

**FAKTOR-FAKTOR YANG DI PERTIMBANGKAN KONSUMEN DALAM  
MENGUNAKAN JASA *E-WALLET* GO-PAY**

**SKRIPSI**



Oleh:

Prima Rachmadan Suherlan

17042010067

**KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN**

**UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" JAWA TIMUR**

**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK PROGRAM STUDI**

**ADMINISTRASI BISNIS**

**SURABAYA**

**2021**

**FAKTOR – FAKTOR YANG DIPERTIMBANGKAN KONSUMEN DALAM  
MENGUNAKAN JASA *E – WALLET GO – PAY***

**Disusun oleh :**

**PRIMA RACHMADAN SUHERLAN**

**NPM. 17042010067** Telah disetujui untuk mengikuti Ujian Skripsi

**Menyetujui,**

**PEMBIMBING**



**Dr. Rusdi Hidayat N, M.Si.**

**NIP. 196112241989031007**

**Mengetahui,**

**DEKAN FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK**



**Dr. Drs. Ec. Gendut Sukarno, MS. CHRA**

**NIP. 195907011987031001**

**FAKTOR-FAKTOR YANG DI PERTIMBANGKAN KONSUMEN DALAM  
MENGUNAKAN JASA *E-WALLET* GO-PAY**

Disusun Oleh :

**PRIMA RACHMADAN SUHERLAN**

**NPM. 17042010067**

**Telah dipertuhankan dihadapan dan diterima oleh Tim Penguji Skripsi Jurusan  
Ilmu Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas**

**Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur Pada Tanggal**

**Pada Tanggal 22-01-2022**

**Menyetujui,**

**PEMBIMBING UTAMA**



**Dr. Rusdi Hidayat N., M.Si**  
**NIP. 1961122419890310078**

**TIM PENGUJI**

**Ketua**



**Dr. Rusdi Hidayat N., M.Si**  
**NIP. 1961122419890310078**

**Sekretaris**



**Budi Prabowo, S.Sos, MM**  
**NIP. 196210161988031001**

**Anggota**



**Dra. Siti Ning Farida, M.Si**  
**NIP. 196406291990032001**

**Mengetahui,**

**Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik  
Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur**



**Dr. Drs. E.C. Gendut Sukarno, MS., CHRA**  
**NIP. 195907011987031001**

## ABSTRAKSI

### **PRIMA RACHMADAN SUHERLAN, 17042010067 FAKTOR-FAKTOR YANG DI PERTIMBANGKAN KONSUMEN DALAM MENGGUNAKAN JASA *E-WALLET* GO-PAY**

Go-Pay adalah *e-wallet* besutan Gojek dengan pengguna aktif terbanyak mulai dari tahun 2017-2020 mengalahkan beberapa *e-wallet* lainnya, termasuk disaat pandemi penggunaan Go-Pay meningkat 2,7 kali lipat hingga Oktober 2020.

Populasi penelitian ini adalah konsumen yang telah menggunakan jasa *e-wallet* Go-Pay sebanyak 100 responden. Dengan teknik pengambilan sampel *non probability sampling*. Adapun klasifikasi karakter responden yaitu konsumen yang menggunakan Jasa *e-wallet* Go-Pay setidaknya 3 kali dalam 1 bulan. Dalam penelitian ini menggunakan variabel latent dan variabel manifest yang telah di matrix. Teknik analisis yang digunakan yaitu teknik analisis faktor eksploratori.

Pada perhitungan hasil akhir analisis faktor dengan memasukkan variabel laten fitur, desain dan tampilan, fasilitas, kepraktisan, promo, mitra, dan keamanan. Didapat bahwa nilai KMO dan Measure of Sampling Adequency (MSA) telah memenuhi syarat. Berdasarkan analisis faktor dengan menggunakan rotasi (varimax) diperoleh empat faktor pembentuk yang baru.

**Kata Kunci : Pemasaran, *e-wallet*, Go-Pay**

## **ABSTRACTION**

### **PRIMA RACHMADAN SUHERLAN, 17042010067 CONSUMER CONSIDERATION OF FACTORS IN USING E-WALLET GO-PAY SERVICES**

Go-Pay is an e-wallet made by Gojek with the most active users from 2017-2020 beating several other e-walletes, including when the Go-Pay usage pandemic increased 2.7 times until October 2020.

The population of this research is 100 respondents who have used Go-Pay e-wallet services. With non-probability sampling technique. The character classification of respondents is consumers who use Go-Pay e-wallet services at least 3 times in 1 month. In this study using latent variables and manifest variables that have been in the matrix. The analysis technique used is exploratory factor analysis technique.

In the calculation of the final result of factor analysis by entering the latent variables of features, design and appearance, facilities, practicality, promos, partners, and security. It was found that the KMO and Measure of Sampling Adequacy (MSA) values had met the requirements. Based on factor analysis using rotation (varimax) four new forming factors were obtained.

**Keywords : Marketing, e-wallet, Go-Pay**

## KATA PENGANTAR

Dengan mengucapkan puji syukur kehadiran Tuhan Yang Maha Esa, atas berkat dan rahmatnya, tak lupa juga pada junjungan Nabi Muhammad SAW yang telah telah memberikan taufik dan nadrah-Nya. Selesainya penyusunan skripsi ini tidak lepas dari Bapak Dr. Rusdi Hidayat N, M.Si selaku dosen pembimbing yang dengan segala perhatian dan kesabarannya rela meluangkan waktu untuk penulis. Terimakasih yang tak terhingga penulis sampaikan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“Faktor-faktor yang di pertimbangkan konsumen dalam menggunakan jasa *e-wallet* Go-Pay”** Penyusunan penelitian ini tidak terlepas bantuan banyak pihak yang selalu mendukung penulis sehingga skripsi ini dapat terselesaikan. Untuk itu, dalam kesempatan ini penulis ingin menghantarkan rasa terimakasih sebesar-besarnya kepada:

1. Dr. Drs. Ec. Gendut Sukarno, MS, CHRA selaku dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur..
2. Dra. Siti Ning Farida, M.Si selaku ketua program studi ilmu administrasi bisnis Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
3. Kedua orang tua dan keluarga besar penulis. Khususnya kepada ibu dan bapak yang semasa hidupnya telah merawat, membanting tulang serta mendoakan penulis hingga bisa seperti ini

4. Bapak dan ibu dosen program studi ilmu administrasi bisnis Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
5. Teman-teman penulis khususnya angkatan 2017 yang telah memberikan dukungan dan bantuannya agar penelitian ini terselesaikan dengan cepat dan tepat
6. Semua pihak yang telah membantu kelancaran dan menyelesaikan penelitian ini.

Penulis menyadari bahwa masih banyak kesalahan dan kekurangan pada penelitian ini. Hal ini disebabkan karna keterbatasan kemampuan, pengetahuan, dan pengalaman penulis. Oleh karena itu perlu adanya kritik dan saran serta masukan yang membangun dari semua pihak. Semoga laporan ini dapat memberikan manfaat dan menambah pengetahuan bagi penulis, pembaca dan semua pihak pada umumnya

Surabaya 20 Desember 2020

Penulis

## DAFTAR ISI

HALAMAN COVER	
LEMBAR PERSETUJUAN .....	ii
LEMBAR PENGESAHAN .....	iii
ABSTRAKSI .....	iv
KATA PENGANTAR .....	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
BAB I.....	1
PENDAHULUAN .....	1
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	11
1.3 Tujuan Penelitian.....	12
1.4 Manfaat Penelitian.....	12
1.4.1 Manfaat secara praktis .....	12
1.4.2 Manfaat secara teoritis .....	13
BAB II.....	14
KAJIAN PUSTAKA.....	14
2.1 Penelitian Terdahulu .....	14
2.2 Landasan Teori .....	18
2.2.1 Pemasaran.....	18
2.2.1.1 Pengertian Pemasaran.....	18
2.2.1.2 Pengertian Manajemen Pemasaran .....	19
2.2.1.3 Konsep Pemasaran.....	20
2.2.1.4 Tujuan Pemasaran.....	21
2.2.2 Jasa .....	22
2.2.3 FinTech ( <i>Financial Technology</i> ).....	23
2.2.3.1 <i>Mobile Payment</i> .....	24
2.2.3.2 E-Money .....	25



2.2.4 TAM ( <i>Technology Acceptance Model</i> ) .....	27
2.2.5 Atribut Produk .....	28
2.2.7 Perilaku Konsumen .....	32
2.2.8.1 Faktor-Faktor Penentu Pengambilan Keputusan .....	33
2.2.8 Analisis Faktor .....	34
2.3 Kerangka Berfikir .....	35
BAB III .....	32
METODE PENELITIAN .....	32
3.1 Jenis Penelitian .....	32
3.2 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel .....	32
3.2.1 Definisi Operasional .....	32
3.2.2 Pengukuran Variabel .....	35
3.3 Populasi, Sampel dan Teknik Penarikan Sempel .....	36
3.3.1 Populasi .....	36
3.3.2 Sampel .....	37
3.3.3 Teknik Penarikan Sampel .....	38
3.4 Teknik Pengumpulan Data .....	39
3.4.1 Jenis Data .....	39
3.4.2 Sumber Data .....	39
3.4.3 Teknik Pengumpulan Data .....	39
3.5 Teknik Analisis Data .....	40
3.5.1 Teknik Analisis .....	40
3.5.2 Uji Validitas .....	41
3.5.3 Uji Reliabilitas .....	42
3.5.4 Analisis Faktor .....	43
3.5.5 Model Analisis Faktor .....	44
3.5.6 Langkah-langkah Analisis Faktor .....	45
3.6 Jadwal Penelitian .....	50
BAB IV .....	52
HASIL DAN PEMBAHASAN .....	52
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian .....	52

4.2	Penyajian Data .....	56
4.2.1	Data Karakteristik Responden .....	56
4.2.2	Analisis Deskriptif Jawaban Responden.....	58
4.3	Analisis Hasil Penelitian .....	70
4.3.1	Uji Validitas.....	70
4.3.2	Uji Reliabilitas.....	71
4.3.3	Analisis Faktor.....	72
4.3.3.1	Analisis Interkorelasi Antar Variabel .....	72
4.3.3.2	Ekstraksi Faktor .....	75
4.3.3.3	Menentukan Rotasi Matriks Faktor .....	78
4.4	Pembahasan .....	90
BAB V	.....	96
KESIMPULAN DAN SARAN	.....	96
5.1	Kesimpulan .....	96
5.2	Saran .....	98
DAFTAR PUSTAKA	.....	100

## DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Skala Ordinal .....	36
Tabel 3.2 Skala Likert .....	41
Tabel 3.3 Jadwal Penelitian .....	51
Tabel 4.1 Data Jenis Kelamin Responden.....	56
Tabel 4.2 Data Umur Responden .....	57
Tabel 4.3 Jumlah Pendapatan .....	57
Tabel 4.4 Hasil Tanggapan Responden Terhadap Variabel Fitur .....	59
Tabel 4.5 Desain dan Tampilan .....	60
Tabel 4.6 Fasilitas ... ..	61
Tabel 4.7 Kepraktisan ... ..	63
Tabel 4.8 Promo .....	65
Tabel 4.9 Mitra .....	67
Tabel 4.10 Keamanan .....	70
Tabel 4.11 Hasil Uji Validitas .....	71
Tabel 4.12 Hasil Uji Reliabilitas .....	72
Tabel 4.13 Hasil KMO and Bartlett's Test .....	74
Tabel 4.14 Anti Image .....	74
Tabel 4.15 Hasil Ekstraksi Faktor .....	76
Tabel 4.16 Component Matrix .....	79
Tabel 4.17 Hasil Rotasi Component Matrix .....	80
Tabel 4.18 Hasil Analisis Faktor .....	83



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Nilai Transaksi Uang Elektronik (Februari 2020 – Februari 2021) ...	4
Gambar 1.2 Data <i>e-wallet</i> terpopuler 2017-2019 .....	5
Gambar 1.3 Data <i>e-wallet</i> terpopuler 2019-2020 .....	6
Gambar 2.1 Kerangka Berpikir .....	29
Gambar 4.1 Logo Gojek .....	49
Gambar 4.2 Logo Go-Pay .....	51
Gambar 4.3 Hasil Analisis Faktor .....	82