

**PENGARUH PERSEPSI MANFAAT DAN PERSEPSI  
KEMUDAHAN TERHADAP NIAT PENGGUNAAN GOPAY  
MELALUI KEPERCAYAAN (SURVEI PADA MALL KOTA  
KASABLANKA)**

**FAUZIAH  
1705617117**



**Skripsi ini Disusun sebagai Salah Satu Persyaratan untuk Memperoleh Gelar  
Sarjana Ekonomi Pada Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta**

**PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA  
2020**

***THE INFLUENCE OF PERCEIVED USEFULNESS AND  
PERCEIVED EASE OF USE ON INTENTION TO USE GOPAY  
THROUGH TRUST (SURVEY IN KOTA KASABLANKA MALL)***

**FAUZIAH  
1705617117**



***Skripsi is Written as Part Of Bachelor Degree in Economics Accomplishment***

***STUDY PROGRAM OF SI MANAGEMENT  
FACULTY OF ECONOMICS  
STATE UNIVERSITY OF JAKARTA  
2020***

## ABSTRAK

**Fauziah, 2020: Pengaruh Persepsi Manfaat Dan Persepsi Kemudahan Terhadap Niat Penggunaan GoPay Melalui Kepercayaan (Survei Pada Mall Kota Kasablanka). Skripsi, Jakarta: Progam Studi S1 Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Jakarta. Tim Pembimbing: Agung Kresnamurti Rivai P.ST, M. M & Andrian Haro S.Si, M.M .**

Tujuan penelitian ini adalah: 1) Untuk mengetahui pengaruh persepsi manfaat terhadap Kepercayaan, 2) Untuk mengetahui pengaruh persepsi kemudahan terhadap Kepercayaan, 3) Untuk mengetahui pengaruh kepercayaan terhadap niat menggunakan GoPay, 4) Untuk mengetahui pengaruh persepsi manfaat terhadap niat untuk menggunakan GoPay, 5) Untuk mengetahui pengaruh persepsi kemudahan terhadap niat untuk menggunakan GoPay, 6) Untuk mengetahui pengaruh Kepercayaan sebagai variabel intervening antara persepsi manfaat terhadap niat untuk menggunakan GoPay. 7) Untuk mengetahui pengaruh Kepercayaan sebagai variabel intervening antara persepsi kemudahan terhadap niat untuk menggunakan GoPay.

Metode pengumpulan data menggunakan metode survei dengan instrumen berupa kuesioner. Objek penelitian ini adalah dompet virtual GoPay dengan subjek 200 responden pengguna GoPay di Mall Kota kasablanka. Analisis data menggunakan SEM (*Structural Equation Model*) dari *software* Lisrel versi 8. 8 untuk mengolah dan menganalisa data hasil penelitian.

**Kata Kunci: Persepsi manfaat, persepsi kemudahan, kepercayaan, Niat untuk menggunakan, aplikasi GoPay, SEM**

## **ABSTRACT**

**Fauziah, 2020:** *The Influence Of Perceived Usefulness And Perceived Ease Of Use On Intention To Use GoPay Through Trust (Survey In Kota Kasablanka Mall). Thesis, Jakarta: Study Program Of SI Management, Faculty of Economics, Jakarta State University. Advisory Team: Agung Kresnamurti Rivai P.ST, M. M & Andrian Haro S.Si, M.M.*

*The purpose of this research are : : 1) To determine the effect of perceived benefits on Trust, 2) To determine the effect of perceived ease of trust, 3) To determine the effect of trust on intentions to use GoPay, 4) To determine the effect of perceived benefits on intentions to use GoPay, 5 ) To determine the effect of perceived ease of intention on using GoPay, 6) To determine the effect of Trust as an intervening variable between perceived benefits of intention to use GoPay. 7) To determine the effect of Trust as an intervening variable between perceived ease of intention to use GoPay.*

*Methods of collecting data using survey methods with instruments in the form of questionnaires. The object of this study is a GoPay virtual wallet with the subject of 200 GoPay user respondents in Kota Kasablanka Mall. Data analysis uses SEM (Structural Equation Model) from Lisrel software version 8. 8 to process and analyze research data.*

**Keywords:** *Perceived usefulness, perceived ease of use , trust, intention to use, GoPay application, SEM*






**LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI**

**Penanggung Jawab**

**Dekan Fakultas Ekonomi**



Dr. Ari Saptono, SE., M.Pd  
NIP. 19720715 200112 1 001

<b>Nama</b>	<b>Jabatan</b>	<b>Tanda Tangan</b>	<b>Tanggal</b>
1. <u>M. Edo S. Siregar, SE., M.BA</u> NIP. 19720125 200212 1 002	Ketua		19/02/2020
2. <u>Shandy Aditya, BIB, MPBS</u> NIP. 19840408 201903 1 003	Sekretaris		10/2/2020
3. <u>Usep Suhud, M.Si, Ph.D</u> NIP. 19700212 200812 1 001	Penguji Ahli		13/2/20
4. <u>Agung Kresnamurti RP, MM</u> NIP. 19740416 200604 1 001	Pembimbing I		19/2/2020
5. <u>Adrian Haro, S.Si, M.M</u> NIP. 19850924 2008121 001	Pembimbing II		20/2/2020

Tanggal Lulus : 20 - 2 - 2020

## PERNYATAAN ORISINALITAS

Dengan ini saya menyatakan bahwa :

1. Skripsi saya merupakan karya asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik sarjana. Baik di Universitas Negeri Jakarta, maupun di Perguruan Tinggi lain.
2. Skripsi ini belum pernah dipublikasikan. Kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.
3. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran. Maka saya bersedia menerima sanksi akademi berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh. Serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di Universitas Negeri Jakarta.

Jakarta, 28 Januari 2020



Fauziah

No. Reg. 1705617117

## KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadirat Allah SWT yang telah memberikan kesehatan serta rahmat dan hidayatnya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Pengaruh Persepsi Manfaat dan Persepsi Kemudahan terhadap Niat Penggunaan GoPay melalui Kepercayaan (Survei pada Mall Kota Kasablanka)”. Skripsi ini disusun rangka memenuhi salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta.

Penulis menyadari dalam penyusunan skripsi ini, Penulis telah didukung, dibantu, dan diberikan dorongan oleh berbagai pihak dalam menyelesaikan skripsi ini. Pada kesempatan kali ini, penulis ingin mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Agung Kresnamurti Rivai P. ST, M.M dan Andrian Haro S.Si, M.M, selaku dosen pembimbing yang telah memberikan waktu, bimbingan dan arahan dalam penulisan skripsi ini.
2. Dr.Suherman M.Si selaku Ketua Program Studi S1 Manajemen di Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta yang telah membantu dalam proses penyelesaian skripsi ini.
3. Dr. Ari Saptono, SE., M.Pd selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta.
4. Seluruh dosen Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta yang telah memberikan ilmu yang bermanfaat selama perkuliahan.

5. Kedua orang tua penulis Ayahanda Orival Tanjung dan Ibunda Uswatun Hasanah serta keluarga yang telah memberikan dukungan moril, kasih sayang dan perhatian serta dukungan materil selama ini.
6. Semua teman seperjuangan penulis di Alih Program Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta angkatan 2017 yang senantiasa memberikan semangat untuk menyelesaikan skripsi ini.
7. Teman-teman kos Cakalang yaitu Helba, Resy, dan Nia yang memberikan semangat dan bantuan untuk menyelesaikan skripsi ini.
8. Seluruh pihak yang secara langsung maupun tidak langsung terlibat dalam penyusunan skripsi.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini masih banyak kekurangan baik dari segi penyusunan, bahasan, ataupun teknis penulisan. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang sifatnya membangun. Penulis berharap semoga skripsi ini dapat memberikan wawasan yang lebih luas dan bermanfaat bagi semua pihak yang membacanya.

Jakarta, Januari 2020

Fauziah



## DAFTAR ISI

ABSTRAK.....	i
ABSTRACT.....	ii
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI.....	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1    Latar Belakang.....	1
1.2    Rumusan Masalah.....	11
1.3    Tujuan Penelitian.....	12
1.4    Manfaat Penelitian.....	13
BAB II KAJIAN TEORI, TINJAUAN PUSTAKA DAN RUMUSAN HIPOTESIS.....	14
2.1    Kajian Teori.....	14
2.1.1    Niat untuk menggunakan ( <i>Intention to Use</i> ).....	14
2.1.2    Kepercayaan ( <i>Trust</i> ).....	15
2.1.3    Persepsi.....	16
2.1.4    Persepsi Manfaat ( <i>Perceived Usefulness</i> ).....	16
2.1.5    Persepsi Kemudahan Penggunaan ( <i>Perceived Ease Of Use</i> ).....	17
2.1.6    Model penerimaan teknologi ( <i>Technology Acceptance Model</i> ).....	18
2.2    Hasil Penelitian Yang Relevan.....	19
2.3    Kerangka Berpikir.....	29
2.4    Perumusan Hipotesis Penelitian.....	30
BAB III Metode Penelitian.....	32

3.1	Ruang Lingkup Penelitian.....	32
3.1.1	Objek Penelitian.....	32
3.1.2	Tempat Penelitian.....	32
3.1.3	Periode Penelitian.....	32
3.2	Metode Penelitian.....	33
3.3	Operasional Variabel Penelitian.....	33
3.3.1	Variabel Bebas ( <i>independent variable</i> ).....	33
3.3.2	Variabel Terikat ( <i>dependent variable</i> ).....	34
3.3.3	Variabel Intervening ( <i>Intervening Variable</i> ).....	34
3.4	Metode Pengumpulan Data.....	36
3.5	Teknik Penentuan Populasi dan Sampel.....	37
3.5.1	Populasi.....	37
3.5.2	Sampel.....	37
3.6	Skala pengukuran.....	39
3.7	Teknik Analisis Data.....	40
3.7.1	Analisis Deskriptif.....	41
3.7.2	Uji Validitas dan Reliabilitas.....	41
3.7.3	Uji Pengaruh Langsung dan Tidak Langsung.....	43
3.7.4	Uji Kesesuaian Model.....	43
3.7.5	Uji Hipotesis.....	47
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....		48
4.1	Deskripsi data.....	48
4.1.1	Karakteristik responden berdasarkan usia dan jenis kelamin.....	48
4.1.2	Karakteristik responden berdasarkan pendidikan terakhir.....	49

4.1.3 Karakteristik responden berdasarkan pekerjaan dan pendapatan perbulan.....	50
4.2 Hasil Pengujian dan Pembahasan.....	51
4.2.1 Analisis Deskriptif.....	52
4.3 Uji Validitas dan Reliabilitas.....	58
4.4 <i>Confirmatory Factor Analysis</i> .....	59
4.4.1 Variabel Persepsi Manfaat.....	60
4.4.2 Variabel Persepsi Kemudahan.....	61
4.4.3 Variabel.....	62
4.4.4 Variabel Niat Untuk Menggunakan.....	63
4.5 Full Model SEM.....	64
4.6 Fit Model SEM.....	66
4.7 Uji Pengaruh Langsung dan Tidak Langsung.....	67
4.8 Hasil Uji Hipotesis.....	69
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	73
5.1 Kesimpulan.....	73
5.2 Implikasi.....	75
5.3 Saran.....	76
5.3.2 Saran Teoritis.....	77
DAFTAR PUSTAKA.....	79
LAMPIRAN KUISIONER PENELITIAN.....	84
DAFTAR RIWAYAT HIDUP.....	101

## Tabel DAFTAR TABEL

Tabel I.1 Jumlah Uang Elektronik Beredar di Indonesia.....	4
Tabel II.1 Penelitian Terdahulu.....	20
Tabel II.2 Kajian Penelitian Terdahulu.....	27
Tabel III.1 Operasional Variabel Penelitian.....	35
Tabel III.2 Skala Pengukuran.....	40
Tabel III.3 <i>Goodness of Fit Index Statistic SEM</i> .....	47
Tabel IV.1 Usia dan Jenis Kelamin responden.....	48
Tabel IV.2 Pendidikan terakhir responden.....	49
Tabel IV.3 Pekerjaan dan pendapatan per bulan responden .....	50
Tabel IV.4 Nilai analisis Deskriptif Persepsi Manfaat .....	52
Tabel IV.5 Nilai analisis Deskriptif Persepsi Kemudahan.....	54
Tabel IV.6 Nilai analisis Deskriptif Kepercayaan.....	55
Tabel IV.7 Nilai analisis Deskriptif Niat untuk Menggunakan.....	56
Tabel IV.8 Hasil Uji Validitas.....	58
Tabel IV.9 Hasil Uji Reliabilitas.....	59
Tabel IV.10 <i>First Order Construct</i> Persepsi Manfaat (X1).....	59
Tabel IV.11 <i>First Order Construct</i> Persepsi Kemudahan (X2).....	61
Tabel IV.12 <i>First Order Construct</i> Kepercayaan (Y).....	62
Tabel IV.13 <i>First Order Construct</i> Niat untuk menggunakan (Z).....	63
Tabel IV.14 <i>Full Model's Goodness of Fit Indices</i> .....	65
Tabel IV.15 <i>Fit Model's Goodness of Fit Indices</i> .....	66
Tabel IV.16 Pengaruh Langsung dan Tidak Langsung.....	67
Tabel IV.17 Model Persamaan Struktural.....	69

## DAFTAR GAMBAR

Gambar I.1 Jumlah Pengguna Internet, Media Sosial, dan Populasi Dunia .....	1
Gambar I.2 Data Ranking Penggunaan Internet di dunia 2013-2018.....	2
Gambar I.3 Penggunaan Perangkat akses internet di Indonesia.....	2
Gambar I.4 Produk Uang Elektronik.....	5
Gambar I.5 Data Pengguna Transportasi Online di Indonesia.....	5
Gambar I.6 Uang Elektronik Terpopuler di Indonesia 2017.....	6
Gambar I.7 Jenis <i>Merchant</i> GOPAY.....	7
Gambar I.8 Mal dengan Pertumbuhan Pengunjung Tertinggi 2017.....	8
Gambar I.9 Keamanan data dalam uang Elektronik.....	10
Gambar II.1 Kerangka Berpikir.....	30
Gambar IV.1 Karakteristik responden berdasarkan pendidikan terakhir.....	50
Gambar IV.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan dan Pendapatan perbulan.....	51
Gambar IV.3 Model <i>First Order Construct</i> Persepsi Manfaat (X1) .....	60
Gambar IV.4 Model <i>First Order Construct</i> Persepsi Kemudahan (X2).....	61
Gambar IV.5 Model <i>First Order Construct</i> Kepercayaan (Y).....	63
Gambar IV.6 Model <i>First Order Construct</i> Niat untuk menggunakan (Z).....	64
Gambar IV.7 <i>Full Model</i> SEM .....	65
Gambar IV.8 <i>Fit Model</i> SEM .....	67
Gambar IV.9 T-Values SEM.....	70