t_{hitung} sebesar 5,296 (lebih besar dari t_{tabel} 2,013) dengan tingkat signifikansi 0,000 (lebih kecil dari taraf signifikansi 0,05). Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel kepercayaan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan dompet elektronik OVO pada mahasiswa jurusan Ekonomi Syariah Semester 7 FEBI IAIN. Dengan demikian hipotesis ketiga (H_3) diterima.

b. Uji F (Simultan)

Peneliti menggunakan uji F untuk mengetahui apakah semua variabel independen mempunyai pengaruh secara simultan terhadap variabel dependen. Uji ini dilakukan dengan syarat apabila $F_{hitung} < F_{tabel}$ maka uji regresi dikatakan signifikan. Atau dengan melihat angka signifikasinya, jika nilai sig. lebih kecil dari 0.05, maka secara simultan atau bersama-sama pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen adalah signifikan. Berikut hasil uji F:

Tabel 4.22 Hasil Uji F

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	246,636	3	82,212	29,595	,000 ^b
	Residual	127,784	46	2,778		
	Total	374,420	49			

a. Dependent Variable: Minat Menggunakan

b. Predictors: (Constant), Kepercayaan, Diskon, Kemudahan Penggunaan

Sumber: Data Primer diolah SPSS 22.0 tahun 2020

Besar F_{tabel} dalam penelitian ini dapat diketahui melalui tabel statistik pada tingkat signifikansi 0,05 $df_1 = k$ dan $df_2 = n-k$ dengan k adalah jumlah variabel independen. Sehingga didapat F_{tabel} sebesar 2,8023 ($k;n-k = 3;50-3 = 3;47$).

Berdasarkan tabel 4.21 diperoleh nilai F_{hitung} sebesar 29,595 (lebih besar dari F_{tabel} 2,8023) dengan tingkat signifikansi 0,000 (lebih kecil dari taraf signifikansi 0,05). Sehingga dapat disimpulkan bahwa diskon, kemudahan penggunaan, dan kepercayaan secara bersama-sama berpengaruh terhadap minat menggunakan dompet elektronik OVO pada mahasiswa jurusan Ekonomi Syariah Semester 7 FEBI IAIN. Dengan demikian hipotesis keempat (H_4) diterima.