

**TESIS**

**ANALISIS FAKTOR FAKTOR YANG MEMPENGARUHI NIAT DALAM  
PENGUNAAN E-WALLET SHOPEEPAY**



**ELSA MAYORA**

**No. Mhs: 215026534/EBU/MM**

**PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN FAKULTAS BISNIS DAN EKONOMIKA  
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA 2024**



UNIVERSITAS ATMA JAYA  
YOGYAKARTA FAKULTAS BISNIS DAN  
EKONOMIKA PROGRAM STUDI  
MAGISTER MANAJEMEN

LEMBAR PENGESAHAN TESIS

Nama : ELSA MAYORA  
Nomor Mahasiswa : 215026534  
Konsentrasi : E-BUSINEES  
Judul Tesis : ANALISIS FAKTOR FAKTOR YANG MEMPENGARUHI NIAT  
DALAM PENGGUNAAN E-WALLET SHOPEEPAY

Nama Penguji	Tanggal	Tanda Tangan
Drs. Budi Suprpto MBA.Ph.D.	17 Januari 2024	
Dr. Dra. J. Ellyawati, M.M	10 Januari 2024	
Wenefrida Mahestu N Krisjanti, SE., M.Sc.IB, Ph.D	22 Januari 2024	

Ketua Program Studi  
Magister Manajemen

Elisabet Dita Septiari, SE., M.Sc.

Dekan

Fakultas Bisnis dan Ekonomika

W. Mahestu N. Krisjanti, SE., M.Sc., Ph.D

UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN PERSETUJUAN .....</b>	<b>i</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>ii</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>v</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>vi</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>vii</b>
<b>I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Rumusan Masalah .....	2
1.3. Tujuan Penelitian.....	3
1.4. Manfaat Penelitian.....	3
1.5. Batasan Masalah.....	3
<b>II TINJAUAN PUSTAKA.DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS.....</b>	<b>4</b>
2.1. E-wallet.....	4
2.2. <i>Technolgy acceptance Model (TAM)</i> .....	4
2.3. Theory Of Reasoned Action (tra) .....	5
2.4. Digital Payment .....	6
2.5. Persepsi kemudahan ( <i>Perceived Ease of Use</i> ).....	7
2.6. Persepsi Manfaat ( <i>Perceive Usefulness</i> ) .....	7
2.7. <i>Behavioral Intention</i> .....	7
2.8. <i>Use Behavior</i> .....	8
2.9. <i>E-Money</i> .....	8
2.10. Penelitian Terdahulu.....	9
2.11. Kerangka Pemikiran .....	13
2.12. Pengembangan Hipotesis.....	13
<b>III METODOLOGI PENELITIAN .....</b>	<b>16</b>
3.1. Karakteristik Penelitian .....	16
3.2. Lokasi dan Waktu Penelitian.....	16
3.3. Definisi Operasional.....	16
3.4. Tahapan Penelitian .....	19
3.5. Populasi dan Sampel.....	21

3.6. Uji Instrumen.....	22
3.7. Uji Asumsi Klasik .....	22
3.8. Analisis Regresi Linear Berganda .....	22
3.9. Uji T.....	23
3.10. Uji F.....	23
<b>IV HASIL PENGAMATAN &amp; PEMBAHASAN .....</b>	<b>24</b>
4.1. Gambaran Umum Perusahaan.....	24
4.2. Visi Dan Misi Perusahaan.....	25
4.2.1. Visi Perusahaan .....	25
4.2.2. Misi Perusahaan .....	25
4.3. Fitur -Fitur ShopeePAY .....	26
4.4. Hasil Penelitian .....	26
4.4.1. Karakteristik Responden.....	26
4.4.2. Analisis Statistik Deskriptif.....	31
4.5. Uji Instrumen .....	32
4.5.1. Uji Validitas.....	32
4.5.2. Uji Reliabilitas .....	34
4.6. Uji Asumsi Klasik.....	34
4.6.1. Uji Regresi Linear Berganda.....	34
4.6.2. Uji T .....	36
4.6.3. Uji F.....	39
4.7. Pembahasan.....	40
4.7.1. Pengaruh Perceived Ease Of Use Terhadap Niat Penggunaan Ulang Shopeepay .....	40
4.7.2. Pengaruh Perceived Usefulness Terhadap Niat Pengguna Shopeepay....	41
4.7.3. Pengaruh Pengalaman Terhadap Niat Pengguna Shopeepay .....	43
4.7.4. Pengaruh <i>Perceived Usefulness, Perceived ease Of use</i> dan pengalaman terhadap niat penggunaan ulang Shopeepay.....	44
<b>V PENUTUP.....</b>	<b>46</b>
5.1. Kesimpulan.....	46
5.2. Saran Penelitian .....	46
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>48</b>
<b>LAMPIRAN 1.....</b>	<b>56</b>
<b>LAMPIRAN 2.....</b>	<b>58</b>
<b>LAMPIRAN 3.....</b>	<b>59</b>

## DAFTAR TABEL

<b>Tabel 2.1.</b>	Penelitian Terdahulu .....	10
<b>Tabel 3.1.</b>	Definisi Operasional.....	18
<b>Tabel 4.1.</b>	Deskriptif Karakteristik Responden .....	27
<b>Tabel 4.2.</b>	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia .....	27
<b>Tabel 4.3.</b>	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	28
<b>Tabel 4.4.</b>	Karakteristik Responden Berdasarkan Seberapa Banyak Pengguna E-Wallet ShopeePay .....	29
<b>Tabel 4.5.</b>	Karakteristik Responden Berdasarkan Jumlah Nominal Pemakaian ShopeePay Dalam Satu Bulan.....	29
<b>Tabel 4.6.</b>	Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi Penggunaan E-Wallet Sebagai Pembayaran.....	30
<b>Tabel 4.7.</b>	Karakteristik Responden Berdasarkan Alasan Penggunaan E- Wallet .....	31
<b>Tabel 4.8.</b>	Analisis Statistik Deskriptif.....	32
<b>Tabel 4.9.</b>	Hasil Uji Validitas.....	34
<b>Tabel 4.10</b>	Hasil Uji Reliabilitas .....	35
<b>Tabel 4.11.</b>	Hasil Uji Regresi Linear Berganda.....	35
<b>Tabel 4.11.</b>	Hasil Uji T.....	38
<b>Tabel 4.13.</b>	Hasil Uji F.....	40

## DAFTAR GAMBAR

<b>Gambar 2.1.</b> Modifikasi Pertama Tam .....	5
<b>Gambar 2.2.</b> Theory of Reason Acition.....	5
<b>Gambar 2.3.</b> Kerangka Pemikiran .....	14
<b>Gambar 4.1.</b> Logo ShopeePay .....	25

## ABSTRACT

*Penelitian ini berjudul “Analisis Faktor Faktor Yang Mempengaruhi Niat Dalam Penggunaan E-Wallet Shopee” bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh perceived ease of use, perceived usefulness, serta pengalaman yang mempengaruhi niat penggunaan ulang e-wallet pada aplikasi shopeepay. Rancangan penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah jenis penelitian pendekatan kuantitatif dengan metode asosiatif. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pengguna aplikasi shopeepay. Sampel penelitian ini diambil sebanyak 100 responden yang memenuhi syarat dengan menggunakan rumus Lemeshow. Perceived ease of use (X1), Perceived Usefulness (X2), Pengalaman (X3), dan Niat Penggunaan Ulang (Y) merupakan beberapa faktor variabel yang dapat mempengaruhi niat penggunaan ulang. Uji asumsi klasik, analisis regresi berganda, dan pengujian hipotesis uji F dan uji t semuanya merupakan komponen dari metode analisis ini. Studi ini menunjukkan bahwa niat penggunaan ulang e-wallet pada aplikasi shopeepay secara signifikan dipengaruhi oleh perceived ease of use, perceived usefulness, pengalaman. Niat penggunaan e-wallet kemudian secara signifikan dipengaruhi oleh variabel perceived ease of use, perceived usefulness, serta pengalaman.*

**Keywords** : *perceived ease of use, perceived usefulness, pengalaman, e-wallet, shopeepay.*