

Daftar Pustaka

- Aksami, N. M. D., & Jember, I. M. (2019). "Analisis Minat Penggunaan Layanan E-Money pada Masyarakat Kota Denpasar". E-Jurnal EP Unud, 8(9), 2439–2470.
- Aksara, D. 2021. "Daftar Dompok Digital di Indonesia 2021, Siapa Terlaris?", dari <https://bigalpha.id/news/daftar-dompok-digital-di-indonesia-2021-siapa-terlaris>
- Ambarwati, D. (2019). *Pengaruh persepsi manfaat, persepsi kemudahan dan persepsi kepercayaan terhadap keputusan penggunaan go-pay pada mahasiswa STIE Surakarta*. Jurnal Bisnis dan Ekonomi, 6 (1), 88–103.
- Arianty, N. (2016). *Pengaruh promosi dan merek terhadap keputusan pembelian*. Kumpulan Jurnal Dosen UMSU, 4 (2), 76–87.
- Arianty, N. (2019). *The impact of social media use on sme progress*. JICP: Journal of International Conference Proceedings, 2 (3), 176–182.
- Arikunto, S. (2010). "Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik". Jakarta: Rineka Cipta.
- Bank Indonesia. 2016. "Peraturan Bank Indonesia No. 18/40/PBI/2016 tentang Penyelenggaraan Pemrosesan Transaksi Pembayaran", dari https://www.bi.go.id/publikasi/peraturan/Pages/pbi_18402016.aspx.
- Chaffey, Dave, Chadwick, Fiona Ellis (2016) *Digital Marketing Strategy, Implementation, and Practice*
- Davis, F. D. (2017). *Perceived usefulness, perceived ease of use, and user acceptance of information technology*. MIS Quartely: Management Information System, 13(3), 319- 340. <https://foi.org/2307/249008>
- Demirdogen, Osman; Sukru Yaprakli; Mustafa Kemal Yilmaz dan Jamaluddin Husain. 2010. *Customer Risk Perceptions Of Internet Banking - A Study In Turkey*. Journal of Applied Business Research, Vol. 26. No. 6.
- Dewi, D. (2016). "Analisis persepsi Risiko (Risk Perception) Dan Sikap risiko (Risk attitude) Dengan Karakteristik pada Wirausahawan pemula.
- Dedi Purwana, Rahmi, dan Shandy Aditya. 2017. *Pemanfaatan Digital Marketing Usaha Mikro Kecil dan Menengah UMKM Duren Sawit*, Jurnal Pemberdayaan Masyarakat Madani, Vol.1. No.1.
- Fandy Tjiptono. 2015. *Strategi Pemasaran*, Edisi 4, Andi Offset, Yogyakarta.
- Fadhli, M., & Fachruddin, R. (2016). *Pengaruh Persepsi Nasabah Atas Risiko, Kepercayaan, Manfaat, Dan Kemudahan Penggunaan Internet Banking (Studi Empiris pada Nasabah Bank Umum di Kota Banda Aceh)*. Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Akuntansi(JIMEKA), 1(2), 264–276.

- Fahmy, M., & Azhari, M. (2020). *Pengaruh persepsi manfaat, persepsi kegunaan, dan persepsi resiko terhadap niat berperilaku konsumen dalam menggunakan fitur go-pay di Bandung*. *E-Proceeding of Management*, 7 (1), 452–459.
- Falah. (2018). *Pengaruh Persepsi Kebermanfaatan, Kemudahan, Risiko Terhadap Minat Menggunakan Ulang Shopeepay Di Surabaya*.
- Fatonah, S., Yulandari, A., dan Wibowo, F. 2018. "Review Sistem E-Payment di Ecommerce", dalam *Jurnal Fisika: Seri Konferensi*, 1–8.
- Ferrinadewi, Erna. 2008. *Merek dan Psikologi Konsumen*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Fintech.2020."ShopeePay", dari [https://fintech.id/id/member/detail/217#:~:text=Fin tech%20Indonesia&text=ShopeePay%20merupakan%20penyedia%20lay anan%20pembayaran,finansial%20digital%20milik%20Sea%20Group](https://fintech.id/id/member/detail/217#:~:text=Fin%20Indonesia&text=ShopeePay%20merupakan%20penyedia%20layanan%20pembayaran,finansial%20digital%20milik%20Sea%20Group).
- Ghozali, I. 2013. "Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program". IBM SPSS 23 (Edisi 8). Cetakan ke VIII. Semarang: Badan Penerbit Grafindo Persada.
- Ghozali, I. 2018. "Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25 Edisi 9". Semarang: Universitas Diponegoro.
- Gultom, D. K., Ginting, P., & Sembiring, B. K. (2014). *Pengaruh bauran pemasaran jasa dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan mahasiswa program studi manajemen fakultas ekonomi universitas muhammadiyah sumatera utara*. *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis*, 14 (1), 21–33.
- Hermawan, S., & Sriyono, S. (2020). *Manajemen strategi dan resiko*. Sidoarjo: UMSIDA Press.
- Husein, Y., Isyanto, P., & Romli, A. D. (2021). *Pengaruh promosi dan persepsi manfaat terhadap keputusan pembelian aplikasi dompet digital ovo pada mahasiswa Universitas Buana Perjuangan Karawang*. *Journal for Management Student*, 1 (1), 1–9.
- Idrus, A. S. (2019). *Kualitas pelayanan dan keputusan pembelian*. Malang: MNC Publishing.
- Ikatan Bankir Indonesia, 2014, *Memahami Bisnis Bank*, Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Jogiyanto, H. M. (2017). *Analisis dan desain sistem informasi: Pendekatan terstruktur teori dan praktik aplikasi bisnis*. Yogyakarta: Andi.
- Jogiyanto. 2007. "Sistem Informasi Keperilakuan". Yogyakarta: Andi.
- Jogiyanto. 2008. *Sistem Informasi Keperilakuan. Edisi Revisi Yogyakarta*. Andi Offset.
- Jogiyanto. 2019. "Persepsi Manfaat". Yogyakarta: Penerbit Andi
- Kotler dan Keller. 2014. *Manajemen Pemasaran*. Jilid I. Edisi Ke 13. Jakarta:

Erlangga.

- Kotler, P. (2012). *Manajemen pemasaran : Sudut pandang asia*. Jakarta: PT. Indeks.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management, 15th Edition*. New Jersey: Pearson Education, Inc.
- Kotler, P., Armstrong, G., Harris, L. C., & He, H. (2020). *Principles of marketing (8th European Edition)*. London: Pearson.
- Lai, P. (2017). *the Literature Review of Technology Adoption Models and Theories for the Novelty Technology*. *Journal of Information Systems and Technology Management*, 14(1), 21–38. <https://doi.org/10.4301/s1807-17752017000100002>
- Laudon, K. C., & Traver, C. G. (2017). *E-Comerse 2016 business, tecnology, sociey (12th ed.)*. England: Britis Library Cataloguint-in.
- Lemeshow, Stanley, Jr., David W. Hosmar., Klar, Janelle., dan Lwanga., Sthepen K. 1997. *Besar Sampel Dalam Penelitian Kesehatan*. Yogyakarta: GadjahMada University Press.
- Luarn, P., & Lin, H.-H. (2005). *Toward an understanding of the behavioral intention to use mobile banking*. *Computers in Human Behavior*, 21(6), 873–891. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2004.03.003>
- Maralis, R., & Triyono, A. (2019). *Manajemen resiko*. Yogyakarta: Deepublish.
- Marisa, O. (2020). "Persepsi Kemudahan Penggunaan, Efektivitas, Dan Risiko Berpengaruh Terhadap Minat Bertransaksi Menggunakan Financial Technology". *Jurnal Administrasi Kantor*. 8 (2): 139-152.
- Masoud. 2013. *The Effect of Perceived Risk on Online Shopping in Jordan*. *European Journal of Business and Management*. Vol.5, No.6, Mowen, John dan Michael Minor. 2002. *Perilaku Konsumen*. Jakarta : Erlangga.
- Muis, M. R., Fahmi, M., Prayogi, M. A., & Jufrizen, J. (2021). *Model peningkatan loyalitas nasabah internet banking berbasis persepsi resiko, persepsi privasi dimediasi kepercayaan dan kepuasan nasabah*. *Jurnal Bisnis dan Manajemen*, 8 (1), 22–37.
- Mulyana, A., & Wijaya, H. (2018). *Perancangan E-Payment System pada EWallet Menggunakan Kode QR Berbasis Android*. *Komputika: Jurnal Sistem Komputer*, 7(2), 63–69. <https://doi.org/10.34010/komputika.v7i2.1511>
- Mujiatun, S., Jasin, H., Fahmi, M., & Jufrizen, J. (2022). *Model financial technology (fintech) syariah di sumatera utara*. *OWNER: Riset & Jurnal Akuntansi*, 6(3), 2830–2839
- Nurdin, N., Azizah, W. N., & Rusli, R. (2020). *Pengaruh pengetahuan, kemudahan dan risiko terhadap minat bertransaksi menggunakan finansial technology*

- (*fintech*) pada Mahasiswa Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palu. *Jurnal Perbankan dan Keuangan Syariah*, 2 (2), 200–222.
- Nurzanita, R., & Marlina, N. (2020). *Pengaruh persepsi manfaat terhadap keputusan penggunaan gopay di Surabaya dengan kepercayaan sebagai variabel intervening*. *Jurnal Akuntansi dan Keuangan*, 17 (2), 277–288.
- Peter, Paul J. dan Jerry C. Olson. 2013. *Consumer Behavior: Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran*. Dialihbahasakan oleh Damos Sihombing. Jakarta: Erlangga.
- Priambodo, S., & Prabawani, B. (n.d.). *Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Dan Persepsi Risiko Terhadap Minat Menggunakan Layanan Uang Elektronik (Studi Kasus Pada Masyarakat Di Kota Semarang)*. 2016.
- Putri, P., Rahmayati, R., & Mujiatun, S. (2020). *Model bisnis islamic financing technology product bank syariah di kota medan*. *Al-Mashrafiyah: Jurnal Ekonomi, Keuangan dan Perbankan Syariah*, 4 (2), 69–81.
- Rahma, T. I. F. (2018). *Persepsi masyarakat kota Medan terhadap penggunaan financial technology (fintech)*. *Jurnal At-Tawassuth*, 3 (1), 642–661.
- Rahma, S. (2022). *Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Manfaat, Risiko, Dan Kepercayaan Dalam Menggunakan E-Wallet (Electronic Wallet) Di Yogyakarta (Studi Kasus: Pengguna E-Wallet Shopeepay Di Yogyakarta)*.
- Raharjo, B. (2021). *Fintech: Teknologi finansial perbankan digital*. Semarang: Universitas Stekom.
- Rahmatsyah, D. (2011). *Analisa faktor-faktor yang mempengaruhi minat penggunaan produk baru (studi kasus: uang elektronik kartu Flazz BCA)*. Tesis. Universitas Indonesia.
- Setiadi, Nugroho. J. 2010. *Perilaku Konsumen: Konsep dan Implikasi untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran*. Jakarta: Kencana.
- Setiawan, A. (2017). *“Analisis Data Statistik”*. Salatiga: Tisara Grafika. Sugiyono. (2014). *“Metode Penelitian Bisnis”*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2016). *“Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D”*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2018). *“Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D”*. Bandung: Alfabeta
- Sugiyono. (2019). *“Statistika Untuk Penelitian”*. Alfabeta.
- Sulfina, S., Yuliniar, Y., & Aziz, A. (2022). *Pengaruh persepsi kemudahan penggunaan dan persepsi manfaat terhadap minat untuk menggunakan uang elektronik (shopeepay)*. *Jurnal Riset Akuntansi dan Keuangan*, 17 (2), 105– 116.

- Suryani, T. 2013. *Perilaku Konsumen Di Era Internet*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Tarjo. (2019). "*Metode Penelitian Sistem*". Deepublish (Grup Penerbitan CV Budi Utama).
- Thoha, M. (2014). *Perilaku organisasi, konsep dasar dan aplikasinya*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Umaningsih, W. P., & Wardani, D. K. (2020). *Pengaruh persepsi kemudahan, fitur layanan, dan keamanan terhadap niat menggunakan e-money*. JAE: Jurnal Akuntansi dan Ekonomi, 5 (3), 113–119.
- William, G., & Tjokrosaputro, M. (2021). *Persepsi Kegunaan dan Promosi untuk Memprediksi Niat Penggunaan E-wallet*. Jurnal Muara Ilmu Ekonomi Dan Bisnis, 5(1)

LAMPIRAN

LAMPIRAN 1**BIODATA****Identitas Diri**

Nama : St. Hawa Faharuddin
 Tempat, Tanggal Lahir : Makassar, 03 Juni 2001
 Jenis Kelamin : Perempuan
 Alamat Rumah : Jl Dampang, Ir sutami Bontoa Barat
 HP :085727762556
 Alamat *E-mail* : st.hawaa0306@gmail.com

Riwayat Pendidikan Formal :

SD Inpres Bira 2	2007 – 2013
MTS Negeri 2 Biringkanaya	2013 – 2016
SMA Negeri 15 Makassar	2016 – 2019
Universitas Hasanuddin	2019 – 2023

Pendidikan Informal

2019: Pelatihan Basic Learning Skill, Character and Creativity (BALANCE) Universitas Hasanuddin

Demikian biodata ini dibuat dengan sebenarnya.

Makassar, 21 Agustus 2023

St. Hawa Faharuddin

LAMPIRAN 2 : KUESIONER

Dengan Hormat,

Saya St Hawa Faharuddin, mahasiswa S1 jurusan Manajemen, Universitas Hasanuddin.

Dalam rangka untuk menyusun tugas akhir dari penelitian yang saya lakukan, dengan ini saya memohon bantuan kepada bapak/ibu, saudara/saudari, agar bersedia menjadi responden dalam penelitian yang saya lakukan.

Kuesioner ini ditujukan untuk di isi oleh bapak/ibu, saudara/saudari, dengan menjawab seluruh pertanyaan yang telah disediakan. Saya mengharapkan jawaban dari bapak/ibu, saudara/saudari adalah jawaban yang objektif sehingga memperoleh hasil yang maksimal.

Adapun judul dari penelitian ini adalah **“Pengaruh Manfaat Dan Risiko Terhadap Keputusan Penggunaan ShopeePay”**.

Demikian pengantar ini saya sampaikan, atas partisipasinya, saya ucapkan terimakasih.

A. Kriteria Responden

Adapun kriteria responden yang dibutuhkan dalam penelitian ini yaitu sebagai berikut:

1. Masyarakat yang berdomisili di Makassar, Sulawesi Selatan.
2. Yang menggunakan ShopeePay

B. Petunjuk Pengisian

Isilah pertanyaan yang tersedia dengan memberi tanda (✓) pada jawaban yang sesuai dengan pendapat Anda.

- | | | |
|-------|----------------|--------|
| 1. SS | :sangat setuju | skor 5 |
| 2. S | :setuju | skor 4 |

3. N :netral skor 3
 4. TS :tidak setuju skor 2
 5. STS :sangat tidak setuju skor 1

C. Identitas Responden

1. Nama :
 2. Nomor WA/Handphone :
 3. Jenis Kelamin :
 4. Usia :
 5. Pekerjaan :

Pertanyaan Penelitian :

Variabel Manfaat (X1)

No	PERNYATAAN	SS	S	N	TS	STS
Mempermudah Transaksi						
1.	Fitur ShopeePay sangat mudah dipahami					
2.	ShopeePay mudah dioperasikan saat melakukan transaksi pembayaran					
3.	Pengisian ulang saldo ShopeePay mudah dilakukan					
Mempercepat Transaksi						
4.	Penggunaan <i>e-wallet</i> ShopeePay mempercepat transaksi dalam pembayaran paket data, PLN, BPJS					
5.	Transaksi bisa dilakukan secara cepat dengan menggunakan layanan ShopeePay					
6.	Penggunaan <i>e-wallet</i> ShopeePay mempercepat proses transfer uang ke rekening bank					
Memberikan Keuntungan Tambahan						
7.	<i>E-wallet</i> ShopeePay memberikan <i>cashback</i> saat bertransaksi di <i>merchant partner</i>					
8.	<i>E-wallet</i> ShopeePay banyak memberikan promo gratis ongkir saat bertransaksi					
9.	<i>E-wallet</i> ShopeePay memberikan potongan harga saat bertransaksi					

Meningkatkan efisiensi dalam melakukan transaksi					
10.	<i>E-wallet</i> ShopeePay dapat meminimalisir waktu dalam melakukan transaksi				
11.	Menggunakan ShopeePay dalam bertransaksi memudahkan <i>merchant partner</i> berinteraksi dengan konsumennya				
12.	Dengan adanya <i>e-wallet</i> ShopeePay dapat meningkatkan kinerja dalam melakukan transaksi				

Variebel Risiko (X2)

No	PERNYATAAN	SS	S	N	TS	STS
Risiko finansial						
1.	Saldo ShopeePay tidak bisa diakses kembali ketika lupa pin ShopeePay					
2.	Saldo ShopeePay hilang tanpa sebab					
3.	Saldo ShopeePay tidak kembali setelah membatalkan transaksi					
Risiko waktu						
4.	Waktu yang dibutuhkan ketika bertransaksi melalui ShopeePay menjadi lebih lama ketika kondisi jaringan terganggu					
5.	Top up saldo ShopeePay melalui minimarket mempunyai batas waktu 24 jam					
Risiko Keamanan						
6.	Bertransaksi menggunakan ShopeePay rawan terjadi penipuan					
7.	Dalam menggunakan ShopeePay rawan terjadi kebocoran data pribadi pengguna					
8.	Keamanan saldo saat lama tidak menggunakan ShopeePay tidak terjamin					

Keputusan Penggunaan (Y)

No	PERNYATAAN	SS	S	N	TS	STS
Kebutuhan						
1.	Menggunakan e-wallet ShopeePay karena banyak fitur <i>e-wallet</i> ShopeePay yang menyediakan kebutuhan					
2.	Dengan melakukan transaksi menggunakan ShopeePay mampu memuaskan kebutuhan					
Pencarian informasi						
3.	Melakukan pencarian informasi mengenai ShopeePay sebelum digunakan					
4.	Informasi terkait <i>e-wallet</i> ShopeePay mudah untuk ditemukan					
5.	Memutuskan menggunakan ShopeePay karena informasi mengenai <i>e-wallet</i> ShopeePay sangat lengkap					
Evaluasi alternatif						
6.	Memutuskan menggunakan <i>e-wallet</i> ShopeePay setelah membandingkannya dengan <i>e-wallet</i> lain yang sejenis					
7.	<i>E-wallet</i> ShopeePay jauh lebih fleksibel untuk digunakan dibanding <i>e-wallet</i> lainnya					
8.	<i>E-wallet</i> ShopeePay memberikan alternatif pembayaran yang lebih mudah dibanding layanan <i>e-wallet</i> lainnya					
Keinginan untuk menggunakan						
9.	Menggunakan <i>e-wallet</i> shopeepay dalam setiap transaksi					
10.	Membayar kebutuhan sehari-hari dengan menggunakan <i>e-wallet</i> shopeepay					
11.	Menggunakan promo <i>e-wallet</i> ShopeePay untuk memenuhi kebutuhan					
Perilaku pasca penggunaan						
12.	Merasa puas dalam menggunakan e-wallet ShopeePay					

13.	Merekomendasikan e-wallet ShopeePay kepada orang lain					
14.	Selalu menggunakan ShopeePay					

LAMPIRAN 3 : TABULASI DATA

No	Jenis Kelamin	Usia	Pekerjaan Anda Saat Ini	Manfaat (X1)												Risiko (X2)								Keputusan Penggunaan (Y)													
				1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	1	2	3	4	5	6	7	8	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14
1	Perempuan	17-25	Pelajar/Mahasiswa	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	3	2	4	3	2	2	2	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	5	5	
2	Perempuan	17-25	Pelajar/Mahasiswa	4	4	3	3	3	3	3	4	2	4	3	4	2	2	4	2	2	2	2	3	3	3	4	3	2	3	3	2	2	2	3	3	2	
3	Perempuan	17-25	Pelajar/Mahasiswa	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	
4	Perempuan	17-25	Pelajar/Mahasiswa	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	2	2	3	5	2	1	1	5	5	5	5	5	3	3	3	3	3	3	3	3	3	
5	Laki-Laki	17-25	Karyawan Swasta	4	5	4	4	5	4	4	4	4	5	4	3	1	1	2	3	1	2	1	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	
6	Laki-Laki	17-25	Pelajar/Mahasiswa	4	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	5	2	2	4	4	5	2	3	4	4	3	4	4	4	4	4	2	2	4	4	3	2	
7	Laki-Laki	17-25	Pelajar/Mahasiswa	4	5	5	4	5	4	3	4	4	5	5	3	1	2	4	3	2	2	2	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	
8	Perempuan	17-25	Pelajar/Mahasiswa	4	4	5	3	3	3	4	5	4	3	3	3	3	3	5	3	3	4	3	4	4	5	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	
9	Perempuan	17-25	Pelajar/Mahasiswa	4	3	2	3	4	3	3	4	4	4	3	5	3	2	5	3	5	5	4	4	3	4	3	3	2	2	3	3	1	3	3	3	2	
10	Perempuan	17-25	Pelajar/Mahasiswa	4	5	3	5	4	3	3	4	3	5	5	5	2	4	5	3	3	4	4	4	4	5	4	5	4	4	4	3	3	4	4	4	4	
11	Perempuan	17-25	Pelajar/Mahasiswa	5	5	4	4	5	4	3	4	4	5	5	3	3	2	4	3	3	3	3	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	
12	Perempuan	17-25	Pelajar/Mahasiswa	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	3	2	5	3	5	5	5	4	4	3	3	4	3	3	3	3	2	5	4	4	3
13	Perempuan	17-25	Pelajar/Mahasiswa	4	4	4	3	4	4	3	4	3	3	3	4	3	2	4	3	2	4	3	4	3	4	4	3	4	3	3	2	3	3	4	3	3	
14	Perempuan	17-25	Pelajar/Mahasiswa	4	4	4	4	4	5	4	4	3	4	4	5	2	2	4	5	2	2	2	4	4	4	5	4	4	5	4	4	4	5	4	4	5	4
15	Perempuan	17-25	Pelajar/Mahasiswa	4	4	4	5	4	4	4	3	4	4	4	3	4	3	3	3	4	4	5	3	5	4	4	4	5	4	3	4	3	3	4	5	4	3
16	Perempuan	17-25	Pelajar/Mahasiswa	5	5	5	4	4	4	4	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	3	3	
17	Laki-Laki	17-25	Pelajar/Mahasiswa	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	5	4	2	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	4	4	4	
18	Laki-Laki	17-25	Pelajar/Mahasiswa	4	4	4	5	4	4	4	4	3	4	4	3	2	2	4	4	2	2	2	4	4	4	5	5	3	3	3	3	3	3	5	3	3	
19	Perempuan	17-25	Pelajar/Mahasiswa	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	4	4	4	3	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	
20	Perempuan	26-34	Karyawan Swasta	4	4	4	4	5	4	4	5	5	5	4	4	3	4	3	4	3	3	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	5	5	5	5		
21	Perempuan	17-25	Pelajar/Mahasiswa	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	3	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	4	4	3	3	
22	Laki-Laki	26-34	Karyawan Negeri	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	2	2	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	
23	Perempuan	17-25	Pelajar/Mahasiswa	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	1	1	1	4	1	1	1	5	5	5	5	5	4	5	5	3	3	4	5	5	5	

Y.9	Pearson Correlation	.428**	.520**	.557**	.403**	.547**	.595**	.697**	.592**	1	.671**	.588**	.538**	.671**	.549**	.784**
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001		<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Y.10	Pearson Correlation	.331**	.390**	.377**	.367**	.507**	.572**	.656**	.566**	.671**	1	.548**	.491**	.499**	.634**	.725**
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001		<.001	<.001	<.001	<.001	<.001
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Y.11	Pearson Correlation	.531**	.462**	.396**	.451**	.514**	.575**	.601**	.568**	.588**	.548**	1	.632**	.603**	.481**	.734**
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001		<.001	<.001	<.001	<.001
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Y.12	Pearson Correlation	.599**	.521**	.456**	.563**	.647**	.617**	.649**	.648**	.538**	.491**	.632**	1	.732**	.550**	.796**
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001		<.001	<.001	<.001
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Y.13	Pearson Correlation	.482**	.616**	.478**	.513**	.579**	.567**	.706**	.670**	.671**	.499**	.603**	.732**	1	.669**	.817**
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001		<.001	<.001
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Y.14	Pearson Correlation	.344**	.464**	.425**	.456**	.515**	.515**	.658**	.550**	.549**	.634**	.481**	.550**	.669**	1	.743**
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001		<.001
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
TOT	Pearson Correlation	.689**	.716**	.707**	.718**	.815**	.807**	.877**	.847**	.784**	.725**	.734**	.796**	.817**	.743**	1
AL	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	
Y	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

2. Uji Reabilitas

Manfaat (X1)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.934	12

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	45.39	36.766	.714	.928
X1.2	45.31	37.206	.714	.929
X1.3	45.48	36.575	.635	.931
X1.4	45.52	35.444	.763	.926
X1.5	45.42	36.246	.757	.927
X1.6	45.71	36.168	.628	.932
X1.7	45.78	35.668	.711	.928
X1.8	45.63	35.650	.707	.928
X1.9	45.80	35.232	.696	.929
X1.10	45.44	36.653	.730	.928
X1.11	45.67	35.334	.773	.926
X1.12	45.66	35.722	.733	.927

Risiko (X2)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.816	8

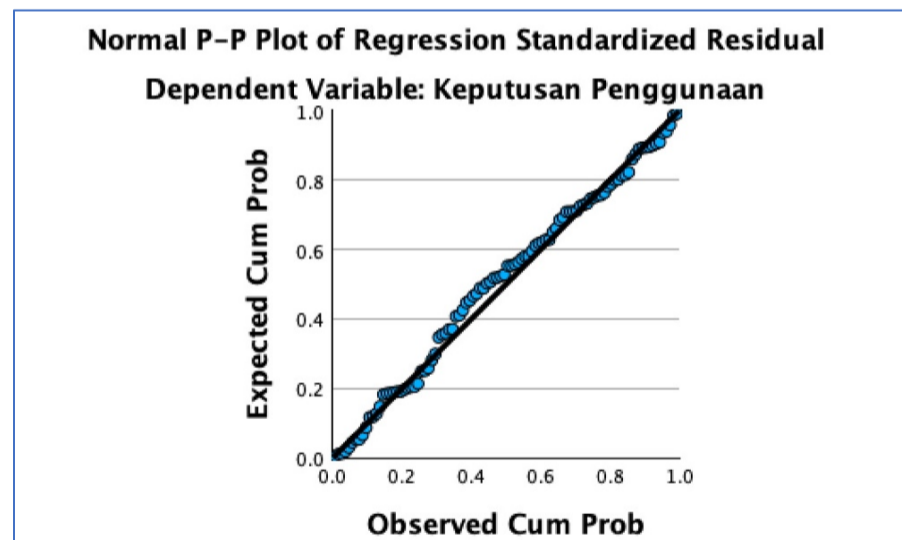
Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X2.1	21.96	23.211	.520	.796
X2.2	22.75	22.129	.553	.792
X2.3	22.74	22.215	.566	.790
X2.4	21.82	23.402	.438	.808
X2.5	21.84	26.156	.215	.832
X2.6	22.21	21.359	.667	.774
X2.7	22.29	21.198	.682	.772
X2.8	22.40	21.717	.610	.783

3. Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual	
N		100	
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000	
	Std. Deviation	6.21623263	
Most Extreme Differences	Absolute	.069	
	Positive	.039	
	Negative	-.069	
Test Statistic		.069	
Asymp. Sig. (2-tailed) ^c		.200 ^d	
Monte Carlo Sig. (2-tailed) ^e	Sig.	.288	
	99% Confidence Interval	Lower Bound	.277
		Upper Bound	.300



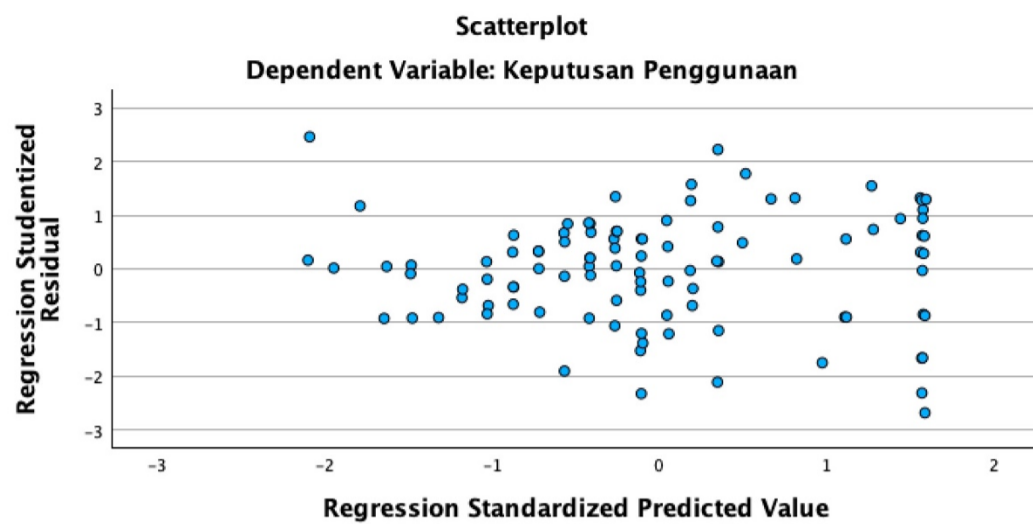
4. Uji Multikolinieritas

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	9.063	5.797		1.563	.121		
	manfaat	.883	.097	.680	9.124	<.001	.998	1.002
	risiko	.007	.118	.005	.062	.950	.998	1.002

a. Dependent Variable: Keputusan Penggunaan

5. Uji Heterokedastisitas



6. Uji Regresi Linier Berganda

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	9.063	5.797		1.563	.121		
	manfaat	.883	.097	.680	9.124	<.001	.998	1.002
	risiko	.007	.118	.005	.062	.950	.998	1.002

a. Dependent Variable: Keputusan Penggunaan

7. Uji F (Simultan)

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	3287.047	2	1643.523	41.673	<.001 ^b
	Residual	3825.513	97	39.438		
	Total	7112.560	99			

a. Dependent Variable: Keputusan Penggunaan

b. Predictors: (Constant), risiko, manfaat

8. Uji T (Parsial)

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	9.063	5.797		1.563	.121
	manfaat	.883	.097	.680	9.124	<.001
	risiko	.007	.118	.005	.062	.950

a. Dependent Variable: Keputusan Penggunaan