



**ANALISIS PENGARUH E-WOM, *BRAND IMAGE*, DAN  
*PERCEIVED EASE OF USE* TERHADAP *USAGE DECISION*  
*E-WALLET GOPAY* DI JAKARTA SELATAN**

**SKRIPSI**

**FARRA ALIFIAH**

**2010111235**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN PROGRAM SARJANA  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL “VETERAN” JAKARTA  
2024**



**ANALISIS PENGARUH E-WOM, *BRAND IMAGE*, DAN  
*PERCEIVED EASE OF USE* TERHADAP *USAGE DECISION*  
*E-WALLET GOPAY* DI JAKARTA SELATAN**

**SKRIPSI**

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

**FARRA ALIFIAH**

**2010111235**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN PROGRAM SARJANA  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" JAKARTA  
2024**

## PERNYATAAN ORISINALITAS

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

Nama : Farra Alifiah

NIM : 2010111235

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

Jakarta, September 2023



(Farra Alifiah)

**PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI  
UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

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

Nama : Farra Alifiah  
NIM : 2010111235  
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 :

**Analisis Pengaruh E-WOM, Brand Image, Dan Perceived Ease Of Use  
Terhadap Usage Decision E-Wallet Gopay Di Jakarta Selatan**

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 : 30 November 2023

Yang menyatakan,



(Farra Alifiah)

# LEMBAR PENGESAHAN

## SKRIPSI

### ANALISIS PENGARUH E-WOM, *BRAND IMAGE*, DAN *PERCEIVED EASE OF USE* TERHADAP *USAGE DECISION* *E-WALLET GOPAY* DI JAKARTA SELATAN

*Dipersiapkan dan disusun oleh :*

Farra Alifiah 2010111235

Telah dipertahankan di depan tim penguji pada tanggal : 12 Desember 2023  
Dan dinyatakan memenuhi syarat untuk diterima



Dr. Alfatih Sikki Manggabarani, S.E., M.Si.

Ketua Penguji



Dra. Heni Nastiti, M.M.

Penguji I



Dra. Bernadin Dwi M, M.M

Penguji II



Dr. Jubaedah, S.E, M.M.

Dekan



Siti Hidayati, S.E, M.M

Ketua Program Studi

Disahkan di : Jakarta

Pada Tanggal : 12 Desember 2023

***Analysis of the Influence of E-WOM, Brand Image, and Perceived Ease of Use on Gopay E-Wallet Usage Decisions in South Jakarta***

**By Farra Alifiah**

***ABSTRACT***

*E-Wallets, or digital wallets, have become an integral part of everyday life in today's digital era. One e-wallet platform that is increasingly popular is GoPay. Increasingly tight competition in the digital payments industry encourages GoPay to routinely observe consumer behavior by considering factors that influence the usage decision process. This research aims to determine, prove, and analyze the influence of E-WOM, Brand Image, and Perceived Ease of Use on the Usage Decision of GoPay e-wallet in South Jakarta. The population in this study were Gopay service users in South Jakarta who were over 17 years old. The sampling method uses non-probability sampling with purposive sampling technique. The sample used was 100 respondents taken using the lemeshow formula. Data processing was analyzed using SmartPLS4.0 software and showed an Adjusted R Square result of 0.9260, which means that the independent variables were able to jointly explain 92.60% of the dependent variable, while the remaining 7.40% was caused by other factors outside the model. this research, the following results: (1) E-WOM has a positive and significant effect of 0.181 on GoPay e-wallet usage decisions in South Jakarta, (2) Brand Image has a positive and significant effect of 0.687 on GoPay e-wallet usage decisions in South Jakarta , (3) Perceived Ease of Use has a positive and significant influence of 0.135 on GoPay e-wallet usage decisions in South Jakarta.*

**Keywords:** *E-WOM, Brand Image, Perceived Ease of Use, Usage Decision, Gopay.*

**Analisis Pengaruh E-WOM, *Brand Image*, Dan *Perceived Ease Of Use*  
Terhadap *Usage Decision E-Wallet Gopay* Di Jakarta Selatan**

**Oleh Farra Alifiah**

**ABSTRAK**

E-Wallet, atau dompet digital, telah menjadi bagian integral dari kehidupan sehari-hari di era digital saat ini. Salah satu platform e-wallet yang semakin populer adalah GoPay. Persaingan yang semakin ketat di industri pembayaran digital mendorong GoPay rutin mengamati perilaku konsumen dengan mempertimbangkan faktor-faktor yang mempengaruhi proses keputusan penggunaan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui, membuktikan, dan menganalisis pengaruh E-WOM, Brand Image, serta Perceived Ease of Use berpengaruh terhadap Usage Decision e-wallet GoPay di Jakarta Selatan. Populasi dalam penelitian ini adalah pengguna layanan Gopay di Jakarta Selatan yang berusia lebih dari 17 tahun. Metode pengambilan sampel menggunakan *non-probability sampling* dengan teknik *purposive sampling*. Sample yang digunakan sebanyak 100 responden yang diambil menggunakan rumus *lemeshow*. Pengolahan data dianalisis menggunakan *software* SmartPLS4.0 dan menunjukkan hasil Adjusted R Square sebesar 0,9260 yang berarti variabel bebas sudah mampu secara bersama-sama menjelaskan variabel terikat sebanyak 92,60%, sedangkan sisanya sebesar 7,40% disebabkan oleh faktor lain diluar model penelitian ini, hasil selanjutnya: (1) E-WOM berpengaruh positif dan signifikan sebesar 0,181 terhadap *usage decision* e-wallet GoPay di Jakarta Selatan, (2) Brand Image berpengaruh positif dan signifikan sebesar 0,687 terhadap *usage decision* e-wallet GoPay di Jakarta Selatan, (3) Perceived Ease of Use berpengaruh positif dan signifikan sebesar 0,135 terhadap *usage decision* e-wallet GoPay di Jakarta Selatan.

**Kata Kunci:** *E-WOM*, Citra Merek, Persepsi Kemudahan, Keputusan Penggunaan, Gopay

## BERITA ACARA UJIAN



KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN,  
RISET, DAN TEKNOLOGI  
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL VETERAN JAKARTA  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
Jalan Rumah Sakit Fatmawati, Pondok Labu, Jakarta Selatan 12450  
Telepon 021-7656971, Fax 021-7656904  
Laman : [www.feb.upnvj.ac.id](http://www.feb.upnvj.ac.id) , e-mail : [febupnvj@upnvj.ac.id](mailto:febupnvj@upnvj.ac.id)

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

Telah dilaksanakan Ujian Skripsi dihadapan Tim pada hari rabu, 12 Desember 2023:

Nama : Farra Alifiah  
No.Pokok Mahasiswa : 2010111235  
Program : Manajemen S1

ANALISIS PENGARUH E-WOM, *BRAND IMAGE*, DAN *PERCEIVED EASE OF USE*  
TERHADAP *USAGE DECISION E-WALLET GOPAY* DI JAKARTA SELATAN

Dinyatakan yang bersangkutan lulus / ~~tidak lulus~~\*)

Tim Penguji

No	Dosen Penguji	Jabatan	Tanda Tangan
1	Dr. Alfatih Sikki Manggabarani, S.E., M.Si.	Ketua	1.
2	Dra. Heni Nastiti, M.M.	Anggota I	2.
3	Dra. Bernadin Dwi M, M.M.	Anggota II**)	3.

Keterangan:

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

Jakarta, 12 / 12 2023

Mengesahkan  
A.n. DEKAN

Kaprodi Manajemen S.1

Siti Hidayati, SE, MM



## PRAKATA

Puja dan puji syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan usulan penelitian ini dengan judul "*Analisis Pengaruh e-WOM, Brand Image, dan Perceived ease of use terhadap Usage Decision E-Wallet GoPay di Jakarta Selatan*". Adapun tujuan dari penyusunan usulan penelitian ini adalah untuk memenuhi proses penyusunan tugas akhir skripsi yang akan diujikan untuk memenuhi syarat penyelesaian masa studi.

Pada kesempatan ini terdapat banyak sekali kekurangan, maka penulis ucapkan terima kasih kepada pihak yang sudah membantu penyelesaian penelitian ini, yakni:

1. Ibu Dr. Jubaedah, SE., MM., sebagai Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis, Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta;
2. Bapak Dr. Yudi Nur Supriyadi, Sos.I, MM., selaku Kepala Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis UPN Veteran Jakarta;
3. Ibu Siti Hidayati, S.E., M.M., selaku Ketua Program Studi Manajemen Program Sarjana;
4. Dra. A. Bernadin Dwi M, M.M, CPM, selaku dosen pembimbing yang telah banyak memberikan arahan dan saran- saran yang bermanfaat;
5. Seluruh Dosen dan para tenaga administrasi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta;
6. Teman-teman seperbimbingan yang menjaga kekompakan dengan membantu satu sama lain.

Akhir kata, penulis menyadari dalam penulisan usulan penelitian ini masih jauh dari kata sempurna, sehingga penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun dan menyempurnakan usulan penelitian ini. Penulis juga berharap agar laporan ini dapat menjadi pijakan awal untuk penelitian lebih lanjut yang lebih mendalam dan komprehensif.

Jakarta, September 2023

Farra Alifiah

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN SAMPUL</b> .....	<b>i</b>
<b>PERNYATAAN ORISINALITAS</b> .....	<b>ii</b>
<b>PERSETUJUAN PUBLIKASI</b> .....	<b>iii</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN</b> .....	<b>iv</b>
<b>ABSTRACT</b> .....	<b>v</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>vi</b>
<b>BERITA ACARA UJIAN</b> .....	<b>vii</b>
<b>PRAKATA</b> .....	<b>viii</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>ix</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>xii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	<b>xiv</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	11
1.3 Tujuan Penelitian .....	11
1.4 Manfaat Penelitian .....	11
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	<b>13</b>
2.1 Landasan Teori.....	13
2.1.1 Pengertian Manajemen Pemasaran .....	13
2.1.2 Pengertian Pemasaran Digital.....	14
2.1.3 Pengertian Perilaku Konsumen.....	14
2.1.4 Usage Decision .....	15

2.1.5	E-WOM .....	19
2.1.6	Brand Image.....	21
2.1.7	Perceived Ease of Use .....	23
2.2	Hasil Penelitian Terdahulu.....	25
2.3	Model Penelitian Empiris.....	36
2.3.1	Pengaruh Electornic Word of Mouth terhadap Usage Decision .....	36
2.3.2	Pengaruh Brand Image terhadap Usage Decision .....	37
2.3.3	Pengaruh Perceived Ease of Use terhadap Usage Decision .....	37
2.4	Hipotesis.....	38
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>		<b>39</b>
3.1	Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel.....	39
3.2	Populasi dan Sampel .....	41
3.2.1	Populasi.....	41
3.2.2	Sampel .....	42
3.3	Teknik Pengumpulan Data.....	43
3.3.1	Jenis Data.....	43
3.3.2	Sumber Data .....	44
3.3.3	Pengumpulan Data.....	44
3.4	Teknik Analisis Data.....	46
3.4.1	Analisis Deskriptif.....	46
3.4.2	Analisis Inferensial .....	48
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>		<b>58</b>
4.1	Deskripsi Objek Penelitian.....	58

4.2	Deskripsi Data Penelitian.....	59
4.2.1	Deskripsi Data Responden.....	60
4.2.2	Analisis Data Deskriptif .....	64
4.3	Analisis Data dan Uji Hipotesis .....	68
4.3.1	Model Pengukuran (Outer Model).....	69
4.3.2	Uji Validitas.....	70
4.3.3	Uji Reliabilitas .....	74
4.3.4	Model Struktural.....	76
4.3.5	R Square ( <b>R<sup>2</sup></b> ).....	77
4.3.6	Q Square ( <b>Q<sup>2</sup></b> ) .....	77
4.3.7	Uji Hipotesis .....	78
4.4	Pembahasan.....	80
4.4.1	Pengaruh <i>Electronic Word Of Mouth</i> Terhadap <i>Usage Decision</i> .....	80
4.4.2	Pengaruh <i>Brand Image</i> Terhadap <i>Usage Decision</i> .....	81
4.4.3	Pengaruh <i>Perceived Ease Of Use</i> Terhadap <i>Usage Decision</i> .....	84
4.5	Keterbatasan Penelitian.....	85
<b>BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....</b>		<b>87</b>
5.1	Simpulan .....	87
5.2	Saran.....	88
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>		<b>90</b>
<b>RIWAYAT HIDUP.....</b>		<b>96</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>		<b>97</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 1. Matriks Penelitian Terdahulu.....	34
Tabel 2. Operasionalisasi Pengukuran Variabel Penelitian .....	41
Tabel 3. Standard Errors .....	43
Tabel 4. Indikator Skala Likert .....	45
Tabel 5. Kisi-Kisi Instrumen Penelitian.....	45
Tabel 6. Kategori Three Box Method .....	47
Tabel 7. Tingkat Reliabilitas Nilai Alpha .....	54
Tabel 8. Interpretasi Nilai Indeks Responden .....	64
Tabel 9. Hasil jawaban responden terhadap <i>Usage Decision</i> .....	64
Tabel 10. Hasil jawaban responden terhadap <i>Electronic Word of Mouth</i> .....	65
Tabel 11. Hasil jawaban responden terhadap <i>Brand Image</i> .....	66
Tabel 12. Hasil jawaban responden terhadap <i>Perceived Ease of Use</i> .....	67
Tabel 13. <i>Outer Loading</i> .....	71
Tabel 14. <i>Average Variance Extracted (AVE)</i> .....	72
Tabel 15. <i>Cross Loading</i> .....	73
Tabel 16. <i>Composite Reliability</i> .....	75
Tabel 17. <i>Cronbach Alpha</i> .....	76
Tabel 18. R Square.....	77
Tabel 19. Hasil <i>Q-Square PLSpredict</i> .....	77
Tabel 20. Uji T .....	79

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Jumlah Uang Elektronik yang Beredar hingga November 2022.....	2
Gambar 2. Penggunaan Dompot Digital Menurut Survei Tahun 2021 .....	5
Gambar 3. Dompot Digital Berdasarkan Pengguna Aktif Bulanan Terbanyak .....	6
Gambar 4. Proses Pengambilan Keputusan Penggunaan.....	16
Gambar 5. Model Penilaian Empirik .....	38
Gambar 6. Langkah Analisis Menggunakan PLS .....	48
Gambar 7. Perancangan Inner Model.....	49
Gambar 8. Perancangan Outer Model.....	50
Gambar 9. Kontruksi Diagram Jalur .....	51
Gambar 10. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	60
Gambar 11. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	61
Gambar 12. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	62
Gambar 13. Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili Kecamatan .....	63
Gambar 14. Diagram Jalur .....	69
Gambar 15. Review E-WOM Gopay .....	81
Gambar 16. Brand Image Gopay .....	82
Gambar 17. Brand Image Gopay .....	83
Gambar 18. Review E-WOM Gopay .....	85

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner Penelitian.....	97
Lampiran 2. Data Kuesioner 100 Responden .....	103
Lampiran 3. t – Tabel .....	119
Lampiran 4. Turnitin .....	120