

ABSTRAK

Meningkatnya penggunaan internet dan telepon pintar semakin membuka peluang transaksi digital di Indonesia. Dengan jumlah populasi sebanyak 264 juta jiwa dan didukung oleh generasi z yang lahir di era digital akan memicu pertumbuhan fintech (financial technology) domestik. Strategi para penyedia platform pembayaran digital untuk menarik dan membiasakan pelanggan dalam penggunaan sehari-hari. Salah satunya adalah Go-Pay, sebuah fitur pembayaran digital yang tersedia didalam aplikasi Go-Jek. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisa pengaruh promosi, kemudahan penggunaan dan kepercayaan terhadap kepuasan pelanggan pada penggunaan aplikasi pembayaran Go-Pay. Populasi dalam penelitian ini adalah warga Jakarta dan sekitarnya. Dihitung berdasarkan rumus Heir et al, Sample yang dipergunakan adalah sebanyak 136 pelanggan, Metode pengumpulan data menggunakan metode survey, dengan instrumen penelitian adalah kuesioner. Metode analisis data menggunakan SPSS AMOS. Penelitian ini membuktikan bahwa promosi berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Kemudahan penggunaan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Kata Kunci: Fintech, Promosi, kemudahan penggunaan, kepercayaan, kepuasan pelanggan, SPSS AMOS, Go-Pay.



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

ABSTRACT

The increasing use of the internet and smartphones has opened up the opportunities for digital transactions in Indonesia. With a population of 264 million and supported by Generation Z born in the digital era, it will trigger the growth of domestic fintech (financial technology). The strategy of digital payment platform providers to make customers attract and familiarize with daily usage. One of them is Go-Pay, a digital payment feature available in the Go-Jek application. This study aims to analyze the influence of promotion, perceived ease of use and trust on the customer satisfaction for Go-Pay payment application. Population in this research is Jakarta resident and surrounding areas, calculated based on Heir et al formula. The sampling used is 136 people. The methods of data collection using survey method, with the research instrument is a questionnaire. The data analysis method using SPSS AMOS. This study proves that promotion has significant effect on the customer satisfaction. Perceived ease of use has significant on the customer satisfaction. Trust has significant effect on the customer satisfaction.

Keyword: Fintech, Promotion, Perceived ease of use, Trust, Customer Satisfaction, SPSS AMOS, Go-Pay



UNIVERSITAS
MERCU BUANA