

**PENGARUH CITRA MEREK, PERSEPSI KEAMANAN, DAN KUALITAS APLIKASI  
TERHADAP KEPERCAYAAN PENGGUNA PADA APLIKASI GOPAY  
(STUDI PADA PENGGUNA AKTIF GOPAY DI SURABAYA)**

**SKRIPSI**



Oleh:

Ray Lendra

NPM. 22042010185

**KEMENTERIAN PENDIDIKAN TINGGI, SAINS, DAN TEKNOLOGI  
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" JAWA IMUR  
FAKULTAS ILMU SOSIAL, BUDAYA, DAN POLITIK  
PROGRAM STUDI ADMINISTRASI BISNIS  
SURABAYA  
2026**

**LEMBAR PERSETUJUAN**

**PENGARUH CITRA MEREK, PERSEPSI KEAMANAN, DAN KUALITAS APLIKASI  
TERHADAP KEPERCAYAAN PENGGUNA PADA APLIKASI GOPAY  
(studi pada pengguna aktif gopay di surabaya)**

**Disusun Oleh**

**Ray Lendra  
NPM. 22042010185**

**Telah disetujui untuk mengikuti Ujian Skripsi**

**Menyetujui,  
Pembimbing Utama**



**Dra. Sonja Andarini, M.Si  
NIP. 196503261993092001**

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



**Prof. Dr. Catur Suratnoaji, M.Si.  
NIP: 196804182021211006**

**LEMBAR PENGESAHAN**

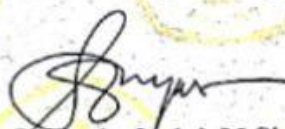
**PENGARUH CITRA MEREK, PERSEPSI KEAMANAN, DAN KUALITAS APLIKASI TERHADAP KEPERCAYAAN PENGGUNA PADA APLIKASI GOPAY (STUDI PADA PENGGUNA AKTIF GOPAY DI SURABAYA)**

Oleh:

Rav Lendra  
NPM. 22042010185

Telah Dipertahankan Dihadapan dan Diterima Oleh Tim Penguji Skripsi  
Program Studi Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial, Budaya dan Politik  
Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur  
Pada Tanggal 21 Mei 2026

Pembimbing Utama



Dra. Sonja Andarini, M.Si  
NIP. 196503261993092001

Tim Penguji  
1. Ketua



Maharani Iknaningtyas, SE., M.AB  
NPT. 21219920526338  
2. Sekretaris



Dr. Ir. Rusdi Hidayat Nugroho, S.T., M.Si  
NIP. 196112241989031007  
3. Anggota



Dra. Sonja Andarini, M.Si  
NIP. 196503261993092001

Mengetahui,  
DEKAN FAKULTAS ILMU SOSIAL, BUDAYA, DAN POLITIK



Prof. Dr. Catur Suratnoaji, M.Si  
NIP. 196804182021211006

## SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Ray Lendra  
NPM : 22042010185  
Program : Sarjana(S1)  
Program Studi : Administrasi Bisnis  
Fakultas : Ilmu Sosial, Budaya dan Politik

Menyatakan bahwa dalam dokumen ilmiah Tugas 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, 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, 17 Juni 2026

Yang Membuat pernyataan



Ray Lendra  
NPM. 22042010185

## ABSTRAKSI

RAY LENDRA, PENGARUH CITRA MEREK, PERSEPSI KEAMANAN, DAN KUALITAS APLIKASI TERHADAP KEPERCAYAAN PENGGUNA APLIKASI GOPAY DI SURABAYA.

Penelitian ini didasarkan pada fenomena meningkatnya penggunaan layanan dompet digital, khususnya aplikasi GoPay yang menjadikan kepercayaan pengguna sebagai faktor utama dalam keberlanjutan layanan tersebut. Kepercayaan pengguna diduga dipengaruhi oleh citra merek, persepsi keamanan, dan kualitas aplikasi. Namun masih terdapat ketidakkonsistenan hasil penelitian terdahulu serta keterbatasan penelitian yang mengkaji ketiga variabel tersebut secara simultan pada pengguna GoPay di Surabaya.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh citra merek, persepsi keamanan, dan kualitas aplikasi terhadap kepercayaan pengguna GoPay di Surabaya, secara simultan maupun parsial. Obyek yang diteliti adalah pengguna aktif GoPay usia produktif (15-59 tahun) di Surabaya. Penelitian ini bersifat kuantitatif dengan menggunakan pendekatan survei.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini yaitu analisis regresi linier berganda untuk menguji pengaruh antar variabel penelitian. Data diperoleh melalui penyebaran kuesioner kepada responden yang memenuhi kriteria penelitian.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa citra merek, persepsi keamanan, dan kualitas aplikasi secara simultan berpengaruh terhadap kepercayaan pengguna. Secara parsial, masing-masing variabel juga berpengaruh, dengan kualitas aplikasi sebagai faktor yang paling dominan dalam membentuk kepercayaan pengguna.

## **ABSTRACT**

**RAY LENDRA, THE EFFECT OF BRAND IMAGE, PERCEIVED SECURITY, AND APPLICATION QUALITY ON USER TRUST IN THE GOPAY APPLICATION IN SURABAYA.**

This study is based on the phenomenon of increasing use of digital wallet services, particularly the GoPay application, which makes user trust a key factor in the sustainability of such services. User trust is believed to be influenced by brand image, security perception, and application quality. However, there remains inconsistency in previous research findings, as well as a lack of studies examining these three variables simultaneously among GoPay users in Surabaya.

This study aims to analyze the influence of brand image, security perception, and app quality on GoPay user trust in Surabaya, both simultaneously and partially. The research subjects are active GoPay users of working age (15–59 years) in Surabaya. This is a quantitative study using a survey approach.

The method used in this study is multiple linear regression analysis to test the relationships among the research variables. Data were collected through the distribution of questionnaires to respondents meeting the study criteria.

The results indicate that brand image, perceived security, and app quality simultaneously influence user trust. Partially, each variable also exerts an influence, with app quality being the most dominant factor in shaping user trust.

## KATA PENGANTAR

Puji syukur dipanjatkan ke hadirat Tuhan Yesus Kristus atas segala anugerah dan kasihNya, dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan skripsi dengan judul **“Pengaruh Citra merek, Persepsi Keamanan, dan Kualitas Aplikasi terhadap Kepercayaan Pengguna pada Aplikasi GoPay (Studi pada Pengguna Aktif GoPay di Surabaya)”** dengan baik dan lancar.

Penulis mengucapkan terima kasih kepada Dra. Sonja Andarini, M.Si selaku Dosen yang membimbing dan telah meluangkan waktu untuk memberikan arahan, nasihat, dan motivasi-motivasi kepada penulis selama proses penyusunan skripsi ini. Penulis juga menerima banyak bantuan dari berbagai pihak, baik berupa dukungan moral, spiritual, dan material. Karena itu penulis menyampaikan terima kasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Catur Suratnoaji, M.Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial, Budaya, dan Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
2. Bapak Dr. Acep Samsudin, S.Sos., MM., MA selaku Ketua Program Studi Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial, Budaya, dan Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
3. Seluruh dosen Program Studi Administrasi Bisnis yang telah memberikan ilmu pengetahuan dan bimbingan selama masa perkuliahan.
4. Semua pihak yang telah membantu penulis, baik secara langsung maupun tidak langsung, yang tidak dapat disebutkan satu per satu.

Penulis menyadari penyusunan skripsi masih memiliki kekurangan dan ketidaksempurnaan. Maka dari itu, kritik dan saran yang membangun sangat diharapkan demi kesempurnaan penulisan di masa mendatang. Akhirnya, penulis berharap semoga laporan ini dapat memberi suatu manfaat bagi semua pihak, dan bagi penulis secara khusus.

Surabaya, 3 Juni 2026

Penulis

## DAFTAR ISI

<b>LEMBAR PERSETUJUAN .....</b>	<b>ii</b>
<b>PENGESAHAN SEMINAR PROPOSAL PENELITIAN.....</b>	<b>iii</b>
<b>ABSTRAKSI.....</b>	<b>iv</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>v</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>vi</b>
<b>DAFTAR ISI .....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR .....</b>	<b>xi</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xii</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>xiii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	8
1.3 Tujuan Penelitian.....	8
1.4 Manfaat Penelitian.....	9
1.4.1 Manfaat Teoritis .....	9
1.4.2 Manfaat Praktis .....	9
<b>BAB II KAJIAN PUSTAKA .....</b>	<b>10</b>
2.1 Penelitian Terdahulu.....	10
2.2 Landasan Teori .....	15
2.2.1 Pemasaran.....	15
2.2.2 Manajemen Pemasaran.....	16
2.2.3 Perilaku Konsumen .....	17
2.2.4 Pemasaran Digital .....	18
2.2.5 Citra merek.....	19
2.2.5.1 Pengertian Citra merek .....	19
2.2.5.2 Dimensi Citra merek.....	20
2.2.5.3 Indikator Citra merek.....	21
2.2.6 Persepsi Keamanan .....	22
2.2.6.1 Pengertian Persepsi Keamanan.....	22
2.2.6.2 Dimensi Persepsi Keamanan .....	22
2.2.6.3 Indikator Persepsi Keamanan .....	23
2.2.7 Kualitas Aplikasi .....	24
2.2.7.1 Pengertian Kualitas Aplikasi.....	24
2.2.7.2 Dimensi Kualitas Aplikasi .....	25
2.2.7.3 Indikator Kualitas Aplikasi .....	26
2.2.8 Kepercayaan Pengguna .....	27
2.2.8.1 Pengertian Kepercayaan Pengguna.....	27
2.2.8.2 Dimensi Kepercayaan Pengguna .....	28

2.2.8.3 Indikator Kepercayaan Pengguna .....	28
2.2.8.4 Hubungan Antar Variabel.....	29
2.2.8.4.1 Hubungan Citra merek dengan Kepercayaan Pengguna.....	29
2.2.8.4.2 Hubungan Persepsi Keamanan dengan Kepercayaan Pengguna .....	30
2.2.8.4.3 Hubungan Kualitas Aplikasi dengan Kepercayaan Pengguna .....	31
2.3 Kerangka Berpikir .....	32
2.4 Hipotesis.....	32
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>33</b>
3.1 Jenis Penelitian .....	33
3.2 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel.....	33
3.2.1 Definisi Operasional Variabel .....	33
3.2.1.1 Citra merek (X1).....	34
3.2.1.2 Persepsi Keamanan (X2) .....	35
3.2.1.3 Kualitas Aplikasi (X3) .....	36
3.2.1.4 Kepercayaan Pengguna (Y) .....	37
3.2.2 Pengukuran Variabel .....	39
3.3 Populasi, Sampel, dan Teknik Penarikan Sampel .....	41
3.3.1 Populasi .....	41
3.3.2 Sampel Penelitian .....	42
3.3.3 Teknik Pengambilan Sampel .....	43
3.4 Teknik Pengumpulan Data .....	44
3.4.1 Sumber Data .....	44
3.4.2 Pengumpulan Data .....	45
3.5 Teknik Analisis Data .....	46
3.5.1 Uji Validitas .....	46
3.5.2 Uji Reliabilitas.....	46
3.5.3 Uji Asumsi Klasik .....	47
3.5.4 Analisis Regresi Linier Berganda.....	49
3.5.5 Uji Hipotesis.....	51
3.5.5.1 Uji F (simultan).....	51
3.5.5.2 Uji t (parsial).....	52
3.5.5.3 Koefisien Determinasi ( $R^2$ ).....	54
Dilakukan.....	54
3.5.6 Jadwal Penelitian.....	54
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>55</b>
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian dan Penyajian Data .....	55
4.1.1 Karakteristik Responden .....	56
4.1.2 Deskripsi Jawaban Variabel .....	57
4.2 Analisis dan Penyajian Hipotesis .....	67
4.2.1 Uji Validitas .....	67
4.2.2 Uji Reliabilitas.....	68
4.2.3 Uji Asumsi Klasik .....	69

4.2.3.1 Uji Normalitas .....	70
4.2.3.2 Uji Multikolinearitas.....	70
4.2.3.3 Uji Heteroskedastisitas .....	71
4.2.4 Analisis Regresi Linear Berganda .....	72
4.2.5 Uji F (Simultan) .....	74
4.2.6 Uji t (Parsial) .....	74
4.2.7 Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....	75
4.3 Pembahasan Penelitian .....	76
4.3.1 Pengaruh Citra Merek, Persepsi Keamanan, dan Kualitas Aplikasi secara Simultan terhadap Kepercayaan Pengguna .....	76
4.3.2 Pengaruh Citra Merek terhadap Kepercayaan Pengguna.....	77
4.3.3 Pengaruh Persepsi Keamanan terhadap Kepercayaan Pengguna Pengguna.....	77
4.3.4 Pengaruh Kualitas Aplikasi terhadap Kepercayaan Pengguna..	78
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>80</b>
5.1 Kesimpulan.....	80
5.2 Saran.....	81
5.2.1 Saran Operasional .....	81
5.2.2 Saran Konseptual.....	82
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>83</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>91</b>

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1. Kerangka berpikir.....	32
Gambar 3. 1. Kurva Uji F .....	52
Gambar 3. 2. Kurva Uji t.....	53

## DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Nilai Transaksi Uang Elektronik Indonesia Tahun 2023–2024.....	1
Tabel 1. 2 Dominasi Layanan Keuangan Digital di Indonesia Tahun 2025.....	2
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu.....	13
Tabel 3. 1 Definisi operasional dan pengukuran variabel.....	38
Tabel 3. 2 Skala Pengukuran Variabel.....	40
Tabel 3. 3 Intepretasi nilai rata-rata.....	40
Tabel 4. 1. Skala Pengukuran Likert.....	55
Tabel 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	56
Tabel 4. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	57
Tabel 4. 4 Distribusi Jawaban Responden Variabel Citra Merek (X1).....	58
Tabel 4. 5 Distribusi Jawaban Responden Variabel Persepsi Keamanan (X2).....	59
Tabel 4. 6 Distribusi Responden Variabel Kualitas Aplikasi (X3).....	61
Tabel 4. 7 Distribusi Responden Variabel Kepercayaan Pengguna (Y).....	63
Tabel 4. 8 Hasil Uji Validitas Variabel (X1) Citra Merek.....	67
Tabel 4. 9 Hasil Uji Reliabilitas.....	69
Tabel 4. 10 Hasil Uji Normalitas.....	70
Tabel 4. 11 Hasil Uji Multikolinearitas.....	71
Tabel 4. 12 Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	71
Tabel 4. 13 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda.....	72
Tabel 4. 14 Hasil Uji F.....	74
Tabel 4. 15 Hasil Uji t.....	75
Tabel 4. 16 Koefisien Determinasi.....	75

## LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian.....	91
Lampiran 2 Waktu Penelitian.....	96