

PENGARUH *PERCEIVED EASE OF USE* DAN *PERCEIVED RISK* TERHADAP *CUSTOMER LOYALTY* MELALUI *CUSTOMER SATISFACTION* PADA APLIKASI *E-WALLET*

JULIUS ADI WIRATAMA

1710622037



Intelligentia - Dignitas

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

**PROGRAM STUDI S1 BISNIS DIGITAL
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA**

2026

***THE EFFECT OF PERCEIVED EASE OF USE AND
PERCEIVED RISK ON CUSTOMER LOYALTY THROUGH
CUSTOMER SATISFACTION IN E-WALLET APPLICATION***

JULIUS ADI WIRATAMA

1710622037



Intelligentia - Dignitas

***This Thesis is Prepared as One of the Requirements to Obtain a
Bachelor's Degree in Digital Business at the Faculty of Economics
and Business Universitas Negeri Jakarta***

***DIGITAL BUSINESS PROGRAM
FACULTY OF ECONOMICS AND BUSINESS
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA***

2026

LEMBAR PENGESAHAN

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI Penanggung Jawab Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis  Prof. Dr. Mohamad Rizan, SE, MM NIP. 197206272006041001			
No	Nama	Tanda Tangan	Tanggal
1	Dr. Ryna Parlyna, M.B.A NIP. 197701112008122003 (Ketua Sidang)		13/01/2026
2	Fildzah Shabrina, S.Pd., M.Kom NIP. 199409272024062001 (Penguji 1)		13/01/2026
3	Diena Noviarini, M.M.Si NIP. 197511152008122002 (Penguji 2)		12/01/2026
4	Dr. Munawaroh, M.Si NIP. 197503302008122002 (Pembimbing 1)		12/01/2026
5	Ringga Sentagi Asa, S.Pd., M.Kom NIP. 198904142024061001 (Pembimbing 2)		13/01/2026
Nama : Julius Adi Wiratama No. Registrasi : 1710622037 Program Studi : S1 Bisnis Digital Tanggal Lulus : 09 Januari 2026			

LEMBAR ORISINALITAS

LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Julius Adi Wiratama
No. Registrasi : 1710622037
Program Studi : S1 Bisnis Digital
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Judul Skripsi : Pengaruh Perceived Ease of Use dan Perceived Risk terhadap Customer Loyalty melalui Customer Satisfaction pada Aplikasi E-Wallet

Menyatakan bahwa benar skripsi ini adalah hasil karya saya sendiri untuk memenuhi syarat kelulusan S1 Bisnis Digital. Apabila saya mengutip dari karya orang lain, maka saya akan mencantumkan sumbernya sesuai dengan ketentuan yang berlaku. Saya bersedia menerima sanksi dari Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Negeri Jakarta, apabila saya terbukti melakukan tindakan plagiarisme.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya.

Jakarta, 06 Januari 2026



Julius Adi Wiratama

LEMBAR PERSETUJUAN PUBLIKASI



KEMENTERIAN PENDIDIKAN TINGGI, SAINS DAN TEKNOLOGI
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 : Julius Adi Wiratama
NIM : 1710622037
Fakultas/Prodi : Ekonomi dan Bisnis/S1 Bisnis Digital
Alamat email : juliuswiratama9@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 Perceived Ease of Use dan Perceived Risk terhadap Customer Loyalty melalui
Customer Satisfaction pada Aplikasi 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, 15 Januari 2026

Penulis

(Julius Adi Wiratama)

ABSTRAK

Julius Adi Wiratama, Pengaruh Perceived Ease of Use dan Perceived Risk terhadap Customer Loyalty melalui Customer Satisfaction pada Aplikasi E-Wallet: Skripsi, Jakarta: Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Negeri Jakarta, 2026

Meningkatnya pemanfaatan layanan dompet digital (*e-wallet*) di Indonesia mendorong perlunya pemahaman yang lebih luas mengenai aspek yang memengaruhi loyalitas pengguna. Penelitian ini dimaksudkan untuk menganalisis pengaruh *perceived ease of use* serta *perceived risk* terhadap *customer loyalty* dengan *customer satisfaction* sebagai mediasi pada aplikasi *e-wallet* LinkAja. Metodologi penelitian yang digunakan yaitu pendekatan kuantitatif melalui penyebaran kuesioner pada 190 responden yang merupakan pengguna aktif LinkAja di Indonesia, kemudian dianalisis menggunakan teknik *Partial Least Squares Structural Equation Modeling* (PLS-SEM) dengan bantuan SmartPLS 4.0. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *perceived ease of use* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *customer satisfaction*, sedangkan *perceived risk* berpengaruh negatif dan signifikan terhadap *customer satisfaction*. Selanjutnya, *customer satisfaction* terbukti berpengaruh positif terhadap *customer loyalty* serta memediasi secara signifikan pengaruh *perceived ease of use* dan *perceived risk* terhadap *customer loyalty*. Temuan ini menunjukkan bahwa kemudahan penggunaan serta pengelolaan risiko yang efektif mampu meningkatkan kepuasan serta memperkuat loyalitas pengguna *e-wallet*.

Kata kunci: *Perceived Ease of Use, Perceived Risk, Customer Satisfaction, Customer Loyalty, e-wallet, LinkAja*

ABSTRACT

Julius Adi Wiratama, The Effect of Perceived Ease of Use and Perceived Risk on Customer Loyalty through Customer Satisfaction in E-Wallet Application: Undergraduate Thesis, Jakarta: Faculty of Economics and Business, Universitas Negeri Jakarta, 2026

The increasing use of digital wallet (e-wallet) services in Indonesia highlights the need for a deeper understanding of the factors that influence user loyalty. This research is conducted to examine the influence of perceived ease of use and perceived risk on customer loyalty, with customer satisfaction positioned as a mediating variable within the context of the LinkAja e-wallet application. A quantitative research design is employed by distributing structured questionnaires to 190 active LinkAja users across Indonesia. The collected data are analyzed using the Partial Least Squares–Structural Equation Modeling (PLS-SEM) method with the assistance of SmartPLS version 4.0. The findings indicate that perceived ease of use exerts a positive and statistically significant impact on customer satisfaction, whereas perceived risk demonstrates a negative and significant effect on customer satisfaction. In addition, customer satisfaction is found to positively influence customer loyalty and to significantly mediate the relationship between perceived ease of use and perceived risk on customer loyalty. These results imply that optimizing system usability and effectively managing perceived risks are crucial in improving user satisfaction and fostering long-term loyalty toward e-wallet services.

Keywords: Perceived Ease of Use, Perceived Risk, Customer Satisfaction, Customer Loyalty, e-wallet, LinkAja

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan ke hadirat Tuhan atas segala berkat-Nya, sehingga skripsi yang berjudul “Pengaruh *Perceived Ease of Use* dan *Perceived Risk* terhadap *Customer Loyalty* melalui *Customer Satisfaction* pada Aplikasi *E-Wallet*” dapat diselesaikan dengan baik. Skripsi ini disusun sebagai bentuk pemenuhan persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana Bisnis Digital pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Negeri Jakarta. Penyusunan skripsi ini dapat terlaksana dengan adanya bantuan, bimbingan, serta faktor pendukung dari beragam pihak. Sehubungan dengan hal tersebut, penulis ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Prof. Dr. Komarudin, M.Si, selaku Rektor Universitas Negeri Jakarta, atas dukungan serta pemberian fasilitas dalam menunjang seluruh proses akademik.
2. Prof. Dr. Mohamad Rizan, M.M, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Negeri Jakarta, atas arahan serta kebijakan yang mendukung kelancaran kegiatan akademik.
3. Dr. Ryna Parlyna, M.B.A, selaku Koordinator Program Studi Bisnis Digital, atas segala arahan serta bimbingan selama masa perkuliahan.
4. Dr. Munawaroh, M.Si, selaku Dosen Pembimbing I, atas bimbingan dan masukan yang diberikan selama penyusunan skripsi.
5. Bapak Ringga Sentagi Asa, S.Pd., M.Kom, selaku Dosen Pembimbing II, atas bimbingan dan dukungan yang diberikan selama penyusunan skripsi.
6. Kedua orang tua dan kakak tercinta yang selalu memberikan doa, motivasi, dan kasih sayang sebagai sumber semangat penulis dalam menyelesaikan studi.
7. Para keluarga dan donatur yang telah memberikan bantuan, baik secara finansial maupun nonfinansial, sehingga proses penyelesaian studi dapat berlangsung dengan baik dan lancar.

8. Seluruh teman-teman mahasiswa Bisnis Digital C angkatan 2022 yang saling memberikan dukungan, menjaga solidaritas, serta bersama-sama mendorong satu sama lain untuk terus berkembang dan maju.
9. Seluruh dosen dan staf Program Studi Bisnis Digital Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Negeri Jakarta yang sudah memberikan ilmu pengetahuan, pengalaman, serta dukungan selama masa perkuliahan.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini belum sepenuhnya sempurna dalam penyusunannya. Oleh karena itu, penulis terbuka terhadap kritik serta saran yang bersifat membangun demi perbaikan pada masa mendatang. Diharapkan skripsi ini dapat memberikan manfaat dan kontribusi, baik secara teoretis maupun praktis.

Jakarta, 06 Januari 2026

Hormat penulis,

Julius Adi Wiratama

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	i
LEMBAR ORISINALITAS	ii
LEMBAR PERSETUJUAN PUBLIKASI	iii
ABSTRAK	iv
<i>ABSTRACT</i>	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Pertanyaan Penelitian	9
1.3 Tujuan Penelitian.....	10
1.4 Manfaat Penelitian	10
BAB II KAJIAN PUSTAKA	12
2.1 Teori Pendukung	12
2.1.1 <i>Technology Acceptance Model (TAM)</i>	12
2.1.2 <i>Perceived Ease of Use</i>	13
2.1.3 <i>Perceived Risk</i>	15
2.1.4 <i>Customer Satisfaction</i>	17
2.1.5 <i>Customer Loyalty</i>	19

2.2 Kerangka Teori dan Pengembangan Hipotesis.....	21
2.2.1 Pengaruh <i>Perceived Ease of Use</i> terhadap <i>Customer Satisfaction</i>	26
2.2.2 Pengaruh <i>Perceived Risk</i> terhadap <i>Customer Satisfaction</i>	26
2.2.3 Pengaruh <i>Customer Satisfaction</i> terhadap <i>Customer Loyalty</i>	27
2.2.4 Pengaruh <i>Perceived Ease of Use</i> terhadap <i>Customer Loyalty</i>	28
2.2.5 Pengaruh <i>Perceived Risk</i> terhadap <i>Customer Loyalty</i>	29
2.2.6 Pengaruh <i>Perceived Ease of Use</i> terhadap <i>Customer Loyalty</i> melalui <i>Customer Satisfaction</i>	30
2.2.7 Pengaruh <i>Perceived Risk</i> terhadap <i>Customer Loyalty</i> melalui <i>Customer</i> <i>Satisfaction</i>	30
BAB III METODE PENELITIAN	33
3.1 Waktu dan Tempat Penelitian.....	33
3.1.1 Waktu	33
3.1.2 Tempat.....	33
3.2 Desain Penelitian.....	33
3.3 Populasi dan Sampel	34
3.3.1 Populasi.....	34
3.3.2 Sampel.....	34
3.4 Pengembangan Instrumen	35
3.4.1 <i>Perceived Ease of Use</i>	35
3.4.2 <i>Perceived Risk</i>	36
3.4.3 <i>Customer Satisfaction</i>	37
3.4.4 <i>Customer Loyalty</i>	38
3.5 Teknik Pengumpulan Data	39
3.6 Teknik Analisis Data	40

3.6.1 <i>Outer Model</i> (Model Pengukuran)	41
3.6.2 <i>Inner Model</i> (Model Struktural).....	42
3.6.3 Uji Hipotesis	43
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	45
4.1 Deskripsi Data	45
4.1.1 Profil Responden.....	45
4.1.2 Analisa Deskriptif.....	48
4.1.3 Uji <i>Outer Model</i> (Model Pengukuran).....	54
4.1.4 Uji <i>Inner Model</i> (Model Struktural).....	58
4.1.5 Uji Hipotesis	60
4.2 Pembahasan.....	63
4.3 <i>Output</i>	71
BAB V PENUTUP	79
5.1 Kesimpulan	79
5.2 Implikasi Penelitian.....	80
5.3 Keterbatasan Penelitian.....	82
5.4 Rekomendasi Bagi Penelitian Selanjutnya.....	83
DAFTAR PUSTAKA	84
LAMPIRAN	93