

**PENGARUH PERSEPSI KEMUDAHAN, KEPERCAYAAN, DAN DAYA TARIK
IKLAN TERHADAP MINAT PENGGUNAAN *FINANCIAL TECHNOLOGY*
SHOPEEPAY PADA MAHASISWA AKUNTANSI UPN VETERAN JAWA TIMUR**

SKRIPSI



Oleh:

Arabela Fidelia Masnal Pabadakayo

21013010346/FEB/EA

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL VETERAN**

JAWA TIMUR

2025

**PENGARUH PERSEPSI KEMUDAHAN, KEPERCAYAAN, DAN DAYA TARIK
IKLAN TERHADAP MINAT PENGGUNAAN *FINANCIAL TECHNOLOGY*
SHOPEEPAY PADA MAHASISWA AKUNTANSI UPN VETERAN JAWA TIMUR**

SKRIPSI

**Diajukan Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan
dalam Memperoleh Gelar Sarjana Akuntansi**



Oleh:

Arabela Fidelia Masnal Pabadakayo

21013010346/FEB/EA

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL VETERAN
JAWA TIMUR**

2025

SKRIPSI

PENGARUH PERSEPSI KEMUDAHAN, KEPERCAYAAN, DAN DAYA TARIK IKLAN
TERHADAP MINAT PENGGUNAAN *FINANCIAL TECHNOLOGY* SHOPEEPAY PADA
MAHASISWA AKUNTANSI UPN VETERAN JAWA TIMUR

Disusun Oleh :

ARABELA FIDELIA MASNAL PABADAKAYO

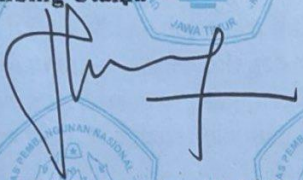
21013010346/FEB/EA

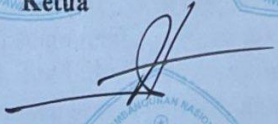
Telah Dipertahankan Dihadapan
Dan Diterima Oleh Tim Penguji Skripsi

Program Studi Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jawa Timur
Pada tanggal : 20 Juni 2025

Pembimbing Utama

Tim Penguji
Ketua


Prof. Dr. Sri Trisnaningsih, M.Si, CFrA
NIP. 196509291992032001


Drs. Ec. Munari, M.M
NIP. 196104021988031001

Anggota


Dra. Ec. Anik Yuliati, M.Aks
NIP. 196108311992032001

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


Dr. Dra. Ec. Tri Kartika Pertiwi, M.Si., CRP.
NIP. 196304201991032001

SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Arabela Fidelia Masnal Pabadakayo
NPM : 21013010346
Program : Sarjana (S1)
Program Studi : Akuntansi
Fakultas : Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Menyatakan bahwa dalam dokumen ilmiah Skripsi ini tidak terdapat bagian dari karya ilmiah lain yang telah diajukan untuk memperoleh gelar akademik di suatu lembaga Pendidikan Tinggi, dan juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang/lembaga lain, kecuali yang secara tertulis disitasi dalam dokumen ini dan disebutkan secara lengkap dalam daftar pustaka.

Dan saya menyatakan bahwa dokumen ilmiah ini bebas dari unsur-unsur plagiasi. Apabila dikemudian hari ditemukan indikasi plagiat pada Skripsi ini, saya bersedia menerima sanksi sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya tanpa ada paksaan dari siapapun juga dan untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Surabaya, 20 Juni 2025

Yang Membuat pernyataan



Arabela Fidelia Masnal Pabadakayo
21013010346

KATA PENGANTAR

Dengan segala kerendahan hati, puji syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT atas limpahan rahmat, hidayah, dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **"Pengaruh Persepsi Kemudahan, Kepercayaan, dan Daya Tarik Iklan Terhadap Minat Penggunaan *Financial Technology* ShopeePay Pada Mahasiswa Akuntansi UPN Veteran Jawa Timur"**. Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Program Studi Akuntansi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jawa Timur. Skripsi ini bukan hanya bentuk pencapaian akademik semata, melainkan juga sebuah perjalanan panjang yang dipenuhi dengan tantangan, kelelahan, air mata, serta momen-momen kecil yang memberi harapan untuk terus melangkah. Penulis bersyukur karena dalam perjalanan ini, tidak pernah berjalan sendiri. Banyak sosok luar biasa yang membersamai dan memberi kekuatan, baik secara langsung maupun melalui doa dan kehadiran yang tak terlihat. Dengan penuh cinta dan terima kasih, penulis menyampaikan apresiasi kepada:

1. Tuhan Yang Maha Esa atas segala nikmat, kekuatan, dan ketetapan-Nya yang mengiringi setiap langkah penulis hingga skripsi ini terselesaikan.
2. Kepada orang tua saya, Bapak Masnal Samian, Almarhumah Ibu Tri Maria, dan Ibu Yendralinda, atas segala cinta, doa yang tak pernah henti, dan dukungan tanpa syarat yang selalu menjadi alasan penulis untuk terus

melangkah. Terima kasih telah menjadi rumah terbaik dan pelindung paling tulus dalam setiap langkah.

3. Penulis juga berterima kasih kepada Prof. Dr. Sri Trisnaningsih, M.Si., CFA, selaku Dosen Pembimbing, yang telah memberikan bimbingan dan arahan yang sangat berarti selama penyusunan proposal ini.
4. Prof. Dr. Ir. Akhmad Fauzi, M.MT., IPU., selaku Rektor Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
5. Dr. Dra. Ec. Tri Kartika Pertiwi, M.Si, CRP selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
6. Dr. Dra. Ec. Endah Susilowati, M.Si., CFFA., CBV selaku Ketua Jurusan Akuntansi Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur.
7. Dr. Tantina Haryati, S.E., M.Aks selaku Koordinator Program Studi Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur.
8. Rizdina Azmiyanti, S.S.T., M.Acc selaku Dosen Wali yang telah memberikan bimbingan dan pengarahan dalam kegiatan akademik.
9. Sermatar (M) Muhammad Argianoer, selaku kekasih penulis yang kebersamaian penulis dengan tulus. Untuk kesabaran yang tak terucap, perhatian yang tak selalu tampak, dan cinta yang hadir bahkan dalam diam. Terima kasih sudah percaya pada penulis, bahkan ketika penulis sendiri sempat meragukan diri.
10. Kepada sahabat penulis Elsaday dan Putri atas kebersamaan, dukungan, dan semangat yang tak pernah putus selama proses penyusunan skripsi ini.

11. Kepada sahabat SMA penulis Asya dan Saffanah yang tetap hadir dan mendukung dalam bentuk doa maupun perhatian hangat di tengah kesibukan masing-masing.
12. Teman-teman Akuntansi angkatan 2021, atas segala kebersamaan, canda tawa, dan perjuangan yang menguatkan selama masa kuliah.
13. Seluruh pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu namun turut memberi bantuan dan dorongan yang berarti selama proses ini.
14. Dan tak lupa, untuk diri sendiri, terima kasih telah terus berusaha dan menyelesaikan apa yang telah dimulai. Terima kasih telah tetap bertahan, belajar, dan tumbuh di tengah berbagai keterbatasan dan tekanan. Semoga langkah ke depan selalu lebih baik.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih memiliki keterbatasan. Oleh karena itu, penulis membuka diri terhadap kritik dan saran yang membangun demi penyempurnaan di masa mendatang. Akhir kata, semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat dan menjadi referensi yang berguna bagi pembaca serta pihak-pihak yang berkepentingan.

Surabaya, 20 Juni 2025

Arabela Fidelia Masnal Pabadakayo

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR.....	iii
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR TABEL.....	ix
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR LAMPIRAN	xi
ABSTRAK	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	13
1.3. Tujuan Penelitian.....	14
1.4 Manfaat Penelitian.....	14
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	16
2.1 Hasil Penelitian Terdahulu.....	16
2.1.1 Penelitian Terdahulu	16
2.1.2 Perbedaan dengan Penelitian Terdahulu	28
2.2 Landasan Teori	29
2.2.1 Technology Acceptance Model (TAM).....	29
2.2.2 Persepsi Kemudahan.....	31
2.2.3 Kepercayaan.....	31
2.2.4 Daya Tarik Iklan	33
2.2.5 Minat Penggunaan	34
2.2.6 Financial Technology.....	35
2.2.7 ShopeePay.....	36
2.3 Pengaruh Antar Variabel	37
2.3.1 Pengaruh Persepsi Kemudahan Terhadap Minat Penggunaan Financial Technology ShopeePay.....	37
2.3.2 Pengaruh Kepercayaan Terhadap Minat Penggunaan Financial Technology ShopeePay.....	38
2.3.5 Pengaruh daya tarik iklan terhadap minat penggunaan financial technology ShopeePay	40

2.4 Kerangka Berpikir	41
2.5 Hipotesis Penelitian	42
BAB III METODE PENELITIAN.....	43
3.1 Jenis dan Objek Penelitian	43
3.1.1 Jenis Penelitian	43
3.1.2 Objek penelitian.....	43
3.2 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel.....	44
3.2.1 Definisi Operasional	44
3.2.2 Pengukuran Variabel	47
3.3 Populasi dan Sampel	48
3.3.1 Populasi.....	48
3.3.2 Sampel	49
3.4 Teknik Pengumpulan Data.....	50
3.4.1 Jenis Data.....	50
3.4.2 Sumber Data	50
3.4.3 Teknik Pengumpulan Data	50
3.5 Teknik Analisis dan Uji Hipotesis	51
3.5.1 Teknis Analisis Data	51
3.5.2 Langkah-langkah Partial Least Square	52
3.5.3 Uji Hipotesis (Resampling Bootstrap).....	61
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	64
4.1 Deskripsi Objek Penelitian.....	64
4.1.1 Sejarah UPN “Veteran” Jawa Timur	64
4.1.2 Visi & Misi UPN “Veteran” Jawa Timur	65
4.1.3 Struktur Organisasi UPN “Veteran” Jawa Timur	66
4.2 Karakteristik Responden	66
4.2.1 Berdasarkan Angkatan	66
4.2.2 Berdasarkan Jenis Kelamin.....	67
4.3 Deskripsi Variabel	67
4.3.1 Variabel Persepsi Kemudahan (X1).....	68
4.3.2 Variabel Kepercayaan (X2).....	69
4.3.3 Variabel Daya Tarik Iklan (X3).....	70

4.3.4 Variabel Minat Penggunaan ShopeePay	71
4.4 Analisis Model dan Pengujian Hipotesis	72
4.4.1 Outer Model Evaluation.....	72
4.4.2 Inner Model Evaluation	78
4.4.3 Pengujian Hipotesis	81
4.5 Pembahasan	84
4.5.1 Pengaruh Persepsi Kemudahan Terhadap Minat Penggunaan ShopeePay	84
4.5.2 Pengaruh Kepercayaan Terhadap Minat Penggunaan ShopeePay	85
4.5.3 Pengaruh Daya Tarik Iklan Terhadap Minat Penggunaan ShopeePay..	86
4.6 Implikasi Hasil Penelitian	87
BAB V PENUTUP	90
5.1 Kesimpulan.....	90
5.2 Saran	91
5.3 Keterbatasan	92
DAFTAR PUSTAKA	93
LAMPIRAN	97

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Nilai Transaksi Uang Elektronik 2019 – 2023	3
Tabel 2. 1 Ringkasan Penelitian Terdahulu	23
Tabel 3. 1 Definisi Operasional Variabel	45
Tabel 4. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Angkatan	66
Tabel 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	67
Tabel 4. 3 Deskripsi Interval	68
Tabel 4. 4 Jawaban Responden pada variabel Persepsi Kemudahan	68
Tabel 4. 5 Jawaban Responden pada variabel Kepercayaan	69
Tabel 4. 6 Jawaban Responden pada variabel Daya Tarik Iklan	70
Tabel 4. 7 Jawaban Responden pada variabel Minat Penggunaan ShopeePay	71
Tabel 4. 8 Nilai Outer Loading	73
Tabel 4. 9 Nilai AVE	75
Tabel 4. 10 Nilai Cross Loading	76
Tabel 4. 11 Nilai Cronbach's Alpha dan Composite Reliability	77
Tabel 4. 12 Nilai Path Coefficients	78
Tabel 4. 13 Nilai Coefficient of determination	79
Tabel 4. 14 Nilai Effect Size	80
Tabel 4. 15 Nilai Q Square	81
Tabel 4. 16 Pengujian Hipotesis	82

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Peningkatan penggunaan e-wallet.....	5
Gambar 1. 2 Hasil Pra-Survei	6
Gambar 2. 1 Kerangka Berpikir	41
Gambar 4. 1 Struktur Organisasi UPN “Veteran” Jawa Timur	66
Gambar 4. 2 Output PLS Algorithm	74
Gambar 4. 3 Output PLS Bootstrapping	83

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Permohonan Data Mahasiswa Aktif FEB Angkatan 2021-2024	97
Lampiran 2 Kuesioner.....	98
Lampiran 3 Data Hasil Penyebaran Kuesioner	101
Lampiran 4 Lampiran Analisis Model dan Pengujian Hipotesis	103

**PENGARUH PERSEPSI KEMUDAHAN, KEPERCAYAAN, DAN DAYA TARIK
IKLAN TERHADAP MINAT *PENGUNAAN FINANCIAL TECHNOLOGY*
SHOPEEPAY PADA MAHASISWA AKUNTANSI UPN VETERAN JAWA TIMUR**

Arabela Fidelia Masnal Pabadakayo¹

Sri Trisnaningsih²

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji dan menganalisis pengaruh persepsi kemudahan, kepercayaan, dan daya tarik iklan terhadap minat penggunaan Financial Technology ShopeePay pada mahasiswa Akuntansi UPN “Veteran” Jawa Timur. Penelitian ini dilatarbelakangi oleh pesatnya perkembangan layanan dompet digital di kalangan mahasiswa yang semakin akrab dengan sistem pembayaran non-tunai. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei melalui penyebaran kuesioner secara daring kepada 100 responden yang dipilih menggunakan teknik purposive sampling. Data dianalisis menggunakan regresi linear berganda dengan bantuan SPSS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi kemudahan, kepercayaan, dan daya tarik iklan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan ShopeePay, di mana daya tarik iklan menjadi variabel yang paling dominan dalam memengaruhi minat mahasiswa. Temuan ini mendukung model Technology Acceptance Model (TAM) sebagai kerangka pemahaman adopsi *Financial Technology*.

Kata Kunci: Persepsi Kemudahan, Kepercayaan, Daya Tarik Iklan, Minat Penggunaan, ShopeePay

**THE INFLUENCE OF PERCEIVED CONVENIENCE, TRUST, AND
ADVERTISING APPEAL ON INTEREST IN USING SHOPEEPAY ON
ACCOUNTING STUDENTS UPN VETERAN JAWA TIMUR**

Arabela Fidelia Masnal Pabadakayo¹

Sri Trisnaningsih²

ABSTRACT

This study aims to examine and analyze the influence of perceived ease of use, trust, and advertising appeal on the interest in using Financial Technology ShopeePay among Accounting students at UPN Veteran East Java. The study is motivated by the rapid development of digital wallet services among students who are increasingly familiar with cashless payment systems. A quantitative approach was applied by conducting a survey through online questionnaires distributed to 100 respondents selected using purposive sampling. The data were analyzed using multiple linear regression with the help of SPSS. The results show that perceived ease of use, trust, and advertising appeal have a positive and significant effect on the interest in using ShopeePay, with advertising appeal being the most dominant variable influencing students' interest. These findings support the Technology Acceptance Model (TAM) as a framework for understanding financial technology adoption.

Keywords: Perceived Ease of Use, Trust, Advertising Appeal, Usage Interest, ShopeePay