

**ANALISIS PENGARUH PROMOSI PENJUALAN, PERSEPSI MANFAAT,  
DAN PERSEPSI KEMUDAHAN PENGGUNAAN TERHADAP  
KEPUTUSAN PENGGUNAAN GOPAY PADA MAHASISWA UPN  
“VETERAN” JAWA TIMUR**

**SKRIPSI**



**Diajukan Oleh:**

**LUCYANA MIRAH DYAS**

**17012010247/FEB/EM**

**PROGRAM STUDI EKONOMI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL “VETERAN”  
JAWA TIMUR**

**2023**

**ANALISIS PENGARUH PROMOSI PENJUALAN, PERSEPSI MANFAAT,  
DAN PERSEPSI KEMUDAHAN PENGGUNAAN TERHADAP  
KEPUTUSAN PENGGUNAAN GOPAY PADA MAHASISWA UPN  
“VETERAN” JAWA TIMUR**

**SKRIPSI**

**Diajukan Kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur  
Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Dalam Memperoleh Gelar Sarjana  
Ekonomi Program Studi Manajemen**



**Diajukan Oleh:  
LUCYANA MIRAH DYAS  
17012010247/FEB/EM**

**PROGRAM STUDI EKONOMI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL “VETERAN”  
JAWA TIMUR**

**2023**

## SKRIPSI

**ANALISIS PENGARUH PROMOSI PENJUALAN, PERSEPSI MANFAAT,  
DAN PERSEPSI KEMUDAHAN PENGGUNAAN TERHADAP  
KEPUTUSAN PENGGUNAAN GOPAY PADA MAHASISWA UPN  
"VETERAN" JAWA TIMUR**

Disusun Oleh:

**LUCYANA MIRAH DYAS**  
17012010247/FEB/EM

**Telah Dipertahankan dan Diterima oleh Tim Penguji Skripsi  
Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur  
Pada Tanggal: 02 November 2023**

**Koordinator Program Studi Manajemen  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis**



**Dr. Wiwik Handavani, S.E. M.Si**  
NIP. 196901132021212003

**Pembimbing Utama**



**Dr. Sugeng Purwanto S.E. M.M**  
NIP. 196801081989031001

**Mengetahui,**

**Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pembangunan Nasional  
"Veteran" Jawa Timur**



**Dr. Dra. Ec. Tri Kartika Pertiwi, M.Si. CRP**  
NIP. 196304201991032001

**SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS  
KARYA**

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama Lengkap	Lucyana Mirah Dyas
NPM	17012010247
NIK	3578106506990004
Tempat/Tanggal Lahir	Surabaya / 25 Juni 1999
Alamat	Jl. Karang Asem II No. 30
Judul Artikel	Analisis Pengaruh Promosi Penjualan, Persepsi Manfaat, dan Persepsi Kemudahan Penggunaan Terhadap Keputusan Penggunaan Gopay Pada Mahasiswa Upn “Veteran” Jawa Timur.

Saya menyatakan bahwa skripsi ini merupakan hasil dari pemikiran sendiri, serta bukan dari saduran/terjemahan/plagiarisme.

Demikianlah pernyataan ini dibuat dalam keadaan sadar dan tanpa ada unsur paksaan dari siapapun. Jika di kemudian hari terbukti ada unsur plagiarisme maka kelulusan akan dibatalkan, saya bersedia dibatalkannya gelar akademik yang telah saya raih.

Surabaya, 20 November 2023

Yang menyatakan,

  
(Lucyana Mirah Dyas)



## KATA PENGANTAR

Dengan mengucapkan Puji dan Syukur kepada Allah Subhanahu Wata'ala. Dengan memohon pertolongan kepada-Nya. Alhamdulillah atas rahmat dan hidayah-Nya penulis dapat menyusun skripsi yang berjudul **“Analisis Pengaruh Promosi Penjualan, Persepsi Manfaat, dan Persepsi Kemudahan Penggunaan Terhadap Keputusan Penggunaan GoPay pada Mahasiswa UPN “Veteran” Jawa Timur.”** Dapat diselesaikan guna memenuhi salah satu persyaratan dalam menyelesaikan pendidikan dan memperoleh gelar Sarjana Manajemen pada program studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.

Penulis menyadari dalam proses penyusunan dan penulisan skripsi ini banyak mengalami kenadala, namun berkat bantuan, bimbingan, dan kerjasama dari berbagai pihak dan berkah dari Allah SWT sehingga penulisan skripsi dapat terselesaikan. Oleh karena itu penulis dengan penuh rasa hormat mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu dalam proses penyelesaian skripsi ini diantaranya adalah:

1. Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan hidayahnya yang tiada terbatas.
2. Kedua orang tua, ayah dan ibu yang selalu memberi dukungan baik berupa moral dan materil serta doa.
3. Dekan dan Wakil Dekan Fakultas Ekonomi Bisnis Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.

4. Dr. Wiwik Handayani, S.E., M.Si. selaku Koordinator Program Studi Manajemen Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur
5. Dr. Sugeng Purwanto, S.E., M.M. selaku dosen pembimbing penelitian atas bimbingannya agar penulis dapat menyelesaikan tugas akhir.
6. Seluruh dosen dan staf Program Studi Manajemen Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
7. Berbagai pihak yang terkait dalam membantu sebagai responden, untuk memperoleh data dan informasi sebagai penelitian.
8. Teman-teman yang tercinta.
9. Dan orang-orang yang belum saya sebut namanya.

Penulis menyadari dalam penyusunan skripsi masih banyak kekurangan, baik dalam sistematika penulisan maupun kelengkapan materi. Maka dari itu, penulis mengharapkan adanya kritik dan saran yang membangun dari para pembaca guna menyempurnakan skripsi ini diwaktu yang akan datang. Untuk akhir kata penulis mengucapkan Terima Kasih.

Surabaya

Lucyana Mirah Dyas  
(17012010247)

**ANALISIS PENGARUH PROMOSI PENJUALAN, PERSEPSI MANFAAT,  
DAN PERSEPSI KEMUDAHAN PENGGUNAAN TERHADAP  
KEPUTUSAN PENGGUNAAN GOPAY PADA MAHASISWA UPN  
“VETERAN” JAWA TIMUR**

**LUCYANA MIRAH DYAS**  
**17012010247/FEB/EM**

**ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh promosi penjualan, persepsi manfaat, dan persepsi kemudahan penggunaan terhadap keputusan penggunaan gopay. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif. Pengambilan sampel digunakan metode *non-probability sampling* dengan teknik *convenience sampling*. Analisis data dilakukan dengan metode *SEM* yang belandaskan pada komponen, dengan *PLS* sebagai alat analisis. Hasil penelitian ini adalah variabel promosi penjualan (X1), persepsi manfaat (X2), dan persepsi kemudahan pengguna (X3) berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan gopay pada mahasiswa UPN “Veteran” Jawa Timur. Diperoleh hasil pada uji T untuk variabel X1 sebesar  $6,283846 > 1,96$  atau P-Value  $0,000 < 0,05$ ; variabel X2 sebesar  $4,128499 > 1,96$  atau P-Value  $0,000 < 0,05$ ; dan variabel X3 sebesar  $3,021928 > 1,96$  atau P-Value  $0,003 < 0,05$ . Nilai pada uji  $R^2$  menjelaskan pengaruh promosi penjualan (X1), persepsi manfaat (X2), dan persepsi kemudahan pengguna (X3) terhadap keputusan penggunaan gopay sebesar 61,48%, sedangkan sisanya 38,52% dijelaskan oleh variabel lain.

**Kata Kunci:** Gopay; Persepsi Manfaat; Persepsi Kemudahan; Promosi Penjualan.

## DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR .....	v
ABSTRAK .....	vii
DAFTAR ISI .....	viii
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR TABEL .....	xiii
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	15
1.3 Tujuan Penelitian .....	16
1.4 Manfaat Penelitian .....	16
<b>BAB II STUDI LITERATUR.....</b>	<b>18</b>
2.1 Penelitian Terdahulu .....	18
2.2 Landasan Teori .....	24
2.2.1 Pengertian Dompot Digital ( <i>E-wallet</i> ).....	24
2.2.1.1 Kelebihan dan Kekurangan Dompot Digital ( <i>E-wallet</i> ) .....	25
2.2.2 Pemasaran.....	27
2.2.2.1 Pengertian Pemasaran.....	27
2.2.3 Promosi Penjualan.....	28
2.2.4 <i>Technology Accaptance Model (TAM)</i> .....	32
2.2.5 Persepsi Manfaat ( <i>perceived usefull</i> ) .....	33
2.2.6 Persepsi Kemudahan Penggunaan ( <i>perceived ease of use</i> ) .....	35



2.2.7 Pengertian Keputusan Penggunaan .....	37
2.2.8 Proses Pengambilan Keputusan .....	38
2.2.9 Pengambilan Keputusan .....	42
2.3 Hubungan Antar Variabel.....	49
2.3.1 Hubungan Antara Promosi Penjualan Terhadap Keputusan Penggunaan....	49
2.3.2 Hubungan Antara Manfaat Terhadap Keputusan Penggunaan.....	51
2.3.3 Hubungan Antara Persepsi Kemudahan Terhadap Keputusan Penggunaan ..... .....	52
2.4 Kerangka Konseptual Penelitian.....	54
2.5 Hipotesis .....	55
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>56</b>
3.1 Definisi Operational dan Pengukuran Variabel.....	56
3.1.1 Variabel Independen (X).....	56
3.1.2 Variabel Dependen (Y) .....	59
3.1.3 Pengukuran Variabel .....	61
3.2 Teknik Populasi dan Sampel .....	62
3.2.1 Populasi.. .....	62
3.2.2 Sampel... .....	62
3.3 Teknik Pengumpulan Data .....	63
3.3.1 Jenis Data.....	63
3.3.2 Sumber Data .....	64
3.3.3 Metode Pengumpulan Data.....	65

3.4 Uji Validitas dan Reliabilitas.....	66
3.4.3 Uji Validitas.....	66
3.4.4 Uji Reliabilitas .....	66
3.5 Teknik Analisis Data dan Uji Hipotesis .....	67
3.5.3 Teknik Analisis Data.....	67
3.6 Model Indikator Refleksif dan Indikator Formatif .....	70
3.6.3 Model Indikator Refleksif .....	70
3.6.4 Model Indikator Formatif .....	71
3.7 Kegunaan Metode Partial Least Square (PLS) .....	73
3.7.3 Pengukuran Metode Least Square (PLS) .....	74
3.7.4 Langkah-langkah PLS .....	75
3.7.5 Asumsi PLS .....	83
3.7.6 Ukuran Sampel.....	83
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>84</b>
4.1 Deskriptif Objek Penelitian .....	84
4.1.1 Profil Perusahaan GoPay.....	84
4.2 Deskriptif Hasil Penelitian .....	85
4.2.1 Analisis Karakteristik Responden Jenis Kelamin dan Usia .....	85
4.2.2 Deskripsi Variabel.....	87
4.3 Analisis Data.....	92
4.3.1 Evaluasi Uji Outlier.....	92
4.3.2 Interpretasi Hasil PLS .....	93
4.4 Pembahasan .....	103

4.4.1 Pengaruh Promosi Penjualan Terhadap Keputusan Penggunaan.....	103
4.4.2 Pengaruh Persepsi Manfaat Terhadap Keputusan Penggunaan.....	103
4.4.3 Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan (X3) terhadap Keputusan Penggunaan (Y).....	104
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....	107
5.1 Kesimpulan.....	107
5.2 Saran.....	108
DAFTAR PUSTAKA.....	110
LAMPIRAN .....	116
LAMPIRAN 1 (Kuisisioner Penelitian) .....	116

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Daftar Aplikasi <i>E-Wallet</i> Terbesar di Indonesia Berdasarkan Pengguna Aktif Bulanan Q4 2017 – Q2 2019.....	4
Gambar 1.2 <i>E-wallet</i> Dengan Jumlah Transaksi Terbanyak Perbulan .....	5
Gambar 1.3 <i>E-wallet</i> Yang Paling Sering Digunakan .....	5
Gambar 1.4 <i>E-wallet</i> Yang Menawarkan Promo Paling Banyak .....	6
Gambar 1.5 <i>E-wallet</i> Yang Mempermudah Urusan Belanja <i>Online</i> .....	7
Gambar 1.6 Penggunaan Dompet Digital Menurut Survei DailySocial <i>Fintech Report 2021</i> .....	8
Gambar 1.7 Keluhan Atas Penggunaan GoPay Melalui GooglePlay .....	9
Gambar 2.1 Model Proses Pengambilan Keputusan .....	39
Gambar 2.2 Kerangka Konseptual Penelitian .....	54
Gambar 3.1 <i>Principal Factor (Reflective)</i> Model .....	71
Gambar 3.2 Composite Latent Variabel (Formative) Model .....	73
Gambar 3.3 Langkah-langkah PLS .....	75
Gambar 3.4 Diagram Jalur PLS .....	77
Gambar 4. 1 Outer Model dengan factor loading, Path Coefficient dan R- Square .....	99
Gambar 4. 2 Inner Model dengan nilai signifikansi T-Statistic Bootstraping ....	102

**DAFTAR TABEL**

Tabel 4. 1 Jenis Kelamin Responden.....	85
Tabel 4. 2 Usia Responden.....	86
Tabel 4. 3 Frekuensi Hasil Jawaban Responden Variabel Promosi Penjualan .....	87
Tabel 4. 4 Frekuensi Hasil Jawaban Responden Variabel Persepsi Manfaat .....	88
Tabel 4.5 Frekuensi Hasil Jawaban Responden Variabel Persepsi Kemudahan... 90	
Tabel 4.6 Frekuensi Hasil Jawaban Responden Variabel Keputusan Penggunaan .....	91
Tabel 4. 7 Uji Outlier .....	92
Tabel 4. 8 Outer Loadings (Mean, STDEV, T-Values).....	93
Tabel 4. 9 Cross Loading .....	95
Tabel 4. 10 Average variance extracted (AVE) .....	96
Tabel 4. 11 Composite Reliability .....	97
Tabel 4. 12 Latent Variable Correlations.....	97
Tabel 4. 13 R-Square .....	100
Tabel 4. 14 Path Coefficients (Mean, STDEV, T-Values) .....	101