

**PENGARUH PERSEPSI MANFAAT, PERSEPSI KEMUDAHAN DAN DAYA TARIK
PROMOSI TERHADAP MINAT PENGGUNAAN GO-PAY
(STUDI PADA PENGGUNA GO-PAY DI KOTA SURABAYA)**

SKRIPSI

**Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat
Dalam Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen
Program Studi Manajemen**



Diajukan Oleh :
HELMI DARMAWAN
NPM : 16420011

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS WIJAYA KUSUMA SURABAYA**

2020

SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Helmi Darmawan
NPM : 16420011
Alamat : Jl. Bibis Tama GG V-A/53-A, Surabaya
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Ekonomi Dan Bisnis

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi dengan judul **“PENGARUH PERSEPSI MANFAAT, PERSEPSI KEMUDAHAN DAN DAYA TARIK PROMOSI TERHADAP MINAT PENGGUNAAN GO-PAY”** (STUDI PADA PENGGUNA GO-PAY DI KOTA SURABAYA)” adalah benar-benar karya sendiri dan bebas dari plagiat, dan apabila pernyataan ini terbukti tidak benar, maka saya bersedia menerima sanksi sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Demikian surat pernyataan ini saya buat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Surabaya, 23 Agustus 2020
Yang Membuat Pernyataan



(HELMI DARMAWAN)
NPM: 16420011

SKRIPSI

PENGARUH PERSEPSI MANFAAT, PERSEPSI KEMUDAHAN DAN
DAYA TARIK PROMOSI TERHADAP MINAT PENGGUNAAN *GO-PAY*
(STUDI PADA PENGGUNA *GO-PAY* DI KOTA SURABAYA)

Diajukan oleh:

HELMI DARMAWAN

NPM : 16420011

TELAH DISETUJUI DAN DITERIMA DENGAN BAIK OLEH

DOSEN PEMBIMBING



ATTY ERDIANA, SE., M.AK.

Tanggal, 14 Juli 2020

KETUA PROGRAM STUDI



Dr. SITI DJAMILAH, SE., M.Si.

Tanggal, 14 Juli 2020

SKRIPSI

**PENGARUH PERSEPSI MANFAAT, PERSEPSI KEMUDAHAN DAN
DAYA TARIK PROMOSI TERHADAP MINAT PENGGUNAAN GO-PAY
(STUDI PADA PENGGUNA GO-PAY DI KOTA SURABAYA)**

Dipersiapkan dan disusun oleh :

HELMI DARMAWAN
NPM : 16420011

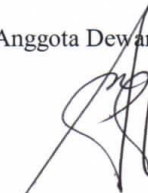
Susunan Dewan Penguji

Sekretaris Penguji



WIWIK HERAWATI, SE, MM.

Anggota Dewan Penguji Lain



DJOJO DIHARDJO, SE, MM, M.AK



MATHEOUS TAMONSANG, SE.,M.Si.

Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan
Untuk memperoleh gelar sarjana Manajemen

Tanggal 14-7-2020



Dr. SITI DJAMILAH, SE.,M.Si.
Ketua Program Studi

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur kehadirat Allah SWT atas berkah, rahmat dan hidayah-Nya yang senantiasa dilimpahkan kepada penulis, sehingga penulis bisa menyelesaikan skripsi dengan judul “PENGARUH PERSEPSI MANFAAT, PERSEPSI KEMUDAHAN DAN DAYA TARIK PROMOSI TERHADAP MINAT PENGGUNAAN GO-PAY” (STUDI PADA PENGGUNA GO-PAY DI KOTA SURABAYA)” sebagai syarat untuk menyelesaikan Program Sarjana (S1) pada Program Studi Manajemen di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Wijaya Kusuma Surabaya.

Dalam penyusunan skripsi ini terdapat banyak hambatan serta rintangan yang penulis hadapi namun pada akhirnya penulis dapat melaluinya berkat adanya bimbingan dan bantuan dari berbagai pihak baik secara moral maupun spiritual. Untuk itu pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan ucapan terimakasih kepada:

1. Bapak Prof. H. Sri Harmadji, dr., Sp. THT-KL (k), selaku Rektor Universitas Wijaya Kusuma Surabaya.
2. Bapak Drs. Ec Gimanto Gunawan, MM., M.Ak. selaku Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Wijaya Kusuma Surabaya.
3. Ibu Dr. Siti Djamilah, SE., M.Si selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Wijaya Kusuma Surabaya.
4. Ibu Atty Erdiana, SE, M.Ak selaku Dosen Pembimbing yang telah bersedia meluangkan waktu dan membimbing penulis untuk memberikan arahan selama penyusunan skripsi.
5. Bapak Drs. Ec. Redy Eko HS.,MM. selaku Dosen Wali yang telah memberikan dukungan pengarahan selama masa perkuliahan.

6. Seluruh jajaran Dosen dan Staf Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Wijaya Kusuma Surabaya.
7. Seluruh responden yang telah bersedia membantu dan meluangkan waktu dalam pengisian kuesioner.
8. Terima kasih kepada teman-teman kelas manajemen A dan semua teman-teman angkatan 2016 khususnya Fauzy, Bram, Renal, Jerri, Scenda, Fido, Julio, Aldo, kevin, Oby.
9. Keluarga besar penulis khususnya orang tua tercinta Bapak Imam Suhendro dan Ibu Lupita yang telah memberikan doa, dukungan dan motivasi selama ini kepada penulis.
10. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang telah membantu memberikan dukungan kepada penulis.

Dalam penulisan skripsi ini penulis menyadari masih banyak kekurangan dan kelemahan baik ditinjau dari segala aspek karena memang manusia tidak ada yang sempurna, dan diantara kesempurnaan manusia adalah kelebihan dan keistimewaan manusia yang saling melengkapi antara individu yang satu dengan yang lainnya maka, penulis menerima kritik dan saran yang membangun guna menambah wawasan kedepan yang lebih baik.

Penulis mohon maaf atas segala kesalahan yang pernah dilakukan. Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat dan referensi untuk mendorong penelitian-penelitian selanjutnya.

Surabaya, 20 Juli 2020

HELMI DARMAWAN

DAFTAR ISI

| | |
|--|----------|
| Halaman Judul | i |
| Halaman Pernyataan Bebas Plagiat | ii |
| Halaman Pengesahan Skripsi | iii |
| Halaman Susunan Dewan Penguji | iv |
| Kata Pengantar | v |
| Daftar Isi | viii |
| Daftar Tabel | xi |
| Daftar Gambar | xii |
| Daftar Lampiran | xiii |
| Abstrak | xiv |
| Abstract | xv |
| BAB I PENDAHULUAN..... | 1 |
| 1.1. Latar Belakang..... | 1 |
| 1.2 Rumusan Masalah..... | 6 |
| 1.3 Tujuan Penelitian | 7 |
| 1.4 Manfaat Penelitian | 7 |
| 1.5 Sistematika Penulisan Skripsi..... | 7 |
| BAB II TELAAH PUSTAKA | 9 |
| 2.1. Landasan Teori..... | 9 |
| 2.1.1 <i>E-Money</i> | 9 |
| 2.1.1.1 Definisi <i>E-Money</i> | 9 |
| 2.1.1.2 Unsur <i>E-Money</i> | 9 |
| 2.1.1.3 Manfaat Uang Elektronik | 10 |
| 2.1.1.4 Karakteristik <i>E-money</i> | 10 |
| 2.1.2 Go-Pay | 12 |
| 2.1.2.1 Layanan Pembayaran GO-PAY..... | 12 |
| 2.1.2.2 PRODUK & FITUR GO-PAY | 13 |
| 2.1.3 Persepsi Konsumen | 14 |

| | |
|--|-----------|
| 2.1.3.1 Pengertian Persepsi Konsumen | 14 |
| 2.1.3.2 Proses Persepsi Konsumen | 15 |
| 2.1.4 Persepsi Manfaat (<i>Perceived Usefulness</i>) | 16 |
| 2.1.5 Persepsi Kemudahan (<i>Perceived Ease of Use</i>)..... | 17 |
| 2.1.6 Daya Tarik Promosi..... | 18 |
| 2.1.6.1 Tujuan Promosi | 19 |
| 2.1.6.2 Konsep AIDA | 21 |
| 2.1.6.3 Bentuk-bentuk promosi Go-Pay | 23 |
| 2.1.7 Minat Penggunaan | 24 |
| 2.1.7.1 Dimensi Minat Pembelian Konsumen: | 25 |
| 2.1.8 Hubungan Antar Variabel | 26 |
| 2.2 Penelitian Sebelumnya..... | 28 |
| 2.3. Hipotesis dan Model Analisis | 29 |
| 2.3.1 Hipotesis..... | 29 |
| 2.3.2 Model Analisis | 30 |
| BAB III METODE PENELITIAN | 31 |
| 3.1 Pendekatan Penelitian | 31 |
| 3.2 Populasi Dan Sampel | 31 |
| 3.2.1 Populasi | 31 |
| 3.2.2 Sampel | 32 |
| 3.3 Identifikasi Variabel | 32 |
| 3.4 Definisi Operasional Variabel | 33 |
| 3.4.1 Variabel Bebas (X)..... | 33 |
| 3.5 Jenis dan Sumber Data..... | 36 |
| 3.5.1 Jenis Data | 36 |
| 3.5.2 Sumber Data | 36 |
| 3.6 Prosedur Pengumpulan Data..... | 37 |
| 3.7 Teknik Analisis | 37 |
| 3.7.1 Uji Validitas | 37 |
| 3.7.2 Uji Reliabilitas..... | 38 |
| 3.7.3 Uji Model Analisis | 38 |

| | |
|--|----|
| 3.7.4 Analisis Koefisien Korelasi Berganda (R) | 40 |
| 3.7.5 Koefisien Determinasi Berganda (R ²) | 40 |
| BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN | 43 |
| 4.1. Gambaran Umum Obyek Penelitian | 45 |
| 4.2. Deskripsi Identitas Responden..... | 47 |
| 4.3. Deskripsi Variabel Penelitian | 48 |
| 4.3.1. Deskripsi Variabel Persepsi Manfaat (X ₁) | 48 |
| 4.3.2 Deskripsi Variabel Persepsi Kemudahan (X ₂) | 49 |
| 4.3.3. Deskripsi Variabel Daya Tarik Promosi (X ₃) | 50 |
| 4.3.4 Deskripsi Variabel Minat Penggunaan (Y). | 50 |
| 4.4. Hasil Analisis Data | 51 |
| 4.4.1 Hasil Pengujian Validitas | 51 |
| 4.4.2 Hasil Pengujian Reliabilitas | 53 |
| 4.4.3 Hasil Pengujian Regresi Linier Berganda | 54 |
| 4.4.4 Koefisien Determinasi Berganda (R ²)..... | 56 |
| 4.4.4.1 Hasil Pengujian Secara Parsial (Uji t)..... | 57 |
| 4.5 Pembahasan | 61 |
| BAB V SIMPULAN, SARAN DAN KETERBATASAN | 66 |
| 5.1 Simpulan | 66 |
| 5.2 Saran | 66 |
| 5.3 Keterbatasan Penelitian..... | 67 |
| DAFTAR PUSTAKA | 69 |
| LAMPIRAN – LAMPIRAN | |

DAFTAR TABEL

| | | |
|------------|---|----|
| Tabel 1.1 | Jumlah Transaksi Menggunakan <i>E-Money</i> (Dalam Juta Rupiah) | 2 |
| Tabel 2.1 | Penelitian Sebelumnya | 28 |
| Tabel 4.1 | Data Identitas Responden Mengenai Jenis Kelamin | 45 |
| Tabel 4.2 | Data Identitas Responden Mengenai Usia | 45 |
| Tabel 4.3 | Karakteristik Pendidikan Terakhir Responden | 46 |
| Tabel 4.4 | Karakteristik Jenis Pekerjaan Responden | 46 |
| Tabel 4.5 | Kategori Mean Masing-masing Variabel | 47 |
| Tabel 4.6 | Jawaban Responden Mengenai Variabel Persepsi Manfaat (X_1) | 48 |
| Tabel 4.7 | Jawaban Responden Mengenai Variabel Persepsi Kemudahan (X_2) | 49 |
| Tabel 4.8. | Jawaban Responden Mengenai Variabel Daya Tarik Promosi (X_3) | 49 |
| Tabel 4.9 | Jawaban Responden Mengenai Variabel Minat Penggunaan (Y). | 50 |
| Tabel 4.10 | Hasil Pengujian Validitas Variabel Persepsi Manfaat (X_1) | 51 |
| Tabel 4.11 | Hasil Pengujian Validitas Variabel Persepsi Kemudahan (X_2) | 52 |
| Tabel 4.12 | Hasil Pengujian Validitas Daya Tarik Promosi (X_3) | 52 |
| Tabel 4.13 | Hasil Pengujian Validitas Variabel Minat Penggunaan (Y) | 53 |
| Tabel 4.14 | Hasil Pengujian Reliabilitas | 54 |
| Tabel 4.15 | Koefisien Determinasi Berganda | 57 |
| Tabel 4.16 | Hasil Analisis Uji t | 58 |

DAFTAR GAMBAR

| | | |
|-------------|---|----|
| Gambar 1.1 | Uang Elektronik Terpopuler di Indonesia 2017 | 5 |
| Gambar 3.1 | Kurva Distribusi T | 42 |
| Gambar 4.1. | Kurva Distribusi Uji t Pengaruh Persepsi Manfaat (X_1) Terhadap Minat Penggunaan (Y) | 58 |
| Gambar 4.2 | Kurva Distribusi Uji t Pengaruh Persepsi Kemudahan (X_2) Terhadap Minat Penggunaan (Y) | 59 |
| Gambar 4.3. | Kurva Distribusi Uji t Pengaruh Daya Tarik Promosi (X_3) Terhadap Minat Penggunaan (Y) | 60 |

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Kuesioner Penelitian
- Lampiran 2 Input SPSS
- Lampiran 3 Output SPSS
- Lampiran 4 Tabel T

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah untuk menguji Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Dan Daya Tarik Promosi Terhadap Minat Penggunaan Go-Pay (Studi Pada Pengguna Go-Pay Di Kota Surabaya). Variabel bebas dalam penelitian ini adalah Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Dan Daya Tarik Promosi. Sedangkan variabel terikat adalah Minat Penggunaan Go-Pay (Studi Pada Pengguna Go-Pay Di Kota Surabaya). Dalam penelitian ini, penentuan sampel dilakukan dengan metode *non probability sampling* dengan prosedur *purposive sampling*. Sampel yang digunakan sebanyak 96 responden. Sebelum dilakukan uji hipotesis dilakukan uji validitas dan reliabilitas. Teknik analisis menggunakan regresi linier berganda. Hasilnya adalah semua variabel valid dan reliabel. Hasil uji t menunjukkan $t_{hitung} > t_{tabel}$ dengan signifikansi $< 0,05$. Dengan demikian hipotesis kesatu yang menyatakan “Persepsi Manfaat berpengaruh signifikan terhadap Minat Penggunaan Go-Pay (Studi Pada Pengguna Go-Pay Di Kota Surabaya)” dapat didukung kebenarannya, hipotesis kedua yang menyatakan “Persepsi Kemudahan berpengaruh signifikan terhadap Minat Penggunaan Go-Pay (Studi Pada Pengguna Go-Pay Di Kota Surabaya)” dapat didukung kebenarannya, hipotesis ketiga yang menyatakan “Daya Tarik Promosi berpengaruh signifikan terhadap Minat Penggunaan Go-Pay (Studi Pada Pengguna Go-Pay Di Kota Surabaya)” dapat didukung kebenarannya

Kata Kunci : Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Daya Tarik Promosi Dan Minat Penggunaan

ABSRTACT

The purpose of this study was to examine the Effect of Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and Attractiveness of Promotion of Interest in Go-Pay Use (Study of Go-pay Users in Surabaya City). The independent variable in this study is the Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and Promotion Attractiveness. While the dependent variable is Interest in Go-Pay Use (Study of Go-Pay Users in Surabaya City). In this study, the determination of the sample is done by the non probability sampling method with a purposive sampling procedure. The sample used was 96 respondents. Before testing the hypothesis, the validity and reliability tests are carried out. The analysis technique uses multiple linear regression. The result is that all variables are valid and reliable. T test results show $t_{count} > t_{table}$ with a significance < 0.05 . Thus the first hypothesis stating " Perceived Usefulness has a significant effect on Go-Pay Use Interest (Study of Go-Pay Users in Surabaya City)" can be supported by the truth, the second hypothesis stating " Perceived Ease of Use has a significant effect on Go-Pay Use Interest (Study For Go-Pay Users in Surabaya)" can be supported by the truth, the third hypothesis stating "Promotion Attractiveness has a significant effect on Go-Pay Use Interest (Study of Go-Pay Users in Surabaya) " can be supported by the truth.

Keywords: Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, Attractiveness of Promotion and interest in use