

HALAMAN MOTTO

“Pressure is a privilege”

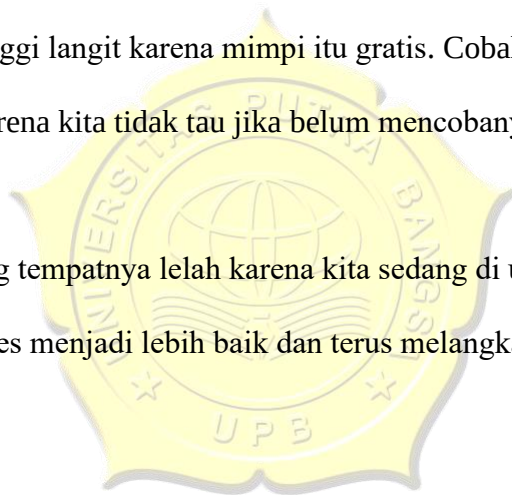
Billie Jean King

“Sesungguhnya Allah tidak akan mengubah keadaan suatu kaum sampai mereka mengubah keadaan yang ada pada diri mereka sendiri.”

(QS. Ar-Ra’d: 11)

“Bermimpilah setinggi langit karena mimpi itu gratis. Cobalah meraih mimpi itu karena kita tidak tau jika belum mencobanya.”

“Hidup itu memang tempatnya lelah karena kita sedang di uji di dunia, teruslah berproses menjadi lebih baik dan terus melangkah maju”



HALAMAN PERSEMBAHAN

Pertama penulis ucapkan puji syukur kehadiran Allah SWT atas segala nikmat berupa kesehatan, kekuatan dan inspirasi yang banyak dalam proses penyelesaian skripsi ini. Shalawat serta salam selalu terlimpahkan pada Nabi Muhammad SAW. Skripsi ini penulis persembahkan sebagai bukti usaha serta cinta dan kasih sayang kepada orang-orang yang sangat berharga dalam hidupku.

Untuk karya yang sederhana ini, maka penulis persembahkan untuk:

1. Kedua orang tua penulis, yang selalu memberikan doa dan selalu memberikan dukungan, Alhamdulillah kini penulis sudah berada ditahap ini, menyelesaikan karya tulis sederhana ini.
2. Saudara kandung saya yang telah memberikan motivasi dan selalu memberikan dukungan kepada penulis, sehingga penulis tidak menyerah dalam proses menyusun skripsi.
3. Dosen pembimbing Bapak Dr. Sigit Wibawanto, S.E., M.M yang selalu memberikan semangat kepada penulis, selalu sabar saat memberikan bimbingan dan telah memberikan arahan, koreksi sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.
4. Semua dosen yang telah mengajarkan dan mendidik penulis dengan penuh rasa sabar dan ikhlas, sehingga ilmu yang penulis dapat di bangku perkuliahan dapat menjadi ilmu yang bermanfaat untuk banyak orang.
5. Seluruh pimpinan, staff dan pegawai Universitas Putra Bangsa yang telah memberikan izin, bantuan, serta dukungan selama proses penelitian berlangsung.

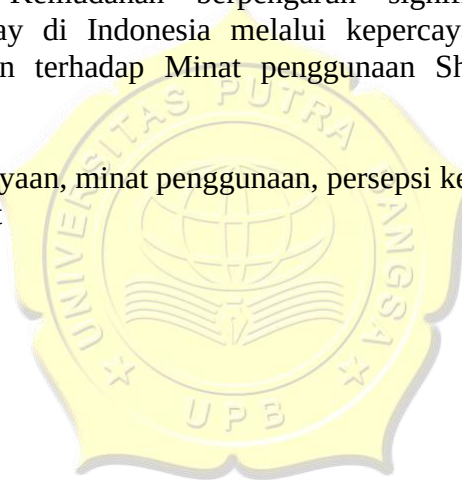
6. Seluruh responden yang telah berpartisipasi dalam mengisi kuesioner penelitian dan turut membantu terselesaikannya penelitian ini. Dan orang-orang baik yang sudah membantu menyebar luaskan kuesioner penelitian ini.
7. Teman - teman penulis Dita, Shiva, Shafira, Aisyah dan Pipit yang saya sayangi karena telah memberikan semangat.
8. Diri penulis sendiri, sebagai bentuk apresiasi atas usaha, ketekunan, dan ketahanan dalam menyelesaikan proses pendidikan ini. Terima kasih telah mampu bertahan, menghadapi berbagai tantangan, serta terus berupaya menyelesaikan setiap tahapan hingga titik ini.



ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh Persepsi Kemudahan dan Persepsi Manfaat terhadap Minat Penggunaan ShopeePay dengan Kepercayaan Sebagai Variabel Mediasi. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah pengguna e-wallet di Indonesia dengan sampel sebanyak 103 responden yang ditentukan dengan rumus Heir dan purposive sampling sebagai Teknik pengambilan sampel. Pengumpulan data dilakukan dengan menyebarkan kuesioner melalui google form. Teknik analisis data menggunakan SPSS. Hasil penelitian ini yaitu Persepsi Kemudahan tidak berpengaruh signifikan terhadap Kepercayaan pengguna ShopeePay di Indonesia. Persepsi Manfaat berpengaruh signifikan terhadap Kepercayaan pengguna ShopeePay di Indonesia. Persepsi Kemudahan tidak berpengaruh signifikan terhadap Minat penggunaan ShopeePay di Indonesia. Persepsi Manfaat tidak berpengaruh signifikan terhadap Minat penggunaan ShopeePay di Indonesia. Kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap Minat penggunaan ShopeePay di Indonesia. Persepsi Kemudahan berpengaruh signifikan terhadap Minat penggunaan ShopeePay di Indonesia melalui kepercayaan. Persepsi Manfaat berpengaruh signifikan terhadap Minat penggunaan ShopeePay di Indonesia melalui kepercayaan.

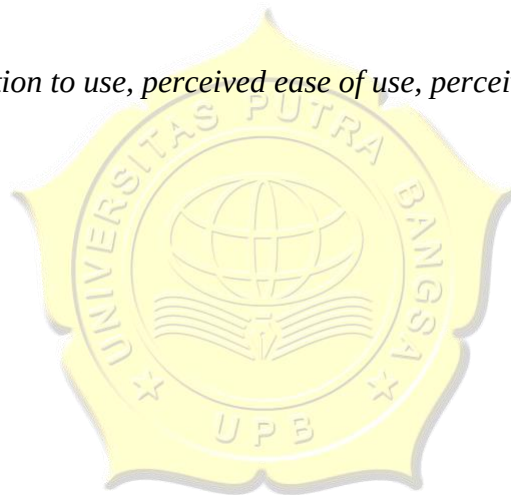
Kata kunci : kepercayaan, minat penggunaan, persepsi kemudahan, persepsi manfaat



ABSTRACT

This study aims to analyze the influence of Perceived Ease of Use and Perceived Usefulness on the intention to use ShopeePay, with Trust acting as a mediating variable. A quantitative research method was employed. The study population consisted of e-wallet users in Indonesia, with a sample of 103 respondents determined using the Heir formula and purposive sampling. Data were collected via Google Forms, and analysis was conducted using SPSS. The results indicate that Perceived Ease of Use does not significantly influence the trust of ShopeePay users in Indonesia, whereas Perceived Usefulness does not significant influence on trust. Perceived Ease of Use does not significantly influence the intention to use ShopeePay in Indonesia, Perceived Usefulness does not significant influence on this intention. Trust significantly influences the intention to use ShopeePay in Indonesia. Furthermore, Perceived Ease of Use significantly influences the intention to use ShopeePay in Indonesia through trust, and Perceived Usefulness significantly influences the intention to use ShopeePay in Indonesia through trust.

Keywords : *intention to use, perceived ease of use, perceived usefulness, trust*



KATA PENGANTAR

Alhamdulillahirabbil'alamiin, segala nikmat dan puji syukur atas kehadiran Allah SWT, sehingga penulis telah berhasil menyelesaikan tugas akhir skripsi dengan judul “Pengaruh Persepsi Kemudahan dan Persepsi Manfaat terhadap Minat Penggunaan ShopeePay melalui Kepercayaan sebagai Variabel Mediasi”. Skripsi ini tidak dapat diselesaikan dengan baik apabila tanpa bantuan dan bimbingan dari pihak-pihak yang telah berjasa selama skripsi ini disusun hingga selesai, untuk itu penulis mengucapkan terimakasih kepada:

1. Orang tua dan keluarga tercinta yang telah memberikan doa dan motivasi bagi penulis.
2. Bapak Dr. Sigit Wibawanto, S.E., M.M selaku Dosen Pembimbing yang sudah berjasa meluangkan waktunya dan dengan penuh kesabaran memberikan pengajaran, membimbing, memberikan arahan dan masukan kepada penulis agar skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.
3. Seluruh Bapak dan Ibu Dosen serta pegawai staff Universitas Putra Bangsa Kebumen.
4. Seluruh responden yang telah berpartisipasi dalam mengisi kuesioner penelitian dan turut membantu terselesaikannya penelitian ini.
5. Teman - teman penulis Dita, Shiva, Shafira, Aisyah dan Pipit yang saya sayangi karena telah memberikan semangat.
6. Dan orang-orang baik yang sudah membantu menyebar luaskan kuesioner penelitian ini.

Penulis menyadari bahwa masih banyak kekurangan baik secara isi maupun tulisan, hal ini dikarenakan keterbatasan ilmu pengetahuan, dan pengalaman yang dimiliki oleh penulis, untuk itu penulis mohon maaf yang sebesar-besarnya serta penulis berharap kritik dan saran yang membangun bagi penelitian ini agar nantinya dapat menjadi contoh yang lebih baik bagi penelitian-penelitian yang lain.

Akhir kata terima kasih sekali lagi untuk nama dari pihak yang terlampir serta pihak-pihak yang sudah berjasa namun tidak dapat ditulis satu persatu, semoga skripsi ini bermanfaat bagi semua pihak yang membacanya.



DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN UJIAN	iv
HALAMAN BEBAS PLAGIARISME	v
HALAMAN MOTTO	vi
HALAMAN PERSEMBAHAN	vii
ABSTRAK.....	ix
KATA PENGANTAR	xi
DAFTAR ISI.....	xiii
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang Masalah.....	1
1.2. Rumusan Masalah	10
1.3. Batasan Masalah.....	11
1.4. Tujuan Penelitian.....	16
1.5. Manfaat Penelitian.....	17
BAB II KAJIAN PUSTAKA.....	19
2.1. Tinjauan Teori	19
2.2. Penelitian Terdahulu.....	45
2.3. Hubungan Antar Variabel	58
2.4. Model Empiris.....	67
2.5. Hipotesis	68
BAB III METODE PENELITIAN.....	69
3.1. Objek dan Subjek Penelitian	69
3.2. Variabel Penelitian	69
3.3. Definisi Operasional Variabel	71
3.4. Instrumen atau Alat Pengumpulan Data.....	76

3.5. Data dan Teknik Pengupulan Data	78
3.6. Populasi dan Sampel	79
3.7. Teknik Analisis Data	81
BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN.....	88
4.1. Analisis	88
4.2. Pembahasan	110
BAB V SIMPULAN	115
5.1. Simpulan.....	115
5.2. Keterbatasan	117
5.3. Implikasi	119
DAFTAR PUSTAKA	121
LAMPIRAN.....	125



DAFTAR TABEL

Tabel I-1 Hasil Observasi terhadap Minat Penggunaan ShopeePay	5
Tabel II-1 Penelitian Terdahulu	54
Tabel III-1 Indikator dan Distribusi Variabel Minat Penggunaan	73
Tabel III-2 Indikator dan Distribusi Variabel Kepercayaan	74
Tabel III-3 Indikator dan Distribusi Variabel Persepsi Kemudahan.....	75
Tabel III-4 Indikator dan Distributor Variabel Persepsi Manfaat.....	76
Tabel IV-1 Tabel Jenis Kelamin Responden	88
Tabel IV-2 Tabel Usia Responden	89
Tabel IV-3 Tabel Jenis Pekerjaan Responden	90
Tabel IV-4 Validitas Persepsi Kemudahan.....	92
Table IV-5 Validitas Persepsi Manfaat	93
Table IV-6 Validitas kepercayaan.....	93
Table IV-7 Validitas minat penggunaan	94
Table IV-8 Hasil Uji Reliabilitas	95
Table IV-9 Hasil uji Multikolineritas Sub Struktural I	101
Table IV-10 Hasil uji Multikolineritas Sub Struktural II.....	101
Table IV-11 Hasil uji t Sub Struktural I.....	103
Table IV-12 Hasil uji t Sub Struktural II	104
Table IV-13 Hasil uji determinasi Sub Struktural I	106
Table IV-14 Hasil uji determinasi Sub Struktural II.....	106
Table IV-14 Hasil uji korelasi.....	107
Table IV-15 Hasil uji sobel	109
Table IV-16 Hasil uji sobel	109

DAFTAR GAMBAR

Gambar I-1 Dompot digital populer	3
Gambar II-1 Model Original yang diusulkan oeh Fred Davis (1989).....	30
Gambar II-2 Model final yang diusulkan oeh Fred Davis & Venkatesh (1989)...	31
Gambar II-3 Model final yang diusulkan oeh Fred Davis & Venkatesh (1996)...	32
Gambar II-4 Model Empiris.....	67
Gambar IV-1 Hasil Uji Normalitas Sub Struktural 1.....	97
Gambar IV-2 Hasil Uji Normalitas Sub Struktural II	98
Gambar IV-3 Hasil Uji Heterokedastisitas Sub Struktural I.....	99
Gambar IV-4 Hasil Uji Heterokedastisitas Sub Struktural II.....	100



DAFTAR LAMPIRAN

Kuesioner	125
Data Responden	129
Tabulasi Data	132
Uji validitas	138
Uji reliabilitas.....	140
Uji normalitas.....	140
Uji Heterokedastisitas	141
Uji multikolineritas	142
Uji t	143
Uji Determinasi	144
Uji korelasi.....	144
Uji sobel	145
Kartu Bimbingan.....	146
Kartu seminar proposal	147

