

**PENGARUH PERSEPSI KEMUDAHAN PENGGUNAAN DAN KEPERCAYAAN
ATAS MEREK TERHADAP MINAT PERILAKU PENGGUNAAN KEMBALI
DOMPET DIGITAL GOPAY DI KOTA SURABAYA**

SKRIPSI



Diajukan Oleh :

MOHAMMAD KAHFI ZULFANSYAH
19012010242/FEB/EM

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

2024

**PENGARUH PERSEPSI KEMUDAHAN PENGGUNAAN DAN KEPERCAYAAN
ATAS MEREK TERHADAP MINAT PERILAKU PENGGUNAAN KEMBALI
DOMPET DIGITAL GOPAY DI KOTA SURABAYA**

SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan

Dalam Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen

Program Studi Manajemen



Diajukan Oleh :

**MOHAMMAD KAHFI ZULFANSYAH
19012010242/FEB/EM**

PROGRAM STUDI EKONOMI MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN"

JAWA TIMUR

2024

SKRIPSI

**PENGARUH PERSEPSI KEMUDAHAN PENGGUNAAN DAN KEPERCAYAAN
ATAS MEREK TERHADAP MINAT PERILAKU PENGGUNAAN KEMBALI
DOMPET DIGITAL GOPAY DI KOTA SURABAYA**

Disusun Oleh :

MOHAMMAD KAHLI ZULEANSYAH
19012010242/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 : 12 Januari 2024

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

Pembimbing Utama

Dr. Wiwik Handayani, SE, M.Si
NIP. 196901132021212003

Rizky Dermawan, S.M., M.M
NIP. 197210042001121001

Mengetahui,

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

19 JAN 2024



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

**SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS
KARYA**

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama Lengkap : Mohammad Kahfi Zulfansyah
NPM : 19012010242
NIK : 3515131206010008
Tempat/Tanggal Lahir : Sidoarjo, 12 Juni 2001
Alamat : Dusun Menyanggong RT 20 RW 08, Desa Kletek,
Kecamatan Taman, Kabupaten Sidoarjo
Judul Artikel : The Influence of Perceived Ease of Use and Brand Trust
on the Behavioral Intention to Use Digital Wallet GoPay
in Surabaya City

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, 12 Januari 2024

Yang menyatakan,



Mohammad Kahfi Zulfansyah

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur terpanjatkan kepada Allah SWT, berkat rahmat serta karunia-Nya kepada hamba-hamba-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan usulan penelitian ini. Shalawat serta salam yang selalu senantiasa tercurahkan kepada junjungan Nabi Muhammad SAW. Penyusunan usulan penelitian ini bertujuan untuk memenuhi syarat – syarat untuk penyelesaian program studi pendidikan strata satu, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Program Studi Manajemen, Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur dengan judul **“PENGARUH PERSEPSI KEMUDAHAN PENGGUNAAN DAN KEPERCAYAAN ATAS MEREK TERHADAP PERILAKU PENGGUNAAN KEMBALI DOMPET DIGITAL GOPAY DI KOTA SURABAYA”**.

Dalam penyusunan skripsi ini, penulis menyadari penulisan ini tidak dapat terselesaikan tanpa adanya arahan dan bimbingan dari berbagai pihak. Oleh sebab itu, penulis mengucapkan rasa hormat dan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu baik secara langsung maupun tidak langsung dalam pembuaan usulan penelitian ini. Pihak-pihak yang terkait tersebut diantaranya sebagai berikut:

1. Bapak Prof. Dr. Ir. Akhmad Fauzi, MMT selaku Rektor UPN “Veteran” Jawa Timur yang telah memberikan pengarahan dan motivasi selama penulis menimba ilmu di UPN “Veteran” Jawa Timur.
2. Ibu Dr. Dra. Ec. Tri Kartika Pertiwi, M.Si, CRP selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis UPN “Veteran” Jawa Timur yang telah memberikan

pengarahan dan motivasi selama penulis menimba ilmu di UPN “Veteran” Jawa Timur.

3. Ibu Dr. Wiwik Handayani, S.E., M.Si selaku Koordinator Program Studi Manajemen Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur serta dosen wali yang telah memberikan pengarahan dan motivasi selama penulis menimba ilmu di UPN “Veteran” Jawa Timur.

4. Bapak Rizky Dermawan, S.E., M.M. selaku Dosen Pembimbing yang selalu sabar dan telah meluangkan waktunya untuk memberikan bimbingan, masukan, saran, petunjuk dan perhatian hingga penulisan penelitian ini selesai.

5. Bapak/Ibu Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis UPN “Veteran” Jawa Timur yang telah memberikan pengarahan, bimbingan dan motivasi selama penulis menimba ilmu di Universitas Negeri Semarang.

6. Kedua orang tua saya Zulkarnain dan Wahyu Suciani yang telah memberikan segala doa, kepercayaan, dan senantiasa memberikan dukungan serta motivasi yang luar biasa sehingga mampu memberikan motivasi bagi penulis.

7. Teman seperjuangan Program Studi Manajemen UPN “Veteran” Jawa Timur 2019.

8. Seluruh pihak yang telah membantu dalam proses penyusunan usulan penelitian ini. Semoga Allah SWT melimpahkan rahmat dan karunia-Nya atas segala kebaikan yang telah diberikan. Penulis menyadari bahwa usulan penelitian yang penulis buat ini masih memiliki kekurangan. Oleh sebab itu,

penulis mengharapkan adanya saran dan masukan bahkan kritik yang membangun dari berbagai pihak guna memperbaiki dan menyempurnakan penyusunan yang selanjutnya.

Surabaya, 12 Januari 2024

Mohammad Kahfi Zulfansyah

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR.....	i
DAFTAR ISI.....	iv
DAFTAR GAMBAR.....	vii
DAFTAR LAMPIRAN.....	ix
ABSTRAKSI.....	x
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	10
1.3 Tujuan Penelitian.....	10
1.4 Penelitian.....	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	12
2.1 Penelitian Terdahulu.....	12
2.2 Tinjauan Teori.....	15
2.2.1 Pengertian Persepsi Kemudahan Penggunaan.....	16
2.2.2 Pengertian Kepercayaan Atas Merek.....	18
2.2.3 Pengertian Minat Perilaku Penggunaan Kembali.....	19
2.3 Hubungan Antar Variabel.....	21
2.3.1 Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan Terhadap Minat Perilaku Penggunaan Kembali.....	21
2.3.2 Pengaruh Kepercayaan Atas Merek Terhadap Minat Perilaku Penggunaan Kembali.....	22
2.4 Kerangka Konseptual.....	23
2.5 Hipotesis.....	23
BAB III METODE PENELITIAN.....	25
3.1 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel.....	25
3.1.1 Variabel Independen (Bebas).....	25
3.1.2 Variabel Dependen (Terikat).....	27

3.1.3	Pengukuran Variabel	29
3.2	Teknik Penentuan Sampel	30
3.3	Teknik Pengumpulan Data	32
3.3.1	Jenis Data.....	32
3.3.2	Metode Pengumpulan Data	33
3.4	Teknik Pengujian Instrumen.....	35
3.4.1	Uji Validitas.....	35
3.4.2	Uji Reliabilitas	36
3.5	Metode Analisis Data dan Uji Hipotesis	37
3.5.1	Metode Analisis Data	37
3.5.2	Kegunaan Metode PLS	37
3.5.3	Cara Kerja PLS	38
3.5.4	Langkah – Langkah PLS	39
3.5.5	Asumsi PLS	43
3.5.6	Ukuran Sampel	44
BAB IV	HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	45
4.1	Deskripsi Objek Penelitian	45
4.2	Karakteristik Responden dan Deskripsi Hasil Penelitian	47
4.2.1	Karakteristik Responden.....	47
4.2.2	Deskripsi Variabel Persepsi Kemudahan Penggunaan (X1) .	49
4.2.3	Deskripsi Variabel Kepercayaan Atas Merek (X2).....	52
4.2.4	Deskripsi Variabel Minat Perilaku Penggunaan Kembali (Y)	54
4.3	Analisis Data.....	56
4.3.1	Analisis Model PLS.....	56
4.3.2	Interpretasi Hasil PLS.....	57
4.3.3	Pengujian Hipotesis	64
4.4	Hasil Penelitian dan Pembahasan	66
4.4.1	Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan Terhadap Minat Perilaku Penggunaan Kembali.....	66
4.4.2	Pengaruh Kepercayaan Atas Merek Terhadap Minat Perilaku Penggunaan Kembali.....	69
BAB V	KESIMPULAN DAN SARAN.....	72

5.1	Kesimpulan.....	72
5.2	Saran	73
DAFTAR PUSTAKA		74
LAMPIRAN.....		79

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Survei Pengguna Dompot Digital di Indonesia Tahun 2021.....	4
Gambar 2.1 Kerangka Berpikir Variabel X1 dan X2 Mempengaruhi Y.....	23
Gambar 3.1 Pengukuran Dengan Skala Likert.....	29
Gambar 4.1 Logo GoPay.....	45
Gambar 4.2 Tampilan Beranda Aplikasi GoPay.....	46
Gambar 4.3 Outer Model Dengan Factor Loading, Path Coefficient,dan R-Square.....	56
Gambar 4.4 Gambar Inner Model dengan nilai signifikansi T-Statistic Bootstraping.....	66

DAFTAR TABEL

Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	48
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan/Profesi.....	49
Tabel 4.3 Hasil Jawaban Responden Variabel Persepsi Kemudahan Penggunaan(X1).....	50
Tabel 4.4 Hasil Jawaban Responden Variabel Kepercayaan Atas Merek.....	52
Tabel 4.5 Hasil Jawaban Responden Variabel Minat Perilaku Penggunaan Kembali.....	54
Tabel 4.6 Outer Loadings (Mean, STDEV, T-Values).....	57
Tabel 4.7 Cross Loading.....	59
Tabel 4.8 Average Variance Extracted (AVE).....	60
Tabel 4.9 Composite Reliability.....	61
Tabel 4.10 Latent Variable Correlation.....	62
Tabel 4.11 R-Square.....	63
Tabel 4.12 Path Coefficients (Mean, STDEV, T-Values, P-Values).....	65

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Tabulasi Kuesioner.....	85
Lampiran 2	Frekuensi Jawaban Responden.....	88
Lampiran 3	Hasil Olah Data Smart PLS.....	91
Lampiran 4	Path Coefficients (Mean, STDEV, T Statistics, P Values).....	92
Lampiran 5	Outer Loading (Mean, STDEV, T-Values).....	92
Lampiran 6	Outer Weight (Mean, STDEV, T-Values).....	93
Lampiran 7	Latent Variable Correclations.....	93
Lampiran 8	R-Square.....	94
Lampiran 9	Cross Loading.....	94
Lampiran10	AVE.....	94
Lampiran 11	Composite Realibility.....	95

**PENGARUH PERSEPSI KEMUDAHAN PENGGUNAAN DAN KEPERCAYAAN
ATAS MEREK TERHADAP MINAT PERILAKU PENGGUNAAN KEMBALI
DOMPET DIGITAL GOPAY DI KOTA SURABAYA**

Oleh

MOHAMMAD KAHFI ZULFANSYAH
19012010242/FEB/EM

ABSTRAKSI

GoPay merupakan layanan dompet digital yang berfungsi untuk melakukan pembayaran virtual menggunakan smartphone. Pada Layanan GoPay ini sering mendapat keluhan terhadap layanannya, sehingga pengguna GoPay tidak memiliki minat perilaku untuk menggunakan kembali, maka dari itu GoPay perlu menganalisis faktor apa saja yang dapat mengevaluasi agar para pengguna selalu memilih GoPay sebagai alat pembayaran non tunai. Faktor tersebut yaitu Persepsi Kemudahan Penggunaan dan Kepercayaan Atas Merek, karena akan mempengaruhi penggunaannya untuk timbul Minat Perilaku Penggunaan Kembali layanan yang ada pada GoPay tersebut. Maka dari itu, penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan dan Kepercayaan Atas Merek dengan objek penelitian pada dompet digital GoPay.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah Masyarakat Kota Surabaya. Metode pengambilan sampel yang digunakan adalah *purposive sampling* dengan menghitung responden menggunakan rumus *unknown population*, yaitu menjadi 100 responden, menggunakan teknik olah data dengan SmartPLS.

Berdasarkan hasil penelitian ini dapat diketahui bahwa Persepsi Kemudahan Penggunaan dan Kepercayaan Atas Merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Perilaku Penggunaan Kembali dompet digital GoPay. Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Elsa Silaen & Bulan Prabawani (2019) menunjukkan bahwa Persepsi Kemudahan Penggunaan mempunyai pengaruh signifikan dan positif terhadap Minat Perilaku Penggunaan Kembali dan penelitian yang dilakukan oleh Pratama & Saputra (2019) menunjukkan bahwa Kepercayaan Atas Merek berpengaruh positif terhadap Minat Perilaku Penggunaan Kembali.

Kata Kunci : Persepsi Kemudahan Penggunaan, Kepercayaan Atas Merek, Minat Perilaku Penggunaan Kembali.