

**PENGARUH PERSEPSI MANFAAT, PERSEPSI
KEMUDAHAN DAN SIKAP TERHADAP PENGGUNA
SESUNGGUHNYA FINTECH GO-PAY
(Studi Kasus Pengguna Go-pay di Mall Jakarta Barat)**

SKRIPSI



**UNIVERSITAS
MERCU BUANA**
Nama : Ervina Okvianita
Nim : 43116010289

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MERCU BUANA
2020**

**PENGARUH PERSEPSI MANFAAT, PERSEPSI
KEMUDAHAN DAN SIKAP TERHADAP PENGGUNA
SESUNGGUHNYA FINTECH GO-PAY
(Studi Kasus Pengguna Go-pay di Mall Jakarta Barat)**

Skripsi Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Memperoleh Gelar
Sarjana Ekonomi Pada Fakultas Ekonomi Dan Bisnis
Program Studi Manajemen Universitas Mercu Buana
Jakarta



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Nama : Ervina Okvianita
Nim : 43116010289

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MERCU BUANA
2020**

SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Ervina Okvianita

NIM : 43116010289

Program Studi : Manajemen

Menyatakan bahwa skripsi ini adalah murni karya sendiri. Apabila saya mengutip dari karya orang lain, maka saya mencantumkan sumbernya sesuai dengan ketentuan yang berlaku. Saya bersedia dikenakan sanksi pembatalan skripsi ini apabila terbukti melakukan tindakan plagiat (penjiplakan)

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta, 8 Juni 2020



Ervina Okvianita
Nim: 43116010289

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Ervina Okvianita
Nim : 4116010289
Judul : Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Dan Sikap Terhadap Pengguna Sesungguhnya Fintech Go-Pay (Studi Kasus Pengguna Go-Pay Mall Di Jakarta Barat)
Tanggal lulus ujian : 25 November 2020

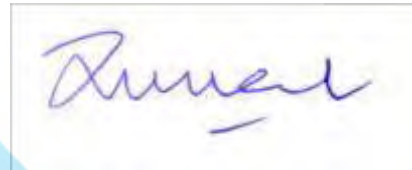
Disahkan oleh:

Pembimbing

Ketua penguji



Dr. Mafizatun Nurhayati SE, MM
Tanggal: 31/12/2020



Dr. Agustina Kurniasih, Ir., ME
Tanggal: 25/12/2020

Dekan Studi

Ketua Program S1 Manajemen



Dr. Nurul Hidayah, M.Si., Ak., CA
Tanggal: 29-08-2023



Dudi Permana, Ph.D
Tanggal: 29-08-2023

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

ABSTRAK

Penelitian bertujuan untuk menganalisis pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan dan Sikap Pengguna Terhadap Pengguna Sesungguhnya Fintech Go-pay dengan pendekatan model *technology acceptance model* (TAM), dimana variabel yang dianalisis adalah Persepsi Manfaat dan Persepsi Kemudahan sebagai variabel Independen, Sikap Pengguna sebagai variabel Intervening, Pengguna Sesungguhnya sebagai variabel Dependen. Dimana respondennya adalah kaum Milenial pengguna Go-pay yang berkunjung ke Mall Jakarta Barat. Dalam pengambilan sampel dilakukan dengan teknik *simple purposive sampling*. Dimana tahap pengujian dilakukan dengan uji validitas, uji reabilitas dan uji kolerasi terhadap variabel Sikap Pengguna dan Pengguna Sesungguhnya dengan metode analisis data menggunakan *Structural Equation Model-Partial Least Square*. Penelitian ini membuktikan bahwa persepsi manfaat berpengaruh positif dan signifikan terhadap sikap pengguna. Persepsi kemudahan berpengaruh positif dan signifikan terhadap sikap pengguna. Sikap pengguna berpengaruh positif dan signifikan terhadap pengguna sesungguhnya.

Kata kunci: Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Sikap Pengguna, Pengguna Sesungguhnya, Fintech, Financial Technology, Go-Pay, Go-Jek Indonesia.



ABSTRACT

The study aims to analyze the effect of Perception of usefulness, Perception of Ease and Attitudes Towards Using the Use of Fintech Go-pay with a technology acceptance model (TAM) approach, where the analyzed variables Perception of usefulness and Perception of Ease as Independent variables, Attitudes Towards Using as Intervening Variables, Actual Use as a Dependent variable. Where the respondents are Millennial Go-pay users who visit the West Jakarta Mall. In sampling the technique is done by simple purposive sampling. Where the testing phase is carried out with the validity test, the reliability test and the correlation test of the Attitudes Towards Using and Actual Use variables with the data analysis method using Structural Equation Model-Partial Least Square. This study proves that the Perception of usefulness has a positive and significant effect on Attitudes Towards Using. Perceived of Ease has a positive and significant effect on Attitudes Towards Using. The Attitudes Towards Using has a positive and significant effect on Actual Use.

Keywords: Perception Of Usefulness, Perceived Of Ease, Attitudes Towards Using, Actual Use, Fintech, Financial Technology, Go-Pay, Go-Jek Indonesia.



KATA PENGANTAR

Alhamdulillah puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT atas limpahan rahmat dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik guna melengkapi syarat dalam mencapai gelar Sarjana Strata Satu (S1) Ekonomi jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana. Judul yang penulis ajukan adalah **“Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Dan Sikap Pengguna Terhadap Pengguna Sesungguhnya Fintech Go-Pay Studi Kasus Pengguna Go-Pay Di Mall Jakarta Barat”**.

Penulis skripsi ini tidak lepas dari bimbingan, bantuan dan dukungan dari berbagai pihak, penulis mengucapkan terimakasih khususnya kepada Ibu Dr. Mafizatun Nurhayati, S.E., M.M, selaku dosen pembimbing yang telah memberikan saran, waktu, bimbingan, semangat, pengetahuan dan nasehat – nasehat yang sangat bermanfaat yang diberikan kepada penulis. Oleh karena itu, dalam kesempatan ini penulis ingin berterimakasih kepada semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini terutama kepada;

1. Bapak Prof. Dr. Ngadino Surip. Ms, selaku Rektor Universitas Mercu Buana.
2. Bapak Dr. Harnovinsah, Ak, M.Si., CA., CIPSAS., CMA., CSRS. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.
3. IbuDr. Daru Asih, M.Si selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Mercu Buana.
4. Teristimewa, kedua orang tua tercinta yang telah memberikan semangat, doa, motivasi, dorongan, dan pengertian yang tiada hentinya dan tidak ternilai harganya baik moral maupun material.
5. Seluruh dosen dan staf program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana yang telah memberikan segenap ilmunya.
6. Bapak dan Ibu di bagian Administrasi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana, yang dengan penuh kesabaran dan keikhlasan bersedia membantu segala urusan administrasi selama penulis berkuliah.
7. Seluruh teman – teman manajemen S1 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana angkatan 2016 yang tidak bisa disebutkan satu persatu. Semoga kita bisa mewujudkan semua impian kita.

Penulis menyadari sebagai manusia biasa, bahwa penelitian ini tidak lepas dari kesalahan dan kekurangan akibat keterbatasan pengetahuan serta pengalaman. Oleh karena itu, penulis mengharapkan segala bentuk saran serta masukan bahkan kritik yang membangun dari berbagai pihak. Selain itu, dengan segala ketulusan dan kerendahan diri, penulis mohon maaf apabila terdapat kesalahan dan kelemahan dalam skripsi ini. Akhir kata, semoga skripsi ini bermanfaat dan dapat menambah pengetahuan khususnya bagi penulis dan pembaca pada umumnya.

Jakarta, 8 Juni 2020

Ervina Okvianita

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI	ii
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	iii
ABSTRAK	iv
ABSTRACT	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR.....	x
DAFTAR LAMPIRAN	xi
BAB IPENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Penelitian	1
B. Rumusan Masalah.....	8
C. Tujuan Penelitian	9
D. Kontribusi Penelitian	9
BAB II KAJIAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS.....	11
A. Financial Technology (Fintech)	11
1. Pengertian Financial Technology	11
2. Tipe-Tipe Financial Technology (Fintech).....	12
3. Kelebihan Dan Kekurangan <i>Financial Technology (Fintech)</i>	12
4. Tantangan Financial Technology (<i>Fintech</i>).....	13
5. Strategi unntuk melindungi pengguna <i>Financial Technology (Fintech)</i> dari Risiko.....	14
B. Technology Acceptance Model (TAM)	14
1. Pengertian Theory Acceptance Model (TAM)	14
2. Perkembangan TAM.....	15
3. Penjelasan TAM Davis (1989)	16
4. Pengertian Penggunaan Sistem (<i>Actual System Usage</i>)	18
5. Pengertian Sikap Terhadap Penggunaan (<i>Attitude Towards Use</i>).....	20
6. Pengertian Persepsi Manfaat (<i>Perceived Usefulness</i>).....	21
7. Pengertian Persepsi Kemudahan Penggunaan (<i>Perceived Ease Of Use</i>)	23
C. Penelitian Terdahulu	33
1. Persepsi Manfaat Tehadap Sikap Pengguna	33
2. Pengaruh Persepsi Kemudahan terhadap Sikap Pengguna	33
3. Pengaruh Sikap pengguna terhadap Penggunaan <i>Fintech</i> yang Sesungguhnya	34
BAB III METODE PENELITIAN	36
A. Waktu dan Tempat Penelitian	36
B. Desain Penelitian	36
C. Definisi dan Operasional Variabel	37
1. Definisi Naratif	37
2. Operasionalisasi variabel (operasional variabel)	40
D. Skala Pengukuran Variabel	43
E. Populasi dan Sempel Penelitian	43

1. Populasi penelitian.....	43
2. Sampel Penelitian	44
F. Metode Pengumpulan Data.....	45
G. Metode Analisis Deskriptif.....	46
1. Analisis Deskriptif.....	46
2. Uji Inferensial	48
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	54
A. Gambaran Umum Objek Penelitian.....	54
1. Sejarah Singkat PT. Gojek Indonesia	54
2. Visi dan Misi PT. Gojek Indonesia.....	55
B. Statistik Deskriptif	55
1. Deskriptif Responden	56
2. Deskriptif Variabel	62
C. Uji Inferensial.....	67
1. Uji Instrumen	67
2. Metode Analisis Data Partial Least Square (PLS)	69
3. Pengujian Uji Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>)	70
4. Pengujian Model Struktural/ Uji Hipotesis (<i>Inner Model</i>)	76
D. PEMBAHASAN	79
1. Pengaruh Persepsi Manfaat terhadap Sikap Pengguna	79
2. Pengaruh Persepsi Kemudahan terhadap Sikap Pengguna	80
3. Pengaruh Sikap Pengguna terhadap Penggunaan Sesungguhnya.....	81
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	83
A. KESIMPULAN.....	83
B. SARAN.....	84
DAFTAR PUSTAKA	87
LAMPIRAN.....	90

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Pra Survey Perilaku Pengguna Go-Pay.....	7
Tabel 2.1 Hasil-Hasil Penelitian Terdahulu Dengan Variabel Dependen TAM...	24
Tabel 3.1 Variabel dan Indikator	40
Tabel 3.2 Instrumen Skala Likert.....	43
Tabel 3.3 Pedoman Kategorisasi Rata-Rata Skor Penilaian Responden	47
Tabel 3.4 <i>Rule of Thumb Convergent Validity</i>	50
Tabel 3.5 <i>Rule of Thumb Discriminat Validity</i>	51
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	56
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	56
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan.....	57
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Jumlah Pengeluaran Perbulan .	58
Tabel 4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Jumlah Pekerjaan Responden..	59
Tabel 4.6 Karakteristik Responden Berdasarkan Jumlah Domisili Responden....	60
Tabel 4.7 Karakteristik Responden Berdasarkan Jumlah fitur gojek yang digunakan Responden	61
Tabel 4.8 Karakteristik Responden Berdasarkan Mall yang Sering di Kunjungi .	62
Tabel 4.9 Deskriptif Jawaban Responden Variabel Persepsi Manfaat	62
Tabel 4.10 Deskriptif Jawaban Responden Variabel Persepsi Kemudahan	63
Tabel 4.11 Deskriptif Jawaban Responden Variabel Sikap Pengguna	65
Tabel 4.12 Deskriptif Jawaban Responden Variabel Penggunaan Sesungguhnya	66
Tabel 4.13 Hasil Uji Instrumen dengan Convergen Validity.....	67
Tabel 4.14 Hasil Pengujian <i>Convergent Validity</i> (Modifikasi).....	69
Tabel 4.15 Hasil Algoritma PLS	71
Tabel 4.16 Hasil Uji <i>Discriminant Validity (Cross Loading)</i>	72
Tabel 4.17 Hasil Uji <i>Discriminant Validity (Fornell Larcker Critetion)</i>	74
Tabel 4.18 Hasil Pengujian Average Variance Extracted (AVE)	74
Tabel 4.19 Hasil Penguji <i>Composite Reliability</i> dan <i>Cronbach's Alpha</i>	75
Tabel 4.20 Nilai R^2 Variabel Endogen.....	76
Tabel 4.21 Hasil Pengujian Hipotesis	78

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Judul	Halaman
Gambar 2.1	Technology Acceptance Model (TAM)	17
Gambar 2.2	Skala Kerangka Konseptual	35
Gambar 4.1	Hasil Uji Instrumen Algoritma PLS	67
Gambar 4.2	Hasil Algoritma PLS (Modifikasi)	68
Gambar 4.3	Hasil Algoritma PLS	71
Gambar 4.4	Hasil Bootstrapping	76



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Judul	Halaman
1	Kuesioner pra survey	90
2	Keusioner Penelitian	92
3	Hasil Kuesioner	97
4	Hasil Statistik Deskriptif	108
5	Hasil Uji Inferensial	114
6	Hasil Uji Model Pengukuran (Outer Model)	116
7	Hasil Uji Model Struktual (Inner Model)	122

