

SKRIPSI

**PENGARUH *PERCEIVED EASE OF USE*, *PERCEIVED USEFULNESS*,
DAN *TRUST* TERHADAP *CUSTOMER SATISFACTION* PENGGUNA
E-WALLET SHOPEEPAY PADA MAHASISWA S1 FEB ULM
BANJARMASIN**



Diajukan Untuk Melengkapi Persyaratan Dalam Memperoleh
Gelar Sarjana Manajemen

Oleh:

WINTYA FITRI ARRAHMALA

NIM: 1910312120013

PROGRAM STUDI: MANAJEMEN

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS LAMBUNG MANGKURAT
BANJARMASIN**

2023

LEMBAR LEGALITAS

**PENGARUH *PERCEIVED EASE OF USE*, *PERCEIVED USEFULNESS*,
DAN *TRUST* TERHADAP *CUSTOMER SATISFACTION* PENGGUNA
E-WALLET SHOPEEPAY PADA MAHASISWA S1 FEB ULM
BANJARMASIN**

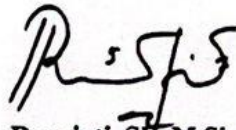
Yang dipersiapkan dan disusun oleh:

WINTYA FITRI ARRAHMALA

NIM. 1910312120013

Telah dipertahankan di depan dosen penguji pada tanggal 20 Juni 2023 dan
dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima

Pembimbing



Rusniati, SE, M.Si
NIP.19721117 199702 2 004

Penguji I



Drs. H. Ikhwan Faisal, SE, M.Si, AK, CA, ACPA
NIP.19700209 199303 1 003

Penguji II



Siti Alivati Al Bushairi, SE, MM
NIP.19720909 199903 2 001

Mengetahui,



Dr. RR. Yulianti Prihatinigrum, SE, M.Si
NIP. 19730727 200112 2 001

LEMBAR PENGESAHAN
UNIVERSITAS LAMBUNG MANGKURAT
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
BANJARMASIN

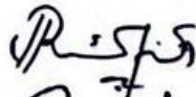
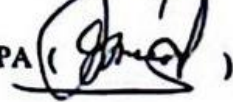
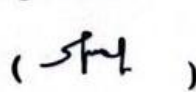
Nama : Wintya Fitri Arrahmala
NIM : 1910312120013
Program Studi : Manajemen
Judul Skripsi : Pengaruh *Perceived Ease of Use*, *Perceived Usefulness*,
dan *Trust* Terhadap *Customer Satisfaction* Pengguna
E- Wallet ShopeePay Pada Mahasiswa S1 FEB ULM
Banjarmasin
Mata Kuliah Pokok : Manajemen Pemasaran
Ujian Dilaksanakan : 20 Juni 2023

TIM PENGUJI

Pembimbing: Rusniati, SE, M.Si

Penguji I : Drs. H. Ikhwan Faisal, SE, M.Si, AK, CA, ACPA

Penguji II : Siti Aliyati Al Bushairi, SE, MM

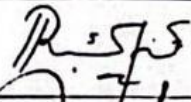
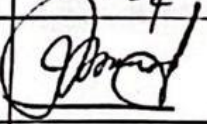




LEMBAR BERITA ACARA PERBAIKAN SKRIPSI

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

Nama : Wintya Fitri Arrahmala
NIM : 1910312120013
Program Studi : Manajemen
Judul Skripsi : Pengaruh *Perceived Ease of Use*, *Perceived Usefulness* dan *Trust Terhadap Customer Satisfaction* Pengguna *E- Wallet* ShopeePay Pada Mahasiswa S1 FEB ULM Banjarmasin
Hari / Tanggal : Selasa, 20 Juni 2023
Tempat : Ruang Kaca Lecture Theater
Waktu Ujian : 09.00 – 11.00 WITA

Dengan ini telah melakukan perbaikan skripsi berdasarkan saran Tim Penguji:

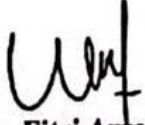
No	Nama	Keterangan	Tanda Tangan
1	Rusniati, SE, M.Si	Pembimbing	
2	Drs. H. Ikhwan Faisal, SE, M.Si, AK, CA, ACPA	Penguji I	
3	Siti Aliyati Al Bushairi, SE, MM	Penguji II	

Demikian berita acara perbaikan skripsi yang telah mendapatkan persetujuan dari Tim Penguji

Banjarmasin, 12 Juli 2023

Mengetahui,
Ketua Jurusan Manajemen

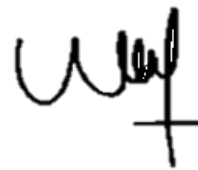
Dr. RR. Yulianti Prihatiningrum, SE, M.Si
NIP. 19730727 200112 2 001

Mahasiswa,

Wintya Fitri Arrahmala
NIM. 1910312120013

SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertanda tangan dibawah ini menyatakan dengan sesungguhnya, bahwa Proposal Skripsi ini merupakan hasil penelitian yang telah saya lakukan. Segala kutipan dan bantuan dari berbagai sumber telah diungkapkan sebagaimana mestinya. Proposal 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, 12 Juli 2023



Wintya Fitri Arrahmala

1910312120013

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT atas segala rahmat dan Karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan proposal skripsi ini dengan judul “Pengaruh *Perceived Ease of Use*, *Perceived Usefulness*, dan *Trust* Terhadap Customer Satisfaction Pengguna E-Wallet ShopeePay (Studi Pada Mahasiwa FEB ULM Banjarmasin)”. Penyusunan proposal skripsi ini dimaksudkan untuk melengkapi persyaratan dalam memperoleh Gelar Sarjana Manajemen pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lambung Mangkurat Banjarmasin.

Penulis menyadari bahwa selama proses penulisan dan penyusunan skripsi ini tidak akan selesai tanpa bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, tidak lupa penulis juga mengucapkan terimakasih banyak kepada pihak-pihak yang telah memberikan kontribusi dengan memberikan sumbangan baik berupa materi maupun pikirannya. Dengan kerendahan hati, penulis mengucapkan banyak terimakasih kepada :

1. Bapak Dr. Atma Hayat, Ak, M.Si, CA 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.
3. Ibu Rusniati, SE, M.Si selaku Dosen Pembimbing yang telah memberikan bimbingan, ilmu dan pengetahuan, dorongan, motivasi, kritik, saran, dan waktu kepada peneliti sehingga skripsi ini bisa terselesaikan.

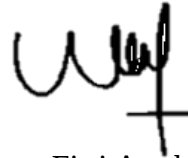
4. Bapak Drs. H. Ikhwan Faisal, SE, M.Si, Ak, CA, ACPA selaku Dosen Penguji I yang bersedia meluangkan waktunya untuk memberikan saran dan masukan kepada peneliti agar penelitian ini menjadi lebih baik.
5. Ibu Siti Aliyati Al Bushairi, SE, MM selaku Dosen Penguji II yang bersedia meluangkan waktunya untuk memberikan saran dan masukan kepada peneliti agar penelitian ini menjadi lebih baik.
6. Seluruh Dosen Pengajar di lingkungan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas lambung Mangkurat yang telah mendidik, membimbing dan memberikan ilmu yang bermanfaat untuk peneliti.
7. Kedua orangtua saya yang tercinta, Ibunda saya Fatya Misa, S.Pd, dan ayahanda Tarwin Patik Mustafa, S.Kom., M.M serta saudara-saudara saya Muhammad Fathar Aldastani, B.A. dan Muhammad Fawwaz Arramadhan yang selalu memberikan kasih sayang, doa, dan dukungannya yang tidak dapat diungkapkan dengan kata-kata.
8. Sahabat saya, Qatherinnida, S.I.Kom yang telah memberikan dukungan doa dan semangat untuk saya, telah bersedia menjadi tempat saya untuk berkeluh kesah serta bersedia menolong saya dari segala hal apapun itu.
9. Sahabat saya, Aufa Khairun Nur Rizki, Andarifani Rahmawati, Athiyyah Fachdina, dan Fitri Ayu Andila, yang selalu memberikan dukungan dan semangat untuk saya serta membantu saya dalam penulisan dan penyusunan penelitian ini. Terima kasih telah kebersamai, berjuang dan tidak meninggalkan dari awal hingga akhir dan terima kasih pula untuk segala hal baik yang telah diberikan.

10. Seluruh teman-teman kelas Manajemen B 2019, kelas ganjil, dan konsentrasi pemasaran yang tidak bisa disebutkan satu-persatu.
11. Seluruh teman saya baik diluar maupun di kampus yang selalu mendukung dan memberikan semangat kepada saya.
12. Semua pihak yang telah membantu baik secara langsung dan tidak langsung dalam menyelesaikan skripsi ini.

Semoga amal baik mereka mendapatkan balasan baik dari Allah SWT dan selalu dalam perlindungan-Nya. Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih banyak kekurangan. Oleh karena itu, saran dan masukan bagi penulis sangat diharapkan. Semoga penelitian ini dapat bermanfaat bagi seluruh pembaca.

Banjarmasin, 12 Juli 2023

Penulis,



Wintya Fitri Arrahmala

1910312120013

ABSTRAK

Wintya Fitri Arrahmala (2023). Pengaruh *Perceived Ease of Use*, *Perceived Usefulness*, dan *Trust* Terhadap *Customer Satisfaction* Pengguna *E-Wallet* ShopeePay Pada Mahasiswa S1 FEB ULM Banjarmasin. Pembimbing: Rusniati

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh secara simultan *Perceived Ease of Use*, *Perceived Usefulness*, dan *Trust* Terhadap *Customer Satisfaction*. Kemudian juga untuk menganalisis pengaruh secara parsial masing-masing variabel *Perceived Ease of Use*, *Perceived Usefulness*, dan *Trust* Terhadap *Customer Satisfaction* Pengguna *E-Wallet* ShopeePay.

Jenis penelitian ini berupa penelitian *eksplanatory research*. Populasi dalam penelitian ini adalah Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lambung Mangkurat Banjarmasin yang menggunakan *e-wallet* ShopeePay. Jumlah sampel sebanyak 100 orang. Teknik pengambilan sampel menggunakan *nonprobability sampling* dengan metode *purposive sampling*. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linear berganda.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *Perceived Ease of Use*, *Perceived Usefulness*, dan *Trust* berpengaruh secara simultan terhadap *Customer Satisfaction*. *Perceived Ease of Use* berpengaruh secara parsial terhadap *Customer Satisfaction*. *Perceived Usefulness* berpengaruh secara parsial terhadap *Customer Satisfaction*. *Trust* berpengaruh secara parsial terhadap *Customer Satisfaction*.

Kata kunci: *Perceived Ease of Use*, *Perceived Usefulness*, *Trust*, *Customer Satisfaction*.

ABSTRACT

Wintya Fitri Arrahmala (2023). *The Influence of Perceived Ease of Use, Perceived Usefulness, and Trust on Customer Satisfaction of E-Wallet ShopeePay Users in Students of the Faculty of Economics and Business, University of Lambung Mangkurat, Banjarmasin*. Advisor: Rusniati.

This study aims to analyze the simultaneous significant effect of Perceived Ease of Use, Perceived Usefulness, and Trust on Customer Satisfaction. Then also to Analyze the partially significant effect of each variable of Perceived Ease of Use, Perceived Usefulness, and Trust on Customer Satisfaction of E-Wallet ShopeePay Users

This type of research is eksplanatory research. The population in this study were students of the Faculty of Economics and Business, University of Lambung Mangkurat Banjarmasin who used e-wallet ShopeePay. The number of samples is 100 people. The sampling technique used is nonprobability sampling with purposive sampling method. The data analysis technique used in this study was multiple linear regression analysis.

The results of this study indicate that Perceived Ease of Use, Perceived Usefulness, and Trust have a simultaneous effect on Customer Satisfaction. Perceived Ease of Use has partial effect on Customer Satisfaction. Perceived Usefulness has a partial effect on Customer Satisfaction. Trust has a partial effect on Customer Satisfaction.

Keywords : *Perceived Ease of Use, Perceived Usefulness, Trust, Customer Satisfaction.*

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR LEGALITAS	ii
LEMBAR PENGESAHAN.....	iii
LEMBAR BERITA ACARA PERBAIKAN SKRIPSI	iv
SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS	v
KATA PENGANTAR.....	vi
ABSTRAK.....	ix
ABSTRACT.....	x
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR GAMBAR.....	xvi
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Rumusan Masalah.....	10
1.3. Tujuan Penelitian	11
1.4. Manfaat Penelitian	11
1.5. Sistematika Pembahasan	12
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	15
2.1. Landasan Teori	15
2.1.1. <i>TAM (Technology Acceptance Model)</i>	15
2.1.2. <i>Perceived Ease of Use</i>	16
2.1.2.1. <i>Pengertian Perceived Ease of Use</i>	16
2.1.2.2. <i>Indikator-Indikator Perceived Ease of Use</i>	17
2.1.3. <i>Perceived Usefulness</i>	18
2.1.3.1. <i>Pengertian Perceived Usefulness</i>	18
2.1.3.2. <i>Indikator-Indikator Perceived Usefulness</i>	19
2.1.4. <i>Trust</i>	20
2.1.4.1. <i>Pengertian Trust</i>	20
2.1.4.2. <i>Indikator – Indikator Trust</i>	22

2.1.5. <i>Customer Satisfaction</i>	23
2.1.5.1. Pengertian <i>Customer Satisfaction</i>	23
2.1.5.2. Faktor-Faktor <i>Customer Satisfaction</i>	24
2.1.5.3. Indikator-Indikator <i>Customer Satisfaction</i>	25
2.2. Penelitian Terdahulu	27
BAB III KERANGKA KONSEPTUAL DAN HIPOTESIS	33
3.1. Kerangka Konseptual	33
3.2. Hipotesis	34
3.2.1. Pengaruh <i>Perceived Ease of Use</i> , <i>Perceived Usefulness</i> , dan <i>Trust Terhadap Customer Satisfaction</i>	34
3.2.2. Pengaruh <i>Perceived Ease of Use Terhadap Customer</i> <i>Satisfaction</i>	34
3.2.3. Pengaruh <i>Perceived Usefulness Terhadap Customer</i> <i>Satisfaction</i>	35
3.2.4. Pengaruh <i>Trust Terhadap Customer Satisfaction</i>	35
BAB IV METODE PENELITIAN	37
4.1. Ruang Lingkup Penelitian	37
4.2. Jenis penelitian	37
4.3. Tempat/Lokasi Penelitian	38
4.4. Unit Analisis	38
4.5. Populasi dan Sampel	38
4.5.1. Populasi	38
4.5.2. Sampel	38
4.6. Variabel dan Definisi Operasional Variabel	40
4.6.1. Variabel Independen	40
4.6.2. Variabel Dependen	40
4.6.3. Definisi Operasional Variabel	41
4.7. Teknik Pengumpulan Data	43
4.7.1. Kuesioner	43
4.8. Teknik Analisis Data	44
4.8.1. Statistik Deskriptif	44
4.8.2. Uji Validitas	45

4.8.3. Uji Reliabilitas.....	45
4.8.4. Uji Asumsi Klasik	45
4.8.5. Analisis Regresi Linier Berganda.....	48
4.8.6. Uji Koefisien Determinasi	49
4.8.7. Uji Hipotesis.....	49
4.8.7.1. Uji Signifikan Simultan (Uji F)	49
4.8.7.2. Uji Parsial (Uji t).....	50
BAB V HASIL PENELITIAN DAN ANALISIS	52
5.1. Gambaran Umum Obyek Penelitian	52
5.2.1. Sejarah Singkat Shopee dan ShopeePay	52
5.2. Hasil Penelitian dan Analisis	54
5.2.1. Karakteristik Responden	54
5.2.2. Analisis Statistik Deskriptif	56
5.2.2.1. <i>Perceived Ease of Use</i>	56
5.2.2.2. <i>Perceived Usefulness</i>	58
5.2.2.3. <i>Trust</i>	60
5.2.2.4. <i>Customer Satisfaction</i>	61
5.2.3. Uji Instrumen Penelitian	63
5.2.3.1. Uji Validitas.....	63
5.2.3.2. Uji Reliabilitas	64
5.2.4. Uji Asumsi Klasik	65
5.2.4.1. Uji Normalitas	65
5.2.4.2. Uji Multikolinearitas	66
5.2.4.3. Uji Heteroskedastisitas.....	67
5.2.4.4. Uji Linearitas	68
5.2.5. Analisis Regresi Linear Berganda	69
5.2.6. Koefisien Determinasi	71
5.2.7. Uji Hipotesis.....	72
5.2.7.1. Uji F	72
5.2.7.2. Uji t	73
5.2.8. Pembahasan Hasil Penelitian	75

5.2.8.1. Pengaruh <i>Perceived Ease of Use</i> Terhadap <i>Customer Satisfaction</i>	75
5.2.8.2. Pengaruh <i>Perceived Usefulness</i> Terhadap <i>Customer Satisfaction</i>	76
5.2.8.3. Pengaruh <i>Trust</i> Terhadap <i>Customer Satisfaction</i>	78
5.2.9. Implikasi Hasil Penelitian	78
5.2.9.1. Implikasi Teoritis	78
5.2.9.2. Implikasi Praktis	82
5.2.10. Keterbatasan Penelitian	85
BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN.....	86
6.1. Kesimpulan.....	86
6.2. Saran.....	87
DAFTAR PUSTAKA.....	90

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Hasil Penelitian Sebelumnya	27
Tabel 4.1 Definisi Operasional Variabel.....	41
Tabel 4.2 Interval Skala Likert	44
Tabel 5.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	54
Tabel 5.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Program Studi	55
Tabel 5.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Semester	56
Tabel 5.4 Frekuensi Jawaban Responden pada <i>Perceived Ease of Use</i> (X1)	57
Tabel 5.5 Frekuensi Jawaban Responden pada <i>Perceived Usefulness</i> (X2).....	59
Tabel 5.6 Frekuensi Jawaban Responden pada <i>Trust</i> (X3).....	60
Tabel 5.7 Frekuensi Jawaban Responden pada <i>Customer Satisfaction</i> (Y).....	61
Tabel 5.8 Hasil Uji Validitas	63
Tabel 5.9 Hasil Uji Reliabilitas	64
Tabel 5.10 Uji Normalitas One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test	66
Tabel 5.11 Hasil Uji Multikolinearitas	67
Tabel 5.12 Hasil Uji Glejser	68
Tabel 5.13 Hasil Uji Linearitas	69
Tabel 5.14 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda.....	70
Tabel 5.15 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R ²)	71
Tabel 5.16 Tabulasi Interpretasi Nilai R	71
Tabel 5.17 Hasil Uji F.....	72
Tabel 5.18 Hasil Uji t.....	73

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Penetrasi dan Pengguna Internet di Indonesia.....	1
Gambar 1.2 Penetrasi Pengguna Dompot Digital di Indonesia	3
Gambar 1.3 Data Pengguna Dompot Digital di FEB ULM Banjarmasin	4
Gambar 1.4 Presentase Kepuasan Pengguna Dompot Digital.....	6
Gambar 1.5 Data Kendala yang dialami Pengguna Dompot Digital di FEB ULM Banjarmasin.....	7
Gambar 3.1 Kerangka Konseptual.....	33
Gambar 5.1 Logo Shopeepay	53

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian	93
Lampiran 2 Tabulasi Data Kuesioner	100
Lampiran 3 Karakteristik Responden	103
Lampiran 4 Analisis Statistik Deskriptif.....	105
Lampiran 5 Uji Validitas Dan Uji Reliabilitas	112
Lampiran 6 Analisis Regresi Linear Berganda	116
Lampiran 7 Uji Asumsi Klasik.....	118
Lampiran 8 Tabel Distribusi Nilai	122