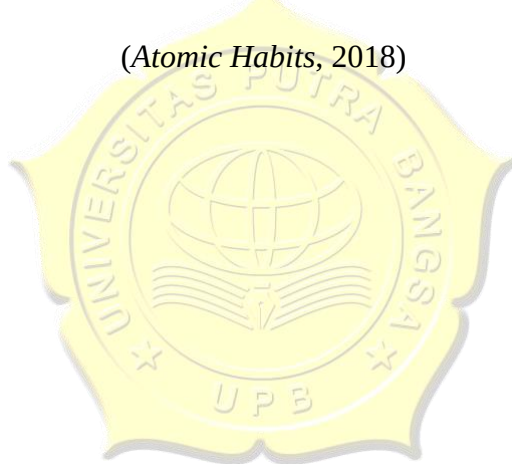


HALAMAN MOTTO

“Kesuksesan bukanlah hasil dari perubahan besar yang terjadi sekali seumur hidup, melainkan buah dari kebiasaan kecil yang dilakukan secara konsisten setiap hari. Setiap tindakan yang kita lakukan adalah sebuah suara yang menentukan siapa diri kita di masa depan. Selama kita mampu menjaga semangat, menumbuhkan kebiasaan baik, dan terus melangkah sedikit demi sedikit, maka mimpi besar akan menjadi nyata pada waktunya.”

“Success is the product of daily habits—not once-in-a-lifetime transformations. Every action you take is a vote for the type of person you wish to become.”

(*Atomic Habits*, 2018)



HALAMAN PERSEMBAHAN

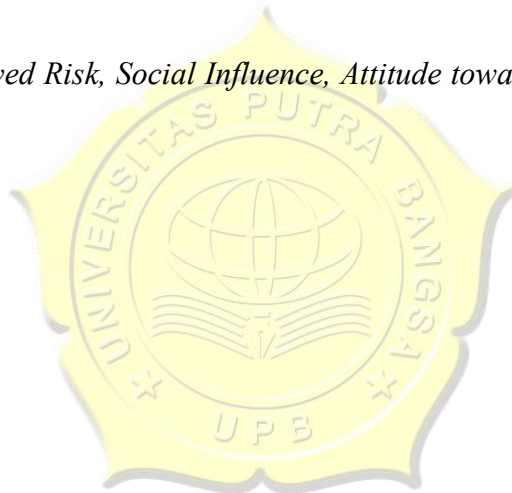
Dengan mengucapkan rasa syukur kepada Alloh SWT atas terselesaikannya skripsi ini maka penulis mempersembahkan kepada:

1. Bapak dan Ibu tercinta, yang selalu menjadi sumber kekuatan, doa, dan kasih sayang tanpa batas. Terima kasih atas segala pengorbanan dan dukungan yang tak pernah henti, yang mengiringi setiap langkahku.
2. Adek-adekku tersayang, yang selalu membawa kebahagiaan dan semangat dalam hidupku. Kalian adalah motivasi dan penyemangatku untuk terus berusaha dan tidak menyerah.
3. Teman-teman terbaikku, yang setia menemani dalam suka dan duka selama perjalanan perkuliahan hingga masa penyusunan skripsi ini. Terima kasih atas kebersamaan, tawa, dan semangat yang selalu menguatkan aku.
4. Para dosen pembimbing dan seluruh dosen di Universitas Putra Bangsa, yang dengan sabar membimbing, memberikan ilmu, dan mendorongku untuk terus berkembang. Terima kasih atas ilmu dan arahan yang sangat berarti bagi keberhasilan skripsi ini.
5. Dan untuk diriku sendiri, yang telah bertahan, berjuang, dan tidak menyerah melewati segala tantangan dan rintangan hingga sampai pada titik ini. Terima kasih atas kesabaran, keteguhan, dan semangat yang terus menyala hingga saat ini.

ABSTRAKSI

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *Perceived Risk* dan *Social Influence* terhadap *Intention to Use* aplikasi Gopay dengan *Attitude toward Using* sebagai variabel mediasi. Metode penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan *Partial Least Squares Structural Equation Modeling* (PLS-SEM) melalui SmartPLS 4.0, berdasarkan data dari 200 responden Generasi Z di Jawa Tengah yang pernah menggunakan aplikasi Gopay. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Perceived Risk* berpengaruh negatif signifikan terhadap *Attitude toward Using* dan *Intention to Use*, *Social Influence* berpengaruh positif signifikan terhadap *Attitude toward Using* dan *Intention to Use*, serta *Attitude toward Using* berpengaruh positif signifikan terhadap *Intention to Use*. Selain itu, *Attitude toward Using* terbukti memediasi secara parsial hubungan *Perceived Risk* maupun *Social Influence* terhadap *Intention to Use*. Temuan ini menegaskan bahwa sikap pengguna merupakan faktor penting dalam membentuk niat penggunaan, di mana risiko yang dirasakan cenderung menghambat, sedangkan pengaruh sosial mendorong adopsi Gopay.

Kata kunci: *Perceived Risk, Social Influence, Attitude toward Using, Intention to Use, Gopay*



ABSTRACT

This study aims to analyze the effect of Perceived Risk and Social Influence on Intention to Use the Gopay application, with Attitude toward Using as a mediating variable. A quantitative approach with Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM) using SmartPLS 4.0 was employed, based on data from 200 Generation Z respondents in Central Java who had used the Gopay application. The results show that Perceived Risk has a significant negative effect on Attitude toward Using and Intention to Use, Social Influence has a significant positive effect on Attitude toward Using and Intention to Use, and Attitude toward Using significantly influences Intention to Use. Furthermore, Attitude toward Using partially mediates the relationship between Perceived Risk and Social Influence on Intention to Use. These findings emphasize that user attitude is an important factor in shaping usage intention, where Perceived Risk tends to inhibit, while Social Influence encourages the adoption of Gopay.

Keywords: *Perceived Risk, Social Influence, Attitude toward Using, Intention to Use, Gopay*



KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT atas limpahan rahmat, taufik, dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “*Peran Attitude toward Using dalam Memediasi Pengaruh Perceived Risk dan Social Influence terhadap Intention to Use Aplikasi Gopay*”. Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana pada Program Studi Bisnis Digital, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Putra Bangsa.

Terselesainya skripsi ini tidak lepas dari bantuan dan dukungan berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Dosen pembimbing yang telah meluangkan waktu, memberikan bimbingan, arahan, dan koreksi dalam penyusunan skripsi ini.
2. Seluruh dosen Universitas Putra Bangsa yang telah memberikan dukungan selama penulis menjalani masa studi
3. Kedua orang tua dan keluarga tercinta yang senantiasa memberikan doa, kasih sayang, serta dukungan moril dan materiil yang tiada henti.
4. Teman-teman seperjuangan di Program Studi Bisnis Digital angkatan 2021 yang telah memberikan semangat, bantuan, dan kebersamaan selama proses perkuliahan hingga penyusunan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih memiliki kekurangan. Oleh karena itu, penulis terbuka terhadap segala kritik dan saran yang bersifat membangun demi penyempurnaan karya ini. Semoga skripsi ini dapat memberikan

manfaat bagi pembaca serta dapat menjadi sumbangan ilmiah dalam pengembangan kajian di bidang bisnis digital.

Kebumen, 20 Agustus 2025

Difa Zain



DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	ii
HALAMAN PERSETUJUAN.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN UJIAN	i
HALAMAN BEBAS PLAGIARISME	iii
HALAMAN MOTTO.....	vi
HALAMAN PERSEMBAHAN	vii
ABSTRAKSI	viii
<i>ABSTRACT</i>	ix
KATA PENGANTAR	x
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR TABEL.....	xvi
DAFTAR GAMBAR	xvii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xviii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang Masalah.....	1
1.2. Rumusan Masalah.....	9
1.3. Batasan Masalah	10
1.4. Tujuan Penelitian	10
1.5. Manfaat Penelitian	11
BAB II KAJIAN PUSTAKA.....	12
2.1. Tinjauan Teori.....	12
2.1.1 <i>Technology Acceptance Model (TAM)</i>	12
2.1.2. <i>Perceived Risk</i>	14
2.1.3. <i>Social Influence</i>	16

2.1.4	<i>Attitude toward Using</i>	19
2.1.5	<i>Intention to Use</i>	21
2.2.	Penelitian Terdahulu	24
2.1.	Hubungan Antar Variabael	26
2.3.1	Hubungan Antara <i>Perceived Risk</i> terhadap <i>Attitude toward Using</i>	26
2.3.2	Hubungan Antara <i>Social Influence</i> terhadap <i>Attitude toward Using</i>	27
2.3.1	Hubungan Antara Inovasi Produk terhadap Keputusan Pembelian	29
2.3.4	Hubungan Antara <i>Social Influence</i> terhadap <i>Intention to Use</i>	30
2.3.5	Hubungan Antara <i>Attitude toward Using</i> terhadap <i>Intention to Use</i>	31
2.1.6	Hubungan Antar <i>Perceived Risk</i> dan <i>Intention to Use</i> dengan Dimediasi <i>Attitude toward Using</i>	32
2.1.7	Hubungan Antara <i>Social Influence</i> dan <i>Intention to Use</i> dengan Dimediasi <i>Attitude toward Using</i>	33
2.3.	Model Empiris	34
2.4.	Hipotesis	35
BAB III METODE PENELITIAN		37
3.1.	Objek dan Subjek Penelitian	37
3.1.1	Objek Penelitian	37
3.1.2	Subjek Penelitian	37
3.2.	Variabel Penelitian	37
3.2.1	Variabel <i>Inpenden</i> (X)	37
3.2.1	Variabel <i>Dependen</i> (Y)	38
3.2.2	Variabel Mediasi (Z)	38
3.3.	Definisi Operasional Variabel	38
3.3.1.	Variabel bebas (X)	39
3.3.2.	Variabel Tetap (Y)	40

3.3.3.	Variabel Mediasi (Z)	41
3.4.	Instrumen atau Alat Pengumpulan Data	42
3.5.	Data dan Teknik Pengumpulan Data	43
3.5.1.	Jenis Data	43
3.5.2.	Teknik Pengumpulan Data.....	44
3.6.	Populasi dan Sampel	44
3.6.1.	Populasi Penelitian.....	44
3.6.2.	Sampel Penelitian.....	45
3.6.3.	Teknik Pengambilan Sampel	45
3.7.	Teknik Analisis	46
3.7.1.	Analisis Deskriptif	46
3.7.2.	Analisis Kuantitatif	46
BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN.....		54
4.1.	Gambaran Umum.....	54
4.2.	Analisis Deskriptif	55
4.2.1.	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	56
4.2.2.	Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili	56
4.2.3.	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	58
4.2.1.	Jenis Transaksi yang Paling Sering Dilakukan Responden	58
4.3.	Analisis Statistik	59
4.3.1.	Pengujian <i>Outer Model</i>	60
4.3.2.	Pengujian <i>Inner Model</i>	68
4.3.3.	Pengujian Hipotesis.....	74
4.4	Pembahasan.....	78
4.4.1	Pengaruh <i>Perceived Risk</i> terhadap <i>Attitude toward Using</i> Aplikasi Gopay	78

4.4.2	Pengaruh <i>Social Influence</i> terhadap <i>Attitude toward Using</i> Aplikasi Gopay	79
4.4.3	Pengaruh <i>Attitude toward Using</i> terhadap <i>Intention to Use</i> Aplikasi Gopay	81
4.4.4	Pengaruh <i>Perceived Risk</i> terhadap <i>Intention to Use</i> Aplikasi Gopay	82
4.4.5	Pengaruh <i>Social Influence</i> terhadap <i>Intention to Use</i> Aplikasi Gopay	83
4.4.6	Pengaruh Tidak Langsung <i>Perceived Risk</i> terhadap <i>Intention to Use</i> melalui <i>Attitude toward Using</i>	84
4.4.7	Pengaruh Tidak Langsung <i>Social Influence</i> terhadap <i>Intention to Use</i> melalui <i>Attitude toward Using</i>	86
4.4.8	Peran Mediasi <i>Attitude toward Using</i> dalam Hubungan <i>Perceived Risk</i> dan <i>Social Influence</i> terhadap <i>Intention to Use</i>	87
BAB V SIMPULAN		89
5.1.	Simpulan	89
5.2.	Keterbatasan.....	91
5.3.	Implikasi	92
5.3.1	Implikasi Teoritis	92
5.3.2	Implikasi Praktis	93
5.4.	Saran	95
5.4.1	Saran bagi Perusahaan	95
5.4.2	Saran bagi Peneliti Selanjutnya.....	96
Daftar Pustaka		
Lampiran		

DAFTAR TABEL

Tabel II-1 Penelitian Terdahulu	24
Tabel III-1 Indikator dan Distribusi Variabel <i>Perceived Risk</i>	39
Tabel III-2 Indikator dan Distribusi Variabel <i>Social Influence</i>	40
Tabel III-3 Indikator dan Distribusi Variabel <i>Intention to Use</i>	41
Tabel III-4 Indikator dan Distribusi Variabel <i>Attitude toward Using</i>	41
Tabl IV-1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	56
Tabel IV-2 Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili	56
Tabel 1V-3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	58
Tabel IV-4 Jenis Transaksi yang Paling Sering Dilakukan Responden.....	59
Tabel IV-5 Hasil <i>Outer Loading</i> Uji <i>Congvergent Validity</i>	61
Tabel IV-6 Hasil <i>Outer Loading</i> Uji <i>Congvergent Validity</i> Tahap 2.....	62
Tabel IV-7 Hasil AVE Uji <i>Convergent Validity</i>	63
Tabel IV-8 Hasil Cross Loading Uji Drisciminant Validity	64
Tabel IV-9 Hasil HTMT Uji <i>Discriminant Validity</i>	65
Tabel IV-10 Hasil <i>Cronbach's Alpha</i> Uji <i>Realibilitas</i>	67
Tabel IV-11 Hasil Composite Reliability Uji Reliabilitas	68
Tabel IV-12 Hasil Uji Multikolinearitas	69
Tabel IV-13 Hasil <i>R-Square (R²)</i> Uji <i>Inner Model</i>	70
Tabel IV-14 Hasil <i>F-Square (F²)</i> Uji <i>Inner Model</i>	72
Tabel IV-15 Hasil <i>Direct Effect</i> Uji Hipotesis.....	75
Tabel IV-16 Hasil <i>Indirect Effect</i> Pengujian Hipotesis.....	77

DAFTAR GAMBAR

Gambar I-1 Pengguna Internet di Indonesia	2
Gambar II-1 <i>Technology Acceptance Model</i> (TAM).....	13
Gambar II-2 Model Empiris.....	35
Gambar IV-1 Model Konstruk Laten pada SEM-PLS	60



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner

Lampiran 2. Data Responden

Lampiran 3. Tabulasi Data

Lampiran 4. Hasil *SEM-PLS*

Lampiran 5. Pengujian Outer Model

Lampiran 6. Pengujian Inner Model

Lampiran 7. Pengujian Hipotesis

Lampiran 8. Kartu Bimbingan Skripsi

Lampiran 9. Kartu Seminar Proposal.

