

**RESEARCH PAPER**  
**THE EFFECT OF E-PAYMENT AND PRODUCT INNOVATION ON**  
**PURCHASE DECISION OF THE CONSUMERS:**  
**STUDY ON THE CONSUMERS OF KOPI BESI AND LAZYMAN**  
**BURGER BANJARMASIN**



**Submitted to Complete Requirements in Obtaining**  
**A Bachelor's Degree in Management**

**By:**

**MUHAMMAD NUR IRFAN**

**SI: 1810312210002**

**FOCUS MAJOR: SME MANAGEMENT**

**FACULTY OF BUSINESSES AND ECONOMICS**  
**LAMBUNG MANGKURAT UNIVERSITY**  
**BANJARMASIN**

**2024**

**LEMBAR LEGALITAS**

**THE EFFECT OF E-PAYMENT AND PRODUCT INNOVATION ON  
PURCHASE DECISION OF THE CONSUMERS:**

**(Study On The Consumers Of Kopi Besi And Lazyman Burger Banjarmasin)**

Yang dipersiapkan dan disusun oleh:

**MUHAMMAD NUR IRFAN**

**NIM : 1810312210002**

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji Pada Tanggal 23 Januari 2024  
dan Dinyatakan Telah Memenuhi Syarat Untuk Diterima

Pembimbing




**Widyafendhi, SE, M.Si**  
**NIP. 19761106 200604 1 002**

Penguji I



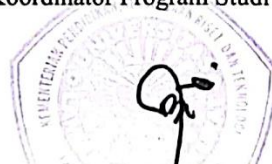
**Prof. Laila Refiana Said, S.Psi, M. Si, Ph. D**  
**NIP. 19700913 200501 2 003**

Penguji II



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

Mengetahui  
Koordinator Program Studi Manajemen



**Abdul Hadi, SE, M.Si**  
**NIP. 19700707 200501 1 001**

**LEMBAR PENGESAHAN UJIAN SKRIPSI**  
**UNIVERSITAS LAMBUNG MANGKURAT**  
**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**  
**BANJARMASIN**

Nama : Muhammad Nur Irfan  
NIM : 1810312210002  
Jurusan : Manajemen  
Judul Skripsi : The Effect Of E-Payment And Product Innovation On Purchase Decision Of The Consumers: (Study On The Consumers Of Kopi Besi And Lazyman Burger Banjarmasin)  
Mata Kuliah Pokok : Manajemen Kewirausahaan  
Ujian Dilaksanakan : Selasa, 23 Januari 2024  
Waktu Ujian : 16.00 – 18.00 WITA

**Tim Penguji**

**Pembimbing : Widyarfendhi, SE, M.Si**



(.....)

**Penguji I : Prof. Laila Refiana Said, S.Psi, M.Si, Ph. D** (.....)



**Penguji II : Dr. RR. Yulianti Prihatiningrum, SE, M.Si** (.....)



## **BERITA ACARA PERBAIKAN SKRIPSI**

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

Nama : Muhammad Nur Irfan  
NIM : 1810312210002  
Jurusan : Manajemen  
Judul Skripsi : The Effect Of E-Payment And Product Innovation On Purchase Decision Of The Consumers: (Study On The Consumers Of Kopi Besi And Lazyman Burger Banjarmasin)  
Mata Kuliah Pokok : Manajemen Kewirausahaan  
Ujian Dilaksanakan : Selasa, 23 Januari 2024  
Waktu Ujian : 16.00 – 18.00 WITA

Disetujui oleh Dosen Pembimbing.

Demikian berita acara perbaikan skripsi yang telah mendapatkan persetujuan.

Banjarmasin, 4 Oktober 2024

Mahasiswa



**Muhammad Nur Irfan**  
**NIM. 1810312210002**

Pembimbing



**Widvarfendhi, SE, M.Si**  
**NIP. 19761106 200604 1 002**

Mengetahui  
Koordinator Program Studi Manajemen



**Abdul Hadi, SE, M.Si**  
**NIP. 19700707 200501 1 001**

## **SURAT 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, 23 Januari 2024**

**Yang membuat pernyataan,**



**Muhammad Nur Irfan  
NIM. 1810312210002**

## **KATA PENGANTAR**

Puji dan syukur atas kehadiran Tuhan Allah Yang Maha Esa, yang telah melimpahkan rahmat dan berkat-Nya yang tak terduga sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini yang berjudul “The Effect Of E-Payment And Product Innovation On Purchase Decision Of The Consumers: (Study On The Consumers Of Kopi Besi And Lazyman Burger Banjarmasin)”. Skripsi ini ditulis dalam rangka memenuhi syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen pada Universitas Lambung Mangkurat Banjarmasin.

Peneliti menyadari bahwa dalam penyelesaian penyusunan skripsi ini tidak lepas dari bantuan oleh berbagai pihak. Oleh karena itu, peneliti mengucapkan terima kasih yang sebanyak - banyaknya kepada:

1. Bapak Prof. Dr. H. Ahmad Yunani, SE, M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lambung Mangkurat.
2. Bapak Abdul Hadi, SE, M.Si selaku Koordinator Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lambung Mangkurat.
3. Bapak Widayarfendhi, SE, M.Si, selaku dosen pembimbing yang selalu meluangkan waktu, tenaga dan pikiran, serta terus memberikan semangat dan motivasi dalam proses bimbingan skripsi ini hingga selesai.
4. Ibu Prof. Laila Refiana Said, S.Psi, M.Si, Ph. D, dan Ibu Dr. RR. Yulianti Prihatiningrum, SE, M.Si, selaku dosen penguji yang telah meluangkan waktu, tenaga dan pikiran, serta memberikan saran – saran maupun masukan untuk perbaikan skripsi ini.
5. Bapak Sufi Jikrillah, ST, MM selaku dosen penanggung jawab akademik yang selalu memberikan nasihat dan juga bimbingan pada setiap semesternya.

6. Seluruh Dosen dan Staf Fakultas Ekonomi dan Bisnis, terkhusus kepada Dosen dan Staf Kelas Internasional yang tidak dapat disebutkan satu per satu, atas segala ilmu teori maupun praktik yang telah diberikan selama masa perkuliahan.
7. Kedua orang tua peneliti, dan seluruh kerabat keluarga tercinta yang selalu memberikan doa, semangat serta dukungan baik secara moril maupun materil dari awal pendidikan hingga sekarang ke tahap penyusunan skripsi ini selesai.
8. Teman - teman seperjuangan di kelas internasional angkatan 2018, terutama untuk Amel, Heni, Rina, Diba, Yoram, dan Ghina, serta teman – teman seangkatan di manajemen 2018 yang tidak bisa disebutkan satu per satu.
9. Teman - teman dekat peneliti, khususnya: Fia, Chica, Rere, Dias, Hani, El, Nadiem, Dela, Linda, Yuni, Melki, Angelo, Dinda, Hafidz, Cima, Maria, Nain, Arief, Rahmi, Akbar, Sekar, Nima, Nurul, Jubai, Fahri, Feri, Tajri, Ilham, Iqbal, Putra dan semua sahabat peneliti yang tidak sempat peneliti sebutkan satu per satu.
10. Pihak manajemen dan kru Kopi Besi dan Lazyman Burger dan seluruh responden yang telah berkenan ikut berpartisipasi dalam penelitian ini.
11. Dan semua pihak yang telah mendukung dan mendoakan jalannya pembuatan skripsi ini, yang tidak dapat disebutkan satu persatu.

Semoga Tuhan melimpahkan rahmat dan belas kasih-Nya dan membalas semua perbuatan baik mereka dengan melimpah ruah. Peneliti menyadari bahwa skripsi ini masih banyak terdapat beberapa kekurangan karena terbatasnya kemampuan dan pengalaman. Oleh karena itu, peneliti mengharapkan kritik dan saran yang membangun dari semua pihak demi kesempurnaan skripsi ini. Akhir

kata, peneliti berharap semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat kepada semua pihak yang berkepentingan.

Banjarmasin, 23 Januari 2024

Yang Menyatakan

Muhammad Nur Irfan  
NIM. 1810312210002

## **ABSTRACT**

Muhammad Nur Irfan (2024). *The Effect of Electronic Payment Method and Product Innovations On The Purchase Decision of The Consumers (Study on the Consumers of Kopi Besi And Lazyman Burger Banjarmasin)*. Supervisor: Widyarfendhi

*The research aims to determine the effect of electronic payment method and product innovations on business success. This research conducted to (1) analyze the influence of electronic payment method on the purchase decision of consumers; and (2) analyze the influence of product innovations on the purchase decision of consumers.*

*The research is using quantitative research. Primary data obtained through questionnaires that given to respondents. The samples that used of the research are 100 random consumers of Café Kopi Besi and Lazyman Burger. Data were processed by inner and outter model analysis with SmartPLS 4.0 program.*

*The results of this research prove that: (1) electronic payment method has no positive and significant effect on the purchase decision of consumers; and (2) product innovations has a positive and significant effect on the purchase decision of consumers.*

**Keywords:** *Electronic Payment Method, Product Innovations, Purchase Decision of The Consumers, SME.*

## ABSTRAKSI

Muhammad Nur Irfan (2024). Pengaruh Metode Pembayaran Elektronik dan Inovasi Produk terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Studi pada Konsumen Kopi Besi dan Lazyman Burger Banjarmasin). Pembimbing: Widyarfendhi

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh metode pembayaran elektronik dan inovasi produk terhadap keberhasilan usaha. Penelitian ini dilakukan untuk (1) menganalisis pengaruh metode pembayaran elektronik terhadap keputusan pembelian konsumen; dan (2) menganalisis pengaruh inovasi produk terhadap keputusan pembelian konsumen.

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif. Data primer diperoleh melalui kuesioner yang diberikan kepada responden. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah 100 konsumen acak kafe Kopi Besi dan Lazyman Burger. Data diolah dengan analisis *inner* dan *outter model* dengan program SmartPLS 4.0.

Hasil penelitian ini membuktikan bahwa: (1) metode pembayaran elektronik tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen; dan (2) inovasi produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen.

Kata Kunci: Metode Pembayaran Elektronik, Inovasi Produk, Keputusan Pembelian Konsumen, UMKM.

## LIST OF CONTENTS

LEMBAR LEGALITAS .....	II
LEMBAR PENGESAHAN UJIAN SKRIPSI.....	ii
BERITA ACARA PERBAIKAN SKRIPSI .....	iii
SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS .....	iv
KATA PENGANTAR .....	v
<i>ABSTRACT</i> .....	viii
ABSTRAKSI .....	ix
LIST OF CONTENTS .....	x
List of Tables .....	xiii
List of Figures .....	xiv
Appendix.....	xv
CHAPTER I INTRODUCTION .....	1
1.1 Background .....	1
1.2 Formulation of The Problem .....	3
1.3 Research Objectives .....	4
1.4 Significance of The Research.....	4
1.5 Systematics of The Discussion.....	5
CHAPTER II Literature Review .....	10
2.1 Theoretical Basis .....	10
2.1.1 Electronic Payment.....	10
2.1.2 Product Innovation.....	14
2.1.3 Purchase Decision.....	16
2.2 Results of Previous Studies .....	20

CHAPTER III CONCEPTUAL FRAMEWORK AND HYPOTHESES .....	26
3.1 Conceptual Framework .....	26
3.2 Hypotheses of The Research .....	27
CHAPTER IV RESEARCH METHOD .....	28
4.1 Scope of The Research .....	28
4.2 Type of The Research.....	28
4.3 Locus of The Research .....	28
4.4 Analysis Unit of The Research.....	28
4.5 Population dan Sample .....	29
4.5.1 Population .....	29
4.5.2 Sample of The Research .....	30
4.6 Variables and Operational Definition of Variables .....	30
4.6.1 Variables of The Research.....	30
4.6.2 Operational Definition of the Variables .....	31
4.7 Data Collection Techniques .....	33
4.7.1 Type and Source of the Data .....	33
4.7.2 Data Collection Method.....	34
4.7.3 Research Instrument .....	34
4.8 Data Analysis Technique.....	35
4.8.1 Descriptive Statistics .....	35
4.8.2 Outter Model Test.....	35
4.8.2.1 Convergent Validity .....	35
4.8.2.2 Discriminant Validity .....	35
4.8.2.3 Composite Reliability .....	36

4.8.3 Inner Model Test.....	36
4.8.3.1 R-Square .....	36
4.8.3.2 F-Square .....	37
4.8.3.3 Estimate For Path Coefficients.....	37
CHAPTER V RESULTS OF THE RESEARCH AND THE ANALYSIS .....	38
5.1 General Description of Research Object .....	38
5.1.1 Research Object Identity.....	38
5.2 Results and Analysis .....	38
5.2.1 Respondents Characteristics .....	38
5.2.2 Statistical Description of Research Variables.....	40
5.2.3 Discussion of Research Results .....	43
5.2.3.1 Assesment of Outer Model or Measurement Model .....	43
5.2.3.2 Assesment of Inner Model or Structural Model.....	46
5.2.3.3 The Effect of Electronic Payment on Purchase Decision.....	48
5.2.3.4 The Effect Product Innovation on Purchase Decision .....	49
5.2.4 Implications of Research Results.....	49
5.2.5 Research Limitations .....	52
CHAPTER VI FINALE .....	53
6.1 Conclusion.....	53
6.2 Suggestion .....	53
Bibliography.....	55

## List of Tables

Table 4.1 Operational Definition of The Variable .....	33
Table 4.2 Likert Scale Instrument.....	34
Table 5.1 Percentage of Respondents based on Gender .....	39
Table 5.2 Percentage of Respondents based on Occupation.....	39
Table 5.3 Responses of Respondents on Electronic Payment Variable.....	40
Table 5.4 Responses of Respondents on Products Innovation Variable.....	41
Table 5.5 Responses of Respondents on Purchase Decision Variable.....	42
Table 5.6 Outter Loadings .....	44
Table 5.7 Cross Loadings.....	45
Table 5.8 Average Variant Extracted.....	45
Table 5.9 Composite Reliability .....	46
Table 5.10 Composite R-Square .....	47
Table 5.11 Path Coefficients (Mean, STDEV, t-Value) .....	48

## List of Figures

Figure 3.1 Conceptual Framework.....	26
Figure 5.1 Structural Model .....	47

## **Appendix**

### Appendix 1 Research Questionnaire