



**PENGARUH PERSEPSI KEMUDAHAN PENGGUNAAN,  
PERSEPSI KEMANFAATAN, DAN PROMOSI TERHADAP  
KEPUTUSAN PENGGUNAAN SHOPEEPAY**

**SKRIPSI**

**SADAM TAUFIK 2010111119**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN PROGRAM SARJANA  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL “VETERAN” JAKARTA**

**2023**



**PENGARUH PERSEPSI KEMUDAHAN PENGGUNAAN,  
PERSEPSI KEMANFAATAN, DAN PROMOSI TERHADAP  
KEPUTUSAN PENGGUNAAN SHOPEEPAY**

**SKRIPSI**

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar  
Sarjana Manajemen**

**SADAM TAUFIK 2010111119**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN PROGRAM SARJANA  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL “VETERAN” JAKARTA  
2023**

## PERNYATAAN ORISINALITAS

Skripsi ini adalah hasil karya sendiri, dan semua sumber yang dikutip maupun yang dirujuk telah saya nyatakan dengan benar.

Nama : Sadam Taufik

NIM : 2010111119

Bilamana di kemudian hari ditemukan ketidaksesuaian dengan pernyataan saya ini, maka saya bersedia dituntut dan diproses sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Jakarta, 5 Desember 2023

Yang menyatakan,



(Sadam Taufik)

## PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai civitas akademika Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Sadam Taufik  
NIM : 2010111119  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis  
Program Studi : S1 Manajemen  
Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta Hak Bebas Royalti Non Eksklusif (*Non Exclusive Royalty Free Right*) atas Skripsi saya yang berjudul:

### **Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Kemanfaatan, dan Promosi Terhadap Keputusan Penggunaan ShopeePAY**

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti ini Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan Skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik hak cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta  
Pada tanggal : 5 Desember 2023

Yang menyatakan,



(Sadam Taufik)

# SKRIPSI

## PENGARUH PERSEPSI KEMUDAHAN PENGGUNAAN, PERSEPSI KEMANFAATAN, DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PENGGUNAAN SHOPEEPAY

*Dipersiapkan dan disusun oleh :*

**SADAM TAUFIK 2010111119**

Telah dipertahankan di depan Tim Penguji pada tanggal : 12 Desember 2023 dan dinyatakan memenuhi syarat untuk diterima



Suharvati, SE., MM  
Ketua Penguji




Drs. Nobelson, MM., CPM

Penguji I



Prof. Dr. Prasetyo Hadi, SE., MM., CFMP

Penguji II (Pembimbing)



Dr. Subaedah, SE., MM

Dekan Fakultas Ekonomi & Bisnis



Siti Hidayati, SE., MM

Ketua Program Studi

Disahkan di : Jakarta  
Pada tanggal : 12 Desember 2023

***THE INFLUENCE OF PERCEIVED EASE OF USE,  
PERCEIVED USEFULNESS, AND PROMOTION ON  
DECISIONS TO USE SHOPEEPAY***

**By Sadam Taufik**

***Abstract***

*The development of digital technology has triggered the growth of the digital economy through the increased use of various e-wallets. As a result, people have become more selective in choosing the e-wallets they use. This research is a quantitative study aimed at determining the influence of perceived ease of use, perceived usefulness, and promotion on the decision to use ShopeePay in DKI Jakarta. This research uses a quantitative descriptive analysis method. The data for this research were obtained through the distribution of questionnaires using non-probability sampling with purposive sampling. The sample for this research is ShopeePay users in DKI Jakarta with a total sample of 100 respondents. The data analysis technique used is descriptive and inferential data analysis using Partial Least Square (PLS) with SmartPLS software version 4.0.9.6. The results of this research indicate that (1) perceived ease of use has a significant influence on the decision to use by 0.345. (2) perceived usefulness has a significant influence on the decision to use by 0.428. (3) promotion does not have a significant influence on the decision to use. Overall, perceived ease of use, perceived usefulness, and promotion together contribute by 63.80% in influencing the decision to use, while the remaining 36.20% is influenced by other variables.*

***Keywords:*** *decision to use, perceived ease of use, perceived usefulness, promotion, e-wallet, digital technology*

# **PENGARUH PERSEPSI KEMUDAHAN PENGGUNAAN, PERSEPSI KEMANFAATAN, DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PENGGUNAAN SHOPEEPAY**

**Oleh Sadam Taufik**

## **Abstrak**

Perkembangan teknologi digital telah memicu pertumbuhan ekonomi digital melalui peningkatan penggunaan berbagai *e-wallet*. Sebagai hasilnya, masyarakat menjadi lebih selektif dalam memilih *e-wallet* yang akan mereka gunakan. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh persepsi kemudahan penggunaan, persepsi kemanfaatan, dan promosi terhadap keputusan penggunaan ShopeePay di DKI Jakarta. Penelitian ini menggunakan metode analisis deskriptif kuantitatif. Data penelitian ini diperoleh dari penyebaran kuesioner menggunakan metode *non-probability sampling* dengan *purposive sampling*. Sampel dari penelitian ini adalah pengguna ShopeePay di DKI Jakarta dengan jumlah sampel sebanyak 100 responden. Analisis data yang digunakan adalah teknik analisis data deskriptif dan inferensial menggunakan Partial Least Square (PLS) dengan *software* SmartPLS versi 4.0.9.6. Hasil penelitian ini menunjukkan (1) persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh dan signifikan terhadap keputusan penggunaan sebesar 0,345. (2) persepsi kemanfaatan berpengaruh dan signifikan terhadap keputusan penggunaan sebesar 0,428. (3) promosi tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan penggunaan. Secara keseluruhan, persepsi kemudahan penggunaan, persepsi kemanfaatan, dan promosi bersama-sama memberikan kontribusi sebesar 63,80% dalam memengaruhi keputusan penggunaan, sementara 36,20% sisanya dipengaruhi oleh variabel lain.

**Kata kunci:** keputusan penggunaan, persepsi kemudahan penggunaan, persepsi kemanfaatan, promosi, *e-wallet*, teknologi digital



**BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI  
SEMESTER GANJIL TA. 2023/2024**

Pada hari ini Selasa, 12 Desember 2023, telah dilaksanakan Ujian Skripsi bagi mahasiswa:

Nama : Sadam Taufik  
Nomor Induk Mahasiswa : 2010111119  
Program Studi : Manajemen S.1

**“PENGARUH PERSEPSI KEMUDAHAN PENGGUNAAN, PERSEPSI KEMANFAATAN,  
DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PENGGUNAAN SHOPEEPAY”**

Dinyatakan yang bersangkutan *Lulus / Tidak Lulus* \*)

**Tim Penguji**

No	Dosen Penguji	Jabatan	Tanda Tangan
1	Suharyati, SE., MM	Ketua	1.
2	Drs. Nobelson, MM., CPM	Anggota I	2.
3	Prof. Dr. Prasetyo Hadi, SE., MM., CFMP	Anggota II**)	3.

Catatan:

- \*) Coret yang tidak perlu
- \*\*\*) Dosen Pembimbing

JAKARTA, 12-12-2023

MENGESAHKAN

A.n. DEKAN

Kaprodi Manajemen S.1

Siti Hidayati, SE, MM



## PRAKATA

Puji dan syukur peneliti panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas segala karunia-Nya sehingga skripsi dengan judul **“Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Kemanfaatan, dan Promosi Terhadap Keputusan Penggunaan ShopeePay”** berhasil diselesaikan. Penyusunan skripsi ini dilakukan dengan maksud guna memenuhi salah satu syarat dalam menempuh ujian tingkat sarjana Strata 1 (S1) pada program studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta.

Pada kesempatan ini peneliti ingin menyampaikan terima kasih kepada Ibu Dr. Jubaedah, SE., MM. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis UPN Veteran Jakarta, Bapak Dr. Yudi Nur Supriadi, S.Sos.I, MM. selaku Ketua Jurusan Manajemen, Ibu Siti Hidayati, SE, MM, selaku Ketua Program Studi S1 Manajemen UPN Veteran Jakarta, Ibu Dr. Alfatih Sikki Manggabarani, SE., M.Si selaku Dosen Pembimbing Akademik, dan Bapak Prof. Dr. Prasetyo Hadi, S.E, M.M., CFMP selaku Dosen Pembimbing, yang telah banyak memberikan arahan dan saran-saran yang sangat bermanfaat dalam penulisan skripsi ini.

Selain itu, peneliti ingin menyampaikan rasa terima kasih kepada orang tua dan seluruh keluarga yang senantiasa memberikan semangat, motivasi, dan doa dalam penyelesaian skripsi ini. Terima kasih juga kepada seseorang yang dengan sabar mendengarkan cerita dan keluhan peneliti, serta kepada teman-teman yang selalu memberikan dukungan dalam penulisan skripsi ini.

Peneliti berharap skripsi ini dapat memberikan manfaat yang baik bagi para pembaca di masa yang akan datang. Peneliti menyadari bahwa dalam proses atau pun hasil dari penelitian skripsi ini belum sempurna, sehingga peneliti tidak menutup diri untuk menerima segala kritik dan saran yang membangun agar bisa menjadi pembelajaran bagi peneliti untuk berkembang lebih baik lagi.

Jakarta, 12 Desember 2023

Sadam Taufik

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN SAMPUL</b> .....	<b>i</b>
<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	<b>ii</b>
<b>PERNYATAAN ORISINALITAS</b> .....	<b>iii</b>
<b>PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI</b> .....	<b>iv</b>
<b>PENGESAHAN</b> .....	<b>v</b>
<b>ABSTRACT</b> .....	<b>vi</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>vii</b>
<b>BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI</b> .....	<b>viii</b>
<b>PRAKATA</b> .....	<b>ix</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>x</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xiv</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	<b>xv</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
1.1. Latar Belakang .....	1
1.2. Perumusan Masalah.....	10
1.3. Tujuan Penelitian.....	11
1.4. Manfaat Hasil Penelitian .....	11
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	<b>12</b>
2.1. Landasan Teori.....	12
2.1.1.Pemasaran .....	12
2.1.2. <i>Digital Marketing</i> .....	13
2.1.3. <i>Financial Technology</i> .....	14
2.1.4.Keputusan Penggunaan.....	14
2.1.5.Persepsi Kemudahan Penggunaan .....	20
2.1.6.Persepsi Kemanfaatan.....	22
2.1.7.Promosi .....	24
2.2. Hasil Penelitian Sebelumnya.....	25
2.3. Model Penelitian .....	37

2.3.1. Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan Terhadap Keputusan Penggunaan.....	37
2.3.2. Pengaruh Persepsi Kemanfaatan Terhadap Keputusan Penggunaan.....	37
2.3.3. Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Penggunaan .....	38
2.4. Hipotesis.....	38
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>39</b>
3.1. Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel .....	39
3.2. Penentuan Populasi dan Sampel.....	41
3.2.1. Populasi.....	41
3.2.2. Sampel .....	41
3.3. Teknik Pengumpulan Data .....	43
3.3.1. Jenis Data.....	43
3.3.2. Sumber Data .....	43
3.3.3. Pengumpulan Data.....	43
3.4. Teknik Analisis Data.....	45
3.4.1. Teknik Analisis Deskriptif.....	45
3.4.2. Teknik Analisis Inferensial.....	47
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>57</b>
4.1. Deskripsi Obyek Penelitian.....	57
4.2. Deskripsi Data Penelitian .....	60
4.3. Uji Hipotesis dan Analisis.....	65
4.3.1. Analisis Data Deskriptif .....	65
4.3.2. Analisis Data Inferensial.....	71
4.4. Pembahasan.....	82
4.4.1. Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan Terhadap Keputusan Penggunaan.....	83
4.4.2. Pengaruh Persepsi Kemanfaatan Terhadap Keputusan Penggunaan.....	84
4.4.3. Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Penggunaan .....	85
<b>BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....</b>	<b>88</b>
5.1. Simpulan.....	88

5.2. Keterbatasan Penelitian .....	89
5.3. Saran .....	90
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>91</b>
<b>RIWAYAT HIDUP .....</b>	<b>96</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>97</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 1. <i>E-Wallet</i> Paling Sering Digunakan di Indonesia.....	6
Tabel 2. <i>E-Wallet</i> Terbaik dan Banyak Diskon .....	9
Tabel 3. Matriks Penelitian Sebelumnya .....	33
Tabel 4. Pengukuran Variabel Penelitian.....	40
Tabel 5. Bobot Penilaian berdasarkan <i>Skala likert</i> .....	44
Tabel 6. Kisi-Kisi Instrumen Penelitian.....	44
Tabel 7. Interpretasi Nilai Indeks Responden.....	47
Tabel 8. Tingkat Reliabilitas Nilai <i>Cronbach's Alpha</i> .....	53
Tabel 9. Nilai Indeks Variabel Keputusan Penggunaan.....	65
Tabel 10. Nilai Indeks Variabel Persepsi Kemudahan Penggunaan.....	67
Tabel 11. Nilai Indeks Variabel Persepsi Kemanfaatan.....	68
Tabel 12. Nilai Indeks Variabel Promosi.....	70
Tabel 13. <i>Outer Loading</i> Sebelum Re-Estimasi .....	72
Tabel 14. <i>Outer Loading</i> Setelah Re-Estimasi.....	74
Tabel 15. <i>Cross Loading</i> .....	75
Tabel 16. <i>Average Variance Extracted (AVE)</i> .....	76
Tabel 17. <i>Composite Reliability</i> dan <i>Cronbach's Alpha</i> .....	78
Tabel 18. Nilai <i>R-Square</i> .....	79
Tabel 19. Nilai <i>Q-Square</i> .....	80
Tabel 20. Hasil Uji T-Statistik .....	81

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Jumlah Pengguna Internet di Indonesia .....	1
Gambar 2. Nilai Transaksi Uang Elektronik.....	2
Gambar 3. Nilai Transaksi <i>E-Commerce</i> di Indonesia (2018-2022*).....	3
Gambar 4. <i>Platform</i> Belanja <i>Online</i> yang Paling Sering Digunakan.....	4
Gambar 5. Metode Pembayaran Paling Sering Digunakan untuk <i>E-Commerce</i> ....	5
Gambar 6. Pengguna ShopeePay Kesulitan <i>Top-Up</i> .....	7
Gambar 7. Kendala Pembayaran Pengguna ShopeePay .....	8
Gambar 8. Model Penelitian .....	38
Gambar 9. Langkah-Langkah PLS.....	48
Gambar 10. <i>Inner Model</i> .....	49
Gambar 11. <i>Outer Model</i> .....	50
Gambar 12. Model Diagram Jalur.....	51
Gambar 13. Logo ShopeePay.....	57
Gambar 14. <i>Merchant</i> ShopeePay .....	58
Gambar 15. Fitur-Fitur ShopeePay .....	59
Gambar 16. Riwayat Transaksi ShopeePay .....	59
Gambar 17. Promosi ShopeePay.....	60
Gambar 18. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	61
Gambar 19. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	61
Gambar 20. Karakteristik Responden Berdasarkan Asal Kota .....	62
Gambar 21. Karakteristik Responden Berdasarkan Status Pekerjaan.....	63
Gambar 22. Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi Menggunakan.....	64
Gambar 23. <i>Outer Model</i> Sebelum Re-Estimasi.....	72
Gambar 24. <i>Outer Model</i> Setelah Re-Estimasi.....	74

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Penelitian Terdahulu.....	97
Lampiran 2. Kuesioner Penelitian.....	101
Lampiran 3. Data Jawaban Responden .....	107
Lampiran 4. Karakteristik Data Responden .....	116
Lampiran 5. Hasil Deskripsi Data Penelitian.....	118
Lampiran 6. Hasil <i>Output Outer Model</i> Penelitian .....	120
Lampiran 7. Hasil <i>Output Inner Model</i> Penelitian.....	121
Lampiran 8. Hasil <i>Output Smart PLS</i> .....	122
Lampiran 9. T-Tabel .....	125
Lampiran 10. Bukti Sebar Kuesioner.....	130