

**PENGARUH KEPERCAYAAN DAN KEMUDAHAN TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN MENGGUNAKAN METODE
PEMBAYARAN SHOPEEPAY DI KOTA PALEMBANG**



Skripsi oleh :

UMMI RANI SYAFITRI

01011381823191

MANAJEMEN

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Meraih Gelar Sarjana Ekonomi

**KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN,
RISET, DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS SRIWIJAYA
FAKULTAS EKONOMI**

2023

LEMBAR PERSETUJUAN UJIAN KOMPREHENSIF

Pengaruh Kepercayaan dan Kemudahan Terhadap Keputusan Pembelian Menggunakan Metode Pembayaran ShopeePay di Kota Palembang

Disusun Oleh :


Nama : Ummi Rani Syafitri
Nomor Induk Mahasiswa : 01011381823191
Fakultas : Ekonomi
Jurusan : Manajemen
Bidang Kajian/Konsentrasi : Manajemen Pemasaran

Disetujui untuk digunakan dalam Ujian Komprehensif

Tanggal Persetujuan


Dosen Pembimbing
Ketua,

Tanggal : 05 Mei 2023


Dr. Ahmad Maulana. S.E., M.M
NIP. 197512252015041001

Anggota,

Tanggal : 10 Mei 2023


Dr. Aslamia Rosa. S.E., M. Si
NIP. 197205292006042001

ASLI

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

1000 11/11/2023
1000 11/11/2023

**PENGARUH KEPERCAYAAN DAN KEMUDAHAN TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN MENGGUNAKAN METODE PEMBAYARAN SHOPEEPAY DI
KOTA PALEMBANG**

Disusun Oleh:

Nama : Ummi Rani Syafitri
NIM : 01011381823191
Fakultas : Ekonomi
Jurusan : Manajemen
Bidang Kajian/Konsentrasi : Manajemen Pemasaran

Telah diuji dalam ujian komprehensif pada tanggal 31 Mei 2023 dan telah memenuhi syarat untuk diterima.

Panitia Ujian Komprehensif

Palembang, 31 Mei 2023

Ketua

Anggota

Anggota



Dr. Ahmad Maulana, S.E., Ak., M.M
NIP. 197512252015041001

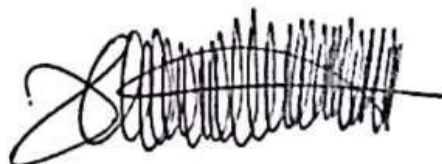


Dr. Aslamia Rosa, S.E., M.Si
NIP. 197205292006042001



Iisnawati, S.E., M.Si
NIP. 1671045508820010

Mengetahui,
Ketua Jurusan Manajemen



Dr. Muhammad Ichsan Hadiri, S.T., M.M
NIP. 198907112018031001

SURAT PERNYATAAN INTEGRITAS ILMIAH

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Ummi Rani Syafitri

NIM : 01011381823191

Fakultas : Ekonomi

Jurusan : Manajemen

Bidang Kajian/Konsentrasi : Manajemen Pemasaran

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi yang berjudul:

Pengaruh Kepercayaan dan Kemudahan terhadap Keputusan Pembelian Menggunakan Metode Pembayaran ShopeePay di Kota Palembang.

Dosen Pembimbing :

Ketua : Dr. Ahmad Maulana., S.E., Ak., M.M

Anggota : Dr. Aslamia Rosa, S.E., M.Si

Tanggal ujian : 31 Mei 2023

Adalah benar hasil karya penelitian sendiri. Dalam skripsi ini tidak ada kutipan orang lain yang tidak disebutkan sumbernya. Demikianlah pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya, dan apabila pernyataan ini tidak benar dikemudian hari, peneliti bersedia dicabut predikat kelulusan gelar kesarjanaan.

Palembang, 4 Juli 2023

Pembuat pernyataan,



Ummi Rani Syafitri

NIM 01011381823191

MOTTO

**“Dunia itu seluas Langkah kaki. Jelajahilah dan jangan pernah takut melangkah. Hanya dengan itu kita bisa mengerti kehidupan dan menyatu dengannya “
-Seo hok gie-**

**“Perjalanan Seribu mill pun selalu dimulai dengan langkah pertama”
-Lao Tzu-**

Skripsi ini saya persembahkan untuk :

- Allah SWT
- Nabi Muhammad SAW
- Universitas Sriwijaya
- Dosen Fakultas Ekonomi Unsri
- Orang Tua dan Keluargaku

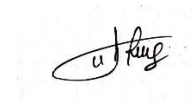
KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum wr. wb.

Puji dan syukur atas rahmat, nikmat, dan kesempatan yang diberikan oleh Allah SWT karena atas karunia dan kasih sayang- Nya yang telah dilimpahkan kepada saya sehingga saya dapat menyelesaikan penelitian yang berjudul “Pengaruh Kepercayaan dan Kemudahan terhadap Keputusan Pembelian Menggunakan Metode Pembayaran Shopeepay di Kota Palembang”. Skripsi ini disusun dalam rangka memenuhi persyaratan kelulusan dalam meraih gelar Sarjana Ekonomi program Srata Satu (S1) pada Fakultas Ekonomi Universitas Sriwijaya kampus Palembang.

Tentu saja di dalam penulisan penelitian ini masih banyak terdapat kekurangan, dikarenakan keterbatasan ilmu pengetahuan dan wawasan penulis. Oleh sebab itu, penulis sangat terbuka apabila diberikan kritik dan saran yang positif dan membangun penelitian ini supaya lebih baik untuk masa mendatang serta bermanfaat bagi penulis maupun khalayak ramai.

Palembang, 4 Juli 2023



Ummi Rani Syafitri

NIM 01011381823191

UCAPAN TERIMA KASIH

Pada kesempatan ini, penulis mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu dan memberikan dukungan dalam penulisan Skripsi ini:

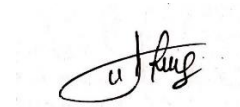
1. **Allah SWT** yang telah memberikan Rahmat dan karunianya serta selalu memberikan pertolongan dan jalan keluar disaat penulis menghadapi masalah
2. Segala perjuangan saya hingga titik ini saya persembahkan kepada orang paling berharga di hidup saya. Kepada **Bapak Meriyanto dan Ibu Hera Wati** terima kasih atas semua cinta yang telah kalian berikan kepadaku. Teruntuk **adik laki – laki** saya Rangga Kurniawan, terima kasih telah memberikan dukungan dan selalu menguatkanaku.
3. Kakak Sepupu ku **Yogi Pratama, S.E** dan **Keluarga Besar AH**, terima kasih karena turut membantu memberi arahan serta memberikan dukungan semangat dan doa selamat penyusunan skripsi ini.
4. **Bapak Dr. Ahmad Maulana, S.E., a.k M.M** dan **ibu Dr. Aslamia Rosa, S.E., M.Si.** selaku dosen pembimbing saya yang selalu memberikan saya saran, masukan serta motivasi baik selama perkuliahan maupun dalam penyusunan skripsi ini.
5. **Ibu Iisnawati, S.E., M.Si** selaku dosen penguji yang bersedia meluangkan waktunya untuk menguji hasil skripsi penulis dan memberikan saran dalam perbaikan skripsi.
6. **Bapak Dr. Muhammad Ichsan hadjri, S.T., M.M** selaku dosen Pembimbing Akademik (PA) yang telah memberikan masukan dan arahan selama perkuliahan.

7. **Bapak Prof. Dr. Ir. H. Anis Saggaff, MSCE** selaku Rektor Universitas Sriwijaya.
8. **Bapak Prof. Dr. Mohammad Adam, S.E., M.E.**, selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas.
9. Seluruh **Bapak Ibu Dosen Fakultas Ekonomi Universitas Sriwijaya**, yang telah memberikan ilmu – ilmu dan pelajaran hidup yang sangat bermanfaat sehingga penulis bisa menjadi pribadi yang lebih baik dari sebelumnya, baik dari segi pola pikir,sifat maupun perilaku.
10. Sahabatku **Khaira nisa** yang telah bersama ku selama 15 tahun dan tetap berada disampingku dan senantiasa mendengarkan cerita hidupku yang beranekaragam
11. Teman temanku **Sherin, Ipit, Nurul, Karin, Dina, Unyil, Fadhil**,serta dukungan semangat dan saran dalam penyusunan skripsi ini.
12. Teman temanku **Ega, Ukhti, Cantika, Budin, Ica, Kia, Lili, Ade Indah, Ayu, Shefi, Najla, Ertika, Koko, Azizah, Noker.** yang selalu berada disamping ku dalam suka maupun duka.
13. Teman temanku **David, Suju, Rangga, Onong, Robi** terima kasih telah menghiburku.
14. Semua teman – teman kampusku **Manajemen Unsri 2018** yang telah menemani dan membantu selama masa perkuliahan ini.
15. Terima kasih juga kepada **Pledis Entertainment** dan **Seventeen** terutama **Jeon Wonwoo dan Hoshi** yang telah memberikan dukungan kepada penulis tidak lansung lewat karya – karya hingga proses penggarapan skripsi selesai.

16. Terima kasih juga kepada **Ummi** yang telah bertahan dan terus berjalan meskipun semua terasa sulit.

Akhir kata saya berharap pihak – pihak yang telah membantu baik secara langsung maupun tidak langsung kebaikannya di balas oleh Allah SWT dan Skripsi ini dapat bermanfaat bagi orang yang membutuhkannya.

Palembang, 4 Juli 2023



Ummi Rani Syafitri

NIM 01011381823191

ABSTRAK

**PENGARUH KEPERCAYAAN DAN KEMUDAHAN TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN MENGGUNAKAN METODE PEMBAYARAN
SHOPEEPAY DI KOTA PALEMBANG**

Penelitian *E-commerce* merupakan saluran online yang bisa dijangkau oleh seorang melalui layanan komputer dan digunakan oleh pebisnis dalam melakukan aktifitas bisnisnya, *e-commerce* juga bisa digunakan oleh konsumen untuk mendapatkan informasi dengan menggunakan bantuan ponsel pintar dengan memberi jasa informasi kepada konsumen dalam menentukan pilihan. Pada perkembangan zaman manusia akan selalu mengikuti perkembangan, seperti dalam uang elektronik seperti Shoopepay yang dipakai dalam berbagai transaksi. Penelitian ini membahas perihal masyarakat kota Palembang dalam penggunaan *e-wallet* shoopepay yang dilihat dari kemudahan dan kepercayaan terhadap keputusan pembelian, dengan penyebaran kuisioner sebanyak 100 responden dimana hasil tersebut akan dikumpulkan kemudian di analisis menggunakan teknik analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian ini menunjukkan sebanyak 15 indikator pertanyaan dinyatakan valid. Selain itu variabel kepercayaan dan kemudahan memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian dengan arah positif, hal ini artinya masyarakat kota Palembang akan meningkatkan pembelian atas dasar kemudahan dan kepercayaan yang diberikan oleh aplikasi/dompet elektronik *e-wallet* shoopepay.

Kata kunci: *kepercayaan, kemudahan, keputusan pembelian, shoopepay*

Pembimbing I



Dr. Ahmad Maulana, S.E., Ak., M.M
NIP. 197512252015041001

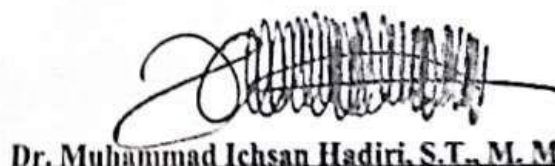
Pembimbing II



Dr. Aslamia Rosa, S.E., M.Si
NIP. 197205292006042001

Mengetahui,

Ketua Jurusan Manajemen



Dr. Muhammad Ichsan Hadiri, S.T., M.M

NIP. 198907112018031001

**THE INFLUENCE OF TRUST AND CONVENIENCE ON PURCHASING
DECISIONS USING THE SHOPEEPAY PAYMENT METHOD IN
PALEMBANG CITY**

E-commerce is an online channel that can be reached by a person through computer services and is used by business people in carrying out their business activities, e-commerce can also be used by consumers to obtain information using the help of smart phones by providing information services to consumers in making choices. In the development of the era, humans will always follow developments, such as in electronic money such as Shoopipay which is used in various transactions. This research discusses the people of Palembang city in using e-wallet shoopipay as seen from the convenience and trust in purchasing decisions, questionnaire distribution interviews of 100 respondents where the results will be collected then analyzed using multiple linear regression analysis techniques . The results of this study showed that as many as 15 question indicators were declared valid. Besides that, the variables of trust and convenience have a significant influence on purchasing decisions in a positive direction, this means that the people of Palembang city will increase purchases based on the convenience and trust provided by the application/electronic wallet, the Shoopipay e-wallet.

Keyword: *trust, convenience, purchase decision, shoopipay*

Advison I



Dr. Ahmad Maulana, S.E., Ak., M.M

NIP. 197512252015041001

Advison II



Dr. Aslamia Rosa, S.E., M.Si

NIP. 197205292006042001

Approved by,

Chairman of The Management Department



Dr. Muhammad Ichsan Hadiri, S.T., M. M

NIP. 198907112018031001

ASLI

JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS
20/6/23

SURAT PERNYATAAN ABSTRAK

Kami dosen pembimbing skripsi menyatakan bahwa Abstrak Skripsi dalam bahasa Inggris dari mahasiswa:

Nama : Ummi Rani Syafitri
NIM : 01011381823191
Jurusan : Manajemen
Konsentrasi : Pemasaran
Judul Skripsi : **Pengaruh Kepercayaan dan Kemudahan terhadap Keputusan Pembelian Menggunakan Metode Pembayaran ShopeePay.**

Telah kami periksa penulisan, grammar, maupun susunan tensesnya, dan kami setuju untuk ditempatkan pada lembar abstrak.

Palembang, 19 Juni 2023

Pembimbing Skripsi,

Ketua



Dr. Ahamad MAulana, S.E., Ak., M.M
NIP. 197512252015041001

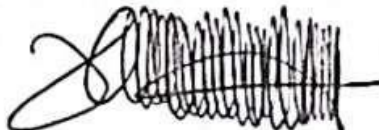
Anggota



Dr. Aslamia Rosa, S.E., M. Si.
NIP. 197205292006042001

Mengetahui,

Ketua Jurusan Manajemen



Dr. Muhammad Ichsan Hadjri, S.T., M. M
NIP. 198907112018031001

RIWAYAT HIDUP

Nama Mahasiswa : Ummi Rani Syafitri

Jenis Kelamin : Perempuan

Tempat/Tanggal Lahir : Palembang / 17 Desember 2000

Agama : Islam

Status : Belum Menikah

Alamat : Jl Lunjuk Jaya gang Tanjung

Alamat Email : umiranisyafitri5@gmail.com

No. Hp : 083179494383

Pendidikan Formal :

Sekolah Dasar : SDN 03 Teladan Balai - Balai

SLTP : SMP N 1 Padang Panjang

SLTA : SMA N 3 Padang Panjang

Perguruan Tinggi : Universitas Sriwijaya

Pengalaman Organisasi : - Kader HMI Komisariat Palembang
- Anggota Ddv Sumsel batch 6
- Ketua Kohati HMI Komisariat Palembang
- Anggota GSSI Palembang
- Sekretaris Dinas Sosling BEM KM FE
- Wakil Ketua III DPM KM FE UNSRI

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN UJIAN KOMPREHENSIF	ii
LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI	iii
SURAT PERNYATAAN INTEGRITAS ILMIAH.....	iv
MOTTO	v
KATA PENGANTAR.....	vi
UCAPAN TERIMA KASIH.....	vii
ABSTRAK	x
ABSTRACT	xi
SURAT PERNYATAAN ABSTRAK.....	xii
RIWAYAT HIDUP	xiii
DAFTAR ISI.....	xiv
DAFTAR TABEL.....	xvii
DAFTAR GAMBAR.....	xviii
DAFTAR LAMPIRAN	xix
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	10
1.3 Tujuan Penelitian	10
1.4 Manfaat Penelitian	11
1.4.1 Manfaat Teoritis	11
1.4.2 Manfaat Praktis.....	11
BAB II LANDASAN TEORI.....	12
2.1 Kepercayaan	12
2.2 Kemudahan	13
2.3 Keputusan Pembelian	14
2.4 Penelitian Terdahulu.....	16
2.5 Kerangka Konseptual	19

2.6 Hipotesis	20
BAB III METODE PENELITIAN.....	21
3.1 Ruang Lingkup Penelitian	21
3.2 Rancangan Penelitian	21
3.3 Populasi dan Sampel.....	22
3.3.1 Populasi penelitian.....	22
3.3.2 Sampel	22
3.4 Sumber Data dan Teknik Pengumpulan Data.....	23
3.4.1 Sumber Data	23
3.4.2 Teknik Pengumpulan Data	24
3.5 Operasional Variabel	24
3.6 Uji Instrumen Penelitian	26
3.6.1 Uji Validitas.....	26
3.6.2 Uji Reliabel.....	27
3.7 Uji Hipotesis	27
3.7.1 Uji t.....	27
3.7.2 Uji f.....	28
3.8 Teknik Analisis Data	28
3.8.1 Analisis Regresi Linear Berganda	29
3.8.2 Uji Koefisien Determinasi (R^2)	29
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	31
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	31
4.1.1 Sejarah Perusahaan	31
4.1.2 Visi Misi Perusahaan	33
4.2 Karakteristik Responden.....	33
4.2.1 Jenis Kelamin	33
4.2.2 Usia.....	34
4.2.3 Pendidikan	34
4.2.4 Jenis Pekerjaan	35

4.2.5 Pendapatan.....	36
4.3 Pengujian Kuesioner.....	37
4.3.1 Uji Validitas.....	37
4.3.2 Uji Reliabilitas.....	38
4.4 Uji Statistik.....	39
4.4.1 Uji t.....	39
4.4.2 Uji F.....	40
4.5 Teknik Analisis Data.....	41
4.5.1 Analisis Regresi Berganda.....	41
4.5.2 Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	43
4.6 Pembahasan.....	43
4.6.1 Pengaruh Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian.....	43
4.6.2 Pengaruh Kemudahan Terhadap Keputusan Pembelian.....	45
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	48
5.1 Kesimpulan.....	48
5.2 Saran.....	49
DAFTAR PUSTAKA.....	50

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Keluhan Pengguna Shopeepay	9
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu.....	17
Tabel 3.1 Angket Skala Likert.....	24
Tabel 3. 2 Operasional Variabel.....	25
Tabel 4. 1 Karakteristik Jenis Kelamin	33
Tabel 4. 2 Karakteristik Menurut Usia	34
Tabel 4. 3 karakteristik Menurut Pendidikan	35
Tabel 4. 4 Karakteristik Menurut Jenis Pekerjaan.....	36
Tabel 4. 5 Karakteristik Menurut Pendapatan	36
Tabel 4. 6 Hasil Pengujian Validitas Instrumen Penelitian	38
Tabel 4. 7 Hasil Uji Reliabilitas	39
Tabel 4. 8 Hasil Uji t	40
Tabel 4. 9 Hasil Uji F	41
Tabel 4. 10 Hasil Uji Regresi Linear Berganda.....	42
Tabel 4. 11 Uji Koefisien Determinasi	43

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Perkembangan Penggunaan Internet Tahun 2018 – Tahun 2022.....	2
Gambar 1.2 Penggunaan Dompot Digital di Indonesia Tahun 2021.....	4
Gambar 2.1 Kerangka Konseptual	20

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuisisioner Penelitian.....	54
Lampiran 2 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas.....	60
Lampiran 3. Distribusi Frekuensi Variabel Penelitian	63
Lampiran 4. Uji Hipotesis	65
Lampiran 5. Regresi Linear Berganda.....	65
Lampiran 6. Koefisien Determinasi	65

BAB I

PENDAHULUAN

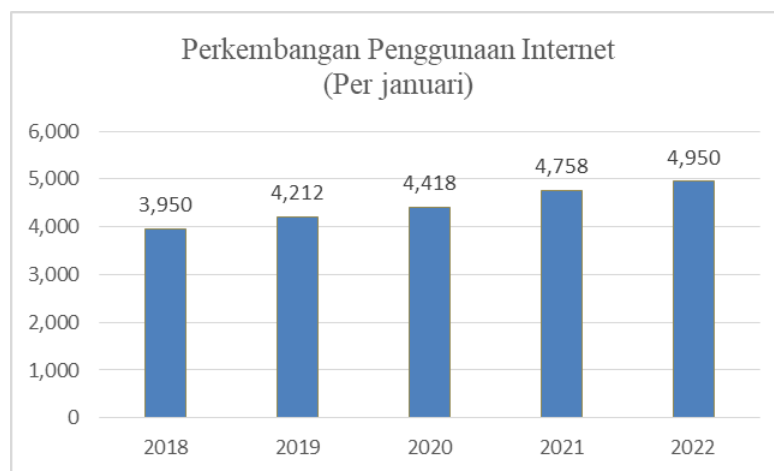
1.1 Latar Belakang

Kemajuan zaman yang semakin terus berubah dari waktu ke waktu dan teknologi yang semakin kian pesat membawa dampak perubahan bagi perilaku konsumen. Penggunaan dalam teknologi informasi tidak hanya mengubah sifat dari layanan yang disediakan tetapi juga mengubah proses penyediaan jasa sehingga seiring berjalannya waktu, di era globalisasi saat ini perkembangan teknologi mengambil peranan yang sangat penting karena mempermudah manusia dalam melakukan aktivitas kehidupan. Teknologi juga mampu mengubah gaya hidup manusia yang awalnya banyak dilakukan secara fisik berubah menjadi *non* fisik. Teknologi tersebut juga merupakan bentuk dari media baru yang membuat penggunaannya dengan sangat mudah untuk mengakses informasi secara *digital* dan memanfaatkannya dalam berbagai kebutuhan seperti berkirim pesan, membaca informasi yang diinginkan, berbagi informasi, serta dapat melakukan belanja online yang lebih dikenal dengan perdagangan elektronik dan *e – commerce*.

E – commerce merupakan saluran online yang bisa dijangkau oleh seseorang melalui layanan komputer dan digunakan oleh pebisnis dalam melakukan aktifitas bisnisnya, *e – commerce* juga bisa digunakan oleh konsumen untuk mendapatkan informasi dengan menggunakan bantuan ponsel pintar dengan memberi jasa informasi kepada konsumen dalam menentukan pilihan (Kotler, 2019). Minat beli konsumen dalam perdagangan menjadi semakin berkembang karena adanya

kemajuan teknologi.

Di zaman sekarang mulai dari kalangan anak – anak sampai orang dewasa, baik yang di desa maupun yang berada di kota sudah tidak asing lagi dengan internet. Jaringan internet dapat menghubungkan dan mempermudah semuanya. Berdasarkan data dari Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) menunjukkan perkembangan pengguna internet yang kian meningkat.



Gambar 1.1

Perkembangan Penggunaan Internet Tahun 2018 – Tahun 2022

Sumber : (Finansial, 2022)

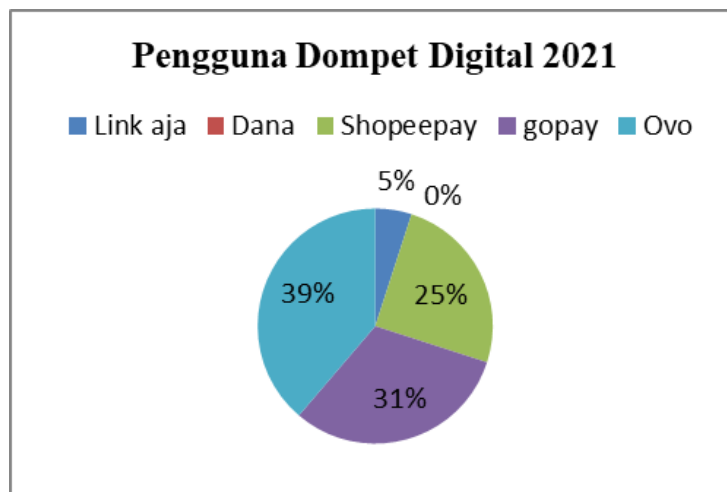
Pada awal 2022 sudah 62,5% penduduk bumi mengakses internet. Berdasarkan dalam data *we are social & Hootsuit* laporan digital 2022 *Global Overview Report*, dari 7,91 miliar populasi dunia, sebanyak 4,95% miliar penduduk atau 62,5% sudah mengakses internet. Adapun jumlah pemegang telepon genggam mencapai 5,31 miliar orang atau 67,1% dari populasi. Karena itu wajar jika saat ini manusia sangat bergantung terhadap terhadap internet dan telepon genggam. Banyak hal kini sudah dilakukan dengan melalui akses ke dunia maya, seperti mencari informasi, berhubungan dengan kerabat maupun keluarga.

Elektronik *wallet* berkembang seiring dengan munculnya *e – commerce* dan *marketplace* di Indonesia seperti Shopee, Tokopedia, Bukalapak. Peningkatan *e – commerce* dan *marketplace* juga diimbangi dengan berbagai metode pembayaran yang semakin beragam. Metode pembayaran tersebut diantaranya seperti penggunaan kartu kredit, transfer melalui bank, *e – wallet* atau *e – money*, serta *Cash On Delivery* (COD) atau dikenal dengan sistem pembayaran setelah barang sampai di tangan pembeli. Perkembangan teknologi di bidang ekonomi dapat dilihat dari semakin berkembangnya *fintech*.

Financial Technology (*Fintech*) adalah pemanfaatan teknologi yang memiliki tujuan penyediaan pelayanan keuangan yang baik untuk industri masyarakat dalam layanan bertransaksi dengan nyaman dengan memanfaatkan jaringan internet. *Financial technology* di era digital saat ini sangat populer di berbagai kalangan masyarakat terutama remaja dalam kategori generasi Z. fenomena ini membuat para pelaku bisnis terus membuat inovasi dalam pemanfaatan *financial technology* untuk mendukung kegiatan bisnisnya. Salah satu contohnya menciptakan berbagai alat pembayaran *digital* yang bervariasi. Saat ini, dunia sudah banyak berubah berbagai hal kini sudah berorientasi pada teknologi termasuk perbankan *tren cashless* yang berkembang memaksa banyak orang untuk turut serta bergaya hidup *simple*. Alat pembayaran digital semakin terus berkembang hingga saat ini dikemas dalam aplikasi dompet digital yang menyediakan segala macam transaksi pembayaran menyimpan dana, ataupun mentransfer uang kepada orang lain.

Seperti yang diketahui, Indonesia telah terkena imbas pandemic Covid – 19 beberapa bulan terakhir sehingga pemerintah menetapkan peraturan pembatasan

kegiatan diluar rumah, masyarakat merubah pola belanja dengan melakukan transaksi menggunakan dompet *digital*. Dikarenakan virus Covid – 19 bisa berkembang melalui sentuhan fisik dan salah satunya bisa menyebar melalui alat pembayaran atau uang. Adanya dompet digital dapat mempermudah transaksi baik secara *online* maupun *offline*. Berbagai macam aplikasi dompet digital yang tersedia di Indonesia saat ini seperti Shopeepay, Gopay, Link aja, Dana, Ovo yang bekerja sama dengan ratusan ribu merchant online (Official store).



Gambar 1.2

Penggunaan Dompet Digital di Indonesia Tahun 2021

Sumber : (Ramadhanty, 2021)

Survei dilakukan secara daring oleh 1.000 responden yang sebagian besar berasal dari jabodetabek (40%), Surabaya (20%), Makassar, Palembang, Bandung dan Medan (10%). Saat ini, Ovo menjadi platform pembayaran digital paling populer di Indonesia dengan presentase 31%, Gopay menduduki peringkat ke dua dengan presentase 25%, lalu disusul dengan Shopeepay dengan presentase 20%,

dana dengan presentase 19%, dan terakhir Link aja dengan presentase 4%.

Pada penduduk yang berhubungan dengan keuangan digital seperti *e-wallet*, kepercayaan konsumen terhadap perusahaan penyedia aplikasi dapat berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Ketiga aplikasi *e-wallet* yang memiliki pengguna aktif terbanyak dibandingkan dengan *e-wallet* lain. Pada saat ini Ovo menjadi pemain nomor satu di Indonesia pada industry *e-wallet* yang memiliki jumlah pengguna aktif terbanyak. Selain pembayaran online Ovo juga bisa melakukan pembayaran secara *offline* dengan menggunakan Qris yang sudah tersedia di tempat-tempat yang sudah bekerja sama dengan Ovo. Selanjutnya *e-wallet* gopay dikenal melalui aplikasi Gojek. Gopay bertransformasi menjadi salah satu *e-wallet* yang paling populer sejak tahun 2019. Dompet digital satu ini telah memiliki izin resmi dari bank di Indonesia. Gopay bisa melakukan transaksi online, pengisian pulsa, pembayaran tagihan, pemesanan atau pembayaran makanan, hingga jasa pengiriman bisa dibayarkan dengan Gopay. Selain ada juga *e-wallet* Shopeepay yang dapat digunakan sebagai pembayaran di dalam platform Shopee, pembayaran transaksi belanja, tagihan utilitas, tiket, hiburan, serta transaksi di gerai *offline*.

Dompet digital atau *e-wallet* sangat diminati masyarakat sebagai metode transaksi yang mudah dan praktis. Selain digunakan untuk online, *e-wallet* juga bisa digunakan di gerai *offline*. *E-wallet* juga mempunyai dampak positif terhadap beberapa hal misalnya biaya transaksi yang semakin murah karena *e-wallet* telah terintegrasi dengan layanan *transportasi*, aplikasi jual beli, dan pembelian pulsa atau pembayaran tagihan listrik. *E-wallet* merupakan aplikasi *daring* tempat penyimpanan uang yang diciptakan untuk memudahkan konsumen dalam

melakukan pembayaran produk secara non tunai (Hutami & Puriyantika, 2019). Uang elektronik yang berbasis *chip* biasa disebut dengan *e – money* sedangkan yang berbasis *server* disebut dengan *e – wallet* atau *software based product*.

Salah satu layanan uang elektronik yang berbasis server di Indonesia adalah Shopeepay, yaitu dompet digital atau *e-wallet* yang diterbitkan oleh PT Airpay International Indonesia pada 28 November 2018. Shopeepay mampu memenuhi kebutuhan transaksi pengguna secara non tunai dengan menggunakan saldo yang tersimpan. Pengguna dapat menggunakannya baik di toko maupun di *e – commerce* yang telah menjadi mitra. Sejak tahun 2019 PT Airpay International Indonesia telah bekerja sama dengan berbagai perusahaan seperti *e – commerce* Shopee, *café*, asuransi, dan ribuan toko fisik atau *merchant* yang tersebar di seluruh Indonesia.

Associate Project Director IPOS In Indonesia, Indah Tantip melakukan penelitian terhadap tingkat kepuasan. Ada beberapa *e – wallet* yang terlibat, salah satunya ialah Shopeepay. Uniknya, *survey* tersebut memperlihatkan bahwa tingkat kepuasan bukan karena adanya promo dan diskon. Melainkan, masyarakat Indonesia lebih melihat pada kemudahan dalam menggunakan dompet digital. Data tersebut menunjukkan bahwa dompet digital sejatinya ditujukan agar dapat membantu pengguna dalam transaksi pembayaran. Sehingga sangat penting bagi pengguna untuk memilih aplikasi dompet digital yang mudah di gunakan (Indah, 2020) Hasilnya menunjukkan bahwa Shopeepay sebagai merek dompet digital dengan tingkat kepuasan paling tinggi di bandingkan dengan dompet digital lainnya dengan presentase 85 persen. Kemudian, peringkat kedua ada Ovo dengan 80 persen, ketiga Gopay 79 persen, Dana 77 persen.

Palembang termasuk kota terbesar kedua di Sumatera setelah Kota Medan dengan jumlah penduduk sebanyak 1,72 juta jiwa. Banyaknya jumlah jiwa di kota Palembang membuat PT Airpay International Indonesia melakukan kerja sama dengan pelaku usaha dalam bidang layanan transaksi keuangan non tunai. Semakin banyak mitra Shopeepay di kota Palembang semakin besar peluang Shopeepay digunakan oleh masyarakat untuk transaksi non tunai. Saat sekarang banyak yang telah beralih ke metode pembayaran melalui dompet digital terutama Shopeepay, dimana Shopee telah menyediakan fitur dompet digital yang sudah bisa scan barcode. Saat ini gerai –gerai yang ada di kota Palembang sudah banyak beralih ke pembayaran digital yang mana bisa langsung menggunakan scan QR Code. Karena itu Shopee menyediakan *fitur* dompet digital yang telah bekerja sama dengan Qris yang bisa di scan.

E – wallet Shopeepay mampu memberikan kepercayaan kepada masyarakat kota Palembang dengan memberikan pengalaman pribadi pengguna dan informasi yang diterima terkait penggunaan teknologi keuangan seperti *e-wallet* Shopeepay. Tingginya persepsi kepercayaan yang dimiliki pengguna Shopeepay dapat menjadi faktor pendorong mereka untuk berminat menggunakan *e-wallet* Shopeepay ketika bertransaksi selanjutnya. Kepercayaan mencakup semua informasi pembeli dan semua kesimpulan mereka mengenai objek, atribut dan manfaatnya (Mowen, 2002). Salah satu faktor penting yang bisa mempengaruhi pembelian online adalah kepercayaan (Rodiah & Melati, 2020). Kepercayaan dapat dibentuk melalui pengalaman pribadi dan informasi yang digunakan dalam menggunakan *e-wallet* tersebut. Pengguna akan merasakan kenyamanan dalam bertansaksi yang

nantinya akan menimbulkan kepercayaan dan berakhir menjadikan pengalaman transaksi yang baik bagi pengguna sehingga dapat menciptakan kesetiaan dalam menggunakan produk.

Membangun kepercayaan tidak semudah yang dibayangkan, salah satu pelanggannya mengajukan keluhan tentang voucher gratis ongkir yang tidak dapat digunakan untuk seluruh sistem ekspedisi (Arriza et al., 2022). Padahal di deskripsi voucher bisa digunakan untuk seluruh ekspedisi yang menggunakan pembayaran Shopeepay. Adapun akun yang tiba – tiba terblokir dan uang yang ada di Shopeepay tidak dapat dikembalikan. Mengenai kejadian ini tidak sedikit testimoni kecewa yang diberikan oleh pembeli di shopee karena sistem yang tidak menentu dari Shopeepay.

Pembayaran ini dibatasi waktu hingga proses pembayarannya supaya mendapatkan barang yang diinginkan. Aplikasi yang mudah saat digunakan, maka konsumen akan nyaman saat memakainya dan sebaliknya jika aplikasi sukar untuk digunakan maka konsumen akan tidak nyaman menggunakannya (Susanti & Parera, 2021). Kemudahan penggunaan ini ternyata tidak semudah yang dibayangkan. Salah satu pelanggan mengajukan keluhan tentang sistem Shopeepay karena dinilai terlalu berbelit – belit dan tidak profesional seperti pengembalian dana lambat, kurang informasi dari Shopeepay. Dalam hal pengembalian dana pun dinilai lambat sampai harus menunggu berhari – hari bahkan berminggu – minggu dan melewati proses yang panjang mulai dari peralihan nomor dan lain – lain.

Tetapi dibalik banyak keuntungan menggunakan dompet digital yang bisa di *scan barcode*. Shopeepay juga mempunyai kekurangan yaitu sangat tergantung

dengan koneksi internet, banyaknya penipuan yang mengatasnamakan pembayaran ShopeePay, keamanan ShopeePay dan QR Code hanya menggunakan satu pin, jika pin sudah bocor atau diketahui oleh pihak lain maka dana bisa kapan saja dicairkan oleh pihak yang tidak bertanggung jawab.

Tabel 1.1 Keluhan Pengguna ShopeePay

Nama	Keluhan
Muhammad Aga Wicaksono	Akun tiba – tiba di blokir, uang di shopeepay tidak di kembalikan
Astagaanya	Transfer dari ShopeePay ke rekening bank proses nya lama sekali
Leakristinn	Saldonya belum masuk ke rekening bank, padahal status penarikan berhasil
Ningrumviska	Saldo di shopeepay harus minimal Rp. 50.000 kalau tidak, tidak bisa menggunakan voucher gratis ongkir
Zhafirah20121988	Ada biaya admin saat top up ke shopeepay, hanya ekspedisi JNT yang bisa menggunakan shopeepay dan tidak semua bisa menggunakan voucher gratis ongkir

Tabel diatas menjelaskan beberapa keluhan pengguna shopeepay, mulai dari lama nya proses transfer, kesalahan teknik dari shopeepay yaitu akun tiba – tiba terblokir padahal ada saldo di shopeepay. Keluhan diatas di peroleh dari kometaran pengguna shopeepay di akun penilaian shopee. Keluhan dari pengguna ShopeePay tersebut dapat mempengaruhi dampak dari keputusan pembelian. Meskipun *e-wallet* memberikan sejumlah manfaat dan kemudahan bagi penggunanya namun dari data di atas diketahui bahwa masih orang yang memilih tidak menggunakan *e-wallet* untuk bertransaksi. Seseorang enggan menggunakan teknologi keuangan karena alasan ketidak pastian dan keamanan. Teknologi *e-wallet* ShopeePay juga mempunyai kekurangan yaitu sangat tergantung dengan koneksi internet, banyaknya penipuan yang mengatasnamakan pembayaran ShopeePay, keamanan shopeepay dan QR Code hanya menggunakan satu pin, jika pin sudah bocor

atau diketahui oleh pihak lain maka dana bisa kapan saja dicairkan oleh pihak yang tidak bertanggung jawab.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui adanya pengaruh kepercayaan dan kemudahan keputusan pembelian menggunakan ShopeePay. Pertimbangan peneliti dalam memilih *e – wallet* ShopeePay karena saat ini ShopeePay mengalami penurunan penggunaannya. Berdasarkan identifikasi masalah yang telah dijelaskan, peneliti sangat tertarik untuk melakukan penelitian lebih dalam tentang **“Pengaruh Kepercayaan dan Kemudahan terhadap Keputusan Pembelian Menggunakan Metode Pembayaran ShopeePay di Kota Palembang”**

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan Latar Belakang yang telah dijelaskan di atas maka rumusan masalah dari penelitian ini yaitu :

- 1) Bagaimana pengaruh kepercayaan dan kemudahan secara parsial dan simultan terhadap keputusan pembelian menggunakan metode pembayaran ShopeePay?
- 2) Variabel mana yang berpengaruh dominan terhadap keputusan pembelian menggunakan metode pembayaran ShopeePay?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan dilakukannya penelitian ini yaitu :

- 1) Untuk mengetahui bagaimana pengaruh kemudahan dan kepercayaan secara parsial dan simultan terhadap keputusan pembelian menggunakan aplikasi ShopeePay di Palembang.

- 2) Untuk mengetahui bagaimana pengaruh kemudahan dan kepercayaan secara parsial dan simultan terhadap keputusan pembelian menggunakan aplikasi Shopeepay di Palembang.

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan memberikan manfaat yakni :

1.4.1 Manfaat Teoritis

Secara teoritis penelitian ini dapat digunakan untuk memberikan pemahaman dan pengembangan ilmu pengetahuan bagi peneliti terkait pengaruh kepercayaan dan kemudahan terhadap keputusan pembelian menggunakan metode pembayaran Shopeepay.

1.4.2 Manfaat Praktis

Peneliti berharap hasil penelitian ini dapat digunakan di dalam dunia praktis sebagai bahan pembuat kebijakan yang berkaitan dengan kepercayaan dan kemudahan khususnya pada PT Shopee International Indonesia dengan harapan perusahaan atau pihak yang bersangkutan ke arah yang lebih baik dan sebagai bahan referensi bagi peneliti selanjutnya yang ingin mengkaji masalah yang sama di masa mendatang.

DAFTAR PUSTAKA

- Afelo, S. C. M., & Dewi, N. N. S. R. T. (2022). Minat Mahasiswa Akuntansi Untrim Sebagai Pengguna E-Wallet Dengan Mempertimbangkan Persepsi Kemanfaatan, Persepsi Kemudahan, Dan Persepsi Kepercayaan. *KRISNA: Kumpulan Riset Akuntansi*, 13(2). <https://doi.org/10.22225/kr.13.2.2022.267-277>
- Anjelina, A. (2018). Persepsi Konsumen Pada Penggunaan E-Money. *Journal of Applied Managerial Accounting*, 2(2), 219–231. <https://doi.org/10.30871/jama.v2i2.934>
- Arriza, U., Sunaryo, H., & Rahman, F. (2022). Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Manfaat Serta Persepsi Kepercayaan Terhadap Minat Penggunaan E-Wallet Dana. *E-Jurnal Riset Manajemen PRODI MANAJEMEN*, 11(10).
- Assadi, D., & Oleysker, D. (2006). Exploring marketing strategies for building trust. *Innovative Marketing*, 2(2), 32–56.
- Canestren, I. A., & Saputri, M. E. (2021). Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan, Dan Resiko Terhadap Keputusan Pembelian Menggunakan Metode Pembayaran Shopee Paylater. *EProceedings of Management*, 8(3).
- Eddy, R. (2021). Populasi, Sampel, Variabel dalam Penelitian Kedokteran. In *PT. Nasya Expanding Management*.
- Faihaputri, N., & Saripudin, S. (2021). Pengaruh Kepercayaan, Keamanan, Dan Kemudahan Penggunaan Aplikasi Terhadap Minat Beli Ulang (Studi Kasus Di E-Commerce JD.ID). *Jurnal Ilmiah Edunomika*, 05(02), 1200–1210.
- Finansial, I. (2022). *Jumlah Pengguna Internet di Indonesia 2022 Capai 73,7 Persen dari Populasi*.
- Ghozali. (2016). Uji hipotesis (Uji-t). *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 4(1).
- Ghozali. (2018a). Uji Koefisien Determinasi. *Journal of Management and Business*, 4(2018).
- Ghozali, I. (2018b). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25 Edisi 9*. Universitas Diponegoro.
- Hardiawan, A. C. (2013). Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan, dan Kualitas Informasi Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online (Studi Pada Pengguna Situs Jual Beli Online tokobagus.com). *Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan, Dan Kualitas Informasi Terhadap Keputusan Pembeli Secara Online*, 90.

- Hutami, & Puriyantika, S. (2019). Pengaruh celebrity endorser dan citra destinasi digital terhadap keputusan berkunjung wisatawan milenial di desa kaki langit Bantul. *Studi Industri Perjalanan*.
- Indah, T. (2020). *No Title*. Kumparan.Com.
- Inggardini Asarila Canestren, M. E. S. (2019). Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan, dan Resiko Terhadap Keputusan Pembelian Menggunakan Metode Pembayaran Paylater. 2(1), 89–103.
- Istanti, F. (2017). Pengaruh Harga, Kepercayaan, Kemudahan Berbelanja dan E-promosi Terhadap Keputusan Pembelian Belanja Online di Kota Surabaya. *Jurnal Bisnis Teknologi*, 4(1), 14–22.
- Koschate-Fischer, N., & Gartner, S. (2015). Brand Trust: Scale Development and Validation. *Schmalenbach Business Review*, 67(2), 171–195. <https://doi.org/10.1007/BF03396873>
- Kotler (2016:203). (2019). Kotler (2016:203). *Skripsi*.
- Kotler, P. (2019). Keller. KL (2012). *Marketing Management*, 14.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2001). John Saunders and Veronica Wong. *Understanding Business: Processes*, 69.
- Lalu Agustino. (2021). Pengaruh Promosi, Persepsi Kemudahan Dan Persepsi Manfaat Terhadap Minat Penggunaan E-Wallet Dengan Kepercayaan Sebagai Variabel Mediasi Pada Pengguna E-Wallet Di Kota Banjarmasin. *KINDAI*, 17(3). <https://doi.org/10.35972/kindai.v17i3.631>
- Linawati., Rosa, A., Yunita, D. (2021). Penerapan Strategi Harga Digital (E-Price) dan E-wallet pada usaha dengan platform Digital. *Journal of Sriwijaya Community Services*, 39.
- Maulana, M. A. (2019). Pengaruh Kepercayaan Dan Kemudahan Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara. *Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara*.
- Mawardani, F., & Dwijayanti, R. (2021). Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan Dan Promosi Cashback Terhadap Minat Mahasiswa Dalam Menggunakan Dompet Digital ShopeePay Pada Aplikasi Shopee. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 9(3), 1455–1463.
- Mowen, J. C. dan M. (2002). Perilaku Konsu-men. *Edisi Ke 5. Jilid 2. Jakarta: Airlangga, December*.

- Muhammad, N. F. (2021). Persepsi Kemudahan, Persepsi Kepercayaan, Dan Persepsi Risiko Terhadap Minat Menggunakan Kembali Shopeepay Di Kota Malang Saat Pandemi Covid- 19Pengaruh. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB*, 9(2).
- Prasetya, H., & Putra, S. E. (2020). Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Manfaat Dan Risiko Terhadap Minat Menggunakan Uang Elektronik Di Surabaya. *Jurnal Dinamika Ekonomi & Bisnis*, 17(2), 151–158. <https://doi.org/10.34001/jdeb.v17i2.1340>
- Putri, F. A., & Iriani, S. S. (2020). Pengaruh Kepercayaan dan Kemudahan terhadap Keputusan Pembelian Menggunakan Pinjaman Online Shopee PayLater. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 8(3), 818. <https://doi.org/10.26740/jim.v8n3.p818-828>
- Ramadhanty, D. A. (2021). *Ketahui 5 Dompok Digital Paling Banyak Digunakan di Indonesia 2021*.
- Riduwan, & Akdon. (2020). Rumus dan Data dalam Analisis Data Statistika. In *Alfabeta*.
- Rodiah, S. R., & Melati, I. S. (2020). Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Kemanfaatan, Risiko, dan Kepercayaan terhadap Minat Menggunakan E-wallet pada Generasi Milenial Kota Semarang. *Journal of Economic Education and Entrepreneurship*, 1(2).<https://doi.org/10.31331/jeee.v1i2.1293>
- Rofiq, A. (2007). Pengaruh dimensi kepercayaan (trust) terhadap partisipasi pelanggan E- commerce. *Universitas Brawijaya Malang*.
- Rosa aslamia, iisnawati, maulana ahmad. (2021). Mampukah persepsi nilai, resiko dan kepercayaan mempengaruhi minat beli makanan online di masa pandemi covid-19. *Jurnal Manajemen dan Bisnis Sriwijaya*, 19 no 3.
- Sudaryono, G. (2016). Bilingualism Phenomenon on Low Ethnic Complexity Speech Community in Border Region of Belu Regency and South Central Timor East Nusa Tenggara Province. *International Journal of Linguistics, Literature and Culture*, 2(4), 156–161.
- Sugiyono. (2014). Buku - Sugiyono. In *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R & D*. Sugiyono. (2015).
- Sugiyono, Metode Penelitian dan Pengembangan Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif, dan R&D , (Bandung: Alfabeta, 2015), 407 1. *Metode Penelitian Dan Pengembangan Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif, Dan R&D*.
- Sugiyono. (2018a). Metode Penelitian Manajemen, Pendekatan: Kuantitatif, Kualitatif, Kombinasi, Penelitian Tindakan Kelas, Penelitian Evaluasi. In *CV. ALFABETA* (Vol. 6).

Sugiyono. (2018b). Prof. Dr. Sugiyono. 2018. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta. *Prof. Dr. Sugiyono. 2018. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D. Bandung: Alfabeta.*

Sugiyono. (2020). “Penelitian adalah penelitian yang dilakukan untuk mengetahui nilai variabel mandiri, baik satu variabel atau lebih (independen) tanpa membuat perbandingan atau menghubungkan antar satu variabel dengan variabel lain. *Repository.Stp.*

Susanti, E., & Parera, N. O. (2021). Loyalitas Nasabah Dari Kemudahan Penggunaan Mobile Banking. *International Journal of Digital Entrepreneurship and Business*, 2(1). <https://doi.org/10.52238/ideb.v2i1.37>