

HALAMAN MOTTO

"You are not the opinion of someone who doesn't know you."

Taylor Swift



HALAMAN PERSEMBAHAN

Dengan penuh rasa syukur kepada Allah SWT atas segala rahmat, nikmat, dan karunia-Nya sehingga skripsi ini dapat diselesaikan. Karya sederhana ini penulis persembahkan kepada:

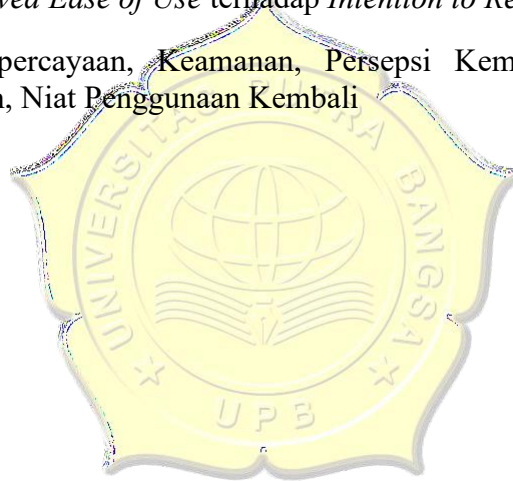
1. Kedua orang tua penulis Bapak Riyanto dan Ibu Astuti Amd, Farm. yang senantiasa selalu mendukung penulis.
2. Tante penulis Asnita. S,T yang selalu memberikan semangat dan dukungan pada penulis.
3. Untuk kakak sepupu saya Anita Savitri S.Farm. yang selalu membantu penulis untuk selalu membantu penulis menyelesaikan penelitian ini di tengah kesibukan.
4. Untuk adik sepupu Azzam Khalief shakiel yang selalu memberi semangat untuk menyelesaikan penelitian dan selalu bertanya walau belum mengerti.
5. Bapak Eko Wardoyo, S.E., M.M selaku dosen pembimbing yang selalu membantu dan memberikan arahan agar menyelesaikan skripsi dengan baik.
6. Untuk ka Raihan Eddrin dan ka Anindya Yurika selaku *founder* dan *co-founder* dari organisasi job on yours yang melalui organisasi telah memberikan penulis pengalaman di berbagai posisi organisasi tersebut.

Semoga karya ini dapat memberikan manfaat bagi perkembangan ilmu pengetahuan dan menjadi langkah awal untuk memberikan kontribusi yang lebih baik bagi masyarakat.

ABSTRAK

Kemajuan teknologi digital telah mendorong peningkatan penggunaan dompet digital sebagai salah satu metode pembayaran yang praktis dan efisien. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kepercayaan, keamanan, dan kemudahan penggunaan yang dirasakan terhadap niat untuk menggunakan kembali dengan kepuasan pelanggan sebagai variabel perantara. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei melalui pengiriman kuesioner kepada 200 responden yang menggunakan perangkat digital di Indonesia. Temuan penelitian menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan dipengaruhi secara positif oleh persepsi kemudahan penggunaan, keamanan, dan kepercayaan. Selain itu, kepuasan pelanggan memiliki dampak positif terhadap niat untuk menggunakan kembali. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Trust*, *Security*, dan *Perceived Ease of Use* berpengaruh positif terhadap *Customer Satisfaction*. Selain itu, *Customer Satisfaction* berpengaruh positif terhadap *Intention to Reuse*. Hasil penelitian juga menunjukkan bahwa *Customer Satisfaction* mampu memediasi pengaruh *Trust*, *Security*, dan *Perceived Ease of Use* terhadap *Intention to Reuse*.

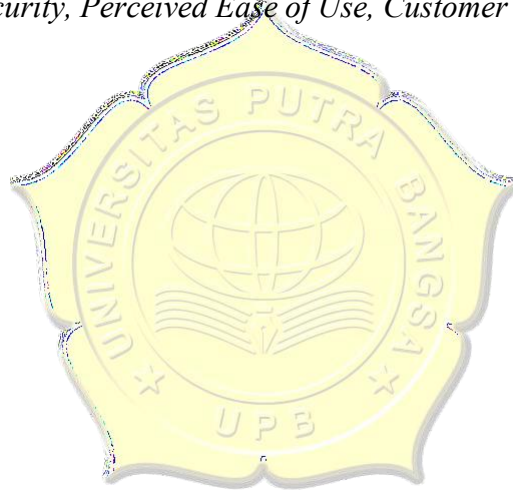
Kata kunci : Kepercayaan, Keamanan, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Kepuasan Pelanggan, Niat Penggunaan Kembali



ABSTRACT

Advances in digital technology have driven the increased use of digital wallets as a practical and efficient payment method. This study aims to analyze the influence of perceived trust, security, and ease of use on the intention to reuse, with customer satisfaction serving as a mediating variable. This study employs a quantitative approach using a survey method, distributing questionnaires to 200 respondents who use digital devices in Indonesia. The findings indicate that customer satisfaction is positively influenced by perceptions of ease of use, security, and trust. Furthermore, customer satisfaction has a positive impact on the intention to reuse. The results indicate that Trust, Security, and Perceived Ease of Use have a positive effect on Customer Satisfaction. Furthermore, Customer Satisfaction has a positive effect on Intention to Reuse. The findings also show that Customer Satisfaction mediates the effects of Trust, Security, and Perceived Ease of Use on Intention to Reuse.

Key word: *Trust, Security, Perceived Ease of Use, Customer Satisfaction, Intention to Reuse*



KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa atas rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Peran *Customer Satisfaction* dalam Memediasi Pengaruh *Trust, Security*, dan *Perceived Ease of Use* terhadap *Intention to Reuse* pada Layanan *Fintech ShopeePay*”. Penyusunan skripsi ini tidak terlepas dari bantuan, bimbingan, dukungan, dan doa dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis menyampaikan terima kasih kepada:

1. Kedua orang tua penulis yang selalu dengan senantiasa memberikan doa, kasih sayang, motivasi, dan dukungan baik secara moral maupun material.
2. Dr. Gunarso Wiwoho, S.E., M.M. selaku rektor dari Universitas Putra Bangsa
3. Bapak Anton Prasetyo, SE., MM selaku Ketua Program Studi Sarjana Bisnis Digital
4. Bapak Eko wardoyo, S.E., M.M selaku dosen pembimbing, yang telah meluangkan waktu, tenaga, dan pikiran untuk memberikan arahan, masukan, serta bimbingan selama proses penyusunan skripsi.
5. Seluruh Bapak/Ibu dosen Program Studi Bisnis digital yang telah memberikan ilmu, pengalaman, dan wawasan selama masa perkuliahan.
6. Kepada dua sahabat penulis yang jauh dai tangerang dan seluruh teman-teman prodi Bisnis digital yang sudah sangat membantu penulis untuk menyelesaikan skripsi.
7. Kepada penyanyi favorit penulis Taylor Swift dan olivia rodrigio yang seluruh karyanya menemani penulis selama skripsian.

8. Kepada Charles Leclerc, Carlos Sainz Jr, Andrea Kimi Antonelli, Max Verstappen, Lewis Hamilton, Oscar Piastri, Isack Hadjar, Lando Norris, Gabriel Bortoleto, Arvid Linbald, Pierre Gasly, Liam lawson, Nico Hulenberg, Olliver Bearman, Alex Albon, Esteban Ocon, Valtteri Bottas, Fernando Alonso, Lance Stroll, Sergio Perez, dan George Russel yang telah menjadi hiburan penulis dikala jenuh akan skripsi.
9. Kepada Tim Scuderia Ferrari yang melalui dedikasi, semangat juang, kerja keras, dan filosofi *Forza Ferrari Sempre* telah menginspirasi penulis untuk tetap optimis, belajar dari setiap tantangan, dan terus berusaha memberikan hasil terbaik dalam menyelesaikan penelitian ini.
10. Kepada Bryan Bozzi *race engineer* Charles Leclerc dengan kalimat yang ikonik “*Ma come mi fai sognare, come mi fai sognare*” yang berhasil menginspirasi penulis untuk tetap disiplin, fokus, dan menikmati setiap proses dalam menyelesaikan penelitian ini.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun demi penyempurnaan penelitian ini. Akhir kata, penulis berharap semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi pembaca, pengembangan ilmu pengetahuan, serta menjadi referensi bagi penelitian selanjutnya.

Kebumen, 27 Juli, 2026

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL DEPAN	i
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN UJIAN.....	iii
HALAMAN BEBAS PLAGIARISME	iiiv
HALAMAN MOTTO.....	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
ABSTRAK	vii
<i>ABSTRACT</i>	viiiviii
KATA PENGANTAR.....	ix
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR GAMBAR	xvi
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
10.1. Latar Belakang Masalah	1
10.2. Rumusan Masalah.....	10
10.3. Batasan Masalah	11
10.4. Tujuan Penelitian	12
10.5. Manfaat Penelitian	13
BAB II	16
KAJIAN PUSTAKA	16

2.1. Tinjauan Teori	16
2.1.1. <i>Financial Technology</i>	16
2.1.2. <i>E-Wallet</i>	19
2.1.3. <i>Trust</i>	21
2.1.4. <i>Security</i>	23
2.1.5. <i>Perceived ease of use</i>	28
2.1.6. <i>Customer Satisfaction</i>	31
2.1.7. <i>Intention to reuse</i>	33
2.1.8. <i>Technology Acceptance Model</i>	34
2.2. Penelitian Terdahulu	37
2.3. Hubungan Antar Variabel.....	41
2.3.1. Hubungan <i>Trust</i> dengan <i>Customer satisfaction</i>	41
2.3.2. Hubungan <i>Trust</i> dengan <i>Intention to Reuse</i>	42
2.3.3. Hubungan <i>security</i> dengan <i>Customer satisfaction</i>	44
2.3.4. Hubungan <i>security</i> dengan <i>Intention to Reuse</i>	44
2.3.5. Hubungan <i>perceived ease of use</i> dengan <i>Customer satisfaction</i>	45
2.3.6. Hubungan <i>perceived ease of use</i> dengan <i>intention to reuse</i>	46
2.3.7. Peran <i>Customer Satisfaction</i> sebagai Variabel Mediasi.....	46
2.4. Model Empiris	47
2.5. Hipotesis	48
BAB III.....	50
METODE PENELITIAN	50
3.1. Objek dan Subjek Penelitian.....	50
3.1.1. Objek	50
3.1.2. Subjek penelitian	50

3.2. Variable Penelitian.....	51
3.2.1. Variable Independen.....	51
3.2.2. Variable Dependen	51
3.2.3. Variable Mediasi	51
3.3. Definisi Operasional Variabel	52
3.3.1. <i>Trust</i> (X1).....	52
3.3.2. <i>Security</i> (X2)	52
3.3.3. <i>Perceived Ease of Use</i> (X3)	53
3.3.4. <i>Custemer satisfaction</i> (M).....	55
3.3.5. <i>Intention to Reuse</i> (Y)	55
3.4. Instrumen atau Alat Pengumpulan Data.....	56
3.5. Data dan Teknik Pengupulan Data	57
3.5.1. Jenis data.....	57
3.5.2. Teknik pengumpulan data	58
3.6. Populasi dan Sampel.....	58
3.6.1. Populasi	58
3.6.2. <i>Sample</i>	59
3.7. Teknik Analisis	60
BAB IV	66
ANALISIS DAN PEMBAHASAN.....	66
4.1. Analisis Deskriptif	66
4.1.1. Karakteristik berdasarkan domisili.....	66
4.1.2. Karkteristik berdasarkan jenis kelamin	67
4.1.3. Karakteristik berdasarkan usia	68
4.1.4. Karakteristik berdasarkan pekerjaan	68

4.2.	Analisis Statistik Deskriptif	69
4.3.	Analisis Statistik	72
4.3.1	Uji Outer Model	72
4.3.2.	Uji Inner Model	79
4.4.	Pembahasan	92
4.4.1.	Pengaruh Trust terhadap Customer Satisfaction	92
4.4.2.	Pengaruh Security terhadap Customer Satisfaction.....	95
4.4.3.	Pengaruh Perceived Ease of Use terhadap Customer Satisfaction ..	97
4.4.4.	Pengaruh Trust terhadap Intention to Reuse	99
4.4.5.	Pengaruh Security terhadap Intention to Reuse	101
4.4.6.	Pengaruh Perceived Ease of Use terhadap Intention to Reuse	104
4.4.7.	Pengaruh Customer Satisfaction terhadap Intention to Reuse	106
4.4.8.	Peran Customer Satisfaction dalam Memediasi Pengaruh Trust terhadap Intention to Reuse	109
4.4.9.	Peran Customer Satisfaction dalam Memediasi Pengaruh Security terhadap Intention to Reuse.....	111
4.4.10.	Peran Customer Satisfaction dalam Memediasi Pengaruh Perceived Ease of Use terhadap Intention to Reuse	113
BAB V.....		117
SIMPULAN.....		117
5.1.	Simpulan	117
5.2.	Keterbatasan.....	119
5.3.	Implikasi	120
5.3.1	Implikasi Praktis.....	120
5.3.2	Implikasi Teoritis	122
DAFTAR PUSTAKA.....		125

DAFTAR TABEL

Tabel II - 1 Penelitian Terdahulu.....	37
Tabel III - 1 Distribusi indikator Trust.....	51
Tabel III - 2 Distribusi indikator security.....	52
Tabel III - 3 Distribusi variabel Perceived Ease of Use	53
Tabel III - 4 Distribusi customer satisfaction	54
Tabel III - 5 Distribusi Intention to Reuse	55
Tabel IV - 1 Tabel domisili	65
Tabel IV - 2 Tabel jenis kelamin.....	66
Tabel IV - 3 Tabel usia.....	67
Tabel IV - 4 Tabel pekerjaan.....	67
Tabel IV - 5 Tabel hasil analisis statistik	69
Tabel IV - 6 Tabel Outer Loading.....	72
Tabel IV - 7 Tabel Ave.....	74
Tabel IV - 8 Tabel Table Crossloading	75
Tabel IV - 9 Tabel HTMT	77
Tabel IV - 10 Tabel Composite Reability	78
Tabel IV - 11 Tabel Cronbach's Alpha	79
Tabel IV - 12 Tabel Path Coefficient	80
Tabel IV - 13 Tabel Koefisien Determinasi (R-Square).....	82
Tabel IV - 14 Tabel Nilai Q-square.....	83
Tabel IV - 15 Tabel F-square	84
Tabel IV - 16 Tabel Vif.....	85
Tabel IV - 17 Tabel Mediasi	87
Tabel IV - 18 Tabel Hipotesis	88

DAFTAR GAMBAR

Gambar I - 1 Metode Pembayaran Yang Digunakan Responden Saat Belanja Online.....	2
Gambar I - 2 5 E-Wallet Paling Sering Digunakan Gen Z & Milenial	4
Gambar I - 3 Berita Muncul Notifikasi Pembayaran ShopeePay	5
Gambar II - 1 Gambar Model Empris	48



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner	130
Lampiran 2. Data Responden	134
Lampiran 3. Data responden.....	144
Lampiran 4. Hasil Outer Loading.....	153
Lampiran 5. Hasil Inner Model	154
Lampiran 6. Kartu Konsultasi Skripsi.....	155
Lampiran 7. Kartu Seminar Proposal	156

