

**PENGARUH KUALITAS LAYANAN ELEKTRONIK DAN  
KENYAMANAN TERHADAP PENGGUNAAN ULANG DOMPET  
DIGITAL GOPAY MELALUI KEPERCAYAAN PADA GENERASI  
MILENIAL DI SURABAYA**

**SKRIPSI**



**Oleh :**

**BELA AYU DIAN SAFITRI**  
**NPM. 17042010001**

**KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN  
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" JAWA TIMUR  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
PROGRAM STUDI ADMINISTRASI BISNIS  
SURABAYA**

**2021**

**PENGARUH KUALITAS LAYANAN ELEKTRONIK DAN  
KENYAMANAN TERHADAP PENGGUNAAN ULANG DOMPET  
DIGITAL GOPAY MELALUI KEPERCAYAAN PADA GENERASI  
MILENIAL DI SURABAYA**

**Disusun Oleh :**

**BELA AYU DIAN SAFITRI**  
**NPM. 17042010001**

**Telah disetujui untuk mengikuti Ujian Skripsi**

**Menyetujui,  
Pembimbing Utama**



**Nurul Azizah, S.AB., M.AB**  
**NPK. 17219910501002**

**Mengetahui,  
DEKAN**



**Dr. Gendut Sukarno, MS., CHRA**  
**NIP. 195907011987031001**

**PENGARUH KUALITAS LAYANAN ELEKTRONIK DAN  
KENYAMANAN TERHADAP PENGGUNAAN ULANG DOMPET  
DIGITAL GOPAY MELALUI KEPERCAYAAN PADA GENERASI  
MILENIAL DI SURABAYA**

Oleh :

**BELA AYU DIAN SAFITRI**  
NPM. 17042010001

Telah dipertahankan dihadapan dan diterima oleh Tim Penguji Skripsi  
Jurusan Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik  
Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur  
Pada tanggal 26 Februari 2021

**Pembimbing Utama**



**Nurul Azizah, S.AB., M.AB**  
NPK. 17219910501002

**Tim Penguji:**

**1. Ketua**



**Dr. Nurhadi, M.Si**  
NIP. 196902011994031001

**2. Sekretaris**



**Dra. Siti Ning Farida, M.Si**  
NIP. 196407291990032001

**3. Anggota**



**Nurul Azizah, S.AB., M.AB**  
NPK. 17219910501002

**Mengetahui,  
DEKAN**



**Dr. Gendut Sukarno, MS., CHRA**  
NIP. 195907011987031001

## KATA PENGANTAR

Dengan mengucapkan puji syukur kehadiran Tuhan Yang Maha Esa, atas berkat dan rahmat-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul *“Pengaruh Kualitas Layanan Elektronik dan Kenyamanan Terhadap Penggunaan Ulang Dompot Digital Gopay Melalui Kepercayaan Pada Generasi Milenial Di Surabaya”*.

Penulis mengucapkan terima kasih kepada Ibu Nurul Azizah, S.AB, M.AB selaku Dosen Pembimbing Utama yang telah meluangkan waktunya untuk memberikan bimbingan, nasehat serta motivasi kepada penulis. Dan penulis juga banyak menerima bantuan dari berbagai pihak, baik itu berupa moril, spiritual, maupun materil. Untuk itu peneliti mengucapkan terima kasih kepada :

1. Bapak Dr. Drs. Ec. Gendut Sukarno, MS., CHRA selaku dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
2. Ibu Dra. Siti Ning Farida, M.Si selaku Ketua Program Studi Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
3. Bapak dan Ibu Dosen Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
4. Kedua orang tua yang selalu memberikan doa, dukungan serta semangat kepada penulis dalam penyelesaian skripsi ini.

5. Sahabat dan teman-teman dimasa sekolah yang selalu membantu dan memberikan motivasi serta pengalaman kepada penulis dalam penyusunan skripsi ini.
6. Teman-teman Administrasi Bisnis Tahun Angkatan 2017 yang saling memberikan dukungan satu sama lain selama perkuliahan hingga sampai dititik penulisan skripsi ini.
7. Teman-teman pengurus Laboratorium Galeri Investasi Program Studi Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur yang telah memberikan semangat hingga dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa di dalam penyusunan skripsi ini masih banyak terdapat kekurangan. Untuk itu kritik dan saran yang membangun dari semua pihak sangat diharapkan demi kesempurnaan penulisan skripsi ini. Akhirnya, dengan segala keterbatasan yang penulis miliki semoga skripsi penelitian ini dapat bermanfaat bagi para pembaca dan pihak-pihak lain yang berkepentingan.

Surabaya, 20 Januari 2021

Penulis

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>LEMBAR PERSETUJUAN .....</b>	<b>ii</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN .....</b>	<b>iii</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>iii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>vi</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>x</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xi</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>xii</b>
<b>ABSTRACT.....</b>	<b>xiii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Penelitian.....	12
1.3 Tujuan Penelitian.....	13
1.4 Manfaat Penelitian.....	14
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....</b>	<b>15</b>
2.1 Penelitian Terdahulu.....	15
2.2 Landasan Teori .....	19
2.2.1 Pemasaran .....	19
2.2.1.1 Pemasaran Jasa.....	20
2.2.1.2 Karakteristik Pemasaran Jasa.....	21
2.2.1.3 Manajemen Pemasaran.....	22
2.2.1.4 Konsep Pemasaran.....	23
2.2.1.5 Strategi Pemasaran.....	25
2.2.2 Perilaku Konsumen.....	25
2.2.2.1 Proses Pengambilan Keputusan Pembelian.....	26
2.2.3 Teknologi Finansial .....	28
2.2.3.1 Dompot Digital ( <i>E-Wallet</i> ) .....	29
2.2.4 Kualitas Layanan Elektronik ( <i>E-Service Quality</i> ) .....	30
2.2.4.1 Pengertian Kualitas Layanan Elektronik ( <i>E-Service Quality</i> ) .....	30
2.2.4.2 Indikator Pengukuran Kualitas Layanan Elektronik ( <i>E-Service Quality</i> ).....	31

2.2.5 Kenyamanan ( <i>Enjoyment</i> ) .....	33
2.2.5.1 Pengertian Kenyamanan ( <i>Enjoyment</i> ).....	33
2.2.5.2 Indikator Pengukuran Kenyamanan ( <i>Enjoyment</i> ).....	34
2.2.6 Kepercayaan ( <i>Trust</i> ) .....	35
2.2.6.1 Pengertian Kepercayaan ( <i>Trust</i> ) .....	35
2.2.6.2 Indikator Pengukuran Kepercayaan ( <i>Trust</i> ) .....	37
2.2.7 Penggunaan Ulang ( <i>Repeat Usage</i> ).....	38
2.2.7.1 Pengertian Penggunaan Ulang ( <i>Repeat Usage</i> ).....	38
2.2.7.2 Indikator Pengukuran Penggunaan Ulang ( <i>Repeat Usage</i> ).....	39
2.3 Kerangka Berpikir .....	40
2.4 Hipotesis .....	42
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>44</b>
3.1 Jenis Penelitian .....	44
3.2 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel .....	44
3.2.1 Definisi Operasional .....	44
3.2.2 Pengukuran Data.....	49
3.3 Populasi, Sampel dan Teknik Penarikan Sampel .....	51
3.3.1 Populasi .....	51
3.3.2 Sampel .....	51
3.3.3 Teknik Penarikan Sampel .....	52
3.4 Jenis Data, Sumber Data, dan Teknik Pengumpulan Data.....	52
3.4.1 Jenis Data.....	52
3.4.2 Sumber Data.....	53
3.4.3 Teknik Pengumpulan Data.....	53
3.5 Teknik Analisis Data .....	54
3.6. Model Analisis Data.....	55
3.6.1 <i>Partial Least Square (PLS)</i> .....	55
3.6.2 Model Pengukuran / <i>Outer Model</i> .....	56
3.6.3 Model Struktural / <i>Inner Model</i> .....	58
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>60</b>
4.1 Hasil Penelitian.....	60
4.1.1 Gambaran Umum Perusahaan .....	60
4.1.1.1 Sejarah Perusahaan .....	60

4.1.1.2	Visi dan Misi Perusahaan .....	62
4.1.1.3	Layanan Gojek .....	62
4.1.2	Layanan Pembayaran <i>E-Wallet</i> Gopay .....	65
4.1.2.1	Profil Gopay .....	65
4.1.2.2	Fitur Gopay .....	66
4.1.3	Statistik Deskriptif .....	69
4.1.3.1	Analisis Deskriptif Karakteristik Responden .....	70
4.1.3.2	Deskripsi Jawaban Responden Atas Variabel <i>E-Service Quality</i> .....	74
4.1.3.3	Deskripsi Jawaban Responden Atas Variabel <i>Enjoyment</i> .....	75
4.1.3.4	Deskripsi Jawaban Responden Atas Variabel <i>Trust</i> .....	77
4.1.3.5	Deskripsi Jawaban Responden Atas Variabel <i>Repeat Usage</i> .....	78
4.1.4	Analisis PLS-SEM .....	79
4.1.4.1	Analisis Model Pengukuran ( <i>Outer Model</i> ) .....	79
4.1.4.1.1	<i>Convergent Validity</i> .....	80
4.1.4.1.2	<i>Discriminant Validity</i> .....	83
4.1.4.1.3	<i>Composite Reliability</i> .....	85
4.1.4.2	Analisis Model Struktural ( <i>Inner Model</i> ) .....	86
4.1.4.2.1	<i>Goodness Of Fit Model</i> .....	86
4.1.4.2.2	<i>Path Analysis</i> .....	87
4.2	Pembahasan .....	92
4.2.1	Pengaruh <i>E-Service Quality</i> Terhadap <i>Repeat Usage</i> .....	92
4.2.2	Pengaruh <i>E-Service Quality</i> Terhadap <i>Trust</i> .....	95
4.2.3	Pengaruh <i>Enjoyment</i> Terhadap <i>Repeat Usage</i> .....	98
4.2.4	Pengaruh <i>Enjoyment</i> Terhadap <i>Trust</i> .....	100
4.2.5	Pengaruh <i>Trust</i> Terhadap <i>Repeat Usage</i> .....	102
4.2.6	Mediasi <i>Trust</i> Pada Pengaruh <i>E-Service Quality</i> Terhadap <i>Repeat Usage</i> .....	105
4.2.7	Mediasi <i>Trust</i> Pada Pengaruh <i>Enjoyment</i> Terhadap <i>Repeat Usage</i> .....	107
<b>BAB V</b>	<b>KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>110</b>
5.1	Kesimpulan .....	110
5.2	Saran .....	112
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>		<b>115</b>
<b>LAMPIRAN .....</b>		<b>125</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data Transaksi Uang Elektronik dan Dompot Digital .....	4
Tabel 3.1 Skala Pengukuran Likert.....	50
Tabel 3.2 Skala Likert Kuesioner.....	54
Tabel 4.1 Kategori Rata-Rata Jawaban Responden.....	70
Tabel 4.2 Data Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	71
Tabel 4.3 Data Responden Berdasarkan Usia .....	71
Tabel 4.4 Data Responden Berdasarkan Status.....	72
Tabel 4.5 Data Responden Berdasarkan Nominal Penggunaan Gopay Selama Sebulan .....	72
Tabel 4.6 Data Responden Berdasarkan Lama Penggunaan Gopay .....	73
Tabel 4.7 Deskripsi Jawaban Responden Atas Variabel <i>E-Service Quality</i> .....	74
Tabel 4.8 Deskripsi Jawaban Responden Atas Variabel <i>Enjoyment</i> .....	76
Tabel 4.9 Deskripsi Jawaban Responden Atas Variabel <i>Trust</i> .....	77
Tabel 4.10 Deskripsi Jawaban Responden Atas Variabel <i>Repeat Usage</i> .....	78
Tabel 4.11 Hasil <i>Outer loading</i> dan AVE.....	81
Tabel 4.12 Hasil Re-estimasi <i>Outer loading</i> dan AVE.....	82
Tabel 4.13 Hasil <i>Cross Loading</i> .....	83
Tabel 4.14 Hasil Akar AVE .....	85
Tabel 4.15 Hasil <i>Composite Reliability</i> .....	85
Tabel 4.16 Hasil <i>R-Square Adjusted</i> .....	86
Tabel 4.17 Hasil <i>Path Coefficient</i> .....	88
Tabel 4.18 Hasil <i>Indirect Effects</i> .....	91

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Data Pengguna Internet Di Indonesia Tahun 2020 .....	1
Gambar 1.2 Data Pengguna Aktif Dompot Digital Tahun 2019-2020.....	7
Gambar 1.3 Brand Dompot Digital yang Digunakan Secara Konsisten .....	8
Gambar 2.1 Kerangka Berpikir .....	41
Gambar 4.1 Logo Gojek.....	61
Gambar 4.2 Logo Gopay .....	65
Gambar 4.3 Fitur Gopay .....	67
Gambar 4.4 Hasil Model Konstruksi Reflektif.....	80

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 : Kuesioner Penelitian.....	125
Lampiran 2 : Karakteristik Responden .....	130
Lampiran 3 : Tabulasi Jawaban Responden.....	134
Lampiran 4 : Hasil Pengukuran <i>Outer Model</i> .....	145
Lampiran 5 : Re-estimasi <i>Outer Model</i> .....	145
Lampiran 6 : Nilai <i>Outer Loading</i> .....	146
Lampiran 7 : <i>Composite Reliability</i> dan AVE .....	146
Lampiran 8 : Nilai <i>Cross Loading</i> .....	147
Lampiran 9 : Nilai Akar AVE.....	148
Lampiran 10 : Nilai <i>R-Square Adjusted</i> .....	148
Lampiran 11 : Nilai <i>Path Coefficients</i> .....	148
Lampiran 12 : Nilai <i>Indirect Effect</i> .....	148
Lampiran 13 : Bukti Uji Plagiasi.....	149

## ABSTRAK

### **BELA AYU DIAN SAFITRI, PENGARUH KUALITAS LAYANAN ELEKTRONIK DAN KENYAMANAN TERHADAP PENGGUNAAN ULANG DOMPET DIGITAL GOPAY MELALUI KEPERCAYAAN PADA GENERASI MILENIAL DI SURABAYA**

Perkembangan teknologi mampu memberikan perubahan di berbagai bidang terutama dalam bidang finansial, salah satu inovasinya yaitu dompet digital atau *e-wallet* yang merupakan sebuah layanan jasa pembayaran berbasis online yang dapat digunakan melalui sistem aplikasi. Gopay sebagai brand dompet digital pertama yang paling diminati serta digunakan secara berulang dan konsisten oleh penggunanya. Perilaku konsumen dalam penggunaan ulang didukung oleh harapan pengguna terhadap layanan yang berkualitas, kenyamanan, serta kepercayaan terhadap layanan yang diberikan oleh perusahaan.

Penelitian ini bertujuan untuk menguji secara empiris pengaruh kualitas layanan elektronik dan kenyamanan terhadap penggunaan ulang *e-wallet* Gopay melalui peran mediasi kepercayaan. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan pendekatan penelitian eksplanatori. Populasi pada penelitian ini adalah pengguna milenial layanan dompet digital Gopay di Kota Surabaya. Pengumpulan data penelitian menggunakan kuesioner terhadap 100 sampel dengan teknik *purposive sampling*.

Data dianalisis dengan menggunakan model *Partial Least Square-Structural Equation Modeling* (PLS-SEM) dengan bantuan *software* SmartPLS 3.0. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *e-service quality* tidak berpengaruh signifikan terhadap *repeat usage*, *e-service quality* berpengaruh signifikan terhadap *trust*, *enjoyment* tidak berpengaruh signifikan terhadap *repeat usage*, *enjoyment* berpengaruh signifikan terhadap *trust*, *trust* berpengaruh signifikan terhadap *repeat usage*, serta *trust* berpengaruh signifikan dalam memediasi hubungan *e-service quality* dan *enjoyment* terhadap *repeat usage*.

**Kata Kunci :** *e-service quality, enjoyment, trust, repeat usage, electronic wallet*  
Gopay

## **ABSTRACT**

### **BELA AYU DIAN SAFITRI, THE INFLUENCE OF E-SERVICE QUALITY AND ENJOYMENT ON REPEAT USAGE E-WALLET GOPAY THROUGH TRUST IN THE MILLENNIAL GENERATION IN SURABAYA**

*Technological developments that are able to provide changes in various sectors, especially in the financial sector, one of the innovations is an electronic wallet which is an online-based payment service that can be used through an application system. Gopay is the first e-wallet brand that is most in demand and is used repeatedly and consistently by its users. Consumer behavior in repeat usage is supported by user expectations of service quality, enjoyment, and trust in the services provided by the company.*

*This research aims to test empirically the effect of e-service quality and enjoyment on the repeat usage of Gopay e-wallet through the mediating role of trust. This research is a quantitative research with an explanatory research approach. The population in this research were millennial users of the Gopay digital wallet service in the city of Surabaya. Collecting research data using a questionnaire to 100 samples with purposive sampling technique.*

*Data were analyzed using the Partial Least Square-Structural Equation Modeling (PLS-SEM) model with the help of SmartPLS 3.0 software. The results showed that e-service quality had no significant effect on repeat usage, e-service quality had a significant effect on trust, enjoyment had no significant effect on repeat usage, enjoyment had a significant effect on trust, trust had a significant effect on repeat usage, and trust had a significant effect on mediate the relationship between e-service quality and enjoyment on repeat usage.*

**Keywords:** *e-service quality, enjoyment, trust, repeat usage, Gopay electronic wallet*