



**PENGARUH PERCEIVED EASE OF USE, PERCEIVED BENEFIT, DAN USER
INNOVATION, TERHADAP INTENTION TO RE-USE GOPAY YANG DIMEDIASI
PERAN SIKAP PELANGGAN DI JAKARTA**



**PROGRAM MAGISTER MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MERCU BUANA
TAHUN
2022**



**PENGARUH PERCEIVED EASE OF USE, PERCEIVED BENEFIT, DAN USER
INNOVATION, TERHADAP INTENTION TO RE-USE GOPAY YANG DIMEDIASI
PERAN SIKAP PELANGGAN DI JAKARTA**

TESIS

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat Untuk Menyelesaikan
Program Studi Magister Manajemen

UNIVERSITAS
LILI IBRAHIM SIDIQ
MERCU BUANA
55120110059

PROGRAM MAGISTER MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MERCU BUANA
TAHUN
2022

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT, atas rahmat dan karunia yang telah diberikan, sehingga penelitian dan penulisan tesis tentang Pengaruh *Perceived Ease of Use, Perceived Benefit, dan User Innovation, Terhadap Intention to Re-Use Gopay* yang dimediasi peran sikap pengguna di Jakarta telah selesai dilaksanakan. Penulis menyadari bahwa masih banyak kekurangan di dalam penyusunan tesis ini baik dari segi proses maupun hasil yang telah dilakukan. Namun penulis selalu berharap dari setiap kekurangan ini, dapat dijadikan sebagai pembelajaran.

Berkat bantuan, bimbingan, arahan dan dukungan yang telah diberikan oleh berbagai pihak, maka penelitian dan penyusunan tesis ini bisa terlaksana dengan baik. Pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan banyak terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu terutama kepada:

1. Prof.Dr.Ir. Andi Adriansyah,M.Eng. Selaku Rektor Universitas Mercu Buana;
2. Dr. Erna S Imaningsih, SE., M.Si, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana dan juga sebagai pembimbing yang telah ban memberikan arahan, bimbingan dan dukungan yang besar dalam penyelesaian penelitian;
3. Dr. Lenny Christina Nawangsari., S.T., M.M, selaku Ketua Progr i Magister Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercubuana yang telah banyak memberikan bimbingan dan kesempatan dalam penyelesaian studi;
4. Dr. Aldina Shiratina, SE., M.Si dan Mas Wahyu Wibowo, Ph.D selaku Dosen Penguji yang telah memberikan masukan dan dukungan yang telah diberikan kepada penulis;
5. Seluruh dosen pascasarjana program Magister Manajemen Universitas Mercu Buana;

6. Capt. Diaz Saputra, Dipl, TSI., MBA selaku Kepala Atase Perhubungan Singapura, Kedutaan Besar Republik Indonesia di Singapura yang telah menginspirasi dan mendorong penulis untuk melanjutkan pendidikan program pascasarjana;
7. Yang teristimewa kedua orangtua kami yang selalu mendoakan dan memberikan semangat;
8. Seluruh rekan – rekan mahasiswa pascasarjana program Magister Manajemen Universitas Mercubuana;

Semoga karya tulis yang dihasilkan ini dapat memberikan banyak manfaat bagi kalangan akademis, praktisi dan pihak lain yang ingin menggunakannya.

Jakarta, Desember 2022

Penulis



PENGESAHAN TESIS

Judul : Pengaruh *Perceived Ease of Use*, *Perceived Benefit*, dan
User Innovation, Terhadap *Intention to Re-Use Gopay* yang
dimediasi peran sikap pengguna di Jakarta.

Nama : LILI IBRAHIM SIDIQ

NIM : 55120110059

Program Studi : Magister Manajemen

Tanggal : 16 November 2022

Mengesahkan

Pembimbing



(Dr. Erna S. Imaningsih, SE., M.Si)

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis



(Dr. Erna S. Imaningsih, SE., M.Si)

Ketua Program Studi Magister Manajemen



(Dr. Lenny Christina Nawangsari, ST., MM)

LEMBAR PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa semua pernyataan dalam Tesis ini:

Judul : Pengaruh *Perceived Ease of Use*, *Perceived Benefit*, dan *User Innovation*, Terhadap *Intention to Re-Use Gopay* yang dimediasi peran sikap pengguna di

Jakarta.

Bentuk Tesis : Penelitian

Nama : Lili Ibrahim Sidiq

NIM : 55120110059

Program : Magister Manajemen

Tanggal : 02 Desember 2022

Merupakan hasil penelitian dan merupakan karya saya sendiri dengan bimbingan Dosen Pembimbing yang ditetapkan dengan Surat Keputusan Program Studi Magister Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana. Tesis ini belum pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan pada program sejenis di perguruan tinggi lain. Semua informasi, data, dan hasil pengolahan data yang disajikan, telah dinyatakan secara jelas sumbernya dan dapat diperiksa kebenarannya.

Jakarta, 02 Desember 2022



(Lili Ibrahim Sidiq)

PERNYATAAN SIMILARITY CHECK

Saya yang bertanda tangan di bawah ini menyatakan, bahwa karya ilmiah yang ditulis oleh

Nama	:	Lili Ibrahim Sidiq
NIM	:	55120110059
Program Studi	:	Magister Management

dengan judul "PENGARUH PERCEIVED EASE OF USE, PERCEIVEDBENEFIT, DAN USER INNOVATION, TERHADAP INTENTION TO RE-USE GOPAY YANG DIMEDIASI PERAN SIKAP PELANGGAN DI JAKARTA", telah dilakukan pengecekan *similarity* dengan sistem Turnitin pada tanggal tgl/bln/thn, didapatkan nilai persentase sebesar 30 %.

Jakarta, 07 Oktober 2022

Administrator Turnitin



Arie Pangudi, A.Md

ABSTRACT

The purpose of this study is to influence the influence of Perceived Ease of Use, Perceived Benefit, and User Innovation, on Intention to Re-Use Gopay which is mediated by the role of user attitudes in Jakarta. This research method uses a quantitative research method using Smartpls with a population in this study of 150 Gopay users in Jakarta who have used Gopay for at least 1 year and live in Jakarta. The results showed that the variable relationship had an influence between User innovation and Attitude, there was no influence between Perceived Ease of Use and Attitude, there was an influence between Perceived Benefit and Attitude, there was an influence between User innovation and Intention to Re-Use, there was an influence between Perceived Ease of Use and Intention to Re-Use, there is no negative and significant effect between the variables Perceived Benefit and Intention to Re-Use, there is an influence between the Re-Use variable and Intention to Attitude, attituded is not proven to be able to mediate the effect between User innovation and Intention to Re-Use, attituded is not proven to be able to mediate the effect between Perceived Ease of Use and Intention to Re-Use and attituded is not proven to be able to mediate the effect between Perceived Benefit and Intention to Re-Use.

Keywords: Go pay, e wallet, perceived usefulness, perceived ease to use, social influence, continuing use intention



ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah untuk pengaruh Pengaruh Perceived Ease of Use, Perceived Benefit, dan User Innovation, Terhadap Intention to Re-Use Gopay yang dimediasi peran sikap pengguna di Jakarta. Metode penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif menggunakan Smartpls dengan populasi dalam penelitian ini adalah 150 pengguna Gopay di Jakarta yang sudah pernah menggunakan Gopay minimal 1 tahun dan berdomisili di Jakarta. Hasil penelitian menunjukan bahwa hubungan variabel terdapat pengaruh antara User innovation dan Attitude, tidak terdapat pengaruh antara Perceived Ease of Use dan Attitude, terdapat pengaruh antara Perceived Benefit dan Attitude, terdapat pengaruh antara User innovation dan Intention to Re-Use, terdapat pengaruh antara Perceived Ease of Use dan Intention to Re-Use, tidak terdapat pengaruh negative dan signifikan antara variable Perceived Benefit dan Intention to Re-Use, terdapat pengaruh antara variable Re-Use dan Intention to Attitude, attituded tidak terbukti dapat memediasi pengaruh antara User innovation dan Intention to Re-Use, attituded tidak terbukti dapat memediasi pengaruh antara Perceived Ease of Use dan Intention to Re-Use dan attituded tidak terbukti dapat memediasi pengaruh antara Perceived Benefit dan Intention to Re-Use.

Kata kunci : *Go pay, e wallet, perceived usefulness, perceived ease to use, social influence, continuing use intention*

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
KATA PENGANTAR.....	ii
PENGESAHAN TESIS.....	iv
PERNYATAAN.....	v
PERNYATAAN SIMILARITY	vi
ABSTRACT	vii
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Masalah penelitian	11
1.3. Tujuan Penelitian.....	12
1.4. Kontribusi Penelitian	13
BAB II	15
KAJIAN PUSTAKA	15
2.1. Kajian Teori.....	15
2.1.1. Technology Acceptance Model (TAM)	15
2.1.2. Perilaku Konsumen	16
2.1.3. Intention to Re-use	17
2.1.4. User innovation	19
2.1.5. Perceived Ease of Use	21
2.1.6. Perceived Benefit	22
2.2. Penelitian Terdahulu.....	25
2.3. Pengembangan Hipotesis.....	29
2.3.1. Hubungan antar <i>variable</i> User innovation dan Attitude	31
2.3.2. Hubungan antar <i>variable</i> <i>Perceived Ease of Use</i> dan <i>Attitude</i>	32
2.3.3. Hubungan antar <i>variable</i> Perceived Benefit dan Attitude.....	32

2.3.4.	Hubungan antar variable <i>User innovation</i> dan <i>Intention to Re-Use</i> ..	33
2.3.5.	Hubungan antar variable <i>Perceived Ease of Use</i> dan <i>Intention to Re-Use</i>	34
2.3.6.	Hubungan antar variable <i>Perceived Benefit</i> dan <i>Intention to Re-Use</i> 35	
2.3.7.	Hubungan antar variable <i>Intention to Re-Use</i> dan <i>Attitude</i>	36
BAB III.....		41
METODE PENELITIAN		41
3.1.	Jenis Desain Penelitian	41
3.2.	Tempat dan waktu Penelitian.....	42
3.3.	Definisi dan Operasional Variabel.....	42
3.3.1.	Definisi Operasional Variabel.....	42
3.3.2.	Tabel Operasionalisasi Variabel.....	44
3.4.	Populasi dan sampel	46
3.4.1.	Populasi	46
3.4.2.	Sampel.....	47
3.5.	Metode Pengumpulan Data.....	48
3.6.	Metode Analisis Data	49
3.6.1.	Menggunakan PLS sebagai alat	49
3.6.1.1.	Uji Model Pengukuran atau Model Luar	50
3.6.1.2.	Evaluasi Model Struktural (<i>Inner Model</i>).....	52
3.6.1.3.	Koefisien Determinasi (R^2).....	52
3.6.1.4.	<i>f-square</i>	52
3.6.2.	Estimasi Untuk Koefisien Jalur.....	53
3.6.3.	Uji hipotesis	53
BAB IV		54
HASIL DAN PEMBAHASAN		54
4.1.	Gambaran Umum Objek Penelitian.....	54
4.1.1.	Sejarah Perusahaan.....	54
4.2.	Statistik Deskriptif.....	55
4.3.	Analisis Data.....	60
4.4.	Hipotesis	71

4.4.1.	Hubungan antar variable <i>User innovation</i> dan <i>Attitude</i>	71
4.4.2.	Hubungan antar variable <i>Perceived Ease of Use</i> dan <i>Attitude</i>	71
4.4.3.	Hubungan antar variable <i>Perceived Benefit</i> dan <i>Attitude</i>	72
4.4.4.	Hubungan antar variable <i>User innovation</i> dan <i>Intention to Re-Use</i> ..	73
4.4.5.	Hubungan antar variable <i>Perceived Ease of Use</i> dan <i>Intention to Re-Use</i>	73
4.4.6.	Hubungan antar variable <i>Perceived Benefit</i> dan <i>Intention to Re-Use</i> 74	
4.4.7.	Hubungan antar variable <i>Re-Use Intention to Attitude</i>	75
BAB V		78
KESIMPULAN DAN SARAN		78
5.1	Kesimpulan.....	78
5.2.	Implikasi Penelitian	80
5.3.	Saran	81
DARTAR PUSTAKA		83
LAMPIRAN A: KUISIONER PENELITIAN		93
LAMPIRAN B: HASIL KUESIONER PENELITIAN		99
LAMPIRAN C: HASIL OLAH DATA PENELITIAN		103



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1. Uang Elektronik Terpopuler di Indonesia 2017.....	3
Tabel 1.2. Uang Elektronik Terpopuler di Indonesia 2020.....	4
Tabel 2.1. Tabel Penelitian terdahulu	25
Tabel 3.1. Variabel Operasional	44
Table 4.1. Outer Loadings.....	61
Tabel 4. 2. Konstruk Reliabilitas dan Validitas	63
Tabel 4. 3. Validitas Diskriminan: Rasio HT/MT	64
Tabel 4.4. Hasil Uji Kolinearitas.....	66
Tabel 4.5 R Square.....	67
Tabel 4.6 f Square	67



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1. Gambar transaksi e-commerce Asia Tenggara (eMarketer, 2021).....	2
Gambar 2.1. Kerangka Penelitian	30
Gambar 4.1 Jenis Kelamin Responden	56
Gambar 4.2 Usia responden	56
Gambar 4.3. Pendidikan responden	57
Gambar 4.4. Pekerjaan responden	58
Gambar 4.5. Nominal Top-Up responden	59
Gambar 4.6. Pengeluaran Konsumsi Perbulan responden	60
Gambar 4.7. Model PLS	61
Gambar 4.8. Model Hasil.....	71

