

**TESIS**

**PERAN *PERCEIVED EASE OF USE*, *PERCEIVED USEFULNESS* DAN  
*TRUST* TERHADAP *CONTINUANCE INTENTION* STUDI KASUS  
*MULTIPAYMENT E-WALLET***

**Dosen Pembimbing :**

- 1. Prof. Usep Suhud, M.Si., Ph.D**
- 2. Prof. Dr. Mohamad Rizan., S.E. M.M**



**Diajukan oleh :**

**TIRTO UNARTO**

**1708821048**

**PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN**

**FAKULTAS EKONOMI**

**UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA**

**2022**

**THESIS**

**THE ROLE OF PERCEIVED EASE OF USE, PERCEIVED USEFULNESS,  
AND TRUST ON CONTINUANCE INTENTION CASE STUDY OF  
MULTIPAYMENT E-WALLET**

**SUPERVISOR :**

- 1. Prof. Usep Suhud, M.Si., Ph.D**
- 2. Prof. Dr. Mohamad Rizan., S.E., M.M**



**ARRANGED BY :**

**TIRTO UNARTO**

**1708821048**

**MASTER OF MANAGEMENT**

**FACULTY OF ECONOMICS**

**JAKARTA STATE UNIVERSITY**

**2022**

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh *perceived ease of use*, *perceived usefulness* dan *trust* terhadap *continuance intention* dengan *customer satisfaction* sebagai variabel *intervening* pada aplikasi *multipayment e-wallet*. Penelitian ini dilakukan dari bulan Agustus-Oktober 2022. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif data dengan pengumpuln data yang dikumpulkan secara online. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan *non probability sampling* dengan teknik *purposive sampling*. Secara keseluruhan data yang diperoleh sebanyak 261 dengan kriteria responden pengguna *e-wallet*, transaksi menggunakan *e-wallet* sebanyak dua sampai tiga bulan dan penggunaan berkelanjutan aplikasi *e-wallet* dua sampai tiga kali. Teknik analisis data menggunakan *Structural Equation Modelling* (SEM) dengan bantuan *software* SPSS 26 dan AMOS 23. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *perceived ease of use* dan *perceived usefulness* memiliki hasil positif dan tidak signifikan terhadap *customer satisfaction*, *trust* memiliki positif dan signifikan terhadap *customer satisfaction*, *customer satisfaction* memiliki hasil positif dan signifikan terhadap *habit* dan *continuance intention*, sedangkan *habit* memiliki hasil positif dan signifikan terhadap *continuance intention*.

Kata kunci : *Continuance intention*, *customer satisfaction*, *habit*, *perceived ease of use*, *perceived usefulness*, *trust*

## ABSTRACT

*This study examines the effect of perceived ease of use, perceived usefulness and trust on continuance intention with customer satisfaction and habit as intervening variables in multipayment e-wallet applications. This research was conducted in August-October 2022. This research used a quantitative data method by collecting data collected online. The sampling technique in this study used non-probability sampling with a purposive sampling technique. In total, 261 data were obtained with the criteria of respondents using e-wallets, transactions using e-wallets for two to three months and continuous use of e-wallet applications two to three times. Data analysis techniques used Structural Equation Modeling (SEM) with the help of SPSS 26 and AMOS 23 software. The results of this study, perceived ease of use has a positive and insignificant effect on customer satisfaction, perceived usefulness has a positive and insignificant effect on customer satisfaction, trust has a positive and significant effect on customer satisfaction, customer satisfaction has a positive and significant effect on continuance intention, customer satisfaction has a positive and significant effect on habit, and habit has a positive and significant effect on continuance intention.*

*Keywords : Continuance intention, customer satisfaction, habit, perceived ease of use, perceived usefulness, trust*



KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN  
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA  
UPT PERPUSTAKAAN

Jalan Rawamangun Muka Jakarta 13220  
Telepon/Faksimili: 021-4894221  
Laman: [lib.unj.ac.id](http://lib.unj.ac.id)

**LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI  
KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai sivitas akademika Universitas Negeri Jakarta, yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Tirta Unarto  
NIM : 1708821048  
Fakultas/Prodi : Ekonomi / Magister Manajemen  
Alamat email : [Tirtounarto16@gmail.com](mailto:Tirtounarto16@gmail.com)

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada UPT Perpustakaan Universitas Negeri Jakarta, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif atas karya ilmiah:

Skripsi  Tesis  Disertasi  Lain-lain (.....)

yang berjudul :

**“PERAN *PERCEIVED EASE OF USE*, *PERCEIVED USEFULNESS* DAN *TRUST* TERHADAP *CONTINUANCE INTENTION* STUDI KASUS *MULTIPAYMENT E-WALLET*”**

Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini UPT Perpustakaan Universitas Negeri Jakarta berhak menyimpan, mengalihmediakan, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (*database*), mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya di internet atau media lain secara *fulltext* untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan atau penerbit yang bersangkutan.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Perpustakaan Universitas Negeri Jakarta, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta, 03 Januari 2023

Penulis

(Tirta Unarto)

## PERNYATAAN ORISINALITAS

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

1. Tesis ini merupakan karya asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik Magister, baik di Universitas Negeri Jakarta maupun di Perguruan Tinggi lain.
2. Tesis ini belum 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 di kemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di Universitas Negeri Jakarta.

Jakarta, 03 Januari 2023

Yang membuat pernyataan



Tirto Unarto

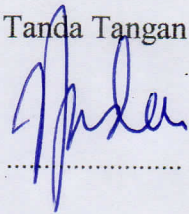
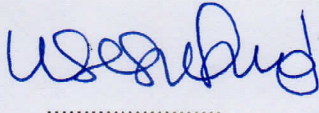
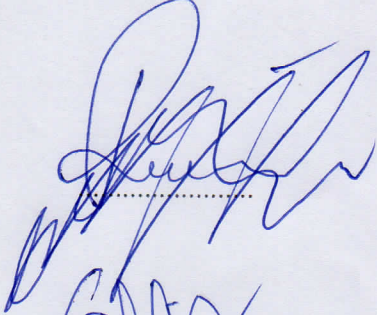
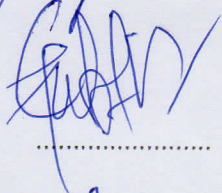

1708821048

Lembar Pengesahan Tesis

LEMBAR PENGESAHAN TESIS

Penanggung Jawab  
Dekan Fakultas Ekonomi

  
Prof. Dr. Ari Saptono, SE., M.Pd  
NIP : 197207152001121001

No	Nama	Tanda Tangan	Tanggal
1	Dr. Agung Wahyu Handaru, S.T., M.M NIP : 197811272006041001 (Ketua sidang)		7/12/2022
2	Prof. Usep Suhud, M.Si., Ph.D. NIP : 197002122008121001 (Pembimbing 1)		13/12/2022
3	Prof. Dr. Mohamad Rizan, S.E., M.M. NIP : 197206272006041001 (Pembimbing 2)		11/12/2022
4	Dr. Gatot Nazir Ahmad, S.Si., M.Si NIP : 197205062006041002 (Penguji Sidang 1)		13/12/2022
5	Dr. Christian Wiradendi Wolor, S.E., M.M. NIP : 199110182019031014 (Penguji Sidang 2)		12/12/2022

Nama : Tirta Unarto  
No. Registrasi : 1708821048  
Program Studi : Magister Manajemen / Pemasaran  
Tanggal Lulus : 15 November 2022

Catatan : - diketik dengan huruf times new roman ukuran 12  
- dibuat rangkap lima tanda tangan asli dengan bolpoint warna biru

## KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan hidayahnya, sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan tesis ini dengan judul **“Peran *Perceived Ease of Use*, *Perceived Usefulness* dan *Trust* Terhadap *Continuance Intention* Studi Kasus *Multipayment E-wallet*”**. Tesis ini disusun sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan Program Studi Magister Manajemen (MM) Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta.

Penulis menyadari tanpa adanya dukungan, bimbingan dan bantuan dari berbagai pihak, tesis ini tidak dapat terselesaikan dengan baik. Untuk itu pada kesempatan ini, penulis menyampaikan rasa hormat, ucapan terima kasih dan penghargaan setinggi-tingginya kepada :

1. Bapak Prof. Usep Suhud, M.Si, Ph.D selaku pembimbing I yang dengan sabar memberikan nasehat, bimbingan dan petunjuk kepada penulis dalam penulisan tesis ini.
2. Bapak Prof. Dr. Mohamad Rizan, S.E., M.M selaku pembimbing II yang dengan sabar memberikan arahan dan saran-saran kepada penulis dalam penulisan tesis ini.
3. Bapak Prof. Dr. Komarudin, M.Si selaku Rektor Universitas Negeri Jakarta.
4. Bapak Prof. Dr. Ari Saptono, SE., M.Pd selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta.



5. Bapak Dr. Agung Wahyu Handaru ST., M.M, Koordinator Program Studi Magister Manajemen (MM) Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta.
6. Bapak dan Ibu Dosen Program Studi Magister Manajemen (MM) Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta yang telah memberikan bekal ilmu pengetahuan selama penulis duduk di bangku kuliah.
7. Seluruh staf Magister Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta yang telah membantu selama proses perkuliahan dan penyusunan tesis.
8. Kedua orang tua yang telah memberikan perhatian, semangat dan doa yang tiada henti sehingga penulisan tesis ini dapat berjalan dengan baik.
9. Teman-teman mahasiswa S2 Magister Manajemen (MM) angkatan 2021 yang menemani selama kuliah sampai tahap penyelesaian tugas akhir.
10. Serta pihak-pihak lain yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu.

Penulis menyadari bahwa tesis ini masih terdapat banyak kekurangan. Oleh karena itu, kritik dan saran yang bersifat membangun sangat penulis harapkan untuk pengembangan dan perbaikan tesis ini. Semoga tesis ini dapat memberikan manfaat bagi pembaca.

Jakarta, 22 Oktober 2022

**Tirto Unarto**

## Daftar Isi

ABSTRAK .....	ii
ABSTRACT .....	iii
KATA PENGANTAR .....	iv
Daftar Isi.....	vi
Daftar Gambar.....	x
Daftar Tabel .....	xi
BAB I.....	1
1.1. Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2. Pertanyaan Penelitian .....	9
1.3. Tujuan Penelitian.....	9
1.4. Manfaat Penelitian.....	10
BAB II.....	11
2.1. Teori Pendukung .....	11
2.1.1. <i>Perceived Ease of Use</i> .....	11
2.1.2. <i>Perceived Usefulness</i> .....	12
2.1.3. <i>Trust</i> .....	14
2.1.4. <i>Customer Satisfaction</i> .....	15
2.1.5. <i>Habit</i> .....	17
2.1.6. <i>Continuance Intention</i> .....	18
2.2. Kerangka Teori dan Pengembangan Hipotesis.....	19
2.2.1. <i>Perceived Ease of Use</i> dan <i>Customer Satisfaction</i> .....	21
2.2.2. <i>Perceived Usefulness</i> dan <i>Customer Satisfaction</i> .....	21
2.2.3. <i>Trust</i> dan <i>Customer Satisfaction</i> .....	22

2.2.4.	<i>Customer Satisfaction</i> dan <i>Habit</i> .....	22
2.2.5.	<i>Customer Satisfaction</i> dan <i>Continuance Intention</i> .....	22
2.2.6.	<i>Habit</i> dan <i>Continuance Intention</i> .....	23
BAB III.....		25
3.1.	Waktu dan Tempat Penelitian .....	25
3.2.	Desain Penelitian .....	25
3.3.	Populasi dan Sampel.....	25
3.3.1.	Populasi .....	25
3.3.2.	Sampel.....	26
3.4.	Pengembangan Instrumen .....	26
3.4.1.	<i>Perceived Ease of Use</i> .....	26
3.4.2.	<i>Perceived Usefulness</i> .....	28
3.4.3.	<i>Trust</i> .....	29
3.4.4.	<i>Customer Satisfaction</i> .....	31
3.4.5.	<i>Habit</i> .....	32
3.4.6.	<i>Continuance Intention</i> .....	33
3.5.	Teknik Pengumpulan Data .....	35
3.6.	Teknik Analisis Data .....	36
3.6.1.	Uji Validitas .....	36
3.6.2.	Uji Reliabilitas .....	37
3.6.3.	Uji Struktural Model ( <i>Structural Model</i> ) .....	37
3.6.4.	Kriteria <i>Goodness of Fit</i> (GoF) .....	38
3.6.7.	<i>Path Structural Equation Modeling (SEM)</i> .....	42
BAB IV .....		43
4.1.	Deskripsi Data .....	43

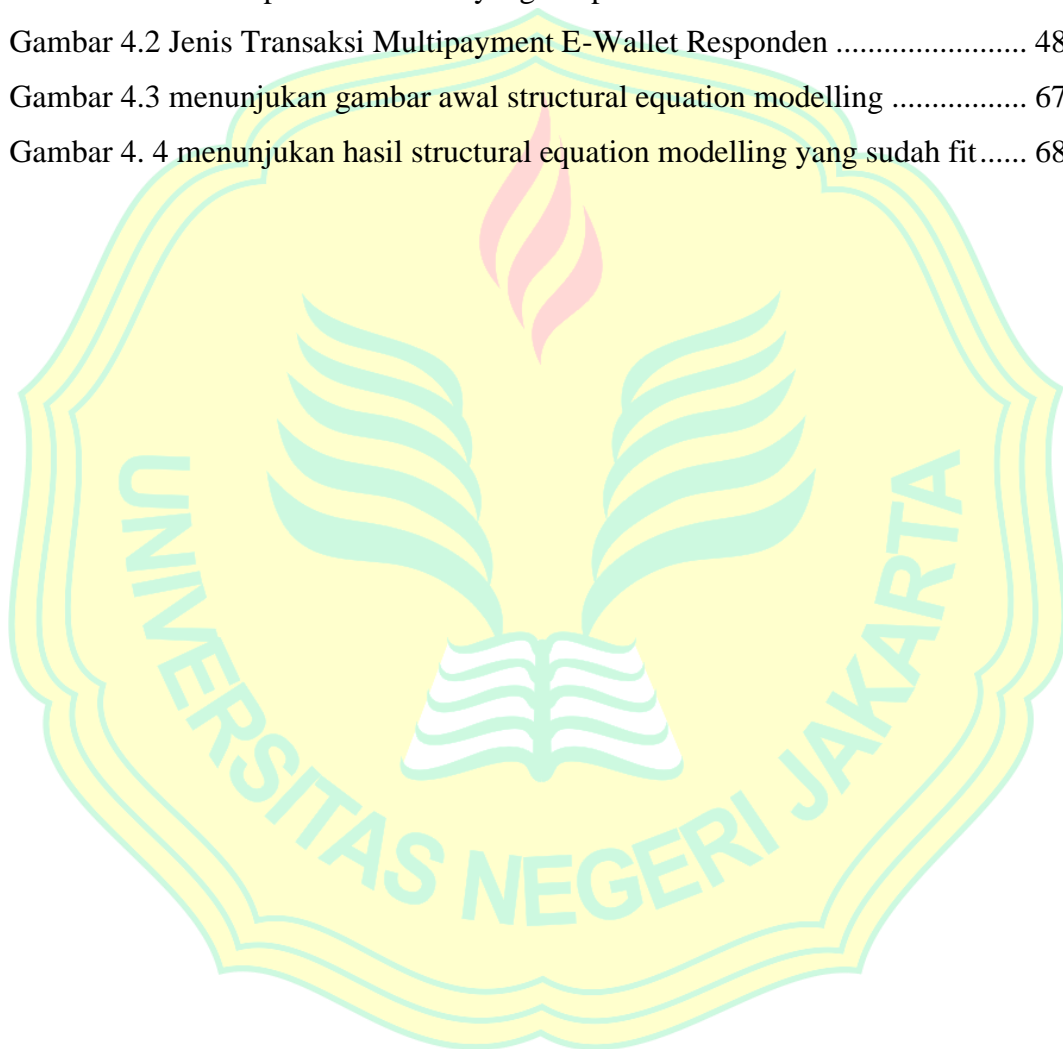
4.1.1.	Profil Jenis Kelamin Responden .....	44
4.1.2.	Profil Kelompok Usia Responden.....	44
4.1.3.	Profil Responden Status Pekerjaan .....	44
4.1.4.	Profil Responden Status Pernikahan .....	44
4.1.5.	Profil Responden Status Pendidikan .....	45
4.2.	Analisis Deskriptif Variabel Penelitian .....	48
4.2.1.	Variabel <i>Perceived Ease of Use</i> .....	49
4.2.2.	Variabel <i>Perceived Usefulness</i> .....	51
4.2.3.	Variabel <i>Trust</i> .....	53
4.2.4.	Variabel <i>Customer Satisfaction</i> .....	56
4.2.5.	Variabel <i>Habit</i> .....	58
4.2.6.	Variabel <i>Continuance Intention</i> .....	61
4.3.	Uji Instrumen.....	63
4.3.1.	Uji Validitas .....	63
4.3.2.	Uji Reabilitas.....	66
4.3.3.	Uji Struktural Model .....	66
4.4.	Uji Hasil Kesesuaian Hipotesis .....	70
4.5.	Pembahasan Uji <i>Structural Equation Modelling</i> (SEM).....	73
4.5.1.	Pengaruh Langsung <i>Perceived Ease of Use</i> terhadap <i>Customer Satisfaction</i> .....	74
4.5.2.	Pengaruh Langsung <i>Perceived Usefulness</i> terhadap <i>Customer Satisfaction</i> .....	76
4.5.3.	Pengaruh Langsung <i>Trust</i> terhadap <i>Customer Satisfaction</i> .....	78
4.5.4.	Pengaruh Langsung <i>Customer Satisfaction</i> terhadap <i>Habit</i> .....	79
4.5.5.	Pengaruh Langsung <i>Customer Satisfaction</i> terhadap <i>Continuance Intention</i> .....	81

4.5.6. Pengaruh Langsung Habit terhadap Continuance Intention.....	83
BAB V.....	86
5.1. Kesimpulan.....	86
5.2. Implikasi Manajerial.....	87
5.3. Saran.....	90
Daftar Pustaka.....	94



## Daftar Gambar

Gambar 1.1 Pengguna Terbanyak Dompot Digital Di Indonesia .....	2
Gambar 1.2 Rata-rata Transaksi Metode Pembayaran.....	5
Gambar 2.1 Kerangka Teori.....	24
Gambar 3.1 Path Structural Equation Modelling (SEM).....	42
Gambar 4.1 Jenis Aplikasi E-wallet yang Responden Miliki .....	47
Gambar 4.2 Jenis Transaksi Multipayment E-Wallet Responden .....	48
Gambar 4.3 menunjukkan gambar awal structural equation modelling .....	67
Gambar 4. 4 menunjukkan hasil structural equation modelling yang sudah fit.....	68



## Daftar Tabel

Tabel 1.1 Fitur Dari Lima E-wallet.....	3
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu .....	19
Tabel 3.1 Waktu Pelaksanaan Penelitian .....	25
Tabel 3.2 Indikator <i>Perceived Ease of Use</i> .....	27
Tabel 3.3 Indikator <i>Perceived Usefulness</i> .....	28
Tabel 3.4 Indikator <i>Trust</i> .....	30
Tabel 3.5 Indikator <i>Customer Satisfaction</i> .....	31
Tabel 3.6 Indikator <i>Habit</i> .....	33
Tabel 3.7 Indikator <i>Continuance Intention</i> .....	34
Tabel 3.8 Skala Likert Enam Poin .....	35
Tabel 3.9 <i>Goodness of Fit Indices</i> .....	38
Tabel 4.1 Profil responden .....	45
Tabel 4.2 Pertanyaan Penyaringan Responden .....	46
Tabel 4.3 Analisis Deskriptif Variabel <i>Perceived Ease of Use</i> .....	49
Tabel 4.4 Analisis Deskriptif Variabel <i>Perceived Usefulness</i> .....	51
Tabel 4.5 Analisis Deskriptif Variabel <i>Trust</i> .....	54
Tabel 4.6 Analisis Deskriptif Variabel <i>Customer Satisfaction</i> .....	57
Tabel 4.7 Analisis Deskriptif Variabel <i>Habit</i> .....	59
Tabel 4.8 Analisis Deskriptif Variabel <i>Continuance Intention</i> .....	61
Tabel 4.9 Hasil Uji Validitas Dari Indikator-Indikator Variabel .....	64
Tabel 4.10 Hasil Uji Reabilitas Dari Setiap Variabel .....	66