

**PENGARUH FITUR LAYANAN, *BENEFIT* DAN PENGALAMAN TERHADAP  
KEPUTUSAN KONSUMEN MENGGUNAKAN *SHOPEEPAY*  
(Studi Kasus Remaja Kecamatan Cilongok)**



**SKRIPSI**

Diajukan Kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto  
Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat  
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (S.E.)

Oleh:

**FAIDATUNNIDA**  
**NIM. 1817201056**

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI PROF. K.H. SAIFUDDIN ZUHRI  
PURWOKERTO  
2022**

**PENGARUH FITUR LAYANAN, *BENEFIT* DAN PENGALAMAN  
TERHADAP KEPUTUSAN KONSUMEN MENGGUNAKAN *SHOPEEPAY*  
(Studi Kasus Remaja Kecamatan Cilongok)**



**SKRIPSI**

Diajukan Kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto  
Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat  
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (S.E.)

Oleh:

**FAIDATUNNIDA**  
**NIM. 1817201056**

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI PROF. K.H. SAIFUDDIN ZUHRI  
PURWOKERTO  
2022**

## PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Faidatunnida  
NIM : 1817201056  
Jenjang : S.1  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam  
Jurusan : Ekonomi dan Keuangan Syariah  
Program Studi : Ekonomi Syariah  
Judul Skripsi : Pengaruh Fitur Layanan, *Benefit* dan Pengalaman Terhadap Keputusan Konsumen Menggunakan *ShopeePay* Studi Kasus Remaja Kecamatan Cilongok)

Menyatakan bahwa Naskah Skripsi ini secara keseluruhan adalah hasil penelitian/karya saya sendiri kecuali pada bagian-bagian yang dirujuk sumbernya.

Purwokerto, 04 Juli 2022

Saya yang menyatakan,



Faidatunnida

NIM. 1817201056



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
PROFESOR KIAI HAJI SAIFUDDIN ZUHRI PURWOKERTO  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jalan Jenderal Ahmad Yani No. 54 Purwokerto 53126  
Telp: 0281-635624, Fax: 0281-636553; Website: febi.uinsaizu.ac.id

**LEMBAR PENGESAHAN**

Skripsi Berjudul

**PENGARUH FITUR LAYANAN, BENEFIT DAN PENGALAMAN TERHADAP  
KEPUTUSAN KONSUMEN MENGGUNAKAN SHOPEEPAY  
(STUDI KASUS REMAJA KECAMATAN CILONGOK)**

Yang disusun oleh Saudara **Faidatunnida NIM 1817201056** Program Studi **Ekonomi Syariah** Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto, telah diujikan pada hari **Kamis** tanggal **14 Juli 2022** dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk memperoleh gelar **Sarjana Ekonomi (S.E.)** oleh Sidang Dewan Penguji Skripsi.

Ketua Sidang/Penguji

H. Sochimun, Lc., M.Si.  
NIP. 19691009 200312 1 001

Sekretaris Sidang/Penguji

Sulasih, S.E., M.Si.  
NIDN. 0619018002

Pembimbing/Penguji

Akhris Fuadatis S, S.E., M.Si  
NIDN. 2009039301

Purwokerto, 22 Juli 2022



Mengetahui/Mengesahkan  
Dekan

H. Jamal Abdul Aziz, M.Ag.  
NIP. 19730921 200212 1 004

## NOTA DINAS PEMBIMBING

Kepada

Yth: Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto

di-

Purwokerto

*Assalamu'alaikum Wr. Wb.*

Setelah melakukan bimbingan, telaah, arahan, dan koreksi terhadap penulisan skripsi dari saudari Faidatunnida NIM. 1817201056 yang berjudul:

**Pengaruh Fitur Layanan, *Benefit* dan Pengalaman Terhadap Keputusan Konsumen Menggunakan *ShopeePay* (Studi Kasus Remaja Kecamatan Cilongok)**

Saya berpendapat bahwa skripsi tersebut sudah dapat diajukan kepada Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto untuk diujikan dalam rangka memperoleh gelar Sarjana dalam Ilmu Ekonomi Syari'ah (S.E.).

*Wassalamu'alaikum Wr. Wb.*

Purwokerto, 04 Juli 2022

Pembimbing,



Akhris Fuadatis Solikha, S.E., M.Si

NIDN. 2009039301

**EFFECT OF SERVICE FEATURES, *BENEFITS* AND EXPERIENCES ON  
CONSUMER DECISIONS USING *SHOPEEPAY*  
(CASE STUDY OF CILONGOK SUBDISTRICT TEENAGERS)**

**Faidatunnida**

NIM. 1817201056

E-mail: [faidatunnida@gmail.com](mailto:faidatunnida@gmail.com)

Sharia Economics Study Program  
Faculty of Economics and Islamic Business  
State Islamic University Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto

**ABSTRACT**

Money is a very important economic instrument, since all transactions in economic activity use money as a means of payment. With the development of electronics, electronic money (*E-money*) was created by using it through electronic media connected to the internet. The increase in digital financial transactions was recorded at 52.69% in August 2020. The increase in digital financial transactions is due to several things, including: easier payments, there are many promos, getting *cashback*, someone's *review* and a positive experience after using.

This research was conducted to test the influence of service features, *benefits* and experiences on consumer decisions using *shopeepay* (case study of cilongok subdistrict teenagers). This research is sourced from primary data and secondary data. The sampling technique used is *purposive sampling* by collecting data using an online questionnaire. The total sample of this study was 395 respondents. The research method used in this study was multiple linear regression using the SPSS data analysis tool version 21.

The results showed that service features, *benefits* and experiences partially and simultaneously had a positive and significant effect on consumers' decisions to use *ShopeePay*. Based on the results of the coefficient of determination obtained a percentage of 62.8% (0.628), this shows that 62.8% of consumers' decisions to use *ShopeePay* are influenced by service features, *benefits* and experience. Meanwhile, 37.2% of consumers' decisions to use *ShopeePay* are influenced by other factors.

**Keywords:** *Service Features, Benefits, Experience, ShopeePay Usage Decision*

**PENGARUH FITUR LAYANAN, *BENEFIT* DAN PENGALAMAN  
TERHADAP KEPUTUSAN KONSUMEN MENGGUNAKAN *SHOPEEPAY*  
(STUDI KASUS REMAJA KECAMATAN CILONGOK)**

**Faidatunnida**

NIM. 1817201056

E-mail: [faidatunnida@gmail.com](mailto:faidatunnida@gmail.com)

Program Studi Ekonomi Syariah  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto

**ABSTRAK**

Uang merupakan instrument ekonomi yang sangat penting, karena semua transaksi dalam kegiatan ekonomi menggunakan uang sebagai alat pembayaran. Dengan adanya perkembangan elektronik terciptalah uang elektronik (*E-money*) dengan penggunaannya melalui media elektronik yang terhubung internet. Peningkatan transaksi keuangan digital tercatat sebesar 52,69% pada Agustus 2020. Peningkatan transaksi keuangan digital disebabkan oleh beberapa hal, antara lain: pembayaran lebih mudah, terdapat banyak promo, mendapat *cashback*, *review* seseorang dan pengalaman positif setelah menggunakan.

Penelitian ini dilakukan untuk menguji pengaruh fitur layanan, *benefit* dan pengalaman terhadap keputusan konsumen menggunakan *shopeepay* (studi kasus remaja kecamatan cilongok). Penelitian ini bersumber pada data primer dan data sekunder. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *purposive sampling* dengan pengumpulan data menggunakan kuesioner online. Jumlah sampel penelitian ini sebanyak 395 responden. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini yaitu regresi linier berganda dengan menggunakan alat analisis data SPSS versi 21.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa fitur layanan, *benefit* dan pengalaman secara parsial dan simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan konsumen menggunakan *ShopeePay*. Berdasarkan hasil koefisien determinasi diperoleh persentase sebesar 62,8% (0,628), hal ini menunjukkan bahwa 62,8% keputusan konsumen menggunakan *ShopeePay* dipengaruhi oleh fitur layanan, *benefit* dan pengalaman. Sedangkan 37,2% keputusan konsumen menggunakan *ShopeePay* dipengaruhi oleh faktor lain.

**Kata kunci:** *Fitur Layanan, Benefit, Pengalaman, Keputusan Penggunaan ShopeePay*

## MOTTO

“Tidak perlu khawatir menjadi santri. Jika kalian mengaji dan Allah SWT mencintai kalian, Allah SWT akan memberikan kalian kecukupan rezeki”.

*(Syaikhana Al-arif Billah KH. Maimoen Zubair)*





## PEDOMAN TRANSLITERASI BAHASA ARAB-INDONESIA

Transliterasi kata-kata yang dipakai dalam penelitian skripsi ini berpedoman pada Surat Keputusan bersama antara Menteri Agama dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan RI. Nomor: 158/1987 dan Nomor: 0543b/U/1987.

### 1. Konsonan Tunggal

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Ba'	B	Be
ت	Ta'	T	Te
ث	Ša	Š	Es (dengan titik diatas)
ج	Jim	J	Je
ح	Ĥ	<u>H</u>	Ha (dengan garis dibawah)
خ	Kha'	Kh	Ka dan Ha
د	Dal	D	De
ذ	Žal	Ž	Ze (dengan titik diatas)
ر	Ra'	R	Er
ز	Za'	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	Es dan Ye
ص	<u>Sad</u>	<u>S</u>	Es (dengan garis dibawah)
ض	D'ad	<u>D</u>	De (dengan garis dibawah)
ط	Ṭa	Ṭ	Te (dengan garis dibawah)

ظ	Ẓa	Ẓ	Zet (dengan garis dibawah)
ع	‘ain	‘	Koma terbalik diatas
غ	Gain	G	Ge
ف	Fa’	F	Ef
ق	Qaf	Q	Qi
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	‘el
م	Mim	M	‘em
ن	Nun	N	‘en
و	Waw	W	W
ه	Ha’	H	Ha
ء	Hamzah	‘	Apostrof
ي	Ya’	Y	Ye

2. Konsonan rangkap karena *syaddah* ditulis rangkap

عدة	Ditulis	‘iddah
-----	---------	--------

3. Ta’ marbutah diakhir kata bila dimatikan ditulis h

حكمة	Ditulis	<i>ḥikmah</i>
جزية	Ditulis	Jizyah

(ketentuan ini tidak diperlukan pada kata-kata arab yang sudah terserap kedalam Bahasa Indonesia, seperti zakat, salat dan sebagainya, kecuali bila dikehendaki lafal aslinya).

- a. Bila diikuti dengan kata sandang “al” serta bacaan kedua itu terpisah, maka ditulis dengan h.

كرامة الاولياء	Ditulis	<i>Karamah al-auliya’</i>
----------------	---------	---------------------------

- b. Bila ta’marbutah hidup atau dengan harakat; fathah atau kasrah atau dammah ditulis dengan t.

زكاة الفطر	Ditulis	<i>Zakat al-fitr</i>
------------	---------	----------------------

#### 4. Vokal pendek

أَ	<i>Fathah</i>	Ditulis	A
إِ	<i>Kasrah</i>	Ditulis	I
أُ	<i>Dammah</i>	Ditulis	U

#### 5. Vokal panjang

1.	<b>Fathah + alif</b>	Ditulis	ā
	جاهلية	Ditulis	<i>Jahiliyyah</i>
2.	<b>Fathah + ya' mati</b>	Ditulis	ā
	تنس	Ditulis	<i>Tansā</i>
3.	<b>Kasrah + ya' mati</b>	Ditulis	ī
	كريم	Ditulis	<i>Karīm</i>
4.	<b>Dammah + wawu mati</b>	Ditulis	ū
	فروض	Ditulis	<i>furūḍ</i>

#### 6. Vokal rangkap

1.	<b>Fathah + ya' mati</b>	Ditulis	Ai
	بينكم	Ditulis	<i>Bainakum</i>
2.	<b>Fathah + wawu mati</b>	Ditulis	Au
	قول	Ditulis	<i>Qaul</i>

#### 7. Vokal pendek yang berurutan dalam satu kata yang dipisah apostrof

أنتم	Ditulis	<i>a'antum</i>
أعدت	Ditulis	<i>u'iddat</i>
لعن شكرتم	Ditulis	<i>la'in syakartum</i>

## 8. Kata sandang alif + lam

a. Bila diikuti huruf *qomariyah*

القياس	Ditulis	<i>al-Qiyas</i>
القرآن	Ditulis	<i>al-Qur'ān</i>

b. Bila diikuti huruf *syamsiyah* diikuti dengan menggunakan harus *syamsiyah* yang mengikutinya, serta menggunakan huruf *l* (el) nya.

السماء	Ditulis	<i>as-Samā'</i>
الشمس	Ditulis	<i>asy-Syams</i>

## 9. Penulisan kata-kata dalam rangkaian kalimat

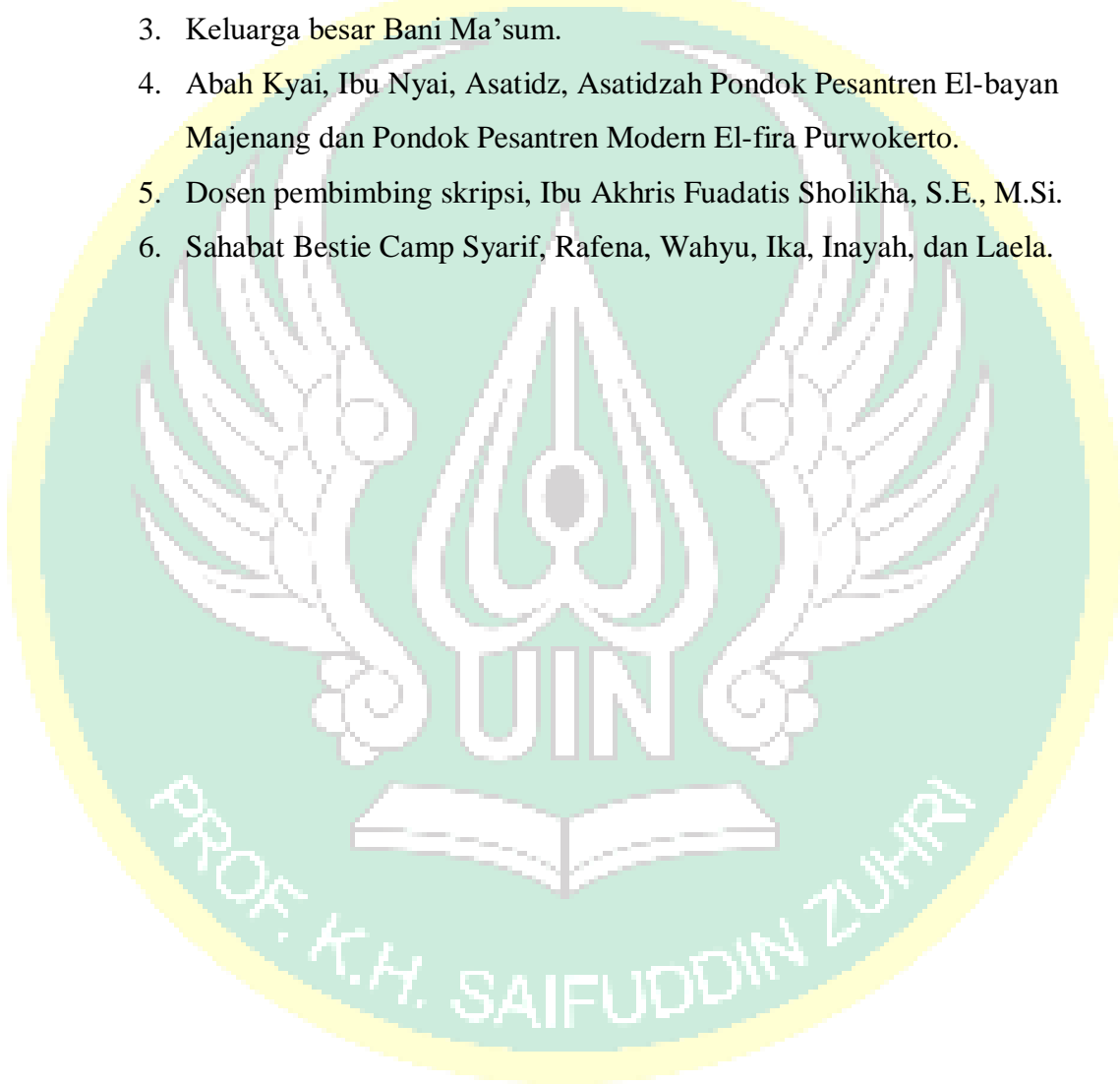
Ditulis menurut bunyi atau pengucapannya

ذوى الفروض	Ditulis	<i>zawī al-furuḍ</i>
اهل السنة	Ditulis	<i>ahl as-Sunnah</i>

## PERSEMBAHAN

Dengan rasa syukur atas terselesaikannya skripsi ini, penulis persembahkan skripsi ini kepada:

1. Orang tua penulis, Fathkurrohman Wagiyo dan Rumanah.
2. Kakak dan adik penulis, Nur Malikhah dan Robit salim.
3. Keluarga besar Bani Ma'sum.
4. Abah Kyai, Ibu Nyai, Asatidz, Asatidzah Pondok Pesantren El-bayan Majenang dan Pondok Pesantren Modern El-fira Purwokerto.
5. Dosen pembimbing skripsi, Ibu Akhris Fuadatis Sholikha, S.E., M.Si.
6. Sahabat Bestie Camp Syarif, Rafena, Wahyu, Ika, Inayah, dan Laela.



## KATA PENGANTAR

*Assalamu'alaikum Wr. Wb.*

*Alhamdulillah* segala puji bagi Allah SWT atas segala rahmat, hidayah dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul **“Pengaruh Fitur Layanan, *Benefit* dan Pengalaman Terhadap Keputusan Konsumen Menggunakan *ShopeePay* (Studi Kasus Remaja Kecamatan Cilongok)”** sebagai salah satu syarat menyelesaikan program strata satu (S1). Sholawat dan salam kita curahkan kepada baginda Nabi Muhammad SAW yang telah membimbing kita menuju jalan kebenaran, semoga kita mendapat syafa'at beliau di akhirat kelak. Penulis menyadari penyusunan skripsi ini masih jauh dari kata sempurna serta tidak akan berhasil tanpa adanya usaha dan doa serta bantuan, bimbingan dan saran dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih kepada:

1. Allah SWT yang telah memberi nikmat sehat jasmani dan rohani
2. Orang tua penulis Fathkurrohman dan Rumanah serta kakak dan adik penulis Nur Malikhah dan Robit Salim yang selalu memanjatkan doa, memberikan kasih sayang, semangat, dukungan dan perhatian bagi penulis dalam kondisi apapun
3. Guru penulis di Pondok Pesantren El-bayan Majenang Abah K.H. Subky Najmuddin, Abah K.H. Maolan Ibrahim, Abah K.H. Mahsun Yusuf Najmuddin, Abah K.H. Fathul Aminuddin Aziz dan Abah K.H. Muhammad Marda Al-Hafidz
4. Prof. Dr. Moh. Roqib, M.Ag. Rektor UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto
5. Prof. Fauzi, M.Ag. Wakil Rektor I UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto
6. Prof. Dr. Ridwan, M.Ag. Wakil Rektor II UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto

7. Dr. Sulkhan Chakim, M.M. Wakil Rektor III UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto
8. Dr. H. Jamal Abdul Aziz, M.Ag. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto
9. Dewi Laela Hilyatin, S.E., M.S.I Ketua Jurusan Ekonomi Syariah UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto
10. Akhris Fuadatis Solikha, S.E., M.Si. Pembimbing penulis dalam menyelesaikan penyusunan skripsi, yang telah memberikan bimbingan, masukan, arahan, kesabaran serta motivasinya sehingga penyusunan skripsi ini dapat terselesaikan
11. Seluruh Dosen dan Staff Administrasi UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto
12. Seluruh Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto
13. Orang tersayang penulis Syarif, Laela, Rafena, Wahyu, Inayah, dan Ika terima kasih atas segala dukungan, doa, motivasi dan menjadi tempat untuk berbagi cerita dalam suasana apapun
14. Teman-teman ES B UIN Saizu angkatan 2018, semoga kalian sukses dan dimudahkan segala urusannya
15. Semua pihak yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

Semoga Allah SWT memberikan rahmat, hidayah dan karunia-Nya kepada semua pihak yang telah membantu penyusunan skripsi ini. Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna karena keterbatasan pengetahuan dan pengalaman yang dimiliki. Karena itu, kritik dan saran sangat diharapkan agar skripsi ini menjadi lebih baik, bermanfaat bagi pihak yang membutuhkan dan dapat digunakan sebagaimana mestinya.  
*Wassalamu'alaikum Wr. Wb.*

Purwokerto, 04 Juli 2022



Faidatunnida

NIM. 1817201056





## DAFTAR ISI

<b>PERNYATAAN KEASLIAN</b> .....	<b>ii</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN</b> .....	<b>iii</b>
<b>NOTA DINAS PEMBIMBING</b> .....	<b>iv</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>v</b>
<b>MOTTO</b> .....	<b>vii</b>
<b>PEDOMAN TRANSLITERASI BAHASA ARAB-INDONESIA</b> .....	<b>viii</b>
<b>PERSEMBAHAN</b> .....	<b>xii</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>xvi</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>xix</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xxi</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	<b>xxii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Rumusan Masalah .....	9
C. Tujuan dan Manfaat Penelitian.....	9
D. Sistematika Pembahasan .....	10
<b>BAB II LANDASAN TEORI</b>	
A. Kajian Teori.....	11
1. Fitur Layanan .....	11
2. <i>Benefit</i> .....	12
3. Pengalaman .....	12
4. <i>Financial Technology (FinTech)</i> .....	13
5. <i>ShopeePay</i> .....	16
6. <i>Technology Acceptance Model (TAM)</i> .....	18
7. Keputusan Konsumen.....	20
B. Kajian Pustaka .....	23
C. Kerangka Pemikiran.....	31
D. Hipotesis.....	32

E. Landasan Teologis .....	34
----------------------------	----

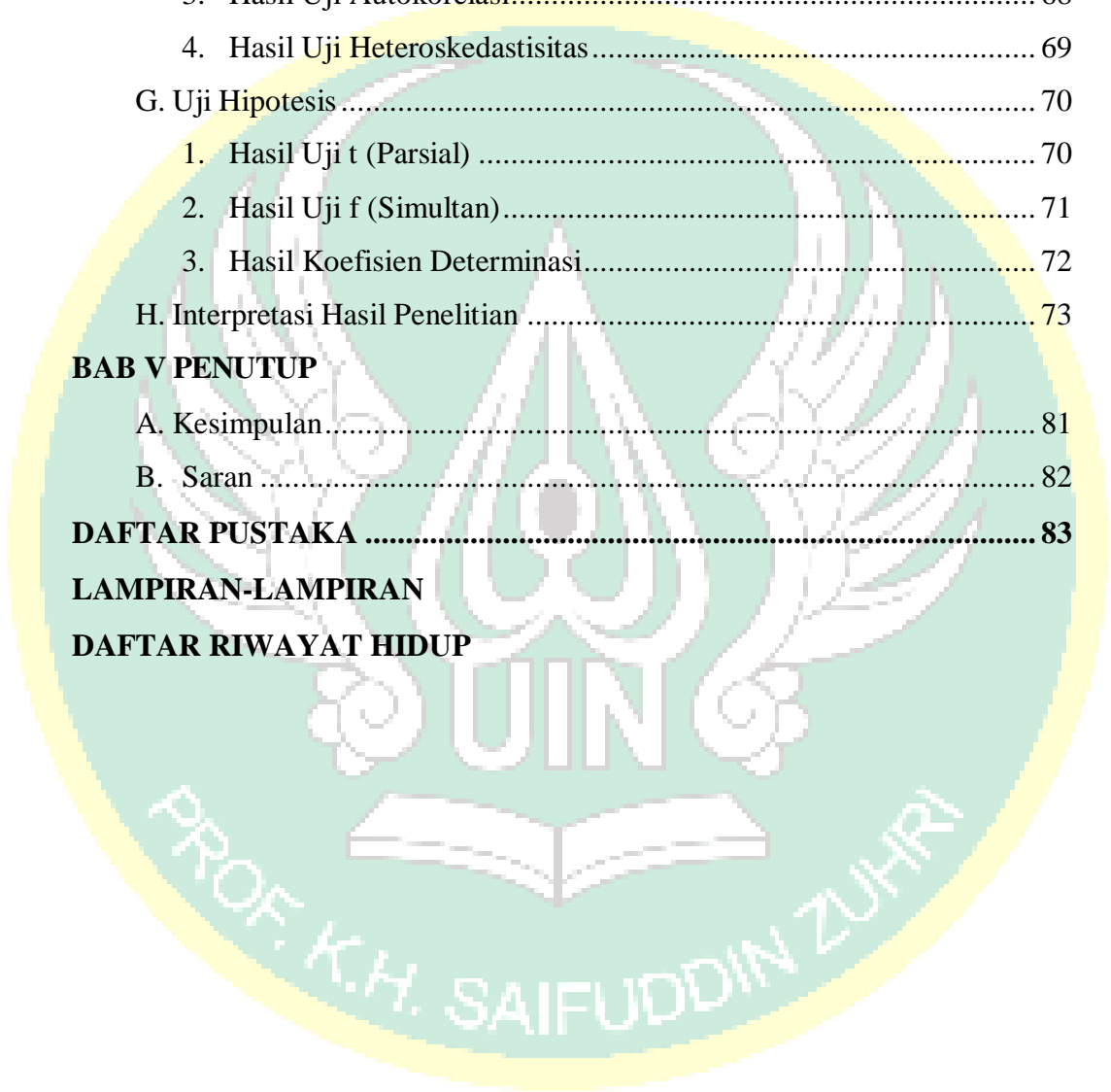
### **BAB III METODE PENELITIAN**

A. Jenis Penelitian .....	37
B. Sumber Data Penelitian.....	37
C. Tempat dan Waktu Penelitian.....	37
D. Populasi dan Sampel Penelitian.....	38
E. Variabel dan Indikator Penelitian .....	39
F. Teknik Pengumpulan Data Penelitian.....	43
G. Teknik Analisis Data penelitian.....	43
H. Pengujian Data Penelitian .....	46

### **BAB IV PEMBAHASAN**

A. Gambaran Umum Kecamatan Cilongok .....	48
1. Letak Geografis.....	48
2. Pemerintahan .....	48
3. Penduduk .....	50
4. Sosial .....	51
5. Ekonomi .....	51
B. Karakteristik Responden .....	52
1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	52
2. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia .....	53
3. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir.....	53
4. Karakteristik Responden Berdasarkan Penggunaan ShopeePay dalam satu bulan .....	54
5. Karakteristik Responden Berdasarkan Jumlah Saldo Harian ShopeePay .....	55
C. Pengaruh Fitur Layanan, Benefit dan Pengalaman Terhadap Keputusan Konsumen Menggunakan ShopeePay .....	55
D. Pengujian Data Penelitian .....	61
1. Uji Validitas.....	62
2. Uji Reliabilitas .....	63
E. Analisis Data.....	64

1. Hasil Analisis Statistik Deskriptif.....	64
2. Hasil Analisi Regresi Linier Berganda .....	65
F. Uji Asumsi Klasik.....	66
1. Hasil Uji Normalitas .....	66
2. Hasil Uji Multikolinieritas.....	67
3. Hasil Uji Autokorelasi.....	68
4. Hasil Uji Heteroskedastisitas .....	69
G. Uji Hipotesis .....	70
1. Hasil Uji t (Parsial) .....	70
2. Hasil Uji f (Simultan).....	71
3. Hasil Koefisien Determinasi.....	72
H. Interpretasi Hasil Penelitian .....	73
<b>BAB V PENUTUP</b>	
A. Kesimpulan.....	81
B. Saran .....	82
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>83</b>
<b>LAMPIRAN-LAMPIRAN</b>	
<b>DAFTAR RIWAYAT HIDUP</b>	



## DAFTAR TABEL

- Tabel 1.1 : Daftar Pengguna Dompot Digital dengan Transaksi Terbanyak Tahun 2021
- Tabel 1.2 : Survey Pendahuluan Pada Masyarakat Kabupaten Banyumas
- Tabel 1.3 : Pengguna ShopeePay di Kecamatan Cilongok
- Tabel 1.4 : 5 Kecamatan dengan Jumlah Remaja Terbanyak
- Tabel 2.1 : Penelitian Terdahulu
- Tabel 3.1 : Remaja Kecamatan Cilongok Tahun 2019
- Tabel 3.2 : Indikator Penelitian
- Tabel 3.3 : Rentang Skala Variabel
- Tabel 4.1 : Nama Camat dan Masa Jabatan di Kecamatan Cilongok
- Tabel 4.2 : Nama Kepala Desa dan Sekretaris Desa Kecamatan Cilongok
- Tabel 4.3 : Jumlah Penduduk Desa Kecamatan Cilongok 2019
- Tabel 4.4 : Jumlah Sekolah, Murid dan Guru Kecamatan Cilongok 2019
- Tabel 4.5 : Jenis Usaha di Kecamatan Cilongok
- Tabel 4.6 : Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin
- Tabel 4.7 : Karakteristik Responden Berdasarkan Usia
- Tabel 4.8 : Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir
- Tabel 4.9 : Karakteristik Responden Berdasarkan Jumlah Menggunakan ShopeePay dalam 1 Bulan
- Tabel 4.10 : Karakteristik Responden Berdasarkan Saldo Harian ShopeePay
- Tabel 4.11 : Tanggapan Responden Variabel Fitur Layanan (X1)
- Tabel 4.12 : Tanggapan Responden Variabel Benefit (X2)
- Tabel 4.13 : Tanggapan Responden Variabel Pengalaman (X3)
- Tabel 4.14 : Tanggapan Responden Variabel Keputusan Penggunaan ShopeePay (Y)
- Tabel 4.15 : Hasil Uji Validitas
- Tabel 4.16 : Hasil Uji Reliabilitas
- Tabel 4.17 : Hasil Statistik Deskriptif
- Tabel 4.18 : Hasil Uji Regresi Linier Berganda
- Tabel 4.19 : Hasil Uji Multikolonieritas

Tabel 4.20 : Hasil Uji Autokorelasi

Tabel 4.21 : Hasil Uji Parsial

Tabel 4.22 : Hasil Uji Simultan

Tabel 4.23 : Hasil Koefisien Determinasi ( $R^2$ )



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 : *Technology Acceptance Model (TAM)*

Gambar 2.2 : Model Pengambilan Keputusan

Gambar 2.3 : Kerangka Pemikiran

Gambar 4.1 : Hasil Uji Normalitas

Gambar 4.2 : Hasil Uji Heteroskedastisitas



## DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 : Kuesioner Penelitian
- Lampiran 2 : Karakteristik Responden
- Lampiran 3 : Jawaban Kuesioner
- Lampiran 4 : Hasil Pengujian Jawaban Kuesioner
- Lampiran 5 : Surat Usulan Menjadi Pembimbing Skripsi
- Lampiran 6 : Surat Penunjukkan Pembimbing Skripsi
- Lampiran 7 : Rekomendasi Seminar Proposal
- Lampiran 8 : Berita Acara Seminar Proposal
- Lampiran 9 : Surat Keterangan Lulus Seminar Proposal
- Lampiran 10 : Surat Keterangan Lulus Semua Mata Kuliah
- Lampiran 11 : Blangko Penilaian Ujian Komprehensif
- Lampiran 12 : Blangko Bimbingan Skripsi
- Lampiran 13 : Sertifikat Pengembangan Bahasa Arab
- Lampiran 14 : Sertifikat Pengembangan Bahasa Inggris
- Lampiran 15 : Sertifikat BTA-PPI
- Lampiran 16 : Sertifikat Aplikom
- Lampiran 17 : Sertifikat PPL
- Lampiran 18 : Sertifikat PBM
- Lampiran 19 : Sertifikat KKN
- Lampiran 20 : Surat Keterangan Telah Wakaf Buku Perpustakaan
- Lampiran 21 : Surat Rekomendasi Munaqosah
- Lampiran 22 : Daftar Riwayat Hidup

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang**

Uang merupakan instrument ekonomi yang sangat penting, karena semua transaksi dalam kegiatan ekonomi menggunakan uang sebagai alat pembayaran (Pratiwi, 2021). Dengan adanya uang dapat memudahkan masyarakat dalam kehidupan sehari-hari untuk memperoleh barang maupun jasa. Sistem pembayaran dari zaman ke zaman terus mengalami perkembangan, inovasi dan kemajuan demikian pula dengan bentuk uang. Barter menjadi awal mula alat pembayaran yang dilakukan di era pra modern. Kemudian mulai dikenal dengan satuan yang memiliki nilai pembayaran yaitu uang (uang kartal). Hingga saat ini alat pembayaran utama yang berlaku di masyarakat adalah uang. Alat pembayaran terus berkembang dari pembayaran tunai ke pembayaran non tunai seperti pembayaran yang berbasis kertas misalnya, cek. Dengan adanya perkembangan teknologi terciptalah uang elektronik (*E-money*) yang penggunaannya melalui media elektronik yang terhubung internet. Pembayaran non tunai merupakan sistem pembayaran yang menggunakan instrumen non tunai (Sinaga, 2020).

Sistem pembayaran yang berbasis elektronik memudahkan masyarakat dalam melakukan transaksi. Dimana masyarakat hanya menggunakan smartphonenya untuk bertransaksi dalam proses jual beli. Kemajuan teknologi yang berupa uang elektronik tentu memiliki dampak positif dan negatif. Salah satu dampak positif uang elektronik yaitu transaksi jual beli semakin mudah, cepat, efisien dan juga terdapat promo bagi pengguna uang elektronik. Dampak negatif uang elektronik yaitu masyarakat menjadi lebih konsumtif, terjadi penipuan dan pencurian (Apriyani, 2019).

Transaksi keuangan digital terus mengalami peningkatan seiring dengan penggunaan instrumen digital dimasa pandemic. Peningkatan



transaksi keuangan digital tercatat sebesar 52,69% pada Agustus 2020, pencapaian tersebut mengalami peningkatan dari bulan sebelumnya sebesar 38,81% (Malik, 2020).

*ShopeePay* merupakan fitur layanan *e-money* dari aplikasi *shopee* yang dapat digunakan untuk pembayaran online (Ulhaq, 2021). *Top up* yang ada dalam *ShopeePay* sebesar 2 juta untuk akun yang belum melakukan verifikasi dan 10 juta untuk akun yang telah melakukan verifikasi, pengiriman dana ke akun *ShopeePay* yang lain, transaksi di *Merchant ShopeePay*, penarikan dana dari *ShopeePay* jika telah selesai melakukan verifikasi data diri. Berikut adalah persaingan pengguna *fintech* tahun 2021 yang diisi oleh 5 perusahaan:

**Tabel 1.1**  
**Daftar Pengguna Dompot Digital dengan Volume Transaksi**  
**Terbanyak Tahun 2021**

<i>Fintech</i>	Persentase Pengguna (%)
<i>ShopeePay</i>	33%
OVO	24%
DANA	18%
Go-Pay	19%
LinkAja	6%

Sumber: Katadata.co.id, diakses pada 08 Desember 2021

Berdasarkan tabel 1.1 yang merupakan hasil riset Manager Neurosensum Indonesia Tika Widyaningtiyas terhadap 1.000 responden yang aktif menggunakan *e-commerce* bulan November 2020-Januari 2021. Rata-rata mereka berusia 19-45 tahun. Dari tabel diatas dapat dilihat jumlah volume transaksi *ShopeePay* 33%, OVO 24%, DANA 18%, Go-Pay 19% dan LinkAja 6%. Maka dapat di simpulkan bahwa dalam bulan November 2020-Januari 2021, *ShopeePay* lebih banyak digunakan oleh masyarakat dibandingkan dompet digital yang lain. Meskipun *ShopeePay* lebih unggul jumlah penggunaanya dibandingkan yang lain, masih ada masyarakat yang lebih tertarik bertransaksi secara tunai atau lebih tertarik dengan dompet

digital yang lain. Hal ini disebabkan kurangnya pemahaman mengenai *ShopeePay* yang menyebabkan masyarakat merasa kurang yakin dan kesulitan dalam menggunakannya. Untuk mengetahui tanggapan masyarakat terhadap dompet digital, maka peneliti melakukan survei awal kepada 96 responden sebagai berikut:

**Tabel 1.2**  
**Survei Pendahuluan pada Masyarakat Kabupaten Banyumas**

Pertanyaan	Jumlah Orang
Jenis Kelamin	Laki-laki (11 Orang) Perempuan (85 Orang)
Usia	12 Tahun (3 Orang) 16 Tahun (7 Orang) 18 Tahun (10 Orang) 19 Tahun (2 Orang) 20 Tahun (16 Orang) 21 Tahun (40 Orang) 22 Tahun (13 Orang) 25 Tahun (1 Orang) 26 Tahun (3 Orang) 43 Tahun (1 Orang)
Pekerjaan	Mahasiswa (81 Orang) Pelajar (10 Orang) Wiraswasta (4 Orang) Karyawan (1 Orang)
Apakah anda menggunakan alat pembayaran elektronik?	Ya (67 Orang) Tidak (29 Orang)
Alat pembayaran elektronik yang digunakan	Cash (17 Orang) Tidak Menggunakan (12 Orang) Dana (2 Orang) LinkAja (5 orang)

	Go-Pay (10 Orang) ShopeePay (41 Orang) OVO (9 Orang)
--	--

Sumber: *Google Form*

Berdasarkan hasil survei awal yang dilakukan terhadap 96 responden pada masyarakat Kabupaten Banyumas, 67 responden memberikan jawaban kategori “Ya” dan 29 responden memberikan jawaban kategori “Tidak”. Tanggapan responden menunjukkan bahwa minat responden dalam menggunakan pembayaran non-tunai lebih tinggi dibandingkan pembayaran tunai. Responden yang memberikan jawaban kategori “Ya” beranggapan bahwa dengan menggunakan *e-money*, pembayaran lebih mudah, terdapat banyak promo, potongan harga produk dan jasa pengiriman, mendapat *cashback*, dapat melakukan pengisian saldo melalui transfer bank. Sedangkan alasan responden yang memberikan jawaban kategori “Tidak” yaitu MB nya besar, biasa saja, belum merasa perlu, tidak bisa *top up*, harus mengisi ulang saldo, tidak tertarik, jarang belanja online, tidak ingin menambah resiko, dan lebih senang pembayaran tunai. *E-money* yang paling banyak digunakan masyarakat banyumas yaitu *ShopeePay* (41 Orang). Fitur layanan yang ada pada *ShopeePay* sudah cukup lengkap untuk memenuhi kebutuhan transaksi non-tunai serta kemudahan dalam menggunakannya yang bisa dilakukan kapanpun dan dimanapun. Untuk mengetahui pengguna *ShopeePay* di Kecamatan Cilongok, peneliti melakukan observasi terhadap 22 responden sebagai berikut:

**Tabel 1.3**

**Pengguna *ShopeePay* di Kecamatan Cilongok**

<b>Pertanyaan</b>	<b>Jumlah Orang</b>
Jenis Kelamin	Laki-laki (9 Orang) Perempuan (13 Orang)
Usia	15 Tahun (2 Orang) 16 Tahun (3 Orang)

	18 Tahun (5 Orang) 19 Tahun (1 Orang) 20 Tahun (2 Orang) 21 Tahun (4 Orang) 22 Tahun (4 Orang) 24 Tahun (1 Orang)
Dompot digital yang digunakan	LinkAja (2 Orang) <i>ShopeePay</i> (13 Orang) Sakuku (1 Orang) DANA (4 Orang) Go-Pay (2 Orang)

Sumber: *Google Form*

Berdasarkan hasil observasi terhadap 22 responden Kecamatan Cilongok, terdapat 5 jenis dompot digital yang digunakan masyarakat Kecamatan Cilongok yaitu LinkAja, *ShopeePay*, Sakuku, DANA dan Go-Pay. Dari 5 jenis dompot digital, *ShopeePay* menjadi dompot digital yang paling banyak jumlah penggunaannya dibandingkan dompot digital lain. Hal ini menunjukkan bahwa dompot digital yang banyak digunakan masyarakat Kecamatan Cilongok adalah *ShopeePay*, khususnya dari kalangan remaja.

Fitur layanan yang baik sangat diperlukan dalam kinerja bisnis. Fitur layanan merupakan penerapan konsep promosi terhadap minat konsumen dalam penggunaan suatu produk (Risma, 2021). Jika konsumen puas dengan fitur layanan yang ada di dalam menu *ShopeePay* maka hal itu akan mempengaruhi konsumen dalam menggunakan *ShopeePay*. *ShopeePay* menawarkan berbagai fitur didalamnya yang bertujuan untuk memberikan pelayanan yang puas kepada konsumen (Nagib et al, 2021). Fitur yang ada didalam *ShopeePay* diantaranya dapat melakukan pembayaran dengan scan kode QR di toko, website atau aplikasi merchant *Shopee*, pengisian saldo melalui transfer bank, transfer saldo ke sesama pengguna *ShopeePay* atau rekening bank (<https://shopeepay.co.id>, akses pada 15 Oktober 2021).

Dalam Islam terdapat beberapa landasan hukum untuk mengatur tatanan manusia dalam beraktivitas. Salah satu landasan hukum islam yang mengatur tentang larangan bagi orang beriman memakan harta secara batil misalnya dengan judi, riba, penipuan dan memperbolehkan mereka memakan harta dengan perniagaan yang mengandung unsur saling ridho.

Q.S An-Nisa': (4) 29

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا

Artinya: “Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku atas dasar suka sama suka diantara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu, sesungguhnya Allah SWT maha penyayang kepadamu”. (QS. An-Nisa': 29).

Hukum transaksi elektronik diatur dalam Fatwa DSN No. 116/DSN-MUI/IX/2017 tentang uang elektronik syariah, yang menjelaskan kriteria uang elektronik sesuai dengan prinsip-prinsip syariah, yaitu: jumlah nominal uang disimpan secara elektronik sehingga dapat dipindahkan untuk transaksi pembayaran atau transfer, akad antara penerbit dan pemegang uang elektronik berupa akad *wadi'ah* atau akad *qardh*, penggunaan dan penyelenggaraan uang elektronik terhindar dari transaksi *gharar*, *riba*, *maysir*, *tadlis*.

Faktor lain yang dapat mempengaruhi konsumen menggunakan layanan elektronik (*ShopeePay*) yaitu *benefit* (manfaat) yang diperoleh konsumen. *Benefit* pengguna *ShopeePay* terdiri dari *cashback* dan diskon. Pengguna *ShopeePay* lebih banyak mendapatkan *benefit* dibandingkan yang tidak menggunakan *ShopeePay* dalam bertransaksi. Menurut Davis dalam (Husen et al, 2021) terdapat 4 indikator uang elektronik mengandung nilai kemanfaatan bagi penggunanya yaitu sistem mampu mempercepat proses, sistem mampu meningkatkan efektivitas, sistem bermanfaat bagi individu dan menambah tingkat produktivitas individu. Jadi, apabila seseorang merasakan kemanfaatan dalam menggunakan suatu sistem maka orang tersebut akan memiliki ketertarikan dalam menggunakannya.

Pengalaman merupakan tingkat pemahaman dan penguasaan seseorang atas keterampilan dan pengetahuan yang dimilikinya (Riyanti & Kasyadi, 2021). Pengalaman dapat dirasakan saat peristiwa baru terjadi maupun yang sudah lama terjadi. Merasakan kepuasan setelah adanya penggunaan suatu sistem, akan mempengaruhi diri sendiri maupun orang lain dalam menggunakan system tersebut. Menurut Mowen dan Minor dalam Rahayuningsih dan Susanto (2021), perilaku konsumen merupakan proses pembuatan keputusan yang terlibat dalam penggunaan dan pembelian, penerimaan, penentuan barang, jasa dan ide. Remaja merupakan masa transisi periode anak-anak ke periode dewasa. Dalam Firdaus (2021), Menurut Monks (2000) batasan usia remaja dimulai dari usia 12-21 tahun. Sedangkan menurut Sally Olds dan Diane Papalia dalam Firdaus (2021) rentang usia remaja dimulai dari usia 10-19 tahun.

Sehingga dapat disimpulkan bahwa fitur layanan, *benefit* dan pengalaman merupakan faktor penting bagi konsumen terhadap keputusan menggunakan dompet digital di Indonesia. Banyaknya kemanfaatan yang ada pada dompet digital akan menjadikan konsumen menggunakannya dan mengajak orang lain untuk ikut serta dalam menggunakan. Sehingga peneliti ingin mengetahui faktor yang mempengaruhi keputusan konsumen terhadap penggunaan *ShopeePay* di Kecamatan Cilongok.

Menurut Ramadhanty et al (2021) bahwa pengguna dompet digital lebih banyak digunakan oleh kalangan remaja yang digunakan untuk bertransaksi harian. Beberapa alasan mereka menggunakan dompet digital yaitu merasa lebih aman dibandingkan uang tunai, sering mendapat promo, tidak dikenai biaya admin, mudah, efisien dan praktis digunakan. Hal ini menunjukkan bahwa dompet digital lebih disukai kalangan remaja dengan kemudahan fitur layanan, kemanfaatan dan efisien yang selaras dengan keinginan remaja yaitu instan. Penelitian sebelumnya akan dikembangkan dalam menganalisis faktor lain yang mempengaruhi konsumen menggunakan dompet digital.

Kabupaten Banyumas merupakan kabupaten dengan jumlah penduduk terbanyak ketiga di Provinsi Jawa Tengah yaitu 1.776.918 Jiwa (BPS, 2020). Banyumas terdiri dari 27 kecamatan, dimana Kecamatan Cilongok merupakan daerah yang paling banyak kalangan remajanya dibandingkan kecamatan lain yaitu 28.664 Jiwa yang terdiri dari 14.854 Jiwa Laki-laki dan 13.810 Jiwa Perempuan (BPS Banyumas, 2020). Hal ini menunjukkan bahwa Kecamatan Cilongok berpotensi menggunakan dompet digital terbanyak dibanding kecamatan lain.

**Tabel 1.4**

**5 Kecamatan dengan Jumlah Remaja Terbanyak**

No.	Kecamatan	Laki-laki	Perempuan	Total
1	Cilongok	14.854	13.810	28.664
2	Ajibarang	12.688	11.399	24.087
3	Sumbang	11.101	10.577	21.678
4	Sokaraja	11.021	10.508	21.529
5	Kembaran	10.967	10.329	21.296

Sumber: BPS Banyumas 2019

Alasan peneliti melakukan penelitian pada remaja di Kecamatan Cilongok karena melihat hasil survei ditemukan yang paling banyak menggunakan *ShopeePay* yaitu dari kalangan remaja. Masyarakat umum memiliki pengalaman yang luas dan lebih memahami teknologi zaman dahulu dibanding teknologi saat ini sehingga kemudahan dalam menggunakan dompet digital (*ShopeePay*) tidak menjadi faktor yang penting bagi mereka untuk menggunakannya. Berdasarkan uraian latar belakang diatas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian seberapa besar **“Pengaruh Fitur Layanan, *Benefit* dan Pengalaman Terhadap Keputusan Konsumen Menggunakan *ShopeePay* (Studi Kasus Remaja Kecamatan Cilongok)”**.

## B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang masalah yang telah dipaparkan, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana pengaruh fitur layanan terhadap keputusan konsumen menggunakan *ShopeePay* di Kecamatan Cilongok?
2. Bagaimana pengaruh *benefit* terhadap keputusan konsumen menggunakan *ShopeePay* di Kecamatan Cilongok?
3. Bagaimana pengaruh pengalaman terhadap keputusan konsumen menggunakan *ShopeePay* di Kecamatan Cilongok?

## C. Tujuan dan Manfaat Penelitian

### 1. Tujuan Penelitian

- a. Untuk mengetahui pengaruh fitur layanan terhadap keputusan konsumen menggunakan *ShopeePay* pada remaja di Kecamatan Cilongok.
- b. Untuk mengetahui pengaruh *benefit* terhadap keputusan konsumen menggunakan *ShopeePay* pada remaja di Kecamatan Cilongok.
- c. Untuk mengetahui pengaruh pengalaman terhadap keputusan konsumen menggunakan *ShopeePay* pada remaja di Kecamatan Cilongok.

### 2. Manfaat Penelitian

#### a. Bagi Peneliti

Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan tentang perkembangan sistem pembayaran dan faktor yang mempengaruhi penggunaan *ShopeePay*.

#### b. Bagi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto

- 1) Sebagai referensi penelitian yang akan melakukan kajian serupa dengan faktor lain yang mempengaruhi penggunaan *ShopeePay*.
- 2) Sebagai materi pembelajaran Prodi Ekonomi Syariah, FEBI, UIN Saizu.



3) Sebagai referensi dalam mengembangkan *Fintech Payment* di lingkungan kampus.

c. Bagi Penerbit Dompot Digital

Bagi penerbit dompet digital dapat digunakan sebagai bahan masukan untuk meningkatkan inovasi fitur layanan dompet digital di Indonesia.

#### D. Sistematika Pembahasan

Secara keseluruhan dalam penulisan skripsi ini, peneliti membagi menjadi tiga bagian yaitu: bagian awal, bagian isi, dan bagian akhir.

Bagian awal dari skripsi ini terdiri dari sampul depan/luar, pernyataan keaslian, halaman pengesahan, nota dinas pembimbing, abstrak dan kata kunci, pedoman transliterasi, persembahan, kata pengantar, daftar isi, daftar tabel, dan daftar lampiran.

Bagian isi dari skripsi ini terdiri dari lima bab, yaitu:

**BAB I PENDAHULUAN** yang terdiri dari latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, dan sistematika pembahasan.

**BAB II LANDASAN TEORI** yang terdiri dari teori-teori, penelitian terdahulu, kerangka pemikiran, hipotesis penelitian dan landasan teologis.

**BAB III METODE PENELITIAN** yang terdiri dari jenis penelitian, tempat dan waktu penelitian, sumber data, populasi dan sampel, variabel dan indikator, teknik pengumpulan data, pengujian data dan teknik analisis data.

**BAB IV PEMBAHASAN** yang terdiri dari gambaran umum kecamatan cilongok, karakteristik responden, analisis data, uji hipotesis, pengujian data penelitian dan interpretasi hasil penelitian.

**BAB V PENUTUP** yang terdiri dari kesimpulan penelitian dan saran untuk penelitian selanjutnya.

Pada bagian akhir, peneliti mencantumkan daftar pustaka sebagai referensi dalam penulisan skripsi, lampiran-lampiran, dan daftar riwayat hidup peneliti.

## **BAB II**

### **LANDASAN TEORI**

#### **A. Kajian Teori**

##### **1. Fitur Layanan**

Menurut KBBI, fitur merupakan karakteristik khusus yang ada pada suatu ponsel, televisi dan lain sebagainya (KBBI Daring). Menurut Schmitt dalam Karina (2021) fitur layanan merupakan karakteristik yang mampu menambah fungsi atas suatu produk. Menurut Kotler & Keller (2012) dalam Karina (2021) Pelayanan atau layanan merupakan kinerja yang ditawarkan kepada pihak lain dari satu pihak yang tidak menghasilkan kepemilikan dan tidak berwujud. Fitur layanan menjadi hal penting dalam menumbuhkan kepercayaan konsumen untuk memutuskan transaksi online ataupun tidaknya (Risma, 2021). Upaya untuk meningkatkan kepercayaan konsumen disini yaitu kelengkapan fitur layanan yang ada pada sistem tersebut. Agar konsumen merasakan kepuasan dengan fitur layanan maka fitur tersebut harus mencakup kebutuhan konsumen. Tiga hal yang harus diperhatikan dalam proses layanan (Risma, 2021) yaitu:

- a. Penyedia Layanan, merupakan pihak yang memberi layanan tertentu kepada konsumen baik berupa barang maupun jasa.
- b. Penerima Layanan, merupakan kosnumen yang menerima layanan dari penyedia layanan.
- c. Jenis dan Bentuk Layanan, merupakan layanan yang diberikan kepada pihak yang membutuhkan seperti: layanan penyedia dan distribusi barang dan jasa, pemberian jasa saja dan layanan yang berkaitan dengan keduanya.

Indikator untuk mengukur fitur layanan (Risma, 2021) yaitu:

- a. Keberagaman layanan transaksi

Keberagaman layanan yang ada pada fitur layanan untuk mempermudah transaksi konsumen

b. Inovasi produk

Banyaknya tambahan fitur layanan hasil inovasi akan menambah minat konsumen menggunakan layanan dompet digital *ShopeePay*

c. Kemudahan akses informasi produk dan jasa

Memberi kemudahan bagi pengguna fitur layanan untuk mengakses informasi terkait produk dan jasa yang akan digunakan

d. Keberagaman fitur.

Keberagaman fitur yang disediakan oleh pihak *shopee* dapat membantu konsumen dalam melakukan transaksi sesuai dengan kebutuhannya

## 2. *Benefit*

Arti *benefit* menurut kamus Bahasa Inggris terjemahan Indonesia adalah guna, manfaat, keuntungan. Menurut Davis dalam (Husen et al, 2021) terdapat 4 indikator uang elektronik mengandung nilai kemanfaatan bagi penggunanya yaitu sistem mampu mempercepat proses, sistem mampu meningkatkan efektivitas, sistem bermanfaat bagi individu dan menambah tingkat produktivitas individu. Jadi, apabila seseorang merasakan kemanfaatan dalam menggunakan suatu sistem maka orang tersebut akan memiliki ketertarikan dalam menggunakannya. *Benefit* pengguna *ShopeePay* terdiri dari *cashback* (koin, voucher, poin) dan diskon. Pengguna *ShopeePay* lebih banyak mendapatkan *benefit* dibandingkan yang tidak menggunakan *ShopeePay* dalam bertransaksi. Dapat disimpulkan bahwa persepsi *benefit* merupakan suatu pemikiran seseorang terkait manfaat yang didupakannya pada saat menggunakan teknologi.

## 3. *Pengalaman*

Pengalaman merupakan tingkat pemahaman dan penguasaan seseorang atas keterampilan dan pengetahuan yang dimilikinya

(Riyanti & Kasyadi, 2021). Setelah konsumen memutuskan menggunakan suatu sistem, mereka akan mengevaluasi apa yang dirasakan dan diterima dari sistem yang digunakan. Dari evaluasi inilah konsumen akan memiliki pengalaman yang secara langsung mempengaruhi penggunaan ulang sistem tersebut. Setiap individu memiliki pengalaman yang berbeda pada suatu obyek yang sama, hal ini dipengaruhi adanya faktor situasi dimana pengalaman itu terjadi, tingkat pendidikan, umur, budaya, pekerjaan, kepribadian, dan latar belakang sosial ekonomi.

Pengalaman setiap individu berbeda-beda pada obyek yang sama karena pengalaman bersifat subyektif, yang dipengaruhi oleh memori setiap individu. Apapun yang masuk dalam panca indera dan diperhatikan akan disimpan dalam memori dan digunakan untuk menanggapi hal baru. Pengalaman dapat terbagi menjadi dua yaitu pengalaman yang disebabkan adanya berbuat dan partisipasi langsung dan pengalaman yang disebabkan adanya observasi langsung melalui simbol, kata-kata, dan gambar (Oemar Hamalik 2008 dalam Riyanti & Kasyadi, 2021).

#### **4. *Financial Technology (FinTech)***

*Financial technology* merupakan hasil inovasi pada bidang jasa keuangan. Inovasi dilakukan oleh perusahaan bidang jasa keuangan dengan teknologi untuk memudahkan dan mempercepat layanan keuangan yang disediakan. *Fintech* merupakan alat pembayaran elektronik yang dihasilkan dari gabungan jasa keuangan dan teknologi. Terciptanya *fintech* membawa keuntungan bagi konsumen maupun pedagang. Keuntungan yang diperoleh konsumen yaitu lebih banyak pilihan, harga lebih murah dan layanan lebih baik. Sedangkan keuntungan yang diperoleh pedagang yaitu menekankan biaya modal dan biaya operasional dan menyederhanakan alur transaksi. Terdapat banyak produk dan layanan dalam *fintech* yang dapat digunakan dan dimanfaatkan.

Fintech berdasarkan Bank Indonesia dikategorikan menjadi 4 jenis, yaitu (Khairunnisa, 2022):

1. *Peer-to-Peer (P2P) Lending dan Crowdfunding*

*Fintech* jenis ini berfungsi untuk mempertemukan pemilik dana dengan pihak yang membutuhkan dana untuk memberikannya sebagai investasi atau modal. Debitur dan kreditur pada jenis *peer-to-peer lending* melakukan transaksi pinjam meminjam secara online, contoh *P2P Lending* di Indonesia yaitu Modalku, Amarnya, Koinworks dan Investree. Sedangkan jenis *crowdfunding*, bisnis seseorang dengan pemilik dana yang bekerjasama (patungan) akan dibiayai oleh sejumlah pemilik dana. Contoh yang ada di Indonesia yaitu Indiegogo, Kitabisa dan Kickstarter.

2. *Settlement, Payment dan Clearing*

*Fintech* ini bergerak dibidang pembayaran. Bisnis *e-commerce* dengan berbagai jenis bank terhubung dengan *fintech payment gateway* sehingga memudahkan proses transaksi antara penjual dan pembeli. Dompet elektronik dapat kita jumpai di beberapa aplikasi yang menyediakan fitur dompet digital dan *e-commerce marketplace*. Proses kerja dompet elektronik yaitu pengguna menyimpan uang non tunai sesuai cara pada aplikasi tersebut. Contoh dompet elektronik yaitu GoPay, *ShopeePay*, LinkAja dan OVO.

3. *Market Aggregator*

*Fintech* ini menyimpan data terkait produk keuangan yang ada di pasaran dan data terkait aspek produk keuangan seperti harga, fitur, dan manfaatnya.

4. Manajemen Risiko Investasi

*Fintech* jenis ini dapat melakukan perencanaan keuangan dan memantau kondisi keuangan, karena diaplikasikan

menggunakan *smartphone*. Contoh *fintech* ini yang ada di Indonesia yaitu Cekpremi, Pasarpolis, Bareksa dan Bibit.

Terdapat beberapa metode pembayaran pada e-commerce Shopee yaitu Alfamart dan Indomaret, Transfer Bank, *ShopeePay*, SPayLater, OneKlik, Kartu Debit/Kredit Online, *Cash On Delivery* (COD), Kredivo dan Cicilan Kartu Kredit.

- Transfer Bank

Dapat melakukan pembelian berbagai produk di *Shopee* dengan metode pembayaran transfer bank (dicek manual) dan transfer bank *virtual account* (dicek otomatis)

- *ShopeePay*

Dapat melakukan metode pembayaran *ShopeePay* dengan berbagai keuntungan seperti, promo dan *cashback*.

- SPayLater

Metode pinjaman online atau hutang dengan batas maksimal 6 juta yang harus dibayar oleh pengguna dalam kurun waktu 1 bulan tanpa Bunga atau cicilan 2, 3, 6, 12 bulan tanpa kartu kredit.

- OneKlik

Metode pembayaran dengan hanya satu klik, untuk sumber dana cukup registrasi dari rekening BCA.

- Bayar di Tempat atau COD

Metode pembayaran yang dilakukan secara tunai setelah produk diterima oleh pembeli. Metode ini berlaku pada toko yang mengaktifkan pembayaran COD maupun domisili pembeli yang menerima pembayaran COD.

- Cicilan Kartu Kredit

Pmbayaran dengan angsuran per 3 bulan, 6 bulan, 12 bulan, 18 bulan atau 24 bulan untuk melunasinya.

- Kartu Debit atau Kredit Online

Pembayaran kredit ini diproses oleh pihak ketiga dan hanya kartu 3D *Secure* yang digunakan *Shopee*, dengan maksimum belanja Rp. 30.000,00/*checkout*.

- Alfamart dan Indomaret

Pembayaran ini dapat dilakukan melalui Indomaret atau Alfamart yang ada diseluruh Indonesia. Transaksi nominal pembayaran di Alfamart di bawah Rp. 5.000,00 dan di atas Rp. 20.000,00 sedangkan di Indomaret di bawah Rp. 5.000,00 dan di atas Rp. 10.000,00.

Beberapa landasan hukum tentang *Fintech* di Indonesia:

- Peraturan Bank Indonesia No. 18/40/PBI/2016 tentang Penyelenggaraan Pemrosesan Transaksi Pembayaran.
- Peraturan Otoritas Jasa Keuangan No. 77/POJK.01/2016 tentang Layanan Pinjam Meminjam Uang Berbasis Teknologi Informasi.
- Fatwa Dewan Syariah Nasional-Majelis Ulama Indonesia No. 116/DSN-MUI/IX/2017 tentang Uang Elektronik Syariah.

## 5. *ShopeePay*

### a. Pengertian *ShopeePay*

*ShopeePay* merupakan fitur layanan uang elektronik yang digunakan untuk pembayaran offline di *merchant shopee*, pembayaran online pada aplikasi *shopee* dan juga dapat melakukan transfer saldo *ShopeePay* ke sesama pengguna *ShopeePay*.

Beberapa fitur layanan yang ada di *ShopeePay*, yaitu:

- *Top up ShopeePay* akun yang belum terverifikasi maksimal 2 juta dan untuk *top up ShopeePay* akun yang sudah terverifikasi maksimal 10 juta
- Pembayaran dengan scan kode QR di website, toko atau aplikasi *merchant*

- Transfer ke Bank atau ke sesama pengguna *ShopeePay*
  - Pengisian saldo *ShopeePay* melalui Transfer Bank
  - Penarikan dana *ShopeePay* bagi pengguna yang sudah verifikasi data diri
- b. Fatwa DSN-MUI No. 116/DSN-MUI/IX/2017 tentang Uang Elektronik Syariah
- Uang elektronik merupakan alat pembayaran yang mengandung beberapa unsur yaitu: jumlah nominal tersimpan secara elektronik pada suatu media yang telah terregistrasi, dikelola oleh penerbit bukan uang simpanan, digunakan pada transaksi jual beli yang pedagangnya bukan termasuk penerbit uang elektronik dan penerbitan didasarkan pada jumlah nominal uang yang disetorkan terlebih dahulu kepada penerbit.
  - Uang elektronik syariah merupakan uang elektronik yang sesuai dengan prinsip syariah
  - Digunakan sebagai alat transaksi pembayaran atau transfer dana
- c. Akad-akad yang terkait dengan *ShopeePay* dalam Fatwa DSN-MUI No.116/DSN-MUI/IX/2017, yaitu: akad *qardh*, akad *wadi'ah* dan akad *ju'alah*. Bentuk akad dalam *ShopeePay* yaitu:
- Akad *qardh* merupakan akad pinjaman dari pemegang uang elektronik kepada penerbit dengan ketentuan bahwa penerbit wajib mengembalikan uang yang diterimanya kepada pemegang kapan saja yang berupa saldo *ShopeePay* dapat ditransfer sesama pengguna *ShopeePay* dan tarik tunai kapan saja.
  - Akad *ju'alah* yaitu akad yang memberikan imbalan dari penerbit kepada pengguna *ShopeePay* seperti *cashback*, diskon, *voucher* gratis ongkir, *reward special*.



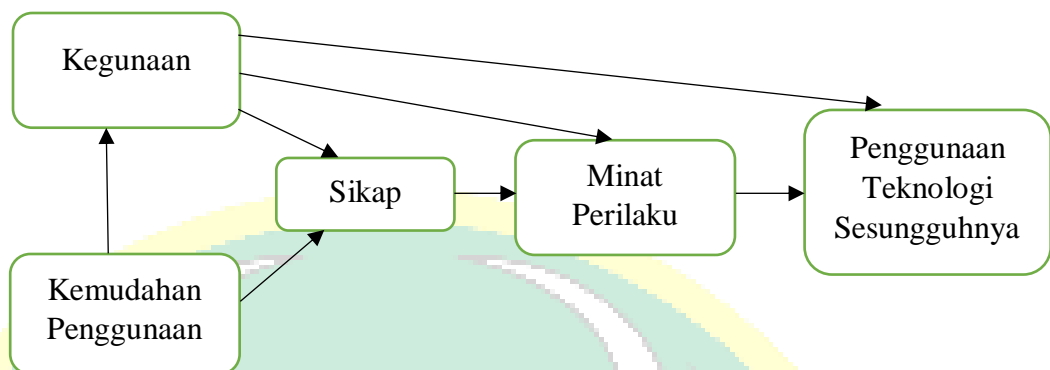
- Akad *wadi'ah* merupakan akad titipan dari pemegang uang elektronik kepada penerbit dengan adanya syarat bahwa pemegang uang elektronik dapat menarik dan menggunakan uang tersebut kapan saja.

## 6. *Technology Acceptance Model (TAM)*

Para pengguna sistem teknologi akan mempertimbangkan berbagai hal yang berdampak positif bagi dirinya seperti kemanfaatan dan kegunaan sistem, dua hal tersebut menjadi determinan utama perilaku penerimaan teknologi sehingga seseorang menggunakan teknologi. Mengutip pendapat Davis (1989) dalam Andriane (2020) *Technology Acceptance Model* (Model Penerimaan Teknologi) merupakan sebuah teori tentang sistem informasi yang didesign untuk menjelaskan bagaimana pengguna memahami serta mengaplikasikan teknologi tersebut, semakin tinggi tingkat penggunaan sistem tersebut menandakan bahwa sistem memiliki banyak kemanfaatan dan kemudahan bagi penggunanya.

Penerimaan penggunaan dalam TAM pada sistem informasi dipengaruhi oleh dua variabel, yaitu kemudahan penggunaan dan kegunaan (Ratri, 2016). Arti manfaat/kegunaan dari menggunakan *Technology Acceptance Model* merupakan kecenderungan seseorang untuk menggunakan atau tidaknya aplikasi tersebut, karena pada saat seseorang memperoleh kemanfaatan akan memiliki keyakinan bahwa aplikasi yang digunakan dapat membantu aktifitasnya menjadi lebih baik. Sedangkan arti kemudahan penggunaan dalam TAM merupakan tingkat kepercayaan seseorang bahwa menggunakan suatu sistem menjadi hal yang mudah dan mengurangi usaha seseorang dalam menjalankan pekerjaan.

Adapun model TAM sebagai berikut (Jogiyanto, 2008 dalam Ratri, 2016):



**Gambar 2.1** *Technology Acceptance Model (TAM)*

Terdapat 5 variabel utama dalam TAM, yaitu kegunaan, intensi, kemudahan penggunaan, sikap dan penggunaan teknologi sesungguhnya. Berikut penjelasan masing-masing variabel:

**Kegunaan**, variabel ini dapat diartikan sejauh mana kepercayaan seseorang pada suatu teknologi yang mampu meningkatkan kinerjanya. Untuk mengukur variabel kegunaan dapat dilihat dari 6 indikator yaitu, mampu menambah produktivitas, memudahkan pekerjaan seseorang, berguna, pekerjaan menjadi lebih cepat selesai, meningkatnya efektivitas kerja dan meningkatkan kinerja.

**Kemudahan penggunaan**, variabel ini dapat diartikan sejauh mana seseorang mempercayai dengan menggunakan teknologi akan terbebas dari usaha. Untuk mengukur variabel kemudahan penggunaan dapat dilihat dari 6 indikator yaitu, kemudahan sistem untuk dikontrol, sistem mudah dipelajari, mudah digunakan, interaksi dengan sistem mudah dimengerti dan jelas, fleksibilitas interaksi dan mudah untuk terampil menggunakan sistem.

**Sikap**, variabel ini dapat diartikan sebagai perasaan positif atau negatif seseorang dari perilaku yang akan ditentukan. Variabel ini berpengaruh terhadap intensi dan dipengaruhi kegunaan serta kemudahan penggunaan.

**Intensi/ Minat Perilaku**, intensi berpengaruh terhadap penggunaan teknologi sesungguhnya serta dipengaruhi kegunaan dan sikap. Untuk mengukur variabel kemudahan penggunaan dapat dilihat dari 2 indikator yaitu, rencana pemanfaatan di masa depan dan penggunaan sistem untuk menyelesaikan pekerjaan.

**Penggunaan teknologi sesungguhnya**, variabel ini dipengaruhi langsung oleh kegunaan dan intensi. Untuk mengukur variabel kemudahan penggunaan dapat dilihat dari 3 indikator yaitu, kepuasan pengguna, frekuensi sesungguhnya dan penggunaan sesungguhnya.

## **7. Keputusan Konsumen**

### **1. Perilaku Konsumen**

Konsumen merupakan pemakaian barang (makanan, pakaian dan sebagainya) maupun jasa (pelanggan dan sebagainya) dari hasil produksi (KBBI, 2021). Mengutip pendapat Hawkins dan Mothersbaugh (Suryani, 2013), Perilaku konsumen merupakan studi tentang bagaimana individu maupun kelompok serta proses yang dilakukan untuk menggunakan, memilih, dan menghentikan produk, jasa serta ide atau pengalaman memuaskan kebutuhannya dan dampak terhadap konsumen.

### **2. Faktor Internal dan Eksternal Perilaku Konsumen**

Faktor internal yang mempengaruhi perilaku konsumen yaitu (Suryani, 2013):

#### **1) Persepsi**

Merujuk pendapat Kanuk dan Schiffman (2007) dalam Suryani (2013), persepsi merupakan proses psikologis dimana individu memilih/seleksi, mengorganisasi dan menginterpretasi segala hal yang didapat dari panca indera menjadi sesuatu yang bermakna.

## 2) Motivasi

Motivasi merupakan proses adanya dorongan dari konsumen untuk menggunakan suatu sistem. Motivasi timbul karena adanya kebutuhan, harapan dan dorongan untuk memperoleh kepuasan tersebut.

## 3) Gaya hidup dan kepribadian

Gaya hidup merupakan sikap bagaimana seseorang mengalokasikan uang dan waktunya serta pemilihan produk maupun penggunaan jasa. Sedangkan kepribadian menunjukkan pada karakteristik yang melekat pada diri konsumen. Misalnya, dua orang memiliki kesamaan dalam kebutuhan pelayanan jasa wisata namun memerlukan jenis wisata yang berbeda karena karakteristik kepribadian yang berbeda, leni yang suka berpetualang lebih memilih wisata alam untuk liburan sedangkan linda yang kurang berani mengambil risiko dan lebih berhati-hati lebih memilih wisata rohani untuk liburan.

## 4) Sikap

Kecenderungan untuk bereaksi terhadap produk yang baik atau kurang baik secara konsekuen.

## 5) Belajar

Perubahan perilaku yang disebabkan oleh adanya pengalaman, misalnya seseorang tidak akan membeli produk tersebut lagi jika tidak memuaskan.

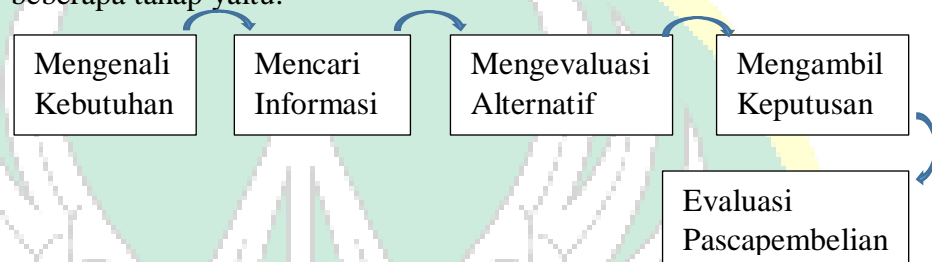
Faktor eksternal yang mempengaruhi perilaku konsumen yaitu (Nurruyati, 2010 dalam Pratiwi, 2021):

- 1) Kelas sosial, penggolongan kekuasaan, pengetahuan, kekayaan dan lain sebagainya menjadi hal yang umum di masyarakat dimana hal tersebut juga akan mempengaruhi masyarakat dalam mengkonsumsi suatu barang maupun jasa.

- 2) Budaya, keputusan konsumen dalam membeli sebuah produk dipengaruhi oleh pola pikir, kebiasaan, nilai-nilai yang berlaku di daerahnya dan kepercayaan.
- 3) Keluarga, keluarga biasanya akan memberi kontribusi dalam keputusan untuk membeli sebuah produk.

### 3. Model Pengambilan Keputusan

Merujuk pada pendapat Schiffman dan Kanuk (2007) dalam Suryani (2013:15) proses pengambilan keputusan memiliki beberapa tahap yaitu:



**Gambar 2.2** Model Pengambilan Keputusan

#### 1) Kenali Kebutuhan

Konsumen pada tahap ini menyadari bahwa terdapat hal yang berbeda antara yang dialami dan diharapkan. Kesadaran ini disebabkan adanya rangsangan dari dalam maupun luar. Misal, rasa lapar (dari dalam diri seseorang) dan bau masakan di rumah makan (dari luar diri seseorang).

#### 2) Pencarian Informasi

Untuk memenuhi kebutuhan terbaik, konsumen akan berusaha mencari informasi yang sesuai dengan tingkat persepsinya pada risiko dari produk maupun jasa yang akan digunakannya. Produk maupun jasa yang memiliki risiko tinggi akan menyebabkan konsumen mengambil keputusan yang lebih kompleks sehingga pencarian informasi juga lebih banyak. Sebaliknya, produk maupun jasa yang menurutnya kurang berisiko tidak akan terlalu banyak dalam pencarian informasi.

### 3) Evaluasi Alternatif

Dalam pengambilan keputusan, informasi yang diperoleh menjadi bahan pertimbangan konsumen untuk menggunakan suatu produk maupun jasa. Seperti mempertimbangkan risiko tenaga, waktu, biaya dan lain-lain.

### 4) Pengambilan Keputusan

Setelah melakukan evaluasi dengan berbagai pertimbangan, maka konsumen akan melakukan pengambilan keputusan yang dipengaruhi oleh dua faktor yaitu sikap orang lain dan situasi yang tidak terduga. Misalnya, kondisi keuangan yang mendadak kurang baik.

### 5) Evaluasi Pasca Pembelian

Setelah menggunakan produk maupun jasa, konsumen akan merasakan puas atau tidak puas. Konsumen merasa puas apabila kinerja produk atau jasa melebihi yang diharapkan sehingga konsumen akan menggunakan kembali atau bahkan merekomendasikan produk maupun jasa tersebut kepada orang lain. Sebaliknya konsumen merasa tidak puas apabila kinerja produk atau jasa kurang dari yang diharapkan sehingga konsumen akan berhenti untuk menggunakan produk maupun jasa.

## **B. Kajian Pustaka**

1. Penelitian Vina Dewi Ramadhanty et al (2021) yang berjudul “Analisis Faktor Penggunaan Dompot Digital di Kalangan Mahasiswa Perguruan Tinggi Surabaya”. Tujuan dilakukannya penelitian ini untuk mengetahui faktor yang mempengaruhi penggunaan dompet digital pada kalangan mahasiswa. Metode penelitian ini menggunakan kuantitatif dengan menyebarkan kuesioner online. Sasaran penelitian ini adalah mahasiswa Surabaya. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengguna dompet digital lebih

banyak pada mahasiswa yang berjenis kelamin perempuan dengan rentang usia 19-20 tahun. Dari berbagai faktor penggunaan dompet digital, faktor efisien dan praktis menjadi faktor yang paling banyak disetujui oleh responden.

2. Penelitian Jalil Nur Rahman dan Muhammad Yahya Arwiyah (2021) yang berjudul “Pengaruh *Digital Marketing* dan *Brand Trust* Terhadap Keputusan Memakai DANA Dompet Digital Pada Masyarakat Kota Bandung”. Tujuan dilakukannya penelitian ini untuk mengetahui pengaruh *digital marketing* dan *brand trust* terhadap keputusan memakai Dana Dompet Digital di Kota Bandung. Data penelitian diperoleh dari kuesioner online kepada pengguna Dana di Bandung, dengan analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian ini menyatakan bahwa Variabel *brand trust* dan *digital marketing* memiliki pengaruh positif dan signifikan secara parsial maupun simultan, pengaruh variabel *brand trust* dan *digital marketing* terhadap keputusan menggunakan Dana sebesar 59,8% dan 40,2% sisanya dipengaruhi faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.
3. Penelitian Defira Amadea Wongso (2020) yang berjudul “Analisa *User Experience* Terhadap *Customer Loyalty* dengan *Trust* Sebagai Variabel *Intervening* Pada Aplikasi OVO *Digital Payment*”. Penelitian dilakukan untuk menganalisis bagaimana *user experience* mempengaruhi *customer loyalty* dengan *trust* sebagai variabel *intervening* pada *digital payment* OVO. Data primer penelitian ini yaitu dengan menyebarkan kuesioner kepada orang-orang yang memiliki dan menggunakan dompet digital OVO dengan minimal penggunaan sebanyak 20 kali dalam jangka waktu 6 bulan terakhir dan orang-orang yang *top up* dompet digital OVO minimal Rp. 100.000. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel *user experience* berpengaruh signifikan terhadap *customer loyalty*, *customer*

*loyalty* berpengaruh signifikan terhadap *trust* dan *user experience* berpengaruh signifikan terhadap *trust*.

4. Penelitian Daniel Hartono Wibowo Chandra et al (2021) yang berjudul “Analisis Faktor Penggunaan Dompot Digital Studi Kasus di Kota Surabaya”. Penelitian dilakukan untuk menganalisis faktor yang mempengaruhi pemilihan penggunaan dompet digital di Surabaya. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif dengan analisa korelasi bivariat. Hasil penelitiannya yaitu kemampuan finansial, kemudahan, keamanan, promosi, kecepatan transaksi dan sosial berpengaruh terhadap pemilihan menggunakan dompet digital. Dompot digital yang paling banyak digunakan responden yaitu OVO dan Go-Pay dengan alasan terdapat promosi yang ditawarkan dan *cashback*.
5. Penelitian Ika Sri Astuti dan Edi Suswardji Nugroho (2021) yang berjudul “Analisis Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Minat Masyarakat Dalam Menggunakan Aplikasi Dompot Digital Go-Pay”. Penelitian ini dilakukan untuk menjelaskan, mengetahui dan menganalisis faktor fitur layanan, persepsi kemudahan, pengetahuan konsumen, promosi penjualan, kepercayaan, persepsi manfaat dan *top up* terhadap minat masyarakat menggunakan Go-Pay. Pendekatan penelitian ini adalah deskriptif kuantitatif dengan teknik *sampling non probability*. Dengan sampel 180 responden. Hasil penelitian menyatakan bahwa faktor keterjangkauan harga dengan total *variance* (12,051%), meningkatkan produktivitas (10,200%), kemudahan akses (9,512%), promosi (6,909%), fitur layanan (6,193%), inovasi (5,488%), terampil (5,329%), informasi sesuai fakta (4,844%) dan kepuasan serta keamanan (4,546%). Faktor yang paling mempengaruhi masyarakat yaitu keterjangkauan harga (12,051%).



6. Penelitian Sucika Putri Zalma et al (2021) yang berjudul “Peran Kepercayaan Memediasi Pengaruh Pengalaman Terhadap Niat Menggunakan Kembali Aplikasi Pembayaran X di Jakarta”. Penelitian ini dilakukan untuk menjelaskan pengaruh kepercayaan dan pengalaman pengguna pembayaran X terhadap niat menggunakan kembali *ShopeePay* dan juga mengetahui peran kepercayaan memediasi pengaruh pengalaman terhadap niat menggunakan kembali *ShopeePay*. Hasil penelitiannya menunjukkan bahwa pengalaman memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap niat menggunakan kembali *ShopeePay*, kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat menggunakan kembali *ShopeePay*, pengalaman berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepercayaan serta secara signifikan kepercayaan mampu memediasi pengaruh pengalaman terhadap niat menggunakan kembali *ShopeePay*.
7. Penelitian Sulfina et al (2021) yang berjudul “Pengaruh Persepsi Kemudahan dan Persepsi Manfaat Terhadap Minat Untuk Menggunakan Uang Elektronik (*ShopeePay*)”. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh persepsi kemudahan penggunaan dan persepsi manfaat terhadap minat menggunakan uang elektronik (*ShopeePay*). Sampel penelitian ini sebanyak 100 responden dengan pengumpulan data menggunakan *google form*. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa persepsi kemudahan penggunaan dan persepsi manfaat berpengaruh positif serta signifikan terhadap minat untuk menggunakan uang elektronik (*ShopeePay*) dengan nilai koefisien determinasi 86,9%.
8. Penelitian Qovifah Damayanti et al (2022) yang berjudul “Pengaruh Persepsi Mahasiswa Universitas Ahmad Dahlan Terhadap Layanan Go-Pay”. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui persepsi konsumen yang berupa *benefit, trust, self-efficacy, security* dan *ease of use* terhadap layanan pada dompet digital Go-Pay. Jumlah sampel

yang digunakan penelitian ini sebanyak 100 responden dengan kategori pernah bertransaksi menggunakan layanan Go-Pay, pengambilan sampel menggunakan teknik *purposive sampling* dengan *standar error* 10%. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel *benefit* berpengaruh positif dan signifikan, variabel *trust*, *security* dan *ease of use* berpengaruh positif dan tidak signifikan, sedangkan variabel *self-efficacy* berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap persepsi konsumen.

**Tabel 2.1**  
**Penelitian Terdahulu**

<b>Nama Peneliti dan Judul Penelitian</b>	<b>Hasil Penelitian</b>	<b>Perbedaan dan Persamaan</b>
Jurnal Vina Dewi Ramadhanty et al (2021), yang berjudul “Analisis Faktor Penggunaan Dompet Digital di Kalangan Mahasiswa Perguruan Tinggi Surabaya”	Pengguna dompet digital lebih banyak dari kalangan mahasiswa yang berjenis kelamin perempuan dengan rentang usia 19-20 tahun. Dari berbagai faktor penggunaan dompet digital, faktor efisien dan praktis menjadi faktor yang paling banyak disetujui oleh responden.	<b>Persamaan:</b> faktor penggunaan dompet digital, objek pengguna dompet digital yaitu kalangan remaja <b>Perbedaan:</b> dompet digital secara umum, variabel independen yaitu kemudahan, keamanan, promo, admin, privasi, efisiensi dan inovasi, jumlah sampel penelitian 83 responden.
Jurnal Daniel Hartono Wibowo Chandra et al	Kemampuan finansial, kemudahan,	<b>Persamaan:</b> pengumpulan data

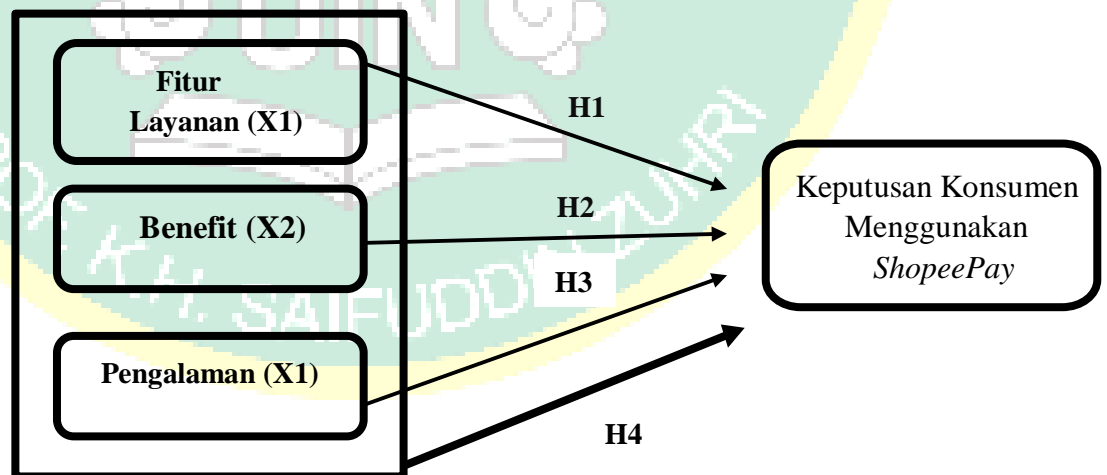
<p>(2021), yang berjudul “Analisis Faktor Penggunaan Dompot Digital Studi Kasus di Kota Surabaya”</p>	<p>keamanan, promosi, kecepatan transaksi dan sosial berpengaruh terhadap pemilihan menggunakan dompet digital. Dompot digital yang paling banyak digunakan responden yaitu OVO dan Go-Pay dengan alasan terdapat promosi yang ditawarkan dan <i>cashback</i>.</p>	<p>menggunakan kuesioner <b>Perbedaan:</b> variabel independen terdiri dari kemampuan finansial, kemudahan, promosi, keamanan, sosial, kecepatan transaksi, variabel dependen yaitu responden usia 17 sampai dengan 40 tahun.</p>
<p>Jurnal Jalil Nur Rahman dan Muhammad Yahya Arwiyah (2021), yang berjudul “Pengaruh Digital Marketing dan Brand Trust Terhadap Keputusan Memakai Dana Dompot Digital Pada Masyarakat Kota Bandung”</p>	<p>Variabel <i>brand trust</i> dan <i>digital marketing</i> berpengaruh positif dan signifikan secara parsial maupun simultan, pengaruh variabel brand trust dan digital marketing terhadap keputusan menggunakan Dana sebesar 59,8% dan 40,2% sisanya dipengaruhi faktor lain yang tidak diteliti oleh peneliti.</p>	<p><b>Persamaan:</b> variabel dependen yaitu keputusan menggunakan dompet digital <b>Perbedaan:</b> variabel independen yaitu digital marketing dan brand trust, jumlah sampel 400 responden, dompet digital yang diteliti yaitu Dana.</p>

<p>Jurnal Defira Amadea Wongso (2020), yang berjudul “Analisa <i>User Experience</i> Terhadap <i>Customer Loyalty</i> dengan <i>Trust</i> Sebagai Variabel <i>Intervening</i> Pada Aplikasi <i>OVO Digital Payment</i>”</p>	<p>Variabel <i>user experience</i> berpengaruh signifikan terhadap <i>customer loyalty</i>, <i>customer loyalty</i> berpengaruh signifikan terhadap <i>trust</i> dan <i>user experience</i> berpengaruh signifikan terhadap <i>trust</i>.</p>	<p><b>Persamaan:</b> responden pengguna dompet digital <b>Perbedaan:</b> pengguna dompet digital OVO, variabel dependen <i>customer loyalty</i>, jumlah sampel 108 responden.</p>
<p>Jurnal Ika Sri Astuti dan Edi Suswardji Nugroho (2021), yang berjudul “Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Masyarakat Dalam Menggunakan Aplikasi Dompet Digital Go-Pay”.</p>	<p>Faktor keterjangkauan harga dengan total <i>variance</i> (12,051%), meningkatkan produktivitas (10,200%), kemudahan akses (9,512%), promosi (6,909%), fitur layanan (6,193%), inovasi (5,488%), terampil (5,329%), informasi sesuai fakta (4,844%) dan kepuasan serta keamanan (4,546%). Faktor yang paling mempengaruhi masyarakat yaitu keterjangkauan harga (12,051%).</p>	<p><b>Persamaan:</b> meneliti faktor yang mempengaruhi individu dalam menggunakan dompet digital, teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner. <b>Perbedaan:</b> variabel independen terdiri dari keterjangkauan harga, inovasi, meningkatkan produktivitas, kemudahan akses, keamanan, kepuasan, terampil, dan informasi sesuai fakta, jumlah sampel 180 responden yang</p>

		menggunakan dompet digital Go-Pay, kelayakan variabel menggunakan uji KMO and bartlett's test.
Jurnal Sucika Putri Zalma et al (2021), yang berjudul “Peran Kepercayaan Memediasi Pengaruh Pengalaman Terhadap Niat Menggunakan Kembali Aplikasi Pembayaran X di Jakarta”	Pengalaman dan kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat menggunakan kembali ShopeePay, pengalaman berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepercayaan serta secara signifikan kepercayaan mampu memediasi pengaruh pengalaman terhadap niat menggunakan kembali ShopeePay	<b>Persamaan:</b> variabel independen “pengalaman”, responden pengguna ShopeePay, sumber data primer menggunakan google form. <b>Perbedaan:</b> sampel penelitian sebanyak 200 responden, analisis jalur sebagai teknik dalam menganalisis data penelitian.
Jurnal Sulfina et al (2021), yang berjudul “Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan dan Persepsi Manfaat Terhadap Minat Untuk Menggunakan	Persepsi kemudahan penggunaan dan persepsi manfaat berpengaruh positif serta signifikan terhadap minat untuk menggunakan uang elektronik	<b>Persamaan:</b> variabel dependen ShopeePay, variabel independen manfaat <b>Perbedaan:</b> sampel penelitian tidak menentukan rentang usia

Uang Elektronik (ShopeePay)”	(ShopeePay) dengan nilai koefisien determinasi 86,9%.	
Jurnal Qovifah Damayanti et al (2022), yang berjudul “Pengaruh Persepsi Mahasiswa Universitas Ahmad Dahlan Terhadap Layanan Go-Pay”	Variabel <i>benefit</i> berpengaruh positif dan signifikan, variabel <i>trust</i> , <i>security</i> dan <i>ease of use</i> berpengaruh positif dan tidak signifikan, variabel <i>self-efficacy</i> berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap persepsi konsumen.	<b>Persamaan:</b> variabel independen <i>benefit</i> , responden usia remaja, teknik pengambilan sampel dengan <i>purposive sampling</i> <b>Perbedaan:</b> variabel dependen Go-Pay, responden 100 dari kalangan mahasiswa

### C. Kerangka Pemikiran



Gambar 2.3 Kerangka Pemikiran

#### D. Hipotesis

Hipotesis penelitian sebagai jawaban sementara pada rumusan masalah dalam penelitian ini sebagai berikut:

##### 1. Pengaruh Fitur Layanan Terhadap Keputusan Konsumen Menggunakan *ShopeePay*

Fitur layanan merupakan penerapan konsep promosi terhadap minat konsumen dalam penggunaan suatu produk (Risma, 2021). Pemahaman individu terhadap fitur layanan khususnya dompet digital *ShopeePay* akan berdampak pada keinginan individu untuk menggunakannya. Merujuk pendapat Sangadji (2013) dalam Nurmuchtar (2019) Fitur merupakan karakteristik yang mampu menambah fungsi dasar produk maupun jasa, sehingga penambahan fungsi tersebut sebagai alasan konsumen memilih untuk menggunakannya. Fitur layanan berpengaruh terhadap keputusan konsumen menggunakan *ShopeePay* karena individu yang paham dengan fitur layanan akan mudah dalam mengaplikasikannya. Penjelasan diatas sesuai dengan penelitian Astuti dan Nugroho (2021) yang menyatakan bahwa fitur layanan, promosi, keterjangkauan harga, keamanan, terampil, akses informasi, inovasi, produktivitas dan kemudahan akses memiliki pengaruh terhadap keputusan konsumen menggunakan dompet digital. Maka, dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

Ha : Fitur Layanan berpengaruh terhadap keputusan konsumen menggunakan *ShopeePay* sebagai alat pembayaran dalam bertransaksi

##### 2. Pengaruh *Benefit* Terhadap Keputusan Konsumen Menggunakan *ShopeePay*

Arti *benefit* menurut kamus Bahasa Inggris terjemahan Indonesia adalah guna, manfaat, keuntungan. Menurut Davis dalam (Husen et al, 2021) terdapat 4 indikator uang elektronik mengandung nilai kemanfaatan bagi penggunanya yaitu sistem

mampu mempercepat proses, sistem mampu meningkatkan efektivitas, sistem bermanfaat bagi individu dan menambah tingkat produktivitas individu. Manfaat merupakan suatu kepercayaan yang dirasakan seseorang dalam proses pengambilan keputusan (Khasanah, 2021). Ketika seseorang merasakan kemanfaatan dalam menggunakan suatu sistem maka orang tersebut akan memiliki ketertarikan untuk menggunakan dan menjadikan pilihan utama dalam bertransaksi. Hasil penelitian Chandra et al (2021) sesuai dengan penjelasan diatas yaitu variabel *benefit* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan konsumen menggunakan dompet digital. Maka, dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

Ha : *Benefit* berpengaruh terhadap keputusan konsumen menggunakan *ShopeePay* sebagai alat pembayaran dalam bertransaksi

### 3. Pengaruh Pengalaman Terhadap Keputusan Konsumen Menggunakan *ShopeePay*

Pengalaman merupakan tingkat pemahaman dan penguasaan seseorang atas keterampilan dan pengetahuan yang dimilikinya (Riyanti & Kasyadi, 2021). Merasakan kepuasan setelah adanya penggunaan suatu sistem akan menumbuhkan rasa kepercayaan yang tinggi sehingga mempengaruhi individu maupun orang lain untuk menggunakan sistem tersebut. Semakin baik pengalaman ataupun *review* yang dimilikinya akan sangat mempengaruhi individu dalam penggunaan dompet digital. Penelitian Wongso (2020) menunjukkan bahwa pengalaman seseorang dalam menggunakan suatu sistem memiliki pengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepercayaan. Maka, dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

Ha : Pengalaman berpengaruh terhadap keputusan konsumen menggunakan *ShopeePay* sebagai alat pembayaran dalam bertransaksi.



## E. Landasan Teologis

Mata uang yang berlaku di zaman Rasulullah SAW diantaranya emas, perak dan dirham, tidak terdapat uang kertas maupun uang elektronik. Dasar hukum mata uang yang ada di zaman Rasulullah terus digunakan sampai munculnya uang kertas. Dalam QS. An-Nisa: 29

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ  
مِنْكُمْ ۗ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ ۗ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا تَرَا ضِ

*Artinya: Wahai orang-orang yang beriman! Janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil (tidak benar), kecuali dalam perdagangan yang berlaku atas dasar suka sama suka diantara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu. Sesungguhnya Allah maha penyayang kepadamu (QS. An-Nisa: 29).*

Tidak terdapat kewajiban di dalam Al-Qur'an bagi kita untuk menggunakan emas maupun perak sebagai alat pembayaran dan juga tidak adanya penafsiran alat pembayaran selain emas, perak dan dirham.

Dapat dilihat dalam firman Allah QS. At-Taubah: 34

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا إِنَّ كَثِيرًا مِّنَ الْأَخْبَارِ وَالرُّهْبَانِ لَيَأْكُلُونَ أَمْوَالَ النَّاسِ  
بِالْبَاطِلِ وَيَصُدُّونَ عَن سَبِيلِ اللَّهِ وَالَّذِينَ يَكْنِزُونَ الذَّهَبَ وَالْفِضَّةَ وَلَا  
يُنْفِقُوهَا فِي سَبِيلِ اللَّهِ فَبَشِّرْهُمْ بِعَذَابٍ أَلِيمٍ

*Artinya: Wahai orang-orang yang beriman, sesungguhnya banyak dari orang-orang alim dan rahib-rahib mereka benar-benar memakan harta orang dengan jalan bathil dan mereka menghalang-halangi (manusia) dari jalan Allah, dan orang-orang yang menyimpan emas dan perak dan tidak menginfakkannya di jalan Allah. Maka, berikanlah kabar kepada mereka bahwa mereka akan mendapat siksa yang pedih (QS. At-Taubah: 34).*

Dari ayat tersebut, Al-Qur'an memberitahukan kepada kita bahwa manusia merupakan khalifah di muka bumi dan memerintahkan kepada manusia untuk melakukan usaha-usaha dengan jalan yang baik. Islam tidak melarang segala bentuk perubahan amapun usaha selagi hal tersebut tidak bertentangan dengan syariat, termasuk perkembangan alat pembayaran yang berbasis teknologi pada saat ini seperti *ShopeePay*.

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا أَنْفِقُوا مِنْ طَيِّبَاتِ مَا كَسَبْتُمْ وَمِمَّا أَخْرَجْنَا لَكُمْ مِنَ  
 الْأَرْضِ ۖ وَلَا تَيَمَّمُوا  
 الْخَبِيثَ مِنْهُ تُنْفِقُونَ وَلَسْتُمْ بِآخِذِيهِ إِلَّا أَنْ تُغْمِضُوا فِيهِ ۖ وَاعْلَمُوا أَنَّ  
 اللَّهَ غَنِيٌّ حَمِيدٌ

*Artinya: Wahai orang-orang yang beriman! Infakkanlah sebagian dari hasil usahamu yang baik-baik dan sebagian dari apa yang Kami keluarkan dari bumi untukmu. Janganlah kamu memilih yang buruk untuk kamu keluarkan, padahal kamu sendiri tidak mau mengambilnya melainkan dengan memicingkan mata (enggan) terhadapnya. Dan ketahuilah bahwa Allah Maha kaya, Maha Terpuji (QS. Al-Baqarah: 267).*

Dari ayat tersebut, menjelaskan bahwa kita dianjurkan untuk menginfakkan harta kita yang baik dari cara halal dan Allah SWT dalam ayat ini seolah-olah menyindir kita atas sifat keegoisan yaitu diperintahkannya untuk tidak memilih hal-hal buruk yang diberikan pada orang lain karena kita sendiri tidak akan menerima hal-hal buruk yang diberi orang lain. Sebagaimana dalam praktek penggunaan *ShopeePay* pada fitur layanan, harus memperhatikan beberapa hal diantaranya jaminan yang diberikan oleh penerbit Aplikasi *Shopee* kepada pengguna *ShopeePay* berupa keamanan, kejujuran, kenyamanan dan lain sebagainya.

مَنْ عَمِلَ صَالِحًا مِّنْ ذَكَرٍ أَوْ أُنْثَىٰ وَهُوَ مُؤْمِنٌ فَلَنُحْيِيَنَّهٗ حَيٰوةً طَيِّبَةً  
 وَلَنَجْزِيَنَّهُمْ أَجْرَهُمْ  
 بِأَحْسَنِ مَا كَانُوا يَعْمَلُونَ

*Artinya: Barangsiapa mengerjakan kebajikan, baik laki-laki maupun perempuan dalam keadaan beriman, maka pasti akan Kami berikan kepadanya kehidupan yang baik dan akan Kami beri balasan dengan pahala yang lebih baik dari apa yang telah mereka kerjakan (QS. An-Nahl: 97).*

Dari ayat tersebut, menjelaskan bahwa dalam menerima balasan dari Allah SWT tidak melihat perbedaan gender. Hal menarik pada ayat ini terdapat pada balasan yang Allah SWT berikan ketika di dunia berupa kehidupan yang baik (rezeki halal) dan balasan yang Allah SWT berikan ketika di akhirat berupa pahala. Balasan yang Allah SWT berikan

mengandung nilai keadilan, sebagaimana dalam praktek penggunaan *ShopeePay* yaitu mendapat berbagai macam *benefit* bagi pengguna *ShopeePay* dalam bertransaksi.

لَقَدْ كَانَ فِي قَصَصِهِمْ عِبْرَةٌ لِأُولَى الْأَلْبَابِ مَا كَانَ حَدِيثًا يُفْتَرَى وَلَكِنْ تَصْدِيقَ الَّذِي بَيْنَ يَدَيْهِ وَتَفْصِيلَ كُلِّ شَيْءٍ وَهُدًى وَرَحْمَةً لِّقَوْمٍ يُؤْمِنُونَ

*Artinya: Sungguh, pada kisah-kisah mereka itu terdapat pengajaran bagi orang yang mempunyai akal. (Al-Qur'an) itu bukanlah cerita yang dibuat-buat, tetapi membenarkan (kitab-kitab) yang sebelumnya, menjelaskan segala sesuatu, dan (sebagai) petunjuk dan rahmat bagi orang-orang yang beriman (QS. Yusuf: 111).*

Dari ayat tersebut, Al-Qur'an menceritakan berbagai kisah baik maupun buruknya orang terdahulu agar menjadi pelajaran bagi kita untuk melakukan perbuatan baiknya dan meninggalkan perbuatan buruknya. Sebagaimana kita pada saat memutuskan suatu perbuatan harus melihat pengalaman orang lain untuk mengetahui dampak positif maupun negatifnya.



## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **A. Jenis Penelitian**

Jenis penelitian yang digunakan adalah metode kuantitatif. Pendekatan kuantitatif adalah pendekatan penelitian yang didalamnya menggunakan data berupa angka-angka (Wildan, 2019). Metode kuantitatif merupakan metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivism, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrument penelitian, analisis data bersifat statistik/kuantitatif, dengan tujuan untuk menggambarkan dan menguji hipotesis yang telah ditetapkan (Sugiyono, 2019).

#### **B. Sumber Data Penelitian**

##### **1. Data Primer**

Data primer merupakan data yang dihasilkan langsung dari sumber pertama yang nantinya akan diolah oleh peneliti. Data primer dalam penelitian ini dihasilkan dari penyebaran kuesioner *online* kepada remaja Kecamatan Cilongok yang pernah melakukan transaksi menggunakan *ShopeePay* <https://forms.gle/g3Mxygmy2Bs8ahgUA>.

##### **2. Data Sekunder**

Data sekunder merupakan data yang diperoleh dari berbagai sumber sebagai referensi dalam penelitian ini seperti website, buku, skripsi, jurnal dan penelitian yang terkait dengan tema penelitian ini.

#### **C. Tempat dan Waktu Penelitian**

Penelitian ini dilakukan kepada remaja yang bertempat tinggal di Kecamatan Cilongok. Dengan alasan bahwa jumlah terbanyak pengguna elektronik yaitu pada usia remaja, hal itu sesuai dengan jumlah remaja kecamatan Cilongok yang lebih banyak dibandingkan kecamatan lain. Penelitian ini dilakukan pada bulan November 2021 sampai bulan Mei 2022.

## D. Populasi dan Sampel Penelitian

### 1. Populasi

Populasi merupakan keseluruhan element yang akan dijadikan wilayah generalisasi (Sugiyono, 2019). Populasi dalam penelitian ini adalah remaja Kecamatan Cilongok yang menggunakan *ShopeePay*.

**Tabel 3.1**

**Remaja Kecamatan Cilongok Tahun 2019**

Umur	Laki-laki	Perempuan	Jumlah
10-14	5.289	4.999	10.288
15-19	5.151	4.711	9.862
20-24	4.414	4.100	8.514
<b>Total</b>			<b>28.664</b>

Sumber: BPS Banyumas 2019

### 2. Sampel

Sampel merupakan bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi (Sugiyono, 2019). Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *purposive sampling*. *Purposive sampling* adalah menentukan sampel dalam populasi dengan pertimbangan kriteria yang diterapkan berdasarkan tujuan penelitian, yaitu individu yang merupakan remaja Kecamatan Cilongok yang pernah melakukan transaksi menggunakan *ShopeePay* (Sugiyono, 2019). Jumlah sampel dalam penelitian ini sebanyak 395 responden. Jumlah sampel diperoleh melalui perhitungan *standar error* 5% atau 0,05 dengan rumus Slovin sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1 + N (e)^2}$$

Keterangan:

n = Jumlah sampel

N = Jumlah Populasi

e = Standar Error

$$n = \frac{N}{1 + N(e)^2}$$

$$n = \frac{28.664}{1 + 28.664(0,05)^2}$$

$$n = \frac{28.664}{72,66}$$

$$n = 394,49$$

### E. Variabel dan Indikator Penelitian

Variabel penelitian merupakan segala sesuatu yang bebas bentuknya yang telah ditetapkan peneliti untuk dipelajari sehingga memperoleh informasi tersebut, kemudian ditarik kesimpulan. Ada dua variabel dalam penelitian ini, yaitu:

1. Variabel Terikat (Variabel Dependen) adalah variabel yang dipengaruhi oleh variabel bebas. Dalam penelitian ini yang menjadi variabel terikat adalah Keputusan Penggunaan *ShopeePay* (Y).
2. Variabel Bebas (Variabel Independen) adalah variabel yang mempengaruhi variabel terikat. Dalam penelitian ini yang menjadi variabel bebas adalah Fitur Layanan (X1), *Benefit* (X2) dan Pengalaman (X3).

**Tabel 3.2**

**Indikator Penelitian**

Variabel	Definisi Variabel	Indikator	Skor
Fitur Layanan (X1)	Fitur layanan merupakan penerapan konsep promosi terhadap minat konsumen dalam penggunaan suatu produk (Risma, 2021).	1. Dapat melakukan pembayaran dengan scan kode QR di toko, website atau merchants <i>shopee</i> 2. Dapat melakukan pengisian saldo	1. Sangat Tidak Setuju (STS) 2. Tidak Setuju (TS) 3. Ragu-ragu (RG) 4. Setuju (ST)

		<p>melalui transfer bank</p> <p>3. Pembayaran <i>ShopeePay</i> dapat dikombinasikan dengan koin <i>shopee</i></p> <p>4. Penggunaan <i>shopeepay</i> relatif aman dengan adanya PIN saat pengisian saldo dan transfer.</p>	5. Sangat Setuju (SS)
<i>Benefit (X2)</i>	<p>Arti <i>benefit</i> menurut kamus Bahasa Inggris terjemahan Indonesia adalah guna, manfaat, keuntungan.</p>	<p>1. Pengguna <i>shopeepay</i> mendapat voucher gratis ongkir lebih banyak daripada yang tidak menggunakan <i>shopeepay</i></p> <p>2. <i>Shopeepay</i> menghemat pengeluaran saya dengan adanya diskon yang diberikan</p> <p>3. Pengguna <i>shopeepay</i> mendapat penawaran khusus (<i>reward special</i>) para pembeli yang menggunakan pembayaran</p>	<p>1. Sangat Tidak Setuju (STS)</p> <p>2. Tidak Setuju (TS)</p> <p>3. Ragu-ragu (RG)</p> <p>4. Setuju (ST)</p> <p>5. Sangat Setuju (SS)</p>

		<p><i>shopeepay</i> dalam bertransaksi)</p> <p>4.Mendapat <i>cashback</i> dengan pembayaran menggunakan <i>shopeepay</i>.</p>	
Pengalaman (X3)	<p>Pengalaman merupakan tingkat pemahaman dan penguasaan seseorang atas keterampilan dan pengetahuan yang dimilikinya (Riyanti &amp; Kasyadi, 2021).</p>	<p>1.Transaksi menggunakan <i>shopeepay</i> memberi pengalaman baru dalam belanja online</p> <p>2.Bebas biaya penanganan dengan transaksi menggunakan <i>shopeepay</i></p> <p>3.<i>Cashback</i> dapat digunakan untuk transaksi kebutuhan lain</p> <p>4.saldo hilang setelah <i>top up</i></p> <p>5.Belanja online lebih mudah saat ada kebutuhan mendesak</p>	<p>1.Sangat Tidak Setuju (STS)</p> <p>2.Tidak Setuju (TS)</p> <p>3.Ragu-ragu (RG)</p> <p>4.Setuju (ST)</p> <p>5.Sangat Setuju (SS)</p>
Keputusan Penggunaan	<p>Mengutip pendapat Hawkins dan Mothersbaugh</p>	<p>1.Saya hanya sekedar mencoba menggunakan</p>	<p>1.Sangat Tidak Setuju (STS)</p>



<p><i>ShopeePay</i> (Y)</p>	<p>(Suryani, 2013:6), Perilaku konsumen merupakan studi tentang bagaimana individu maupun kelompok serta proses yang dilakukan untuk menggunakan, memilih, dan menghentikan produk, jasa serta ide atau pengalaman memuaskan kebutuhannya dan dampak terhadap konsumen.</p>	<p><i>shopeepay</i> dalam beberapa transaksi 2.Saya menggunakan <i>shopeepay</i> karena keluarga, teman-teman dan orang disekitar menggunakan <i>shopeepay</i> 3.Saya menggunakan <i>shopeepay</i> karena <i>review</i> dari teman-teman 4.Saya menggunakan <i>shopeepay</i> karena suka membeli produk secara online serta mudah dan cepat dalam bertransaksi 5.Saya merasa nyaman saat bertransaksi menggunakan <i>shopeepay</i>.</p>	<p>2.Tidak Setuju (TS) 3.Ragu-ragu (RG) 4.Setuju (ST) 5.Sangat Setuju (SS)</p>
---------------------------------	---	---	--

Sumber: Data yang diolah (2022)

## F. Teknik Pengumpulan Data Penelitian

Teknik pengumpulan data pada penelitian ini yaitu dengan menggunakan angket atau kuesioner *online*. Arti dari angket sendiri yaitu metode pengumpulan data dengan memberi pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada reponden (Nafis, 2017). Untuk memperoleh data, peneliti menyebarkan kuesioner *online* berupa link kuesioner kepada 395 remaja Kecamatan Cilongok. Skala pengukuran yang digunakan adalah skala likert, yang mana digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang tentang fenomena sosial (Sugiyono, 2019). Skala likert memiliki lima tingkat preferensi jawaban yaitu skor 5 jawaban sangat setuju (SS), skor 4 jawaban setuju (S), skor 3 jawaban ragu-ragu (RG), skor 2 jawaban tidak setuju (TS) dan skor 1 jawaban sangat tidak setuju (STS).

## G. Teknik Analisis Data Penelitian

### 1. Analisis Statistik Deskriptif

Statistik deskriptif merupakan kegiatan statistik yang dilakukan dalam pengumpulan data, pengolahan data, penyajian data, dan penyimpulan data (Saputro, 2018). Termasuk dalam statistik deskriptif antara lain yaitu penyajian data melalui grafik, tabel, pictogram, diagram lingkaran, perhitungan mean, median, modus, perhitungan persentil, desil, perhitungan rata-rata, standar deviasi dan perhitungan presentase (Sugiyono, 2019). Dalam mengkategorikan tiap skor pada jawaban kuesioner maka digunakan metode klasifikasi posisi dari nilai dalam skala rentang. Rumus untuk menentukan skala rentang yaitu:

$$RS = n \frac{(m - 1)}{m}$$

Keterangan:

RS = Rentang Skala

n = Jumlah Sampel

m = Jumlah Alternatif Jawaban Item

$$\text{Rentang Skala} = 395 \frac{(5-1)}{5} = 316$$

Rentang Skor Terendah dan Tertinggi

$n \times \text{skor terendah} = \text{rentang skor terendah}$

$$100 \times 1 = \mathbf{395}$$

$n \times \text{skor tertinggi} = \text{rentang skor tertinggi}$

$$100 \times 5 = \mathbf{1.975}$$

Untuk menentukan penilaian responden terhadap variabel, maka dapat dilakukan perhitungan skala interval sebagai berikut:

**Tabel 3.3**  
**Rentang Skala Variabel**

Interval	Katageori
395-711	Sangat Tidak Setuju
711-1.027	Tidak Setuju
1.027-1.343	Ragu-ragu
1.343-1.659	Setuju
1.659-1.975	Sangat Setuju

## 2. Analisis Regresi Linier Berganda

Regresi linier berganda digunakan untuk menunjukkan arah variabel dependen dengan variabel independen dan untuk mengukur kekuatan hubungan antara dua variabel atau lebih (Pratiwi, 2021). Bentuk persamaan regresi linier berganda yaitu:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + \dots + e$$

Keterangan:

Y = Keputusan penggunaan *ShopeePay*

a = Konstanta

X<sub>1</sub> = Fitur Layanan

X<sub>2</sub> = *Benefit*

X<sub>3</sub> = Pengalaman

b<sub>1</sub> b<sub>2</sub> b<sub>3</sub> = Koefisien regresi

e = Nilai residu

### 3. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik bertujuan untuk memberi kepastian pada uji regresi berganda apakah memiliki konsistensi, representatif dan hubungan yang signifikan. Model regresi linier berganda yang baik jika terbebas dari uji asumsi klasik multikolinieritas, autokorelasi, heteroskedastisitas dan memenuhi asumsi normalitas.

#### a. Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk mengetahui apakah data yang digunakan berdistribusi normal. Data yang normal apabila data mengikuti arah garis diagonal atau menyebar disekitar garis diagonal. Uji statistic untuk mengetahui normalitas data digunakan uji Kolmogorov-Smirnov yaitu apabila nilai Kolmogorov-Smirnov lebih besar dari 0,5 maka data dikatakan normal.

#### b. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas dilakukan untuk mengetahui ada tidaknya variabel independen yang memiliki kemiripan antar variabel dalam suatu model (Sujarweni, 2021). Semakin mirip antar variabel maka semakin kuat korelasinya. Uji ini juga untuk menghindari kebiasaan dalam proses pengambilan keputusan mengenai pengaruh pada uji parsial variabel independen terhadap variabel dependen. Tidak terjadi multikolinieritas apabila nilai VIF diantara 1-10.

#### c. Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi bertujuan untuk mengetahui ada tidaknya korelasi antara variabel pengganggu pada periode tertentu dengan variabel sebelumnya (Sujarweni, 2021). Jika antar residual tidak terdapat korelasi maka dikatakan bahwa nilai residual adalah acak. Mendeteksi autokorelasi menggunakan uji *run test*. Uji *run test* dilakukan untuk melihat apakah data yang diperoleh secara acak atau tidak. Apabila nilai signifikan lebih besar dari 0,05 berarti data residual tidak ada korelasi atau tidak acak.

#### d. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas digunakan untuk menguji terjadinya perbedaan varian residual suatu periode pengamatan ke periode pengamatan lainnya. Mengetahui ada tidaknya heteroskedastisitas dapat dilihat melalui gambar Scatterplot, tidak terjadi heteroskedastisitas apabila titik-titik data menyebar diatas dan dibawah atau sekitar angka 0, titik-titik data tidak mengumpul diatas atau dibawah saja, penyebaran titik-titik data tidak berpola, dan penyebaran tidak membentuk pola bergelombang melebar kemudian menyempit dan melebar kembali.

### H. Pengujian Data Penelitian

#### 1. Uji Instrumen

Uji instrumen banyak digunakan oleh peneliti yang menjadikan kuesioner sebagai skala pengukuran variabel. Kuesioner yang baik salah satunya telah memenuhi validitas dan reliabilitas.

##### a. Uji Validitas

Validitas digunakan untuk mengukur valid atau tidaknya kuesioner. Dikatakan valid jika mampu menjelaskan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner (Ghozali, 2018 dalam Zahra, 2021). Metode pengujian yang digunakan untuk uji validitas adalah korelasi *Bivariate Pearson* (Produk Momen Pearson). Menggunakan  $\alpha = 0,05$  dengan  $r$  hitung  $> r$  tabel maka data dinyatakan valid, jika  $r$  hitung  $< r$  tabel maka data dinyatakan tidak valid.

##### b. Uji Reliabilitas

Reliabilitas memiliki arti keterpaksaan, konsisten dan sebagainya (Wildan, 2019). Kuesioner dikatakan handal atau reliabel jika jawaban responden pada pertanyaan tersebut konsisten dari waktu ke waktu. Reliabilitas yang tinggi ketika mendekati angka 1.

## 2. Uji Hipotesis

### a. Uji t (Parsial)

Uji t digunakan untuk mengetahui signifikansi dari pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen (Koiriyah, 2021).

Kriteria dalam pengujian ini yaitu:

- $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak apabila  $\text{sig } t > 0,05$  maka variabel bebas tidak berpengaruh terhadap variabel terikat.
- $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak apabila  $\text{sig } t < 0,05$  maka variabel bebas berpengaruh terhadap variabel terikat.

### b. Uji F (Simultan)

Uji F dilakukan untuk mengetahui pengaruh variabel independen secara bersamaan terhadap variabel dependen. Untuk kriteria pengujian signifikan  $\alpha=5\%$  (0,05):

- $H_0$  ditolak apabila  $F_{\text{hitung}} > F_{\text{tabel}}$ , artinya variabel independen secara bersamaan berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen.
- $H_a$  diterima apabila  $F_{\text{hitung}} < F_{\text{tabel}}$ , artinya variabel independen secara bersamaan tidak berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen.

### c. Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Koefisien determinasi berganda ( $R^2$ ) dilakukan untuk menjelaskan pengaruh pada variabel independen terhadap variabel dependen. Koefisien determinasi merupakan alat untuk mengetahui tingkat hubungan antara variabel X dan variabel Y (Koiriyah, 2021).

Nilai  $R^2$  kisaran 0 sampai 1, semakin mendekati 1 maka pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen semakin kuat. Sebaliknya, semakin nilai  $R^2$  mendekati 0 maka pengaruhnya semakin lemah.

## BAB IV PEMBAHASAN

### A. Gambaran Umum Kecamatan Cilongok

#### 1. Letak Geografis

Kecamatan Cilongok merupakan salah satu dari 27 kecamatan yang ada di Kabupaten Banyumas. Secara administratif, terdapat 20 desa di Kecamatan Cilongok dengan batas wilayah sebagai berikut (Abimanyu, 2018):

- Sebelah timur berbatasan dengan Kecamatan Karanglewas dan Kecamatan Kedungbanteng
- Sebelah barat berbatasan dengan Kecamatan Ajibarang dan Kecamatan Pekuncen
- Sebelah utara berbatasan dengan Kecamatan Tegal, Kecamatan Pemalang dan Kecamatan Brebes
- Sebelah selatan berbatasan dengan Kecamatan Rawalo, Kecamatan Patikraja dan Kecamatan Purwojati

Kecamatan Cilongok merupakan wilayah terluas di Kabupaten Banyumas dengan luas wilayah 10.534 ha / 105,34 Km<sup>2</sup>. Jarak tempuh Kecamatan Cilongok dengan Gunung Slamet sekitar 58,4 km. Maka, dapat dikatakan wilayah Kecamatan Cilongok masuk dalam klasifikasi bentuk lahan yang berasal dari proses vulkanik.

#### 2. Pemerintahan

##### a. Camat dan Masa Jabatan

**Tabel 4.1**

**Nama Camat dan Masa Jabatan di Kecamatan Cilongok**

No.	Nama	Masa Jabatan
1	Rakimin	1983
2	Drs. Widodo	1987
3	Drs. Slamet Wongso	1991
4	Soenaryo	1992

5	Drs. Ary Yasminto Fauzi, M.Hum	1999
6	Drs. Sudiro, M.Hum	2002
7	Fatikul Ikhsan, S.H., M.Hum	2008
8	Alex Teguh Wibawa M, S.Sos	2011-2016
9	Sujarwoto, S.H., M.H	2016-2017
10	Rusmanto, S.Sos	2017-2018
11	Drs. Lukman Nazarudin	2018-2019
12	Drs. Purjito	2019

Sumber: BPS Banyumas 2019

b. Perangkat Desa

**Tabel 4.2**

**Nama Kepala Desa dan Sekretaris Desa  
Kecamatan Cilongok**

No.	Desa	Nama Kepala Desa	Nama Sekretaris Desa
1	Gununglurah	Suyanto	Ivah Amalia
2	Sokawera	Mukhayat	Misbah Arie S
3	Karangtengah	Karyoto	Agus Sulistio
4	Sambirata	Tarwan	Mislakhin
5	Kalisari	Endar Susanto	Karno
6	Karanglo	Tjipto Teguh W	Suprpto
7	Panembangan	Untung Sanyoto	Anggoro Agus T
8	Rancamaya	Amron	Warjono
9	Langgongsari	Zaenurrohman	Muhtasor
10	Pernasidi	Sunarso	Siti Rochajati
11	Cipete	Taufikurohman	Cahoyo
12	Cilongok	Waluyo	Puji Rahayu
13	Sudimara	Waryoko	Imam Setiadi
14	Pageraji	Sutono	Rina Widiastuti



15	Pejogol	Wito	Romli
16	Panusupan	Imam Sangidun	Triarti
17	Jatisaba	Warid	Yanuar Yoga
18	Kasegeran	Saefudin	Taufi Hidayat
19	Batuanten	Yulianto Heri	Mustolih
20	Cikidang	Rusi Guntarto	Fathkurohman

Sumber: BPS Banyumas 2019

### 3. Penduduk

**Tabel 4.3**  
**Jumlah Penduduk Desa di Kecamatan Cilongok**

No.	Desa	Jumlah Penduduk (Jiwa)
1	Batuanten	5.255
2	Kasegeran	5.027
3	Jatisaba	5.335
4	Panusupan	9.479
5	Pejogol	4.759
6	Pageraji	11.661
7	Sudimara	4.698
8	Cilongok	9.724
9	Cipete	4.513
10	Cikidang	3.273
11	Pernasidi	6.250
12	Langgongsari	8.129
13	Rancamaya	4.486
14	Panembangan	5.456
15	Karanglo	3.955
16	Kalisari	4.935
17	Karantengah	9.930
18	Sambirata	5.874
19	Gununglurah	8.325

20	Sokawera	8.565
Jumlah		129.629

Sumber: BPS Banyumas 2019

#### 4. Sosial

##### a. Pendidikan

Fasilitas pendidikan yang ada di Kecamatan Cilongok dikatakan cukup lengkap, dapat dilihat sebagai berikut:

**Tabel 4.4**  
**Jumlah Sekolah, Murid dan Guru**  
**Kecamatan Cilongok**

No.	Tingkat Pendidikan	Sekolah	Murid	Guru
1	TK	55	1.739	180
2	SD	45	7.649	443
3	MI	21	4.824	303
4	MTs	6	2.002	124
5	SMP	9	4.525	189
6	SMA	1	395	25
7	SMK	1	908	38

Sumber: BPS Banyumas 2019

##### b. Agama

Jumlah Penduduk Kecamatan Cilongok berdasarkan kepercayaan tahun 2019 sebagai berikut:

- 1) Islam : 129.507 Jiwa
- 2) Katholik : 65 Jiwa
- 3) Budha : 11 Jiwa
- 4) Hindu : -
- 5) Kristen : 46 Jiwa

#### 5. Ekonomi

Perekonomian Kecamatan Cilongok ditunjang oleh beberapa usaha industri diantaranya yaitu industri kecil, industri rumah tangga dan industri sedang/besar. Usaha yang banyak dilakukan oleh

masyarakat Kecamatan Cilongok adalah industri rumah tangga, hal ini dilihat dari jumlah usaha dan jumlah tenaga kerja.

**Tabel 4.5**  
**Jenis Usaha di Kecamatan Cilongok**

No.	Jenis Usaha	Jumlah Usaha	Jumlah Tenaga Kerja
1	Industri Kecil	134	762
2	Industri Rumah Tangga	8.575	13.795
3	Industri Besar/Sedang	4	2.354

Sumber: BPS Banyumas 2019

### B. Karakteristik Responden

Peneliti menggunakan kuesioner online sebagai sumber data primer dengan jumlah 395 responden. Responden penelitian ini berasal dari kalangan remaja usia 10-24 tahun yang bertempat di Kecamatan Cilongok. Adapun karakteristik responden penelitian ini meliputi: jenis kelamin, usia, pendidikan terakhir, penggunaan *ShopeePay* dalam 1 bulan, dan saldo harian *ShopeePay*.

#### 1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

**Tabel 4.6**  
**Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin**

No.	Jenis Kelamin	Jumlah Responden	Persentase (%)
1	Laki-laki	126	31,9%
2	Perempuan	269	68,1%
Jumlah		395	100%

Sumber: Data yang diolah (2022)

Berdasarkan tabel 4.6 diatas jumlah responden berjenis kelamin perempuan lebih banyak dibandingkan jenis kelamin laki-laki yaitu jenis kelamin perempuan sebanyak 269 responden

(68,1%) sedangkan jenis kelamin laki-laki sebanyak 126 responden (31,9%). Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden dalam penelitian ini berasal dari remaja yang berjenis kelamin perempuan.

## 2. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

**Tabel 4.7**

**Karakteristik Responden Berdasarkan Usia**

No.	Usia	Jumlah Responden	Persentase (%)
1	10-14	6	1,5%
2	15-19	92	23,3%
3	20-24	297	75,2%
	Jumlah	395	100%

Sumber: Data yang diolah (2022)

Berdasarkan tabel 4.7 diatas mayoritas responden berusia 20-24 tahun yang jumlah 297 orang dengan persentase 75,2%. Sedangkan responden yang jumlahnya paling sedikit berusia 10-14 tahun yang berjumlah 6 orang dengan persentase 1,5%. Responden dengan rentang usia 20-24 tahun lebih banyak jumlahnya dibandingkan usia lain karena remaja pada usia tersebut yang lebih banyak menggunakan alat pembayaran *ShopeePay* sebagai alat untuk bertransaksi.

## 3. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir

**Tabel 4.8**

**Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir**

No.	Pendidikan	Jumlah Responden	Persentase (%)
1	Tidak Sekolah	0	0%
2	SD/Sederajat	6	1,5%
3	SMP/Sederajat	84	21,3%
4	SMA/Sederajat	259	65,6%

5	Diploma	32	8,1%
6	Sarjana	14	3,5%
Jumlah		395	100%

Sumber: Data yang diolah (2022)

Berdasarkan tabel 4.8 diatas, pendidikan terakhir responden pengguna *shopeepay* paling banyak pada jenjang pendidikan SMA/Sederajat yang berjumlah 259 orang dengan persentase 65,6% sedangkan jenjang pendidikan SD/Sederajat berjumlah paling sedikit diantara jenjang pendidikan yang lain yaitu 6 orang dengan persentase 1,5%.

#### 4. Karakteristik Responden Berdasarkan Jumlah Menggunakan *ShopeePay* dalam 1 Bulan

**Tabel 4.9**

#### **Karakteristik Responden Berdasarkan Jumlah Menggunakan *ShopeePay* dalam 1 Bulan**

No.	Pemakaian	Jumlah Responden	Persentase (%)
1	1 – 5 kali	217	54,9%
2	5 - 10 kali	154	39%
3	>10 kali	24	6,1%
Jumlah		395	100%

Sumber: Data yang diolah (2022)

Berdasarkan tabel diatas, frekuensi pemakaian *ShopeePay* dalam satu bulan paling banyak yaitu 1 - 5 kali pemakaian oleh responden sebanyak 217 orang dengan persentase 54,9%. Responden dengan pemakaian 5 - 10 kali sebanyak 154 orang dengan persentase 39% sedangkan responden dengan >10 kali pemakaian, jumlahnya paling sedikit dibandingkan yang lain yaitu 24 orang dengan persentase 6,1%.

5. Karakteristik Responden Berdasarkan Saldo Harian *ShopeePay***Tabel 4.10****Karakteristik Responden Berdasarkan Saldo Harian  
*ShopeePay***

No.	Saldo Harian	Jumlah Responden	Persentase (%)
1	<50.000	75	19%
2	50.000- 100.000	225	57%
3	>100.000	95	24,1%
	Jumlah	395	100%

Sumber: Data yang diolah (2022)

Berdasarkan tabel 4.10, responden yang memiliki saldo harian 50.000-100.000 mendominasi jumlah saldo yang lain yaitu sebanyak 225 orang dengan persentase 57%. Hal itu dikarenakan oleh beberapa faktor seperti rentang usia, kebutuhan dll sehingga saldo harian pengguna *ShopeePay* melihat dari aktivitasnya sehari-hari. Sedangkan jumlah saldo harian yang paling sedikit respondennya berada pada kisaran >100.000 dengan 95 orang yang persentasenya 24,1%. Mereka akan mengisi saldo harian dengan jumlah yang besar apabila kebutuhan harian mereka banyak.

### **C. Pengaruh Fitur Layanan, *Benefit* dan Pengalaman Terhadap Keputusan Konsumen Menggunakan *ShopeePay***

Tujuan dilakukannya penelitian ini yaitu untuk mengetahui tingkat pengaruh fitur layanan, *benefit* dan pengalaman terhadap keputusan konsumen menggunakan *ShopeePay* sebagai alat pembayaran dalam bertransaksi. Berdasarkan hasil penyebaran kuesioner online kepada responden mengenai fitur layanan dalam menggunakan *ShopeePay* dapat dilihat sebagai berikut:

**Tabel 4.11**  
**Tanggapan Responden Variabel Fitur Layanan (X1)**

No.	Pernyataan	SS	S	RG	TS	STS	Total Skor	Kategori
1	Dapat melakukan pembayaran dengan scan kode QR di toko, website atau <i>merchants shopee</i>	123	192	77	3	0	1.620	Setuju
2	Dapat melakukan pengisian saldo melalui transfer bank	144	207	44	0	0	1.680	Sangat Setuju
3	Pembayaran <i>ShopeePay</i> dapat dikombinasikan dengan koin <i>shopee</i>	139	165	79	8	4	1.612	Setuju
4	Penggunaan <i>ShopeePay</i> relatif aman dengan adanya PIN saat pengisian saldo dan transfer	175	181	39	0	0	1.716	Sangat Setuju
	<b>Rata-rata</b>						<b>1.657</b>	<b>Setuju</b>

Sumber: Data yang diolah (2022)

Berdasarkan tabel 4.11 dapat dilihat bahwa pernyataan dengan skor tertinggi 1.716 yaitu responden merasa aman dengan fitur PIN pada saat pengisian saldo dan proses transfer. Sedangkan pernyataan responden dengan skor terendah 1.612 yaitu pembayaran *ShopeePay* dapat

dikombinasikan dengan koin *shopee*. Persepsi responden terhadap fitur layanan *ShopeePay* cukup baik. Hal itu, dapat dilihat dari skor rata-rata pertanyaan sebesar 1.657 yang mana masuk dalam kategori setuju. Maka, dapat disimpulkan bahwa fitur layanan *ShopeePay* cukup baik dengan kategori setuju.

**Tabel 4.12**  
**Tanggapan Responden Variabel *Benefit* (X2)**

No.	Pernyataan	SS	S	RG	TS	STS	Total Skor	Kategori
1	Pengguna <i>ShopeePay</i> mendapat <i>voucher</i> gratis ongkir lebih banyak daripada yang tidak menggunakan <i>ShopeePay</i>	180	179	28	8	0	1.716	Sangat Setuju
2	<i>ShopeePay</i> menghemat pengeluaran saya dengan adanya diskon yang diberikan	147	212	28	8	0	1.683	Sangat Setuju
3	Pengguna <i>ShopeePay</i> mendapat penawaran khusus ( <i>reward special</i> ) para	179	172	36	8	0	1.707	Sangat Setuju



	pembeli yang menggunakan pembayaran <i>ShopeePay</i> dalam bertransaksi)							
4	Mendapat <i>cashback</i> dengan pembayaran menggunakan <i>ShopeePay</i>	163	180	48	4	0	1.687	Sangat Setuju
	<b>Rata-rata</b>						<b>1.698,25</b>	<b>Sangat Setuju</b>

Sumber: Data yang diolah (2022)

Berdasarkan tabel 4.12 dapat dilihat bahwa pernyataan dengan skor tertinggi 1.716 yaitu responden merasa lebih banyak mendapat *voucher* gratis ongkir dengan transaksi menggunakan *ShopeePay*. Sedangkan pernyataan responden dengan skor terendah 1.683 yaitu *ShopeePay* menghemat pengeluaran saya dengan adanya diskon yang diberikan. Persepsi responden terhadap *benefit ShopeePay* cukup banyak. Hal itu, dapat dilihat dari skor rata-rata pernyataan sebesar 1.698,25 yang mana masuk dalam kategori sangat setuju. Maka, dapat disimpulkan bahwa *benefit ShopeePay* cukup banyak sehingga mempengaruhi keinginan seseorang untuk menggunakan *ShopeePay*.

**Tabel 4.13**  
**Tanggapan Responden Variabel Pengalaman (X3)**

No.	Pernyataan	SS	S	RG	TS	STS	Total Skor	Kategori
1	Transaksi menggunakan <i>ShopeePay</i> memberi pengalaman baru dalam belanja online	204	168	21	0	0	1.755	Sangat Setuju
2	Bebas biaya penanganan dengan transaksi menggunakan <i>ShopeePay</i>	187	165	43	0	0	1.724	Sangat Setuju
3	<i>Cashback</i> dapat digunakan untuk transaksi kebutuhan lain	187	178	30	0	0	1.737	Sangat Setuju
4	Saldo hilang setelah <i>top up</i>	132	168	87	8	0	1.609	Setuju
5	Belanja online lebih mudah saat ada kebutuhan mendesak	140	162	62	31	0	1.596	Setuju
	<b>Rata-rata</b>						<b>1.684,2</b>	<b>Sangat Setuju</b>

Sumber: Data yang diolah (2022)

Berdasarkan tabel 4.13 dapat dilihat bahwa pernyataan dengan skor tertinggi 1.755 yaitu responden memiliki pengalaman baru dalam

belanja online dengan *ShopeePay*. Sedangkan pernyataan responden dengan skor terendah 1.596 yaitu belanja online lebih mudah saat ada kebutuhan mendesak. Persepsi responden terhadap pengalaman menggunakan *ShopeePay* cukup memuaskan. Hal itu, dapat dilihat dari skor rata-rata pernyataan sebesar 1.684,2 yang mana masuk dalam kategori sangat setuju. Maka, dapat disimpulkan bahwa pengalaman menggunakan *ShopeePay* cukup memuaskan sehingga mempengaruhi keinginan seseorang untuk menggunakan *ShopeePay*.

**Tabel 4.14**  
**Tanggapan Responden Variabel Keputusan Penggunaan**  
***ShopeePay* (Y)**

No.	Pernyataan	SS	S	RG	TS	STS	Total Skor	Kategori
1	Saya hanya sekedar mencoba menggunakan <i>ShopeePay</i> dalam beberapa transaksi	167	185	27	16	0	1.688	Sangat Setuju
2	Saya menggunakan <i>ShopeePay</i> karena keluarga, teman-teman dan orang disekitar menggunakan <i>ShopeePay</i>	193	167	21	4	0	1.734	Setuju
3	Saya menggunakan <i>ShopeePay</i> karena	151	205	28	11	0	1.681	Sangat Setuju

	<i>review</i> dari teman-teman							
4	Saya menggunakan <i>ShopeePay</i> karena suka membeli produk secara online serta mudah dan cepat dalam bertransaksi	219	137	39	0	0	1.760	Sangat Setuju
5	Saya merasa nyaman saat bertransaksi menggunakan <i>ShopeePay</i>	199	172	16	8	0	1.747	Sangat Setuju
	<b>Rata-rata</b>						<b>1.722</b>	<b>Sangat Setuju</b>

Sumber: Data yang diolah (2022)

Berdasarkan tabel 4.14 dapat dilihat bahwa pernyataan dengan skor tertinggi 1.760 yaitu menggunakan *ShopeePay* karena suka membeli produk secara online serta mudah dan cepat dalam bertransaksi. Sedangkan pernyataan responden dengan skor terendah 1.681 yaitu responden menggunakan *ShopeePay* karena *review* dari teman-teman. Kebutuhan dan kesadaran responden terhadap menggunakan *ShopeePay* cukup baik. Hal itu, dapat dilihat dari skor rata-rata pernyataan sebesar 1.722 yang mana masuk dalam kategori sangat setuju.

#### D. Pengujian Data Penelitian

##### 1. Uji Validitas

Validitas digunakan untuk mengukur valid atau tidaknya kuesioner. Dikatakan valid apabila mampu menjelaskan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner (Ghozali, 2018 dalam Zahra,

2021). Tingkat validitas kuesioner menunjukkan sejauhmana ketepatan data. Menggunakan kriteria  $\alpha = 0,05$  dengan  $r$  hitung  $> r$  tabel maka data dinyatakan valid, jika  $r$  hitung  $< r$  tabel maka data dinyatakan tidak valid. Alat yang digunakan untuk pengujian validitas menggunakan software SPSS versi 21. Berikut tabel hasil uji validitas variabel fitur layanan (X1), *benefit* (X2), pengalaman (X3) dan Keputusan penggunaan *ShopeePay* (Y):

**Tabel 4.15**  
**Hasil Uji Validitas**

Variabel	Pernyataan	$r_{hitung}$	$r_{tabel}$	Keterangan
Fitur Layanan	Pernyataan 1	0,699	0,098	Valid
	Pernyataan 2	0,732	0,098	Valid
	Pernyataan 3	0,744	0,098	Valid
	Pernyataan 4	0,570	0,098	Valid
<i>Benefit</i>	Pernyataan 1	0,775	0,098	Valid
	Pernyataan 2	0,634	0,098	Valid
	Pernyataan 3	0,611	0,098	Valid
	Pernyataan 4	0,774	0,098	Valid
Pengalaman	Pernyataan 1	0,612	0,098	Valid
	Pernyataan 2	0,635	0,098	Valid
	Pernyataan 3	0,474	0,098	Valid
	Pernyataan 4	0,662	0,098	Valid
Keputusan Konsumen	Pernyataan 5	0,540	0,098	Valid
	Pernyataan 1	0,746	0,098	Valid
	Pernyataan 2	0,803	0,098	Valid
	Pernyataan 3	0,767	0,098	Valid
	Pernyataan 4	0,705	0,098	Valid
	Pernyataan 5	0,823	0,098	Valid

Sumber: Data yang diolah (2022)

Berdasarkan tabel 4.15 di atas semua item pernyataan pada variabel dapat dikatakan valid karena  $r_{hitung}$  lebih besar dibandingkan  $r_{tabel}$ .

## 2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas memiliki arti keterpaksaan, konsisten dan sebagainya (Wildan, 2019). Kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban responden pada pernyataan tersebut konsisten dari waktu ke waktu. Reliabilitas yang tinggi ketika mendekati angka 1. Kriteria uji reliabilitas dilihat pada nilai alpha yaitu jika nilai alpha minimal 0,60 maka, dimensi dalam variabel dikatakan reliabel. Adapun tabel hasil uji reliabilitas sebagai berikut:

**Tabel 4.16**  
**Hasil Uji Reliabilitas**

Item-Total Statistics				
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Fitur Layanan	60.67	42.420	.845	.786
Benefit	60.05	52.287	.574	.886
Pengalaman	56.04	42.402	.715	.836
Keputusan Konsumen	55.62	37.481	.788	.808

Sumber: Data yang diolah (2022)

Berdasarkan tabel 4.16 di atas bahwa hasil uji reliabilitas pada setiap variabel dapat dikatakan reliabel dengan melihat nilai alpha yang lebih besar dari 0,60 yaitu variabel fitur layanan  $0,786 > 0,60$ , variabel benefit  $0,886 > 0,60$ , variabel pengalaman  $0,836 > 0,60$  dan variabel keputusan Konsumen  $0,808 > 0,60$ . Hal ini menunjukkan bahwa setiap item pernyataan yang diajukan akan memperoleh jawaban yang sama pada jawaban sebelumnya.

## E. Hasil Analisis Data

### 1. Analisis Statistik Deskriptif

Statistik deskriptif merupakan pengolahan data yang bertujuan untuk memberi gambaran pada obyek penelitian melalui data populasi atau sampel (Wiratna, 2021).

**Tabel 4.17**

#### Hasil Statistik Deskriptif

		Statistics			
		Fitur Layanan	Benefit	Pengalaman	Keputusan Konsumen
N	Valid	395	395	395	395
	Missing	0	0	0	0
Mean		16.79	17.41	21.42	21.84
Std. Deviation		2.386	2.117	2.668	2.931
Minimum		11	10	14	12
Maximum		20	20	25	25

Sumber: Data yang diolah (2022)

Berdasarkan tabel 4.17 di atas, variabel yang memiliki rata-rata paling dominan dibanding variabel lain yaitu pada variabel keputusan Konsumen (Y) sebesar 21,84. Fitur Layanan memiliki nilai mean (rata-rata) paling rendah diantara variabel lain yaitu sebesar 16,79 dengan standar deviasi sebesar 2,386. Berdasarkan nilai mean dapat diketahui bahwa responden setuju pada variabel fitur layanan dan diketahui dari nilai standar deviasi bahwa ukuran penyebaran variabel fitur layanan sebesar 2,386 dari 395 responden. *Benefit* memiliki nilai mean sebesar 17,41 dengan standar deviasi sebesar 2,117. Berdasarkan nilai mean dapat diketahui bahwa responden setuju pada variabel *benefit* dan diketahui dari nilai standar deviasi bahwa ukuran penyebaran variabel benefit sebesar 2,117 dari 395 responden. Pengalaman memiliki nilai mean sebesar 21,42 dengan standar deviasi sebesar 2,668. Berdasarkan nilai mean dapat diketahui bahwa responden setuju pada variabel pengalaman

dan diketahui dari nilai standar deviasi bahwa ukuran penyebaran variabel pengalaman sebesar 2,668 dari 395 responden.

## 2. Analisis Regresi Linier Berganda

Dilakukannya uji regresi linier berganda karena dalam penelitian ini memiliki lebih dari satu variabel independen dan satu variabel dependen. Regresi linier berganda digunakan untuk menunjukkan arah variabel dependen dengan variabel independen dan untuk mengukur kekuatan hubungan antara dua variabel atau lebih (Pratiwi, 2021). Hasil uji analisis regresi linier berganda menggunakan bantuan software SPSS 21.

**Tabel 4.18**  
**Hasil Uji Regresi Linier Berganda**

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.696	.892		1.901	.058
	Fitur Layanan	.494	.066	.402	7.457	.000
	Benefit	.210	.055	.151	3.797	.000
	Pengalaman	.383	.050	.348	7.632	.000

a. Dependent Variable: Keputusan Konsumen

Sumber: Data yang diolah (2022)

Berdasarkan tabel 4.18 diatas, maka persamaan regresi linier berganda sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3$$

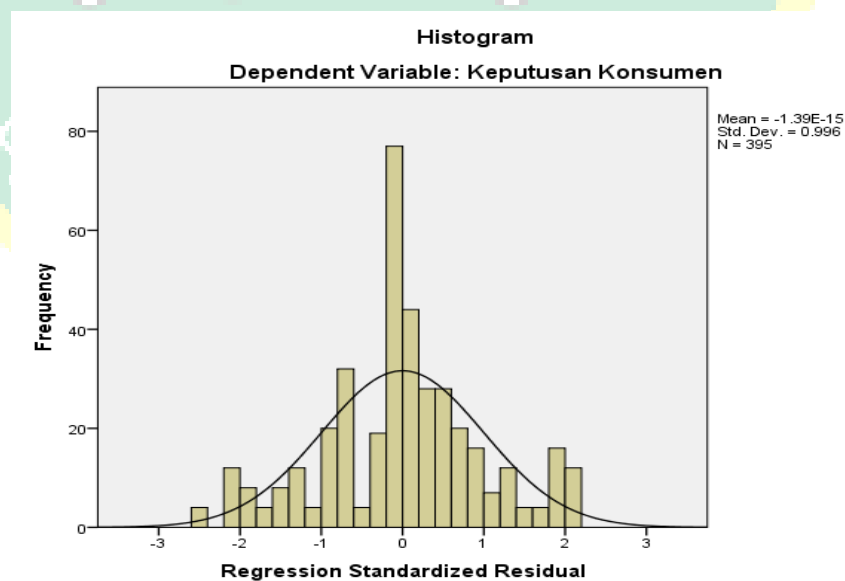
$$Y = 1.696 + 0,494X_1 + 0,210X_2 + 0,383X_3$$

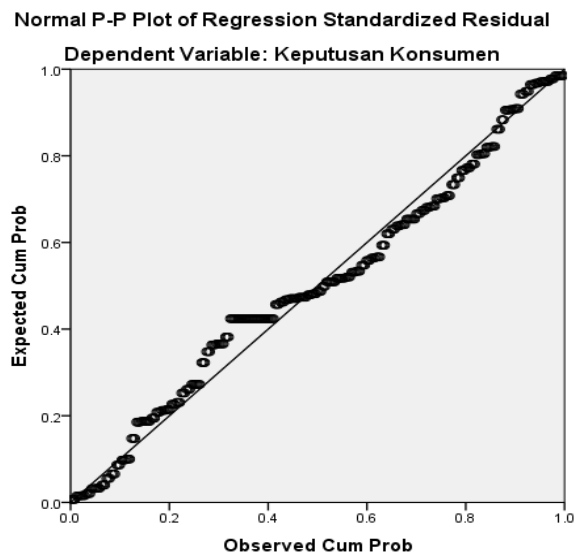
Dari hasil diatas, variabel X1, X2 dan X3 bertanda positif. Hal ini menunjukkan bahwa variabel fitur layanan, variabel *benefit* dan variabel pengalaman memenuhi konsumen untuk menggunakan *ShopeePay*. Interpretasi dari persamaan diatas adalah sebagai berikut:



- 1) Nilai konstanta sebesar 1.696 hal ini menunjukkan apabila fitur layanan, *benefit* dan pengalaman bernilai tetap atau konstan, maka keputusan konsumen menggunakan *ShopeePay* akan bernilai tetap.
  - 2) Koefisien regresi variabel fitur layanan sebesar 0,494 yang artinya jika fitur layanan mengalami kenaikan satu satuan, maka keputusan konsumen menggunakan *ShopeePay* (variabel Y) akan naik sebesar 0,494.
  - 3) Koefisien regresi variabel *benefit* sebesar 0,210 yang artinya jika *benefit* mengalami kenaikan satu satuan, maka keputusan konsumen menggunakan *ShopeePay* (variabel Y) akan naik sebesar 0,210.
  - 4) Koefisien regresi variabel pengalaman sebesar 0,383 yang artinya jika pengalaman mengalami kenaikan satu satuan, maka keputusan konsumen menggunakan *ShopeePay* (variabel Y) akan naik sebesar 0,383.
3. Uji Asumsi Klasik
- a. Uji Normalitas

**Gambar 4.1**  
**Uji Normalitas**





Berdasarkan gambar 4.1 tampilan histogram terlihat bahwa kurva dependent dan *regression standardized* residual membentuk gambar seperti lonceng. Oleh karena itu berdasarkan uji normalitas, analisis regresi layak digunakan. Berdasarkan tampilan *Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual* terlihat bahwa titik-titik menyebar disekitar garis diagonal. Oleh karena itu berdasarkan uji normalitas, analisis regresi layak digunakan meskipun terdapat sedikit plot yang menyimpang garis diagonal.

b. Uji Multikolinieritas

Tidak terjadi multikolinieritas jika nilai VIF masih berada diantara 1-10.

**Tabel 4.19**  
**Uji Multikolonieritas**

Model	Coefficients <sup>a</sup>						
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Toleranc e	VIF
(Constant)	1.696	.892		1.901	.058		
Benefit	.210	.055	.151	3.797	.000	.594	1.684
Pengalaman	.383	.050	.348	7.632	.000	.454	2.204
Fitur Layanan	.494	.066	.402	7.457	.000	.325	3.078

a. Dependent Variable: Keputusan Konsumen

Dari tabel 4.19 nilai VIF (*variance inflation factor*) dari hasil uji asumsi klasik masih berada diantara 1-10, maka dapat disimpulkan tidak terjadi multikolonieritas antar variabel.

**c. Uji Autokorelasi**

Uji autokorelasi bertujuan untuk mengetahui ada tidaknya korelasi antara variabel pengganggu pada periode tertentu dengan variabel sebelumnya (Sujarweni, 2021). Jika antar residual tidak terdapat korelasi maka dikatakan bahwa nilai residual adalah acak. Mendeteksi autokorelasi menggunakan uji *run test*. Uji run test dilakukan untuk melihat apakah data yang diperoleh secara acak atau tidak. Apabila nilai signifikan lebih besar dari 0,05 berarti data residual tidak ada korelasi atau tidak acak.

**Tabel 4.20**  
**Hasil Uji Autokorelasi**

Runs Test	
	Unstandardized Predicted Value
Test Value <sup>a</sup>	21.66296
Cases < Test Value	196
Cases >= Test Value	199
Total Cases	395
Number of Runs	180
Z	-1.863
Asymp. Sig. (2-tailed)	.062

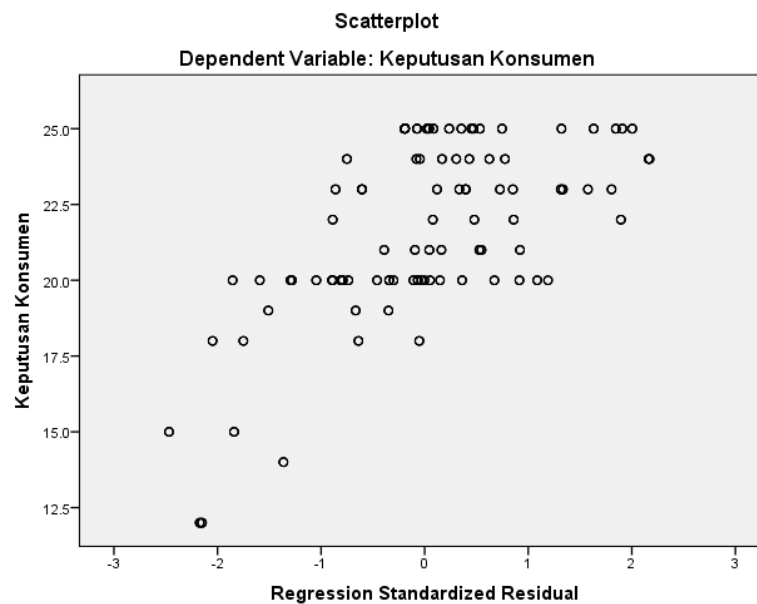
a. Median

Berdasarkan tabel 4.20 Menunjukkan hasil uji autokorelasi dengan nilai signifikansi  $0,062 > 0,05$  sehingga hipotesis nihil menyatakan nilai residual menyebar secara acak diterima. Dengan demikian, tidak terjadi autokorelasi dalam persamaan regresi tersebut.

d. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas digunakan untuk menguji terjadinya perbedaan varian residual suatu periode pengamatan ke periode pengamatan lainnya. Mengetahui ada tidaknya heteroskedastisitas dapat dilihat melalui gambar Scatterplot.

**Gambar 4.2**  
**Hasil Uji Heteroskedastisitas**



Berdasarkan gambar 4.2 dapat dilihat bahwa titik-titik data menyebar diatas dan dibawah atau sekitar angka 0, titik-titik data tidak mengumpul diatas atau dibawah saja, penyebaran titik-titik data tidak berpola, dan penyebaran tidak membentuk pola bergelombang melebar kemudian menyempit dan melebar kembali. Maka, dapat disimpulkan tidak terjadi heteroskedastisitas.

## F. Uji Hipotesis

### 1. Uji t (Uji Parsial)

Uji parsial digunakan untuk mengetahui signifikansi dari pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen dengan tingkat signifikan 0,05 (Koiriyah, 2021). Kriteria dalam pengujian ini yaitu:

- $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima apabila nilai sig.  $> 0,05$  maka variabel bebas tidak berpengaruh terhadap variabel terikat.
- $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak apabila nilai sig.  $< 0,05$  maka variabel bebas berpengaruh terhadap variabel terikat.

**Tabel 4.21**  
**Hasil Uji Parsial**

Coefficients <sup>a</sup>						
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	
	B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	1.696	.892		1.901	.058
	Fitur Layanan	.494	.066	.402	7.457	.000
	Benefit	.210	.055	.151	3.797	.000
	Pengalaman	.383	.050	.348	7.632	.000

a. Dependent Variable: Keputusan Konsumen

Sumber: Data yang diolah (2022)

Berdasarkan tabel 4.21 diatas, dapat diketahui hasil uji parsial sebagai berikut:

- 1) Variabel fitur layanan (X1) memiliki nilai signifikan sebesar  $0,000 < 0,05$  maka, Secara parsial variabel fitur layanan berpengaruh terhadap keputusan konsumen menggunakan *ShopeePay*.
  - 2) Variabel *benefit* (X2) memiliki nilai signifikan sebesar  $0,000 < 0,05$  maka, Secara parsial variabel *benefit* berpengaruh terhadap keputusan konsumen menggunakan *ShopeePay*.
  - 3) Variabel pengalaman (X3) memiliki nilai signifikan sebesar  $0,000 < 0,05$  maka, Secara parsial variabel pengalaman berpengaruh terhadap keputusan konsumen menggunakan *ShopeePay*.
2. Uji f (Simultan)

Uji simultan dilakukan untuk mengetahui pengaruh variabel independen secara bersamaan terhadap variabel dependen. Untuk kriteria pengujian signifikan  $\alpha=5\%$  (0,05):

- $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima apabila nilai sig.  $< 0,05$ , artinya variabel independen secara bersamaan berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen.

- $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak apabila nilai sig.  $> 0,05$ , artinya variabel independen secara bersamaan tidak berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen.

**Tabel 4.22**  
**Hasil Uji f (Simultan)**

ANOVA <sup>a</sup>						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	2134.134	3	711.378	222.374	.000 <sup>b</sup>
	Residual	1250.818	391	3.199		
	Total	3384.952	394			

a. Dependent Variable: Keputusan Konsumen

b. Predictors: (Constant), Pengalaman, Benefit, Fitur Layanan

Sumber: Data yang diolah (2022)

Berdasarkan tabel 4.22 menunjukkan nilai signifikan variabel fitur layanan, *benefit* dan pengalaman secara simultan terhadap variabel keputusan konsumen sebesar  $0,000 < 0,05$ . Maka, dapat disimpulkan bahwa fitur layanan, *benefit* dan pengalaman secara simultan memiliki pengaruh terhadap keputusan konsumen menggunakan *ShopeePay*.

### 3. Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Koefisien determinasi berganda ( $R^2$ ) dilakukan untuk menjelaskan pengaruh pada variabel independen terhadap variabel dependen. Koefisien determinasi merupakan alat untuk mengetahui tingkat hubungan antara variabel X dan variabel Y (Koiriyah, 2021). Nilai  $R^2$  kisaran 0 sampai 1, semakin mendekati 1 maka pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen semakin kuat. Sebaliknya, semakin nilai  $R^2$  mendekati 0 maka pengaruhnya semakin lemah.

**Tabel 4.23**  
**Hasil Koefisien Determinasi**

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.794 <sup>a</sup>	.630	.628	1.789

a. Predictors: (Constant), Pengalaman, Benefit, Fitur Layanan

Sumber: Data yang diolah (2022)

Dari tabel 4.23 menunjukkan nilai Adjusted R Square sebesar 0,628. Maka besar persentase pengaruh variabel fitur layanan, *benefit* dan pengalaman terhadap keputusan konsumen menggunakan *ShopeePay* yaitu 62,8% sedangkan 37,2% dipengaruhi variabel lain diluar penelitian ini.

#### **G. Interpretasi Hasil Penelitian**

Berdasarkan hasil pengujian yang dilakukan untuk mengetahui pengaruh Fitur Layanan, *Benefit* dan Pengalaman Terhadap Keputusan Konsumen Menggunakan *ShopeePay* (Studi Kasus Remaja Kecamatan Cilongok). Maka dapat dijabarkan sebagai berikut:

##### 1. Pengaruh Fitur Layanan Terhadap Keputusan Konsumen Menggunakan *ShopeePay*

Variabel fitur layanan hasil dari analisis data menunjukkan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan konsumen menggunakan *ShopeePay* pada kalangan remaja di Kecamatan Cilongok. Hal ini dilihat dari tingkat signifikansi variabel fitur layanan pada uji t (parsial)  $0,000 < 0,05$ . Hasil penelitian ini sejalan dengan teori yang dikemukakan oleh Schmitt dalam Karina (2021) bahwa fitur layanan merupakan karakteristik yang mampu menambah fungsi suatu produk. Ketersediaan fitur layanan apabila konsumen telah terpenuhi kebutuhan transaksinya pada fitur layanan yang ada pada *ShopeePay* sehingga akan mempengaruhi konsumen untuk terus menggunakannya. Fitur layanan juga menjadi salah satu penentu kepuasan konsumen pada



saat menggunakan layanan *ShopeePay*. Melihat jawaban kuesioner yang diisi oleh saudara Taufik

*“Saya menggunakan ShopeePay karena memudahkan transaksi belanja online seperti membeli pulsa, menyimpan uang dan juga bisa transfer”.*

Berbeda dengan jawaban kuesioner yang diisi oleh saudari Safira

*“Saya tidak menggunakan ShopeePay karena kurang memahami seperti apa pengaplikasiannya dan resikonya”*

Dari hasil jawaban kuesioner diatas, variabel fitur layanan akan mempengaruhi seseorang untuk menggunakannya apabila mereka mengetahui apa saja layanan yang tersedia pada *ShopeePay* dan pengaplikasiannya. Yang artinya apabila fitur layanan pada sistem *ShopeePay* lengkap, mudah dipahami dan inovatif maka pengguna sistem tentu akan merasa praktis dan butuh untuk menggunakannya. Fitur layanan yang ada di *ShopeePay* terdiri dari *top up* maksimal 2 juta untuk akun yang belum terverifikasi dan *top up* maksimal 10 juta untuk akun yang sudah terverifikasi, pembayaran dengan scan kode QR di website, toko atau *merchants*, pengisian saldo melalui transfer bank, transfer saldo ke bank atau sesama pengguna *ShopeePay* serta penawaran dan promo menarik dari produk digital kategori pulsa dan tagihan. Hal itu sesuai jawaban para responden yang merasakan kemudahan dengan berbagai fitur layanan yang tersedia di *ShopeePay*.

Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Astuti dan Nugroho (2021), Penelitian tersebut menunjukkan bahwa fitur layanan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan konsumen menggunakan dompet digital dan penelitian yang dilakukan oleh Nurmuchtar (2019), menunjukkan bahwa fitur layanan berpengaruh secara parsial dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi pengetahuan dan kemudahan seseorang dalam menggunakan fitur

layanan *ShopeePay* maka semakin tinggi pula minat seseorang untuk menggunakan *ShopeePay*.

Penjelasan diatas sesuai dengan teori *Technology Acceptance Model* (TAM) yang dikemukakan oleh Jogiyanto (2008) dalam Ratri (2016) bahwa variabel utama dalam *Technology Acceptance Model* terdiri dari kegunaan (penggunaan teknologi mampu meningkatkan kinerja), kemudahan penggunaan (penggunaan teknologi akan terbebas dari usaha), sikap (perasaan positif atau negatif dari penggunaan teknologi), intensi (pemanfaatan dan penggunaan sistem untuk menyelesaikan pekerjaan) dan penggunaan teknologi sesungguhnya (kepuasan pengguna). Kepercayaan seseorang terhadap suatu sistem akan mempengaruhi sikapnya, kemudian mengarahkan pada niat sehingga menghasilkan perilaku.

Penggunaan *ShopeePay* yang didasarkan pada fitur layanan sesuai dengan perilaku konsumen dalam pemakaian suatu barang maupun jasa yang dipengaruhi oleh faktor internal berupa persepsi dan kepribadian. Perilaku konsumen yang dipengaruhi oleh persepsi disini dalam hal menggunakan *ShopeePay* mempermudah transaksi dan perilaku konsumen yang dipengaruhi oleh kepribadian disini dalam hal menggunakan *ShopeePay* berani mengambil resiko, karena *ShopeePay* termasuk dalam layanan uang elektronik yang tentunya banyak resiko. Jika seseorang tidak memiliki kepribadian yang berani mengambil resiko, tentu akan lebih memilih transaksi yang kecil risikonya seperti transaksi jual beli secara langsung.

Berdasarkan analisis di atas, menunjukkan bahwa variabel fitur layanan berpengaruh terhadap keputusan konsumen menggunakan *ShopeePay*. Hal ini disebabkan layanan *ShopeePay* memiliki keberagaman fitur, kemudahan akses, dan berbagai penawaran menarik pada produk, sehingga konsumen menggunakannya untuk keperluan bertransaksi.

## 2. Pengaruh *Benefit* Terhadap Keputusan Konsumen Menggunakan ShopeePay

Variabel *benefit* hasil dari analisis data menunjukkan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan konsumen menggunakan *ShopeePay* pada kalangan remaja di Kecamatan Cilongok. Hal ini dilihat dari tingkat signifikansi variabel *benefit* pada uji t (parsial)  $0,000 < 0,05$ . Hasil penelitian ini sejalan dengan teori yang dikemukakan oleh Davis (1989) dalam Husen et al (2021) bahwa uang elektronik mengandung nilai kemanfaatan apabila terdapat 4 indikator yaitu bermanfaat bagi individu, menambah tingkat produktivitas individu, mampu meningkatkan efektivitas dan mampu mempercepat proses. Melihat jawaban kuesioner yang diisi oleh saudari Arum

“*Saya menggunakan ShopeePay karena memiliki banyak potongan harga produk, jasa pengiriman dan promo lainnya di shopee*”.

Berbeda dengan jawaban kuesioner yang diisi oleh saudara Baharudin

“*Saya tidak menggunakan ShopeePay karena tidak tau manfaat yang akan didapat saat bertransaksi menggunakan ShopeePay*”

Dari hasil jawaban kuesioner diatas, variabel *benefit* akan mempengaruhi seseorang untuk menggunakan sebuah sistem apabila mereka merasakan dan mengetahui apa saja manfaat atau keuntungan yang akan mereka dapatkan pada saat bertransaksi menggunakan sistem tersebut. *Benefit* bagi pengguna *ShopeePay* terdiri dari *cashback* dan diskon. Hal itu sesuai jawaban para responden yang memperoleh berbagai macam *benefit* pada saat menggunakan *ShopeePay*. Diskon yang diperoleh pengguna *ShopeePay* dapat mengurangi harga asli suatu produk, sedangkan *cashback ShopeePay* dapat berupa koin, *voucher*, atau poin yang tidak mengurangi harga asli pada saat transaksi berlangsung namun bisa digunakan untuk pembelian berikutnya. *Cashback ShopeePay*

memiliki masa kadaluwarsa sesuai ketentuan masing-masing *cashback*. Misalnya koin yang diterima akan kadaluwarsa pada akhir bulan ke 3, ketika penerimaan koin *shopee* bulan maret 2022 maka kadaluwarsanya pada bulan mei 2022.

Penjelasan diatas sesuai dengan teori *Technology Acceptance Model* (TAM) yang dikemukakan oleh Davis (1989) dalam Andriane (2020) bahwa semakin tinggi tingkat penggunaan suatu sistem menandakan sistem tersebut memiliki banyak kemanfaatan dan kemudahan bagi penggunanya. Hasil penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Chandra et al (2021) yang menyatakan bahwa variabel *benefit* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan konsumen menggunakan dompet digital, Ketika seseorang merasakan kemanfaatan dalam menggunakan suatu sistem maka orang tersebut akan memiliki ketertarikan untuk menggunakan dan menjadikan pilihan utama dalam bertransaksi.

Penggunaan *ShopeePay* yang didasarkan pada benefit sesuai dengan perilaku konsumen dalam pemakaian suatu barang maupun jasa yang dipengaruhi oleh faktor internal berupa motivasi. Perilaku konsumen yang dipengaruhi oleh motivasi disini dalam hal menggunakan *ShopeePay* agar mendapat *benefit*.

Berdasarkan analisis di atas, menunjukkan bahwa variabel *benefit* berpengaruh terhadap keputusan konsumen menggunakan *ShopeePay*. Hal ini disebabkan terdapat banyak *benefit* yang konsumen dapatkan pada saat transaksi menggunakan *ShopeePay* sehingga konsumen menggunakannya untuk keperluan bertransaksi.

### 3. Pengaruh Pengalaman Terhadap Keputusan Konsumen Menggunakan *ShopeePay*

Variabel pengalaman hasil dari analisis data menunjukkan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan konsumen menggunakan *ShopeePay* pada kalangan remaja di

Kecamatan Cilongok. Hal ini dilihat dari tingkat signifikansi variabel pengalaman pada uji t (parsial)  $0,000 < 0,05$ . Hasil penelitian ini sejalan dengan teori yang dikemukakan oleh Oemar Hamalik (2008) dalam Riyanti & Kasyadi (2021) bahwa pengalaman disebabkan adanya berbuat dan partisipasi langsung serta observasi langsung melalui simbol, gambar dan kata-kata. Melihat jawaban kuesioner yang diisi oleh saudari Amalia

*“Saya menggunakan ShopeePay karena lebih gampang nggak ada biaya admin, banyak promonya juga, ah pokoknya mantull pake ShopeePay”.*

Berbeda dengan jawaban kuesioner yang diisi oleh saudari Triandini *“Saya tidak menggunakan ShopeePay karena transaksinya gampang dan bisa dilakukan kapanpun dan dimanapun, hal itu menjadikan saya lebih boros”.*

Dari hasil jawaban kuesioner diatas, variabel pengalaman akan mempengaruhi seseorang untuk menggunakannya apabila mereka merasa cocok, puas dan berdampak positif dengan sistemnya. Yang artinya semakin baik pengalaman yang dirasakan seseorang pada saat menggunakan sistem seperti *ShopeePay* akan meninggalkan *review* positif pada sistem tersebut sehingga mampu mempengaruhi seseorang yang belum pernah menggunakan *ShopeePay* untuk menggunakannya. Salah satu *review* positif yang diceritakan oleh pengguna *ShopeePay* yaitu saat melakukan pembatalan pesanan di *shopee* dapat melakukan pengembalian dana *ShopeePay* dengan mudah, dimana pihak *shopee* akan mengkonfirmasi pembatalan tersebut kepada penjual kemudian dana *ShopeePay* yang telah dikirimkan akan dikembalikan lagi kepada pengguna *ShopeePay*. Sedangkan *review* negatif yang diceritakan oleh pengguna *ShopeePay* yaitu transfer dana *ShopeePay* ke rekening bank secara gratis biaya admin namun harus menunggu estimasi waktu 1-7 hari kerja. *Review* diatas sesuai dengan

pengalaman positif maupun negatif yang dialami oleh responden dalam penelitian ini.

Dalam teori *Technology Acceptance Model* (TAM) yang dikemukakan oleh Davis (1989) dalam Andriane (2020) bahwa semakin tinggi tingkat penggunaan suatu sistem menandakan sistem tersebut memiliki banyak kemanfaatan dan kemudahan bagi penggunanya. Hal itu sejalan dengan teori yang ada dalam penelitian Riyanti & Kasyadi (2021) menyatakan bahwa Pengalaman merupakan tingkat pemahaman dan penguasaan seseorang atas keterampilan dan pengetahuan yang dimilikinya, Merasakan kepuasan setelah adanya penggunaan suatu sistem, akan mempengaruhi individu maupun orang lain untuk menggunakan sistem tersebut. Sehingga pengalaman ataupun *review* yang dimilikinya akan sangat mempengaruhi individu dalam penggunaan dompet digital.

Hasil penelitian ini mendukung penelitian Wongso (2020) yang menyatakan bahwa pengalaman seseorang dalam menggunakan suatu sistem berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepercayaan. Pengalaman yang dialami pengguna *ShopeePay* sesuai dengan perilaku konsumen dalam pemakaian suatu barang maupun jasa yang dipengaruhi oleh faktor internal belajar. Perilaku konsumen yang dipengaruhi oleh belajar disini dalam hal terus menggunakan *ShopeePay* jika merasakan kepuasan dan tidak akan menggunakan *ShopeePay* lagi ketika tidak merasakan kepuasan.

Pengambilan keputusan konsumen pada variabel pengalaman ini sesuai dengan teori yang dikemukakan oleh Schiffman dan Kanuk (2007) dalam Suryani (2013) bahwa proses pengambilan keputusan melalui beberapa tahap yaitu mengenali kebutuhan, mencari informasi, mengevaluasi alternatif, mengambil keputusan dan evaluasi setelah penggunaan. Pada evaluasi pasca

penggunaan inilah seseorang akan memiliki pengalaman positif atau negatif, yang nantinya akan mempengaruhi penggunaan kembali tidaknya suatu produk maupun jasa.

Berdasarkan analisis di atas, menunjukkan bahwa variabel pengalaman berpengaruh terhadap keputusan konsumen menggunakan *ShopeePay*. Hal ini disebabkan adanya *review* positif dari para pengguna *ShopeePay* terutama dari orang-orang sekitar seperti keluarga dan teman, sehingga konsumen mempercayai *ShopeePay* untuk digunakan dalam bertransaksi.



## BAB V PENUTUP

### A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil pengujian mengenai Pengaruh Fitur Layanan, *Benefit* dan Pengalaman Terhadap Keputusan Konsumen Menggunakan *ShopeePay*, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Variabel fitur layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan konsumen menggunakan *ShopeePay* pada kalangan remaja di Kecamatan Cilongok. Hal ini dilihat dari tingkat signifikansi variabel fitur layanan pada uji t (parsial)  $0,000 < 0,05$ . Sebab konsumen menggunakan layanan *ShopeePay* karena memiliki keberagaman fitur, kemudahan akses, dan berbagai penawaran menarik pada produk, sehingga konsumen menggunakannya untuk keperluan bertransaksi.
2. Variabel *benefit* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan konsumen menggunakan *ShopeePay* pada kalangan remaja di Kecamatan Cilongok. Hal ini dilihat dari tingkat signifikansi variabel *benefit* pada uji t (parsial)  $0,000 < 0,05$ . Adapun sebabnya karena terdapat banyak *benefit* yang konsumen dapatkan pada saat transaksi menggunakan *ShopeePay* sehingga konsumen menggunakannya untuk keperluan bertransaksi.
3. Variabel pengalaman berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan konsumen menggunakan *ShopeePay* pada kalangan remaja di Kecamatan Cilongok. Hal ini dilihat dari tingkat signifikansi variabel *benefit* pada uji t (parsial)  $0,000 < 0,05$ . Adapun sebabnya karena adanya *review* positif dari para pengguna *ShopeePay* terutama dari orang-orang sekitar seperti keluarga dan teman, sehingga konsumen mempercayai *ShopeePay* untuk digunakan dalam bertransaksi.



## B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan yang dijabarkan, maka peneliti memberikan saran untuk beberapa pihak terkait penelitian ini, yaitu:

### 1. Bagi Peneliti Selanjutnya

Hasil penelitian ini memberi informasi terdapat pengaruh antara fitur layanan, *benefit* dan pengalaman terhadap keputusan konsumen menggunakan *ShopeePay* di Kecamatan Cilongok khususnya pada usia remaja. Bagi peneliti selanjutnya, disarankan untuk menambah variabel lain yang mempengaruhi keputusan konsumen menggunakan *ShopeePay* seperti kepribadian, gaya hidup, lingkungan dan juga memperluas cakupan daerah serta banyaknya jumlah responden.

### 2. Bagi Penerbit Dompot Digital

Penerbit dompot digital khususnya *ShopeePay* dengan mengembangkan fitur layanan yang sesuai kebutuhan konsumen untuk mempermudah proses transaksi dan kemanfaatan bagi konsumen dalam menggunakannya, sehingga konsumen merasakan kepuasan dengan kemudahan, kelengkapan fitur layanan dan kemanfaatan yang ada pada *ShopeePay*. Dengan begitu, konsumen akan menjadikan *ShopeePay* sebagai pilihan utama dalam bertransaksi.

## DAFTAR PUSTAKA

2016. “KBBI Daring” dalam <https://kbbi.kemdikbud.go.id/entri/fitur2016> doakses pada 14 Mei 2022.
2021. “KBBI” dalam <https://kbbi.web.id/konsumen> di akses pada 14 Mei 2022.
- Abimanyu, Tommy Langgeng. 2018. “Identifikasi Toponimi Desa di Kecamatan Cilongok Kabupaten Banyumas dalam Perspektif Keruangan” dalam *Jurnal Jantra* Vol. 13 No. 1, Juni.
- Andriane, Cornelia Mega. 2020. “Analisis *Technology Acceptance Model* (TAM) dalam Sistem Informasi Keuangan Desa (Studi Kasus di Kabupaten Sleman Yogyakarta)” dalam *Skripsi* (Yogyakarta: Universitas Sanata Dharma).
- Apriyani, T. 2019. “*Dampak Uang Elektronik Terhadap Perekonomian Indonesia*” dalam <https://yoursay.suara.com/lifestyle/2019/12/10/095513/dampak-uang-elektronik-terhadap-perekonomian-indonesia> diakses pada 16 Oktober 2021.
- Astuti, Ika Sri dan Nugroho, Edi Suswardji. 2021. “Analisis Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Minat Masyarakat Dalam Menggunakan Aplikasi Dompot Digital Go-Pay” dalam *Jurnal Manajemen* Vol. 13 No. 1.
- Burhan, Fahmi Ahmad. 2021. “Jumlah Pengguna ShopeePay, OVO, DANA Melonjak Hingga 267%” dalam <https://katadata.co.id/desysetyowati/digital/605d9ee9399b9/jumlah-pengguna-shopeepay-ovo-dana-melonjak-hingga-267> diakses pada 08 Desember 2021.
- Chandra, Daniel Hartono Wibowo *et al.* 2021. “Analisis Faktor Penggunaan Dompot Digital Studi Kasus di Kota Surabaya” dalam *Prosiding Seminar Nasional Teknik dan Manajemen Industri dan Call For Paper (SENTEKMI)* Vol. 1 No. 1.
- Damayanti, Qovifah dan Fitriani, Syifa. 2022. “Pengaruh Persepsi Mahasiswa Universitas Ahmad Dahlan Terhadap Layanan Go Pay” dalam *Journal of Management Studies* Vol. 7 No. 1.
- Firdaus, Wahyu dan Marsudi Muhammad Sholeh. 2021. “Konseling Remaja yang Kecanduan Gadget Melalui Terapi Kognitif

Behavior” dalam *STUDIA: Jurnal Hasil Penelitian Mahasiswa* Vol. 6 No. 1.

Husen, Yusri et al. 2021. “Pengaruh Promosi dan Persepsi Manfaat Terhadap Keputusan Pembelian Aplikasi Dompot Digital OVO Pada Mahasiswa Universitas Buana Perjuangan Karawang” dalam *Journal For Management Student (JFMS)* Vol. 1 No. 1, Juli.

Khairunnisa, Nida. 2021. “Persepsi Mengenai Metode Pembayaran E Wallet ShopeePay Pada Masyarakat Kota Bandung” dalam *Skripsi* (Bandung: Universitas Pasundan).

Khasanah, Uswatun. 2021. “Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Tingkat Kepercayaan, Fitur Layanan, dan Persepsi Resiko Terhadap Minat Menggunakan Uang Elektronik (E-Money) (Studi Pada Pengguna OVO di Purwokerto)” dalam *Skripsi* (Purwokerto: Universitas Muhammadiyah Purwokerto).

Koiriyah, Miftakhul. 2021. “Pengaruh Pendidikan Kewirausahaan Personal Terhadap Minat Berwirausaha mahasiswa (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Ponorogo)” dalam *Skripsi* (Ponorogo: IAIN Ponorogo).

Malik, A. 2020. “Transaksi Uang Elektronik Agustus Melesat Tembus Rp 17,23 Triliun, Ini Data Historisnya” dalam <https://www.bareksa.com/berita/berita-ekonomi-terkini/2020-10-13/transaksi-uang-elektronik-agustus-melesat-tembus-rp1723-triliun-ini-data-historisnya> diakses pada 16 Oktober 2021.

Nafis, Ahmad Ghifary Rizalun. 2017. “Efektivitas Media Sosial Instagram Sebagai Media Promosi Pada Produk Jilbab Afra” dalam *Skripsi* (Semarang: UIN Walisongo).

Nagib, Bhalqis et al. 2021. “Determinan Pengaruh Brand Image, Fitur Layanan, Manfaat, Kemudahan, dan Resiko Persepsian Terhadap Minat Nasabah Dalam Menggunakan E-Banking di Bank Syariah XXX” dalam *International Journal Of Islamic Economics Development and Innovation (IJIEDI)* Vol. 1 No. 1, September.

Nurmuchtari, Hafiz. 2019. “Pengaruh Keamanan, Fitur Layanan dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Menggunakan Jasa Transportasi Online Grab Bike (Studi Kasus Pada Mahasiswa/I

FEB UMSU)” dalam *Skripsi* (Medan: Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara).

- Pratiwi, Heni. 2021. “Analisis Pengaruh Faktor Kemudahan, Kepercayaan dan Kemanfaatan Terhadap Keputusan Konsumen Menggunakan Gopay dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Kasus Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jambi)” dalam *Skripsi* (Jambi: Universitas Jambi).
- Rahayuningsih, Puji dan Susanto. 2021. “Daya Tarik Dompot Digital” dalam *Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis (JRMB)* Vol. 6 No. 1.
- Rahman, Jalil Nur dan Arawiyah, Muhammad Yahya. 2021. “Pengaruh Digital Marketing dan Brand Trust Terhadap Keputusan Memakai DANA Dompot Digital pada Masyarakat Kota Bandung” dalam *e Proceeding of Management* Vol. 8 No. 5, Oktober.
- Ramadhanty, Vina Dewi et.al. 2021. “Analisis Faktor Penggunaan Dompot Digital di Kalangan Mahasiswa Perguruan Tinggi Surabaya” dalam *Jurnal Teknik Informatika dan Sistem Informasi* Vol. 8, No. 1, Maret.
- Ratri, Saras Mareta. 2016. “Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi *E Learning Moodle* Oleh Guru SMK Negeri 2 Yogyakarta dengan Pendekatan *Technology Acceptance Model (TAM)*” dalam *Skripsi* (Yogyakarta: Universitas Negeri Yogyakarta).
- Risma. 2021. “Pengaruh Fitur Layanan dan Kemudahan Terhadap Minat Menggunakan Mobile Banking (Studi Pada Masyarakat Desa Rantau Rasau Kecamatan Berbak)” dalam *Skripsi* (Jambi: UIN Sulthan Thaha Sifuddin).
- Riyanti, Sulis dan Kasyadi, Suparlan. 2021. “Motivasi dan Pengalaman PraktekKerja Industri Mempengaruhi Kesiapan Kerja Siswa: Studi pada SMK Swasta di Kabupaten Bogor” dalam *Herodotus: Jurnal Pendidikan IPS* Vol. 4 No. 1.
- Saputro, Irwan. 2018. *Pengantar Statistik I*. Purwokerto: IAIN Purwokerto.
- Sinaga, Erayon Handaya. 2020. “*Tinjauan Yuridis Quick Response Indonesian Standard (QRIS) Sebagai Sistem Transaksi Pembayaran dalam Mengatasi Monopoli Menurut Peraturan Anggota Dewan Gubernur No21/18/PADG/2019 (Studi Pada Bank Indonesia Medan)*” dalam <https://repository.uhn.ac.id/handle/123456789/4494> diakses pada 17 Oktober 2021.

- Sugiyono. 2019. *Metode Penelitian Kuantitatif*. ALFABETA: Bandung.
- Sujarweni, V Wiratna. 2021. "SPSS untuk Penelitian". Yogyakarta: Pustaka Baru Press.
- Sulfina et al. 2021. "Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan dan Persepsi Manfaat Terhadap Minat Untuk Menggunakan Uang Elektronik (ShopeePay)" dalam *Jurnal Riset, Akuntansi, dan Keuangan* Vol. 17 No.2, Agustus.
- Suryani, Tatik. 2013. *Perilaku Konsumen di Era Internet (Implikasinya Pada Strategi Pemasaran)*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Ulhaq, Dhiya. 2021. "Pengaruh Persepsi Risiko, Persepsi Kemudahan dan Fitur Layanan Terhadap Minat Beli Dengan Menggunakan ShopeePay di Kota Padang" dalam *Skripsi* (Padang: Universitas Bung Hatta).
- Widiyaningrum, Karina. 2021. "Pengaruh Manfaat, Kemudahan dan Fitur Layanan Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Mobile Banking Bank Syariah dan Dampaknya Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Kasus BNI Syariah Wilayah DKI Jakarta)" dalam *Skripsi* (Jakarta: UIN Syarif Hidayatullah).
- Wildan, Muhammad. 2019. "Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Efektivitas dan Risiko Terhadap Minat Bertransaksi Menggunakan *Financial Technology* (Studi Pada Mahasiswa S1 FEBI UIN Walisongo Semarang Angkatan 2014-2018)" dalam *Skripsi* (Semarang: UIN Walisongo).
- Wongso, D. A. 2020. "Analisa User Experience Terhadap Customer Loyalty dengan Trust Sebagai Variabel Intervening Pada Aplikasi OVO Digital Payment" dalam *Jurnal Strategi Pemasaran* Vol. 10 No. 1.
- Zahra, Aulia Nabila. 2021. "Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Kemanfaatan dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Nasabah Pengguna Mobile Banking (M Banking) Bank Syariah Mandiri" dalam *Skripsi* (Jakarta: UIN Syarif Hidayatullah).
- Zalma, Sucika Putri et al. 2021. "Peran Kepercayaan Memediasi Pengaruh Pengalaman Terhadap Niat Menggunakan Kembali Aplikasi Pembayaran X di Jakarta" dalam *Jurnal Bisnis, Manajemen dan Keuangan* Vol. 2 No. 2.

## LAMPIRAN-LAMPIRAN

### Lampiran 1. Kuesioner Penelitian

Kepada Yth.

Saudara/I Pengguna Dompot Digital *ShopeePay*

Dalam rangka menyelesaikan Skripsi sebagai salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana (Strata 1) di Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto. Maka yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Faidatunnida

Judul Penelitian : Pengaruh Fitur Layanan, *Benefit* dan Pengalaman Terhadap Keputusan Konsumen Menggunakan *ShopeePay* (Studi Kasus Remaja Kecamatan Cilongok)

Oleh karena itu, saya mohon bantuan Saudara/i untuk berkenan meluangkan waktu mengisi/memberikan jawaban atas beberapa pertanyaan terkait dengan penelitian ini. Atas perhatian dan waktu yang Saudara/i berikan untuk mengisi/memberikan jawaban, Saya ucapkan terima kasih.

Hormat saya,



Faidatunnida

## KUESIONER

### PETUNJUK PENGISIAN KUESIONER

1. Mengisi data diri terlebih dahulu sebelum mengisi kuesioner penelitian
2. Pilih salah satu jawaban pada setiap item pernyataan yang paling sesuai dengan keadaan saudara/i
3. Kuesioner ini diperuntukkan bagi responden yang pernah melakukan transaksi menggunakan ShopeePay dengan rentang usia 10-24 Tahun.

Keterangan:

- SS = Sangat Setuju  
S = Setuju  
RG = Ragu-ragu/Netral  
TS = Tidak Setuju  
STS = Sangat Tidak Setuju

#### A. Karakteristik Responden

- 1) Nama :
- 2) Jenis Kelamin :
  - Laki-laki
  - Perempuan
- 3) Usia :
  - 10-14 Tahun
  - 15-19 Tahun
  - 20-24 Tahun
- 4) Pendidikan Terakhir :
  - Tidak Sekolah
  - SD/Sederajat
  - SMP/Sederajat
  - SMA/Sederajat
  - Diploma
  - Sarjana

5) Penggunaan ShopeePay dalam satu bulan :

- 1-5 Kali
- 5-10 Kali
- > 10 Kali

6) Saldo harian ShopeePay :

- < 50.000
- 50.000-100.000
- > 100.000

## B. Pernyataan

### Variabel Fitur Layanan (X1)

No.	Pernyataan	SS	S	RG	TS	STS
1	Dapat melakukan pembayaran dengan scan kode QR di toko, website atau merchants shopee					
2	Dapat melakukan pengisian saldo melalui transfer bank					
3	Pembayaran ShopeePay dapat dikombinasikan dengan koin shopee					
4	Penggunaan ShopeePay relatif aman dengan adanya PIN saat pengisian saldo dan transfer					

### Variabel Benefit (X2)

No.	Pernyataan	SS	S	RG	TS	STS
1	Pengguna ShopeePay mendapat voucher gratis ongkir lebih banyak dibandingkan yang tidak menggunakan ShopeePay saat bertransaksi					
2	ShopeePay menghemat pengeluaran saya dengan adanya diskon yang diberikan					
3	Pengguna ShopeePay mendapat penawaran khusus (reward spesial para pembeli yang menggunakan ShopeePay dalam bertransaksi)					



4	Mendapat cashback dengan pembayaran menggunakan ShopeePay					
---	---	--	--	--	--	--

### Variabel Pengalaman (X3)

No.	Pernyataan	SS	S	RG	TS	STS
1	Transaksi menggunakan ShopeePay memberi pengalaman baru dalam belanja dengan pembayaran online					
2	Bebas biaya penanganan dengan transaksi menggunakan ShopeePay					
3	Cashback dapat digunakan untuk transaksi kebutuhan lain					
4	Saldo hilang setelah top up					
5	Belanja online lebih mudah saat ada kebutuhan mendesak					

### Variabel Keputusan Penggunaan *ShopeePay* (Y)

No.	Pernyataan	SS	S	RG	TS	STS
1	Saya hanya sekedar mencoba menggunakan ShopeePay dalam beberapa transaksi					
2	Saya menggunakan ShopeePay karena keluarga, teman-teman dan orang disekitar menggunakan ShopeePay					
3	Saya menggunakan ShopeePay karena review seseorang					
4	Saya menggunakan ShopeePay karena suka membeli produk secara online serta mudah dan cepat dalam bertransaksi					
5	Saya merasa nyaman saat bertransaksi menggunakan ShopeePay					

## Lampiran 2. Karakteristik Responden

Jenis Kelamin	Usia	Pendidikan Terakhir	Saldo Harian ShopeePay	Penggunaan ShopeePay dalam 1 Bulan
Perempuan	20-24	SMA/Sederaja	50.000-100.000	1-5 Kali
Laki-laki	20-24	SMA/Sederajat	>100.000	1-5 Kali
Perempuan	20-24	SMA/Sederajat	<50.000	1-5 Kali
Perempuan	15-19	SMA/Sederajat	<50.000	1-5 Kali
Perempuan	15-19	SMA/Sederajat	<50.000	1-5 Kali
Laki-laki	20-24	SMA/Sederajat	>100.000	1-5 Kali
Perempuan	20-24	SMA/Sederajat	<50.000	1-5 Kali
Perempuan	20-24	SMA/Sederajat	<50.000	1-5 Kali
Perempuan	20-24	SMA/Sederajat	<50.000	1-5 Kali
Perempuan	20-24	Diploma	>100.000	5-10 Kali
Laki-laki	20-24	SMA/Sederajat	<50.000	1-5 Kali
Laki-laki	20-24	SMA/Sederajat	<50.000	1-5 Kali
Perempuan	15-19	SMA/Sederajat	<50.000	1-5 Kali
Laki-laki	20-24	Sarjana	>100.000	1-5 Kali
Laki-laki	15-19	SMA/Sederajat	<50.000	1-5 Kali
Perempuan	20-24	Sarjana	<50.000	1-5 Kali
Laki-laki	20-24	Sarjana	<50.000	1-5 Kali
Laki-laki	20-24	Sarjana	<50.000	1-5 Kali
Laki-laki	20-24	SMA/Sederajat	<50.000	1-5 Kali
Perempuan	20-24	SMA/Sederajat	<50.000	1-5 Kali
Perempuan	20-24	SMA/Sederajat	<50.000	1-5 Kali
Laki-laki	15-19	SMA/Sederajat	<50.000	1-5 Kali
Laki-laki	10-14	SD/Sederajat	<50.000	1-5 Kali
Perempuan	20-24	Sarjana	<50.000	>10 Kali
Perempuan	15-19	SMP/Sederajat	<50.000	1-5 Kali
Perempuan	15-19	SMP/Sederajat	<50.000	1-5 Kali
Laki-laki	15-19	SMP/Sederajat	<50.000	1-5 Kali
Perempuan	10-14	SD/Sederajat	<50.000	>10 Kali
Laki-laki	20-24	SMA/Sederajat	<50.000	5-10 Kali
Perempuan	20-24	SMA/Sederajat	<50.000	1-5 Kali
Perempuan	20-24	SMA/Sederajat	50.000-100.000	5-10 Kali
Laki-laki	20-24	SMP/Sederajat	50.000-100.000	1-5 Kali
Perempuan	20-24	SMA/Sederajat	50.000-100.000	1-5 Kali
Perempuan	20-24	SMA/Sederajat	<50.000	1-5 Kali

Laki-laki	20-24	Sarjana	<50.000	>10 Kali
Laki-laki	20-24	Diploma	<50.000	>10 Kali
Perempuan	20-24	Diploma	<50.000	5-10 Kali
Perempuan	10-14	SD/Sederajat	<50.000	1-5 Kali
Perempuan	10-14	SD/Sederajat	<50.000	1-5 Kali
Laki-laki	20-24	SMA/Sederajat	50.000-100.000	>10 Kali
Perempuan	20-24	Sarjana	50.000-100.000	5-10 Kali
Perempuan	20-24	Sarjana	50.000-100.000	5-10 Kali
Perempuan	20-24	Diploma	50.000-100.000	5-10 Kali
Laki-laki	20-24	SMA/Sederajat	50.000-100.000	5-10 Kali
Perempuan	20-24	SMA/Sederajat	50.000-100.000	>10 Kali
Perempuan	20-24	Diploma	<50.000	>10 Kali
Perempuan	10-14	SD/Sederajat	<50.000	1-5 Kali
Perempuan	20-24	SMA/Sederajat	<50.000	5-10 Kali
Perempuan	10-14	SD/Sederajat	<50.000	5-10 Kali
Laki-laki	20-24	SMA/Sederajat	<50.000	5-10 Kali
Laki-laki	20-24	SMA/Sederajat	<50.000	5-10 Kali
Perempuan	15-19	SMP/Sederajat	<50.000	1-5 Kali
Perempuan	15-19	SMP/Sederajat	<50.000	1-5 Kali
Laki-laki	20-24	SMA/Sederajat	<50.000	1-5 Kali
Perempuan	15-19	SMP/Sederajat	<50.000	5-10 Kali
Perempuan	20-24	Sarjana	50.000-100.000	>10 Kali
Perempuan	20-24	SMA/Sederajat	50.000-100.000	>10 Kali
Laki-laki	20-24	SMA/Sederajat	50.000-100.000	5-10 Kali
Perempuan	15-19	SMA/Sederajat	<50.000	1-5 Kali
Laki-laki	20-24	Diploma	<50.000	5-10 Kali
Laki-laki	15-19	SMP/Sederajat	<50.000	1-5 Kali
Perempuan	20-24	SMA/Sederajat	50.000-100.000	5-10 Kali
Perempuan	20-24	SMA/Sederajat	50.000-100.000	1-5 Kali
Laki-laki	20-24	SMA/Sederajat	50.000-100.000	5-10 Kali
Perempuan	20-24	Diploma	<50.000	5-10 Kali
Laki-laki	20-24	Diploma	<50.000	5-10 Kali
Perempuan	15-19	SMP/Sederajat	<50.000	1-5 Kali
Laki-laki	20-24	SMA/Sederajat	<50.000	>10 Kali
Perempuan	15-19	SMP/Sederajat	<50.000	1-5 Kali
Perempuan	15-19	SMP/Sederajat	<50.000	1-5 Kali
Perempuan	20-24	SMA/Sederajat	<50.000	5-10 Kali
Perempuan	20-24	SMA/Sederajat	<50.000	1-5 Kali

Laki-laki	20-24	SMP/Sederajat	50.000-100.000	5-10 Kali
Laki-laki	20-24	SMA/Sederajat	50.000-100.000	5-10 Kali
Laki-laki	20-24	SMA/Sederajat	<50.000	1-5 Kali
Perempuan	15-19	SMP/Sederajat	<50.000	1-5 Kali
Perempuan	20-24	SMA/Sederajat	<50.000	5-10 Kali
Perempuan	15-19	SMP/Sederajat	<50.000	5-10 Kali
Laki-laki	20-24	SMA/Sederajat	<50.000	5-10 Kali
Perempuan	15-19	SMP/Sederajat	<50.000	1-5 Kali
Perempuan	15-19	SMP/Sederajat	<50.000	1-5 Kali
Perempuan	15-19	SMP/Sederajat	<50.000	1-5 Kali
Laki-laki	20-24	SMA/Sederajat	<50.000	1-5 Kali
Perempuan	15-19	SMP/Sederajat	<50.000	1-5 Kali
Perempuan	20-24	Diploma	50.000-100.000	5-10 Kali
Perempuan	20-24	SMA/Sederajat	<50.000	1-5 Kali
Perempuan	15-19	SMA/Sederajat	<50.000	1-5 Kali
Perempuan	15-19	SMP/Sederajat	<50.000	1-5 Kali
Laki-laki	20-24	SMA/Sederajat	<50.000	5-10 Kali
Perempuan	20-24	SMA/Sederajat	<50.000	5-10 Kali
Perempuan	15-19	SMA/Sederajat	<50.000	1-5 Kali
Laki-laki	20-24	SMP/Sederajat	50.000-100.000	5-10 Kali
Perempuan	15-19	SMP/Sederajat	<50.000	1-5 Kali
Laki-laki	20-24	Diploma	<50.000	1-5 Kali
Perempuan	20-24	Sarjana	<50.000	1-5 Kali
Perempuan	20-24	SMA/Sederajat	<50.000	1-5 Kali
Laki-laki	20-24	SMA/Sederajat	<50.000	5-10 Kali
Perempuan	15-19	SMP/Sederajat	<50.000	1-5 Kali
Laki-laki	20-24	SMP/Sederajat	50.000-100.000	5-10 Kali
Laki-laki	20-24	SMA/Sederajat	<50.000	5-10 Kali
Perempuan	15-19	SMP/Sederajat	50.000-100.000	1-5 Kali
Perempuan	15-19	SMP/Sederajat	50.000-100.000	5-10 Kali
Laki-laki	20-24	SMA/Sederajat	>100.000	5-10 Kali
Perempuan	20-24	SMA/Sederajat	>100.000	5-10 Kali
Perempuan	15-19	SMP/Sederajat	50.000-100.000	5-10 Kali
Perempuan	20-24	SMA/Sederajat	>100.000	>10 Kali
Laki-laki	20-24	SMA/Sederajat	>100.000	>10 Kali
Laki-laki	20-24	SMA/Sederajat	>100.000	5-10 Kali
Laki-laki	20-24	SMA/Sederajat	>100.000	5-10 Kali

Perempuan	15-19	SMP/Sederajat	50.000-100.000	1-5 Kali
Perempuan	15-19	SMP/Sederajat	50.000-100.000	5-10 Kali
Perempuan	15-19	SMP/Sederajat	50.000-100.000	5-10 Kali
Laki-laki	20-24	SMA/Sederajat	>100.000	5-10 Kali
Laki-laki	20-24	SMA/Sederajat	>100.000	5-10 Kali
Laki-laki	20-24	SMA/Sederajat	50.000-100.000	5-10 Kali
Perempuan	20-24	SMA/Sederajat	>100.000	5-10 Kali
Laki-laki	20-24	SMA/Sederajat	50.000-100.000	5-10 Kali
Laki-laki	20-24	SMA/Sederajat	>100.000	5-10 Kali
Laki-laki	20-24	SMA/Sederajat	>100.000	5-10 Kali
Perempuan	20-24	SMA/Sederajat	>100.000	5-10 Kali
Perempuan	20-24	SMA/Sederajat	>100.000	5-10 Kali
Perempuan	15-19	SMP/Sederajat	50.000-100.000	5-10 Kali
Perempuan	20-24	SMA/Sederajat	50.000-100.000	>10 Kali
Perempuan	20-24	SMA/Sederajat	>100.000	>10 Kali
Perempuan	20-24	SMA/Sederajat	>100.000	5-10 Kali
Perempuan	20-24	SMA/Sederajat	>100.000	5-10 Kali
Laki-laki	20-24	SMA/Sederajat	>100.000	5-10 Kali
Perempuan	20-24	SMA/Sederajat	50.000-100.000	5-10 Kali
Perempuan	20-24	SMA/Sederajat	>100.000	5-10 Kali
Perempuan	20-24	SMA/Sederajat	>100.000	5-10 Kali
Perempuan	15-19	SMP/Sederajat	50.000-100.000	5-10 Kali
Perempuan	15-19	SMP/Sederajat	50.000-100.000	5-10 Kali
Perempuan	15-19	SMP/Sederajat	50.000-100.000	1-5 Kali
Perempuan	15-19	SMP/Sederajat	50.000-100.000	5-10 Kali
Laki-laki	15-19	SMP/Sederajat	50.000-100.000	5-10 Kali
Laki-laki	20-24	SMA/Sederajat	50.000-100.000	5-10 Kali
Laki-laki	20-24	SMA/Sederajat	50.000-100.000	5-10 Kali
Laki-laki	20-24	SMA/Sederajat	50.000-100.000	5-10 Kali
Perempuan	20-24	SMA/Sederajat	50.000-100.000	5-10 Kali
Laki-laki	20-24	SMA/Sederajat	50.000-100.000	5-10 Kali
Laki-laki	20-24	SMA/Sederajat	50.000-100.000	5-10 Kali
Laki-laki	20-24	SMA/Sederajat	50.000-100.000	5-10 Kali
Laki-laki	15-19	SMP/Sederajat	50.000-100.000	5-10 Kali
Perempuan	15-19	SMA/Sederajat	50.000-100.000	5-10 Kali
Perempuan	20-24	SMA/Sederajat	50.000-100.000	5-10 Kali
Perempuan	20-24	SMA/Sederajat	50.000-100.000	5-10 Kali
Perempuan	20-24	SMA/Sederajat	50.000-100.000	5-10 Kali
Laki-laki	20-24	SMA/Sederajat	50.000-100.000	5-10 Kali
Laki-laki	20-24	SMA/Sederajat	50.000-100.000	1-5 Kali
Perempuan	20-24	SMA/Sederajat	50.000-100.000	5-10 Kali
Perempuan	15-19	SMA/Sederajat	50.000-100.000	5-10 Kali

Perempuan	20-24	SMA/Sederajat	50.000-100.000	>10 Kali
Laki-laki	15-19	SMP/Sederajat	50.000-100.000	1-5 Kali
Laki-laki	20-24	SMA/Sederajat	50.000-100.000	1-5 Kali
Laki-laki	20-24	SMA/Sederajat	50.000-100.000	>10 Kali
Laki-laki	20-24	SMA/Sederajat	50.000-100.000	5-10 Kali
Perempuan	15-19	SMP/Sederajat	50.000-100.000	5-10 Kali
Perempuan	15-19	SMP/Sederajat	50.000-100.000	5-10 Kali
Perempuan	20-24	SMA/Sederajat	>100.000	5-10 Kali
Laki-laki	20-24	SMA/Sederajat	50.000-100.000	1-5 Kali
Perempuan	15-19	SMP/Sederajat	50.000-100.000	5-10 Kali
Perempuan	20-24	SMA/Sederajat	>100.000	>10 Kali
Laki-laki	20-24	SMA/Sederajat	50.000-100.000	1-5 Kali
Laki-laki	20-24	SMA/Sederajat	50.000-100.000	1-5 Kali
Laki-laki	20-24	SMA/Sederajat	50.000-100.000	5-10 Kali
Laki-laki	20-24	SMA/Sederajat	50.000-100.000	5-10 Kali
Perempuan	15-19	SMP/Sederajat	50.000-100.000	5-10 Kali
Perempuan	15-19	SMP/Sederajat	50.000-100.000	5-10 Kali
Perempuan	15-19	SMP/Sederajat	50.000-100.000	5-10 Kali
Perempuan	20-24	SMA/Sederajat	50.000-100.000	5-10 Kali
Perempuan	15-19	SMP/Sederajat	50.000-100.000	5-10 Kali
Laki-laki	20-24	SMA/Sederajat	50.000-100.000	5-10 Kali
Perempuan	20-24	SMA/Sederajat	>100.000	5-10 Kali
Laki-laki	20-24	SMA/Sederajat	50.000-100.000	1-5 Kali
Perempuan	20-24	SMA/Sederajat	50.000-100.000	1-5 Kali
Perempuan	20-24	SMA/Sederajat	>100.000	1-5 Kali
Perempuan	15-19	SMP/Sederajat	50.000-100.000	1-5 Kali
Perempuan	15-19	SMP/Sederajat	50.000-100.000	5-10 Kali
Perempuan	20-24	SMA/Sederajat	50.000-100.000	5-10 Kali
Perempuan	20-24	SMA/Sederajat	50.000-100.000	5-10 Kali
Perempuan	20-24	SMA/Sederajat	50.000-100.000	1-5 Kali
Laki-laki	20-24	SMA/Sederajat	50.000-100.000	5-10 Kali
Perempuan	20-24	SMA/Sederajat	50.000-100.000	5-10 Kali
Perempuan	15-19	SMP/Sederajat	50.000-100.000	5-10 Kali
Perempuan	20-24	Diploma	>100.000	5-10 Kali
Perempuan	20-24	SMA/Sederajat	>100.000	5-10 Kali
Laki-laki	20-24	SMA/Sederajat	>100.000	5-10 Kali
Laki-laki	20-24	SMA/Sederajat	50.000-100.000	1-5 Kali
Laki-laki	20-24	SMA/Sederajat	50.000-100.000	1-5 Kali
Laki-laki	20-24	SMA/Sederajat	50.000-100.000	1-5 Kali
Laki-laki	20-24	SMA/Sederajat	50.000-100.000	1-5 Kali
Laki-laki	20-24	SMA/Sederajat	50.000-100.000	1-5 Kali
Perempuan	20-24	SMA/Sederajat	50.000-100.000	5-10 Kali
Perempuan	20-24	SMA/Sederajat	50.000-100.000	5-10 Kali

Perempuan	20-24	SMA/Sederajat	>100.000	5-10 Kali
Perempuan	20-24	SMA/Sederajat	50.000-100.000	1-5 Kali
Perempuan	20-24	SMA/Sederajat	50.000-100.000	1-5 Kali
Perempuan	20-24	SMA/Sederajat	50.000-100.000	1-5 Kali
Laki-laki	20-24	SMA/Sederajat	50.000-100.000	1-5 Kali
Perempuan	20-24	SMA/Sederajat	>100.000	5-10 Kali
Perempuan	20-24	SMA/Sederajat	>100.000	5-10 Kali
Perempuan	20-24	SMA/Sederajat	>100.000	5-10 Kali
Perempuan	20-24	SMA/Sederajat	>100.000	5-10 Kali
Perempuan	15-19	SMP/Sederajat	50.000-100.000	5-10 Kali
Perempuan	15-19	SMP/Sederajat	50.000-100.000	1-5 Kali
Laki-laki	20-24	SMA/Sederajat	50.000-100.000	1-5 Kali
Laki-laki	20-24	SMA/Sederajat	50.000-100.000	1-5 Kali
Perempuan	20-24	SMA/Sederajat	50.000-100.000	1-5 Kali
Perempuan	15-19	SMP/Sederajat	50.000-100.000	1-5 Kali
Perempuan	15-19	SMP/Sederajat	50.000-100.000	1-5 Kali
Perempuan	15-19	SMP/Sederajat	50.000-100.000	1-5 Kali
Laki-laki	15-19	SMP/Sederajat	50.000-100.000	5-10 Kali
Perempuan	20-24	SMA/Sederajat	50.000-100.000	1-5 Kali
Perempuan	15-19	SMP/Sederajat	50.000-100.000	1-5 Kali
Perempuan	20-24	SMA/Sederajat	>100.000	5-10 Kali
Perempuan	20-24	Diploma	>100.000	5-10 Kali
Perempuan	20-24	SMA/Sederajat	50.000-100.000	1-5 Kali
Laki-laki	20-24	SMA/Sederajat	50.000-100.000	1-5 Kali
Laki-laki	20-24	SMA/Sederajat	50.000-100.000	1-5 Kali
Laki-laki	20-24	SMA/Sederajat	50.000-100.000	1-5 Kali
Perempuan	15-19	SMP/Sederajat	>100.000	5-10 Kali
Perempuan	20-24	SMA/Sederajat	>100.000	5-10 Kali
Perempuan	20-24	SMA/Sederajat	>100.000	5-10 Kali
Perempuan	20-24	SMA/Sederajat	50.000-100.000	5-10 Kali
Perempuan	15-19	SMP/Sederajat	50.000-100.000	5-10 Kali
Perempuan	20-24	SMA/Sederajat	>100.000	5-10 Kali
Perempuan	15-19	SMP/Sederajat	50.000-100.000	1-5 Kali
Perempuan	15-19	SMP/Sederajat	50.000-100.000	1-5 Kali
Perempuan	20-24	SMA/Sederajat	50.000-100.000	5-10 Kali
Perempuan	20-24	SMA/Sederajat	>100.000	1-5 Kali
Perempuan	20-24	SMA/Sederajat	>100.000	5-10 Kali
Perempuan	20-24	SMA/Sederajat	>100.000	5-10 Kali
Perempuan	20-24	SMA/Sederajat	>100.000	5-10 Kali
Perempuan	20-24	Diploma	>100.000	5-10 Kali
Laki-laki	15-19	SMP/Sederajat	50.000-100.000	1-5 Kali

Laki-laki	20-24	SMA/Sederajat	50.000-100.000	1-5 Kali
Laki-laki	20-24	SMA/Sederajat	>100.000	>10 Kali
Laki-laki	20-24	SMA/Sederajat	50.000-100.000	1-5 Kali
Laki-laki	20-24	SMA/Sederajat	50.000-100.000	1-5 Kali
Perempuan	15-19	SMP/Sederajat	50.000-100.000	1-5 Kali
Perempuan	15-19	SMP/Sederajat	50.000-100.000	1-5 Kali
Perempuan	15-19	SMP/Sederajat	50.000-100.000	1-5 Kali
Perempuan	15-19	SMP/Sederajat	50.000-100.000	1-5 Kali
Perempuan	15-19	SMP/Sederajat	50.000-100.000	1-5 Kali
Perempuan	20-24	Diploma	>100.000	5-10 Kali
Laki-laki	20-24	SMA/Sederajat	>100.000	5-10 Kali
Perempuan	20-24	Diploma	>100.000	>10 Kali
Perempuan	20-24	SMA/Sederajat	50.000-100.000	1-5 Kali
Perempuan	15-19	SMP/Sederajat	50.000-100.000	1-5 Kali
Perempuan	20-24	SMA/Sederajat	>100.000	>10 Kali
Perempuan	20-24	SMA/Sederajat	50.000-100.000	5-10 Kali
Perempuan	20-24	SMA/Sederajat	50.000-100.000	5-10 Kali
Laki-laki	20-24	SMA/Sederajat	50.000-100.000	5-10 Kali
Laki-laki	20-24	SMA/Sederajat	50.000-100.000	5-10 Kali
Perempuan	20-24	Diploma	50.000-100.000	1-5 Kali
Perempuan	15-19	SMP/Sederajat	50.000-100.000	1-5 Kali
Perempuan	15-19	SMP/Sederajat	50.000-100.000	1-5 Kali
Perempuan	15-19	SMP/Sederajat	50.000-100.000	1-5 Kali
Perempuan	20-24	SMA/Sederajat	>100.000	5-10 Kali
Perempuan	20-24	SMA/Sederajat	>100.000	5-10 Kali
Laki-laki	20-24	SMA/Sederajat	50.000-100.000	5-10 Kali
Laki-laki	20-24	SMA/Sederajat	50.000-100.000	5-10 Kali
Laki-laki	20-24	SMA/Sederajat	50.000-100.000	1-5 Kali
Laki-laki	20-24	SMA/Sederajat	50.000-100.000	1-5 Kali
Perempuan	20-24	Diploma	>100.000	5-10 Kali
Perempuan	15-19	SMP/Sederajat	>100.000	5-10 Kali
Perempuan	20-24	SMA/Sederajat	50.000-100.000	5-10 Kali
Perempuan	20-24	Diploma	>100.000	5-10 Kali
Perempuan	20-24	SMA/Sederajat	50.000-100.000	1-5 Kali
Perempuan	15-19	SMP/Sederajat	50.000-100.000	1-5 Kali
Perempuan	20-24	SMA/Sederajat	50.000-100.000	1-5 Kali
Perempuan	20-24	SMA/Sederajat	>100.000	5-10 Kali
Perempuan	20-24	Diploma	>100.000	5-10 Kali
Perempuan	20-24	Diploma	50.000-100.000	1-5 Kali
Perempuan	20-24	SMA/Sederajat	50.000-100.000	1-5 Kali
Laki-laki	15-19	SMP/Sederajat	50.000-100.000	1-5 Kali
Laki-laki	20-24	SMA/Sederajat	50.000-100.000	1-5 Kali



Perempuan	20-24	SMA/Sederajat	50.000-100.000	1-5 Kali
Perempuan	15-19	SMP/Sederajat	50.000-100.000	1-5 Kali
Perempuan	15-19	SMP/Sederajat	50.000-100.000	1-5 Kali
Perempuan	20-24	SMA/Sederajat	50.000-100.000	1-5 Kali
Perempuan	20-24	SMA/Sederajat	50.000-100.000	1-5 Kali
Perempuan	20-24	SMA/Sederajat	50.000-100.000	1-5 Kali
Perempuan	20-24	SMA/Sederajat	>100.000	>10 Kali
Perempuan	20-24	SMA/Sederajat	>100.000	>10 Kali
Perempuan	15-19	SMP/Sederajat	50.000-100.000	1-5 Kali
Perempuan	15-19	SMP/Sederajat	50.000-100.000	1-5 Kali
Laki-laki	20-24	SMA/Sederajat	50.000-100.000	1-5 Kali
Laki-laki	20-24	SMA/Sederajat	>100.000	5-10 Kali
Laki-laki	20-24	SMA/Sederajat	>100.000	5-10 Kali
Perempuan	20-24	SMA/Sederajat	>100.000	5-10 Kali
Perempuan	20-24	SMA/Sederajat	>100.000	5-10 Kali
Perempuan	20-24	SMA/Sederajat	>100.000	5-10 Kali
Perempuan	20-24	Diploma	>100.000	5-10 Kali
Perempuan	20-24	Diploma	50.000-100.000	5-10 Kali
Perempuan	20-24	SMA/Sederajat	>100.000	5-10 Kali
Perempuan	20-24	SMA/Sederajat	>100.000	5-10 Kali
Perempuan	20-24	SMA/Sederajat	>100.000	5-10 Kali
Perempuan	15-19	SMP/Sederajat	50.000-100.000	1-5 Kali
Perempuan	20-24	SMA/Sederajat	50.000-100.000	1-5 Kali
Perempuan	20-24	SMA/Sederajat	50.000-100.000	1-5 Kali
Perempuan	15-19	SMP/Sederajat	50.000-100.000	1-5 Kali
Perempuan	20-24	SMA/Sederajat	>100.000	5-10 Kali
Perempuan	20-24	SMA/Sederajat	>100.000	5-10 Kali
Perempuan	20-24	SMA/Sederajat	50.000-100.000	1-5 Kali
Perempuan	20-24	SMA/Sederajat	50.000-100.000	1-5 Kali
Perempuan	20-24	SMA/Sederajat	50.000-100.000	1-5 Kali
Laki-laki	20-24	SMA/Sederajat	50.000-100.000	5-10 Kali
Laki-laki	20-24	SMA/Sederajat	50.000-100.000	5-10 Kali
Laki-laki	15-19	SMP/Sederajat	50.000-100.000	1-5 Kali
Laki-laki	20-24	SMA/Sederajat	50.000-100.000	1-5 Kali
Perempuan	20-24	SMA/Sederajat	50.000-100.000	1-5 Kali
Perempuan	20-24	SMA/Sederajat	50.000-100.000	1-5 Kali
Perempuan	15-19	SMP/Sederajat	50.000-100.000	1-5 Kali
Perempuan	20-24	SMA/Sederajat	50.000-100.000	5-10 Kali
Perempuan	20-24	SMA/Sederajat	50.000-100.000	5-10 Kali
Perempuan	20-24	SMA/Sederajat	>100.000	5-10 Kali
Perempuan	20-24	SMA/Sederajat	>100.000	5-10 Kali
Perempuan	20-24	SMA/Sederajat	>100.000	1-5 Kali

Perempuan	15-19	SMP/Sederajat	50.000-100.000	1-5 Kali
Perempuan	15-19	SMP/Sederajat	50.000-100.000	1-5 Kali
Perempuan	20-24	SMA/Sederajat	>100.000	5-10 Kali
Perempuan	20-24	Diploma	>100.000	5-10 Kali
Laki-laki	20-24	SMA/Sederajat	50.000-100.000	1-5 Kali
Laki-laki	20-24	SMA/Sederajat	50.000-100.000	1-5 Kali
Laki-laki	20-24	SMA/Sederajat	50.000-100.000	1-5 Kali
Perempuan	15-19	SMP/Sederajat	50.000-100.000	1-5 Kali
Perempuan	20-24	Sarjana	50.000-100.000	1-5 Kali
Laki-laki	20-24	SMA/Sederajat	50.000-100.000	1-5 Kali
Perempuan	20-24	Sarjana	>100.000	5-10 Kali
Perempuan	20-24	SMA/Sederajat	>100.000	5-10 Kali
Perempuan	20-24	SMA/Sederajat	50.000-100.000	1-5 Kali
Perempuan	20-24	Diploma	50.000-100.000	1-5 Kali
Laki-laki	20-24	SMA/Sederajat	50.000-100.000	1-5 Kali
Laki-laki	20-24	SMA/Sederajat	>100.000	1-5 Kali
Perempuan	20-24	SMA/Sederajat	>100.000	5-10 Kali
Perempuan	20-24	SMA/Sederajat	>100.000	5-10 Kali
Perempuan	15-19	SMA/Sederajat	50.000-100.000	1-5 Kali
Perempuan	15-19	SMP/Sederajat	50.000-100.000	1-5 Kali
Perempuan	15-19	SMP/Sederajat	50.000-100.000	1-5 Kali
Perempuan	20-24	Diploma	>100.000	5-10 Kali
Perempuan	20-24	Diploma	>100.000	5-10 Kali
Perempuan	20-24	Diploma	>100.000	5-10 Kali
Perempuan	20-24	Diploma	>100.000	5-10 Kali
Perempuan	20-24	SMA/Sederajat	50.000-100.000	5-10 Kali
Perempuan	20-24	SMA/Sederajat	50.000-100.000	5-10 Kali
Perempuan	20-24	SMA/Sederajat	>100.000	5-10 Kali
Perempuan	20-24	SMA/Sederajat	50.000-100.000	5-10 Kali
Perempuan	20-24	SMA/Sederajat	50.000-100.000	1-5 Kali
Laki-laki	20-24	SMA/Sederajat	50.000-100.000	1-5 Kali
Laki-laki	20-24	SMA/Sederajat	50.000-100.000	1-5 Kali
Laki-laki	20-24	SMA/Sederajat	50.000-100.000	1-5 Kali
Laki-laki	20-24	SMA/Sederajat	50.000-100.000	1-5 Kali
Laki-laki	20-24	SMA/Sederajat	50.000-100.000	1-5 Kali
Laki-laki	20-24	SMA/Sederajat	50.000-100.000	1-5 Kali
Laki-laki	20-24	SMA/Sederajat	50.000-100.000	1-5 Kali
Perempuan	20-24	Diploma	>100.000	5-10 Kali
Perempuan	20-24	SMA/Sederajat	>100.000	5-10 Kali
Perempuan	20-24	SMA/Sederajat	50.000-100.000	1-5 Kali
Perempuan	20-24	SMA/Sederajat	50.000-100.000	1-5 Kali
Perempuan	20-24	SMA/Sederajat	50.000-100.000	1-5 Kali

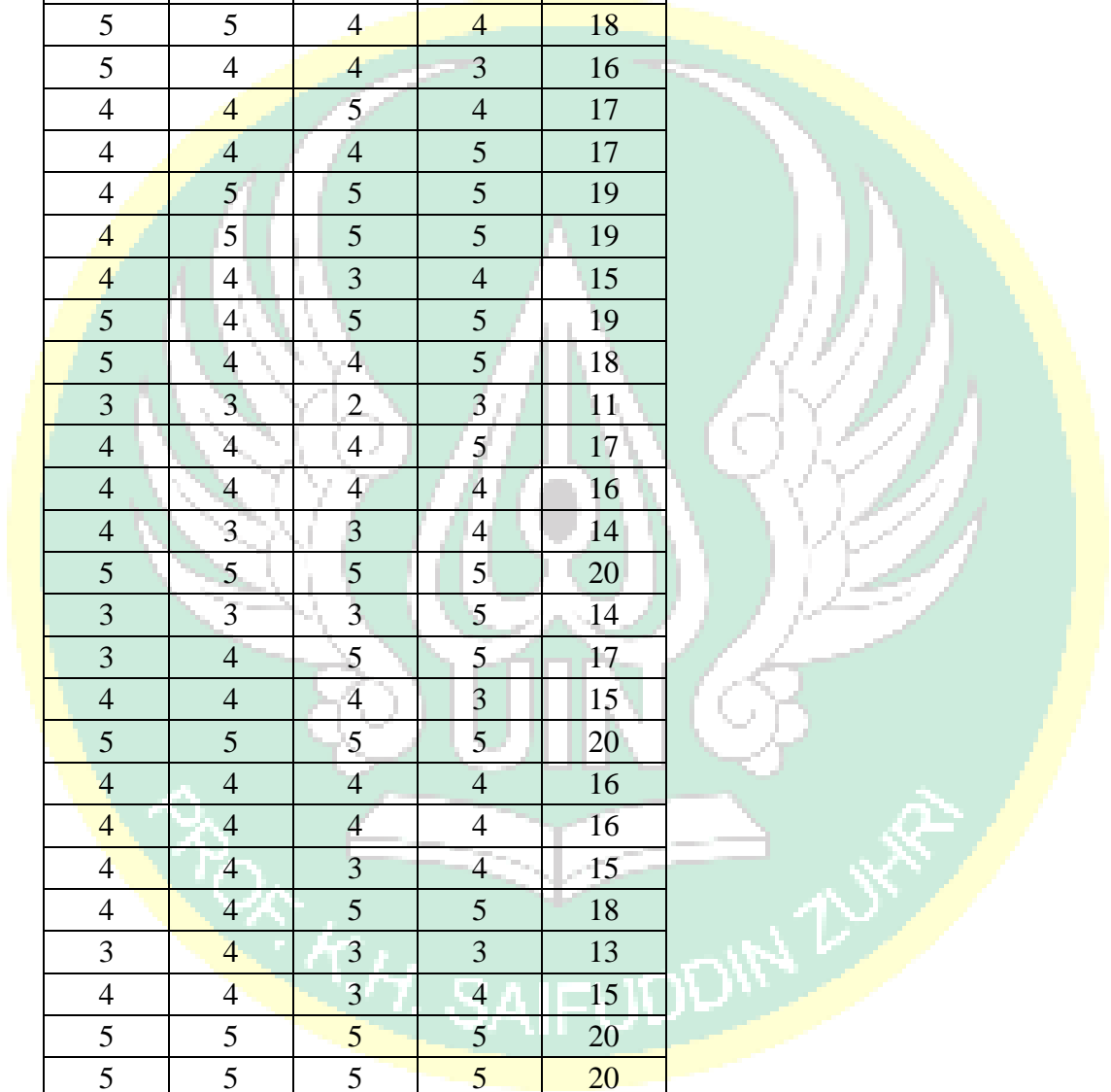
Perempuan	20-24	SMA/Sederajat	50.000-100.000	5-10 Kali
Perempuan	20-24	Sarjana	>100.000	5-10 Kali
Perempuan	20-24	SMA/Sederajat	50.000-100.000	1-5 Kali
Laki-laki	20-24	SMA/Sederajat	50.000-100.000	1-5 Kali
Perempuan	20-24	Sarjana	50.000-100.000	1-5 Kali
Perempuan	20-24	SMA/Sederajat	50.000-100.000	1-5 Kali
Perempuan	20-24	SMA/Sederajat	50.000-100.000	1-5 Kali
Perempuan	20-24	SMA/Sederajat	>100.000	5-10 Kali
Perempuan	20-24	SMA/Sederajat	>100.000	5-10 Kali
Perempuan	20-24	Diploma	>100.000	5-10 Kali
Perempuan	20-24	SMA/Sederajat	50.000-100.000	5-10 Kali
Perempuan	20-24	SMA/Sederajat	50.000-100.000	1-5 Kali
Perempuan	20-24	SMA/Sederajat	50.000-100.000	1-5 Kali
Laki-laki	20-24	SMA/Sederajat	50.000-100.000	1-5 Kali
Perempuan	20-24	SMA/Sederajat	50.000-100.000	1-5 Kali
Perempuan	20-24	SMA/Sederajat	50.000-100.000	1-5 Kali
Perempuan	20-24	SMA/Sederajat	50.000-100.000	1-5 Kali
Perempuan	20-24	SMA/Sederajat	>100.000	5-10 Kali
Perempuan	20-24	SMA/Sederajat	>100.000	5-10 Kali
Perempuan	20-24	SMA/Sederajat	50.000-100.000	1-5 Kali
Perempuan	20-24	Diploma	50.000-100.000	1-5 Kali
Perempuan	20-24	Diploma	50.000-100.000	1-5 Kali
Laki-laki	20-24	SMA/Sederajat	50.000-100.000	1-5 Kali
Laki-laki	20-24	SMA/Sederajat	50.000-100.000	1-5 Kali
Perempuan	20-24	SMA/Sederajat	50.000-100.000	1-5 Kali
Perempuan	20-24	SMA/Sederajat	>100.000	5-10 Kali
Perempuan	20-24	SMA/Sederajat	>100.000	5-10 Kali
Perempuan	20-24	SMA/Sederajat	50.000-100.000	1-5 Kali
Laki-laki	20-24	SMA/Sederajat	50.000-100.000	1-5 Kali
Perempuan	20-24	SMA/Sederajat	>100.000	5-10 Kali
Perempuan	20-24	SMA/Sederajat	>100.000	5-10 Kali
Laki-laki	20-24	SMA/Sederajat	>100.000	5-10 Kali
Laki-laki	20-24	SMA/Sederajat	50.000-100.000	5-10 Kali
Laki-laki	20-24	SMA/Sederajat	50.000-100.000	1-5 Kali
Laki-laki	20-24	SMA/Sederajat	50.000-100.000	1-5 Kali

### Lampiran 3. Jawaban Kuesioner

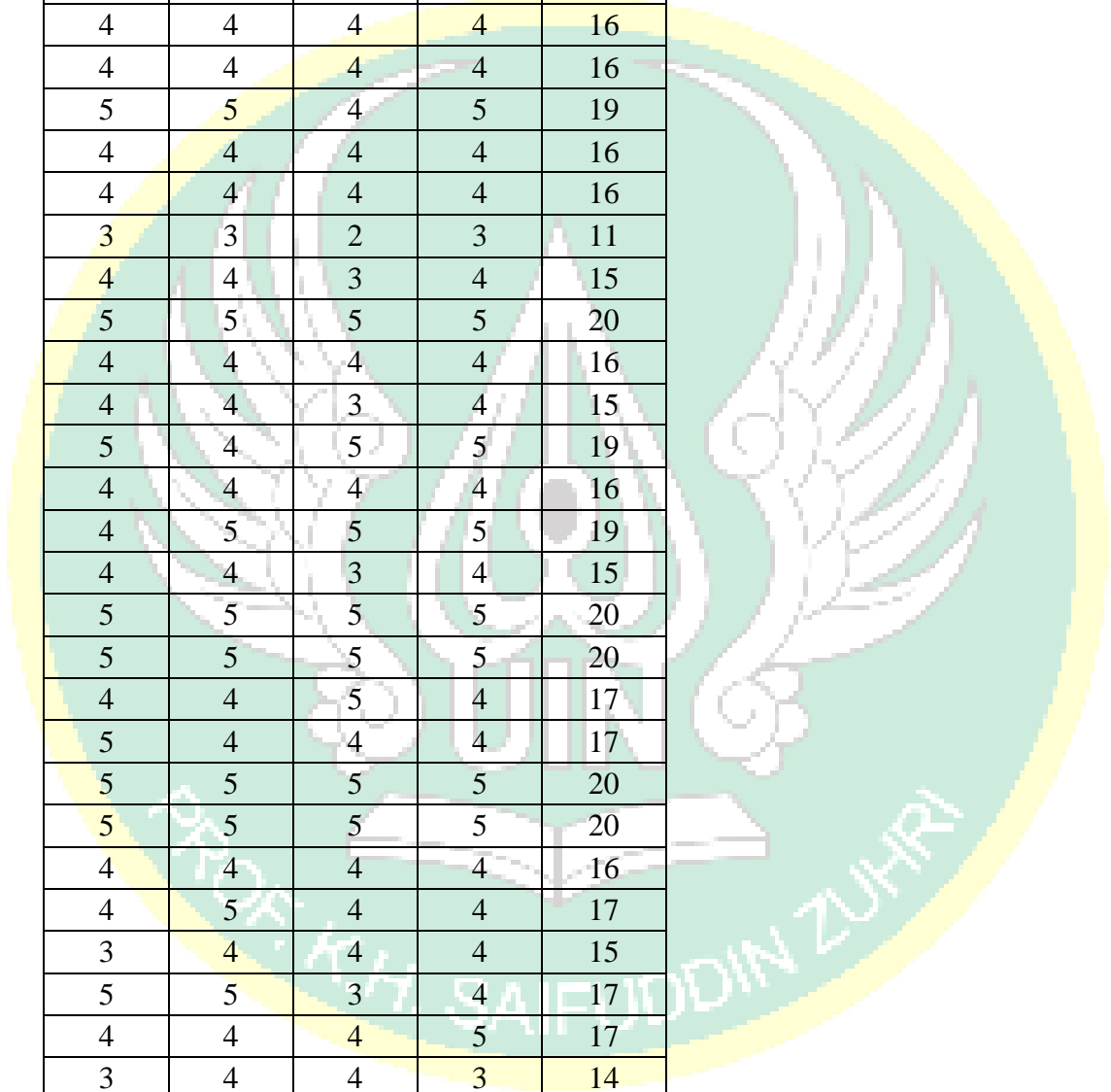
#### Variabel Fitur Layanan (X1)

X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	Total X1
3	3	3	3	12
4	4	4	4	16

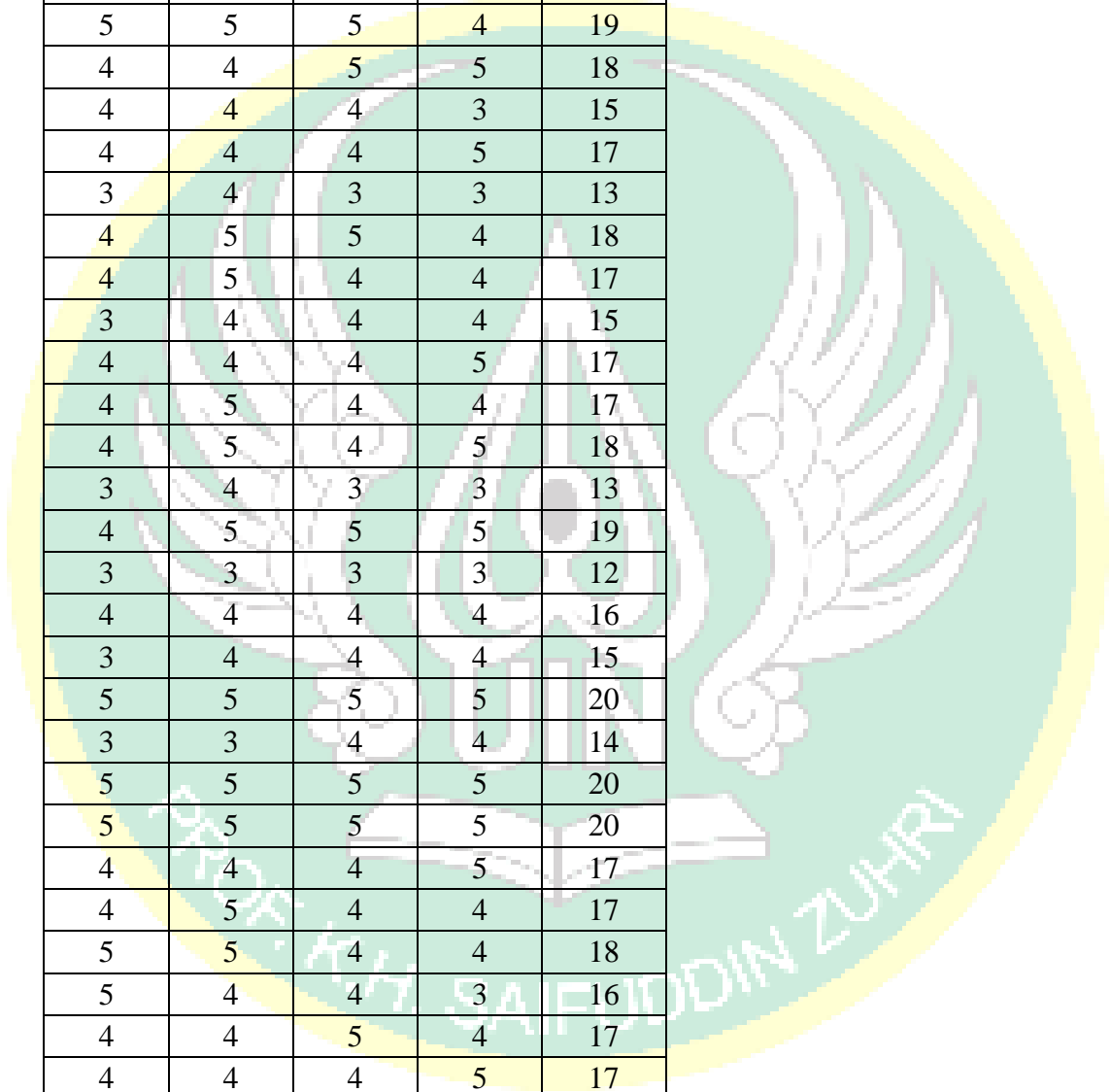
3	4	4	4	15
5	5	5	5	20
3	3	4	4	14
5	5	5	5	20
5	5	5	5	20
4	4	4	5	17
4	5	4	4	17
5	5	4	4	18
5	4	4	3	16
4	4	5	4	17
4	4	4	5	17
4	5	5	5	19
4	5	5	5	19
4	4	3	4	15
5	4	5	5	19
5	4	4	5	18
3	3	2	3	11
4	4	4	5	17
4	4	4	4	16
4	3	3	4	14
5	5	5	5	20
3	3	3	5	14
3	4	5	5	17
4	4	4	3	15
5	5	5	5	20
4	4	4	4	16
4	4	4	4	16
4	4	3	4	15
4	4	5	5	18
3	4	3	3	13
4	4	3	4	15
5	5	5	5	20
5	5	5	5	20
4	5	4	4	17
5	5	5	5	20
4	4	4	4	16
5	5	5	5	20
5	5	5	5	20
5	5	5	5	20



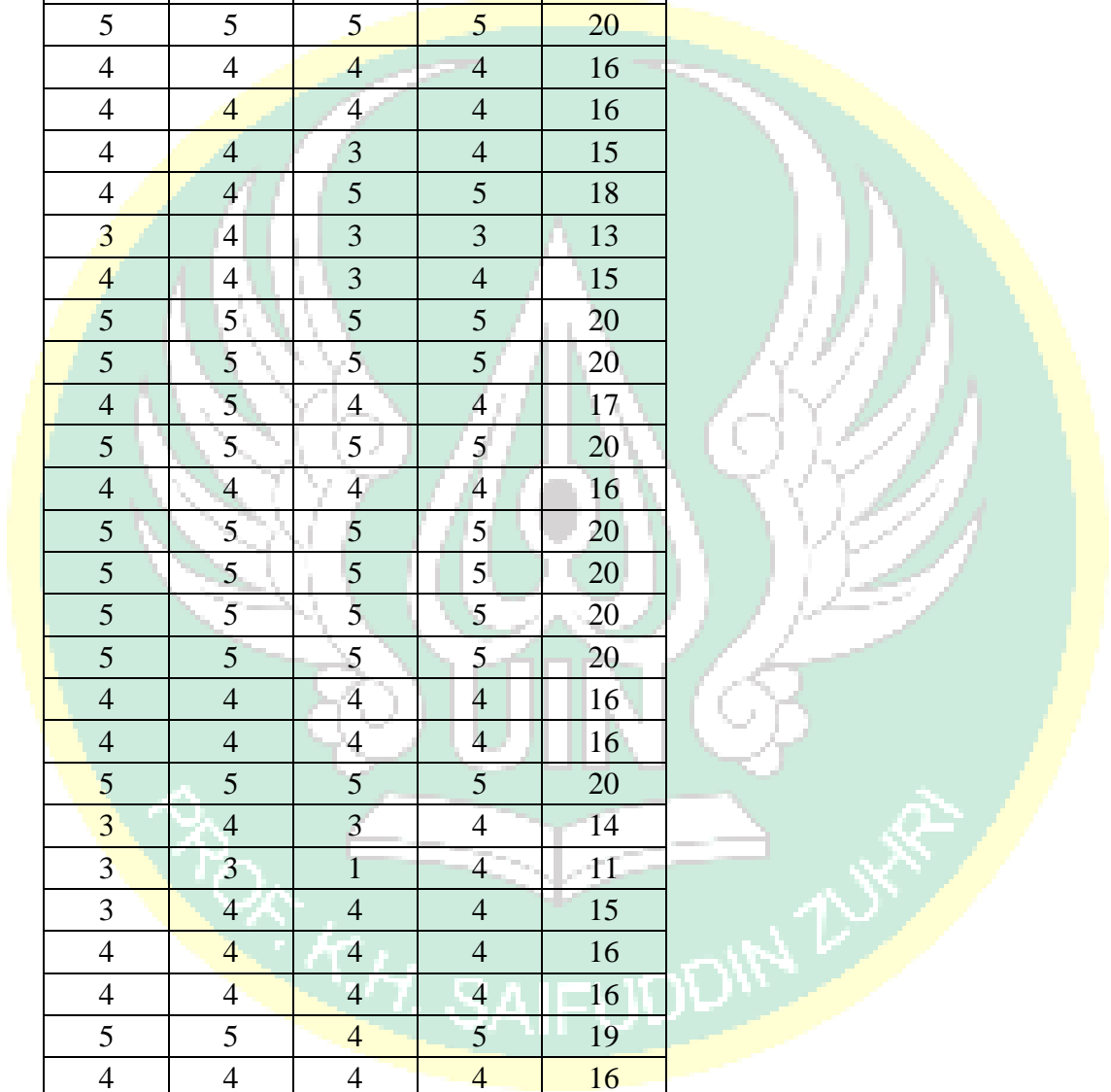
5	5	5	5	20
4	4	4	4	16
4	4	4	4	16
5	5	5	5	20
3	4	3	4	14
3	3	1	4	11
3	4	4	4	15
4	4	4	4	16
4	4	4	4	16
5	5	4	5	19
4	4	4	4	16
4	4	4	4	16
3	3	2	3	11
4	4	3	4	15
5	5	5	5	20
4	4	4	4	16
4	4	3	4	15
5	4	5	5	19
4	4	4	4	16
4	5	5	5	19
4	4	3	4	15
5	5	5	5	20
5	5	5	5	20
4	4	5	4	17
5	4	4	4	17
5	5	5	5	20
5	5	5	5	20
4	4	4	4	16
4	5	4	4	17
3	4	4	4	15
5	5	3	4	17
4	4	4	5	17
3	4	4	3	14
4	4	4	4	16
4	5	5	4	18
4	4	3	4	15
2	3	3	4	12
3	4	4	4	15
5	5	5	5	20



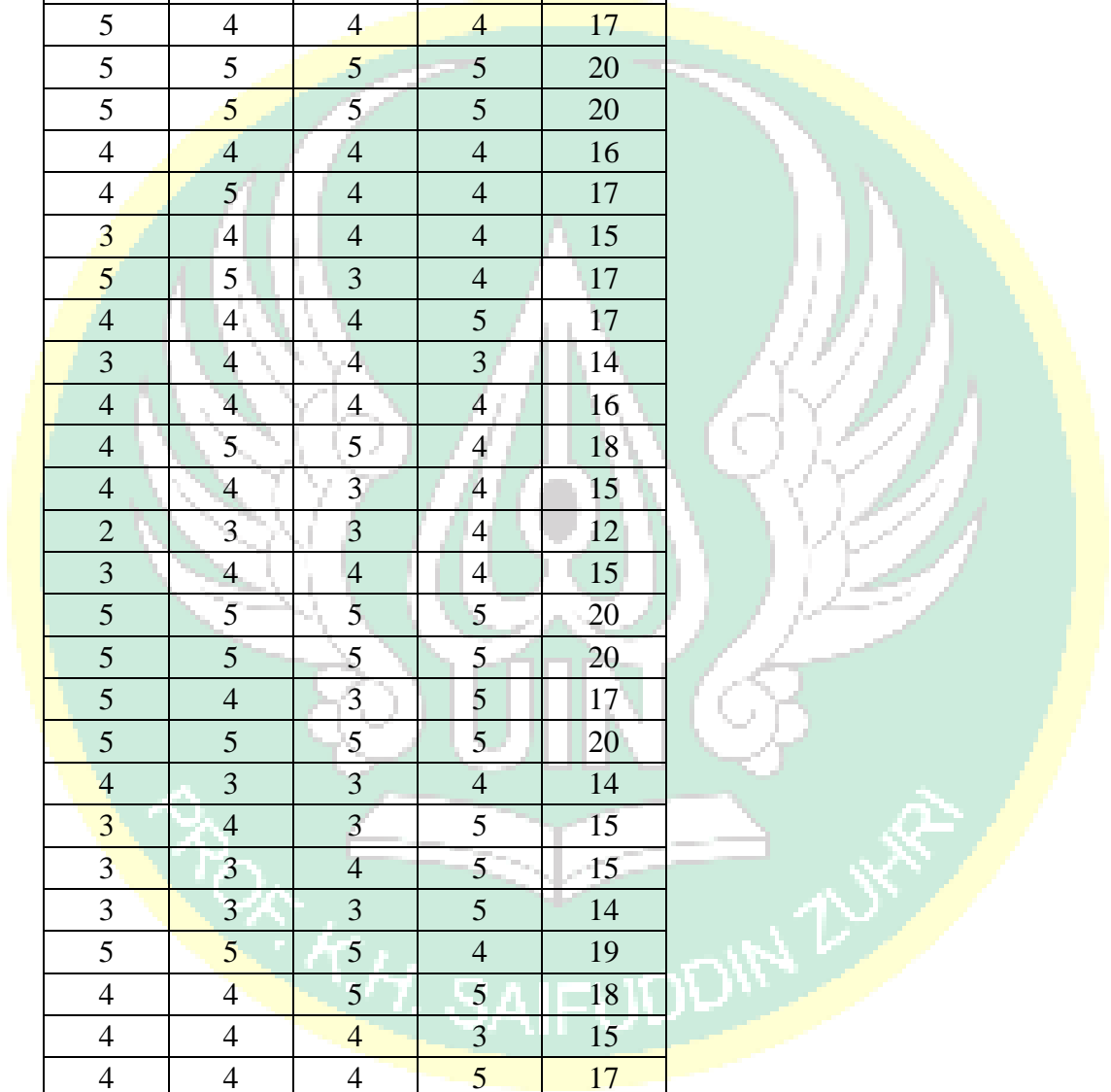
5	5	5	5	20
5	4	3	5	17
5	5	5	5	20
4	3	3	4	14
3	4	3	5	15
3	3	4	5	15
3	3	3	5	14
5	5	5	4	19
4	4	5	5	18
4	4	4	3	15
4	4	4	5	17
3	4	3	3	13
4	5	5	4	18
4	5	4	4	17
3	4	4	4	15
4	4	4	5	17
4	5	4	4	17
4	5	4	5	18
3	4	3	3	13
4	5	5	5	19
3	3	3	3	12
4	4	4	4	16
3	4	4	4	15
5	5	5	5	20
3	3	4	4	14
5	5	5	5	20
5	5	5	5	20
4	4	4	5	17
4	5	4	4	17
5	5	4	4	18
5	4	4	3	16
4	4	5	4	17
4	4	4	5	17
4	5	5	5	19
4	5	5	5	19
4	4	3	4	15
5	4	5	5	19
5	4	4	5	18
3	3	2	3	11



4	4	4	5	17
4	4	4	4	16
4	3	3	4	14
5	5	5	5	20
3	3	3	5	14
3	4	5	5	17
4	4	4	3	15
5	5	5	5	20
4	4	4	4	16
4	4	4	4	16
4	4	3	4	15
4	4	5	5	18
3	4	3	3	13
4	4	3	4	15
5	5	5	5	20
5	5	5	5	20
4	5	4	4	17
5	5	5	5	20
4	4	4	4	16
5	5	5	5	20
5	5	5	5	20
5	5	5	5	20
4	4	4	4	16
4	4	4	4	16
5	5	5	5	20
3	4	3	4	14
3	3	1	4	11
3	4	4	4	15
4	4	4	4	16
4	4	4	4	16
5	5	4	5	19
4	4	4	4	16
4	4	4	4	16
3	3	2	3	11
4	4	3	4	15
5	5	5	5	20
4	4	4	4	16
4	4	3	4	15

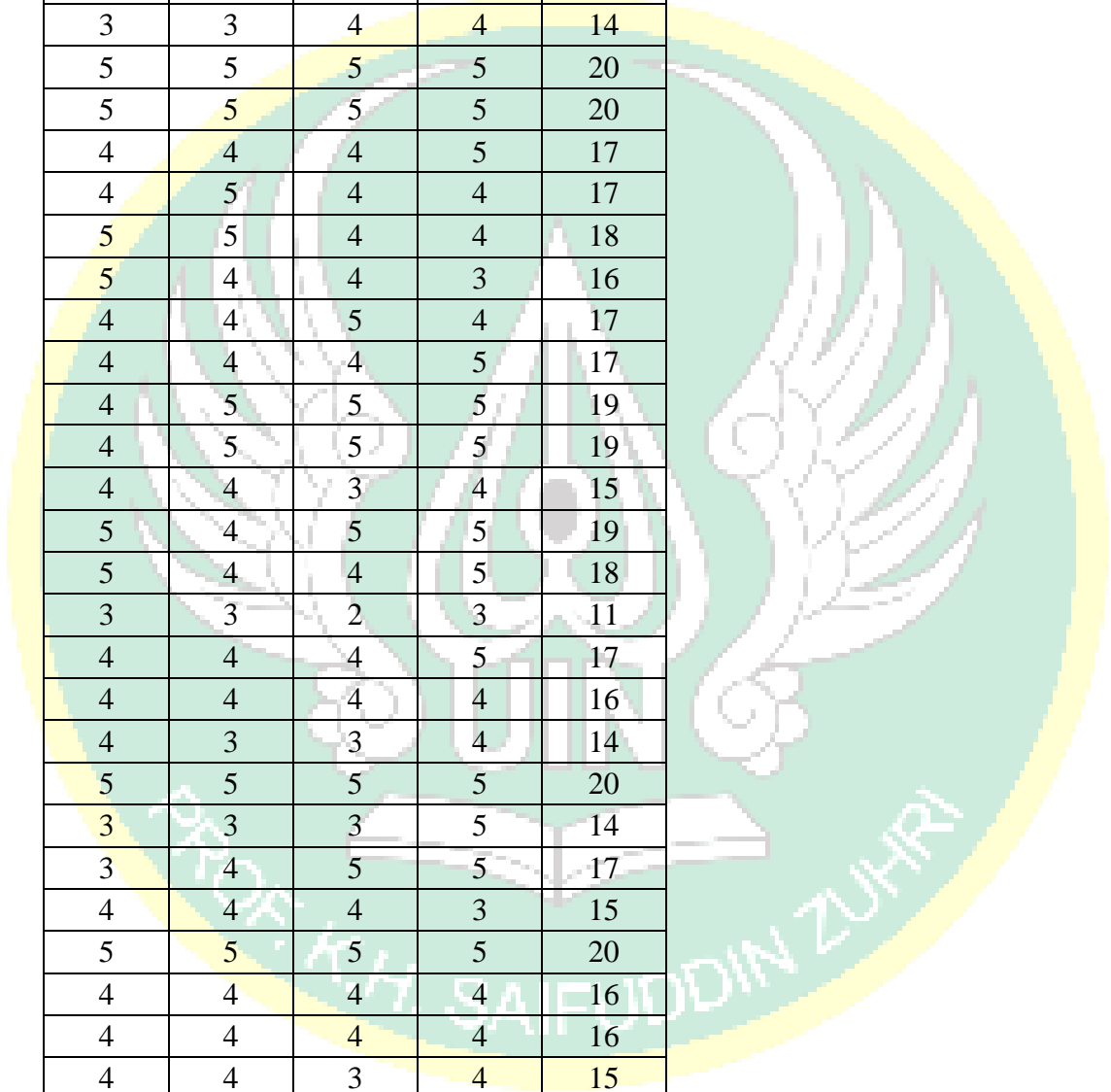


5	4	5	5	19
4	4	4	4	16
4	5	5	5	19
4	4	3	4	15
5	5	5	5	20
5	5	5	5	20
4	4	5	4	17
5	4	4	4	17
5	5	5	5	20
5	5	5	5	20
4	4	4	4	16
4	5	4	4	17
3	4	4	4	15
5	5	3	4	17
4	4	4	5	17
3	4	4	3	14
4	4	4	4	16
4	5	5	4	18
4	4	3	4	15
2	3	3	4	12
3	4	4	4	15
5	5	5	5	20
5	5	5	5	20
5	4	3	5	17
5	5	5	5	20
4	3	3	4	14
3	4	3	5	15
3	3	4	5	15
3	3	3	5	14
5	5	5	4	19
4	4	5	5	18
4	4	4	3	15
4	4	4	5	17
3	4	3	3	13
4	5	5	4	18
4	5	4	4	17
3	4	4	4	15
4	4	4	5	17
4	5	4	4	17

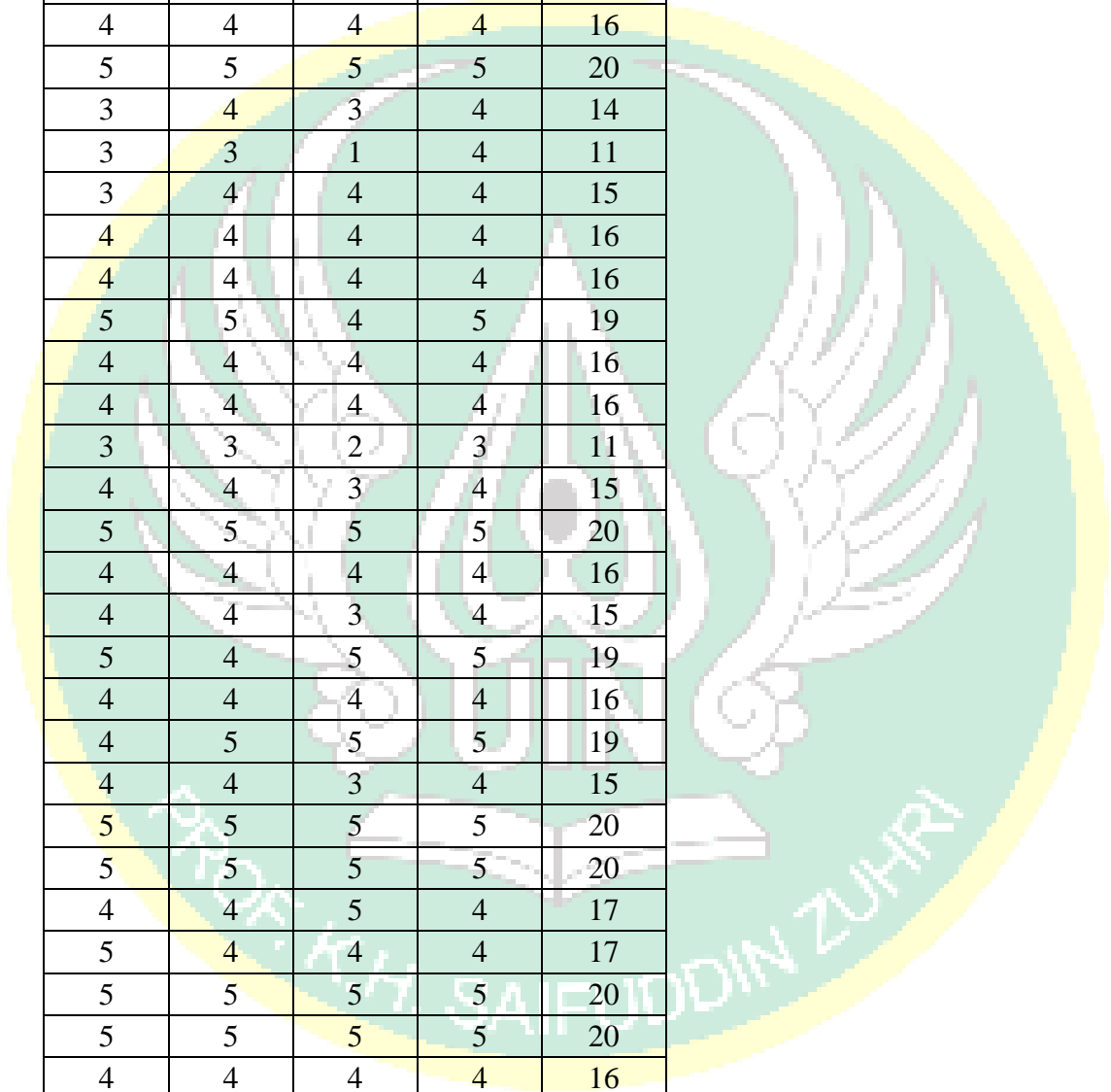




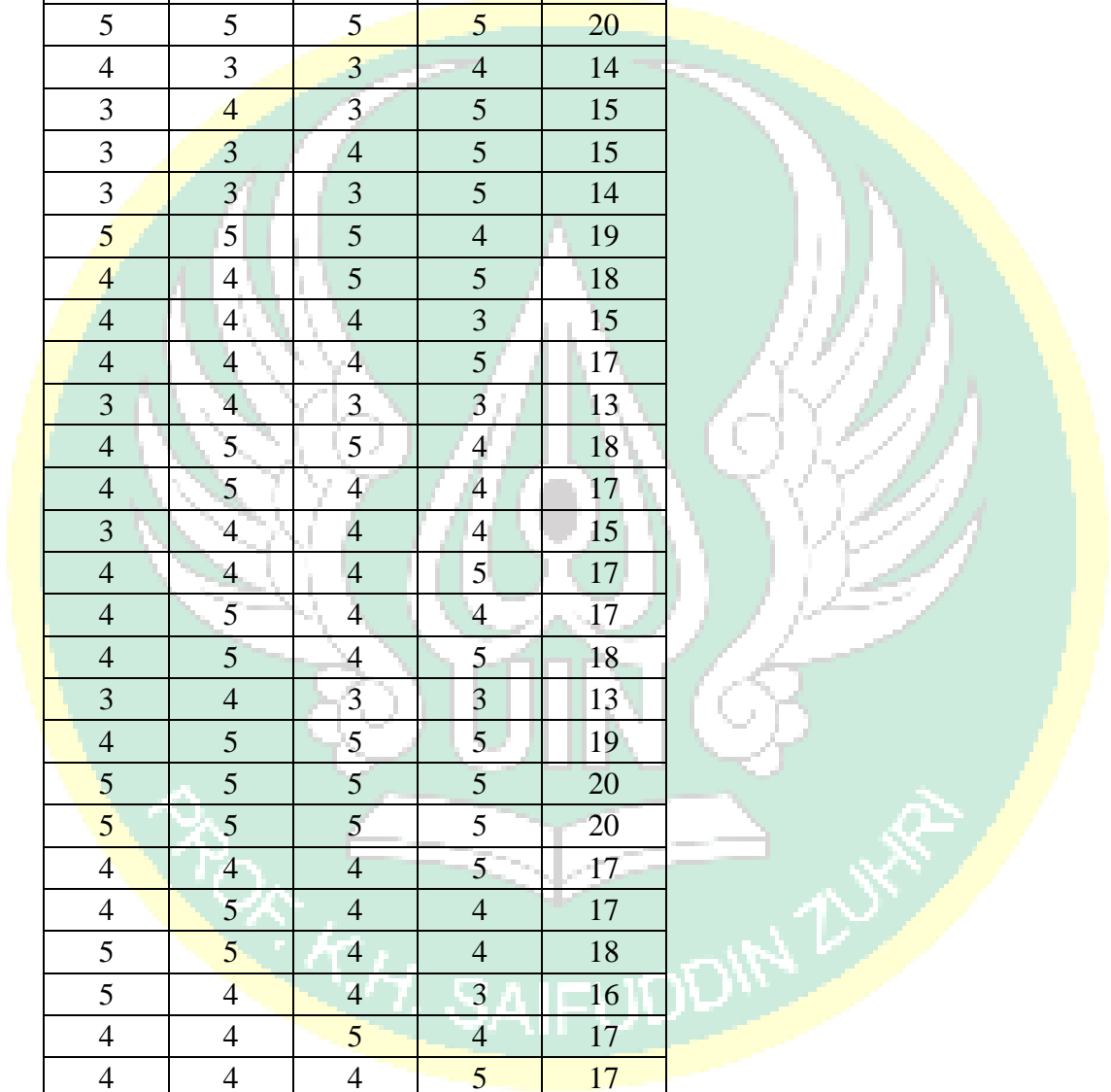
4	5	4	5	18
3	4	3	3	13
4	5	5	5	19
3	3	3	3	12
4	4	4	4	16
3	4	4	4	15
5	5	5	5	20
3	3	4	4	14
5	5	5	5	20
5	5	5	5	20
4	4	4	5	17
4	5	4	4	17
5	5	4	4	18
5	4	4	3	16
4	4	5	4	17
4	4	4	5	17
4	5	5	5	19
4	5	5	5	19
4	4	3	4	15
5	4	5	5	19
5	4	4	5	18
3	3	2	3	11
4	4	4	5	17
4	4	4	4	16
4	3	3	4	14
5	5	5	5	20
3	3	3	5	14
3	4	5	5	17
4	4	4	3	15
5	5	5	5	20
4	4	4	4	16
4	4	4	4	16
4	4	3	4	15
4	4	5	5	18
3	4	3	3	13
4	4	3	4	15
5	5	5	5	20
5	5	5	5	20
4	5	4	4	17



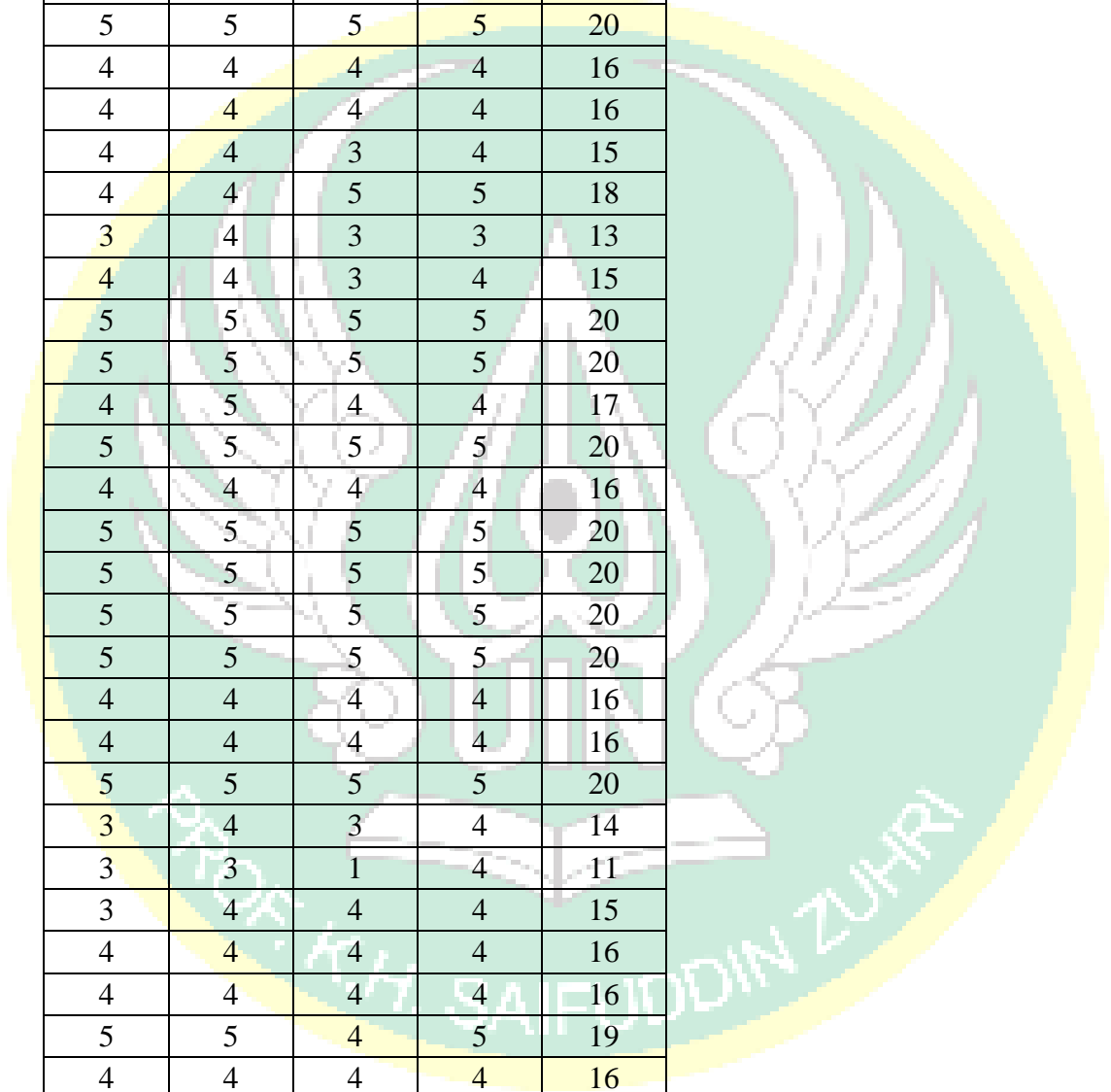
5	5	5	5	20
4	4	4	4	16
5	5	5	5	20
5	5	5	5	20
5	5	5	5	20
5	5	5	5	20
4	4	4	4	16
4	4	4	4	16
5	5	5	5	20
3	4	3	4	14
3	3	1	4	11
3	4	4	4	15
4	4	4	4	16
4	4	4	4	16
5	5	4	5	19
4	4	4	4	16
4	4	4	4	16
3	3	2	3	11
4	4	3	4	15
5	5	5	5	20
4	4	4	4	16
4	4	3	4	15
5	4	5	5	19
4	4	4	4	16
4	5	5	5	19
4	4	3	4	15
5	5	5	5	20
5	5	5	5	20
4	4	5	4	17
5	4	4	4	17
5	5	5	5	20
5	5	5	5	20
4	4	4	4	16
4	5	4	4	17
3	4	4	4	15
5	5	3	4	17
4	4	4	5	17
3	4	4	3	14
4	4	4	4	16



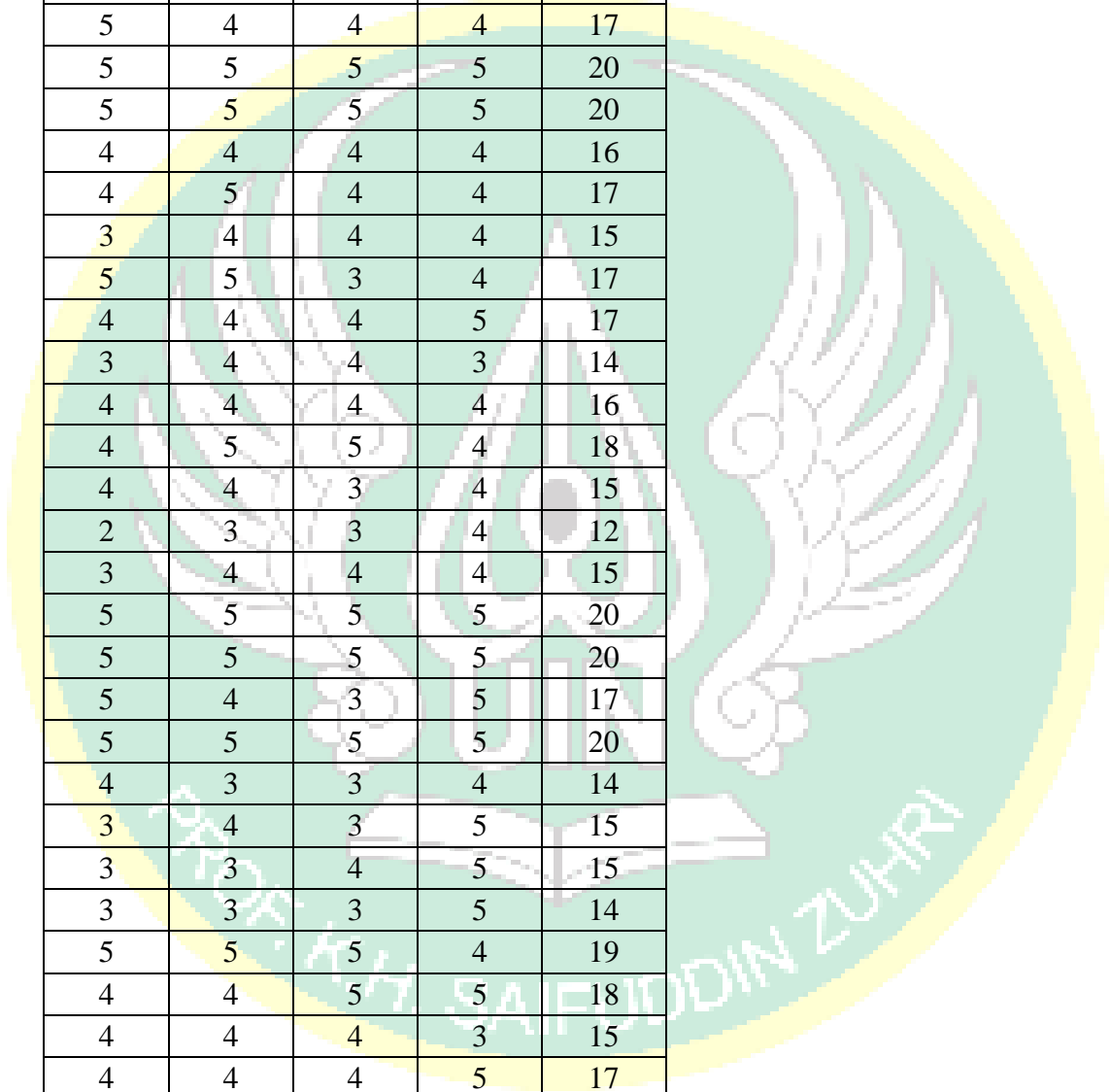
4	5	5	4	18
4	4	3	4	15
2	3	3	4	12
3	4	4	4	15
5	5	5	5	20
5	5	5	5	20
5	4	3	5	17
5	5	5	5	20
4	3	3	4	14
3	4	3	5	15
3	3	4	5	15
3	3	3	5	14
5	5	5	4	19
4	4	5	5	18
4	4	4	3	15
4	4	4	5	17
3	4	3	3	13
4	5	5	4	18
4	5	4	4	17
3	4	4	4	15
4	4	4	5	17
4	5	4	4	17
4	5	4	5	18
3	4	3	3	13
4	5	5	5	19
5	5	5	5	20
5	5	5	5	20
4	4	4	5	17
4	5	4	4	17
5	5	4	4	18
5	4	4	3	16
4	4	5	4	17
4	4	4	5	17
4	5	5	5	19
4	5	5	5	19
4	4	3	4	15
5	4	5	5	19
5	4	4	5	18
3	3	2	3	11



4	4	4	5	17
4	4	4	4	16
4	3	3	4	14
5	5	5	5	20
3	3	3	5	14
3	4	5	5	17
4	4	4	3	15
5	5	5	5	20
4	4	4	4	16
4	4	4	4	16
4	4	3	4	15
4	4	5	5	18
3	4	3	3	13
4	4	3	4	15
5	5	5	5	20
5	5	5	5	20
4	5	4	4	17
5	5	5	5	20
4	4	4	4	16
5	5	5	5	20
5	5	5	5	20
5	5	5	5	20
4	4	4	4	16
4	4	4	4	16
5	5	5	5	20
3	4	3	4	14
3	3	1	4	11
3	4	4	4	15
4	4	4	4	16
4	4	4	4	16
5	5	4	5	19
4	4	4	4	16
4	4	4	4	16
3	3	2	3	11
4	4	3	4	15
5	5	5	5	20
4	4	4	4	16
4	4	3	4	15



5	4	5	5	19
4	4	4	4	16
4	5	5	5	19
4	4	3	4	15
5	5	5	5	20
5	5	5	5	20
4	4	5	4	17
5	4	4	4	17
5	5	5	5	20
5	5	5	5	20
4	4	4	4	16
4	5	4	4	17
3	4	4	4	15
5	5	3	4	17
4	4	4	5	17
3	4	4	3	14
4	4	4	4	16
4	5	5	4	18
4	4	3	4	15
2	3	3	4	12
3	4	4	4	15
5	5	5	5	20
5	5	5	5	20
5	4	3	5	17
5	5	5	5	20
4	3	3	4	14
3	4	3	5	15
3	3	4	5	15
3	3	3	5	14
5	5	5	4	19
4	4	5	5	18
4	4	4	3	15
4	4	4	5	17
3	4	3	3	13
4	5	5	4	18
4	5	4	4	17
3	4	4	4	15
4	4	4	5	17
4	5	4	4	17

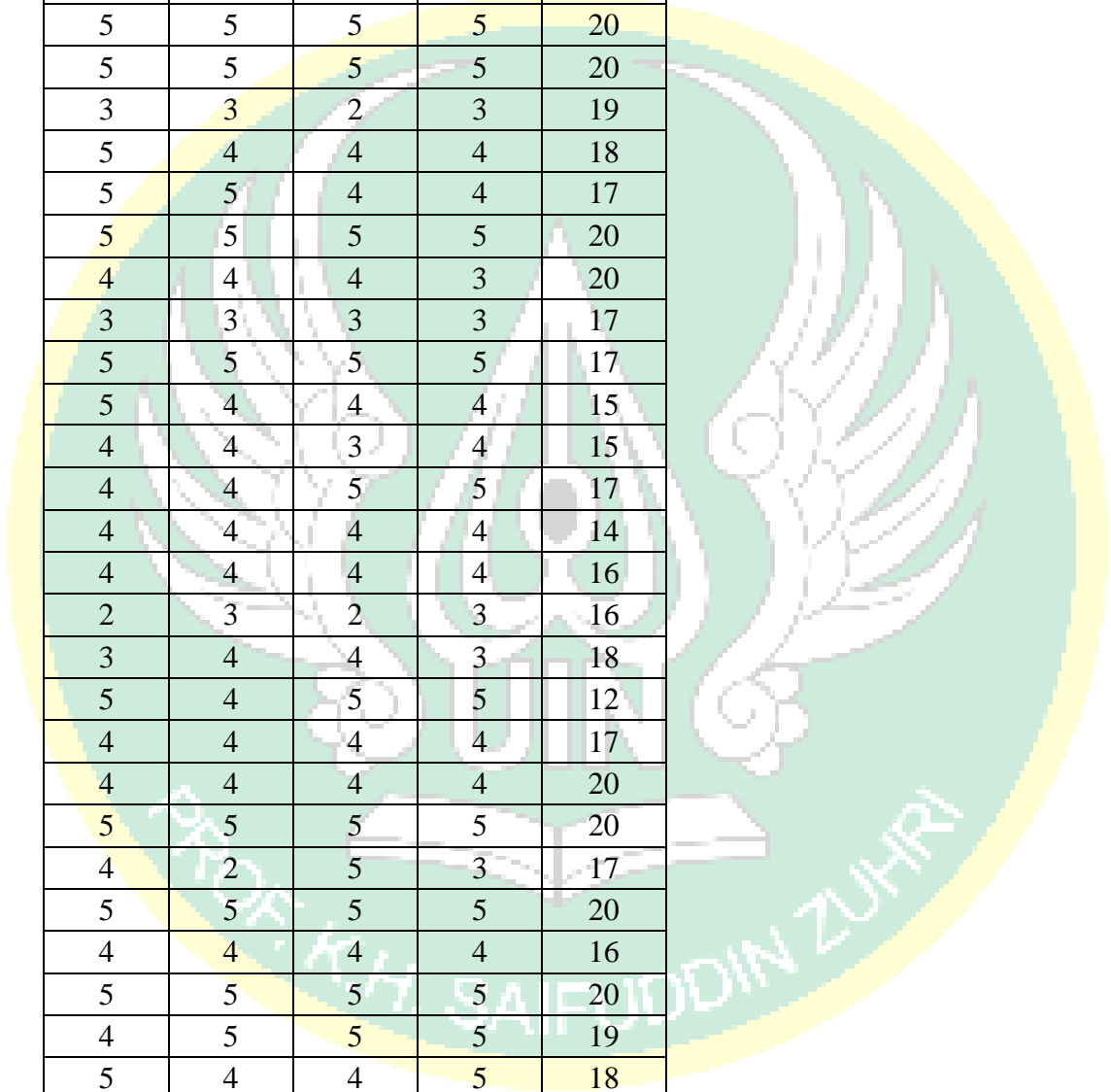


4	5	4	5	18
3	4	3	3	13
4	5	5	5	19

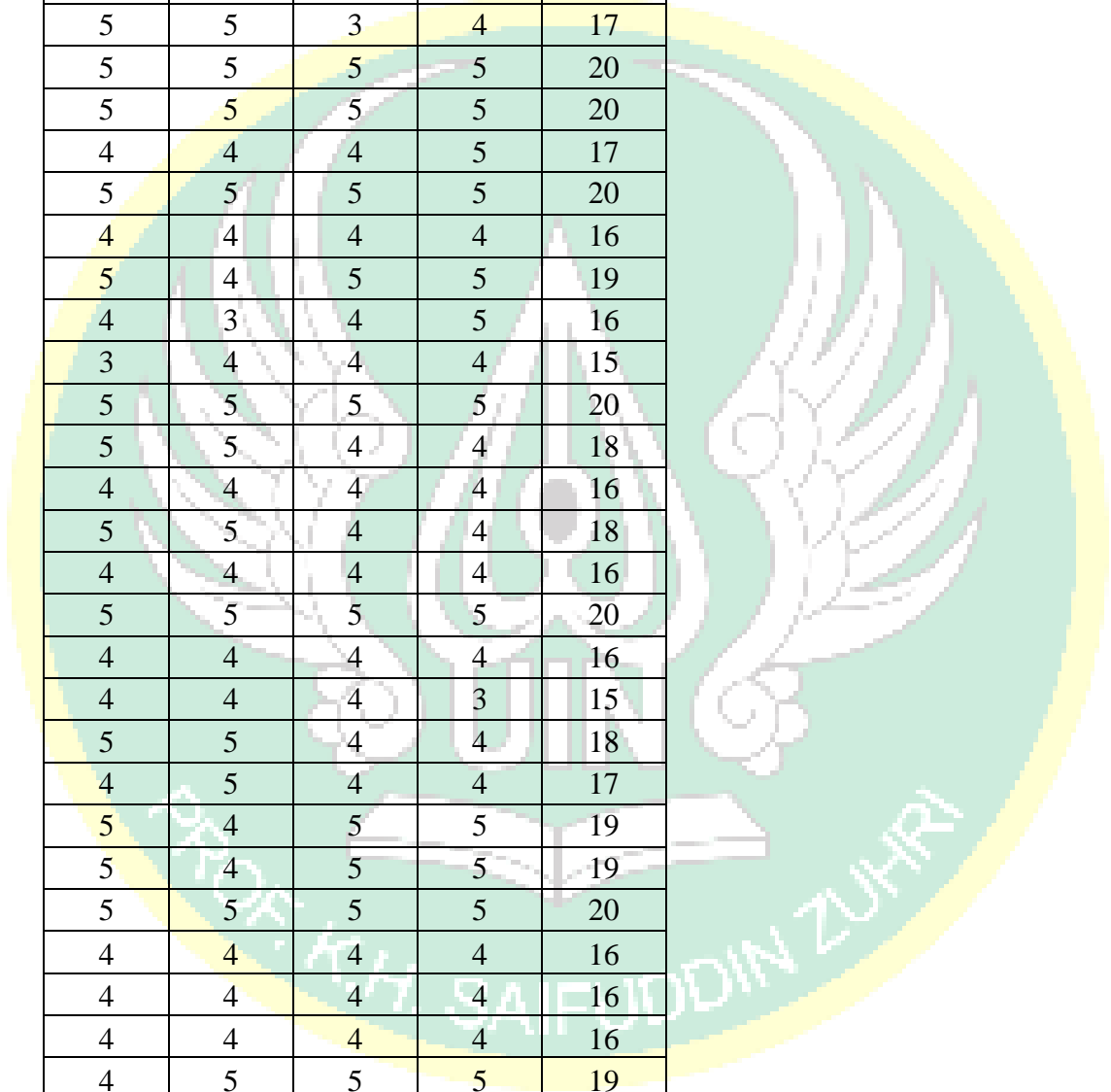
**Variabel Benefit (X2)**

<b>X2.1</b>	<b>X2.2</b>	<b>X2.3</b>	<b>X2.4</b>	<b>Total X2</b>
4	4	4	4	16
4	4	4	4	16
4	4	4	4	16
4	5	5	5	19
4	4	4	4	16
4	4	5	5	18
5	5	3	5	18
4	4	5	4	17
4	4	5	4	17
5	5	4	5	19
4	4	4	3	15
4	4	3	4	15
5	4	4	5	18
5	5	5	5	20
5	5	5	5	20
5	5	4	4	18
5	4	5	4	18
4	5	5	4	18
2	3	3	2	10
4	4	4	4	16
5	4	5	4	18
4	4	4	4	16
5	5	5	5	20
4	4	4	3	15
5	4	5	5	19
4	4	4	4	16
5	5	5	5	20
4	4	5	5	18
4	4	5	4	17
4	4	5	4	17
5	4	4	4	17
3	3	3	3	12

4	4	4	4	16
5	5	5	5	20
5	5	5	5	20
4	4	5	4	17
4	4	5	5	18
5	5	5	5	20
5	5	5	5	20
5	5	5	5	20
3	3	2	3	19
5	4	4	4	18
5	5	4	4	17
5	5	5	5	20
4	4	4	3	20
3	3	3	3	17
5	5	5	5	17
5	4	4	4	15
4	4	3	4	15
4	4	5	5	17
4	4	4	4	14
4	4	4	4	16
2	3	2	3	16
3	4	4	3	18
5	4	5	5	12
4	4	4	4	17
4	4	4	4	20
5	5	5	5	20
4	2	5	3	17
5	5	5	5	20
4	4	4	4	16
5	5	5	5	20
4	5	5	5	19
5	4	4	5	18
4	4	4	5	17
5	5	5	5	20
5	5	5	5	20
4	4	5	4	17
4	5	4	4	17
4	4	3	4	15



4	2	5	4	15
5	4	4	4	17
3	4	4	3	14
4	4	4	4	16
4	4	4	4	16
5	5	4	4	18
3	3	3	3	12
5	5	3	4	17
5	5	5	5	20
5	5	5	5	20
4	4	4	5	17
5	5	5	5	20
4	4	4	4	16
5	4	5	5	19
4	3	4	5	16
3	4	4	4	15
5	5	5	5	20
5	5	4	4	18
4	4	4	4	16
5	5	4	4	18
4	4	4	4	16
5	5	5	5	20
4	4	4	4	16
4	4	4	3	15
5	5	4	4	18
4	5	4	4	17
5	4	5	5	19
5	4	5	5	19
5	5	5	5	20
4	4	4	4	16
4	4	4	4	16
4	4	4	4	16
4	5	5	5	19
4	4	4	4	16
4	4	5	5	18
5	5	3	5	18
4	4	5	4	17
4	4	5	4	17
5	5	4	5	19

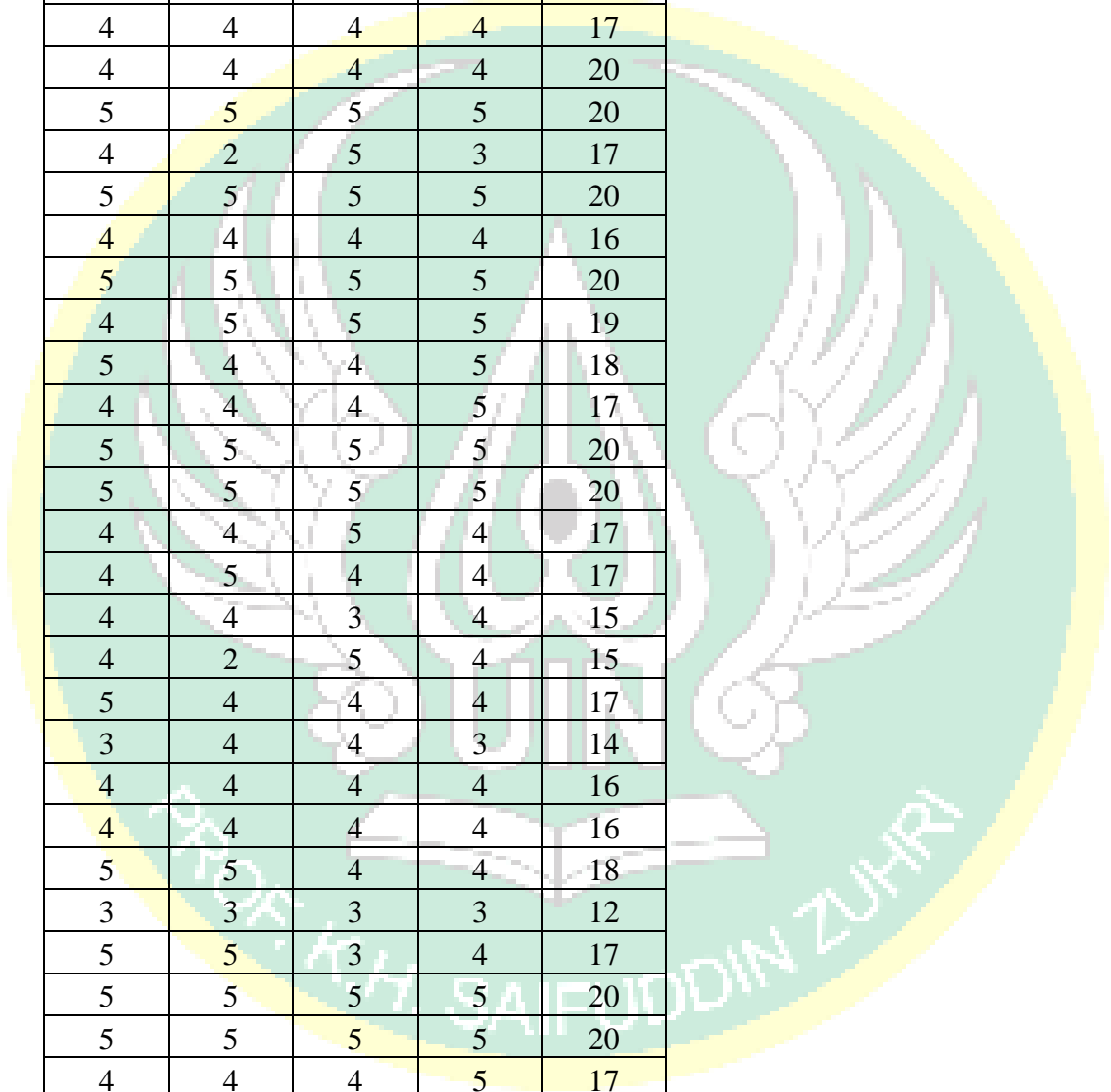




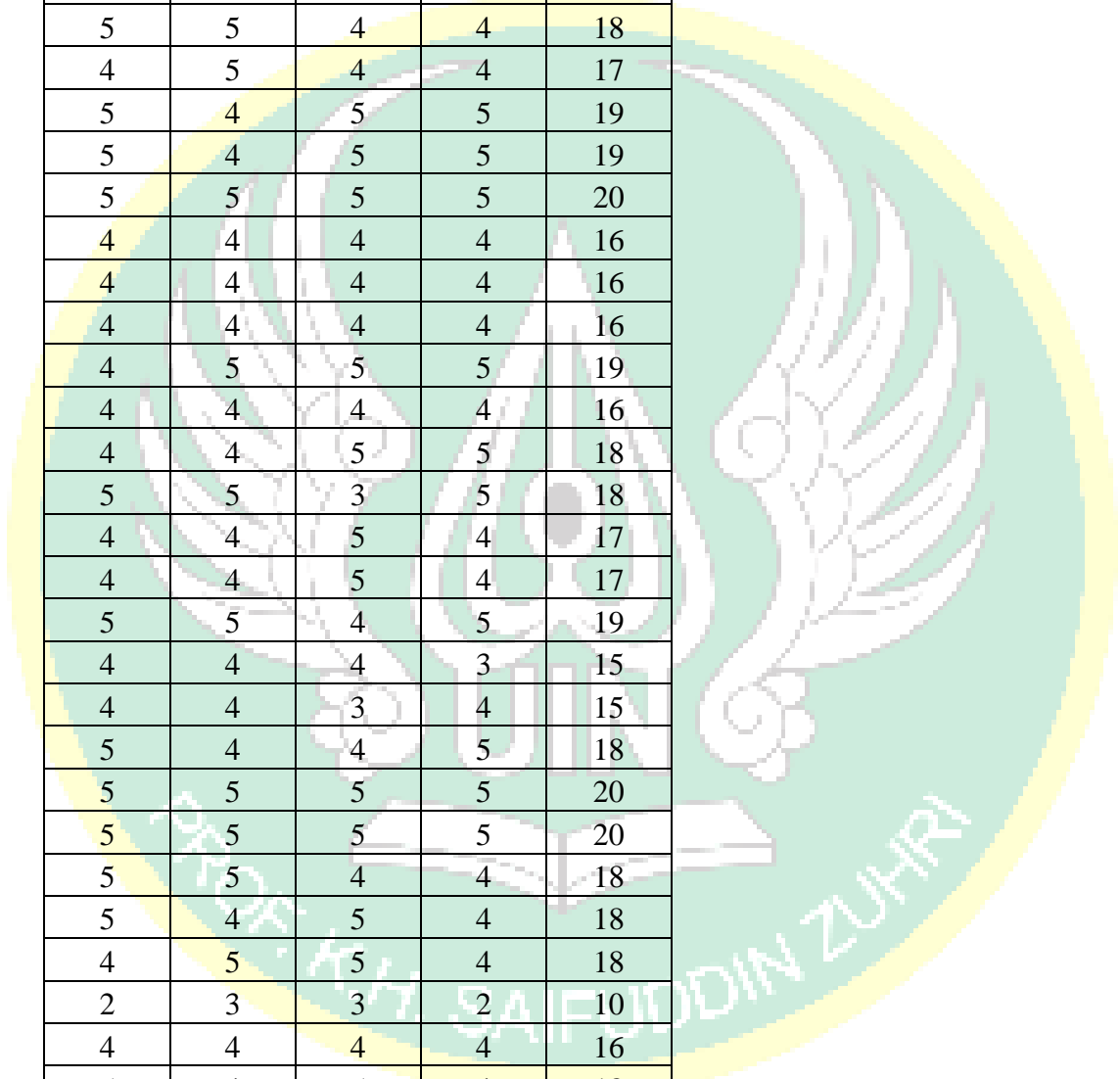
4	4	4	3	15
4	4	3	4	15
5	4	4	5	18
5	5	5	5	20
5	5	5	5	20
5	5	4	4	18
5	4	5	4	18
4	5	5	4	18
2	3	3	2	10
4	4	4	4	16
5	4	5	4	18
4	4	4	4	16
5	5	5	5	20
4	4	4	3	15
5	4	5	5	19
4	4	4	4	16
5	5	5	5	20
4	4	5	5	18
4	4	5	4	17
4	4	5	4	17
5	4	4	4	17
3	3	3	3	12
4	4	4	4	16
5	5	5	5	20
5	5	5	5	20
4	4	5	4	17
4	4	5	5	18
5	5	5	5	20
5	5	5	5	20
5	5	5	5	20
5	5	5	5	20
3	3	2	3	19
5	4	4	4	18
5	5	4	4	17
5	5	5	5	20
4	4	4	3	20
3	3	3	3	17
5	5	5	5	17
5	4	4	4	15



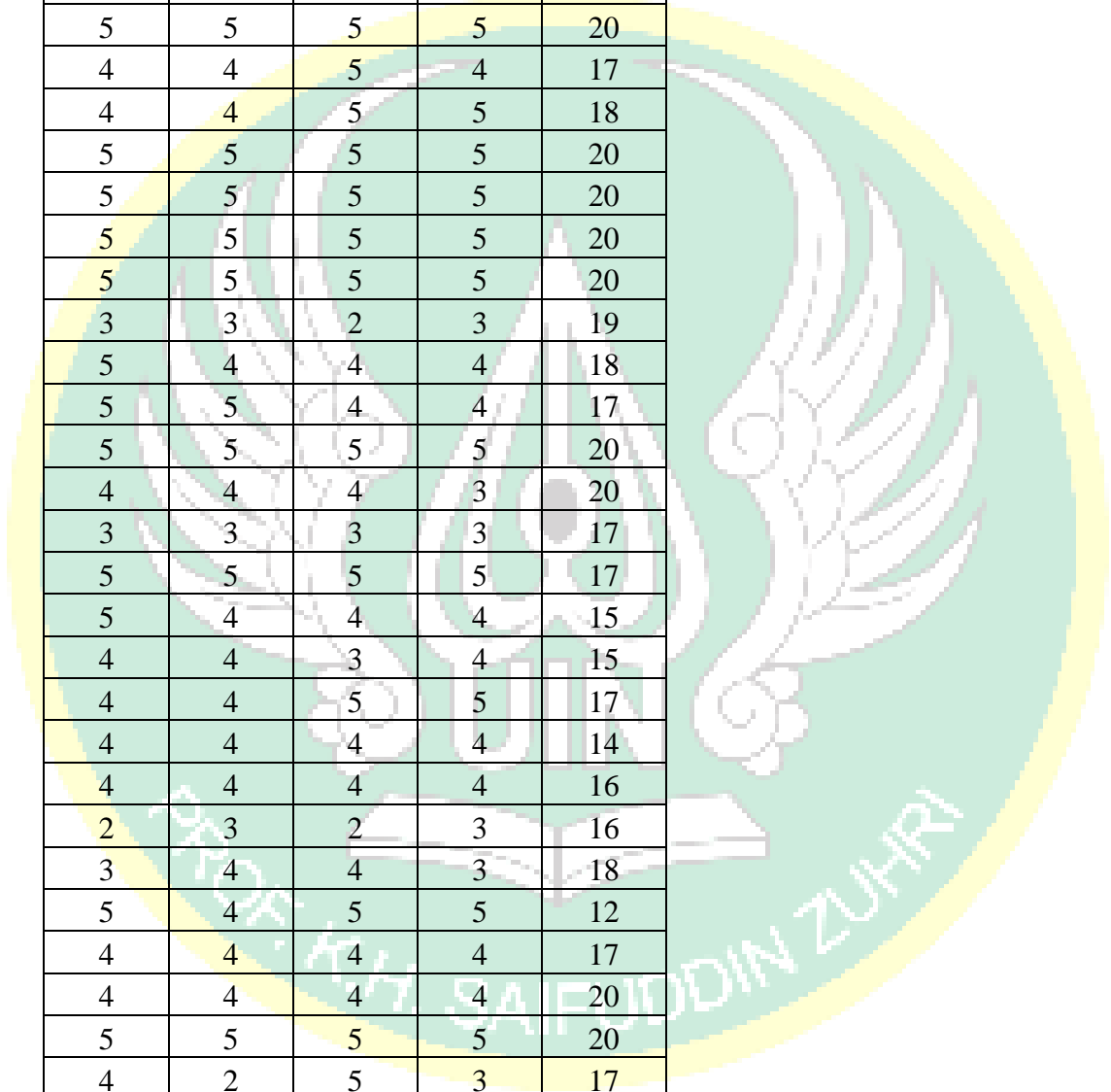
4	4	3	4	15
4	4	5	5	17
4	4	4	4	14
4	4	4	4	16
2	3	2	3	16
3	4	4	3	18
5	4	5	5	12
4	4	4	4	17
4	4	4	4	20
5	5	5	5	20
4	2	5	3	17
5	5	5	5	20
4	4	4	4	16
5	5	5	5	20
4	5	5	5	19
5	4	4	5	18
4	4	4	5	17
5	5	5	5	20
5	5	5	5	20
4	4	5	4	17
4	5	4	4	17
4	4	3	4	15
4	2	5	4	15
5	4	4	4	17
3	4	4	3	14
4	4	4	4	16
4	4	4	4	16
5	5	4	4	18
3	3	3	3	12
5	5	3	4	17
5	5	5	5	20
5	5	5	5	20
4	4	4	5	17
5	5	5	5	20
4	4	4	4	16
5	4	5	5	19
4	3	4	5	16
3	4	4	4	15
5	5	5	5	20



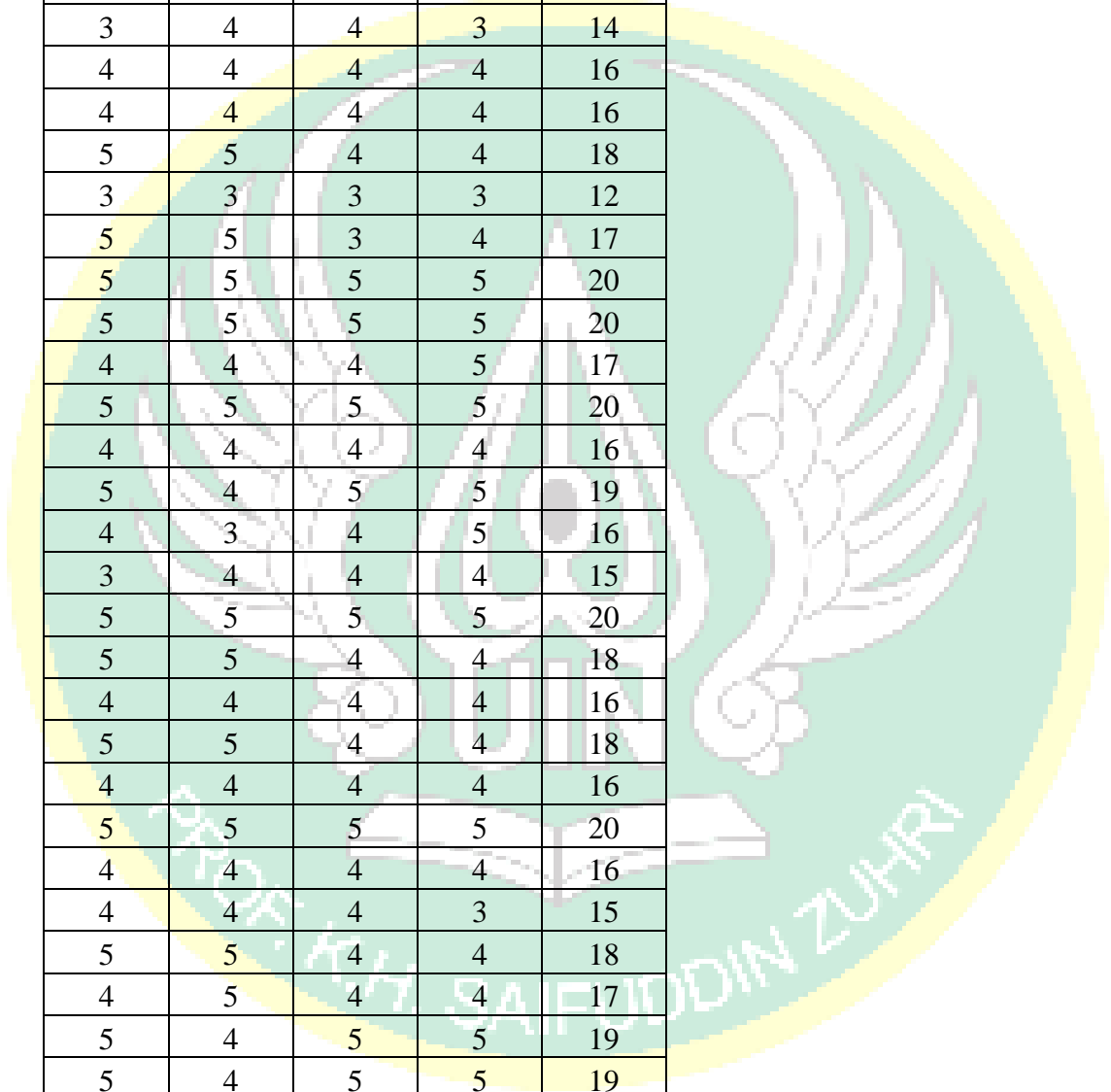
5	5	4	4	18
4	4	4	4	16
5	5	4	4	18
4	4	4	4	16
5	5	5	5	20
4	4	4	4	16
4	4	4	3	15
5	5	4	4	18
4	5	4	4	17
5	4	5	5	19
5	4	5	5	19
5	5	5	5	20
4	4	4	4	16
4	4	4	4	16
4	4	4	4	16
4	5	5	5	19
4	4	4	4	16
4	4	5	5	18
5	5	3	5	18
4	4	5	4	17
4	4	5	4	17
5	5	4	5	19
4	4	4	3	15
4	4	3	4	15
5	4	4	5	18
5	5	5	5	20
5	5	5	5	20
5	5	4	4	18
5	4	5	4	18
4	5	5	4	18
2	3	3	2	10
4	4	4	4	16
5	4	5	4	18
4	4	4	4	16
5	5	5	5	20
4	4	4	3	15
5	4	5	5	19
4	4	4	4	16
5	5	5	5	20



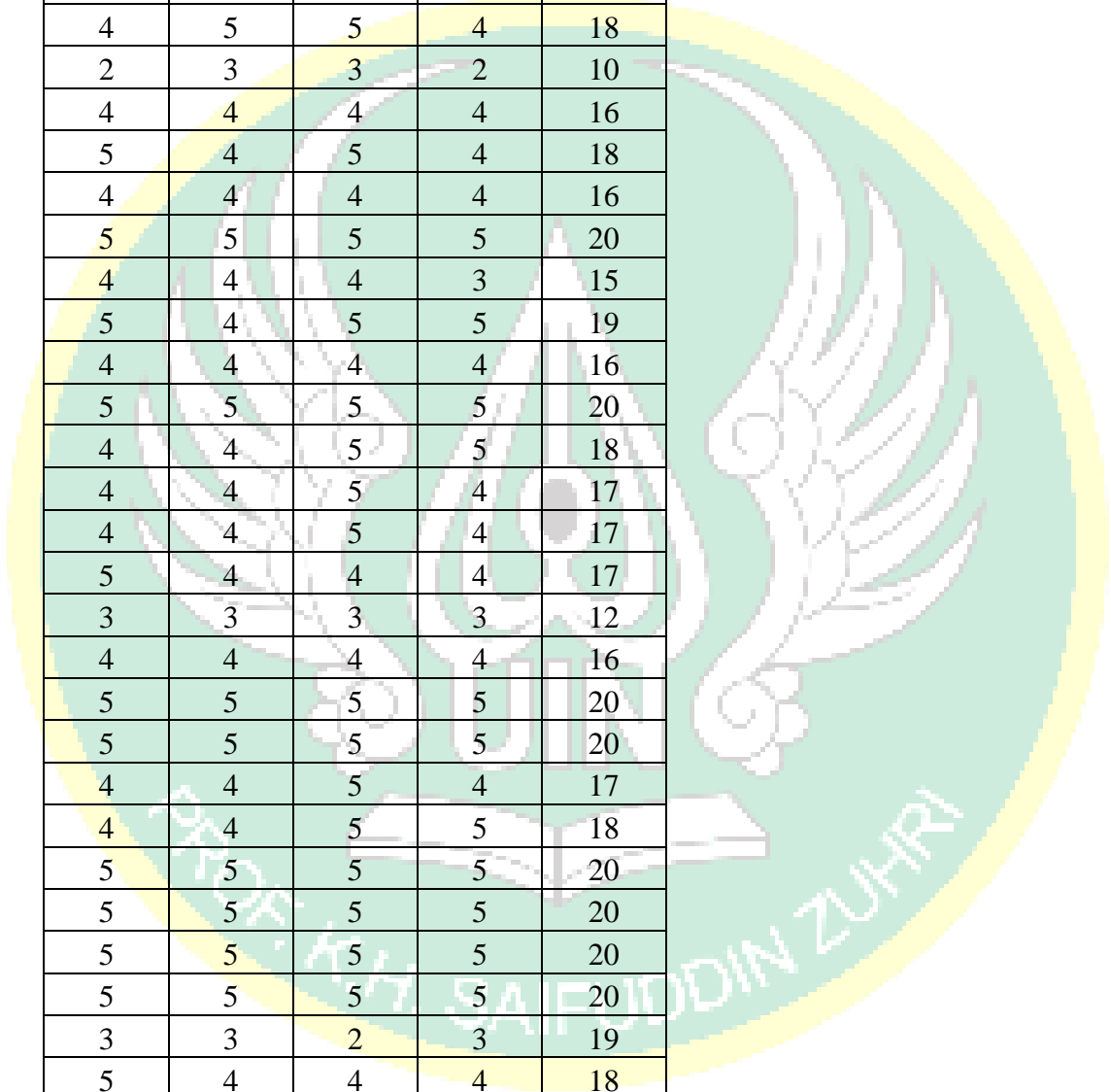
4	4	5	5	18
4	4	5	4	17
4	4	5	4	17
5	4	4	4	17
3	3	3	3	12
4	4	4	4	16
5	5	5	5	20
5	5	5	5	20
4	4	5	4	17
4	4	5	5	18
5	5	5	5	20
5	5	5	5	20
5	5	5	5	20
5	5	5	5	20
3	3	2	3	19
5	4	4	4	18
5	5	4	4	17
5	5	5	5	20
4	4	4	3	20
3	3	3	3	17
5	5	5	5	17
5	4	4	4	15
4	4	3	4	15
4	4	5	5	17
4	4	4	4	14
4	4	4	4	16
2	3	2	3	16
3	4	4	3	18
5	4	5	5	12
4	4	4	4	17
4	4	4	4	20
5	5	5	5	20
4	2	5	3	17
5	5	5	5	20
4	4	4	4	16
5	5	5	5	20
4	5	5	5	19
5	4	4	5	18
4	4	4	5	17



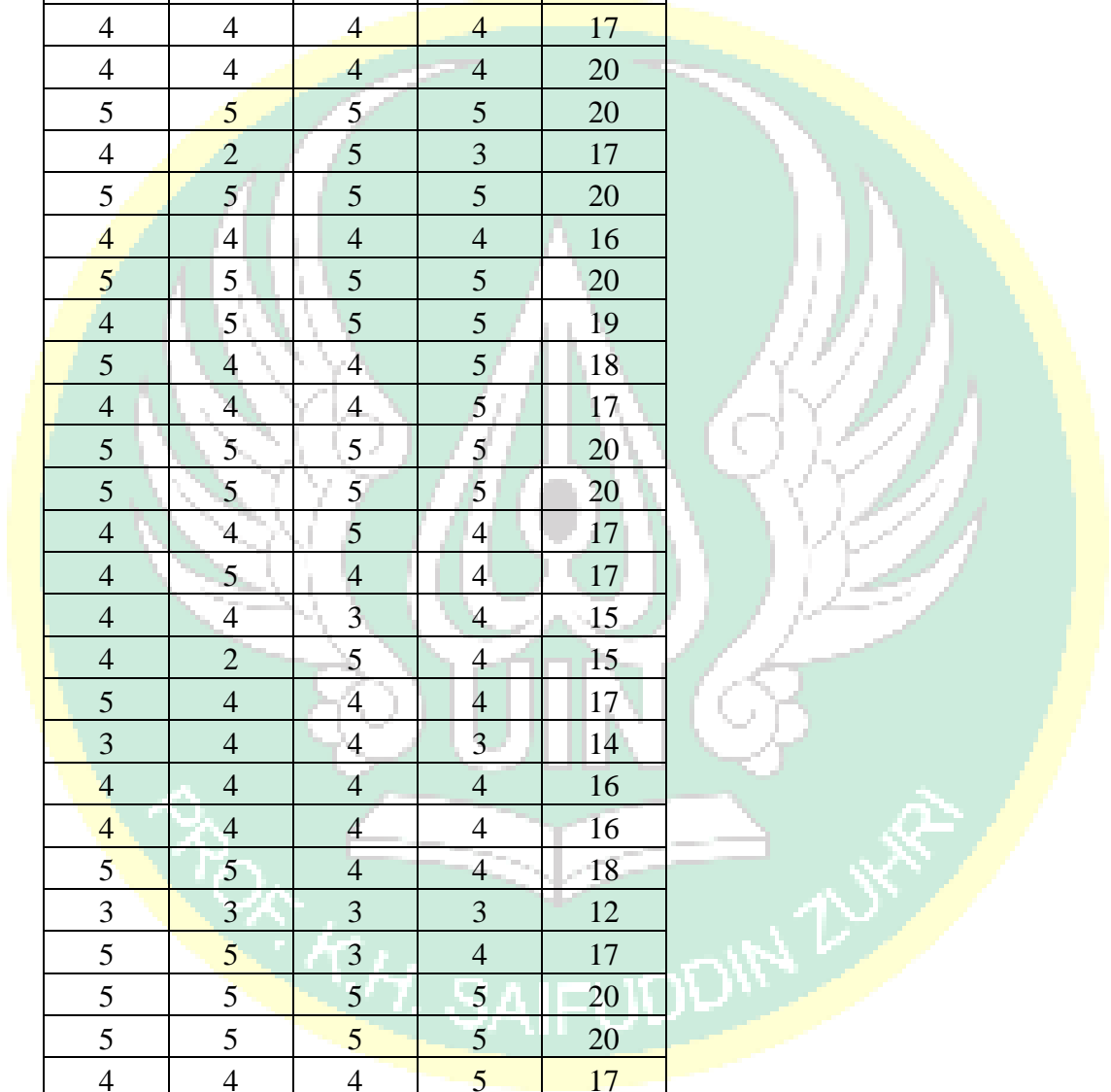
5	5	5	5	20
5	5	5	5	20
4	4	5	4	17
4	5	4	4	17
4	4	3	4	15
4	2	5	4	15
5	4	4	4	17
3	4	4	3	14
4	4	4	4	16
4	4	4	4	16
5	5	4	4	18
3	3	3	3	12
5	5	3	4	17
5	5	5	5	20
5	5	5	5	20
4	4	4	5	17
5	5	5	5	20
4	4	4	4	16
5	4	5	5	19
4	3	4	5	16
3	4	4	4	15
5	5	5	5	20
5	5	4	4	18
4	4	4	4	16
5	5	4	4	18
4	4	4	4	16
5	5	5	5	20
4	4	4	4	16
4	4	4	3	15
5	5	4	4	18
4	5	4	4	17
5	4	5	5	19
5	4	5	5	19
5	5	5	5	20
4	4	5	5	18
5	5	3	5	18
4	4	5	4	17
4	4	5	4	17
5	5	4	5	19



4	4	4	3	15
4	4	3	4	15
5	4	4	5	18
5	5	5	5	20
5	5	5	5	20
5	5	4	4	18
5	4	5	4	18
4	5	5	4	18
2	3	3	2	10
4	4	4	4	16
5	4	5	4	18
4	4	4	4	16
5	5	5	5	20
4	4	4	3	15
5	4	5	5	19
4	4	4	4	16
5	5	5	5	20
4	4	5	5	18
4	4	5	4	17
4	4	5	4	17
5	4	4	4	17
3	3	3	3	12
4	4	4	4	16
5	5	5	5	20
5	5	5	5	20
4	4	5	4	17
4	4	5	5	18
5	5	5	5	20
5	5	5	5	20
5	5	5	5	20
5	5	5	5	20
3	3	2	3	19
5	4	4	4	18
5	5	4	4	17
5	5	5	5	20
4	4	4	3	20
3	3	3	3	17
5	5	5	5	17
5	4	4	4	15



4	4	3	4	15
4	4	5	5	17
4	4	4	4	14
4	4	4	4	16
2	3	2	3	16
3	4	4	3	18
5	4	5	5	12
4	4	4	4	17
4	4	4	4	20
5	5	5	5	20
4	2	5	3	17
5	5	5	5	20
4	4	4	4	16
5	5	5	5	20
4	5	5	5	19
5	4	4	5	18
4	4	4	5	17
5	5	5	5	20
5	5	5	5	20
4	4	5	4	17
4	5	4	4	17
4	4	3	4	15
4	2	5	4	15
5	4	4	4	17
3	4	4	3	14
4	4	4	4	16
4	4	4	4	16
5	5	4	4	18
3	3	3	3	12
5	5	3	4	17
5	5	5	5	20
5	5	5	5	20
4	4	4	5	17
5	5	5	5	20
4	4	4	4	16
5	4	5	5	19
4	3	4	5	16
3	4	4	4	15
5	5	5	5	20



5	5	4	4	18
4	4	4	4	16
5	5	4	4	18
4	4	4	4	16
5	5	5	5	20
4	4	4	4	16
4	4	4	3	15
5	5	4	4	18
4	5	4	4	17
5	4	5	5	19
5	4	5	5	19
5	5	5	5	20

**Variabel Pengalaman (X3)**

<b>X3.1</b>	<b>X3.2</b>	<b>X3.3</b>	<b>X3.4</b>	<b>X3.5</b>	<b>Total X3</b>
4	4	3	4	3	18
4	4	4	4	4	20
4	4	4	4	4	20
5	5	5	5	5	25
4	5	5	4	3	21
5	5	5	5	5	25
5	5	5	4	5	24
5	4	5	4	4	22
4	4	5	4	4	21
5	5	5	5	5	25
4	4	4	3	4	19
5	4	4	4	5	22
4	4	4	5	5	22
5	5	3	5	5	23
5	5	3	5	5	23
4	4	4	4	4	20
5	5	5	5	4	24
5	4	4	4	4	21
5	5	5	5	5	25
5	5	5	5	4	24
4	5	4	3	3	19
4	4	4	2	2	16
5	5	5	5	5	25



4	4	5	5	4	22
5	4	5	4	5	23
4	3	4	3	4	18
5	5	5	4	5	24
5	5	5	3	3	21
4	5	5	4	4	22
5	5	5	4	5	24
5	3	4	4	3	19
4	4	4	4	4	20
4	4	4	4	4	20
5	5	5	5	2	22
5	5	5	5	5	25
5	5	5	5	5	25
5	5	5	4	4	23
4	4	4	4	4	20
5	5	4	5	5	24
5	5	5	5	5	25
5	5	4	4	5	23
4	4	5	5	5	23
4	4	5	4	4	21
4	4	4	3	3	18
5	5	5	5	5	25
4	4	4	4	4	20
3	3	3	3	3	15
5	5	5	4	4	23
5	5	4	4	4	22
5	5	5	5	5	25
4	5	4	5	5	23
4	4	4	4	4	20
4	4	4	4	4	20
3	3	3	3	2	14
3	5	4	2	4	18
5	5	5	5	5	25
5	5	5	5	2	22
4	4	4	3	3	18
4	4	4	5	4	21
4	3	4	3	4	18
5	4	5	4	5	23
4	4	4	3	4	19

5	5	5	5	5	25
5	5	5	5	5	25
4	5	5	4	4	22
5	5	5	4	5	24
5	5	5	5	5	25
5	5	5	5	5	25
4	4	4	4	4	20
5	4	4	4	4	21
4	4	4	4	4	20
4	4	5	3	2	18
5	4	4	4	3	20
4	3	4	3	3	17
4	4	4	4	4	20
4	4	4	4	4	20
4	4	4	4	5	21
3	3	3	3	3	15
5	5	5	4	2	21
5	5	5	5	5	25
5	5	5	5	5	25
4	5	3	5	4	21
5	5	5	5	5	25
3	5	4	5	3	20
4	4	4	4	5	21
4	3	4	3	4	18
5	3	5	3	4	20
5	4	5	4	4	22
4	5	5	4	4	22
5	4	5	3	3	20
5	4	4	3	3	19
4	4	4	3	3	18
5	5	5	4	4	23
4	4	4	5	5	22
4	4	4	3	3	18
5	5	4	4	4	22
5	4	4	4	4	21
5	5	4	3	4	21
4	3	5	3	2	17
5	5	5	5	5	25
4	4	3	4	3	18

4	4	4	4	4	20
4	4	4	4	4	20
5	5	5	5	5	25
4	5	5	4	3	21
5	5	5	5	5	25
5	5	5	4	5	24
5	4	5	4	4	22
4	4	5	4	4	21
5	5	5	5	5	25
4	4	4	3	4	19
5	4	4	4	5	22
4	4	4	5	5	22
5	5	3	5	5	23
5	5	3	5	5	23
4	4	4	4	4	20
5	5	5	5	4	24
5	4	4	4	4	21
5	5	5	5	5	25
5	5	5	5	4	24
4	5	4	3	3	19
4	4	4	2	2	16
5	5	5	5	5	25
4	4	5	5	4	22
5	4	5	4	5	23
4	3	4	3	4	18
5	5	5	4	5	24
5	5	5	3	3	21
4	5	5	4	4	22
5	5	5	4	5	24
5	3	4	4	3	19
4	4	4	4	4	20
4	4	4	4	4	20
5	5	5	5	2	22
5	5	5	5	5	25
5	5	5	5	5	25
5	5	5	4	4	23
4	4	4	4	4	20
5	5	4	5	5	24
5	5	5	5	5	25

5	5	4	4	5	23
4	4	5	5	5	23
4	4	5	4	4	21
4	4	4	3	3	18
5	5	5	5	5	25
4	4	4	4	4	20
3	3	3	3	3	15
5	5	5	4	4	23
5	5	4	4	4	22
5	5	5	5	5	25
4	5	4	5	5	23
4	4	4	4	4	20
4	4	4	4	4	20
3	3	3	3	2	14
3	5	4	2	4	18
5	5	5	5	5	25
5	5	5	5	2	22
4	4	4	3	3	18
4	4	4	5	4	21
4	3	4	3	4	18
5	4	5	4	5	23
4	4	4	3	4	19
5	5	5	5	5	25
5	5	5	5	5	25
4	5	5	4	4	22
5	5	5	4	5	24
5	5	5	5	5	25
5	5	5	5	5	25
4	4	4	4	4	20
5	4	4	4	4	21
4	4	4	4	4	20
4	4	5	3	2	18
5	4	4	4	3	20
4	3	4	3	3	17
4	4	4	4	4	20
4	4	4	4	4	20
4	4	4	4	5	21
3	3	3	3	3	15
5	5	5	4	2	21

5	5	5	5	5	25
5	5	5	5	5	25
4	5	3	5	4	21
5	5	5	5	5	25
3	5	4	5	3	20
4	4	4	4	5	21
4	3	4	3	4	18
5	3	5	3	4	20
5	4	5	4	4	22
4	5	5	4	4	22
5	4	5	3	3	20
5	4	4	3	3	19
4	4	4	3	3	18
5	5	5	4	4	23
4	4	4	5	5	22
4	4	4	3	3	18
5	5	4	4	4	22
5	4	4	4	4	21
5	5	4	3	4	21
4	3	5	3	2	17
5	5	5	5	5	25
4	4	3	4	3	18
4	4	4	4	4	20
4	4	4	4	4	20
5	5	5	5	5	25
4	5	5	4	3	21
5	5	5	5	5	25
5	5	5	4	5	24
5	4	5	4	4	22
4	4	5	4	4	21
5	5	5	5	5	25
4	4	4	3	4	19
5	4	4	4	5	22
4	4	4	5	5	22
5	5	3	5	5	23
5	5	3	5	5	23
4	4	4	4	4	20
5	5	5	5	4	24
5	4	4	4	4	21

5	5	5	5	5	25
5	5	5	5	4	24
4	5	4	3	3	19
4	4	4	2	2	16
5	5	5	5	5	25
4	4	5	5	4	22
5	4	5	4	5	23
4	3	4	3	4	18
5	5	5	4	5	24
5	5	5	3	3	21
4	5	5	4	4	22
5	5	5	4	5	24
5	3	4	4	3	19
4	4	4	4	4	20
4	4	4	4	4	20
5	5	5	5	2	22
5	5	5	5	5	25
5	5	5	5	5	25
5	5	5	4	4	23
4	4	4	4	4	20
5	5	4	5	5	24
5	5	5	5	5	25
5	5	4	4	5	23
4	4	5	5	5	23
4	4	5	4	4	21
4	4	4	3	3	18
5	5	5	5	5	25
4	4	4	4	4	20
3	3	3	3	3	15
5	5	5	4	4	23
5	5	4	4	4	22
5	5	5	5	5	25
4	5	4	5	5	23
4	4	4	4	4	20
4	4	4	4	4	20
3	3	3	3	2	14
3	5	4	2	4	18
5	5	5	5	5	25
5	5	5	5	2	22

4	4	4	3	3	18
4	4	4	5	4	21
4	3	4	3	4	18
5	4	5	4	5	23
4	4	4	3	4	19
5	5	5	5	5	25
5	5	5	5	5	25
4	5	5	4	4	22
5	5	5	4	5	24
5	5	5	5	5	25
5	5	5	5	5	25
4	4	4	4	4	20
5	4	4	4	4	21
4	4	4	4	4	20
4	4	5	3	2	18
5	4	4	4	3	20
4	3	4	3	3	17
4	4	4	4	4	20
4	4	4	4	4	20
4	4	4	4	5	21
3	3	3	3	3	15
5	5	5	4	2	21
5	5	5	5	5	25
5	5	5	5	5	25
4	5	3	5	4	21
5	5	5	5	5	25
3	5	4	5	3	20
4	4	4	4	5	21
4	3	4	3	4	18
5	3	5	3	4	20
5	4	5	4	4	22
4	5	5	4	4	22
5	4	5	3	3	20
5	4	4	3	3	19
4	4	4	3	3	18
5	5	5	4	4	23
4	4	4	5	5	22
4	4	4	3	3	18
5	5	4	4	4	22

5	4	4	4	4	21
5	5	4	3	4	21
4	3	5	3	2	17
5	5	5	5	5	25
5	5	5	5	5	25
5	5	5	4	5	24
5	4	5	4	4	22
4	4	5	4	4	21
5	5	5	5	5	25
4	4	4	3	4	19
5	4	4	4	5	22
4	4	4	5	5	22
5	5	3	5	5	23
5	5	3	5	5	23
4	4	4	4	4	20
5	5	5	5	4	24
5	4	4	4	4	21
5	5	5	5	5	25
5	5	5	5	4	24
4	5	4	3	3	19
4	4	4	2	2	16
5	5	5	5	5	25
4	4	5	5	4	22
5	4	5	4	5	23
4	3	4	3	4	18
5	5	5	4	5	24
5	5	5	3	3	21
4	5	5	4	4	22
5	5	5	4	5	24
5	3	4	4	3	19
4	4	4	4	4	20
4	4	4	4	4	20
4	4	4	4	4	20
5	5	5	5	2	22
5	5	5	5	5	25
5	5	5	5	5	25
5	5	5	4	4	23
4	4	4	4	4	20
5	5	4	5	5	24
5	5	5	5	5	25



5	5	4	4	5	23
4	4	5	5	5	23
4	4	5	4	4	21
4	4	4	3	3	18
5	5	5	5	5	25
4	4	4	4	4	20
3	3	3	3	3	15
5	5	5	4	4	23
5	5	4	4	4	22
5	5	5	5	5	25
4	5	4	5	5	23
4	4	4	4	4	20
4	4	4	4	4	20
3	3	3	3	2	14
3	5	4	2	4	18
5	5	5	5	5	25
5	5	5	5	2	22
4	4	4	3	3	18
4	4	4	5	4	21
4	3	4	3	4	18
5	4	5	4	5	23
4	4	4	3	4	19
5	5	5	5	5	25
5	5	5	5	5	25
4	5	5	4	4	22
5	5	5	4	5	24
5	5	5	5	5	25
5	5	5	5	5	25
4	4	4	4	4	20
5	4	4	4	4	21
4	4	4	4	4	20
4	4	5	3	2	18
5	4	4	4	3	20
4	3	4	3	3	17
4	4	4	4	4	20
4	4	4	4	4	20
4	4	4	4	5	21
3	3	3	3	3	15
5	5	5	4	2	21

5	5	5	5	5	25
5	5	5	5	5	25
4	5	3	5	4	21
5	5	5	5	5	25
3	5	4	5	3	20
4	4	4	4	5	21
4	3	4	3	4	18
5	3	5	3	4	20
5	4	5	4	4	22
4	5	5	4	4	22
5	4	5	3	3	20
5	4	4	3	3	19
4	4	4	3	3	18
5	5	5	4	4	23
4	4	4	5	5	22
4	4	4	3	3	18
5	5	4	4	4	22
5	4	4	4	4	21
5	5	4	3	4	21
4	3	5	3	2	17
5	5	5	5	5	25

**Variabel Keputusan Penggunaan ShopeePay (Y)**

Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Total Y
4	4	4	4	4	20
4	4	4	4	4	20
4	4	4	4	4	20
5	5	5	5	5	25
4	4	4	4	4	20
5	5	5	5	5	25
5	5	5	3	5	23
5	5	5	5	5	25
4	5	5	5	4	23
4	5	5	5	5	24
4	5	3	5	4	21
4	3	4	4	3	18
4	5	5	4	5	23
4	5	4	5	5	23

4	5	4	5	5	23
4	3	4	5	4	20
5	5	5	5	5	25
4	5	4	5	5	23
4	4	4	4	4	20
5	5	5	5	5	25
5	4	4	5	5	23
2	4	4	4	4	18
5	5	5	5	5	25
4	4	5	5	5	23
4	5	5	5	5	24
4	4	4	5	4	21
5	5	5	5	5	25
5	5	5	5	5	25
5	5	5	5	5	25
4	4	5	5	4	22
4	4	4	4	4	20
3	3	3	3	3	15
5	5	4	5	5	24
5	5	5	5	5	25
5	5	4	5	5	24
5	5	5	5	4	24
5	5	5	5	5	25
4	4	4	4	4	20
5	5	5	5	5	25
5	5	5	5	5	25
5	5	5	5	5	25
4	4	4	4	4	20
4	4	4	4	4	20
5	5	5	5	5	25
4	4	4	5	5	22
3	2	3	3	3	14
5	4	4	5	5	23
4	4	4	4	5	21
4	4	4	4	4	20
5	5	5	4	5	24
4	4	4	4	4	20
4	4	4	4	4	20

2	3	2	3	2	12
5	5	4	5	4	23
5	5	5	5	5	25
4	4	4	4	4	20
4	4	4	3	4	19
4	4	4	4	4	20
5	4	4	4	4	21
4	5	5	5	5	24
4	4	4	4	4	20
5	5	5	5	5	25
5	5	5	5	5	25
4	4	4	4	4	20
4	4	4	4	4	20
5	5	5	5	5	25
5	5	5	5	5	25
4	4	4	4	4	20
5	5	5	5	5	25
4	4	4	4	4	20
5	5	4	5	5	24
4	4	4	4	4	20
4	4	4	4	4	20
5	4	4	5	5	23
5	4	4	3	4	20
3	4	4	5	5	21
2	3	2	3	2	12
4	4	3	5	5	21
5	5	5	5	5	25
5	5	5	5	5	25
3	4	3	5	4	19
5	5	5	5	5	25
4	4	3	4	4	19
3	4	4	3	4	18
4	3	4	4	5	20
3	3	3	3	3	15
5	5	4	5	5	24
4	5	5	5	4	23
4	4	4	4	4	20
5	4	4	4	5	22
4	4	4	4	4	20

4	5	4	5	4	22
4	4	4	4	4	20
2	4	4	4	4	18
5	5	5	4	4	23
4	5	4	4	4	21
5	5	4	5	5	24
4	5	4	5	4	22
5	5	5	5	5	25
4	4	4	4	4	20
4	4	4	4	4	20
4	4	4	4	4	20
5	5	5	5	5	25
4	4	4	4	4	20
5	5	5	5	5	25
5	5	5	3	5	23
5	5	5	5	5	25
4	5	5	5	4	23
4	5	5	5	5	24
4	5	3	5	4	21
4	3	4	4	3	18
4	5	5	4	5	23
4	5	4	5	5	23
4	5	4	5	5	23
4	3	4	5	4	20
5	5	5	5	5	25
4	5	4	5	5	23
4	4	4	4	4	20
5	5	5	5	5	25
5	4	4	5	5	23
2	4	4	4	4	18
5	5	5	5	5	25
4	4	5	5	5	23
4	5	5	5	5	24
4	4	4	5	4	21
5	5	5	5	5	25
5	5	5	5	5	25
5	5	5	5	5	25
4	4	5	5	4	22
4	4	4	4	4	20

3	3	3	3	3	15
5	5	4	5	5	24
5	5	5	5	5	25
5	5	4	5	5	24
5	5	5	5	4	24
5	5	5	5	5	25
4	4	4	4	4	20
5	5	5	5	5	25
5	5	5	5	5	25
5	5	5	5	5	25
5	5	5	5	5	25
4	4	4	4	4	20
4	4	4	4	4	20
5	5	5	5	5	25
4	4	4	5	5	22
3	2	3	3	3	14
5	4	4	5	5	23
4	4	4	4	5	21
4	4	4	4	4	20
5	5	5	4	5	24
4	4	4	4	4	20
4	4	4	4	4	20
2	3	2	3	2	12
5	5	4	5	4	23
5	5	5	5	5	25
4	4	4	4	4	20
4	4	4	3	4	19
4	4	4	4	4	20
5	4	4	4	4	21
4	5	5	5	5	24
4	4	4	4	4	20
5	5	5	5	5	25
5	5	5	5	5	25
4	4	4	4	4	20
4	4	4	4	4	20
5	5	5	5	5	25
5	5	5	5	5	25
4	4	4	4	4	20
5	5	5	5	5	25

4	4	4	4	4	20
5	5	4	5	5	24
4	4	4	4	4	20
4	4	4	4	4	20
5	4	4	5	5	23
5	4	4	3	4	20
3	4	4	5	5	21
2	3	2	3	2	12
4	4	3	5	5	21
5	5	5	5	5	25
5	5	5	5	5	25
3	4	3	5	4	19
5	5	5	5	5	25
4	4	3	4	4	19
3	4	4	3	4	18
4	3	4	4	5	20
3	3	3	3	3	15
5	5	4	5	5	24
4	5	5	5	4	23
4	4	4	4	4	20
5	4	4	4	5	22
4	4	4	4	4	20
4	5	4	5	4	22
4	4	4	4	4	20
2	4	4	4	4	18
5	5	5	4	4	23
4	5	4	4	4	21
5	5	4	5	5	24
4	5	4	5	4	22
5	5	5	5	5	25
4	4	4	4	4	20
4	4	4	4	4	20
4	4	4	4	4	20
5	5	5	5	5	25
4	4	4	4	4	20
5	5	5	5	5	25
5	5	5	3	5	23
5	5	5	5	5	25
4	5	5	5	4	23

4	5	5	5	5	24
4	5	3	5	4	21
4	3	4	4	3	18
4	5	5	4	5	23
4	5	4	5	5	23
4	5	4	5	5	23
4	3	4	5	4	20
5	5	5	5	5	25
4	5	4	5	5	23
4	4	4	4	4	20
5	5	5	5	5	25
5	4	4	5	5	23
2	4	4	4	4	18
5	5	5	5	5	25
4	4	5	5	5	23
4	5	5	5	5	24
4	4	4	5	4	21
5	5	5	5	5	25
5	5	5	5	5	25
5	5	5	5	5	25
4	4	5	5	4	22
4	4	4	4	4	20
3	3	3	3	3	15
5	5	4	5	5	24
5	5	5	5	5	25
5	5	4	5	5	24
5	5	5	5	4	24
5	5	5	5	5	25
4	4	4	4	4	20
5	5	5	5	5	25
5	5	5	5	5	25
5	5	5	5	5	25
5	5	5	5	5	25
4	4	4	4	4	20
4	4	4	4	4	20
5	5	5	5	5	25
4	4	4	5	5	22
3	2	3	3	3	14
5	4	4	5	5	23



4	4	4	4	5	21
4	4	4	4	4	20
5	5	5	4	5	24
4	4	4	4	4	20
4	4	4	4	4	20
2	3	2	3	2	12
5	5	4	5	4	23
5	5	5	5	5	25
4	4	4	4	4	20
4	4	4	3	4	19
4	4	4	4	4	20
5	4	4	4	4	21
4	5	5	5	5	24
4	4	4	4	4	20
5	5	5	5	5	25
5	5	5	5	5	25
4	4	4	4	4	20
4	4	4	4	4	20
5	5	5	5	5	25
5	5	5	5	5	25
4	4	4	4	4	20
5	5	5	5	5	25
4	4	4	4	4	20
5	5	4	5	5	24
4	4	4	4	4	20
4	4	4	4	4	20
5	4	4	5	5	23
5	4	4	3	4	20
3	4	4	5	5	21
2	3	2	3	2	12
4	4	3	5	5	21
5	5	5	5	5	25
5	5	5	5	5	25
3	4	3	5	4	19
5	5	5	5	5	25
4	4	3	4	4	19
3	4	4	3	4	18
4	3	4	4	5	20
3	3	3	3	3	15

5	5	4	5	5	24
4	5	5	5	4	23
4	4	4	4	4	20
5	4	4	4	5	22
4	4	4	4	4	20
4	5	4	5	4	22
4	4	4	4	4	20
2	4	4	4	4	18
5	5	5	4	4	23
4	5	4	4	4	21
5	5	4	5	5	24
4	5	4	5	4	22
5	5	5	5	5	25
5	5	5	5	5	25
5	5	5	3	5	23
5	5	5	5	5	25
4	5	5	5	4	23
4	5	5	5	5	24
4	5	3	5	4	21
4	3	4	4	3	18
4	5	5	4	5	23
4	5	4	5	5	23
4	5	4	5	5	23
4	3	4	5	4	20
5	5	5	5	5	25
4	5	4	5	5	23
4	4	4	4	4	20
5	5	5	5	5	25
5	4	4	5	5	23
2	4	4	4	4	18
5	5	5	5	5	25
4	4	5	5	5	23
4	5	5	5	5	24
4	4	4	5	4	21
5	5	5	5	5	25
5	5	5	5	5	25
5	5	5	5	5	25
4	4	5	5	4	22
4	4	4	4	4	20

3	3	3	3	3	15
5	5	4	5	5	24
5	5	5	5	5	25
5	5	4	5	5	24
5	5	5	5	4	24
5	5	5	5	5	25
4	4	4	4	4	20
5	5	5	5	5	25
5	5	5	5	5	25
5	5	5	5	5	25
5	5	5	5	5	25
4	4	4	4	4	20
4	4	4	4	4	20
5	5	5	5	5	25
4	4	4	5	5	22
3	2	3	3	3	14
5	4	4	5	5	23
4	4	4	4	5	21
4	4	4	4	4	20
5	5	5	4	5	24
4	4	4	4	4	20
4	4	4	4	4	20
2	3	2	3	2	12
5	5	4	5	4	23
5	5	5	5	5	25
4	4	4	4	4	20
4	4	4	3	4	19
4	4	4	4	4	20
5	4	4	4	4	21
4	5	5	5	5	24
4	4	4	4	4	20
5	5	5	5	5	25
5	5	5	5	5	25
4	4	4	4	4	20
4	4	4	4	4	20
5	5	5	5	5	25
5	5	5	5	5	25
4	4	4	4	4	20
5	5	5	5	5	25

4	4	4	4	4	20
5	5	4	5	5	24
4	4	4	4	4	20
4	4	4	4	4	20
5	4	4	5	5	23
5	4	4	3	4	20
3	4	4	5	5	21
2	3	2	3	2	12
4	4	3	5	5	21
5	5	5	5	5	25
5	5	5	5	5	25
3	4	3	5	4	19
5	5	5	5	5	25
4	4	3	4	4	19
3	4	4	3	4	18
4	3	4	4	5	20
3	3	3	3	3	15
5	5	4	5	5	24
4	5	5	5	4	23
4	4	4	4	4	20
5	4	4	4	5	22
4	4	4	4	4	20
4	5	4	5	4	22
4	4	4	4	4	20
2	4	4	4	4	18
5	5	5	4	4	23
4	5	4	4	4	21
5	5	4	5	5	24
4	5	4	5	4	22
5	5	5	5	5	25

**Lampiran 4. Hasil Uji Jawaban Kuesioner**

**Responden Berdasarkan Jenis Kelamin**

**Jenis Kelamin**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Laki-laki	126	31.9	31.9	31.9
Perempuan	269	68.1	68.1	100.0

Total	395	100.0	100.0
-------	-----	-------	-------

### Responden Berdasarkan Usia

		Usia			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	10-14 Tahun	6	1.5	1.5	1.5
	15-19 Tahun	92	23.3	23.3	24.8
	20-24 Tahun	297	75.2	75.2	100.0
	Total	395	100.0	100.0	

### Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir

		Pendidikan Terakhir			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	SD/Sederajat	6	1.5	1.5	1.5
	SMP/Sederajat	84	21.3	21.3	22.8
	SMA/Sederajat	259	65.6	65.6	88.4
	Diploma	32	8.1	8.1	96.5
	Sarjana	14	3.5	3.5	100.0
	Total	395	100.0	100.0	

### Responden Berdasarkan Saldo Harian ShopeePay

		Saldo Harian			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	<50.000	75	19.0	19.0	19.0
	50.000-100.000	225	57.0	57.0	75.9
	>100.000	95	24.1	24.1	100.0
	Total	395	100.0	100.0	

### Responden Berdasarkan Penggunaan ShopeePay dalam 1 Bulan

Penggunaan ShopeePay dalam 1 Bulan

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1-5 Kali	217	54.9	54.9
	5-10 Kali	154	39.0	93.9
	>10 Kali	24	6.1	100.0
	Total	395	100.0	100.0

### Uji Validitas dan Reliabilitas Fitur Layanan (X1)

#### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.843	4

#### Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Pernyataan 1	12.69	3.290	.699	.792
Pernyataan 2	12.52	3.524	.732	.784
Pernyataan 3	12.71	2.842	.744	.776
Pernyataan 4	12.44	3.816	.570	.845

### Uji Validitas dan Reliabilitas Variabel Benefit (X2)

#### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.854	4

#### Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
--	----------------------------	--------------------------------	----------------------------------	----------------------------------

Pernyataan 1	12.85	3.095	.775	.781
Pernyataan 2	12.94	3.445	.634	.840
Pernyataan 3	12.88	3.353	.611	.851
Pernyataan 4	12.93	3.068	.774	.781

### Uji Validitas dan Reliabilitas Variabel Pengalaman (X3)

#### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.793	5

#### Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Pernyataan 1	16.94	5.124	.612	.748
Pernyataan 2	17.04	4.829	.635	.737
Pernyataan 3	17.01	5.381	.474	.783
Pernyataan 4	17.33	4.308	.662	.723
Pernyataan 5	17.35	4.311	.540	.777

### Uji Validitas Dan Reliabilitas Variabel Keputusan Penggunaan ShopeePay (Y)

#### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.908	5

#### Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Pernyataan 1	17.56	5.410	.746	.893
Pernyataan 2	17.44	5.612	.803	.880
Pernyataan 3	17.57	5.652	.767	.887
Pernyataan 4	17.38	5.906	.705	.899
Pernyataan 5	17.42	5.548	.823	.875

## Statistik Deskriptif

### Statistics

		Fitur Layanan	Benefit	Pengalaman	Keputusan Konsumen
N	Valid	395	395	395	395
	Missing	0	0	0	0
Mean		16.79	17.41	21.42	21.84
Std. Deviation		2.386	2.117	2.668	2.931
Minimum		11	10	14	12
Maximum		20	20	25	25

### Fitur Layanan

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
11	12	3.0	3.0	3.0
12	7	1.8	1.8	4.8
13	12	3.0	3.0	7.8
14	27	6.8	6.8	14.7
15	63	15.9	15.9	30.6
Valid 16	63	15.9	15.9	46.6
17	68	17.2	17.2	63.8
18	28	7.1	7.1	70.9
19	32	8.1	8.1	79.0
20	83	21.0	21.0	100.0
Total	395	100.0	100.0	

### Benefit

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
10	4	1.0	1.0	1.0
12	12	3.0	3.0	4.1
14	8	2.0	2.0	6.1
Valid 15	36	9.1	9.1	15.2
16	68	17.2	17.2	32.4
17	76	19.2	19.2	51.6
18	64	16.2	16.2	67.8



19	31	7.8	7.8	75.7
20	96	24.3	24.3	100.0
Total	395	100.0	100.0	

### Pengalaman

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
14	4	1.0	1.0	1.0
15	8	2.0	2.0	3.0
16	4	1.0	1.0	4.1
17	8	2.0	2.0	6.1
18	39	9.9	9.9	15.9
19	20	5.1	5.1	21.0
Valid 20	66	16.7	16.7	37.7
21	51	12.9	12.9	50.6
22	52	13.2	13.2	63.8
23	40	10.1	10.1	73.9
24	28	7.1	7.1	81.0
25	75	19.0	19.0	100.0
Total	395	100.0	100.0	

### Keputusan Konsumen

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
12	8	2.0	2.0	2.0
14	4	1.0	1.0	3.0
15	8	2.0	2.0	5.1
18	16	4.1	4.1	9.1
19	12	3.0	3.0	12.2
Valid 20	104	26.3	26.3	38.5
21	28	7.1	7.1	45.6
22	20	5.1	5.1	50.6
23	52	13.2	13.2	63.8
24	40	10.1	10.1	73.9
25	103	26.1	26.1	100.0
Total	395	100.0	100.0	

## Uji Regresi Linier Berganda

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	1.696	.892		1.901	.058
Fitur Layanan	.494	.066	.402	7.457	.000
Benefit	.210	.055	.151	3.797	.000
Pengalaman	.383	.050	.348	7.632	.000

a. Dependent Variable: Keputusan Konsumen

## Uji t (Parsial)

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	1.696	.892		1.901	.058
Fitur Layanan	.494	.066	.402	7.457	.000
Benefit	.210	.055	.151	3.797	.000
Pengalaman	.383	.050	.348	7.632	.000

a. Dependent Variable: Keputusan Konsumen

## Uji f (Simultan)

**ANOVA<sup>a</sup>**

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	2134.134	3	711.378	222.374	.000 <sup>b</sup>
Residual	1250.818	391	3.199		
Total	3384.952	394			

a. Dependent Variable: Keputusan Konsumen

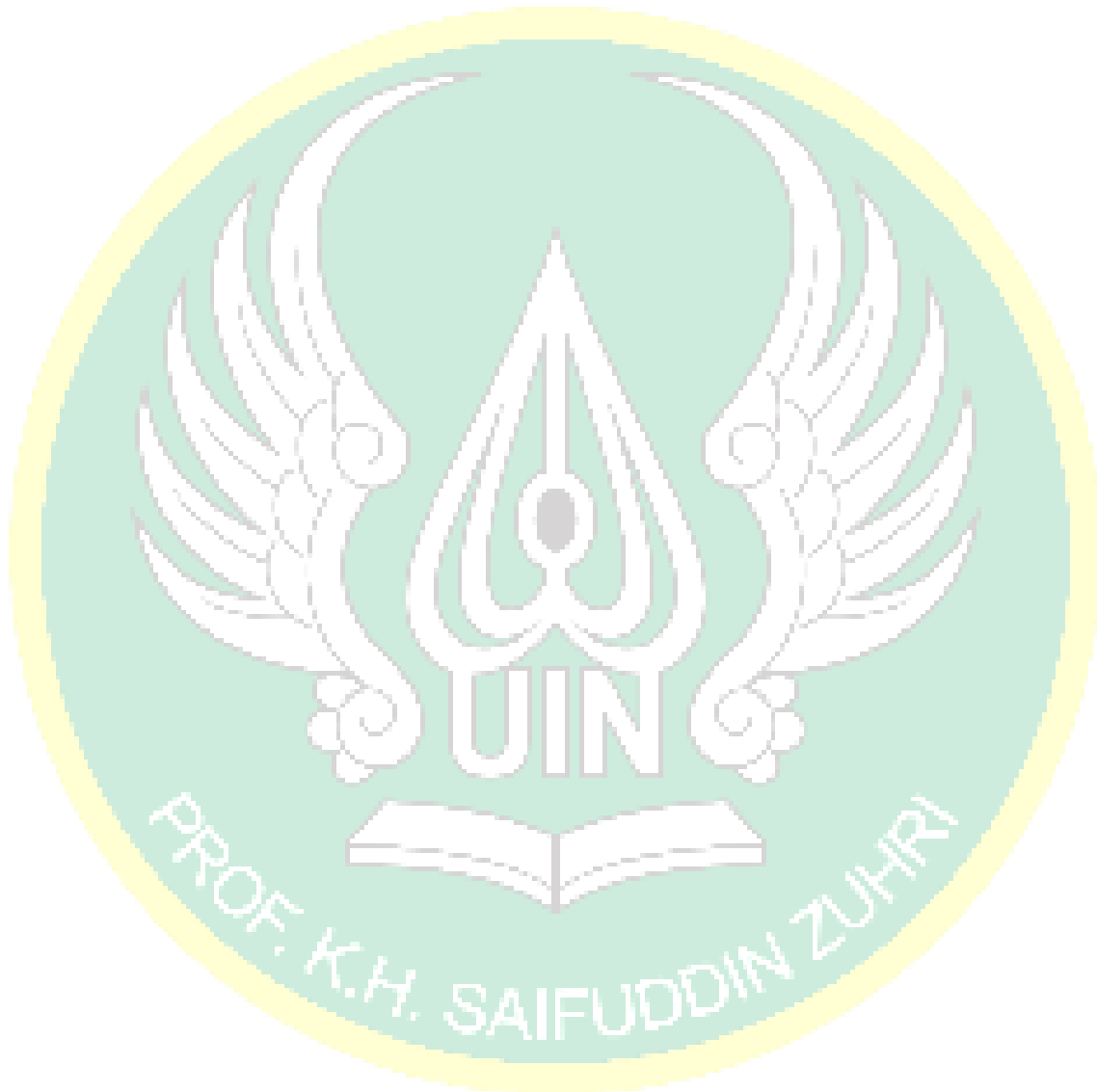
b. Predictors: (Constant), Pengalaman, Benefit, Fitur Layanan

## Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

**Model Summary**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.794 <sup>a</sup>	.630	.628	1.789

a. Predictors: (Constant), Pengalaman, Benefit, Fitur Layanan



## Lampiran 5. Surat Usulan Menjadi Pembimbing Skripsi



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
PROFESOR KIAI HAJI SAIFUDDIN ZUHRI PURWOKERTO  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jalan Jenderal Ahmad Yani No. 54 Purwokerto 53126  
Telp: 0281-635624, Fax: 0281-636553; Website: febi.uinsaizu.ac.id

Nomor : 53/Un.19/FEBI.J.E.S/PP.009/1/2022 Purwokerto 10 Januari 2022  
Lampiran : 1 lembar  
Hal : Usulan menjadi pembimbing skripsi

Kepada:  
Yth. Ibu Akhris Fuadatis Solikha, S.E., M.Si.  
Dosen Tetap FEBI UIN SAIZU  
Di  
Purwokerto

*Assalamu'alaikum Wr. Wb.*

Sesuai dengan hasil sidang penetapan judul skripsi mahasiswa Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto pada tanggal 10/10/2021 dan konsultasi mahasiswa kepada Kaprodi pada tanggal 13/07/2021 kami mengusulkan Bapak/Ibu untuk menjadi Pembimbing Skripsi mahasiswa:

Nama : Faidatunnida  
NIM : 1817201056  
Semester : VII  
Prodi : Ekonomi Syariah (S1)  
Judul Skripsi : Pengaruh Fitur Layanan, *Benefit*, dan Pengalaman Terhadap Keputusan Konsumen Menggunakan *ShopeePay* (Studi Kasus Remaja Kecamatan Cilongok).

Untuk itu, kami mohon kepada Bapak/Ibu dapat mengisi surat kesediaan terlampir. Atas kesediaan Bapak/Ibu kami ucapkan terima kasih.

*Wassalamu'alikum Wr. Wb.*



Jurusan Ekonomi Syariah

Laela Hilyatin, S.E., M.S.I.  
NIP. 19851112 200912 2 007

## Lampiran 6. Surat Penunjukkan Pembimbing Skripsi



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA**  
**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI**  
**PROFESOR KIAI HAJI SAIFUDDIN ZUHRI PURWOKERTO**  
**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**  
Jl. Jend. Ahmad Yani No. 54 Purwokerto 53126  
Telp. 0281-635624 Fax. 0281-636553; febi.iainpurwokerto.ac.id

Nomor: 68/Un.19/FEBLJ.ES/PP.009/1/2021

Purwokerto, 11 Januari 2022

Hal : Bimbingan Skripsi

Kepada  
Yth. Bapak/ Ibu Akhris Fuadatis Solikha, S.E., M.Si.  
Di  
Purwokerto

*Assalamu 'alaikum Wr. Wb.*

Berdasarkan surat penunjukan pembimbing skripsi yang telah kami sampaikan dan surat pernyataan kesediaan menjadi pembimbing skripsi yang telah Bapak/Ibu tandatangani atas nama:

Nama : Faidatunnida  
NIM : 1817201056  
Semester : VII  
Prodi : Ekonomi Syariah  
Judul Skripsi : Pengaruh Fitur Layanan, Benefit dan Pengalaman Terhadap Keputusan Konsumen Menggunakan ShopeePay (Studi Kasus Remaja Kecamatan Cilongok)

Maka kami menetapkan Bapak/Ibu sebagai Dosen Pembimbing Skripsi mahasiswa tersebut. Mohon kejasama Bapak/Ibu untuk melaksanakan bimbingan skripsi sebaik-baiknya sebagaimana aturan yang berlaku

Demikian surat ini kami sampaikan, atas perhatian dan kerjasamanya kami ucapkan terima kasih.

*Wassalamu 'alaikum Wr. Wb.*

Dibuat di Purwokerto  
Tanggal 11 Januari 2022  
Ketua Jurusan Ekonomi Syariah



**Dewi Laela Hilyatin, S.E., M.S.I**  
NIP. 19851112 200912 2 007

## Lampiran 7. Rekomendasi Seminar Proposal



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
PROFESOR KIAI HAJI SAIFUDDIN ZUHRI PURWOKERTO  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
Jl. Jend. Ahmad Yani No. 54 Purwokerto 53126  
Telp. 0281-635624 Fax. 0281-636553; febi.iainpurwokerto.ac.id

### REKOMENDASI SEMINAR PROPOSAL

Dengan ini kami Dosen Pembimbing Skripsi Menerangkan bahwa mahasiswa atas nama:

Nama : Faidatunnida  
NIM : 1817201056  
Semester : VII  
Program Studi : Ekonomi Syariah  
Tahun Akademik : 2021/2022  
Judul Proposal Skripsi : Pengaruh Fitur Layanan, Benefit, dan Pengalaman Terhadap Keputusan Konsumen Menggunakan ShopeePay (Studi Kasus Remaja Kecamatan Cilongok)

Menerangkan bahwa proposal skripsi mahasiswa tersebut telah siap untuk diseminarkan dan yang bersangkutan telah memenuhi persyaratan akademik sebagaimana yang telah ditetapkan.

Demikian surat rekomendasi ini dibuat sebagai salah satu persyaratan untuk mendaftar seminar proposal skripsi dan digunakan sebagaimana mestinya.

Ketua Jurusan Ekonomi Syariah



Dewi Laela Hilyatin, S.E., M.S.I  
NIP. 19851112 200912 2 007

Dibuat di Purwokerto  
Tanggal 12 Januari 2022  
Dosen Pembimbing



Akhris Fuadatis Solikha, S.E., M.Si

## Lampiran 8. Berita Acara Seminar Proposal



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA**  
**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI**  
**PROFESOR KAI HAJI SAIFUDDIN ZUHRI PURWOKERTO**  
**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**  
Jalan Jenderal Ahmad Yani No. 54 Purwokerto 53126  
Telp: 0281-635624, Fax: 0281-636553; Website: febi.uinsaizu.ac.id

### BERITA ACARA SEMINAR PROPOSAL

Nama : Faidatunnida  
NIM : 1817201056  
Program Studi : Ekonomi Syariah  
Tanggal Seminar : Senin, 24 Januari 2022  
Pembimbing : Akhris Fuadatis Solikha, S.E., M.Si  
Judul : Pengaruh Fitur Layanan, Benefit dan Pengalaman Terhadap Keputusan Konsumen Menggunakan ShopeePay (Studi Kasus Remaja Kecamatan Cilongok)

#### Catatan:

NO	ASPEK	URAIAN
1	Substansi Materi	Data pengguna fintech lebih disesuaikan menjadi data preferensi dan tidak mencantumkan di Indonesia karena hanya beberapa responden yang diambil dalam penelitian terdahulu; Data survey awal diteliti lagi datanya; Mencantumkan data remaja per kecamatan sebagai pembanding
2	Metode Penelitian	Data primer: kuesioner kepada remaja kecamatan Cilongok yang menggunakan marketplace shopee; Waktu penelitian "November 2021 direncanakan sampai Maret 2022"; Standar error 5%; Koefisien determinasi tidak dicantumkan dalam uji hipotesis
3	Teknik Penulisan	Kata penghubung tidak digunakan diawal kalimat, kata penghubung ditengah ditulis kecil; Jurusan diubah menjadi program studi; kata asing ditulis italic; halaman proposal skripsi; tujuan penelitian tidak mencantumkan kata "untuk"; body note diketik berdasarkan nama belakang pengarang; kajian teori terlebih dahulu kemudian baru hipotesis
4	Lain-lain	-
5	Saran	Hipotesis nol tidak dicantumkan ketika sudah menyusun sebuah uraian yang menyatakan hipotesis alternatif

Purwokerto, 24 Januari 2022

Penguji



Mahardhika Cipta R, S.E., M.Si

## Lampiran 9. Surat Keterangan Lulus Seminar Proposal



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
PROFESOR KIAI HAJI SAIFUDDIN ZUHRI PURWOKERTO  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jalan Jenderal Ahmad Yani No. 54 Purwokerto 53126  
Telp: 0281-635624, Fax: 0281-636553; Website: febi.uinsaizu.ac.id

**SURAT KETERANGAN LULUS SEMINAR PROPOSAL**

Nomor: 261/Un.19/FEBI.J.ES/PP.009/01/2022

Yang bertanda tangan dibawah ini Koordinator Prodi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto menerangkan bahwa mahasiswa atas nama:

Nama : Faidatunnida  
NIM : 1817201056  
Program Studi : Ekonomi Syariah  
Pembimbing : Akhris Fuadatis Solikha, S.E., M.Si  
Judul : Pengaruh Fitur Layanan, Benefit dan Pengalaman Terhadap Keputusan Konsumen Menggunakan ShopeePay (Studi Kasus Remaja Kecamatan Cilongok)

Pada tanggal 24/01/2022 telah melaksanakan seminar proposal dan dinyatakan LULUS, dengan perubahan proposal/ hasil proposal sebagaimana tercantum pada berita acara seminar. Demikian surat keterangan ini dibuat dan dapat digunakan sebagai syarat untuk melakukan riset penulisan skripsi.

Purwokerto, 28 Januari 2022  
Koord. Prodi Ekonomi Syariah



**Dewi Laela Hilyatin, S.E., M.S.I**  
NIP. 19851112 200912 2 007



## Lampiran 10. Surat Keterangan Lulus Semua Mata Kuliah



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA**  
**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI**  
**PROFESOR KIAI HAJI SAIFUDDIN ZUHRI PURWOKERTO**  
**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**  
Jl. Jend. Ahmad Yani No. 54 Purwokerto 53126  
Telp. 0281-635624 Fax. 0281-636553: febi.uinsaizu.ac.id

### **SURAT KETERANGAN**

Nomor: 1499/Un.19/FEBLJ.ES/PP.009/6/2021

Yang bertanda tangan dibawah ini

Nama : Dewi Laela Hilyatin, S.E., M.S.I  
NIP : 19851112 200912 2 007  
Jabatan : Koordinator Prodi Ekonomi Syariah

Menerangkan bahwa mahasiswa atas nama:

Nama : Faidatunnida  
NIM : 1817201056  
Semester/ SKS : VIII/ 142 SKS  
Program Studi : Ekonomi Syariah  
Tahun Akademik : 2021/2022

Menerangkan bahwa mahasiswa tersebut diatas telah lulus semua mata kuliah (kecuali skripsi).

Demikian surat keterangan ini dibuat sebagai salah satu persyaratan untuk mendaftar ujian komprehensif dan digunakan sebagaimana mestinya.

Dibuat di Purwokerto  
Tanggal 02 Juni 2022  
Koord. Prodi Ekonomi Syariah



**Dewi Laela Hilyatin, S.E., M.S.I**  
NIP. 19851112 200912 2 007

## Lampiran 11. Blangko Ujian Komprehensif



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA**  
**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI**  
**PROFESOR KIAI HAJI SAIFUDDIN ZUHRI PURWOKERTO**  
**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**  
Jalan Jenderal Ahmad Yani No. 54 Purwokerto 53126  
Telp: 0281-635624, Fax: 0281-636553; Website: febi.uinsaizu.ac.id

### BLANGKO PENILAIAN UJIAN KOMPREHENSIF

Nama : Faidatunnida  
NIM : 1817201056  
Program Studi : Ekonomi Syariah  
Tanggal Ujian : Kamis, 16 Juni 2022  
Keterangan : LULUS

NO	ASPEK PENILAIAN	RENTANG SKOR	NILAI
1	Materi Utama		
	a. Ke-Universitas-an	0 - 20	15,2
	b. Ke-Fakultas-an	0 - 30	22,8
	c. Ke-Prodi-an	0 - 50	38
<b>TOTAL NILAI</b>		0 - 100	<b>76 / B+</b>

Penguji I,



Dr. H. Jamal Abdul Aziz. M.Ag

Purwokerto, 16/06/2022

Penguji II,



Siti Ma'sumah, M.Si.



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
PROFESOR KAI HAJI SAIFUDDIN ZUHRI PURWOKERTO  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
Jalan Jenderal Ahmad Yani No. 54 Purwokerto 53126  
Telp. 0281-835624, Fax 0281-839553, Website: [iainsarzu.ac.id](http://iainsarzu.ac.id)

**BLANGKO/KARTU BIMBINGAN**

Nama : Faidahunnida  
NIM : 1817201056  
Prodi/semester : Ekonomi Syariah/VIII  
Dosen Pembimbing : Ibu Akhris Fuadatis Solikha, S.E., M.Si.  
Judul Skripsi : Pengaruh Fitur Layanan, *Benefit*, dan Pengalaman Terhadap Keputusan Konsumen Menggunakan *ShopeePay* (Studi Kasus Remaja Kecamatan Cilongok)

No	Bulan	Har/Tanggal	Materi Bimbingan*)	Tanda Tangan**)	
				Pembimbing	Mahasiswa
1	Oktober	Kamis/14	Membah variabel independen		
2	Oktober	Selasa/26	<i>e-money</i> secara umum tidak langsung menentukan jenis <i>e-money</i> , penelitian studi kasus berdasarkan data yang valid, mencari data remaja per kecamatan di kabupaten banyumas.		
3	Desember	Rabu/08	Latar belakang masalah tambahkan penelitian terdahulu dan nilai keislaman, kebaharuan dengan penelitian lain, penelitian terdahulu menggunakan jurnal, rumusan masalah tiga, menjelaskan hipotesis.		
4	Desember	Jum'at/24	ACC Seminar Proposal Skripsi		

Lampiran 12. Blangko Bimbingan Skripsi



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
PURWOKERTO  
PROFESOR KIAI HAJI SAIFUDDIN ZUHRI PURWOKERTO  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
Jalan Jenderal Ahmad Yani No. 54 Purwokerto 53129  
Telp: 0281-635624, Fax: 0281-635553, Website: info.uinpuw.ac.id

5	Mei	Selasa/24	Responden dengan standar error 5%, tambahkan 3 jurnal dalam kajian pustaka	(Abhisvixs)	
6	Juni	Kamis/23	Tambahkan teori <i>Technology Acceptance Model</i> (TAM) dan tanggapan responden terkait <i>shopeepay</i>	(Abhisvixs)	
7	Juni	Kamis/30	Tambahkan teori perilaku konsumsi dan beberapa hal/contoh yang berkaitan dengan variabel fitur layanan, benefit dan pengalaman	(Abhisvixs)	
8	Juli	Senin/04	ACC Ujian Munagasyah	(Abhisvixs)	

\*) diisi pokok-pokok bimbingan;  
\*\*) diisi setiap selesai bimbingan

Purwokerto, 04 Juli 2022  
Pembimbing,

(Abhisvixs)

**Akhrius Emdadhis Solikhah, S.E., M.Si**  
NIDN 20090309301

## Lampiran 13. Sertifikat Pengembangan Bahasa Arab



وزارة الشؤون الدينية  
الجامعة الإسلامية الحكومية بوروكرتو  
الوحدة لتنمية اللغة

عنوان: شارع جنرال احمد هاني رقم: ٤٠، بوروكرتو ٥٢١٦٦ هاتف ٠٢٨١ - ١٢٥٦٤٤ www.iainpurwokerto.ac.id

### الشهادة

الرقم: ان.١٧ / UPT.Bhs / PP.٠٠٩ / ٢٠١٨/١٠٠٣١

منحت الى

الاسم

: فائزة النداء

المولودة

: بتشيلاتشاب، ١٩ يناير ٢٠٠٠

الذي حصل على



١٨ :

فهم المسموع

٣٠ :

فهم العبارات والتراكيب

١٨ :

فهم المقروء

٤٥٠ :

النتيجة

في اختبارات القدرة على اللغة العربية التي قامت بها الوحدة لتنمية اللغة في التاريخ ٢٣  
مايو ٢٠١٨

بوروكرتو، ١١  
رئيس الوحدة  
الدكتور  
رقم التوظيف: ١ ٠٠٥ ١٩٩٢٠٣ ١٩٦٧٠٣٠٧



ValidationCode

## Lampiran 14. Sertifikat Pengembangan Bahasa Inggris



IAIN PURWOKERTO

**MINISTRY OF RELIGIOUS AFFAIRS**  
**INSTITUTE COLLEGE ON ISLAMIC STUDIES PURWOKERTO**  
**LANGUAGE DEVELOPMENT UNIT**

Jl. Jend. A. Yani No. 40A Purwokerto, Central Java Indonesia, [www.iainpurwokerto.ac.id](http://www.iainpurwokerto.ac.id)

### EPTIP CERTIFICATE

*(English Proficiency Test of IAIN Purwokerto)*  
Number: In.17/UPT.Bhs/PP.009/10031/2018

This is to certify that

**Name** : FAIDATUNNIDA  
**Date of Birth** : CILACAP, January 19th, 2000

Has taken English Proficiency Test of IAIN Purwokerto with paper-based test, organized by Language Development Unit IAIN Purwokerto on December 10th, 2018, with obtained result as follows:

1. Listening Comprehension : 45  
2. Structure and Written Expression : 50  
3. Reading Comprehension : 47

**Obtained Score** : 473



The English Proficiency Test was held in IAIN Purwokerto.



ValidationCode



Purwokerto, December 11th, 2018  
Head of Language Development Unit,

Dr. Syarif M. Ag.

NIP. 19670307 199303 1 005

Lampiran 15. Sertifikat BTA-PPI

	
<b>IAIN PURWOKERTO</b>	
<b>KEMENTERIAN AGAMA</b>	
<b>INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PURWOKERTO</b>	
<b>UPT MA'HAD AL-JAMI'AH</b>	
Alamat : Jl. Jend. A. Yani No. 40 A Purwokerto 53126	
Telp : 0281-635624, 628250, Fax : 0281-636553, www.iainpurwokerto.ac.id	
<hr/>	
<b>SERTIFIKAT</b>	
Nomor: In.17/UPT.MAJ/Sti.005/010/2018	
Diberikan oleh UPT Ma'had Al-Jami'ah IAIN Purwokerto kepada:	
<b><u>FAIDATUNNIDA</u></b>	
<b>1817201056</b>	
<b>MATERI UJIAN</b>	<b>NILAI</b>
1. Tes Tulis	87
2. Tarril	80
3. Tahfidz	100
4. Inla'	90
5. Praktek	70
NO. SERI: MAJ-2018-MB-092	
Sebagai tanda yang bersangkutan telah LULUS dalam Ujian Kompetensi Dasar Baca Tulis Al-Qur'an (BTA) dan Pengetahuan Pengamalan Ibadah (PPI).	
Dipukerto, 10 Oktober 2018	
	
	
Drs. H. M. Mukti, M.Pd.I NIP.195705211985031002	

# SERTIFIKAT APLIKASI KOMPUTER

KEMENTERIAN AGAMA  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PURWOKERTO  
UPT TEKNOLOGI INFORMASI DAN PANGKALAN DATA  
Alamat: Jl. Jend. Ahmad Yani No. 40A Telp. 0281-835024 Website: [www.iainpurwokerto.ac.id](http://www.iainpurwokerto.ac.id) Purwokerto 53170

IAIN PURWOKERTO

No. IN.17/UPT-TIPD/6517/W/2022

## SKALA PENILAIAN

SKOR	HURUF	ANGKA
86-100	A	4,0
81-85	A-	3,6
76-80	B+	3,3
71-75	B	3,0
65-70	B-	2,6

## MATERI PENILAIAN

MATERI	NILAI
Microsoft Word	85 / A-
Microsoft Excel	80 / B+
Microsoft Power Point	85 / A-



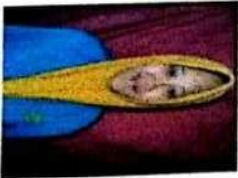
Diberikan Kepada:

**FAIDATUNNIDA**

NIM: 1817201056

Tempat / Tgl. Lahir: Cilecap, 19 Januari 2000

Sebagai tanda yang bersangkutan telah menempuh dan LULUS Ujian Akhir Komputer pada Institut Agama Islam Negeri Purwokerto Program *Microsoft Office®* yang telah diselenggarakan oleh UPT TIPD IAIN Purwokerto.



Dr. H. Eljar Handayani, S.Si, M.Sc  
NIP. 19801215 200501 1 003

Purwokerto, 27 Juni 2022  
Kepala UPT TIPD



Lampiran 17. Sertifikat PPL

  
**KEMENTERIAN AGAMA**  
**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**  
**UN PROF. K.H. SAIFUDDIN ZUHRI PURWOKERTO**  
Alamat : Jl. Jend. A. Yani No. 40A Purwokerto 53128  
Telp : 0281-535624, Fax : 0281-535553, www/feb.iainpurwokerto.ac.id

---

*Sertifikat*

Nomor : 1160/In.17/D.FEBI/PP.009/X/2021

Berdasarkan Rapat Yudisium Panitia Praktek Pengalaman Lapangan (PPL) Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri (UIN) Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto merencanakan bahwa :

Nama : Faidatunnida  
NIM : 1817201056

Telah mengikuti Praktek Pengalaman Lapangan (PPL) Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Negeri (UIN) Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto Periode II Tahun Ajaran 2020/2021 di :

**Dinas Koperasi, Usaha Kecil dan Menengah (Dinkop UKM) Selabaya Kabupaten Purbalingga**  
Periode Juli 2021 sampai dengan Agustus 2021 dan dinyatakan Lulus dengan mendapatkan nilai A.  
Sertifikat ini diberikan sebagai tanda bukti telah mengikuti Praktek Pengalaman Lapangan (PPL) Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Negeri (UIN) Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto dan sebagai syarat mengikuti ujian Munagosyah/Skripsi.

Mengetahui,  
Dekan  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

  
**Dr. H. Jamal Abdul Aziz, M. Ag**  
NIP.19730921 200212 1 004

  
**H. Sochim Lc., M. Si.**  
NIP. 19691009 200312 1 001

Purwokerto, 15 Oktober 2021

Kepala Laboratorium FEBI



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
PROFESOR KAI HAJI SAIFUDDIN ZUHRI PURWOKERTO  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
Alamat : Jl. Jend. A. Yani No. 48A Purwokerto 53126  
Telp : 0281-635624, Fax : 0281-636553, www:febi:lainpurwokerto.ac.id

## Sertifikat

Nomor : 872/Un.19/D.FEBI/PP.009/4/2022

Berdasarkan Rapat Yudisium Panitia Praktek Program Bisnis Mahasiswa (PBM) Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto menerangkan bahwa :

Nama : Faidatunnida  
NIM : 1817201056

Dinyatakan Lulus dengan Nilai 88 (A) dalam mengikuti Praktek Bisnis Mahasiswa (PBM) Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto Periode I Tahun 2022.

Mengetahui,  
Dekan

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

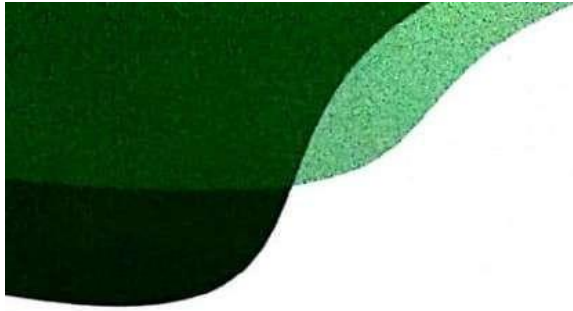
  
Dr. H. Jamal Abdul Aziz, M.Ag  
NIP.19730921 200212 1 004

Purwokerto, 4 April 2022

Kepala Laboratorium FEBI

  
E. Sochimil, Lc., M.Si.  
NIP. 19691009 200312 1 001

## Lampiran 19. Sertifikat KKN



# Sertifikat

Nomor : 180/K.LPPM/KKN.49/05/2022

Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat (LPPM)  
Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto  
menyatakan bahwa :

Nama : FAIDATUNNIDA  
NIM : 1817201056  
Fakultas/Prodi : EKONOMI DAN BISNIS ISLAM / ESY

Telah Mengikuti Kuliah Kerja Nyata (KKN) Angkatan ke-49 Tahun  
2022 dan dinyatakan **LULUS** dengan nilai **89 (A)**



Purwokerto, 30 Mei 2022

Ketua,

Dr. H. Ansori, M.Ag.

NIP. 19650407 199203 1 004



## Lampiran 20. Surat Keterangan Wakaf Buku Perpustakaan



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
PROFESOR KIAI HAJI SAIFUDDIN ZUHRI PURWOKERTO  
UPT PERPUSTAKAAN**

Jalan Jenderal A. Yani No. 40A Purwokerto 53126  
Telepon (0281) 635624 Faksimil (0281) 636553  
Website: <http://lb.uinsaizu.ac.id>, Email: [lb@uinsaizu.ac.id](mailto:lb@uinsaizu.ac.id)

**SURAT KETERANGAN WAKAF**

Nomor : B-2294/Un.19/K.Pus/PP.08.1/6/2022

Yang bertandatangan dibawah ini menerangkan bahwa :

Nama : FAIDATUNNIDA  
NIM : 1817201056  
Program : SARJANA / S1  
Fakultas/Prodi : FEBI / ES

Telah menyerahkan wakaf buku berupa uang sebesar Rp 40.000,00 (Empat Puluh Ribu Rupiah) kepada Perpustakaan UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.

Demikian surat keterangan wakaf ini dibuat untuk menjadi maklum dan dapat digunakan seperlunya.

Purwokerto, 27 Juni 2022  
Kepala,  
  
Anis Nurohman



## Lampiran 21. Rekomendasi Munaqosah



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA**  
**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI**  
**PROFESOR KIAI HAJI SAIFUDDIN ZUHRI PURWOKERTO**  
**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**  
Jl. Jend. Ahmad Yani No. 54 Purwokerto 53126  
Telp. 0281-635624 Fax. 0281-636553; febi.uinsaizu.ac.id

### **REKOMENDASI MUNAQOSAH**

Yang bertanda tangan dibawah ini

Nama : Dewi Laela Hilyatin, S.E., M.S.I  
NIP : 19851112 200912 2 007  
Jabatan : Koordinator Prodi Ekonomi Syariah

Menerangkan bahwa mahasiswa atas nama:

Nama : Faidatunnida  
NIM : 1817201056  
Semester/ SKS : VIII/ 142 SKS  
Program Studi : Ekonomi Syariah  
Tahun Akademik : 2021/2022

Menerangkan bahwa skripsi mahasiswa tersebut telah siap untuk diujikan dan yang bersangkutan telah memenuhi persyaratan akademik sebagaimana yang telah ditetapkan.

Demikian surat rekomendasi ini dibuat sebagai salah satu persyaratan untuk mendaftar ujian munaqosah dan digunakan sebagaimana mestinya.

Koord. Prodi Ekonomi Syariah



**Dewi Laela Hilyatin, S.E., M.S.I**  
NIP. 19851112 200912 2 007

Dibuat di Purwokerto  
Tanggal 05 Juli 2022  
Dosen Pembimbing



**Akhris Fuadatis Solikha, S.E., M.Si.**

## Lampiran 22. Daftar Riwayat Hidup

### DAFTAR RIWAYAT HIDUP

#### A. Identitas Diri

1. Nama Lengkap : Faidatunnida
2. NIM : 1817201056
3. Tempat/Tgl. Lahir : Cilacap, 19 Januari 2000
4. Alamat Rumah : Jl. PTP Kebun Kawung RT/RW 003/003  
Rejodadi, Cimanggu, Cilacap, Jawa Tengah
5. Nama Orang Tua  
Nama Ayah : Fathkurrohman Wagiyo  
Nama Ibu : Rumanah

#### B. Riwayat Pendidikan

1. Pendidikan Formal
  - a. TK Masithoh Rejodadi 2006-2007
  - b. SDN Rejodadi 04 2007-2012
  - c. MTs Elbayan Majenang 2012-2015
  - d. MA Elbayan Majenang 2016-2018
  - e. UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto 2018-2022
2. Pendidikan Non-Formal
  - a. Pondok Pesantren Elbayan Majenang
    - Madrasah Diniyah Awaliyah 2012-2013
    - Madrasah Diniyah Wustho 2014-2016
    - Madrasah Diniyah 'Ulya 2017-2018
  - b. Pondok Pesantren Modern Elfira Purwokerto 2018-2022

Purwokerto, 04 Juli 2022



Faidatunnida