

**PENGARUH PERSEPSI KEBERMANFAATAN, PERSEPSI
KEMUDAHAN, DAN PERSEPSI RISIKO TERHADAP
MINAT MENGGUNAKAN KEMBALI
SHOPEEPAY DI WILAYAH
SURABAYA BARAT
TANDES**

SKRIPSI

**Diajukan Kepada Fakultas Ekonomi Universitas Pembangunan Nasional
“Veteran” Jawa Timur Untuk Menyusun Skripsi S1**

Program Studi Manajemen



Diajukan Oleh :

GAMA PUTRA BRAHMANTA

17012010245

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

JAWA TIMUR

2021

SKRIPSI


**PENGARUH CITRA MEREK DAN KUALITAS LAYANAN TERHADAP
KEPUASAN PELANGGAN PT POS INDONESIA DI WILAYAH WARU, SIDOARJO**

Oleh :

ROBBY ARYANTO
17012010109/ FEB/ EM

Telah Dipertahankan Dihadapkan dan Diterima oleh
Tim Penguji Skripsi Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur
Pada Tanggal : 20 September 2021

Koordinator Program Studi Manajemen
Fakultas Ekonomi dan Bisnis


Sulastri Irbayuni, SE, MM
NIP. 196206161989032001

Pembimbing,
Pembimbing Utama


Dr. Sugeng Purwanto, SE, MM
NIP. 196801081989031001

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

20 SEP 2021


Prof. Dr. Svamsul Huda, SE, MT
NIP. 19590828199031001

SKRIPSI

**PENGARUH PERSEPSI KEBERMANFAATAN, PERSEPSI KEMUDAHAN, DAN
PERSEPSI RISIKO TERHADAP MINAT MENGGUNAKAN KEMBALI
SHOPEEPAY DI WILAYAH SURABAYA BARAT
TANDES**

Disusun oleh :

Gama Putra Brahmanta

17012010245/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 : 14 September 2021

Koordinator Program Studi Manajemen
Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Pembimbing Utama

Sulastri Irbayuni, S.E., M.M.

NIP. 196206161989032001

Dra. Ec. Nuruni Ika Kusuma W, M.M

NIP: 19631009199103200

Mengetahui

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur

28 SEP 2021

Prof. Dr. Syamsul Huda, S.E., M.T.

NIP. 195908281990031001

SKRIPSI

PENGARUH KOMPENSASI DAN *WORK LIFE BALANCE* TERHADAP

TURNOVER INTENTION DI OKUI KOPI


Oleh :

MUHAMMAD ANGGA PRADITYA

17012010243 / FEB / EM

Telah Dipertahankan Dihadapkan dan Diterima oleh
Tim Penguji Skripsi Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur
Pada Tanggal : 20 September 2021

Koordinator Program Studi Manajemen
Fakultas Ekonomi dan Bisnis


Sulastris Irbayuni, SE, MM
NIP. 196206161989032001

Pembimbing,
Pembimbing Utama


Sulastris Irbayuni, SE, MM
NIP. 196206161989032001

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

80 SEP 2021


Prof. Dr. Svamsul Huda, SE, MT
NIP. 19590828199031001

SKRIPSI


**PENGARUH EKUITAS MEREK DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN TEH BOTOL SOSRO DI WILAYAH SURABAYA**

Oleh :

SANDI ARIAMANDA
17012010236 / FEB / EM

**Telah Dipertahankan Dihadapkan dan Diterima oleh
Tim Penguji Skripsi Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur
Pada Tanggal : 20 September 2021**

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


Sulastri Irbayuni, SE, MM
NIP. 196206161989032001

**Pembimbing,
Pembimbing Utama**


Dra. Ec. Nuruni Ika Kusuma W, MM
NIP. 196310091991032001

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

20 SEP 2021


Prof. Dr. Syamsul Huda, SE, MT
NIP. 19590828199031001

ABSTRAK

Pandemi Covid-19 mengakibatkan masyarakat dengan terpaksa menjalankan aktivitasnya sebagian besar di rumah. Kondisi inilah yang mengakibatkan masyarakat mencoba berbagai macam cara yang tujuannya untuk mendapatkan akses serta produk dan layanan. Seiring perkembangan teknologi dapat mengakibatkan dampak yang memiliki segi positif bagi perekonomian Indonesia, yakni perubahan pada sistem pembayaran. ShopeePay ialah sebuah merek e-wallet yang kerap dipergunakan oleh masyarakat Indonesia dalam bertransaksi. Munculnya pembayaran melalui ewallet memberikan manfaat untuk masyarakat yang ingin melakukan transaksi belanja secara online agar lebih praktis dan efisien serta dapat terhindar dari kontak fisik yang dapat memicu penyebaran virus covid-19. Faktor yang menjadi bahan pertimbangan ketika memanfaatkan suatu e-wallet ketika bertansaksi ialah persepsi kebermanfaatan, kemudahan, dan risiko. Disebabkan hal tersebut, tujuan dilangsungkannya riset ini ialah guna mendapatkan informasi terkait pengaruh di dalam variabel persepsi kebermanfaata, kemudahan, dan risiko terhadap minat menggunakan ulang ShopeePay di Surabaya. Metode yang digunakan yaitu, non probability sampling dengan teknik yang digunakan adalah Purposive Sampling. Populasi dalam penelitian ini adalah pengguna yang pernah bertransaksi menggunakan ShopeePay di e-commerce Shopee di Kota Surabaya. Sampel dalam penelitian berjumlah 60 responden dan dianalisis menggunakan Partial

KATA PENGANTAR

Puji Syukur kehadiran Allah SWT yang telah memberikan segala rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini guna untuk memenuhi persyaratan memperoleh gelar sarjana program studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis UPN “Veteran” Jatim yang berjudul “PENGARUH PERSEPSI KEBERMANFAATAN, PERSEPSI KEMUDAHAN, DAN PERSEPSI RISIKO TERHADAP MINAT MENGGUNAKAN KEMBALI SHOPEEPAY DI WILAYAH SURABAYA BARAT TANDES”

Penulis menyadari bahwa selama proses penulisan dan penyelesaian skripsi ini tidak akan lepas dari dukungan dan bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Prof. Dr. Ir. Akhmad Fauzi, MMT, selaku Rektor Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur
2. Prof. Dr. Syamsul Huda, SE, MT, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
3. Sulastri Irbayuni, SE, MM, selaku Koordinator Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.

4. Dra. Ec. Nuruni Ika Kusuma W, M.M, selaku Dosen Pembimbing yang telah bersedia membimbing, meluangkan waktu, berbagi ilmu dan pengetahuan dan mengarahkan kemana skripsi ini harus melangkah. Jasa Ibu tiada terkira besarnya, Allah SWT yang akan membalas.
5. Tri Kartika Pertiwi, Dra, M.Si. selaku Dosen Wali penulis yang telah memberikan arahan pada perkuliahan.
6. Seluruh Dosen dan Staff Dosen Jurusan Manajemen yang telah memberikan ilmu pada saat di bangku perkuliahan.
7. Papa dan Mama terima kasih atas ketulusan yang diberikan agar saya dapat menjadi manusia yang tidak sia-sia. Cintamu yang selalu lebih dari cukup. Kakak – Kakak terimakasih karena kalian, saya memiliki motivasi untuk selalu menjadi lebih baik karena saya tahu kalian adalah panutan saya.
8. Diri saya sendiri, karena telah bertahan dari jatuh bangun sampai titik jenuh dari proses penyelesaian skripsi ini. Terima kasih dan semangat untuk diriku.
9. Ayu Trikaton sahabat sejak awal masuk SMA hingga sekarang. Terima kasih telah memberikan semangat serta bantuan untuk segera menyelesaikan perkuliahan dan segera mendapatkan gelar sarjana
10. Rizky Hedyanti a.k.a Kikik. Terima kasih sudah memberikan waktu luang yang begitu banyak bagi penulis untuk membantu

dan memberikan semangat sampai pada akhirnya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.

11. Teman – teman Warkop Cucion “MANDALA”. Terima kasih telah memberikan tempat yang nyaman bagi penulis untuk mengerjakan skripsi ini hingga selesai. Inilah tempat ternyaman penulis lebih dari sekedar nongkrong, ngopi dan lain lain. Tempat ini sudah menjadi seperti rumah kedua bagi penulis.
12. Teman – teman keluarga besar “RUTINITAS” yang telah memberikan semangat, dukungan pada penulis.
13. Semua pihak yang terlibat dalam membantu terselesainya skripsi ini yang tidak dapat di ucapkan satu per satu.

Surabaya, Agustus 2021

Peneliti

DAFTAR ISI

USULAN PENELITIAN	iError! Bookmark not defined.
KATA PENGANTAR.....	Error! Bookmark not defined.
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR TABEL	vi
DAFTAR GAMBAR.....	vi
DAFTAR LAMPIRAN	vi
BAB IPENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah	11
1.3 Tujuan Penelitian	11
1.4 Manfaat Penelitian	12
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	13
2.1 Tinjauan Penelitian Terdahulu.....	13
2.2 Landasan Teori.....	17
2.2.1. Pengertian Perilaku Konsumen	17
2.2.2. Pengertian Pemasaran Digital (Digital Marketing).....	17
2.2.3. Pengertian Uang Elektronik (E-Money)	18
2.2.4. Karakteristik Uang Elektronik (E-Money).....	19
2.2.5. Jenis-jenis Uang Elektronik (E-money)	20
2.2.6. Technology Acceptance Model (TAM)	21
2.2.7. Persepsi	22
2.2.8. Persepsi Kebermanfaatan	23
2.2.9. Persepsi Kemudahan	24
2.2.10. Persepsi Risiko.....	25
2.2.11. Minat menggunakan Ulang	26
2.3 Hubungan Antar Variabel	28
2.3.1 Pengaruh Persepsi Kebermanfaatan Terhadap Minat Menggunakan Ulang....	28

2.3.2 Pengaruh Persepsi Kemudahan Terhadap Minat Menggunakan Ulang.....	28
2.3.3 Pengaruh Persepsi Risiko Terhadap Minat Menggunakan Ulang.....	29
2.4 Kerangka Konseptual.....	30
2.5 Hipotesis	30
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	31
3.1 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel.....	31
3.1.1 Definisi Operasional Variabel.....	31
3.1.2. Pengukuran Variabel.....	33
3.2 Teknik Penentuan Sampel.....	34
3.2.1 Populasi.....	34
3.2.2 Sampel.....	35
3.3 Teknik Pengumpulan Data.....	36
3.3.1 Jenis Data	36
3.3.2 Sumber Data.....	36
3.4 Uji Validitas dan Reliabilitas	37
3.4.1 Uji Validitas	37
3.4.2 Uji Reliabilitas	38
3.5 Teknik Analisis dan Uji Hipotesis	38
3.5.1 Teknik Analisis Data.....	38
3.5.2 Model Indikator Reflektif dan Formatif.....	40
3.5.3 Cara Kerja PLS	42
3.5.4 Langkah-Langkah PLS	43
3.5.5 Asumsi PLS	52
3.5.6 Ukuran Sampel.....	52
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	53
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	53
4.2 Karakteristik Responden dan Deskripsi Hasil Penelitian.....	54
4.2.1 Karakteristik Responden	54
4.2.2 Deskripsi Variabel Persepsi Kebermanfaatan (X1)	55
4.2.3 Deskripsi Variabel Persepsi Kemudahan (X2)	57
4.2.4 Deskripsi Variabel Persepsi Risiko (X3)	59

4.2.5 Deskripsi Variabel Minat Menggunakan Ulang (Y).....	61
4.3 Analisis Data.....	62
4.3.1 Evaluasi Uji Outlier	62
4.3.2 Interpretasi Hasil PLS	64
4.4 Pembahasan	74
4.4.1 Pengaruh Persepsi Kebermanfaatan Terhadap Minat Menggunakan Ulang ShopeePay.....	74
4.4.2 Pengaruh Persepsi Kemudahan Terhadap Minat Menggunakan Ulang ShopeePay.....	75
4.4.3 Pengaruh Persepsi Risiko Terhadap Minat Menggunakan Kembali ShopeePay.....	76
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	78
5.1 Kesimpulan	78
5.2 Saran	79
DAFTAR PUSTAKA	80
LAMPIRAN.....	84

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Jumlah Transaksi Uang Elektronik	2
Tabel 1.2 Sistem Pembayaran Elektronik Berbasis Aplikasi Terpopuler di Indonesia	6
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	54
Tabel 4.2 Deskripsi Responden Berdasarkan Usia	55
Tabel 4.3 Frekuensi Hasil Jawaban Responden Variabel Persepsi Kebermanfaatan (X1)	55
Tabel 4.4 Frekuensi Hasil Jawaban Responden Variabel Persepsi Kemudahan (X2)	57
Tabel 4.5 Frekuensi Hasil Jawaban Responden Variabel Persepsi Risiko (X2)..	59
Tabel 4.6 Frekuensi Hasil Jawaban Responden Variabel Minat Menggunakan Ulang (Y)	61
Tabel 4.7 Data <i>Outlier</i>	63
Tabel 4.8 <i>Outer Loadings (Mean, STDEV, T-Values)</i>	64
Tabel 4.9 <i>Cross Loading</i>	66
Tabel 4.10 <i>Average variance extracted (AVE)</i>	67
Tabel 4.11 <i>Composite Reliability</i>	68
Tabel 4.12 <i>Latent Variable Correlations</i>	69
Tabel 4.13 <i>R-square</i>	71
Tabel 4.14 <i>Path Coefficients (Mean, STDEV, T-Values)</i>	72

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Persentase Belanja dalam Pandemi Berdasarkan Medium	3
Gambar 2.1 Kerangka Konseptual	30
Gambar 3.1 <i>Principal Factor (Reflective) Model</i>	41
Gambar 3.2 Diagram Jalur <i>Partial Least Square</i>	45
Gambar 4.1 Outer Model dengan <i>factor loading, Path Coefficient</i> dan <i>R-Square</i>	70

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran I	Kuesioner Penelitian
Lampiran II	Deskriptif Data Jawaban Responden

Least Square (PLS). Dari aktivitas pengujian terhadap data memperlihatkan bahwa pengaruh positif dan signifikan terjadi antara persepsi kebermanfaatan, persepsi kemudahan, dan persepsi risiko dengan minat menggunakan ulang ShopeePay di Surabaya