

**PENGARUH PERSEPSI KEMANFAATAN, KEMUDAHAN, RISIKO,  
DAN FITUR LAYANAN TERHADAP MINAT MENGGUNAKAN  
DOMPET DIGITAL SHOPEEPAY SEBAGAI ALAT PEMBAYARAN  
DI APLIKASI SHOPEE**

**SKRIPSI**



**Oleh :**

**AFFIVA LINDI DAMAYANTI**  
**NPM. 20042010130**

**KEMENTERIAN RISET TEKNOLOGI DAN PENDIDIKAN TINGGI  
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" JAWA TIMUR  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
PROGRAM STUDI ADMINISTRASI BISNIS  
SURABAYA  
2024**

**PENGARUH PERSEPSI KEMANFAATAN, KEMUDAHAN, RISIKO,  
DAN FITUR LAYANAN TERHADAP MINAT MENGGUNAKAN  
DOMPET DIGITAL SHOPEEPAY SEBAGAI ALAT PEMBAYARAN  
DI APLIKASI SHOPEE**

**SKRIPSI**



**Oleh :**

**AFFIVA LINDI DAMAYANTI**

**NPM. 20042010130**

**KEMENTERIAN RISET TEKNOLOGI DAN PENDIDIKAN TINGGI**

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

**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK**

**PROGRAM STUDI ADMINISTRASI BISNIS**

**SURABAYA**

**2024**

**LEMBAR PERSETUJUAN**

**PENGARUH PERSEPSI KEMANFAATAN, KEMUDAHAN, RISIKO, DAN  
FITUR LAYANAN, TERHADAP MINAT MENGGUNAKAN DOMPET DIGITAL  
SHOPEEPAY SEBAGAI ALAT PEMBAYARAN DI APLIKASI SHOPEE**

**Disusun Oleh:**

**AFFIVA LINDI DAMAYANTI**

**NPM. 20042010130**

**Telah disetujui untuk mengikuti Ujian Skripsi**

**Menyetujui,**

**PEMBIMBING**

**Dr. Jojok Dwiridotjahjono, S.Sos., M.Si**

**NIP. 197011012021211004**

**Mengetahui,**

**DEKAN FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK**



**Dr. Catur Suratnoaji, S.Sos., M.Si**

**NIP. 196804182021211006**

**LEMBAR PENGESAHAN**

**PENGARUH PERSEPSI KEMANFAATAN, KEMUDAHAN, RISIKO, DAN FITUR LAYANAN TERHADAP MINAT MENGGUNAKAN DOMPET DIGITAL SHOPEEPAY SEBAGAI ALAT PEMBAYARAN DI APLIKASI SHOPEE**

Disusun Oleh :

**Affiva Lindi Damayanti**  
**NPM. 20042010130**

**Telah Dipertahankan dan Diterima Oleh Tim Penguji Skripsi Program Studi Administrasi Bisnis pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur Pada Tanggal 28 Maret 2024**


Menyetujui,

**PEMBIMBING UTAMA**

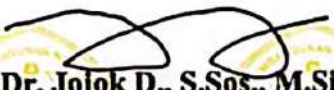
**TIM PENGUJI**

1. Ketua

  
**Dr. Jajok Dwiridotjahjono, S.Sos., M.Si**  
**NIP. 197011012021211004**

  
**Dra. Lia Nirawati, M.Si**  
**NIP. 196009241993032001**

2. Sekretaris

  
**Dr. Jajok D., S.Sos., M.Si**  
**NIP. 197011012021211004**

3. Anggota

  
**Yanda Bara Kusuma, S.AB., M.AB**  
**NIP. 198910302020121007**

**Mengetahui,**  
**DEKAN FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK**

  
**Dr. Catur Suratnoaji, S.Sos., M.Si**  
**NIP. 196804182021211006**

## LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI

Yang bertandatangan di bawah ini :

Nama : Affiva Lindi Damayanti

NPM : 20042010130

Program Studi : Administrasi Bisnis

Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Judul Skripsi :

### **PENGARUH PERSEPSI KEMANFAATAN, KEMUDAHAN, RISIKO, DAN FITUR LAYANAN TERHADAP MINAT MENGGUNAKAN DOMPET DIGITAL SHOPEEPAY SEBAGAI ALAT PEMBAYARAN DI APLIKASI SHOPEE**

Dengan ini menyatakan bahwa :

1. Skripsi ini merupakan hasil karya pribadi saya dibuktikan melalui cek plagiasi dengan ketentuan maksimal 30 persen untuk diajukan sebagai persyaratan memperoleh gelar sastra I di Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur.
2. Semua sumber yang digunakan dalam penulisan skripsi ini telah saya cantumkan sesuai dengan ketentuan yang berlaku.
3. Jika dikemudian hari terbukti bahwa skripsi ini bukan karya asli saya atau merupakan hasil plagiarisme dari karya orang lain, maka saya bersedia menerima sanksi yang berlaku.

Surabaya, 31 Maret 2024

Yang membuat pernyataan



**Affiva Lindi Damayanti**

**NPM. 20042010130**

## KATA PENGANTAR

Segala puji bagi Allah S.W.T. atas kehadirannya yang telah memberikan rahmat dan hidayat-Nya sehingga saya dapat menyelesaikan penulisan skripsi dengan judul **“Pengaruh Persepsi Kemanfaatan, Kemudahan, Risiko, dan Fitur Layanan Terhadap Minat Menggunakan Dompot Digital ShopeePay Sebagai Alat Pembayaran Di Aplikasi Shopee”**.

Penulisan skripsi ini disusun untuk menyelesaikan tugas akhir Program Studi Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur. Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi tidak akan berjalan dengan lancar dan berwujud baik tanpa adanya dukungan dan bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis ingin mengucapkan banyak terima kasih khususnya kepada Bapak Dr. Jojok D., S.Sos., M.Si., selaku dosen pembimbing yang telah berkenan meluangkan waktu untuk memberi bimbingan, motivasi, saran, dan arahan dengan penuh perhatian demi terselesaikannya skripsi ini dengan baik. Selain itu, penulis hendak menyampaikan terima kasih juga kepada semua pihak yang telah memberikan dukungan secara psikologis maupun fisik sehingga skripsi ini dapat selesai. Ucapan terima kasih ini penulis berikan kepada :

1. Bapak Dr. Catur Suratnoaji, M.Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.

2. Bapak Dr. Acep Samsudin, S.Sos., M.M., M.A., selaku Koordinator Program Studi Administrasi Bisnis Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
3. Seluruh Dosen Pengajar program studi Administrasi Bisnis Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur yang telah memberikan bekal ilmu yang sangat bermanfaat bagi penulis.
4. Kedua Orang Tua, dan Keluarga atas doa dan dukungan yang tiada henti mulai dari awal perkuliahan hingga saat ini.
5. Teman-teman serta sahabat yang senantiasa memberikan semangat dan bantuan moril maupun materiil dalam penulisan skripsi ini.
6. Seluruh responden yang telah bersedia meluangkan waktunya untuk mengisi kuesioner dengan sejujur-jujurnya demi keberhasilan penelitian.

Penulis menyadari bahwa penulisan skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Untuk itu penulis sangat mengharapkan adanya kritik dan saran yang membangun dari pembaca. Akhir kata, penulis berharap skripsi ini dapat bermanfaat bagi saya selaku penulis, bagi para pembaca.

Surabaya, Maret 2024

Penulis

## DAFTAR ISI

<b>LEMBAR PERSETUJUAN .....</b>	<b>ii</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN .....</b>	<b>iii</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>iv</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>vi</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xi</b>
<b>DAFTAR GAMBAR .....</b>	<b>xiii</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>xiv</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>xv</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	8
1.3 Tujuan Penelitian.....	9
1.4 Manfaat Penelitian.....	10
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA .....</b>	<b>11</b>
2.1 Penelitian Terdahulu.....	11
2.2 Landasan Teori .....	13
2.2.1 Pemasaran .....	13
2.2.2 Dompot Digital atau <i>E-Wallet</i> .....	15
2.2.3 Persepsi Kemanfaatan .....	17
2.2.4 Persepsi Kemudahan .....	19
2.2.5 Persepsi Risiko.....	21



2.2.6 Fitur Layanan .....	22
2.2.7 Minat Menggunakan .....	24
2.3 Kerangka Berpikir .....	26
2.4 Hipotesis .....	30
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN .....</b>	<b>31</b>
3.1 Jenis Penelitian .....	31
3.2 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel .....	31
3.3 Teknik Pengambilan Sampel .....	36
3.3.1 Populasi .....	36
3.3.2 Sampel .....	37
3.4 Teknik Pengumpulan Data .....	38
3.5 Uji Instrumen Penelitian .....	38
3.5.1 Uji Validitas .....	38
3.5.2 Uji Reliabilitas .....	39
3.6 Teknik Analisis Data .....	40
3.6.1 Uji Asumsi Klasik .....	40
3.6.2 Analisis Regresi .....	43
3.6.2.1 Regresi Linier Berganda .....	43
3.6.2.2 Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....	44
3.6.3 Uji Hipotesis .....	44
3.7 Jadwal Penelitian .....	46
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>47</b>
4.1 Hasil .....	47

4.1.1	Gambaran Umum Objek Penelitian .....	47
4.1.1.1	Sejarah Perusahaan .....	47
4.1.1.2	Visi dan Misi .....	50
4.1.1.3	Logo .....	50
4.1.2	Deskripsi Data .....	51
4.1.2.1	Deskripsi Karakteristik Responden .....	51
4.1.2.2	Deskripsi Variabel Penelitian .....	55
4.2.1	Uji Validitas .....	66
4.2.2	Uji Reliabilitas .....	67
4.2.3	Uji Asumsi Klasik .....	68
4.2.3.1	Uji Normalitas .....	68
4.2.3.2	Uji Multikolinearitas .....	69
4.2.3.3	Uji Heterokedastisitas .....	70
4.2.3.4	Uji Linearitas .....	71
4.2.3.5	Uji Autokorelasi .....	71
4.2.4	Analisis Regresi Linear Berganda .....	72
4.2.5	Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....	74
4.2.6	Uji Hipotesis .....	74
4.2.4.1	Uji F .....	74
4.2.4.2	Uji t .....	76
4.2	Pembahasan .....	78

4.3.1 Pengaruh Secara Simultan Persepsi Kemudahan (X1), Persepsi Kemanfaatan (X2), Persepsi Risiko (X3), dan Fitur Layanan (X4) terhadap Minat Menggunakan (Y) .....	78
4.3.2 Pengaruh Secara Parsial Persepsi Kemanfaatan (X1) terhadap Minat Menggunakan (Y) .....	79
4.3.3 Pengaruh Secara Parsial Persepsi Kemudahan (X2) terhadap Minat Menggunakan (Y) .....	80
4.3.4 Pengaruh Secara Parsial Persepsi Risiko (X3) terhadap Minat Menggunakan (Y).....	81
4.3.5 Pengaruh Persepsi Fitur Layanan (X4) terhadap Minat Menggunakan (Y).....	82
4.3 Matriks Penelitian.....	84
<b>BAB V PENUTUP .....</b>	<b>88</b>
5.1 Kesimpulan.....	88
5.2 Saran .....	89
<b>Daftar Pustaka.....</b>	<b>91</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>94</b>
<b>Lampiran 1 Kuisioner Penelitian .....</b>	<b>94</b>
<b>Lampiran 2 Tabulasi Data Karakteristik Responden .....</b>	<b>100</b>
<b>Lampiran 3 Tabulasi Data Jawaban Responden .....</b>	<b>108</b>
<b>Lampiran 4 Output Uji Validitas.....</b>	<b>112</b>
<b>Lampiran 5 Output Uji Reliabilitas .....</b>	<b>115</b>
<b>Lampiran 6 Output Uji Asumsi Klasik .....</b>	<b>117</b>

<b>Lampiran 7 Output Analisis Regresi Linear Berganda.....</b>	<b>120</b>
<b>Lampiran 8 Output Uji Koefisien Determinasi (<math>R^2</math>).....</b>	<b>121</b>
<b>Lampiran 9 Output Uji Hipotesis.....</b>	<b>122</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian terdahulu.....	11
Tabel 3.1 Indikator persepsi kemanfaatan .....	32
Tabel 3.2 Indikator persepsi kemudahan .....	33
Tabel 3.3 Indikator persepsi risiko.....	33
Tabel 3.4 Indikator fitur layanan.....	34
Tabel 3.5 Indikator minat menggunakan .....	35
Tabel 3.6 Skala Likert.....	35
Tabel 4.1 Distribusi jenis kelamin responden .....	51
Tabel 4.2 Distribusi usia responden .....	52
Tabel 4.3 Distribusi wilayah tempat tinggal responden.....	53
Tabel 4.4 Distribusi pekerjaan responden .....	54
Tabel 4.5 Distribusi frekuensi penggunaan responden .....	55
Tabel 4.6 Tanggapan responden terhadap variabel persepsi kemanfaatan (X1).	56
Tabel 4.7 Tanggapan responden terhadap variabel persepsi kemudahan (X2)...	58
Tabel 4.8 Tanggapan responden terhadap variabel persepsi risiko (X3).....	60
Tabel 4.9 Tanggapan responden terhadap variabel fitur layanan (X4).....	62
Tabel 4.10 Tanggapan responden terhadap variabel minat menggunakan (Y)...	64
Tabel 4.11 Hasil uji validitas .....	66
Tabel 4.12 Hasil uji reliabilitas .....	67
Tabel 4.13 Hasil uji multikolinearitas.....	69
Tabel 4.14 Hasil uji linearitas .....	71
Tabel 4.15 Hasil uji autokorelasi .....	72

Tabel 4.16 Hasil regresi linear berganda.....	72
Tabel 4.17 Hasil uji koefisien determinasi ( $R^2$ ).....	74
Tabel 4.18 Hasil uji F.....	75
Tabel 4.19 Hasil uji t.....	76

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Metode Pembayaran yang paling banyak digunakan untuk transaksi tahun 2022.....	4
Gambar 1.2 E-Wallet yang paling banyak digunakan tahun 2021.....	5
Gambar 2.2 Kerangka berpikir.....	29
Gambar 3.1 Kurva uji F .....	45
Gambar 3.2 Kurva uji t.....	45
Gambar 4.1 Logo Shopee.....	50
Gambar 4.2 Logo ShopeePay.....	50
Gambar 4.3 Hasil uji normalitas .....	68
Gambar 4.4 Hasil uji heterokedastisitas .....	70
Gambar 4.5 Kurva interpretasi uji t persepsi risiko (X3).....	77

## ABSTRAK

**AFFIVA LINDI DAMAYANTI, 20042010130, Pengaruh Persepsi Kemanfaatan, Kemudahan, Risiko, dan Fitur Layanan Terhadap Minat Menggunakan Dompot Digital ShopeePay Sebagai Alat Pembayaran Di Shopee.**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh persepsi kemanfaatan (X1), persepsi kemudahan (X2), persepsi risiko (X3), dan fitur layanan (X4) terhadap minat menggunakan (Y) baik secara simultan maupun parsial. Jenis penelitian merupakan penelitian asosiatif dengan pendekatan kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini merupakan pengguna ShopeePay yang berdomisili Surabaya dengan usia minimal 18 tahun dan pernah menggunakan dompet digital ShopeePay lebih dari 3 kali. Jumlah sampel dalam penelitian ini adalah 155 responden. Teknik pengambilan sampel menggunakan teknik *Non Probability Sampling* dan teknik *purposive sampling* dengan menyebarkan kuesioner secara *online* melalui Google Form. Teknik analisis data menggunakan regresi linear berganda dengan bantuan program IBM SPSS Statistics 27. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa persepsi kemanfaatan, persepsi kemudahan, persepsi risiko, dan fitur layanan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan. Kemudian secara parsial, persepsi kemanfaatan berpengaruh positif signifikan terhadap minat menggunakan. Persepsi kemudahan berpengaruh positif signifikan terhadap minat menggunakan. Persepsi risiko berpengaruh negatif signifikan terhadap minat menggunakan. Dan fitur layanan berpengaruh positif signifikan terhadap minat menggunakan.

**Kata Kunci: Persepsi kemanfaatan, kemudahan, risiko, fitur layanan, minat menggunakan, ShopeePay.**



## ABSTRACT

**AFFIVA LINDI DAMAYANTI, 20042010130, *The Effect Of Perceived Usefulness, Ease Of Use, Risk, And Service Features On Intention To Use The E-Wallet Of Shopee As A Payment Method In Shopee Application***

*This research aims to determine the effect of perceived usefulness (X1), perceived ease to use (X2), perceived risk (X3), and service features (X4) on intention to use (Y) both simultaneously and partially. This type of research is associative research using a quantitative approach.. The population in this study are ShopeePay users who are domiciled in Surabaya with a minimum age of 18 years and have to used ShopeePay digital wallet more than 3 times. The sampling technique uses Non Probability Sampling techniques and purposive sampling techniques by distributing questionnaires online via Google Form. The data analysis technique uses multiple linear regression with the help of the IBM SPSS Statistics 27 program. The research results show that perceived usefulness, perceived ease to use, perceived risk, and service features simultaneously have a significant positive effect on intention to use. Then partially, perceived usefulness has a significant positive effect on intention to use. Perceived ease of use has a significant positive effect on intention to use. Perceived risk has a significant negative effect on intention to use. And service features have a significant positive effect on intention to use.*

**Keywords:** *Perceived usefulness, ease to use, risk, service features, intention to use, ShopeePay.*