

SKRIPSI

**PENGARUH *PERCEIVED TRUST*, *CONVENIENCE*, DAN *SALES PROMOTION* TERHADAP *CONTINUOUS INTENTION* GENERASI Z
MENGUNAKAN *E-WALLET* GOPAY DI BANJARMASIN**

Diajukan Untuk Memenuhi Sebagai Persyaratan dalam Memperoleh
Gelar Sarjana Manajemen



Oleh:

MUHAMMAD RAYHAN RAHMAN

NIM : 1910312210079

PROGRAM STUDI : MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS LAMBUNG MANGKURAT

BANJARMASIN

2023

LEMBAR LEGALITAS

**PENGARUH *PERCEIVED TRUST, CONVENIENCE*, DAN *SALES PROMOTION*
TERHADAP *CONTINUOUS INTENTION* GENERASI Z MENGGUNAKAN *E-WALLET GOPAY* DI BANJARMASIN**

Yang disiapkan dan disusun oleh:

**MUHAMMAD RAYHAN RAHMAN
NIM. 1910312210079**

Telah dipertahankan di depan Tim Penguji pada tanggal 29 Desember 2023 dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima


Pembimbing



Prof. Laila Refiana Said, S.Psi, M.Si, Ph.D.

NIP. 19700913 200501 2 003

Penguji I

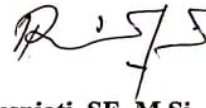


Dr. RR. Yuliati Prihatiningrum, SE, M.Si.

CMA, CPM (Asia)

NIP. 19730727 200112 2 001

Penguji II



Rusniati, SE, M.Si

NIP. 19721117 199702 2 004

Mengetahui,
Ketua Jurusan Manajemen



Dr. RR. Yuliati Prihatiningrum, SE, M.Si, CMA, CPM (Asia)

NIP. 19730727 200112 2 001

LEMBAR PENGESAHAN UJIAN SKRIPSI

UNIVERSITAS LAMBUNG MANGKURAT FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

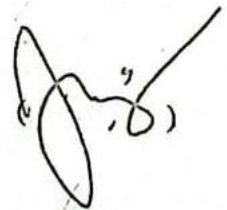
Nama : Muhammad Rayhan Rahman
NIM : 1910312210079
Program Studi : S1 Manajemen
Judul Skripsi : Pengaruh *Perceived Trust, Convenience*, dan *Sales Promotion* terhadap *Continuous Intention* Generasi Z Menggunakan *E-Wallet Gopay* Di Banjarmasin
Mata Kuliah Pokok : Manajemen Pemasaran
Ujian Dilaksanakan : Jumat, 29 Desember 2023
Waktu Ujian : 09.00 WITA s/d 11.00 WITA

TIM PENGUJI

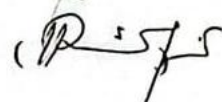
Pembimbing : Prof. Laila Refiana Said, S.Psi, M.Si, Ph.D



Penguji 1 : Dr. RR. Yuliati Prihatiningrum, SE, M.Si ,
CMA, CPM (Asia)



Penguji 2 : Rusniati, SE, M.Si



BERITA ACARA PERBAIKAN SKRIPSI

Berdasarkan hasil ujian yang telah dilaksanakan oleh mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lambung Mangkurat:

Nama : Muhammad Rayhan Rahman
NIM : 1910312210079
Program Studi : S1 Manajemen
Judul Skripsi : Pengaruh *Perceived Trust, Convenience*, dan *Sales Promotion* terhadap *Continuous Intention* Generasi Z Menggunakan *E-Wallet Gopay* Di Banjarmasin.
Mata Kuliah Pokok : Manajemen Pemasaran
Ujian Dilaksanakan : Jumat, 29 Desember 2023
Waktu Ujian : 09.00 WITA s/d 11.00 WITA

Disetujui Dosen Pembimbing.

Demikian berita acara perbaikan skripsi yang telah mendapatkan persetujuan.

Banjarmasin, 18 Januari 2024
Mahasiswa,



Muhammad Rayhan Rahman
NIM. 1910312210079

Dosen Pembimbing,



Prof. Laila Refiana Said, S.Psi., M.Si., Ph.D.
NIP. 19700913 200501 2 003

Mengetahui,
Koordinator Program Studi Manajemen



Dr. RR. Yuliati Prihatiningrum, SE., M.Si., CMA, CPM (Asia)
NIP. 19730727 200112 2 001

PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertanda tangan dibawah ini menyatakan dengan sesungguhnya, bahwa Skripsi ini merupakan hasil penelitian yang telah saya lakukan. Segala kutipan dan bantuan dari berbagai sumber telah diungkapkan sebagaimana mestinya. Skripsi ini belum pernah dipublikasikan untuk keperluan lain oleh siapapun juga. Apabila di kemudian hari ternyata pernyataan saya ini tidak benar, maka saya bersedia menerima akibat hukum dari ketidakbenaran pernyataan tersebut.

Banjarmasin, 29 Desember 2023



Muhammad Rayhan Rahman

NIM.1910312210079

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah serta puji syukur saya panjatkan kehadirat Allah SWT atas segala limpahan rahmat dan karunia-Nya kepada kita semua, sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini yang berjudul “Pengaruh *Perceived Trust*, *Convenience*, dan *Sales Promotion* terhadap *Continuous Intention* Generasi Z Menggunakan *E-Wallet* Gopay Di Banjarmasin” ditulis untuk melengkapi persyaratan dalam memperoleh Gelar Sarjana Manajemen pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lambung Mangkurat.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini terselesaikan karena adanya dukungan, bantuan dan bimbingan baik secara moral maupun material dari banyak pihak, oleh karena itu pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terimakasih kepada pihak-pihak yang terlibat antara lain:

1. Bapak Prof. Dr. Ahmad Yunani, SE., M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lambung Mangkurat.
2. Ibu Dr. Raden Roro Yulianti Prihatiningrum, SE, M.Si selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lambung Mangkurat serta selaku dosen penguji satu yang telah membantu penulisan skripsi ini.
3. Ibu Prof. Laila Refiana Said, S.Psi, M.Si, Ph.D selaku Dosen Pembimbing yang telah bersedia meluangkan waktu untuk melakukan konsultasi dan terimakasih atas ide pemikiran, saran, serta solusi dari permasalahan yang dihadapi penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
4. Ibu Rusniati, SE, M.Si selaku dosen penguji dua yang telah membantu penulisan skripsi ini.

5. Seluruh Dosen Pengajar di lingkungan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lambung Mangkurat yang telah mendidik, membimbing dan memberikan ilmu yang bermanfaat untuk penulis.
6. Kepada kedua orangtua, saudara, serta kerabat yang telah memberikan doa, dukungan serta semangat selama menjalani pendidikan dan penyusunan skripsi ini.
7. Kepada teman-teman seperjuangan di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Program Studi Manajemen Angkatan 2019 Universitas Lambung Mangkurat.
8. Semua pihak yang telah membantu secara langsung dan tidak langsung dalam pembuatan skripsi ini.

Semoga berkat dukungan, bantuan, dan doa yang diberikan kepada penulis mendapat balasan dari Allah SWT. Penulis menyadari bahwa masih jauh dari sempurna penulisan skripsi ini. Oleh karena itu, saran dan masukan dari pembaca sangat penulis harapkan. Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi para pembacanya.

Banjarmasin, 29 Desember 2023



Muhammad Rayhan Rahman

NIM.1910312210079

ABSTRACT

Muhammad Rayhan Rahman (2023). *The Effect of Perceived Trust, Convenience, and Sales Promotion on Generation Z's Continuous Intention to Use E-Wallet Gopay in Banjarmasin*. Advisor: Laila Refiana Said

The research was conducted with the aim of (1) to analyze the Effect of Perceived Trust on Continuous Intention of Generation Z using e-wallet gopay in Banjarmasin city; (2) to analyze the Effect of Convenience on Continuous Intention of Generation Z using e-wallet gopay in Banjarmasin city; (3) to analyze Sales Promotion on Continuous Intention of generation Z using e-wallet gopay in Banjarmasin city.

The type of research used is explanatory research. The population of this study is the people of Banjarmasin city, with a sample of Generation z who have used the e-wallet gopay at least twice and are at least 18 years old with a sample size of 100 people. Data analysis in the study used Multiple Linear Regression Analysis Techniques.

The results of the study are as follows, namely Perceived Trust has a significant effect on Continuous Intention. Convenience has a significant effect on Continuous Intention. Sales Promotion has a significant effect on Continuous Intention.

Keywords: *Perceived Trust, Convenience, Sales Promotion, Continuous Intention*

ABSTRAKSI

Muhammad Rayhan Rahman (2023). Pengaruh *Perceived Trust*, *Convenience*, dan *Sales Promotion* terhadap *Continuous Intention* Generasi Z Menggunakan *E-Wallet Gopay* Di Banjarmasin. Pembimbing: Laila Refiana Said

Penelitian dilakukan bertujuan (1) untuk menganalisis Pengaruh *Perceived Trust* terhadap *Continuous Intention* Generasi Z menggunakan *e-wallet gopay* di kota Banjarmasin; (2) untuk menganalisis Pengaruh *Convenience* terhadap *Continuous Intention* Generasi Z menggunakan *e-wallet gopay* di kota Banjarmasin; (3) untuk menganalisis *Sales Promotion* terhadap *Continuous Intention* generasi Z menggunakan *e-wallet gopay* di kota Banjarmasin.

Jenis penelitian yang digunakan adalah *explanatory research*. Populasi penelitian ini adalah yaitu masyarakat kota Banjarmasin, dengan sampel yakni Generasi z yang sudah pernah menggunakan *e-wallet gopay* minimal sebanyak dua kali dan berumur minimal 18 tahun dengan banyaknya sampel yakni 100 orang. Analisis data dalam penelitian menggunakan Teknik Analisis Regresi Linear Berganda.

Hasil penelitian adalah sebagai berikut yaitu *Perceived Trust* berpengaruh signifikan terhadap *Continuous Intention*. *Convenience* berpengaruh signifikan terhadap *Continuous Intention*. *Sales Promotion* berpengaruh signifikan terhadap *Continuous Intention*.

Kata Kunci: *Perceived Trust*, *Convenience*, *Sales Promotion*, *Continuous Intention*

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
LEMBAR LEGALITAS.....	ii
LEMBAR PENGESAHAN UJIAN SKRIPSI.....	iii
BERITA ACARA PERBAIKAN SKRIPSI.....	iv
PERNYATAAN ORISINALITAS	v
KATA PENGANTAR	vi
<i>ABSTRACT</i>	viii
ABSTRAKSI	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	9
1.3. Tujuan Penelitian	10
1.4. Manfaat Penelitian	10
1.5. Sistematika Pembahasan	11
BAB II KAJIAN PUSTAKA	13
2.1. Landasan Teori.....	13
2.1.1. <i>Perceived trust</i>	13
2.1.2. <i>Convenience</i>	16
2.1.3. <i>Sales Promotion</i>	18
2.1.4. <i>Continuous Intention</i>	20
2.1.5. Pengaruh <i>Perceived trust</i> terhadap <i>Continuous Intention</i>	22
2.1.6. Pengaruh <i>Convenience</i> terhadap <i>Continuous Intention</i>	23
2.1.7. Pengaruh <i>Sales Promotion</i> terhadap <i>Continuous Intention</i>	24
2.2. Hasil Penelitian Sebelumnya.....	24
BAB III KERANGKA KONSEPTUAL DAN HIPOTESIS	32
3.1. Kerangka Konseptual.....	32
3.2. Hipotesis Penelitian.....	33
BAB IV METODE PENELITIAN	35

4.1. Ruang Lingkup.....	35
4.2. Jenis Penelitian.....	35
4.3. Tempat Lokasi Penelitian.....	35
4.4. Unit Analisis	36
4.5. Populasi dan Sampel	36
4.5.1. Populasi.....	36
4.5.2. Sampel.....	36
4.6. Variabel dan Definisi Operasional Variabel	38
4.6.1. Variabel.....	38
4.6.2. Definisi Operasional Variabel.....	39
4.7. Teknik Pengumpulan Data.....	43
4.7.1. Sumber Data.....	43
4.7.2. Teknik Pengumpulan Data.....	43
4.7.3. Skala Pengukuran Data	43
4.8. Teknik Analisis Data.....	44
4.8.1. Uji Validitas dan Reabilitas	44
4.8.2. Uji Asumsi Klasik.....	45
4.8.3. Uji Regresi Linear Berganda.....	48
4.8.4. Pengujian Hipotesis.....	48
BAB V HASIL PENELITIAN DAN ANALISIS.....	50
5.1. Gambaran Umum Objek Penelitian	50
5.1.1. Sejarah Gopay	50
5.2. Hasil dan Analisis	51
5.2.1. Karakteristik Responden	51
5.2.2. Deskripsi Variabel Statistik Penelitian	55
5.2.3. Uji Instrumen	61
5.2.4. Analisis Data	63
5.2.5. Uji Asumsi Klasik.....	65
5.2.6. Hasil Pengujian Hipotesis	73
5.2.7. Pembahasan Penelitian.....	77
5.2.8. Implikasi Hasil Penelitian	81
5.2.9. Keterbatasan Penelitian.....	84
BAB VI PENUTUP	86

6.1. Kesimpulan	86
6.2. Saran.....	86
DAFTAR PUSTAKA	89
LAMPIRAN.....	95

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu Research Gap	27
Tabel 4.1 Definisi Operasional Variabel.....	39
Tabel 4.2 Skala Likert	44
Tabel 5.1 Karakteristik responden Berdasarkan Usia	51
Tabel 5.2 Tabel Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	52
Tabel 5.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	52
Tabel 5.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan Uang saku.....	53
Tabel 5.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Jumlah Kecamatan	54
Tabel 5.6 Deskripsi Statistik Variabel <i>Perceived Trust</i> (X1)	56
Tabel 5.7 Deskripsi Statistik Variabel <i>Convenience</i> (X2)	57
Tabel 5.8 Deskripsi Statistik Variabel <i>Sales Promotion</i> (X3)	59
Tabel 5.9 Deskripsi Statistik Variabel <i>Continuous Intention</i>	60
Tabel 5.10 Hasil Uji Validitas.....	61
Tabel 5.11 Tabel Uji Reliabilitas	62
Tabel 5.12 Hasil Uji Regresi Linear Berganda	64
Tabel 5.13 Hasil Uji Kolmogorov-Smirnov	67
Tabel 5.14 Hasil Uji Multikolinearitas.....	68
Tabel 5.15 Hasil Uji Gletser	70
Tabel 5.16 Hasil Uji Linearitas Variabel <i>Perceived Trust</i> terhadap <i>Continuous Intention</i>	71
Tabel 5.17 Hasil Uji Linearitas Variabel <i>Convenience</i> Terhadap <i>Continuous Intention</i>	72
Tabel 5.18 Hasil Uji Linearitas Variabel <i>Sales Promotion</i> terhadap <i>Continuous Intention</i>	73
Tabel 5.19 Hasil Uji t variabel <i>Perceived Trust</i> terhadap <i>Contunuous Intention</i> .	74
Tabel 5.20 Hasil Uji t variabel <i>Convenience</i> terhadap <i>Continuous Intention</i>	74
Tabel 5.21 Hasil Uji t variabel <i>Sales Promotion</i> terhadap <i>Continuous Intention</i> .	75
Tabel 5.22 Hasil Uji Koefisien Determinasi	77

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1. Jumlah Generasi Z yang mempunyai <i>cashless financial product</i> di Indonesia	3
Gambar 1.2 Perbandingan Pengguna merk <i>e-wallet</i> di indonesia berdasarkan laporan <i>E-Wallet Industry Outlook 2023</i> dari penelitian Insight Asia tahun 2022 .	4
Gambar 3.1 Kerangka Konseptual	32
Gambar 5.1 Hasil Uji Normalitas P-Plot.....	66
Gambar 5.2 Hasil Uji Normalitas Grafik Histogram	67
Gambar 5.3 Hasil Uji Heterokedastisitas	70