

**PENGARUH PERSEPSI MANFAAT, KEMUDAHAN
PENGUNAAN, DAN KEPERCAYAAN TERHADAP MINAT
PENGUNAAN DOMPET DIGITAL SHOPEEPAY**

(Studi kasus pengguna dompet digital ShopeePay di Jakarta Timur)

***THE INFLUENCE OF PERCEPTION OF BENEFITS, EASE OF
USE, AND TRUST ON INTEREST IN USING THE SHOPEEPAY
DIGITAL WALLET***

(Case study of ShopeePay digital wallet users in East Jakarta)

Oleh

Ananda Putri Fathiya

2017410084

SKRIPSI

**Untuk memenuhi gelar Sarjana dalam Ilmu Ekonomi Program Studi Manajemen pada
Universitas Darma Persada**



PROGRAM SARJANA FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS DARMA PERSADA

JAKARTA

2021

**PENGARUH PERSEPSI MANFAAT, KEMUDAHAN PENGGUNAAN,
DAN KEPERCAYAAN TERHADAP MINAT PENGGUNAAN DOMPET
DIGITAL SHOPEEPAY**

(Studi kasus pengguna dompet digital ShopeePay di Jakarta Timur)

***THE INFLUENCE OF PERCEPTION OF BENEFITS, EASE OF USE, AND
TRUST ON INTEREST IN USING THE SHOPEEPAY DIGITAL WALLET
(Case study of ShopeePay digital wallet users in East Jakarta)***

Oleh

Ananda Putri Fathiya


2017410084

SKRIPSI

**Untuk memenuhi salah satu syarat ujian guna memperoleh gelar Sarjana dan Ilmu
Ekonomi Program Studi Manajemen pada Universitas Darma Persada**

Telah disetujui oleh Tim Penguji pada tanggal 24 Februari 2022

Jakarta, 24 Februari 2022


Resa Nurlaela Anwar, SE., MM
Pembimbing


Drs. Fauzi Baisvir, MM

Penguji I

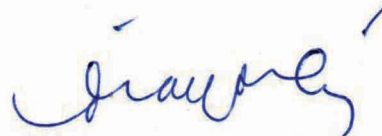

Dr. Firsan Nova, S.E.,MM

Penguji II


Resa Nurlaela Anwar, SE.,MM

Penguji III


Mu'man Nuryana Ph.D
Dekan Fakultas Ekonomi


Dian Anggraeny Rahim, SE., M.Si
Ketua Program Studi Manajemen

LEMBAR PERNYATAAN

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Ananda Putri fathiya

Nim 2017410084

Jurusan/Peminatan : Manajemen/ Manajemen Pemasaran

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi dengan judul **“Pengaruh Persepsi Manfaat, Kemudahan Penggunaan, dan Kepercayaan terhadap Minat penggunaan Dompot Digital ShopeePaay (studi kasus pengguna dompot digital ShopeePay di Jakarta Timur)”** dibawah bimbingan Resa Nurlaela Anwar, S.E., M.M adalah benar merupakan hasil penelitian saya sendiri dan bukan merupakan jiplakan dari hasil penelitian skripsi orang lain. Apabila dikemudian hari ternyata ditemukan ketidak sesuaian dengan pernyataan ini, maka saya sendiri bersedia memepertanggung jawabkan. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya.

Jakarta, 24 Februari 2022



Ananda Putri Fathiya

NIM : 2017410084

ABSTRAK

Tujuan Penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh persepsi manfaat kepada pengguna dompet digital ShopeePay. Penelitian ini dilakukan dengan metode pengumpulan data dengan cara kuesioner pada 100 pengguna dompet digital ShopeePay, Sample diambil dengan *Non Probability* berupa *Purposive* dan uji reliabilitas. Data analisis dengan menggunakan analisis regresi linier sederhana dan regresi linier berganda, uji asumsi klasik (uji normalitas, multikolinieritas, uji autokorelasi, dan uji heteroskedastisitas) dilakukan sebagai persyaratan statistic yang harus dipenuhi dalam melakukan analisis regresi linier (sederhana dan berganda). Penguji hipotesis secara simultan menggunakan uji F, secara parsial menggunakan uji T. Hasil penelitian menunjukkan terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel Persepsi Manfaat, Kemudahan Penggunaan, dan Kepercayaan terhadap Minat Penggunaan dengan probabilitas signifikansi $0,00 < 0,05$. Untuk variable Persepsi Manfaat terhadap Minat Penggunaan dengan Probabilitas signifikansi $0,00 < 0,05$. Untuk variabel Kemudahan Penggunaan terhadap Minat Penggunaan menunjukkan pengaruh yang signifikan dengan probabilitas signifikansi $0,00 < 0,05$, dan untuk variabel kepercayaan terhadap minat penggunaan menunjukkan pengaruh yang signifikan dengan probabilitas signifikansi $0,00 < 0,05$.

Kata kunci : Persepsi Manfaat, Kemudahan Penggunaan, dan Kepercayaan

ABSTRACT

The purpose of this study was to determine the effect of perceived benefits for ShopeePay digital wallet users. This research was conducted by collecting data by means of questionnaires on 100 ShopeePay digital wallet users. Samples were taken with Non Probability Purposive and reliability tests. Data analysis using simple linear regression analysis and multiple linear regression, classical assumption tests (normality test, multicollinearity, autocorrelation test, and heteroscedasticity test) were performed as statistical requirements that must be met in performing linear regression analysis (simple and multiple). Simultaneous hypothesis testing using the F test, partially using the T test. The results showed a significant influence between the variables Perceived Benefits, Ease of Use, and Trust on Interest in Use with a significance probability of $0.00 < 0.05$. For the variable of Benefits Perception on Interest in Use with a significance probability of $0.00 < 0.05$. For the Ease of Use variable on Interest in Use, it shows a significant effect with a significance probability of $0.00 < 0.05$, and for the trust variable on interest in use it shows a significant effect with a significance probability of $0.00 < 0.05$.

Key word : Perceived Benefits, Ease of Use, and Trust

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan atas kehadiran Allah SWT, yang telah melimpahkan rahmat dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan Skripsi yang berjudul **“PENGARUH PERSEPSI MANFAAT, KEMUDAHAN PENGGUNAAN DAN KEPERCAYAAN TERHADAP MINAT PENGGUNAAN DOMPET DIGITAL SHOPEEPAY (STUDI KASUS PENGGUNA DOMPET DIGITAL SHOPEEPAY DI JAKARTA TIMUR)”**

Penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini tidak akan dapat terwujud tanpa adanya bantuan dan dorongan dari berbagai pihak. Oleh karena itu pada kesempatan ini penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada yang terhormat:

1. Ibu Resa Nurlaela Anwar, S.E., M.M selaku Pembimbing penulisan skripsi yang telah memberikan bimbingan dan pengarahan dalam penulisan skripsi ini.
2. Ibu Dian Anggraeny Rahim, S.E., M.Si. selaku Ketua Jurusan Manajemen Universitas Darma Persada.
3. Bapak Dr. Ir. Mu'man Nuryana Ph.D , S.E., M.A. selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Darma Persada.
4. Seluruh dosen dan staff sekertariat Fakultas Ekonomi Universitas Darma Persada yang telah membantu proses belajar selama masa perkuliahan.
5. Untuk orang yang penulis cintai Ayahanda Amir Yusuf dan Bundadari Tercinta Suryanah yang selalu memberikan segala bentuk dukungan baik moril dan meteril kepada penulis sehingga skripsi ini dapat berjalan dengan baik.
6. Untuk kekasih tercinta Aprilian Tri Saputra yang selalu membantu, menemani, dan memberi semangat tiada hentinya kepada penulis sehingga skripsi ini berjalan dengan baik.
7. Untuk Vitria Susianingsih, Khansa Aulia Rahma, Citra Amelia, dan sahabat saya Sindy Mulya, Agustha Chelsea, Tito, dan Deni orang yang berarti bagi

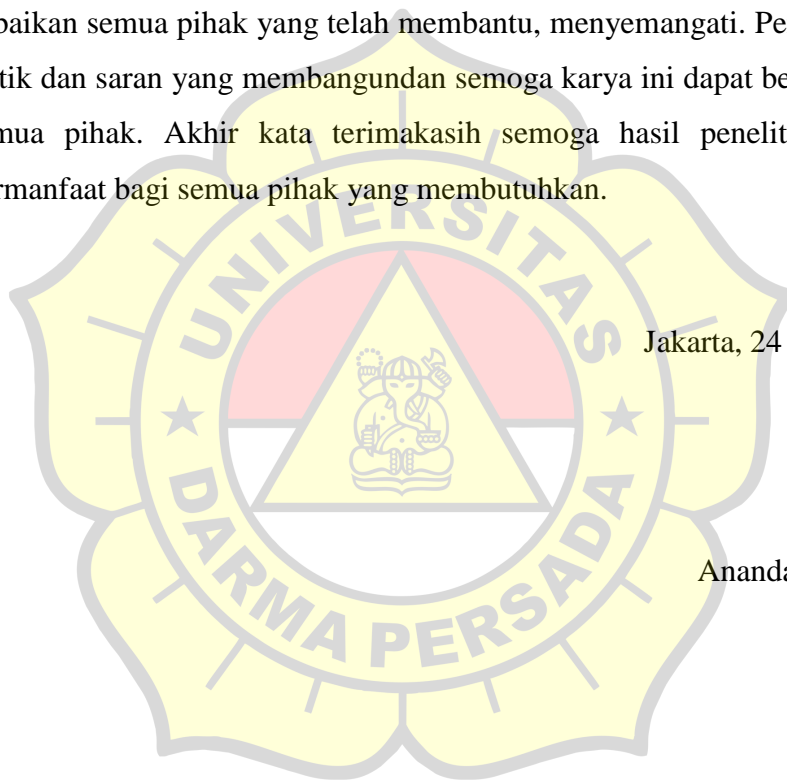
penulis yang sudah membantu, memberikan semangat kepada penulis untuk menyelesaikan skripsi ini.

8. Terima kasih untuk diriku sendiri, yang sudah bertahan dan berjuang untuk menyelesaikan skripsi ini. Terima kasih atas perjuangannya untuk mengerjakan skripsi ini. Tetap kuat untuk melanjutkan perjalanan hidup dan temukan pengalaman-pengalaman baru disetiap langkah.

Demikian skripsi ini dibuat, penulis berharap Allah SWT membalas segala kebaikan semua pihak yang telah membantu, menyemangati. Penulis berharap kritik dan saran yang membangun semoga karya ini dapat bermanfaat bagi semua pihak. Akhir kata terimakasih semoga hasil penelitian ini dapat bermanfaat bagi semua pihak yang membutuhkan.

Jakarta, 24 Februari 2022

Ananda Putri Fathiya



DAFTAR ISI

	Halaman
JUDUL	
LEMBAR PENGESAHAN	i
LEMBAR PERNYATAAN	ii
ABSTRAK	iv
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xvii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xviii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Identifikasi, Pembahasan dan Rumusan Masalah	1
1. Identifikasi Masalah.....	11
2. Pembatasan Masalah	11
3. Rumusan Masalah	11
1.3 Tujuan Penelitian	12
1.4 Kegunaan Penelitian	12
1. Secara Teoritis.....	12
2. Secara Praktis	12
BAB II LANDASAN TEORI DAN KERANGKA PEMIKIRAN	13
2.1 Landasan Teori.....	13
2.1.1 Manajemen Pemasaran	13
1. Pengertian Manajemen.....	13
2. Pengertian Pemasaran	13
3. Pengertian Manajemen Pemasaran	14
4. Bauran Pemasaran.....	15
2.1.3 Dompot Digital.....	19
1. Pengertian Dompot Digital.....	19

2. Manfaat Dompert Digital	21
2.1.4 TAM (<i>Technology Acceptance Model</i>)	22
2.1.5 Persepsi Manfaat	22
1. Pengertian Persepsi Manfaat	22
2. Indikator Persepsi Manfaat	23
2.1.6 Kemudahan Penggunaan	24
1. Pengertian Kemudahan Penggunaan	24
2. Indikator Kemudahan Penggunaan	25
2.1.7 <i>Behavior Intention</i>	27
2.1.8 Kepercayaan	28
1. Pengertian Kepercayaan	25
2. Indikator Kemudahan Penggunaan	26
2.1.9 Minat Penggunaan	28
1. Pengertian Minat Penggunaan	28
2. Indikator Minat Penggunaan	29
2.2 Penelitian Sebelumnya	29
2.3 Kerangka Pemikiran.....	35
2.4 Hipotesis Penelitian.....	37
BAB III METODE PENELITIAN.....	38
3.1 Metode yang digunakan	34
3.2 Waktu dan Tempat Penelitian	34
3.3 Operasional Variabel.....	35
3.4 Sumber dan Cara Penentuan Data.....	37
3.4.1 Sumber Data	37
1. Data Primer	37
2. Data Skunder	37
3.4.2 Cara Penentuan Data	37
1. Populasi	37
2. Sampel	38

3.5 Teknik Pengumpulan Data	38
3.6 Rancangan Analisis dan Uji Hipotesis	40
3.6.1 Uji Keabsahan data.....	40
1. Uji Validitas	40
2. Uji Reliabilitas	41
3.6.2 Uji Asumsi Klasik.....	41
1. Uji Normalitas.....	41
2. Uji Moultikolinieritas.....	42
3. Uji Heteroskedastisitas.....	43
4. Uji Autokorelasi.....	43
3.6.3 Alat Analisis Data.....	44
1. Regresi Linier Berganda	44
2. Regresi Linier Sederhana	45
3. Koefisien Determinasi (R^2).....	46
3.6.4 Uji Hipotesis.....	46
1. Uji Simultan (Uji F).....	47
2. Uji Parsial (Uji T)	48
BAB IV HASIL PENELITIAN.....	50
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	50
4.2 Hasil Penelitian.....	51
4.2.1 Profil Responden.....	51
4.2.2 Tanggapan Responden	55
4.2.3 Uji Keabsahan Data.....	85
4.2.4 Uji Asumsi Klasik	89
4.2.5 Analisis Data	94
4.2.6 Uji Hipotesis.....	101
4.3 Pembahasan	105
BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....	109

5.1 Simpulan	109
5.2 Saran	110
DAFTAR PUSTAKA	111
LAMPIRAN.....	113



DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1 Jumlah Transaksi	2
Tabel 1.2 Daftar Dompok Digital	4
Tabel 1.3 Pra Survey Atribut Presepsi Manfaat	8
Tabel 1.4 Pra Survey Atribut Kemudahan Penggunaan	9
Tabel 1.5 Pra Survey Atribut Kepercayaan	9
Tabel 1.6 Pra Survey Atribut Minat Penggunaan	10
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	25
Tabel 3.1 Indikator Variabel	35
Tabel 3.2 Skala Likert	38
Tabel 3.3 Skala Interval	39
Tabel 4.1 Tingkat Pengembalian Kuesioner	51
Tabel 4.2 Profil Responden Berdasarkan Usia	52
Tabel 4.3 Profil Responden Berdasarkan Status Pekerjaan	52
Tabel 4.4 Profil Responden Berdasarkan Status Pekerjaan	53
Tabel 4.5. Profil Responden Berdasarkan Pengeluaran Perbulan	54
Tabel 4.6 Tanggapan Persepsi Manfaat Pernyataan 1	54
Tabel 4.7 Tanggapan Persepsi Manfaat Pernyataan 2.....	56
Tabel 4.8 Tanggapan Persepsi Manfaat Pernyataan 3.....	57
Tabel 4.9 Tanggapan Persepsi Manfaat Pernyataan 4.....	58

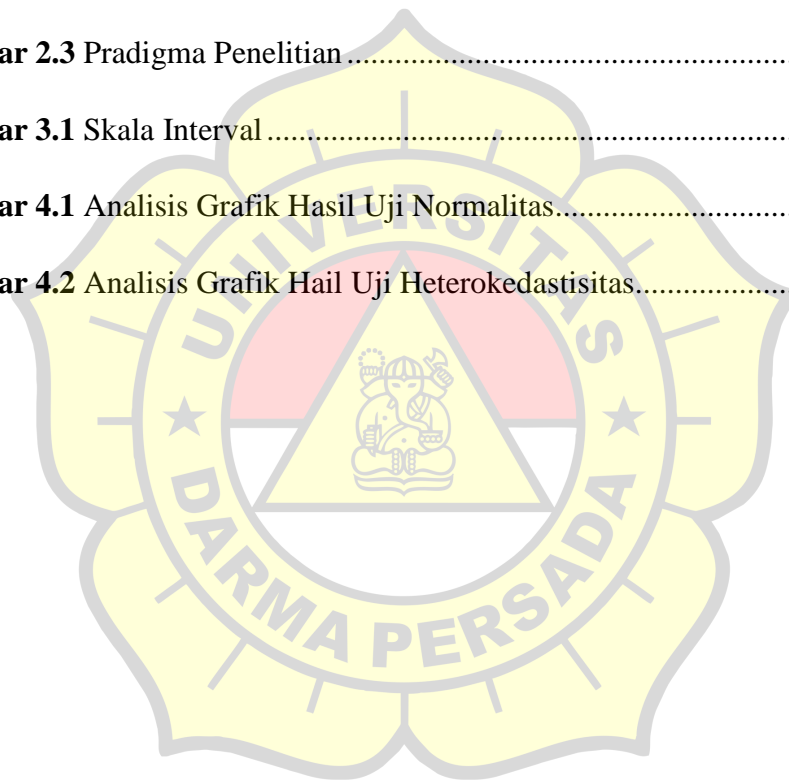
Tabel 4.10 Tanggapan Persepsi Manfaat Pernyataan 5	59
Tabel 4.11 Tanggapan Persepsi Manfaat Pernyataan 6	60
Tabel 4.12 Tanggapan Persepsi Manfaat Pernyataan 7	61
Tabel 4.13 Tanggapan Persepsi Manfaat Pernyataan 8	62
Tabel 4.14 Tanggapan Kemudahan Penggunaan Pernyataan 1	63
Tabel 4.15 Tanggapan Kemudahan Penggunaan Pernyataan 2	64
Tabel 4.16 Tanggapan Kemudahan Penggunaan Pernyataan 3	65
Tabel 4.17 Tanggapan Kemudahan Penggunaan Pernyataan 4	66
Tabel 4.18 Tanggapan Kemudahan Penggunaan Pernyataan 5	67
Tabel 4.19 Tanggapan Kemudahan Penggunaan Pernyataan 6	68
Tabel 4.20 Tanggapan Kemudahan Penggunaan Pernyataan 7	69
Tabel 4.21 Tanggapan Kepercayaan Pernyataan 1	70
Tabel 4.22 Tanggapan Kepercayaan Pernyataan 2	71
Tabel 4.23 Tanggapan Kepercayaan Pernyataan 3	72
Tabel 4.24 Tanggapan Kepercayaan Pernyataan 4	73
Tabel 4.25 Tanggapan Kepercayaan Pernyataan 5	74
Tabel 4.26 Tanggapan Kepercayaan Pernyataan 6	75
Tabel 4.27 Tanggapan Kepercayaan Pernyataan 7	76
Tabel 4.28 Tanggapan Minat Penggunaan Pernyataan 1	77
Tabel 4.29 Tanggapan Minat Penggunaan Pernyataan 2	78
Tabel 4.30 Tanggapan Minat Penggunaan Pernyataan 3	79
Tabel 4.31 Tanggapan Minat Penggunaan Pernyataan 4	80

Tabel 4.32 Tanggapan Minat Penggunaan Pernyataan 5	81
Tabel 4.33 Tanggapan Minat Penggunaan Pernyataan 6	82
Tabel 4.34 Tanggapan Minat Penggunaan Pernyataan 7	83
Tabel 4.35 Tanggapan Minat Penggunaan Pernyataan 8	84
Tabel 4.36 Uji Validitas	86
Tabel 4.37 Uji Reliabilitas Persepsi Manfaat	88
Tabel 4.38 Uji Reliabilitas Kemudahan Penggunaan.....	88
Tabel 4.39 Uji Reliabilitas Kepercayaan.....	88
Tabel 4.40 Uji Reliabilitas Minat Penggunaan	89
Tabel 4.41 Hasil Uji Normalitas	91
Tabel 4.42 Hasil Uji Multikolinieritas	92
Tabel 4.43 Hasil Uji Autokorelasi	94
Tabel 4.44 Hasil ANOVA.....	95
Tabel 4.45 Parameter Kuantitatif Korelasi Persepsi Manfaat, Kemudahan Penggunaan, dan Kepercayaan dan Minat Menggunakan.....	95
Tabel 4.46 Parameter Kuantitatif Linier Sederhana variabel Persepsi Manfaat Terhadap Minat Menggunakan	96
Tabel 4.47 Parameter Kuantitatif Linier Sederhana Variabel Kemudahan Penggunaan terhadap Minat Menggunakan	97
Tabel 4.48 Parameter Kuantitatif Linier Sederhana Variabel Kepercayaan Terhadap Minat Menggunakan	98
Tabel 4.49 Parameter Kuantitatif Korelasi Persepsi Manfaat Terhadap Minat Menggunakan	99

Tabel 5.50 Paramenter Kuantitatif korelasi Kemudahan Penggunaan Terhadap Minat Menggunakan	99
Tabel 5.51 Paramenter Kuantitatif Korelasi Kepercayaan Terhadap Minat Menggunakan	100
Tabel 5.52 Paramenter Korelasi Persepsi Manfaat, Kemudahan Penggunaan, dan kepercayaan Terhadap Minat Menggunakan	101
Tabel 5.53 Hasil Kuantitatif Uji F.....	102
Tabel 5.54 Paramenter Kuantitatif Hasil Uji T Variabel Persepsi Manfaat Terhadap Minat Penggunaan.....	103
Tabel 5.55 Paramenter Kuantitatif Hasil Uji T Variabel Kemudahan Penggunaan Terhadap Minat Menggunakan.....	104
Tabel 5.56 Paramenter Kuantitatif Hasil Uji T Variabel Kepercayaan Terhadap Minat Menggunakan	104
Tabel 5.57 Ringakasan Uji Hipotesis.....	105

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1.1 Pengguna Internet di Indonesia.....	3
Gambar 2.1 <i>Technology Acceptance Model</i>	18
Gambar 2.2 Kerangka Pemikiran	32
Gambar 2.3 Pradigma Penelitian	33
Gambar 3.1 Skala Interval	39
Gambar 4.1 Analisis Grafik Hasil Uji Normalitas.....	90
Gambar 4.2 Analisis Grafik Hasil Uji Heterokedastisitas.....	93



LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1 Kuesioner	114
Lampiran 2 Tabulasi Data Responden	119
Lampiran 3 Tanggapan Responden Variabel Persepsi Manfaat.....	123
Lampiran 4 Tanggapan Responden Variabel Kemudahan Penggunaan	126
Lampiran 5 Tanggapan Responden Variabel Kepercayaan	129
Lampiran 6 Tanggapan Responden Variabel Minat Penggunaan	132
Lampiran 7 Hasil Outuput SPSS Uji Validitas, Uji Reliabilitas	135
Lampiran 8 Titik Persentase Distribusi T.....	140
Lampiran 9 Tititk Persentase Distribusi F.....	141
Lampiran 10 Taraf Signifikansi dan R table	142
Lampiran 10 Daftar Riwayat Hidup	146