

Analysis of Digital Marketing on the Usage Decision Gopay E-wallet

By: Sal Sabiyla Halim Sandere

ABSTRACT

This research aims to analyze the influence of Accessibility Ease, Digital Promotion, and Voucher Provision on the Decision to Use the Gopay E-wallet in South Jakarta. As one of the leading digital wallets in Indonesia, Gopay offers a variety of digital payment services. This research uses a quantitative method involving 100 respondents obtained through purposive sampling, and data collection was conducted through an online questionnaire distributed via WhatsApp, Instagram, and Line. Data analysis uses the SEM-Partial Least Square (PLS) method with SmartPLS 4.0 software. The research results show that ease of accessibility and digital promotion have a significant impact on usage decisions, while the provision of vouchers does not have a significant impact. This study also reveals that digital promotion as part of the marketing strategy is highly relevant in increasing user interest. These findings provide strategic insights for GoPay managers in optimizing aspects of accessibility and digital marketing, in order to encourage broader usage amid increasingly competitive competition.

Keywords: *Usage Decision, Accessibility Ease, Digital Marketing, Voucher Distribution*

Analisis Pemasaran Digital Terhadap Keputusan Penggunaan *E-Wallet Gopay*

Oleh Sal Sabiyla Halim Sandere

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh Kemudahan Aksesibilitas, Promosi Digital dan Pemberian *Voucher* terhadap Keputusan Penggunaan *E-wallet Gopay* di Jakarta Selatan. Sebagai salah satu dompet digital terkemuka di Indonesia, Gopay menawarkan berbagai layanan pembayaran digital. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan melibatkan 100 responden yang diperoleh melalui *purposive sampling* dan pengumpulan data dilakukan melalui kuesioner *online* dengan menyebarkan lewat Whatsapp, Instagram dan Line. Analisis data menggunakan metode SEM-Partial Least Square (PLS) dengan perangkat lunak SmartPLS 4.0. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kemudahan aksesibilitas dan promosi digital memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan penggunaan, sementara pemberian *voucher* tidak memberikan pengaruh signifikan. Studi ini juga mengungkapkan bahwa promosi digital sebagai bagian dari strategi pemasaran sangat relevan dalam meningkatkan minat pengguna. Temuan ini memberikan wawasan strategis untuk pengelola GoPay dalam mengoptimalkan aspek kemudahan akses dan pemasaran digital, guna mendorong penggunaan yang lebih luas di tengah persaingan yang semakin kompetitif.

Kata Kunci : Keputusan Penggunaan, Kemudahan Aksesibilitas, Pemasaran Digital, Pemberian *Voucher*