PENGARUH *DIGITAL MARKETING*, MANFAAT, DAN KEPERCAYAAN TERHADAP KEPUTUSAN PENGGUNAAN LAYANAN GO-PAY : STUDI KASUS PADA KONSUMEN JAKARTA TIMUR

INDAH JUWITA HARAHAP 1705618062

Skripsi ini Disusun untuk Memenuhi Persyaratan Mendapatkan Gelar Sarjana Manajemen pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Negeri Jakarta

PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA

2025

THE INFLUENCE OF DIGITAL MARKETING, BENEFITS, AND TRUST ON THE DECISION TO USE GO-PAY SERVICES : CASE STUDY IN CONSUMER OF EAST JAKARTA

INDAH JUWITA HARAHAP 1705618062

This Thesis is Prepared to Meet the Requirements for Getting a Bachelor Degree of Management at the Faculty of Economics and Business State University of Jakarta

BACHELOR DEGREE OF MANAGMENT FACULTY OF ECONOMICS AND BUSINESS STATE UNIVERSITY OF JAKARTA

2025

ABSTRAK

Indah Juwita Harahap: Pengaruh Digital Marketing, Manfaat, dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Penggunaan Layanan Go-Pay : Studi Kasus pada Konsumen Jakarta Timur. Skripsi, Jakarta: Program Studi S1 Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Jakarta, Tim Pembimbing: Dr. Osly Usman, M.Bus dan Prof. Agung Dharmawan Buchdadi, M.M, Ph.D.

Penelitian ini ditujukan untuk mengetahui pengaruh Digital Marketing, Manfaat, dan Kepercayaan konsumen dalam membuat Keputusan Penggunaan pada layanan Go-Pay. Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dan melibatkan kuesioner yang disebarkan kepada 300 responden di wilayah Jakarta Timur yang berusia minimal 17 tahun dan merupakan pengguna layanan e-wallet Go-Pay. Analisis data dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan perangkat lunak AMOS 24 dan SPSS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa hipotesis kedua dan ketiga diterima, dimana Manfaat berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap Keputusan Penggunaan dan Kepercayaan juga mempengaruhi Keputusan Penggunaan secara positif dan signifikan. Sedangkan untuk hipotesis pertama dan keempat ditolak, dimana Digital Marketing tidak mempengaruhi Keputusan Penggunaan secara signifikan dan Digital Marketing, Manfaat, dan Kepercayaan secara simultan tidak mampu mempengaruhi Keputusan Penggunaan.

Kata kunci: Digital Marketing, Manfaat, Kepercayaan, Keputusan Penggunaan, Go-Pay

ABSTRACT

Indah Juwita Harahap: The Influence Of Digital Marketing, Benefits, And Trust On The Decision To Use Go-Pay Services : Case Study In Consumer Of East Jakarta. Thesis, Jakarta : S1 Management Study Program, Faculty of Economics, State University of Jakarta, Supervisory Team: Dr. Osly Usman, M.Bus and Prof. Agung Dharmawan Buchdadi, M.M, Ph.D.

This research is aimed to find the influence of Digital Marketing, Benefits and Consumer Trust in making Usage Decisions on Go-Pay services. The research used a quantitative approach and involved questionnaires distributed to 300 respondents in the East Jakarta area who were at least 17 years old and were users of the Go-Pay e-wallet service. The data was analised using AMOS 24 and SPSS software. The results show that the second and third hypotheses are accepted, where Benefits have a positive and significant influence on Usage Decisions and Trust also influences Usage Decisions positively and significantly. Meanwhile, the first and fourth hypotheses were rejected, where Digital Marketing did not significantly influence Usage Decisions and Digital Marketing, also Benefits and Trust were unable to influence Usage Decisions simultaneously.

Keywords: Digital Marketing, Benefits, Trust, Usage Decision, Go-Pay

Lembar Pengesahan Skripsi

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

PenanggungJawab
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Prof. Dr. Muhamad Rizan,M.M.
NIP. 197206272006041001

No	Nama	Tanda Tangan	Tanggal
1	Dr. Andi Muhammad Sadat, M.Si.,Ph.D NIP. 197412212008121001 (Ketua Sidang)	.....	6 - Feb - 2025 .....
2	Prof. Usep Suhud, M.Si., Ph.D NIP. 197002122008121001 (Penguji 1)	.....	6 - Feb - 2025 .....
3	Nofriska Krissanya, S.E.,M.B.A NIP. 199111022022032013 (Penguji 2)	.....	4 Feb 2025 .....
4	Dr. Osly Usman, M.Bus NIP.197401152008011008 (Pembimbing 1)	.....	6 - Feb - 2025 .....
5	Prof. Agung Dharmawan Buchdadi,M.M.,Ph.D NIP . 197509162006041001 (Pembimbing 2)	.....	6 - Feb - 2025 .....

Nama : Indah Juwita Harahap
No. Registrasi : 1705618062
Program Studi : Manajemen
Tanggal Lulus : 15 Januari 2025

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

F072020

LEMBAR ORISINALITAS

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

1. Skripsi ini merupakan karya ilmiah 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 di daftar pustaka.
3. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila dikemudian 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, 15 Januari 2025

Yang membuat pernyataan

Indah Juwita Harahap

KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA
UPT PERPUSTAKAAN
Jalan Rawamangun Muka Jakarta 13220 Telepon/Faksimili: 021-4894221
Laman: 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 : Indah Juwita Harahap
NIM : 1705618062
Fakultas/Prodi : Ekonomi/S1Manajemen
Alamat email : indah.juwita0201@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 :
PENGARUH DIGITAL MARKETING, MANFAAT, DAN KEPERCAYAAN TERHADAP KEPUTUSAN PENGGUNAAN LAYANAN GO-PAY : STUDI KASUS PADA KONSUMEN JAKARTA TIMUR

Dengan Hak Bebas Royalti Non-Ekslusif 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, 3 Maret 2025
Penulis

(***Indah Juwita Harahap)***

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur peneliti panjatkan kepada Allah SWT atas hadirat-Nya yang telah melimpahkan rahmat dan kuasanya, penulis dapat menyelesaikan proposal penelitian yang berjudul **"Pengaruh *Digital Marketing*, Manfaat, dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Penggunaan Layanan Go- Pay : Studi Kasus Pada Konsumen Jakarta Timur."**

Dalam proses penyelesaian proposal skripsi ini, banyak hambatan dan rintangan yang penulis hadapi, namun pada akhirnya dapat dilalui karena penulis mendapatkan dukungan dan bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu penulis ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah banyak membantu dan memberikan dukungan selama proses penyusunan proposal ini, terutama pada :

1. Dr. Osly Usman, M.Bus selaku Dosen Pembimbing 1 yang telah membimbing, memberikan motivasi serta nasihat kepada penulis selama proses penyelesaian proposal skripsi ini.
2. Prof. Agung Dharmawan Buchdadi, M.M, Ph.D.selaku Dosen Pembimbing 2 yang telah membimbing, memberikan motivasi serta nasihat kepada penulis selama proses penyelesaian proposal skripsi ini.
3. Prof. Dr. Mohamad Rizan,M.M, selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta.
4. M. Edo Suryawan Siregar, S.E., M.B.A. selaku Koordinator Program Studi S1 Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Jakarta.
5. Seluruh dosen dan karyawan Program Studi S1 Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta atas seluruh ilmu pengetahuan dan pengalaman yang penulis dapatkan selama menempuh pendidikan.
6. Kedua orangtua penulis yang selalu memberikan dukungan serta doa selama proses

penyelesaian proposal skripsi ini.

7. Sahabat dan teman-teman mahasiswa Manajemen 2018, terkhusus Manajemen B 2018 yang senantiasa memberikan semangat selama proses penyelesaian proposal skripsi ini.
8. Pihak-pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu namun tidak mengurangi rasa hormat penulis karna telah membantu baik secara langsung atau tidak langsung selama penulis menyelesaikan proposal skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa masih banyak kekurangan yang dibuat dalam penyelesian proposal skripsi ini karena keterbatasan yang dimiliki penulis. Oleh sebab itu penulis dengan senang hati menerima kritik dan saran demi perbaikan tulisan ini dimasa mendatang. Penulis juga berharap proposal skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi penelitian selanjutnya. Akhir kata penulis ucapkan Terima kasih.

Jakarta, 15 Januari 2025

Indah Juwita Harahap

DAFTAR ISI

ABSTRAK ..... **iii**

ABSTRACT ..... **iv**

DAFTAR ISI ..... **v**

DAFTAR GAMBAR ..... **viii**

DAFTAR TABEL ..... **ix**

BAB I PENDAHULUAN **1**

1.1 Latar Belakang 1

1.2 Fokus Penelitian 9

1.3 Pertanyaan Penelitian 9

1.4 Tujuan Penelitian 10

1.5 Manfaat Penelitian 11

BAB II KAJIAN PUSTAKA **13**

2.1 Teori Pendukung 13

2.1.1 Digital Marketing 13

2.1.2 Manfaat 16

2.1.3 Kepercayaan 20

2.1.4 Keputusan Penggunaan Layanan Go-Pay 24

2.2 Penelitian Terdahulu 29

2.3 Kerangka Teori dan Hipotesis 30

2.3.1 Kerangka Teori 30

2.3.2 Kerangka Hipotesis 33

BAB III METODOLOGI PENELITIAN **35**

3.1 Waktu Dan Tempat Penelitian 35

3.2 Desain Penelitian 35

3.3 Populasi dan Sampel 36

3.3.1 Populasi 36

3.3.2 Sampel 37

3.4 Pengembangan Instrumen 38
3.4.1. Variabel Penelitian 38
3.4.2. Definisi Operasional dan Konseptual 39
3.4.3. Skala Pengukuran 42
3.5 Teknik Pengumpulan Data 42
3.6 Teknik Analisis Data 44
3.6.1 Analisis Deskriptif 44
3.6.2 Uji Validitas 45
3.6.3 Uji Reliabilitas 45
3.6.4 Uji Kesesuaian Model 46
3.7 Uji Hipotesis 50
3.8 Model SEM 51
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN 52
4.1 Deskripsi Data 52
4.1.1 Karakteristik Responden 52
4.1.1.1 Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin 52
4.1.1.2 Karakteristik Berdasarkan Jenis Usia 53
4.1.1.3 Karakteristik Berdasarkan Pekerjaan 53
4.1.2 Analisis Deskriptif 54
4.1.2.1 Variabel Digital marketing 54
4.1.2.2 Variabel Manfaat 56
4.1.2.3 Variabel Kepercayaan 58
4.1.2.4 Variabel Keputusan Penggunaan 59
4.2 Hasil Pengujian dan Pembahasan 61
4.2.1 Uji Validitas dan Reliabilitas 61
4.2.1.1 Exploratory Factor Analysis (EFA) 61
4.2.1.2 Confirmatory Factor Analysis (CFA) 66
4.2.1.3 Full Model 71
4.2.1.4 Fitted Model 73
4.2.2 Uji Hipotesis 76

BAB V PENUTUP **80**
5.1 Kesimpulan 80
5.2 Implikasi 81
5.2.1 Implikasi Teoritis 81
5.2.2 Implikasi Praktis 82
5.3 Keterbatasan Penelitian 83
5.4 Rekomendasi Bagi Peneliti Selanjutnya 84
DAFTAR PUSTAKA **85**
LAMPIRAN-LAMPIRAN **92**

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Instrumen Uang Elektronik – Bank Indonesia 2023 4
Gambar 1. 2 Platform Dompet Digital Di Indonesia 7
Gambar 2. 1 Kerangka Hipotesis Besar 34
Gambar 3. 1 Model SEM Diolah Dengan AMOS 51
Gambar 4. 1 Hasil Uji CFA Variabel Digital marketing 67
Gambar 4. 2 Hasil Uji CFA Variabel Manfaat 68
Gambar 4. 3 Hasil Uji CFA Variabel Kepercayaan 69
Gambar 4. 4 Hasil Uji CFA Variabel Keputusan Penggunaan 71
Gambar 4. 5 Full Model SEM 72
Gambar 4. 6 Fitted Model SEM AMOS 73

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu 29
Tabel 3. 1 Definisi Operasional Digital marketing 39
Tabel 3. 2 Definisi Operasional Variabel Manfaat 40
Tabel 3. 3 Definisi Operasional Kepercayaan 40
Tabel 3. 4 Definisi Operasional Keputusan Penggunaan 40
Tabel 3. 5 Likert-type 6 interval 42
Tabel 3. 6 Goodness of Fit Indices 49
Tabel 4. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin 52
Tabel 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia 53
Tabel 4. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan 54
Tabel 4. 4 Analisis Deskriptif Variabel Digital marketing 55
Tabel 4. 5 Analisis Deskriptif Variabel Manfaat 57
Tabel 4. 6 Analisis Deskriptif Variabel Kepercayaan 59
Tabel 4. 7 Analisis Deskriptif Variabel Keputusan Penggunaan 60
Tabel 4. 8 Uji Validitas dan Reliabilitas Variabel Digital marketing 61
Tabel 4. 9 Uji Validitas dan Reliabilitas Variabel Manfaat 63
Tabel 4. 10 Uji Validitas dan Reliabilitas Variabel Kepercayaan 64
Tabel 4. 11 Uji Validitas dan Reliabilitas Variabel Keputusan Penggunaan 66
Tabel 4. 12 First Order Construct Variabel Digital marketing 67
Tabel 4. 13 First Order Construct Variabel Manfaat 68
Tabel 4. 14 First Order Construct Variabel Kepercayaan 70
Tabel 4. 15 First Order Construct Variabel Keputusan Penggunaan 71
Tabel 4. 16 Uji Full Model SEM 72
Tabel 4. 17 Hasil Fitted Model SEM AMOS 74
Tabel 4. 18 Pernyataan Indikator Fitted Model 74
Tabel 4. 19 Hasil Uji Hipotesis 76
Tabel 4. 20 Hasil Uji ANOVA 77

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian 92
Lampiran 2 Deskripsi Responden 97
Lampiran 3 Exploratory Factor Analysis 104
Lampiran 4 Confirmatory Factor Analysis (CFA) 106