

**PENGARUH *PERCEIVED EASE OF USE*, *PERCEIVED TRUST* DAN *KEY
OPINION LEADER* TERHADAP *INTENTION TO USE* APLIKASI
DOMPET DIGITAL SPEEDCASH DI SURABAYA**

SKRIPSI



Oleh:

RAHELLA RIPATIANA BR GINTING

NPM. 22042010311

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

2026

**PENGARUH *PERCEIVED EASE OF USE*, *PERCEIVED TRUST* DAN *KEY
OPINION LEADER* TERHADAP *INTENTION TO USE* APLIKASI
DOMPET DIGITAL SPEEDCASH DI SURABAYA**

SKRIPSI



Oleh:

RAHELLA RIPATIANA BR GINTING

NPM. 22042010311

**KEMENTERIAN PENDIDIKAN TINGGI, SAINS DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" JAWA TIMUR**

FAKULTAS ILMU SOSIAL, BUDAYA, DAN POLITIK

PROGRAM STUDI ADMINISTRASI BISNIS

2026

LEMBAR PERSETUJUAN

**Pengaruh *Perceived Ease of Use*, *Perceived Trust* dan *Key Opinion Leader* Terhadap
Intention to Use Aplikasi Dompot Digital SpeedCash di Surabaya**

Disusun Oleh:

**Rahella Ripatiana Br Ginting
NPM. 22042010311**

Telah Disetujui Untuk Mengikuti Ujian Skripsi

Menyetujui,

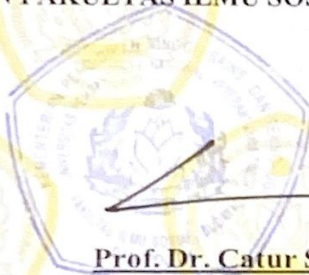
PEMBIMBING UTAMA



**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 *PERCEIVED EASE OF USE*, *PERCEIVED TRUST* DAN *KEY OPINION LEADER* TERHADAP *INTENTION TO USE* APLIKASI DOMPET DIGITAL SPEEDCASH DI SURABAYA

Disusun oleh:

RAHELLA RIPATIANA BR GINTING

NPM. 22042010311

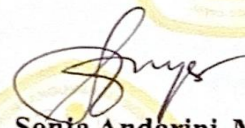
Telah Dipertahankan Dihadapan dan Diterima oleh Tim Penguji Skripsi
Jurusan Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial, Budaya, dan Politik
Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur.
Pada Tanggal 15 Juli 2026.

Menyetujui,

Pembimbing Utama

Tim Penguji

1. Ketua


Dra. Sonja Andarini, M.Si
NIP. 196503261993092001


Dr. Jajok D. M.Si
NIP. 1970041012021211004
2. Sekretaris


Budi Prabhawo, S.Sos., MM
NIP. 196210161988031001
3. Anggota


Dra. Sonja Andarini, M.Si
NIP. 196503261993092001

Mengetahui,
DEKAN FAKULTAS ILMU SOSIAL, BUDAYA, DAN POLITIK


Prof. Dr. Catur Suratnoaji, Msi
NIP. 196804182021211006

SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Rahella Ripatiana Br Ginting
NPM : 22042010311
Program : Sarjana (S1)
Program Studi : Administrasi Bisnis
Fakultas : Ilmu Sosial, Budaya, dan Politik

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, 17 Juli 2026

Yang membuat pernyataan



Rahella Ripatiana Br Ginting

NPM. 22042010311

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa, karena atas rahmat dan karunia-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“Pengaruh *Perceived Ease of Use*, *Perceived Trust* dan *Key Opinion Leader* Terhadap *Intention to Use* Aplikasi Dompot Digital SpeedCash di Surabaya”**. Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk mengikuti kegiatan Seminar Hasil Program Studi Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.

Penulis mengungkapkan terima kasih kepada Ibu Dra. Sonja Andarini, M.Si selaku Dosen Pembimbing utama untuk waktu yang diluangkan dalam memberikan penulis bimbingan, arahan, motivasi dan nasihat. Kemudian kepada pihak-pihak yang telah banyak membantu penulis baik berupa dukungan, do’a dan bantuan dalam mengerjakan skripsi ini. Pada kesempatan ini, penulis ingin menyampaikan ucapan 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., M.A sebagai Koordinator dari Program Studi Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
3. Bapak dan Ibu dosen dari Program Studi Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur, untuk dukungan dan ilmu pengetahuan yang diberikan terhadap penulis.

4. Keluarga yang selalu mendoakan serta memberi dukungan untuk penulis sepanjang proses penyusunan skripsi ini.
5. Rekan-rekan kuliah penulis yang turut memberi semangat sekaligus dukungan selama pengerjaan skripsi ini.

Penulis sadar bahwasanya skripsi ini masih mempunyai banyak kekurangan serta belum sempurna dalam penyusunannya. Sehingga penulis akan sangat menghargai kritik dan saran yang diberikan untuk pembenahan kedepannya. Pengalaman dalam penyusunan skripsi ini akan menjadi pengalaman yang sangat berharga dan penulis berharap skripsi ini bisa memberikan manfaat bagi berbagai pihak khususnya untuk penulis sendiri.

Surabaya, Juni 2026

Penulis

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN.....	ii
LEMBAR PENGESAHAN.....	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR TABEL.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	x
DAFTAR LAMPIRAN.....	xi
ABSTRAK.....	xii
ABSTRAC.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	10
1.3 Tujuan Penelitian.....	11
1.4 Manfaat Penelitian.....	12
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	13
2.1 Penelitian Terdahulu.....	13
2.2 Landasan Teori.....	18
2.2.1 Pemasaran.....	18
2.2.2 Perilaku Konsumen.....	21
2.2.3 <i>Technology Acceptance Model (TAM)</i>	25
2.2.4 <i>Perceived Ease of Use</i>	27
2.2.5 <i>Perceived Trust</i>	31
2.2.6 <i>Key Opinion Leader (KOL)</i>	37
2.2.7 <i>Intention To Use</i>	41
2.3 Hubungan Antar Variabel.....	45
2.3.1 Hubungan <i>Perceived Ease of Use</i> Terhadap <i>Intention To Use</i>	45
2.3.2 Hubungan <i>Perceived Trust</i> Terhadap <i>Intention to Use</i>	46
2.3.3 Hubungan <i>Key Opinion Leader</i> Terhadap <i>Intention to Use</i>	47
2.4 Kerangka Berpikir.....	48
2.5 Hipotesis.....	50
BAB III METODE PENELITIAN.....	52

3.1 Jenis Penelitian.....	52
3.2 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel.....	52
3.2.1 Definisi Operasional.....	52
3.2.2 Pengukuran Variabel.....	62
3.3 Populasi, Sampel dan Teknik Penarikan Sampel.....	63
3.3.1 Populasi.....	63
3.3.2 Sampel.....	63
3.3.3 Teknik Penarikan Sampel.....	65
3.4 Teknik Pengumpulan Data.....	67
3.4.1 Jenis Data.....	67
3.4.2 Sumber Data.....	67
3.4.3 Pengumpulan Data.....	68
3.5 Teknik Analisis Data dan Pengujian Hipotesis.....	69
3.5.1 Uji Validitas.....	69
3.5.2 Uji Reliabilitas.....	70
3.5.3 Analisis Uji Asumsi Klasik.....	71
3.5.4 Analisis Regresi Linier Berganda.....	75
3.5.5 Uji Hipotesis.....	76
3.5.6 Analisis Koefisien Determinasi.....	79
3.6 Jadwal Penelitian.....	80
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	81
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian dan Penyajian Data.....	81
4.1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	81
4.1.2 Penyajian Data.....	84
4.2 Analisis Pengujian Hipotesis.....	102
4.2.1 Uji Validitas dan Uji Reliabilitas.....	102
4.2.2 Uji Asumsi Klasik.....	104
4.2.3 Analisis Regresi Linear Berganda.....	107
4.2.4 Uji Hipotesis.....	109
4.2.5 Analisis Koefisien Determinasi.....	114
4.4 Pembahasan.....	114

Leader Secara Simultan Terhadap Intention To Use.....	114
4.4.2 Pengaruh Perceived Ease Of Use Secara Parsial Terhadap Intention To Use.....	116
4.4.3 Pengaruh <i>Perceived Trust</i> Secara Parsial Terhadap <i>Intention To Use</i>	117
4.4.4 Pengaruh <i>Key Opinion Leader</i> Secara Parsial Terhadap <i>Intention To Use</i>	118
4.4.5 Matriks Penelitian.....	119
BAB V PENUTUP.....	123
5.1 Kesimpulan.....	123
5.2 Saran.....	124
DAFTAR PUSTAKA.....	126
LAMPIRAN.....	130
Lampiran 1 : Kuisiонер Penelitian.....	130
Lampiran 2 : Tabulasi Data Jawaban Responden.....	136
Lampiran 3 : Frekuensi Jawaban Responden.....	160
Lampiran 4 : Hasil Uji SPSS.....	164
Lampiran 5 : Uji Reliabilitas.....	165
Lampiran 6 : Uji Asumsi Klasik.....	166
Lampiran 7 : Uji Analisis Regresi Linier Berganda.....	167
Lampiran 8 : Uji F (Simultan).....	167
Lampiran 9 : Uji t.....	168
Lampiran 10 : Uji Koefisien Determinasi (R ²).....	168

ABSTRAK

RAHELLA RIPATIANA BR GINTING 22042010311, PENGARUH PERCEIVED EASE OF USE, PERCEIVED TRUST DAN KEY OPINION LEADER TERHADAP INTENTION TO USE APLIKASI DOMPET DIGITAL SPEEDCASH DI SURABAYA

Perkembangan sistem pembayaran digital telah mendorong meningkatnya penggunaan dompet digital di Indonesia. Namun, penelitian empiris mengenai aplikasi dompet digital lokal seperti SpeedCash, khususnya di Kota Surabaya, masih relatif terbatas. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *perceived ease of use*, *perceived trust*, dan *key opinion leader* terhadap *intention to use* aplikasi dompet digital SpeedCash di Surabaya. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei. Sampel penelitian terdiri dari 152 responden yang berdomisili di Surabaya dan telah mengenal, menggunakan, atau memiliki minat untuk menggunakan SpeedCash. Data dikumpulkan melalui kuesioner dengan skala Likert dan dianalisis menggunakan uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, analisis regresi linier berganda, uji F, uji t, serta koefisien determinasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *perceived ease of use*, *perceived trust*, dan *key opinion leader* secara simultan berpengaruh signifikan terhadap *intention to use*, dengan nilai F sebesar 150,973 dan nilai signifikansi sebesar 0,000. Secara parsial, *perceived ease of use* berpengaruh signifikan dengan koefisien sebesar 0,355; *perceived trust* berpengaruh signifikan dengan koefisien sebesar 0,443; dan *key opinion leader* berpengaruh signifikan dengan koefisien sebesar 0,380. Nilai R² sebesar 0,754 menunjukkan bahwa ketiga variabel tersebut mampu menjelaskan 75,4% variasi pada *intention to use*. Temuan ini mengonfirmasi bahwa *perceived trust* merupakan faktor yang paling dominan dalam mendorong *intention to use* aplikasi SpeedCash, diikuti oleh pengaruh *key opinion leader* dan kemudahan penggunaan aplikasi.

Kata Kunci: Dompet digital, Intention to Use, Key Opinion Leader, Perceived Ease of Use, Perceived Trust, SpeedCash.

ABSTRACT

RAHELLA RIPATIANA BR. GINTING, 22042010311, THE EFFECT OF PERCEIVED EASE OF USE, PERCEIVED TRUST, AND KEY OPINION LEADER ON INTENTION TO USE THE SPEEDCASH DIGITAL WALLET APPLICATION IN SURABAYA.

The development of digital payments has encouraged the increasing use of digital wallets in Indonesia. However, empirical studies on local digital wallet applications such as SpeedCash, particularly in Surabaya, remain relatively limited. This study aims to analyze the effect of perceived ease of use, perceived trust, and key opinion leader on intention to use the SpeedCash digital wallet application in Surabaya. This research used a quantitative approach with a survey method. The research sample consisted of 152 respondents domiciled in Surabaya who had known, used, or had an interest in using SpeedCash. Data were collected using a Likert-scale questionnaire and analyzed through validity testing, reliability testing, classical assumption testing, multiple linear regression, F-test, t-test, and the coefficient of determination. The results show that perceived ease of use, perceived trust, and key opinion leader simultaneously have a significant effect on intention to use, with an F-value of 150.973 and a significance value of 0.000. Partially, perceived ease of use has a significant effect with a coefficient of 0.355; perceived trust has a significant effect with a coefficient of 0.443; and key opinion leader has a significant effect with a coefficient of 0.380. The R^2 value of 0.754 indicates that the three variables are able to explain 75.4% of the variation in intention to use. These findings confirm that trust is the most dominant factor in encouraging the intention to use SpeedCash, followed by KOL influence and application ease of use.

Keywords: Digital wallet, Intention to use, Key opinion leader, Perceived ease of use, Perceived trust, SpeedCash.