

PENGARUH PERSEPSI MANFAAT, PERSEPSI KEMUDAHAN  
PENGUNAAN, DAN MOBILITAS INDIVIDU TERHADAP NIAT  
MENGUNAKAN METODE PEMBAYARAN GOPAY DALAM LAYANAN  
GO-FOOD

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 : Bayu Ashar  
NIM : 43115120321

PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS MERCU BUANA  
JAKARTA

2022

## SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Bayu Ashar

NIM : 43115120321

Program Studi : S1 Manajemen

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

Demikian pernyataan ini, saya buat dengan sebenarnya.

UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

Jakarta, 06 April 2022



Bayu Ashar

Nim: 43115120321

## LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Bayu Ashar  
NIM : 43115120321  
Program Studi : S1 Manajemen  
Judul Skripsi : Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan, dan Mobilitas Individu Terhadap Niat Menggunakan Metode Pembayaran GoPay dalam Layanan Go-Food  
Tanggal Sidang : 6 April 2022

Disahkan oleh :

Pembimbing

  
Dr. Janfry Sihite, S.E., MSM

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Ketua Program Studi S1 Manajemen

  
Dr. Erna Sofriana Imaningsih, M.Si.

  
Dr. H. Sonny Indrajaya, MM

UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

LPTA 02232103



Please Scan QRCode to Verify

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan, dan Mobilitas Individu terhadap Niat Menggunakan metode pembayaran GoPay dalam layanan Go-Food. Teknik pengambilan sampel dengan metode *non-probability sampling*, jenis teknik pengambilan sampel yang digunakan dan cocok pada penelitian ini adalah teknik pengambilan sampel *purposive sampling*. Dari sampel yang digunakan adalah 140 sampel, Metode pengumpulan data menggunakan metode *survey*, dengan instrumen penelitian adalah kuesioner. Metode analisis data menggunakan *Partial Least Square*. Hasil penelitian ini membuktikan bahwa Persepsi Manfaat berpengaruh positif terhadap Niat Menggunakan, Persepsi Kemudahan Penggunaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Niat Menggunakan. Mobilitas Individu berpengaruh positif terhadap Niat Menggunakan.

**Kata Kunci:** Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Mobilitas Individu, Niat Menggunakan, GoPay

UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

## ABSTRACT

*This study aims to determine and analyze Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and Individual Mobility impact on Intention to Use GoPay Payment in Go-Food services. The sampling technique using non-probability sampling method, the type of sampling technique used and suitable for this research is purposive sampling technique. The sample used is 140 samples, the data collection method uses survey method, with the research instrument is a questionnaire. Data analysis method using Partial Least Square. This study proves that Perceived Usefulness has a positive effect on Intention to Use. Perceived Ease of Use has a positive and significant effect on Intention to Use. Individual Mobility has a positive effect on Intention to Use.*

**Keywords:** *Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, Individual Mobility, Intention to Use, GoPay*



UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

## KATA PENGANTAR

Segala puji bagi Tuhan Yang Maha Esa yang telah memberikan rahmat dan karunia-Nya kepada penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul **“Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan, dan Mobilitas Individu Terhadap Niat Menggunakan Metode Pembayaran Go-Pay dalam Layanan Go-Food”**. Skripsi ini merupakan syarat untuk memperoleh gelar sarjana pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas MercuBuana.

Penulis menyadari sebagai manusia biasa dalam penelitian ini tidak lepas dari kesalahan dan kekurangan akibat keterbatasan pengetahuan serta pengalaman. Penyusunan skripsi ini tidak lepas dari bimbingan bantuan, dan dukungan yang sangat berarti dari berbagai pihak, khususnya, Bapak Dr. Janfry Sihite, SE., MSM selaku dosen pembimbing skripsi yang telah memberikan saran, waktu, bimbingan, semangat, pengetahuan dan nasehat-nasehat yang sangat bermanfaat yang telah diberikan kepada penulis. Oleh karena itu, pada kesempatan kali ini penulis sampaikan puji syukur atas kekuatan Tuhan Yang Maha Esa yang telah mencurahkan anugerahnya dan ingin berterima kasih kepada semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan proposal ini terutama kepada:

1. Prof. Dr. Ngadino Surip, MS selaku Rektor Universitas MercuBuana.
2. Dr. Erna Sofriana Imaningsih, SE, M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas MercuBuana.
3. Dr. H. Sonny Indrajaya, MM selaku Ketua Program Studi Manajemen S1 Universitas MercuBuana.
4. Keluarga penulis khususnya kedua orang tua yaitu Bapak Noor Chamid dan Ibu Subiyanti yang selalu memberikan motivasi dan dukungannya serta selalu menyertai penulis dengan do'a dan restunya.
5. Seluruh Dosen dan Staff Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana yang telah memberikan segenapilmunya.
6. Untuk Shinta Ariestrianti yang telah menyediakan sarana dan prasana serta dukungan moril dalam penyusunan penulisan skripsi ini.
7. Untuk teman – teman Manajemen pemasaran Chris HG, Yudha, Rifky, Fawzy, dan Debay terima kasih atas bantuannya. Dan semua teman lanang nyinyir penulis yang tidak dapat disebutkan satupersatu.

Jakarta, 06 April 2022

Bayu Ashar

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL .....	i
HALAMAN PERNYATAAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
ABSTRAK .....	iv
ABSTRACT .....	v
KATA PENGANTAR.....	ivi
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL .....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	ix
<b>BAB I.....</b>	<b>1</b>
<b>PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
<b>A. Latar Belakang .....</b>	<b>1</b>
<b>B. Rumusan Masalah .....</b>	<b>16</b>
<b>C. Tujuan dan Kontribusi Penelitian.....</b>	<b>16</b>
<b>BAB II .....</b>	<b>18</b>
<b>KAJIAN PUSTAKA, RERANGKA PEMIKIRAN, DAN HIPOTESIS.....</b>	<b>18</b>
<b>A. Kajian Pustaka.....</b>	<b>18</b>
<b>1. Manajemen Pemasaran .....</b>	<b>18</b>
<b>2. Perilaku Konsumen.....</b>	<b>19</b>
<b>3. <i>Mobile Payment</i> (Domp<sup>et</sup> Digital) .....</b>	<b>20</b>
<b>4. GoPay.....</b>	<b>23</b>
<b>5. <i>Intension to Use</i> (Niat Menggunakan).....</b>	<b>24</b>
<b>6. <i>Perceived Usefulness</i> (Persepsi Manfaat).....</b>	<b>29</b>
<b>7. <i>Perceived Ease of Use</i> (Persepsi Kemudahan Penggunaan).....</b>	<b>30</b>
<b>8. <i>Individual Mobility</i>(Mobilitas Individu).....</b>	<b>31</b>
<b>9. Penelitian Terdahulu.....</b>	<b>32</b>
<b>B. Rerangka Pemikiran .....</b>	<b>38</b>
<b>C. Hipotesis.....</b>	<b>40</b>
<b>BAB III.....</b>	<b>41</b>
<b>METODE PENELITIAN .....</b>	<b>41</b>
<b>A. Waktu dan Tempat Penelitian .....</b>	<b>41</b>
<b>B. Desain Penelitian .....</b>	<b>41</b>

<b>C. Definisi dan Operasionalisasi Variabel.....</b>	<b>42</b>
<b>D. Pengukuran Variabel.....</b>	<b>44</b>
<b>E. Populasi dan Sampel Penelitian.....</b>	<b>45</b>
<b>F. Teknik Pengumpulan Data .....</b>	<b>46</b>
<b>G. Metode Analisis Data.....</b>	<b>47</b>
<b>BAB IV .....</b>	<b>51</b>
<b>HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>51</b>
<b>A. Gambaran Umum Objek Penelitian .....</b>	<b>51</b>
<b>B. Analisis Deskriptif.....</b>	<b>52</b>
<b>C. Hasil Uji Kualitas Data .....</b>	<b>59</b>
<b>D. Pembahasan Hasil Penelitian .....</b>	<b>66</b>
<b>BAB V .....</b>	<b>70</b>
<b>SIMPULAN DAN SARAN.....</b>	<b>70</b>
<b>A. Simpulan.....</b>	<b>70</b>
<b>B. Saran .....</b>	<b>72</b>
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>75</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>79</b>





## DAFTAR TABEL

<b>Tabel 1. 1: Harga Layanan Dengan Metode Pembayaran Tunai .....</b>	<b>10</b>
<b>Tabel 1. 2: Harga Layanan Dengan Metode Pembayaran <i>Mobile</i> .....</b>	<b>12</b>
<b>Tabel 1. 3: Hasil Pra Survei .....</b>	<b>14</b>
<b>Tabel 2. 1 : Jurnal Penelitian Terdahulu.....</b>	<b>43</b>
<b>Tabel 3. 1 : Operasional Variabel.....</b>	<b>54</b>
<b>Tabel 3. 2 : Nilai Skala Likert .....</b>	<b>55</b>
<b>Tabel 4. 1 : Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....</b>	<b>63</b>
<b>Tabel 4. 2 : Karakteristik Responden Berdasarkan Usia .....</b>	<b>64</b>
<b>Tabel 4. 3 : Karakteristik Responden Berdasarkan Pengeluaran Bulanan .....</b>	<b>65</b>
<b>Tabel 4. 4 : Uji Deskriptif Jawaban Kuesioner Berdasarkan Variabel Persepsi Manfaat.....</b>	<b>66</b>
<b>Tabel 4. 5 : Uji Deskriptif Jawaban Kuesioner Berdasarkan Variabel Persepsi Kemudahan Penggunaan .....</b>	<b>67</b>
<b>Tabel 4. 6 : Uji Deskriptif Jawaban Kuesioner Berdasarkan Variabel Mobilitas Individu .....</b>	<b>68</b>
<b>Tabel 4. 7 : Uji Deskriptif Jawaban Kuesioner Berdasarkan Variabel Niat Menggunakan .....</b>	<b>68</b>
<b>Tabel 4. 8 : Hasil pengujian Convergent Validity.....</b>	<b>70</b>
<b>Tabel 4. 9 : Hasil Pengujian Discriminant Validity (Cross Loadings).....</b>	<b>71</b>
<b>Tabel 4. 10: Hasil Pengujian Average Variance Extracted (AVE) .....</b>	<b>72</b>
<b>Tabel 4. 11: Hasil Pengujian Discriminant Validity (Fornell-Larcker) .....</b>	<b>72</b>
<b>Tabel 4. 12: Hasil Pengujian Composite Reliability &amp; Cronbach's Alpha ...</b>	<b>73</b>
<b>Tabel 4. 13: Nilai R<sup>2</sup> Variabel Endogen.....</b>	<b>73</b>
<b>Tabel 4. 14: Hasil Pengujian Hipotesis .....</b>	<b>75</b>

## DAFTAR GAMBAR

<b>Gambar 1. 1: Pertumbuhan Transaksi Uang Digital Indonesia 2014-2019</b> .....	2
<b>Gambar 1. 2: Kepemilikan Produk Keuangan Non-Tunai <i>Millenial</i></b> .....	4
<b>Gambar 1. 3: Peringkat Dompet Digital Berdasarkan Pengguna Aktif Bulanan</b> .....	5
<b>Gambar 1. 4: Peringkat Dompet Digital Berdasarkan Jumlah <i>Download</i> Bulanan</b> .....	6
<b>Gambar 1. 5: Alasan Penggunaan Dompet Digital di Indonesia</b> .....	8
<b>Gambar 1. 6: Aplikasi <i>Online Food Delivery</i> yang Sering Digunakan</b> .....	13
<b>Gambar 2. 1: Rerangka Pemikiran Penelitian</b> .....	39
<b>Gambar 4. 1: Hasil Algoritma PLS</b> .....	60
<b>Gambar 4. 2: Hasil Uji <i>Bootstrapping</i></b> .....	76

