

**ABSTRAK****PENGARUH MANFAAT, KEPERCAYAAN, DAN KEMUDAHAN PENGGUNAAN  
TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN**

Studi Pada Konsumen OVO di Kota Yogyakarta

Marcelinus Vico  
Universitas Sanata Dharma  
Yogyakarta  
2021

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah: 1) manfaat, kepercayaan, dan kemudahan penggunaan secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen, 2) manfaat berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan konsumen, 3) kepercayaan berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan konsumen, dan 4) kemudahan penggunaan berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan konsumen. Jenis penelitian yang dilakukan dalam penelitian ini adalah kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat Kota Yogyakarta yang menjadi konsumen *e-money* OVO. Teknik pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling*. Data diperoleh dengan membagikan kuesioner kepada 100 responden. Teknik analisis data dalam penelitian ini adalah pengujian instrument (validitas dan reliabilitas), uji asumsi klasik, dan uji hipotesis. Pengolahan data dalam penelitian ini menggunakan *Statistical Product and Service Solution* (SPSS 20.0). Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa: 1) manfaat, kepercayaan, dan kemudahan penggunaan secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen, 2) manfaat secara parsial berpengaruh terhadap kepuasan konsumen, 3) kepercayaan secara parsial berpengaruh terhadap kepuasan konsumen, dan 4) kemudahan penggunaan secara parsial berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.

**Kata Kunci : Manfaat, Kepercayaan, Kemudahan Penggunaan, dan Kepuasan Konsumen**

## ABSTRACT

### THE INFLUENCE OF BENEFITS, TRUST AND EASE OF USE ON CUSTOMER SATISFACTION

Study on OVO Consumer in Yogyakarta City

Marcelinus Vico H. Sukoco  
Universitas Sanata Dharma  
Yogyakarta  
2021

This study aims to find out whether: 1) benefits, trust, ease of use simultaneously influence customer satisfaction. 2) benefits partially influence customer satisfaction, 3) trust partially influence customer satisfaction, and 4) ease of use partially influence customer satisfaction. The type of research conducted in this study is quantitative. The population in this study is the people of Yogyakarta City who are customers of e-money OVO. The sampling technique uses purposive sampling. Data obtained by distributing questionnaires to 100 respondents. Data analysis techniques in this study are instrument testing (validity and reliability), classical assumption test, and hypothesis testing. The data processing in this research uses Statistical Product and Service Solution (SPSS 20.0). The results of this study indicate that: 1) benefits, trust, and ease of use simultaneously influenced consumer satisfaction. 2) benefits partially influenced consumer satisfaction, 3) trust partially influenced consumer satisfaction. 4) ease of use partially influenced consumer satisfaction.

**Keywords : Benefits, Trust, Ease of Use, and Customer Satisfaction**