

**PENGARUH PERSEPSI KEMUDAHAN PENGGUNAAN,  
PROMOSI *CASHBACK* DAN KEPERCAYAAN TERHADAP  
PENGAMBILAN KEPUTUSAN PEMBELIAN REMAJA  
MENGUNAKAN *E-WALLET SHOPEEPAY* PADA  
APLIKASI *SHOPEE* DI KOTA KUPANG**

**Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Guna Memperoleh Gelar  
Sarjana Manajemen**

**SKRIPSI**



**OLEH :**

**ESTIN ANGGRAINI PANGO**  
**NIM :32119118**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMIKA DAN BISNIS  
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDIRA  
KUPANG  
2024**

LEMBAR PENGESAHAN

**PENGARUH PERSEPSI KEMUDAHAN PENGGUNAAN,  
PROMOSI *CASHBACK* DAN KEPERCAYAAN TERHADAP  
PENGAMBILAN KEPUTUSAN PEMBELIAN REMAJA  
MENGUNAKAN *E-WALLET SHOPEEPAY* PADA  
APLIKASI *SHOPEE* DI KOTA KUPANG**

Yang diajukan oleh :


Nama : Estin Anggraini Pango  
NIM : 32119118  
Fakultas : Ekonomika dan Bisnis  
Program Studi : Manajemen  
Konsentrasi : Manajemen Pemasaran

Skripsi ini telah disetujui dan diterima oleh Tim Pembimbing  
Fakultas Ekonomika Dan Bisnis Program Studi Manajemen  
Universitas Katolik Widya Mandira Kupang

Pembimbing I

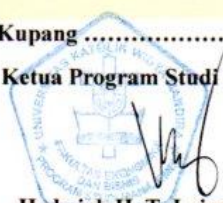
Pembimbing II

  
Drs. Ec. Gaudensius Djuang, MM  
NIDN: 0808015901

  
Engelbertus G. C. Watu, SE, MM  
NIDN: 1510049301

Kupang ..... 2024

Ketua Program Studi Manajemen

  
Hedwigh H. T. Lejap, SE, MM  
NIDN : 1516109301

## LEMBAR PERSETUJUAN

Skripsi ini telah disetujui dan diterima dengan baik oleh Panitia Ujian Skripsi pada Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomika dan Bisnis, Universitas Katolik Widya Mandira Kupang.

Yang diselenggarakan pada:

Hari/Tanggal : Kamis, 13 Juli 2024  
Jam : 08.00 – 10.00 WITA  
Tempat : *Micro Teaching*  
Atas Nama : Estin Anggraini Pango  
NIM : 32119118  
Dinyatakan : **LULUS**

### PANITIA PENGUJI SKRIPSI

1. Ketua : Drs.Ec. Gaudensius Djuang, MM (.....)
2. Sekretaris : Engelbertus G. C. Watu, SE, MM (.....)
3. Penguji I : Maria A. L. Amaral, SE, MM (.....)
4. Penguji II : Apryanus Fallo, SE, MM (.....)
5. Penguji III : Drs.Ec. Gaudensius Djuang, MM (.....)

MENGETAHUI

  
**Dekan**  
**Fakultas Ekonomika dan Bisnis**  
**Dr. M. E. Perseveranda, SE, MM**  
NIDN: 0819066703

  
**Ketua Program Studi**  
**Manajemen**  
**Hedwigh H. T. Lejap, SE, MM**  
NIDN: 1516109301

## PERNYATAAN ORISINALITAS

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama Mahasiswa : Estin Anggraini Pango

No Registrasi : 32119118

Fakultas/Program Studi : Fakultas Ekonomika Dan Bisnis/ Manajemen

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi yang berjudul :

**PENGARUH PERSEPSI KEMUDAHAN PENGGUNAAN,  
PROMOSI *CASHBACK* DAN KEPERCAYAAN TERHADAP  
PENGAMBILAN KEPUTUSAN PEMBELIAN REMAJA  
MENGUNAKAN *E-WALLET SHOPEEPAY* PADA  
APLIKASI *SHOPEE* DI KOTA KUPANG**

Adalah benar – benar karya saya sendiri dan apabila dikemudian hari ditemukan unsur-unsur plagiarisme, maka saya bersedia diproses sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Kupang, Desember 2024



Estin Anggraini Pango

## **MOTTO DAN PERSEMBAHAN**

### **MOTTO**

**“Karena masa depan sungguh ada, dan harapanmu tidak akan hilang”  
(Amsal 23:18)**

### **PERSEMBAHAN**

Skripsi ini dipersembahkan untuk:

Orang tua tercinta Bapak Gregorius Pango dan Ibu Florensiana Maan, yang bersusah payah membiayai studi dan tidak pernah lelah mendoakan segala yang terbaik. Kepada saudara/saudari terkasih, Rhany Stevani, Nany, ade Tika, Olim, yang selalu mendukung dan memotivasi untuk tetap semangat.

Kupang, Juli 2024

Penulis

## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur dipanjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas segala berkat dan rahmat-Nya, sehingga skripsi dengan judul “ **Pengaruh Persepsi kemudahan Penggunaan, Promosi *Cahback*, dan Kepercayaan Terhadap Pengambilan Keputusan Pembelian Remaja Menggunakan *E-wallet ShopeePay* Pada Aplikasi *shopee* Di Kota Kupang**”, dapat diselesaikan. Skripsi ini diajukan guna memenuhi salah satu syarat kelulusan pendidikan Strata Satu, pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomika dan Bisnis, Universitas Katolik Widya Mandira Kupang.

Selesainya penulisan skripsi ini adalah berkat bantuan, bimbingan, serta dukungan dari semua pihak. Oleh karena itu, dalam kesempatan ini diucapkan limpah terima kasih kepada :

1. Pater Dr. Philipus Tule, SVD selaku Rektor Universitas Katolik Widya Mandira Kupang, yang telah memberikan kesempatan dan fasilitas untuk dapat mengikuti dan menyelesaikan pendidikan di Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Katolik Widya Mandira Kupang.
2. Ibu Dr. M. E. Perseveranda, SE., M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomika dan Bisnis, Br. Salomon Leki, SVD, SE., M.Ec.Dev selaku Wakil Dekan I, Ibu Rere Paulina Bibiana, SE, M.Si selaku Wakil Dekan II FEB Universitas Katolik Mandira Kupang, yang telah membimbing dan memberikan perhatian, dukungan, motivasi serta pelayanan administrasi akademik selama kuliah di Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Katolik Widya Mandira Kupang.
3. Bapak Hedwigh H. T. Lejap, SE, MM selaku Ketua Program Studi Manajemen dan Ibu Selfiana Goetha, SE, MM selaku Sekretaris Program

Studi Manajemen Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Katolik Widya Mandira Kupang, yang telah memberikan motivasi dan masukan yang sangat membantu selama masa perkuliahan sampai pada akhir penulisan skripsi ini.

4. Bapak Drs.Ec. Gaudensius Djuang, MM selaku Dosen Pembimbing I, Ketua Panitia Ujian Skripsi dan Penguji III serta Bapak Engelbertus, G, C, Watu, SE, MM selaku Dosen Pembimbing II dan Sekretaris Panitia Ujian yang telah memberikan masukan, perbaikan, motivasi dan meluangkan waktu dalam proses penyusunan skripsi.
5. Ibu Maria A. Lopes Amaral, SE, MM selaku Penguji I dan Bapak Apryanus Fallo, SE, MM selaku Penguji II yang telah bersedia meluangkan waktu untuk memberikan ujian, saran dan perbaikan.
6. Seluruh Dosen pengajar pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Katolik Widya Mandira Kupang yang telah memberikan bekal ilmu pengetahuan serta bimbingan selama mengikuti perkuliahan.
7. Ibu Getrudis Kase, AMd selaku Kepala Tata Usaha dan seluruh Staf Tata Usaha Fakultas Ekonomika dan Bisnis, yang telah memberikan bantuan selama perkuliahan dan dalam segala urusan administrasi.
8. Bapak Gregorius Pango dan Ibu Florensiana Maan, yang telah melahirkan membesarkan dengan, pengorbanan yang tulus, beserta keluarga Nenek Christin Baulete, Nenek Theodero Meak Asit, Mama besar Elisabet Maan, Ferdina Mese Maan, Bapak Jonas Nahak, adik kandung Nany, Tika dan sepupu Rany

Stevany, Olim, Ciping Pango yang selalu mendoakan, menyemangati, dukungan, dan memberikan motivasi dalam meraih impian.

9. Teman-teman seangkatan tahun 2019, yaitu Tika Bria, Fia Baros, Ius bria, Hanly, yang dengan caranya masing-masing telah membantu dan memberi dukungan, baik secara langsung maupun tidak langsung selama kuliah dan penulisan skripsi ini.

Skripsi ini disadari masih jauh dari kata sempurna, karena keterbatasan kemampuan dan waktu yang dimiliki. Untuk itu, diharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun, guna penyempurnaan karya ilmiah di waktu yang akan datang. Semoga Tuhan Yang Maha Esa senantiasa memberkati kita semua.

Kupang, Juli 2024

Penulis



## ABSTRAK

**Estin Anggraini Pango (32119118), dengan judul penelitian “Pengaruh Persepsi kemudahan Penggunaan, Promosi *Cashback*, dan Kepercayaan Terhadap Pengambilan Keputusan Pembelian Remaja Menggunakan *E-wallet ShopeePay* Pada Aplikasi *shopee* Di Kota Kupang” di bawah bimbingan Bapak Drs.Ec. Gaudensius Djuang, MM selaku pembimbing I dan Bapak Engelbertus G.C Watu, SE, MM selaku pembimbing II.**

*E-wallet ShopeePay* adalah dompet digital yang dikeluarkan oleh PT *Airpay internasional* Indonesia, di resmikan oleh Bank Indonesia pada Agustus 2018 dan pada Januari 2019 resmi diluncurkan. *ShopeePay* menjadi dompet digital untuk remaja melakukan pembayaran di aplikasi *shopee*, *shopeePay* memiliki banyak keuntungan seperti promo gratis ongkir, potongan harga, *voucher cashback* 90% S/d 17.000. perkembangan penggunaan *shopeepay* di Kota kupang mengalami fluktuasi selama 5 tahun terakhir. Tujuan dari penelitian ini (1) untuk mengetahui gambaran persepsi kemudahan penggunaan, promosi *cashback*, kepercayaan dan keputusan remaja menggunakan *e-wallet shopeePay* pada aplikasi *shopee* di kota kupang (2) untuk mengetahui signifikansi pengaruh persepsi kemudahan penggunaan, promosi *cashback* dan kepercayaan secara parsial terhadap keputusan remaja menggunakan *e-wallet shopeePay* pada aplikasi *shopee* di Kota Kupang (3) untuk mengetahui signifikansi pengaruh persepsi kemudahan penggunaan, promosi *cashback* dan kepercayaan secara simultan terhadap keputusan remaja menggunakan *e-wallet shopeePay* pada aplikasi *shopee* di Kota Kupang.

Populasi dalam penelitian ini adalah remaja yang berusia 17-24 tahun dan berpendidikan minimal duduk di bangku SMA/Sederajat yang pernah bertransaksi menggunakan dompet digital (*e-wallet*) *shopeepay* dan berdomisili di Kota Kupang, yang jumlah tidak diketahui secara pasti. Sampel dalam penelitian ini yaitu 105 responden. Pengumpulan data menggunakan kuisioner melalui *google form*. Analisis data menggunakan analisis deskriptif dan analisis inferensial.

Hasil analisis deskriptif menggambarkan variabel persepsi kemudahan penggunaan, promosi *cashback*, kepercayaan dan Keputusan pembelian (Y) termasuk dalam kategori baik, sehingga hipotesis ditolak. Hasil Analisis Statistik regresi linear berganda diperoleh persamaan  $Y = 0,209X_1 + 0,130X_2 + 0,575X_3$ . Hasil uji t diperoleh  $t_{hitung}$  untuk persepsi kemudahan penggunaan sebesar 2,515 dengan nilai signifikan sebesar 0,013, di mana nilai signifikansinya lebih kecil dari 0,05, promosi *cashback* sebesar 1,315 dengan nilai signifikan sebesar 0,191, dimana nilai signifikansinya lebih besar dari 0,05, dan variabel kepercayaan sebesar 5,411 dengan nilai signifikan 0,000, di mana nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05. Hasil uji  $F_{hitung}$  sebesar 100,976 dengan nilai signifikansinya lebih kecil dari 0,05 yaitu sebesar 0,000. koefisien determinasi ( $R^2$ ) yang dihasilkan menjelaskan kontribusi pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat sebesar 74,3%, sedangkan sisanya sebesar 27,7% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam penelitian ini.

Bagi *shopee* perlu meningkatkan alternatif yang lebih dipahami dan menampilkan fitur-fitur baru yang ada pada *shopeePay*, dan perlu konsisten dalam memperhatikan keaslian produk dan menyediakan produk bermutu yang sesuai dengan keinginan konsumen.

**Kata kunci** : Persepsi kemudahan penggunaan, Promosi *cashback*, Kepercayaan, dan Keputusan Pembelian

## DAFTAR ISI

	<b>Halaman</b>
<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN .....</b>	<b>ii</b>
<b>LEMBAR PERSETUJUAN.....</b>	<b>ii</b>
<b>PERNYATAAN ORISINALITAS.....</b>	<b>iv</b>
<b>MOTO DAN PERSEMBAHAN .....</b>	<b>v</b>
<b>KATA PENGANTAR .....</b>	<b>vi</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>x</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xiv</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
A. Latar Belakang .....	1
A. Rumusan Masalah .....	11
B. Tujuan Penelitian.....	11
C. Manfaat Penelitian.....	12
<b>BAB II LANDASAN TEORI .....</b>	<b>13</b>
A. Manajemen Pemasaran.....	13
B. Perilaku Konsumen .....	15
C. Keputusan Pembelian .....	16
D. Persepsi Kemudahan Penggunaan.....	26
E. Promosi Cashback .....	27
F. Kepercayaan.....	28

G. Penelitian Terdahulu .....	33
H. Kerangka Berpikir .....	35
I. Hipotesis .....	38
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>39</b>
A. Tempat dan Waktu Penelitian .....	39
B. Populasi dan Sampel .....	39
C. Jenis Data .....	40
D. Teknik Pengumpulan Data .....	42
E. Variabel Penelitian, Definisi Operasional Variabel, Indikator dan Skala Pengukuran .....	43
G. Teknik Analisis Data .....	46
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>56</b>
A. Karakteristik Responden .....	56
B. Hasil Uji Coba Instrumen Penelitian .....	59
C. Analisis Data .....	63
D. Pembahasan .....	79
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....</b>	<b>85</b>
A. Kesimpulan .....	85
B. Saran.....	86
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>87</b>

## DAFTAR TABEL

	<b>Halaman</b>
Tabel 1.1 Pencapaian Kinerja Pelayanan Dinas Koperasi, Tenaga Kerja dan Transmigrasi Provinsi Nusa Tenggara Timur Tahun 2020 .....	6
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu .....	41
Tabel 3.1 Variabel Penelitian, Definisi Operasional, Indikator dan Skala Pengukuran .....	43
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	56
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	57
Tabel 4.3 Karakteristik responden berdasarkan pendidikan .....	57
Tabel 4.4 Karakteristik responden berdasarkan pekerjaan .....	58
Tabel 4.5 Karakteristik responden berdasarkan pendapatan/ uang saku perbulan .....	58
Tabel 4.6 Hasil Uji Validitas Variabel Persepsi Kemudahan Penggunaan (X <sub>1</sub> ).....	60
Tabel 4.7 Hasil Uji Validitas Variabel promosi <i>cashback</i> (X <sub>2</sub> ) .....	60
Tabel 4.8 Hasil Uji Validitas Variabel Kepercayaan (X <sub>3</sub> ) .....	61
Tabel 4.9 Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian (Y) .....	62
Tabel 4.10 Rekapitulasi Hasil Uji Reliabilitas .....	63
Tabel 4.11 Persepsi Kemudahan Penggunaan (X <sub>1</sub> ).....	64
Tabel 4.12 Kategori Gambaran promosi <i>cashback</i> (X <sub>2</sub> ) .....	65
Tabel 4.13 Kategori Gambaran kepercayaan (X <sub>3</sub> ) .....	66
Tabel 4.14 Keputusan Pembelian (Y) .....	67

Tabel 4.15 Uji Linearitas .....	70
Tabel 4.16 Uji Multikolinearitas .....	71
Tabel 4.17 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda .....	73
Tabel 4.18 Hasil Uji Parsial (Uji t) .....	75
Tabel 4.19 Hasil Uji Simultan (Uji F) .....	77
Tabel 4.20 Hasil Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....	78

## DAFTAR GAMBAR

	<b>Halaman</b>
Gambar 2.1 Tahapan Keputusan Pembelian .....	20
Gambar 2.1 Kerangka Berpikir .....	37
Gambar 3.1 Diagram Jalur .....	59
Gambar 4. Grafik Histogram Uji Normalitas .....	69
Gambar 4.2 P-plot Uji Normalitas .....	69
Gambar 4.3 Uji Heterokedastisitas .....	71