

**PENGARUH PERSEPSI KEMUDAHAN PENGGUNAAN DAN PROMOSI
VOUCHER CASHBACK TERHADAP MINAT PENGGUNAAN DOMPET
DIGITAL SHOPEEPAY PADA GENERASI Z DI KOTA SURABAYA**

SKRIPSI



Diajukan Oleh :

Annisya Dellia Safitri

20012010316/FEB/EM

**PROGAM STUDI EKONOMI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN"
JAWA TIMUR
2024**

**PENGARUH PERSEPSI KEMUDAHAN PENGGUNAAN DAN PROMOSI
VOUCHER CASHBACK TERHADAP MINAT PENGGUNAAN DOMPET
DIGITAL SHOPEEPAY PADA GENERASI Z DI KOTA SURABAYA**

SKRIPSI

**Diajukan Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan
Dalam Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen
Program Studi Manajemen**



Diajukan Oleh :

Annisya Dellia Safitri

20012010316/FEB/EM

**PROGAM STUDI EKONOMI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN"
JAWA TIMUR
2024**

SKRIPSI

**PENGARUH PERSEPSI KEMUDAHAN PENGGUNAAN DAN PROMOSI
VOUCHER CASHBACK TERHADAP MINAT PENGGUNAAN DOMPET
DIGITAL SHOPEEPAY PADA GENERASI Z DIKOTA SURABAYA**


Disusun Oleh :


ANNISYA DELIA SAFITRI
20012010316 / 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 Agustus 2024

Koordinator Program Studi Manajemen
Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Pembimbing Utama


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


Dr. Zawawi, SE, M.Pd., M.M.
NIP. 197006252021211003

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



Dr. Drs. Ec. Tri Kartika Peritwi, M.Si, CRP
NIP. 196304201991032001

SURAT PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Annisya Dellia Safitri
NPM : 20012010316
Fakultas /Program Studi : Fakultas Ekonomi dan Bisnis / Manajemen
Judul Skripsi/Tugas Akhir : Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan Dan Promosi Voucher Cashback Terhadap Minat Penggunaan Dompot Digital ShopeePay Pada Generasi Z Dikota Surabaya

Dengan ini menyatakan bahwa:

1. Hasil karya yang saya serahkan ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk memperoleh gelar akademik baik di UPN "Veteran" Jawa Timur maupun di institusi pendidikan lainnya.
2. Hasil karya saya ini merupakan gagasan, rumusan, dan hasil pelaksanaan penelitian saya sendiri, tanpa bantuan pihak lain kecuali arahan pembimbing akademik.
3. Hasil karya saya ini merupakan hasil revisi terakhir setelah diujikan yang telah diketahui dan di setujui oleh pembimbing.
4. Dalam karya saya ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali yang digunakan sebagai acuan dalam naskah dengan menyebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.

Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya. Apabila di kemudian hari terbukti ada penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini maka saya bersedia menerima konsekuensi apapun , sesuai dengan ketentuan yang berlaku di UPN "Veteran" Jawa Timur.

Surabaya, 12 Agustus 2024
Yang Menyatakan



(Annisya Dellia Safitri)
NPM.20012010316

KATA PENGANTAR

Dengan mengucapkan puji Syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa atas karunia-Nya dalam melancarkan penyelesaian usulan penelitian yang berjudul “Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan Dan Promosi Voucher Cashback Terhadap Minat Penggunaan Dompot Digital ShopeePay Pada Generasi Z Di Kota Surabaya” sebagai syarat yang harus dipenuhi untuk memperoleh gelar sarjana strata satu pada Program Studi Ekonomi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.

Penulis menyadari skripsi ini tidak mungkin terselesaikan tanpa adanya dukungan, bantuan, bimbingan, dan nasehat dari berbagai pihak. Pada kesempatan ini, penulis menyampaikan terima kasih yang setulus-tulusnya kepada :

1. Bapak Prof. Dr. Ir. Akhmad Fauzi, M.MT., selaku Rektor Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
2. Ibu Dr. Dra. Ec. Tri Kartika Pertiwi, M.Si., CFP., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
3. Ibu Dr. Wiwik Handayani, S.E., M.Si., selaku koordinator Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
4. Bapak Dra. Zawawi, SE., M.M., M.Pd., selaku Dosen Pembimbing yang telah memberikan motivasi, dukungan, dan waktunya dalam penyusunan usulan penelitian ini.

5. Bapak Egan Evanzha Yudha Amriel, SMN., MM., selaku Dosen Wali Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
6. Seluruh staff Dosen dan Pengajar Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur yang telah membantu dalam proses pengerjaan usulan penelitian ini.
7. Kepada Orang Tua saya yang telah memberikan dukungan berupa doa, motivasi, dan finansial selama kegiatan kuliah saya.
8. Seluruh sahabat penulis yang telah mendukung, membantu, dan mendengarkan keluh kesah penulis dalam setiap proses penulis Menyusun skripsi ini.

Penulis menyadari masih terdapat kekurangan dalam penyusunan Usulan Penelitian ini. Oleh karena itu, adanya kritik dan saran yang membangun sangat diharapkan penulis untuk penyempurnaan susunan ini. Semoga penyusunan dapat bermanfaat bagi para pembaca.

Surabaya, 15 April 2024

Penulis

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR.....	ii
DAFTAR ISI.....	iv
DAFTAR TABEL.....	viii
DAFTAR GAMBAR.....	ix
DAFTAR LAMPIRAN.....	x
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah	17
1.3 Tujuan Penelitian	17
1.4 Manfaat Penelitian.....	18
1.4.1 Manfaat Teoritis.....	18
1.4.2 Manfaat Praktis.....	18
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	19
2.1 Penelitian Terdahulu	19
2.2 Landasan Teori.....	22
2.2.1 Minat Penggunaan	23
2.2.2 Persepsi Kemudahan Penggunaan	25
2.2.3 Promosi Voucher Cashback.....	27
2.2.4 Dompot Digital	31
2.3 Hubungan Antar Variabel	34

2.3.1 Pengaruh Persepsi Kemudahan Pengguna Terhadap Minat Penggunaan Dompot Digital ShopeePay.....	34
2.3.2 Pengaruh Promosi Terhadap Minat Penggunaan Dompot Digital ShopeePay.....	34
2.4 Kerangka Konseptual	35
2.5 Hipotesis Penelitian	35
BAB III METODE PENELITIAN.....	36
3.1 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel	36
3.1.1 Operasional Variabel.....	36
3.1.2 Pengukuran Variabel.....	38
3.2 Teknik Penentuan Sampel	39
3.2.1 Populasi.....	39
3.2.2 Sampel.....	39
3.3 Teknik Pengumpulan Data.....	40
3.3.1 Jenis Data.....	40
3.3.2 Sumber Data	40
3.3.3 Metode Pengumpulan Data	41
3.4 Teknik Analisis Data.....	42
3.4.1 Uji Kualitas Data.....	42
3.4.2 Analisa <i>Partial Least Square</i> (PLS).....	43
3.4.3 Analisis Jalur Atau <i>Path Analysis</i>	46
3.4.4 Tahapan Metode Analisis PLS.....	46
3.4.5 Teknik Uji Hipotesis	50

3.4.6 Asumsi PLS.....	50
3.4.7 Sample Size	51
3.4.8 Pengukuran Metode <i>Least Square</i>	51
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	52
4.1 Deskripsi Hasil Penelitian	52
4.1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	52
4.1.2 Penyajian Data.....	54
4.1.2.1 Analisis Karakteristik Responden.....	54
4.1.2.2 Deskripsi Variabel.....	56
4.2 Deskripsi Hasil Analisis <i>Partial Least Square (PLS)</i>	61
4.2.1 Model Pengukuran (Outer Model).....	61
4.2.1.1 Outer Loadings.....	62
4.2.1.2 Cross Loading	63
4.2.1.3 Discriminant Validity.....	64
4.2.1.5 Latent Variable Correlations	66
4.2.2 Analisis Model PLS.....	67
4.2.3 Pengujian Struktur Model (Inner Model)	67
4.2.3.1 R-Square.....	68
4.2.4 Pengujian Hipotesis	69
4.3 Pembahasan	71
4.3.1 Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan Terhadap Minat Penggunaan Dompot Digital ShopeePay	71

4.3.2 Pengaruh Promosi Voucher Cashback Terhadap Minat Penggunaan Dompet Digital ShopeePay.....	72
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	73
5.1 Kesimpulan.....	73
5.2 Saran.....	74
DAFTAR PUSTAKA	76
LAMPIRAN	83

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Tingkat Pengguna Pembayaran Digital di Indonesia.....	8
Tabel 3. 1 Tabel Skala Likert	38
Tabel 3. 2 Rule of Thumb Outer Model.....	45
Tabel 3. 3 Rule Of Thumb Inner Model.....	46
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	55
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	55
Tabel 4.3 Persepsi Kemudahan penggunaan dan indikatornya.....	56
Tabel 4.4 Promosi voucher cashback dan indikatornya.....	58
Tabel 4.5 Minat Penggunaan dan indikatornya.....	59
Tabel 4.6 Outer Loadings (Mean, STDEV, T-Values, P-Values).....	62
Tabel 4.7 Cross Loading	63
Tabel 4.8 Average Variance Extracted (AVE).....	64
Tabel 4.9 Latent Variable Correlations	65
Tabel 4.10 R-Square	67
Tabel 4.11 Path Coefficients (Mean, STDEV, T-Values, P-Values).....	69

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Jumlah Pengguna Internet di Indonesia Per Januari 2023.....	1
Gambar 1. 2 Jenis-Jenis Financial Technology	5
Gambar 1. 3 Jumlah Transaksi Uang Elektronik	6
Gambar 1. 4 Tingkat Pengguna Pembayaran Digital di Indonesia	9
Gambar 1. 5 Persaingan Toko Online di Indonesia Periode 2022	10
Gambar 2. 1 Kerangka Konseptual	35
Gambar 3. 1 Model Pengukuran Least Square.....	51
Gambar 4.1 Logo ShopeePay	53
Gambar 4.2 Diagram Jalur Hasil Output PLS.....	66
Gambar 4.3 Inner Model dengan nilai signifikansi T-Statistic Bootstraping.....	70

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner Penelitian	83
Lampiran 2. Tabulasi Data Jawaban Kuesioner	86
Lampiran 3. Tabel Frekuensi Data Jawaban Responden	89
Lampiran 4. Hasil Olah Data Partial Least Square	94

**“PENGARUH PERSEPSI KEMUDAHAN PENGGUNAAN DAN PROMOSI VOUCHER
CASHBACK TERHADAP MINAT PENGGUNAAN DOMPET DIGITAL SHOPEEPAY
PADA GENERASI Z DI KOTA SURABAYA”**

OLEH :

ANNISYA DELLIA SAFITRI

20012010316/FEB/EM

ABSTRAK

Saat ini perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi (IPTEK) mengalami kemajuan yang sangat pesat, hal tersebut sejalan dengan perkembangan jaman yang semakin modern. Dompot digital telah menjadi salah satu inovasi terkini dalam sistem pembayaran elektronik. Shopee seringkali menawarkan promosi yang membuat pengguna merasa diuntungkan apabila pengguna melakukan pembayaran menggunakan ShopeePay seperti adanya cashback saat membayar tagihan atau membeli pulsa maupun tiket. Dibalik kemudahan yang ditawarkan dalam menggunakan metode pembayaran ShopeePay, terdapat kekurangan juga yang mempengaruhi konsumen dalam menggunakan.

Tujuan penelitian ini untuk mengetahui pengaruh persepsi kemudahan penggunaan dan promosi voucher cashback terhadap minat penggunaan dompet digital shopeepay pada generasi Z dikota Surabaya. Metode penelitian ini menggunakan kuantitatif. Pengumpulan data dilakukan dengan memberikan kuesioner kepada 96 responden pengguna dompet digital ShopeePay pada generasi Z dikota Surabaya. Data yang diperoleh kemudian dianalisis menggunakan Struktural Equation Modeling (SEM) berbasis varians. Pendekatan, juga dikenal sebagai metode SEM alternatif menggunakan perangkat lunak Partial Least Square (PLS SEM).

Hasil temuan penelitian ini menunjukkan bahwa persepsi kemudahan penggunaan dan Promosi voucher cashback berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan dompet digital ShopeePay pada generasi Z dikota Surabaya.

Kata Kunci : Minat Penggunaan, Dompot Digital, ShoppeePay.