



**PENGARUH NILAI *UTILITARIAN*, PERSEPSI KEMUDAHAN  
PENGUNAAN DAN NILAI HEDONIS TERHADAP KEPUASAN  
UNTUK MENINGKATKAN MINAT BELI ULANG  
STUDI PADA PENGGUNA *E-MONEY* OVO DI KOTA KUDUS**

Diajukan Oleh :

**MUHAMMAD KRISTIAN TO ADI**

NIM. 2017-11-044

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS MURIA KUDUS  
TAHUN 2022**



**PENGARUH NILAI *UTILITARIAN*, PERSEPSI KEMUDAHAN  
PENGUNAAN DAN NILAI HEDONIS TERHADAP KEPUASAN  
UNTUK MENINGKATKAN MINAT BELI ULANG  
STUDI PADA PENGGUNA *E-MONEY* OVO DI KOTA KUDUS**

Skripsi ini diajukan sebagai salah satu syarat  
untuk menyelesaikan jenjang pendidikan  
Strata Satu (S1) pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Universitas Muria Kudus

Disusun oleh :

**MUHAMMAD KRISTIANTO ADI**

NIM. 2017-11-044

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS MURIA KUDUS  
TAHUN 2022**

**PENGARUH NILAI *UTILITARIAN*, PERSEPSI KEMUDAHAN  
PENGUNAAN DAN NILAI HEDONIS TERHADAP KEPUASAN  
UNTUK MENINGKATKAN MINAT BELI ULANG  
STUDI PADA PENGGUNA *E-MONEY* OVO DI KOTA KUDUS**

Skripsi ini telah disetujui untuk dipertahankan dihadapan Tim Penguji Ujian Skripsi

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus

Tanggal , .....

Pembimbing I



Dr. Drs. Ag Sunarno H., S.H., S.Pd., M.M.  
NIDN. 0026065516

Pembimbing II



Dian Wismar'ain., S.E., M.M  
NIDN. 0612127702

Mengetahui

Ketua Program Studi Manajemen

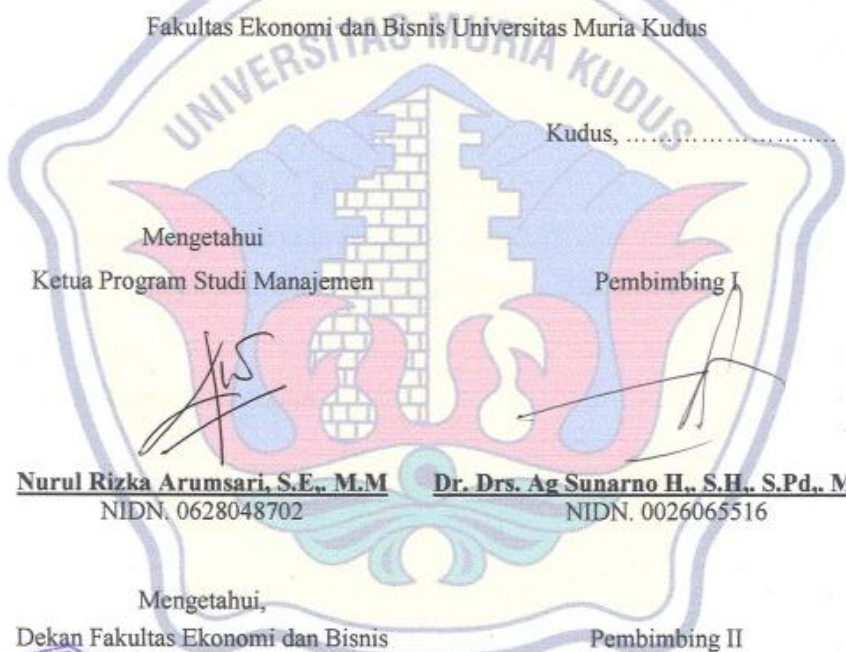


Dina Lusianti., SE, MM, AAK  
NIDN. 0630098401

**HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI**

**PENGARUH NILAI *UTILITARIAN*, PERSEPSI KEMUDAHAN  
PENGGUNAAN DAN NILAI HEDONIS TERHADAP KEPUASAN  
UNTUK MENINGKATKAN MINAT BELI ULANG  
STUDI PADA PENGGUNA *E-MONEY* OVO DI KOTA KUDUS**

Skripsi ini telah disetujui dan dipertahankan dihadapan Tim Penguji Ujian Skripsi  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus



Mengetahui  
Ketua Program Studi Manajemen

**Nurul Rizka Arumsari, S.E., M.M.**  
NIDN. 0628048702

Pembimbing I

**Dr. Drs. Ag Sunarno H., S.H., S.Pd., M.M.**  
NIDN. 0026065516

Mengetahui,  
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Universitas Muria Kudus



**Dr. Kertati Sumekar, S.E., M.M.**  
NIDN. 0616077304

Pembimbing II

**Dian Wismar'ain, S.E., M.M.**  
NIDN. 0612127702

## MOTTO DAN PERSEMBAHAN

### MOTTO :

*"Orang-orang yang sukses telah belajar membuat diri mereka melakukan hal yang harus dikerjakan ketika hal itu memang harus dikerjakan, entah mereka menyukainya atau tidak." -Aldus Huxley-*

### PERSEMBAHAN :

*Sujud syukurku kusembahkan kepadaMu ya Allah, Tuhan Yang Maha Agung dan Maha Tinggi, penulis persembahkan karya kecil ini untuk;*

- 1. Keluarga*
- 2. Teman-teman seangkatan*

## KATA PENGANTAR

*Bismillahirrahmanirrahim*

Segala puji bagi Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, taufiq dan hidayah-Nya, sehingga pada kesempatan ini penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Skripsi yang berjudul **“PENGARUH NILAI *UTILITARIAN*, PERSEPSI KEMUDAHAN PENGGUNAAN DAN NILAI *HEDONIS* TERHADAP KEPUASAN UNTUK MENINGKATKAN MINAT BELI ULANG STUDI PADA PENGGUNA *E-MONEY* OVO DI KOTA KUDUS”**, ini disusun guna memenuhi salah satu syarat untuk menyelesaikan jenjang pendidikan Strata Satu (S1) pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus.

Dalam penyusunan skripsi ini penulis banyak mendapatkan bimbingan dan saran-saran dari berbagai pihak, sehingga penyusunan skripsi ini dapat terealisasikan. Untuk itu penulis menyampaikan terima kasih kepada :

1. Dr. Kertati Sumekar., S.E., M.M., selaku Dekan Universitas Muria Kudus.
2. Nurul Rizka Arumsari, S.E., M.M, selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus.
3. Dr. Drs. Ag Sunarno H., S.H., S.Pd., M.M., selaku Dosen Pembimbing I dan Dian Wismar'ain,. S.E., M.M, selaku Dosen Pembimbing II yang telah memberikan bimbingan dan pengarahannya dalam penyusunan skripsi ini.
4. Segenap dosen pengajar dan staf karyawan pengajar Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus atas bimbingan, bantuan pelayanan dan kerjasamanya.
5. Seluruh pihak yang telah membantu penulis dalam melakukan penulisan skripsi.



6. Kedua orang tua penulis yang telah memberikan dorongan dan doa sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
7. Sahabat seperjuangan terimakasih selalu membantuku dalam semua pengerjaan skripsi ini.
8. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini.

Semoga amal baik beliau tersebut di atas dan juga semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan mendapatkan balasan pahala yang berlipat ganda di sisi Allah SWT. *Aamiin*.

Akhirnya penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini masih jauh mencapai kesempurnaan dalam arti sebenarnya, namun penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi penulis sendiri dan para pembaca pada umumnya.

Kudus, 2021

Penulis,

**Muhammad Kristianto Adi**

NIM. 2017-11-044

**Pengaruh Nilai *Utilitarian*, Persepsi Kemudahan Penggunaan dan Nilai *Hedonis* terhadap Kepuasan untuk Meningkatkan Minat Beli Ulang Studi pada Pengguna *E-Money* OVO di Kota Kudus**

**Muhammad Kristianto Adi**

NIM. 2017-11-044

Pembimbing : 1. Dr. Drs. Ag Sunarno H., S.H., S.Pd., M.M.  
2. Dian Wismar'ain., S.E., M.M

**UNIVERSITAS MURIA KUDUS  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS PROGRAM STUDI MANAJEMEN**

**ABSTRAK**

Tujuan penelitian ini adalah menganalisis pengaruh nilai *utilitarian* terhadap kepuasan pada pengguna *E-money* OVO di Kota Kudus. Menganalisis pengaruh kemudahan penggunaan terhadap kepuasan pada pengguna *E-money* OVO di Kota Kudus. Menganalisis pengaruh nilai hedonis terhadap kepuasan pada pengguna *E-money* OVO di Kota Kudus. Menganalisis pengaruh nilai *utilitarian* terhadap minat beli ulang pada pengguna *E-money* OVO di Kota Kudus. Menganalisis pengaruh kemudahan penggunaan terhadap minat beli ulang pada pengguna *E-money* OVO di Kota Kudus. Menganalisis pengaruh nilai hedonis terhadap minat beli ulang pada pengguna *E-money* OVO di Kota Kudus. Menganalisis pengaruh kepuasan terhadap minat beli ulang pada pengguna *E-money* OVO di Kota Kudus. Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif. Sampel adalah pengguna *E-money* OVO di Kota Kudus yang berjumlah 145 responden. Teknik pengumpulan data variabel dengan menggunakan teknik kuesioner. Teknik analisis data menggunakan *Structural Equation Modeling* (SEM). Hasil penelitian menunjukkan bahwa nilai *utilitarian* berpengaruh terhadap kepuasan pengguna *E-Money* OVO di Kota Kudus. Persepsi kemudahan pengguna berpengaruh terhadap kepuasan pengguna *E-Money* OVO di Kota Kudus. Nilai hedonis berpengaruh terhadap kepuasan pengguna *E-Money* OVO di Kota Kudus. Nilai *utilitarian* berpengaruh terhadap minat beli ulang pada pengguna *E-Money* OVO di Kota Kudus. Persepsi kemudahan pengguna berpengaruh terhadap minat beli ulang pada pengguna *E-Money* OVO di Kota Kudus. Nilai hedonis tidak berpengaruh terhadap minat beli ulang pada pengguna *E-Money* OVO di Kota Kudus. Kepuasan berpengaruh terhadap minat beli ulang pada pengguna *E-Money* OVO di Kota Kudus.

**Kata Kunci : Nilai *Utilitarian*, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Nilai *Hedonis*, Kepuasan, Minat Beli Ulang**



***The Effect of Utilitarian Values, Perceived Ease of Use and Hedonic Values on Satisfaction to Increase Study Repurchase Interest in OVO E-Money Users in Kudus City***

**Muhammad Kristianto Adi**

NIM. 2017-11-044

- Lecturer* : 1. Dr. Drs. Ag Sunarno H., S.H., S.Pd., M.M.  
2. Dian Wismar'ain., S.E., M.M

**UNIVERSITAS MURIA KUDUS**  
**FACULTY OF ECONOMICS AND BUSINESS PROGRAM OF MANAGEMENT**

**ABSTRACT**

*The purpose of this study was to analyze the effect of utilitarian values on satisfaction with OVO E-money users in Kudus City. Analyzing the effect of ease of use on satisfaction of OVO E-money users in Kudus City. Analyzing the effect of hedonic values on satisfaction with OVO E-money users in Kudus City. Analyzing the effect of utilitarian values on repurchase interest among OVO E-money users in Kudus City. Analyzing the effect of ease of use on buying interest in OVO E-money users in Kudus City. Analyzing the effect of hedonic value on repurchase interest in OVO E-money users in Kudus City. Analyzing the effect of satisfaction on repurchase interest in OVO E-money users in Kudus City. The approach used in this research is a quantitative approach. The sample is OVO E-money users in Kudus City, totaling 145 respondents. Variable data collection techniques using a questionnaire technique. The data analysis technique used Structural Equation Modeling (SEM). The results showed that the utilitarian value had an effect on the satisfaction of E-Money OVO users in Kudus City. Perception of user convenience affects the satisfaction of E-Money OVO users in Kudus City. The hedonic value affects the satisfaction of E-Money OVO users in Kudus City. The utilitarian value affects the buying interest of OVO E-Money users in Kudus City. Perception of user convenience affects the buying interest of OVO E-Money users in Kudus City. The hedonic value does not affect the buying interest of OVO E-Money users in Kudus City. Satisfaction affects the repurchase interest of OVO E-Money users in Kudus City.*

***Keywords: Utilitarian Value, Perceived Ease of Use, Hedonic Value, Satisfaction, Repurchase Interest.***

## DAFTAR ISI

	Halaman
<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	i
<b>HALAMAN PENGESAHAN</b> .....	iii
<b>MOTTO DAN PERSEMBAHAN</b> .....	iv
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	v
<b>ABSTRAKSI</b> .....	vii
<b>ABSTRACT</b> .....	viii
<b>DAFTAR ISI</b> .....	ix
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	xiii
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	xiv
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	xv
<b>BAB I : PENDAHULUAN</b>	
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Ruang Lingkup .....	8
1.3 Perumusan Masalah .....	9
1.4 Tujuan Penelitian .....	10
1.5 Kegunaan Penelitian .....	11
<b>BAB II : TINJAUAN PUSTAKA</b>	
2.1 Manajemen Pemasaran .....	12
2.2 Nilai Utilitarian .....	13
2.2.1 Pengertian Nilai Utilitarian .....	13
2.2.2 Indikator Nilai Utilitarian .....	17
2.3 Persepsi Kemudahan Penggunaan .....	18
2.3.1 Pengertian Persepsi Kemudahan Penggunaan .....	18

	Halaman
2.3.2 Indikator Persepsi Kemudahan Penggunaan .....	21
2.4 Nilai Hedonis .....	21
2.4.1 Pengertian Nilai Hedonis .....	21
2.4.2 Indikator Nilai Hedonis .....	22
2.5 Kepuasan .....	24
2.5.1 Pengertian Kepuasan .....	24
2.5.2 Indikator Kepuasan .....	27
2.6 Minat Beli Ulang .....	28
2.6.1 Pengertian Minat Beli Ulang .....	28
2.6.2 Indikator Minat Beli Ulang .....	30
2.7 Pengaruh Antar Variabel .....	30
1. Pengaruh Nilai <i>Utilitarian</i> terhadap Kepuasan .....	30
2. Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan terhadap Kepuasan .....	32
3. Pengaruh Nilai Hedonis terhadap Kepuasan .....	33
4. Pengaruh Nilai <i>Utilitarian</i> terhadap Minat Beli Ulang ...	34
5. Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan terhadap Minat Beli Ulang .....	35
6. Pengaruh Nilai Hedonis terhadap Minat Beli Ulang .....	37
7. Pengaruh Kepuasan terhadap Minat Beli Ulang .....	38
2.8 Penelitian Terdahulu .....	40
2.9 Kerangka Pemikiran .....	44
2.10 Hipotesis .....	46

### **BAB III : METODE PENELITIAN**

3.1 Rancangan Penelitian .....	48
3.2 Jenis Variabel .....	49
3.3 Definisi Operasional Variabel .....	50

	Halaman
3.4 Populasi dan Sampel .....	53
3.5 Jenis dan Sumber Data .....	54
3.6 Pengumpulan Data .....	54
3.7 Pengolahan Data .....	55
3.8 Uji Instrumen .....	56
3.9 Teknik Analisis Data .....	59
3.10 Uji Hipotesis .....	69

#### **BAB IV : HASIL DAN PEMBAHASAN**

4.1 Gambar Umum Perusahaan .....	70
4.2 Deskriptif Responden .....	71
4.2.1 Pengelompokan Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	72
4.2.2 Pengelompokan Responden Berdasarkan Umur .....	72
4.2.3 Pengelompokan Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir .....	73
4.2.4 Pengelompokan Responden Berdasarkan Pendapatan per Bulan .....	73
4.3 Deskriptif Variabel Penelitian .....	74
4.3.1 Statistik Deskriptif Variabel Nilai Utilitarian ( $X_1$ ) .....	74
4.3.2 Statistik Deskriptif Variabel Persepsi Kemudahan Penggunaan ( $X_2$ ) .....	75
4.3.3 Statistik Deskriptif Variabel Nilai Hedonis ( $X_3$ ) .....	76
4.3.4 Statistik Deskriptif Variabel Kepuasan ( $Y_1$ ) .....	76
4.3.5 Statistik Deskriptif Variabel Minat Beli Ulang ( $Y_2$ ) ..	77
4.4 Uji Instrumen .....	78
4.4.1 Uji Validitas Variabel Eksogen dan Endogen .....	78
4.4.1.1 Pengujian Konfirmatory Variabel Eksogen ....	78

	Halaman
4.4.1.2 Pengujian Konfirmatory Variabel Endogen ...	80
4.4.1.3 <i>Avarage Variance Extracted</i> (AVE).....	83
4.4.1.4 <i>Discriminant Validity</i> .....	83
4.4.2 Uji Reliabilitas .....	84
4.5 Evaluasi Atas Asumsi-Asumsi SEM.....	85
4.5.1 Uji Normalitas .....	85
4.5.2 Uji <i>Outlier</i> .....	87
4.5.3 Uji Multikolinieritas .....	88
4.6 Hasil Analisis Data.....	88
4.6.1 Pengujian <i>Goodness of Fit Model</i> .....	88
4.6.2 Analisis <i>Squared Multiple Correlation</i> .....	92
4.6.3 Uji Hipotesis .....	94
4.6.4 Analisis Pengaruh Langsung, Tidak Langsung dan Total.....	99
4.7 Pembahasan.....	103
4.7.1 Pengaruh Nilai <i>Utilitarian</i> terhadap Kepuasan .....	103
4.7.2 Pengaruh Persepsi Kemudahan Pengguna terhadap Kepuasan.....	104
4.7.3 Pengaruh Nilai Hedonis terhadap Kepuasan .....	106
4.7.4 Pengaruh Nilai <i>Utilitarian</i> terhadap Minat Beli Ulang.....	107
4.7.5 Pengaruh Persepsi Kemudahan Pengguna terhadap Minat Beli Ulang .....	109
4.7.6 Pengaruh Nilai Hedonis terhadap Minat Beli Ulang..	110
4.7.7 Pengaruh Kepuasan terhadap Minat Beli Ulang.....	112

**BAB V : KESIMPULAN DAN SARAN**

5.1 Kesimpulan .....	114
5.2 Saran.....	115

**DAFTAR PUSTAKA**

**LAMPIRAN**





## DAFTAR TABEL

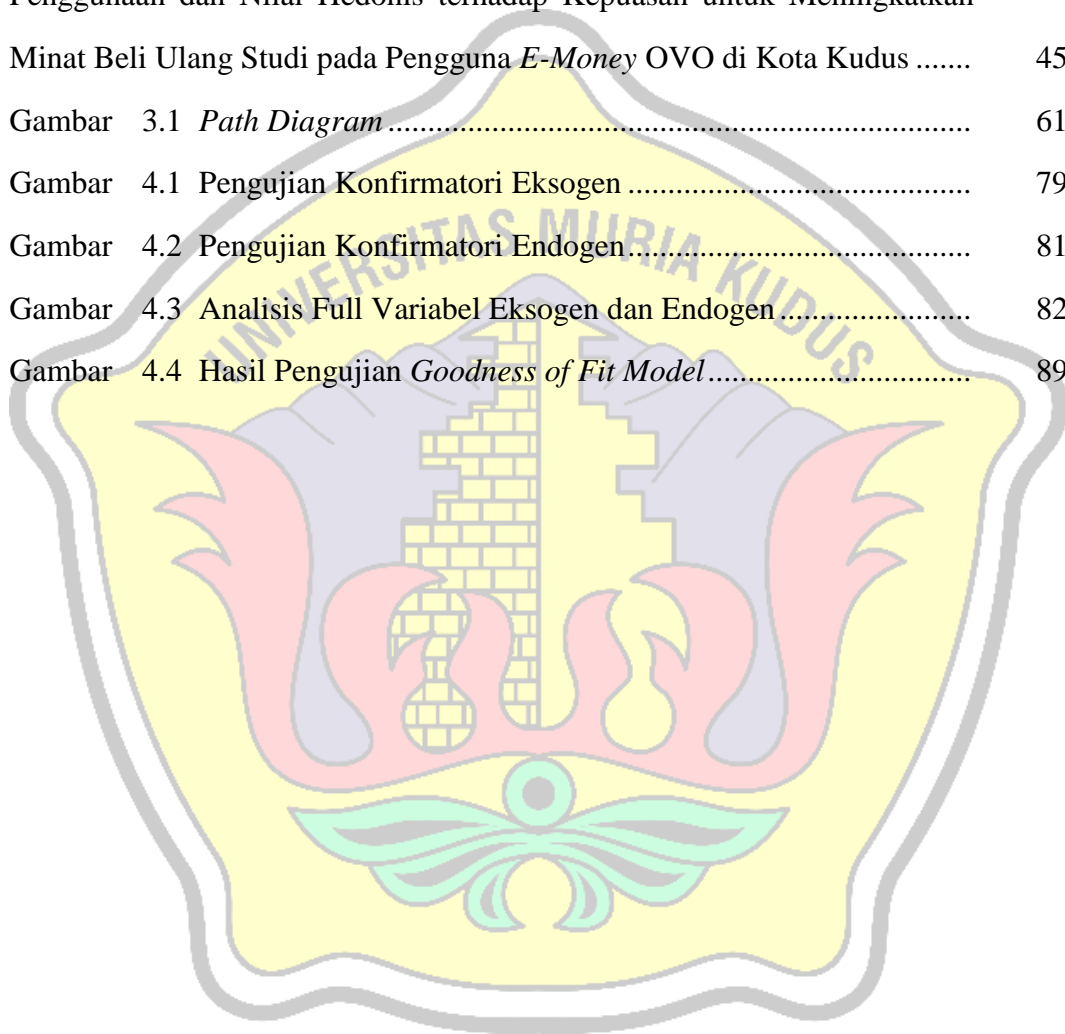
	Halaman
Tabel 1.1 Hasil Survei Pra Riset Pengguna Aplikasi Pembayaran Digital .....	5
Tabel 3.1 <i>Uji Goodness of Fit</i> .....	67
Tabel 4.1 Pengelompokan Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	72
Tabel 4.2 Pengelompokan Responden Berdasarkan Umur.....	72
Tabel 4.3 Pengelompokan Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir.....	73
Tabel 4.4 Pengelompokan Responden Berdasarkan Pendapatan per Bulan.....	73
Tabel 4.5 Hasil Statistik Deskriptif Variabel Nilai <i>Utilitarian</i> ( $X_1$ ).....	74
Tabel 4.6 Hasil Statistik Deskriptif Variabel Persepsi Kemudahan Penggunaan ( $X_2$ ) .....	75
Tabel 4.7 Hasil Statistik Deskriptif Variabel Nilai Hedonis ( $X_3$ ).....	76
Tabel 4.8 Hasil Statistik Deskriptif Variabel Kepuasan ( $Y_1$ ) .....	77
Tabel 4.9 Hasil Statistik Deskriptif Variabel Minat Beli Ulang ( $Y_2$ ).....	78
Tabel 4.10 <i>Standardized Regression Weights</i> Variabel Eksogen .....	80
Tabel 4.11 <i>Standardized Regression Weights</i> Variabel Endogen.....	81
Tabel 4.12 Hasil Uji <i>Average Variance Extracted</i> (AVE) .....	83
Tabel 4.13 Hasil Uji <i>Discriminant Validity</i> .....	84
Tabel 4.14 Uji <i>Construct Reliability</i> .....	85
Tabel 4.15 Uji Normalitas Data .....	86
Tabel 4.16 Hasil <i>Mahalanobis d-squared</i> .....	87
Tabel 4.17 Hasil Pengujian <i>Goodness of Fit Model</i> .....	89
Tabel 4.18 Nilai <i>Squared Multiple Correlation</i> .....	92
Tabel 4.19 Hasil Uji Hipotesis.....	94
Tabel 4.20 Hasil Pengujian Hipotesis .....	95
Tabel 4.21 Hasil Analisis Pengaruh Langsung antar Variabel Laten .....	99

Tabel 4.22 Hasil Analisis Pengaruh Tidak Langsung antar Variabel Laten .....	100
Tabel 4.23 Hasil Analisis Pengaruh Total antar Variabel Laten .....	101
Tabel 4.24 Hasil Estimasi <i>Indirect Effect</i> dan <i>Total Effect</i> .....	102



## DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Pengaruh Nilai <i>Utilitarian</i> , Persepsi Kemudahan Penggunaan dan Nilai Hedonis terhadap Kepuasan untuk Meningkatkan Minat Beli Ulang Studi pada Pengguna <i>E-Money</i> OVO di Kota Kudus .....	45
Gambar 3.1 <i>Path Diagram</i> .....	61
Gambar 4.1 Pengujian Konfirmatori Eksogen .....	79
Gambar 4.2 Pengujian Konfirmatori Endogen .....	81
Gambar 4.3 Analisis Full Variabel Eksogen dan Endogen .....	82
Gambar 4.4 Hasil Pengujian <i>Goodness of Fit Model</i> .....	89



## DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Kuesioner
- Lampiran 2 Data Identitas Responden
- Lampiran 3 Tabulasi Data Variabel Nilai Utilitarian (X1), Persepsi Kemudahan Penggunaan (X2) dan Nilai Hedonis (X3)
- Lampiran 4 Tabulasi Data Variabel Kepuasan (Y1) dan Minat Beli ulang (Y2)
- Lampiran 5 Hasil Statistik Deskriptif
- Lampiran 6 Hasil Uji Validitas
- Lampiran 7 Hasil Uji Reliabilitas
- Lampiran 8 Hasil Uji Analisis Data

