

2112010027_MELINDA

IFA

NUZILA.docx

by simiempat@unpkdr.ac.id 1

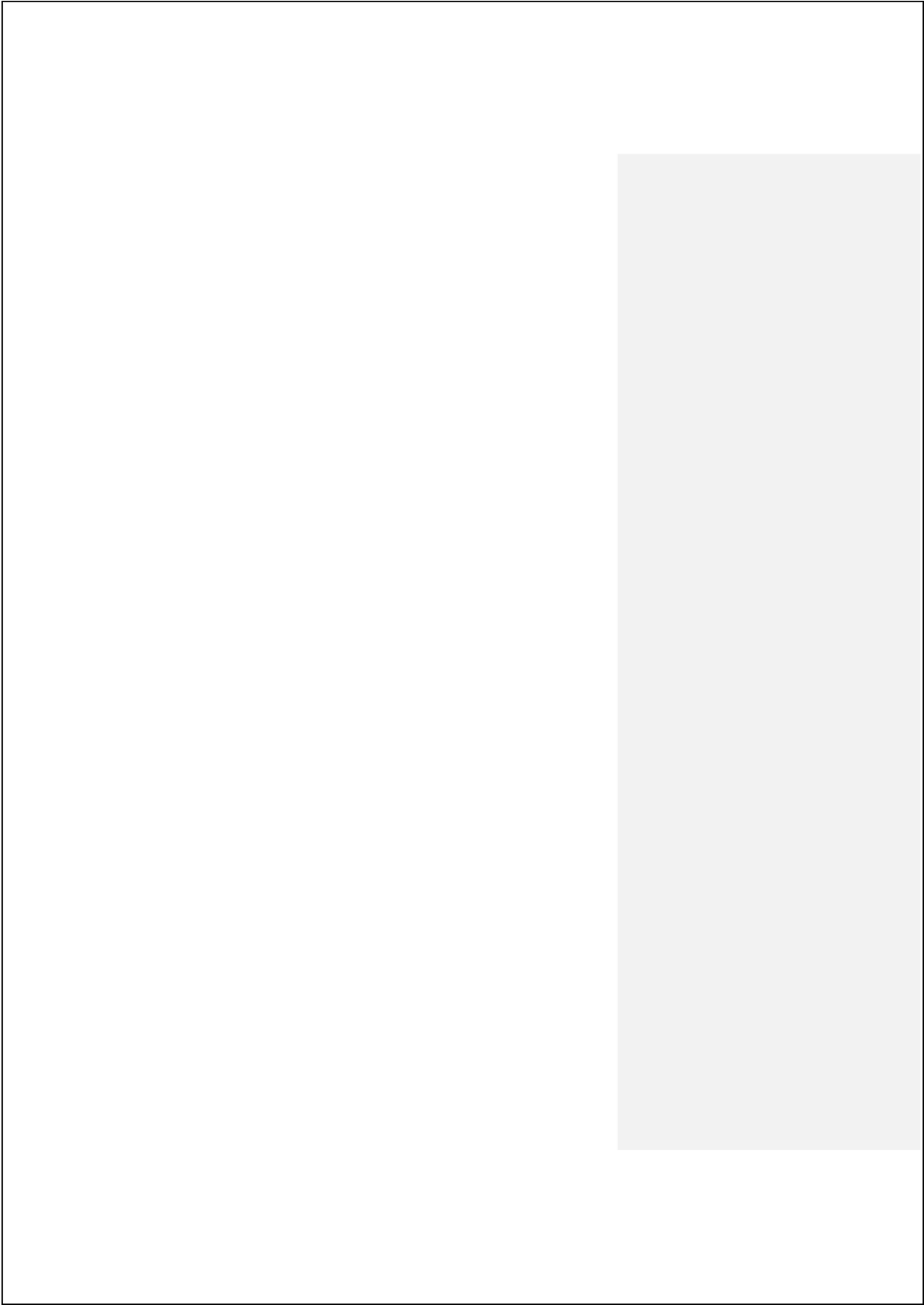
Submission date: 02-Jul-2025 07:02PM (UTC+0700)

Submission ID: 2705059414

File name: 2112010027_MELINDA_IFA_NUZILA.docx (308.77K)

Word count: 6392

Character count: 43403

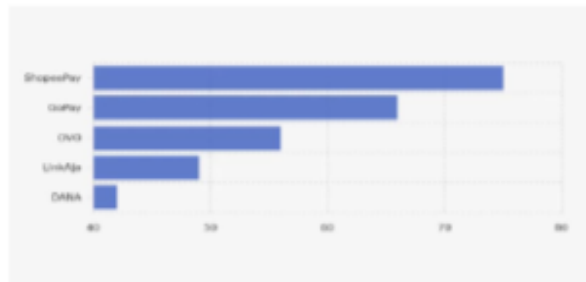


BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Kemajuan teknologi yang pesat juga telah membawa perubahan yang lebih canggih dalam gaya hidup manusia. Semua lapisan masyarakat harus merangkul dan menyesuaikan diri dengan teknologi agar dapat mengikuti kemajuan ini. Kemajuan teknologi informasi memberikan kualitas dan kemudahan yang menguntungkan masyarakat. Selain itu, material yang digunakan akan menjadi lebih beragam dan mudah beradaptasi. Metode pembayaran non-tunai seperti ShopeePay menjadi semakin populer saat ini. Seiring kemajuan teknologi, semakin banyak konsumen yang lebih suka melakukan transaksi menggunakan dompet digital. Dengan menghilangkan kebutuhan pelanggan untuk membawa mata uang, teknologi ini tidak hanya menyederhanakan proses pembayaran tetapi juga menawarkan rasa aman. Banyak transaksi dapat diselesaikan dengan cepat hanya dengan telepon pintar.

Dompet elektronik (e-wallet) merupakan layanan elektronik yang berfungsi menyimpan data instrumen pembayaran, seperti pembayaran kartu dan/atau uang elektronik, serta dapat menampung uang yang digunakan untuk pembayaran, sesuai dengan Peraturan Bank Indonesia No. 18/40/PBI/2016 Tahun 2016 tentang Penyelenggaraan Pemrosesan Transaksi Pembayaran.



Gambar 1.1 Grafik Penggunaan Pembayaran Digital

Sumber : Databooks - Katadata, 2023

Hadirnya metode pembayaran elektronik merupakan salah satu perkembangan teknologi terkini. Aplikasi sistem pembayaran elektronik memiliki fitur e-wallet yang memudahkan pengguna untuk melakukan transaksi daring menggunakan media server di telepon pintar. Tentunya diperlukan koneksi internet untuk dapat menggunakan alat pembayaran digital ini dan menyelesaikan transaksi. Generasi Z didorong untuk menggunakan fitur ShopeePay saat berbelanja di aplikasi Shopee karena sangat mudah digunakan. Persepsi seseorang tentang seberapa mudah memanfaatkan suatu sistem teknologi tertentu dikenal dengan istilah *case of use* (kemudahan penggunaannya) (Andana & Muslih, 2023). Tumbuh di era ketika media sosial dan internet merupakan komponen yang tidak terpisahkan dari kehidupan sehari-hari, Generasi Z. Lebih jauh lagi, ada kemungkinan bahwa ShopeePay akan meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap platform tersebut dan mempromosikan penggunaan pembayaran digital di Indonesia.

Akibatnya, Generasi Z mulai menggunakan sistem pembayaran digital seperti ShopeePay sebagai pengganti sistem pembayaran konvensional. Berdasarkan kejadian ini, penting untuk memahami bagaimana Generasi Z di Distrik Wates menyesuaikan diri dengan perubahan ini dan apa yang memotivasi mereka untuk menggunakan ShopeePay sebagai metode pembayaran utama

mereka. Sudah menjadi hal yang umum bagi Generasi Z di Distrik Wates untuk mengakses dan menggunakan kemampuan ShopeePay, yang menunjukkan perubahan dramatis dalam perilaku konsumen yang disebabkan oleh kemajuan teknologi dan keinginan untuk efisiensi.

Generasi Z di Kabupaten Wates semakin terbiasa berbisnis daring untuk keperluan sehari-hari maupun keperluan lainnya karena kemudahan akses dan jangkauan layanan yang tersedia. Riset tentang penggunaan ShopeePay oleh Generasi Z memberikan pemahaman yang lebih menyeluruh tentang topik yang dibahas. Penggunaan ShopeePay oleh Generasi Z di Kabupaten Wates menunjukkan perubahan yang signifikan karena mereka menghargai inovasi dan menginginkan pengalaman bertransaksi yang lebih baik, yang meningkatkan ekspektasi terhadap aplikasi tersebut dan mendorong penggunaan yang berkelanjutan. Lebih jauh lagi, hal ini menciptakan prospek yang sangat baik bagi pertumbuhan ekonomi digital di kabupaten tersebut.

Dari berbagai faktor tersebut terlihat jelas bahwa terdapat kesenjangan isu. Meskipun aplikasi ini dimaksudkan untuk ramah pengguna, beberapa pengguna masih merasa kesulitan untuk menavigasinya. Meskipun terdapat banyak pilihan layanan yang menarik, beberapa konsumen mungkin menginginkan layanan yang lebih terspesialisasi. Meskipun program ini memiliki mekanisme keamanan yang canggih, konsumen tetap khawatir akan kemungkinan penipuan dan kebocoran data. Meskipun penggunaan dompet digital seperti ShopeePay oleh Generasi Z telah meningkat popularitasnya, masih sedikit penelitian tentang hal ini, khususnya di tingkat lokal, seperti yang ditunjukkan oleh Wates Regency.

Banyak penelitian telah dilakukan, namun penelitian tersebut sering mengabaikan realitas lokal dan lebih berfokus pada adopsi dompet digital di kota-kota besar atau di kalangan masyarakat umum. Karakteristik sosial, ekonomi, dan budaya di Kabupaten Wates mungkin berbeda dengan daerah lain; hal ini memengaruhi bagaimana Generasi Z menggunakan dan mengakses

ShopeePay. Ketimpangan ini menunjukkan bahwa diperlukan penyelidikan lebih lanjut terhadap konteks lokal yang memengaruhi perilaku pengguna.

B. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui kemudahan sistem pembayaran ShopeePay pada Generasi Z di Kecamatan Wates terhadap keputusan penggunaan
2. Untuk mengetahui fitur layanan sistem pembayaran ShopeePay pada Generasi Z di Kecamatan Wates terhadap keputusan penggunaan
3. Untuk mengetahui risiko sistem pembayaran ShopeePay pada Generasi Z di Kecamatan Wates terhadap keputusan penggunaan.
4. Untuk mengetahui kemudahan, fitur layanan, dan risiko sistem pembayaran ShopeePay pada Generasi Z di Kecamatan Wates terhadap keputusan penggunaan.

BAB II KAJIAN TEORI

A. Analisis Kemudahan

1. Pengertian Kemudahan

Finannafi'ah & Witono (2022) mendefinisikan kemudahan sebagai keyakinan terhadap proses pengambilan keputusan yang muncul ketika seseorang merasa bahwa teknologi tersebut mudah digunakan dan layak untuk digunakan secara berkelanjutan. Jogiyanto (2020) mendefinisikan kemudahan sebagai tingkat di mana seseorang menganggap bahwa penggunaan teknologi akan mudah. Seberapa mudah seseorang menganggap suatu teknologi untuk digunakan bergantung pada seberapa mudah mereka menganggapnya untuk dipahami dan digunakan (Dotunnisa & Puspasari, 2024). Perspektif ini mencerminkan gagasan bahwa suatu sistem harus dibangun untuk membantu pengguna menyelesaikan berbagai hal dengan lebih efisien daripada membuatnya lebih sulit.

Salah satu elemen kunci yang dapat memengaruhi keputusan pelanggan untuk menggunakan aplikasi pembayaran digital, seperti ShopeePay, adalah seberapa mudahnya aplikasi tersebut digunakan. Kenyamanan dimaksudkan untuk membuat pelanggan merasa lebih baik dan meningkatkan kemungkinan mereka menggunakan ShopeePay untuk transaksi sehari-hari. Proses transaksi yang cepat dan mudah yang disediakan oleh ShopeePay merupakan salah satu manfaat utamanya. Pelanggan tidak perlu memasukkan nomor kartu kredit atau informasi pribadi lainnya setiap kali melakukan pembelian; mereka dapat membayar dengan beberapa klik. Hal ini mengurangi kemungkinan kesalahan entri data selain menghemat waktu. Salah satu elemen utama yang memengaruhi pilihan pengguna adalah kemudahan akses ke informasi tentang barang atau jasa. Karena tingkat konektivitas teknologi yang tinggi, Generasi Z menuntut akses cepat dan mudah ke informasi yang mereka inginkan. Pengguna dapat membuat keputusan yang lebih cerdas dan cepat saat melakukan pembelian dengan informasi ShopeePay yang jelas dan mudah diakses.

2. Indikator Kemudahan

Davis (1989) mengidentifikasi sejumlah indikator kemudahan yang dapat membantu konsumen, termasuk:

- a. Mempermudah Transaksi Pembayaran
- b. Mempercepat Transaksi Pembayaran
- c. Memberikan Keuntungan Tambahan Saat Menyelesaikan Transaksi
- d. Meningkatkan Efisiensi Dalam Melakukan Transaksi Pembayaran

Sejumlah variabel dapat digunakan untuk mengevaluasi kemudahan penggunaan dalam konteks transaksi pembayaran, menurut Davis (1989). Pertama-tama, penting untuk mempermudah transaksi keuangan karena konsumen menyukai proses yang mudah dan langsung. Kedua, mempercepat proses pembayaran juga merupakan sinyal penting, karena konsumen mengharapkan transaksi yang cepat, terutama dalam skenario yang menuntut kecepatan, seperti pembelian langsung atau daring. Ketiga, memberikan keuntungan tambahan seperti potongan harga atau diskon kepada pelanggan saat mereka menyelesaikan transaksi dapat membuat ShopeePay lebih menarik bagi mereka.

Peningkatan efisiensi transaksi pembayaran merupakan indikasi terakhir yang disarankan Davis. ShopeePay dapat membantu konsumen menyelesaikan transaksi lebih cepat dengan menawarkan fitur yang mengurangi jumlah langkah yang diperlukan dalam proses pembayaran. Selain meningkatkan pengalaman pengguna, hal ini dapat mendorong pengguna untuk menggunakan ShopeePay lebih sering untuk berbagai pembelian. Di pasar yang kompetitif, ShopeePay dapat meningkatkan loyalitas pelanggan dan menarik lebih banyak konsumen dengan memahami dan menggunakan indikasi kemudahan ini.

B. Fitur Layanan

1. Pengertian Fitur Layanan

Fitur layanan merupakan salah satu unsur kompetitif yang akan menunjukkan kepercayaan konsumen dalam bertransaksi baik secara online

maupun offline, menurut Ridhaya (2016). Semakin beragam dan unggulnya fitur suatu produk, maka semakin besar pula kemungkinan untuk menarik minat nasabah dalam memanfaatkannya. Pendapat nasabah terhadap layanan Mobile Banking juga dapat dipahami sebagai fitur layanan (Badarudin, 2021). Berdasarkan kedua pengertian di atas, fitur layanan merupakan salah satu dari beberapa kemudahan atau kenyamanan yang ditawarkan oleh suatu sistem atau produk untuk memenuhi kebutuhan nasabah dan membuat penggunaan layanan menjadi lebih mudah. Salah satu unsur utama yang memengaruhi pengalaman dan kepuasan nasabah dalam konteks sistem pembayaran digital seperti ShopeePay adalah fitur layanan.

Transaksi cepat, navigasi aplikasi yang mudah, keamanan sistem, integrasi e-commerce, notifikasi real-time, promosi, dan cashback hanyalah beberapa dari karakteristik tersebut. Persepsi konsumen terhadap nilai tambah suatu aplikasi dapat ditingkatkan dengan fitur layanan yang dirancang dengan baik. Loyalitas pengguna dapat ditingkatkan, misalnya, dengan mengaktifkan pembayaran sekali ketuk, pengingat tagihan otomatis, dan koneksi dengan beberapa pengecer online dan fisik. Pelanggan, khususnya mereka yang termasuk Generasi Z, yang lebih reseptif terhadap teknologi dan kemudahan layanan, cenderung memilih dan menggunakan layanan jika layanan tersebut menawarkan fitur yang lengkap dan responsif.

2. Indikator Fitur Layanan

Sangat penting untuk memahami persyaratan dan preferensi pengguna, terutama mereka yang termasuk Generasi Z, terkait layanan digital seperti ShopeePay. Poon (2008) menyatakan bahwa indikator fitur layanan terbagi dalam beberapa kategori, termasuk:

- a. Kemudahan Akses Informasi Tentang Produk Atau Jasa,
- b. Keberagaman Layanan Transaksi,
- c. Keberagaman Fitur,
- d. Inovasi Produk

Elemen penting lainnya yang perlu dianalisis adalah berbagai layanan dan fitur transaksi yang disediakan ShopeePay. Karena Generasi Z lebih suka memiliki fleksibilitas dalam layanan yang mereka gunakan, berbagai penawaran, termasuk berbagai opsi pembayaran dan insentif, dapat menarik minat mereka. Selain itu, berbagai opsi, seperti paket hadiah atau integrasi platform, dapat meningkatkan pengalaman pengguna dan meningkatkan kemungkinan mereka akan sering menggunakan ShopeePay. ShopeePay dapat memenuhi standar tinggi Generasi Z dengan memahami dan meningkatkan fungsionalitas ini.

Memeriksa seberapa baik fitur-fitur ShopeePay memenuhi kebutuhan Generasi Z di Distrik Wates sangat penting untuk meningkatkan penggunaan layanan tersebut. Administrator ShopeePay dapat menciptakan metode yang lebih berhasil untuk menarik pelanggan dari kategori ini dengan mengidentifikasi masalah-masalah yang memerlukan pengembangan. Selain meningkatkan kepuasan pelanggan, hal ini dapat mendorong penggunaan layanan Generasi Z secara lebih luas. Agar ShopeePay berhasil di pasar yang semakin kompetitif, pemahaman menyeluruh tentang preferensi dan permintaan konsumen akan menjadi penting.

C. Risiko

1. Pengertian Risiko

Ketidakpastian yang dialami pelanggan ketika mereka tidak dapat memprediksi dampak atau konsekuensi dari keputusan pembelian mereka dikenal sebagai risiko yang dirasakan, menurut Haryani (2020). Firdayanti et al. (2024) mendefinisikan risiko sebagai kemungkinan kerugian yang dapat dialami seseorang sebagai akibat dari ketidakpastian dan konsekuensi lain yang tidak dapat dihindari dari penggunaan produk atau layanan. Kedua definisi yang diberikan di atas mengarah pada kesimpulan bahwa risiko dapat dipahami sebagai jenis ketidakpastian mengenai hasil atau konsekuensi dari suatu pilihan atau tindakan. Ketakutan atau ketidakpastian yang dialami orang ketika mereka tidak mampu memperkirakan hasil keputusan pembelian secara akurat dikenal

sebagai risiko yang dirasakan dalam konteks perilaku konsumen. Artinya, jika konsumen memasak risiko yang lebih besar, mereka cenderung menunda atau bahkan membatalkan pembelian, terutama jika tidak ada jaminan keamanan, keandalan, atau pengetahuan yang memadai tentang sistem atau produk yang dimaksud.

Ada sejumlah risiko yang terkait dengan penggunaan aplikasi pembayaran digital seperti ShopeePay, termasuk masalah keamanan transaksi dan perlindungan informasi pribadi. Potensi bahaya yang dapat membahayakan keamanan pembayaran melalui ponsel pintar sering kali membuat pengguna merasa tidak nyaman. Di sini, pendapat pengguna tentang keamanan sistem berperan dalam keputusan mereka untuk menggunakan ShopeePay, selain promosi dan kemudahan penggunaan. Kepercayaan pengguna terhadap ShopeePay dapat terpengaruh oleh kekhawatiran yang terus berlanjut tentang pelanggaran data dan peretasan, meskipun perusahaan tersebut memiliki fitur keamanan termasuk enkripsi data. Saat membuat keputusan pembelian, risiko juga penting, terutama saat menggunakan pinjaman Shopee Paylater (Marbella, Hakimah, & Ratnanto, 2024).

2. Indikator Risiko

Berikut ini adalah penanda bahaya yang diidentifikasi oleh Desita (2022):

- a. Keamanan pada saldo,
- b. Keamanan pada sistem,
- c. Keberhasilan pada transaksi yang dilakukan,
- d. Tingginya risiko,
- e. Risiko privasi

dapat memberikan pemahaman yang lebih baik kepada pengguna tentang elemen-elemen yang harus mereka perhatikan. Salah satu tanda utamanya adalah keamanan yang seimbang, di mana pelanggan ingin memastikan bahwa uang yang mereka simpan di aplikasi aman dari kemungkinan pencurian atau akses ilegal. Lebih jauh lagi, keamanan sistem sangat penting karena konsumen harus yakin bahwa platform yang mereka gunakan memiliki infrastruktur yang kuat

dan dapat diandalkan untuk melindungi data pribadi. Karena pengguna mengharapkan transaksi yang cepat dan mudah, keberhasilan transaksi yang diselesaikan juga merupakan metrik yang penting.

Bahaya tinggi dan risiko privasi juga harus diperhatikan. Sementara risiko privasi berkaitan dengan cara penyedia layanan menangani dan melindungi informasi pribadi pengguna, risiko tinggi menunjukkan kemungkinan kerugian yang mungkin dialami pengguna jika terjadi masalah. Pengguna dapat memanfaatkan ShopeePay dengan lebih cerdas dan bijaksana jika mereka mengetahui indikator-indikator ini. Selain mengurangi bahaya, hal ini meningkatkan kepercayaan mereka terhadap sistem pembayaran digital pilihan mereka.

D. Keputusan Penggunaan

1. Keputusan Penggunaan

Dewi (2022) berpendapat bahwa keputusan untuk menggunakan suatu produk didasarkan pada sikap konsumen terhadap produk tersebut, yang dapat menimbulkan risiko atau rasa puas. Sebaliknya, Tjiptono (2017) berpendapat bahwa keputusan untuk menggunakan mencakup sejumlah tindakan yang terkait langsung dengan proses mencari, memilih, dan memanfaatkan barang atau jasa. Proses pengambilan keputusan baik sebelum maupun setelah konsumen melakukan pembelian termasuk dalam aktivitas ini. Konsumen harus menyelesaikan setiap langkah dalam proses pembelian, terutama karena model ini mempertimbangkan sejumlah elemen yang diperhitungkan ketika melakukan pembelian baru yang membutuhkan tingkat keterlibatan yang lebih besar.

Kotler menawarkan kerangka kerja yang bermanfaat untuk memahami elemen-elemen yang memengaruhi adopsi suatu produk atau layanan dalam pilihan penggunaan. Pertama, stabilitas suatu produk menunjukkan tingkat kepercayaan konsumen terhadap keandalan dan kualitasnya. Dalam kasus ShopeePay, pengalaman pengguna sebelumnya dan posisi layanan di pasar dapat digunakan untuk mengukur stabilitas ini. Kedua, pola penggunaan menunjukkan seberapa sering pengguna menggunakan ShopeePay, yang dapat

dipengaruhi oleh fitur dan kemudahan penggunaan. Ketiga, merekomendasikan ShopeePay kepada teman dan keluarga merupakan tanda kebahagiaan pengguna, karena pelanggan yang bahagia cenderung melakukannya. Terakhir, penggunaan berulang menunjukkan komitmen pelanggan terhadap layanan, yang sangat penting bagi kelangsungan jangka panjang ShopeePay dalam industri yang sangat kompetitif (Kotler, 2000).

2. Indikator Keputusan Penggunaan

Sesuai dengan Kotler dan Keller (2007), indikator berikut harus digunakan saat membuat keputusan:

- a. Kemantapan Pada Sebuah Produk,
- b. Kebiasaan Dalam Menggunakan Produk Maupun Jasa,
- c. Memberikan Rekomendasi Kepada Orang Lain,
- d. Melakukan Penggunaan Ulang.

Berbeda dengan penelitian sebelumnya yang lebih luas, artikel ini akan menganalisis kemudahan, karakteristik layanan, dan bahaya yang memengaruhi penggunaan ShopeePay oleh Generasi Z di Distrik Wates. Anggota Generasi Z dikenal karena ikatan teknologi yang kuat dan standar yang tinggi untuk pengalaman pengguna. Oleh karena itu, keputusan mereka untuk menggunakan ShopeePay dapat dipengaruhi oleh faktor-faktor seperti risiko yang dirasakan, keragaman fitur, dan kemudahan akses. Menemukan elemen-elemen yang memengaruhi adopsi dan pengambilan keputusan ShopeePay, serta cara-cara elemen-elemen ini berinteraksi dengan pola pembelian dan praktik pengelolaan uang generasi Z di Distrik Wates, merupakan tujuan dari penelitian ini.

Studi ini bertujuan untuk mengungkap lebih jauh perilaku pengguna Generasi Z terhadap ShopeePay dengan meneliti hubungan antara kemudahan, fitur layanan, dan risiko. Hal ini penting untuk menciptakan rencana pemasaran yang lebih baik dan untuk menyesuaikan layanan guna memenuhi kebutuhan pengguna. ShopeePay dapat meningkatkan kebahagiaan pengguna dan mendorong adopsi yang lebih luas di kalangan Generasi Z, sektor pasar yang

sangat menjanjikan di era digital saat ini, dengan memahami elemen-elemen yang mendorong keputusan penggunaan. Diharapkan bahwa penelitian ini akan memajukan pengetahuan secara signifikan dan membantu manajemen ShopeePay dalam mengembangkan rencana akuisisi dan retensi pelanggan yang lebih efektif. Tabel berikut merangkum sejumlah penelitian yang dilakukan selama lima tahun terakhir tentang kemudahan, kemampuan, dan bahaya penggunaan ShopeePay:

Tabel
Penelitian Terlebih Dahulu

No	Judul Penelitian	Aspek yang Dikaji	Hasil Penelitian	Sumber
1	Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Risiko, dan Fitur Layanan terhadap Minat Menggunakan ShopeePay di Kota Bekasi	Kemudahan, Risiko, Fitur	Minat memanfaatkan ShopeePay di Kota Bekasi sangat dipengaruhi oleh persepsi risiko, kemudahan penggunaan, dan fitur layanan.	Oktaviana, Nursal, & Wulandari (2023)
2	Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Manfaat, dan Risiko terhadap Minat Menggunakan ShopeePay di Mataram	Kemudahan, Manfaat, Risiko	Manfaat, bahaya, dan kemudahan penggunaan semuanya memiliki dampak besar pada keinginan orang untuk menggunakan ShopeePay. Minat untuk menggunakan apa pun secara signifikan dipengaruhi secara negatif oleh risiko, tetapi secara signifikan dipengaruhi secara	Sulistia (2021)

No	Judul Penelitian	Aspek yang Dikaji	Hasil Penelitian	Sumber
			positif oleh kemudahan penggunaan dan keuntungan.	
3	Pengaruh Kemudahan, Manfaat, Risiko, dan Kepercayaan terhadap Minat Penggunaan Shopee PayLater	Kemudahan, Manfaat, Risiko, Kepercayaan	Minat menggunakan Shopee PayLater dipengaruhi secara signifikan oleh kemudahan, penghargaan, bahaya, dan kepercayaan. Pandangan tentang kemudahan dan manfaat berkorelasi positif dengan minat untuk menggunakan, sedangkan persepsi tentang bahaya berkorelasi negatif.	Nurhasanah (2021)
4	Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan dan Persepsi Risiko terhadap Minat Menggunakan Dompet Digital ShopeePay (Studi Kasus Generasi Z di Purbalingga)	Kemudahan, Risiko	Baik persepsi risiko maupun persepsi kemudahan penggunaan memiliki pengaruh terhadap minat pengguna dalam menggunakan dompet digital ShopeePay. Generasi Z Purbalingga lebih memilih ShopeePay karena dianggap mudah digunakan, meskipun ada potensi kekhawatiran.	Fitmawati (2021)

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Deskripsi Metode Penelitian

Teknik penelitian merupakan pendekatan ilmiah untuk mengumpulkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu, menurut Sugiyono (2017). Pendekatan ini terdiri dari sejumlah teknik metodis yang digunakan peneliti untuk mengumpulkan, memeriksa, dan menafsirkan data dalam rangka mengatasi suatu masalah atau mengevaluasi suatu hipotesis. Di Kecamatan Wates, Kabupaten Kediri, Provinsi Jawa Timur, penelitian ini menggunakan metodologi kuantitatif dengan metodologi kausalitas untuk menguji dampak kemudahan, karakteristik layanan, dan risiko terhadap keputusan Generasi Z untuk menggunakan ShopeePay. Peneliti memilih responden secara acak menggunakan strategi pengambilan sampel non-probabilitas dengan pendekatan pengambilan sampel insidental untuk menentukan jumlah sampel. Sebanyak 40 responden berpartisipasi dalam penelitian ini, dan informasi dikumpulkan menggunakan formulir Google yang menyertakan pernyataan tentang faktor-faktor yang diteliti. Strategi ini bertujuan untuk memberikan informasi representatif kepada peneliti tentang perilaku pelanggan ShopeePay di area tersebut.

Variabel yang diteliti dalam penelitian ini terdiri dari satu variabel dependen, yaitu keputusan penggunaan (Y), dan tiga variabel independen, yaitu kemudahan (X1), fitur layanan (X2), dan risiko (X3). Dengan menggunakan teknik pengambilan sampel insidental yang dipadukan dengan strategi pengambilan sampel non-probabilitas, peneliti memilih peserta secara acak untuk menghitung ukuran sampel. Penelitian ini melibatkan 40 peserta, dan data dikumpulkan melalui formulir Google yang berisi pernyataan mengenai variabel yang diteliti. Memberikan data representatif mengenai perilaku pelanggan ShopeePay lokal kepada akademisi merupakan tujuan dari pendekatan ini.

Hasil dari setiap pengujian menunjukkan bahwa ketika menggunakan opsi pembayaran ShopeePay, kemudahan sangat memengaruhi keputusan konsumen

untuk membeli. Menurut penelitian ini, konsumen cenderung memilih ShopeePay untuk transaksi mereka jika mudah diakses dan digunakan. Untuk meningkatkan adopsi dan kebahagiaan pengguna di kalangan Generasi Z, manajemen ShopeePay harus menggunakan wawasan berharga yang ditawarkan penelitian ini untuk terus meningkatkan fitur layanan dan kemudahan penggunaan sekaligus mengelola potensi bahaya.

B. Rincian Proses Pengumpulan Data

Langkah awal dalam pengumpulan data untuk penelitian ini adalah mengidentifikasi target responden yang tepat, yaitu generasi Z di Kecamatan Wates, Kabupaten Kediri, Provinsi Jawa Timur. Peneliti menggunakan strategi sampling insidental yang dipadukan dengan teknik nonprobability sampling, yaitu memilih responden secara acak dari responden yang memenuhi persyaratan dan berpartisipasi selama periode pengumpulan data. Metode ini dianggap efisien dan berhasil menjangkau populasi target dengan cepat, khususnya dalam penelitian media daring.

Dalam penyelidikan ini, metodologi berikut yang digunakan :

1. Kuesioner

Sugiyono (2017) mendefinisikan kuesioner sebagai metode pengumpulan data di mana partisipan diberikan serangkaian pertanyaan tertulis untuk diisi. Kuesioner terbuka atau tertutup dapat disebarkan secara langsung atau tidak langsung. Pendekatan ini cocok digunakan ketika peneliti ingin memperoleh informasi dari sejumlah besar responden dalam waktu yang relatif singkat.

2. Wawancara

Sugiyono (2017) menyatakan bahwa wawancara merupakan salah satu bentuk pengumpulan data yang melibatkan tanya jawab langsung antara peneliti dengan narasumber (responden). Wawancara ini dapat dilakukan secara tidak terstruktur, semi terstruktur, atau terorganisasi. Jika narasumber tidak dapat memberikan tanggapan secara tertulis, tujuannya adalah untuk memperoleh informasi yang lebih rinci.

3. Dokumentasi

Dokumentasi, sebagaimana didefinisikan oleh Sugiyono (2017), adalah metode pengumpulan data dengan cara meneliti catatan tertulis, foto, atau karya monumental yang berkaitan dengan subjek penelitian. Catatan tersebut, yang berfungsi sebagai pelengkap data primer dan memperdalam pemahaman kita terhadap peristiwa yang diteliti, dapat berbentuk arsip, laporan, foto, film, dan lain sebagainya.

Peneliti menggunakan formulir daring yang disebarkan melalui platform Google Form untuk mengumpulkan data. Formulir ini memuat sejumlah pernyataan yang dibuat menggunakan variabel penelitian, yaitu kemudahan (X1), fitur layanan (X2), risiko (X3), dan keputusan penggunaan (Y). Menanggapi pertanyaan tentang pendapat dan pengalaman mereka menggunakan ShopeePay, responden diminta untuk memberikan jawaban. Karena Google Forms dapat diakses oleh responden kapan saja dan dari lokasi mana saja, Google Forms memudahkan pengumpulan data dan meningkatkan kemungkinan mereka untuk berpartisipasi.

Untuk memastikan target minimal 40 responden tercapai, peneliti mengawasi jumlah responden yang telah melengkapi formulir selama proses pengumpulan data. Setelah data terkumpul, data diperiksa untuk memastikan responsnya akurat dan konsisten. Untuk menjaga keakuratan dan akuntabilitas temuan penelitian, responden yang memberikan respons salah atau tidak lengkap dieliminasi dari analisis. Prosedur ini diperlukan untuk menjaga kualitas data yang akan digunakan dalam analisis selanjutnya.

Setelah data dianggap lengkap dan valid, peneliti melanjutkan ke tahap pengolahan dan analisis data. Analisis regresi linier berganda digunakan untuk memeriksa data yang terkumpul setelah dimasukkan ke dalam perangkat lunak statistik untuk pengujian validitas dan reliabilitas. Temuan penelitian akan secara akurat mencerminkan situasi dan memberikan gambaran yang jelas

tentang variabel yang memengaruhi keputusan Generasi Z untuk menggunakan ShopeePay di Distrik Wates berkat tahap pengumpulan data yang metodis dan terkendali ini.

C. Sasaran Penelitian

Sampel merupakan bagian dari populasi yang dianggap mampu mewakili semua ciri populasi secara akurat, menurut Al-Ghozali (2018). Karena sering kali tidak praktis untuk melakukan penelitian terhadap seluruh populasi karena keterbatasan waktu, tenaga, dan biaya, sampel berupaya untuk mengefisienkan proses pengumpulan data. Agar dapat menggeneralisasikan temuan penelitian secara akurat, sampel yang baik perlu mewakili populasi secara proporsional.

Pelanggan ShopeePay Generasi Z di Kecamatan Wates, Kabupaten Kediri, Provinsi Jawa Timur, menjadi target populasi penelitian ini. Karena mereka adalah pengguna teknologi digital yang paling aktif dan memiliki banyak potensi dalam hal mengadopsi aplikasi pembayaran digital seperti ShopeePay, Generasi Z dipilih sebagai target audiens. Selain itu, dengan berfokus pada wilayah Kecamatan Wates, temuan penelitian ini memiliki konteks geografis tertentu yang membantu menjelaskan preferensi dan perilaku pengguna lokal.

Orang-orang yang lahir antara tahun 1997 dan 2012, atau mereka yang berada dalam rentang usia Generasi Z, menjadi partisipan penelitian ini. Karena mereka familier dengan teknologi digital dan cenderung mengikuti berbagai perkembangan dalam layanan keuangan digital, subjek-subjek ini dipandang sebagai calon nasabah ShopeePay. Oleh karena itu, penelitian ini akan menyelidiki bagaimana para partisipan ini memandang kemudahan, atribut layanan, dan bahaya yang terkait dengan ShopeePay sebagai metode pembayaran.

Perangkat lunak pembayaran digital ShopeePay sendiri menjadi subjek penelitian ini. Penelitian ini akan melihat bagaimana layanan ShopeePay disesuaikan dengan kebutuhan dan preferensi konsumen Generasi Z di Distrik Wates, dengan mempertimbangkan faktor-faktor seperti kegunaan, keragaman fitur, dan manajemen risiko. Interaksi pengguna dengan fitur-fitur ShopeePay

dan elemen-elemen yang memengaruhi pilihan mereka untuk menggunakan aplikasi tersebut untuk bertransaksi menjadi sumber utama penelitian.

Selanjutnya, 40 responden dipilih untuk sampel penelitian melalui penggunaan metode pengambilan sampel insidental. Ketersediaan dan keinginan masyarakat untuk terlibat dalam penelitian ini dipertimbangkan ketika memilih sampel ini, yang tidak dilakukan secara acak. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengumpulkan sampel representatif dari sikap dan perilaku generasi Z seputar penggunaan layanan pembayaran digital di Distrik Wates dengan memilih sampel dari pelanggan ShopeePay yang aktif.

D. Instrumen Penelitian

Survei online yang disebarkan melalui Google Form berfungsi sebagai alat penelitian untuk mengumpulkan data untuk penelitian ini. Survei ini mencakup beberapa pernyataan yang dimaksudkan untuk mengukur variabel penelitian, termasuk: kemudahan (X1), fitur layanan (X2), risiko (X3), dan keputusan penggunaan (Y). Responden diminta untuk menilai persetujuan mereka terhadap setiap pernyataan pada skala Likert, yang berkisar dari sangat tidak setuju hingga sangat setuju. Survei daring memudahkan pengumpulan data dan memberi responden fleksibilitas untuk mengisinya kapan pun dan di mana pun mereka pilih.

Tabel
Skala Linkert

Sangat Setuju (SS)	5
Setuju (S)	4
Ragu-Ragu (RR)	3
Tidak Setuju (TS)	2
Sangat Tidak Setuju (STS)	1

Tabel

Kisi-Kisi Kuesioner Penelitian

No	Variabel	Indikator	Pernyataan	Jumlah Pertanyaan
1	Kemudahan (X1)	Mempermudah transaksi pembayaran	a. Saya menggunakan ShopeePay karena dapat mempermudah transaksi dalam pembayaran. b. Saya melakukan transaksi pembayaran digital pada ShopeePay selalu lancar tanpa ada kendala.	2
		Mempercepat transaksi pembayaran	a. Saya dapat upgrade ke ShopeePay Plus karena membantu dalam transaksi lebih efisien. b. Saya merasa penggunaan ShopeePay dapat mempercepat transaksi.	2
		Memberikan keuntungan tambahan saat menyelesaikan transaksi	A. Saya akan terus menggunakan ShopeePay karena berbagai keuntungan yang ditawarkan. b. Saya merasa bahwa menggunakan ShopeePay memberikan akses banyak promo dan diskon yang menguntungkan.	2
		Dapat meningkatkan efisiensi dalam	a. Saya menggunakan ShopeePay intuitif	2

		melakukan transaksi pembayaran	dan mudah dalam navigasi. b. Notifikasi di ShopeePay membantu saya memantau transaksi dengan lebih efisien	
2	Fitur Layanan (X2)	Kemudahan akses informasi tentang produk atau jasa	a. Saya merasa bahwa aplikasi ShopeePay mudah diakses di berbagai jenis perangkat (smartphone, tablet, dll). b. Saya dapat mengakses ShopeePay dengan mudah di Lokasi yang memiliki koneksi internet yang baik	2
		keberagaman layanan transaksi	a. Saya merasa bahwa ShopeePay memiliki banyak pilihan produk dan layanan yang dapat dibeli b. Saya merasa bahwa ShopeePay memberikan akses ke berbagai jenis layanan keuangan seperti pinjaman dan investasi	2
		keberagaman fitur	a. ShopeePay memiliki fitur keamanan yang baik untuk melindungi data pribadi saya. b. ShopeePay menyediakan fitur untuk mengelola Riwayat transaksi dengan baik	2
		inovasi produk	a. Saya merasa bahwa ShopeePay terus berinovasi	2

			untuk memenuhi kebutuhan pengguna b. Saya merasa bahwa inovasi dalam aplikasi ShopeePay membuatnya lebih menarik dibandingkan dengan aplikasi keuangan yang lain.	
3	Risiko (X3)	Keamanan pada saldo	a. Saya merasa bahwa saldo di ShopeePay aman dari tindak pencurian ataupun penipuan b. Saya merasa bahwasannya ShopeePay memiliki kebijakan perlindungan yang baik untuk saldo penggunanya.	2
		Keamanan pada sistem	a. Saya percaya bahwa ShopeePay memiliki system pemulohan yang efektif jika ada masalah terkait keamanan b. Saya merasa bahwa ShopeePay memiliki system yang baik untuk mendeteksi segala bentuk kesalahan	2
		Keberhasilan pada transaksi yang dilakukan	a. Saya merasa bahwa transaksi menggunakan ShopeePay selalu	2

			berhasil tanpa kendala b. Saya merasa bahwa saldo selalu terupdate dengan akurat setelah melakukan transaksi	
		Tingginya Risiko	a. Saya merasa bahwa ada risiko tinggi terkait dengan penggunaan Wi-fi public saat mengakses ShopeePay b. Saya merasa bahwa ada risiko terkait dengan penggunaan aplikasi pihak ketiga yang terhubung dengan ShopeePay	2
		Keamanan Privasi	a. Saya percaya bahwa ShopeePay tidak akan membagikan data pribadi saya kepada pihak ketiga. b. Saya merasa bahwa ShopeePay memberikan informasi yang cukup tentang cara melindungi data privasi.	2
	Keputusan (Penggunaan) (Y)	Kemudahan Produk	a. Saya merasa bahwa transaksi menggunakan ShopeePay selalu berjalan lancar. b. ShopeePay memberikan pengalaman bertansaksi yang memuaskan bagi saya	2

		Kebiasaan Penggunaan	a. Saya menggunakan ShopeePay untuk transaksi harian saya secara rutin b. Saya menggunakan ShopeePay untuk berbelanja di platform e-commerce lainnya	2
		Rekomendasi	a. Saya akan merekomendasikan ShopeePay kepada teman dan keluarga karena kemudahan penggunaannya b. Saya akan merekomendasikan ShopeePay kepada orang yang mencari aplikasi pembayaran yang aman	2
		Penggunaan Ulang	a. Saya merasa puas dengan pengalaman dalam menggunakan ShopeePay, sehingga akan menggunakannya lagi. b. Saya merasa bahwa ShopeePay memberikan kemudahan dalam bertransaksi, maka saya akan menggunakannya dalam sehari-hari	2

1. Uji Validitas

Validitas, yaitu tingkat kesesuaian antara fakta yang dilaporkan dalam sebuah penelitian dan otoritas yang diklaim oleh peneliti. Uji validitas digunakan untuk memastikan bahwa kumpulan respons terhadap serangkaian pertanyaan secara akurat mewakili variabel. Uji validitas dilakukan untuk memastikan bahwa setiap item pernyataan benar-benar mengukur faktor yang diinginkan dan tetap sesuai dengan variabel yang diteliti. Untuk menghitung korelasi momen produk, ikuti langkah-langkah berikut.

$$R_{xy} =$$

Keterangan:

R_{xy}	=Koefisien korelasi antar variable X dan variable Y
N	=Jumlah Sampel
X	=jumlah skor X
Y	=Jumlah Skor Y
XY	=Skor rata-rata dari X dan Y

Validitas atau invaliditas kuesioner ditentukan oleh uji validitas. Pernyataan dianggap valid jika nilai probabilitasnya kurang dari 0,05, yang ditentukan oleh uji signifikansi 5%. Jika nilai probabilitasnya lebih dari 0,05, pernyataan tersebut dianggap tidak valid.

Table 1 Validity Test				
	Corrected Item-Total	R Table	Sig	Description
Convenience	0,6303	0,312	0,000	Valid
	0,4105	0,312	0,000	Valid
X1.3	0,6776	0,312	0,000	Valid
X1.4	0,5468	0,312	0,000	Valid
X1.5	0,5755	0,312	0,000	Valid
X1.6	0,5494	0,312	0,000	Valid
X1.7	0,4648	0,312	0,000	Valid
X1.8	0,5409	0,312	0,000	Valid
Service Features	X2.1 0,6099	0,312	0,000	Valid
	X2.2 0,6044	0,312	0,000	Valid
	X2.3 0,5791	0,312	0,000	Valid
	X2.4 0,4398	0,312	0,000	Valid
	X2.5 0,5049	0,312	0,000	Valid
	X2.6 0,6019	0,312	0,000	Valid
	X2.7 0,6095	0,312	0,000	Valid
	X2.8 0,6031	0,312	0,000	Valid
Risk	X3.1 0,6784	0,312	0,000	Valid
	X3.2 0,7076	0,312	0,000	Valid
	X3.3 0,5511	0,312	0,000	Valid
	X3.4 0,5083	0,312	0,000	Valid
	X3.5 0,7494	0,312	0,000	Valid
	X3.6 0,6072	0,312	0,000	Valid
	X3.7 0,6173	0,312	0,000	Valid
	X3.8 0,5879	0,312	0,000	Valid
	X3.9 0,5446	0,312	0,000	Valid
	X3.10 0,5481	0,312	0,000	Valid
Usage Decisions	Y.1 0,8119	0,312	0,000	Valid
	Y.2 0,5077	0,312	0,000	Valid
	Y.3 0,4022	0,312	0,000	Valid
	Y.4 0,6391	0,312	0,000	Valid
	Y.5 0,5521	0,312	0,000	Valid
	Y.6 0,5181	0,312	0,000	Valid
	Y.7 0,5079	0,312	0,000	Valid
	Y.8 0,6961	0,312	0,000	Valid

Source: SPSS 25 Program Result Data, 2025

2. Uji Reabilitas

Menguji keandalan instrumen dan kemampuan pengumpulan data merupakan tujuan pengujian reliabilitas. Tujuan pengujian reliabilitas adalah untuk memastikan apakah alat ukur secara konsisten menghasilkan hasil yang stabil ketika digunakan berulang kali dalam situasi yang sama. Perangkat lunak statistik seperti SPSS biasanya digunakan untuk melaksanakan pengujian ini, dan hanya pertanyaan yang memenuhi kriteria validitas dan reliabilitas yang digunakan untuk analisis tambahan.

<i>Variables</i>	<i>Cronbach's Alpha (>60)</i>	<i>Description</i>
Ease	0.665	Relability
Service Features	0.683	Relability
Risk	0.810	Relability
Usage Decision	0.693	Relability

Source: SPSS 25 Program Result Data

Tabel data menunjukkan bahwa semua item pertanyaan dikategorikan reliabel karena nilai alpha Cronbach untuk variabel X1, X2, X3, dan Y lebih dari 0,60.

E. Prosedur Analisis Data

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menentukan apakah kemudahan, karakteristik layanan, risiko, dan keputusan untuk menggunakan ShopeePay saling terkait secara kausal, proses analisis data menggunakan teknik analisis statistik kuantitatif. Informasi yang dikumpulkan dari survei akan dikenai sejumlah analisis statistik untuk menghasilkan pemahaman yang terukur dan objektif tentang bagaimana variabel independen memengaruhi variabel dependen. Metodologi kuantitatif ini ideal untuk menguji hipotesis secara metodis dan menarik temuan yang dapat diterapkan pada berbagai situasi yang lebih luas.

1. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Uji kenormalan, menurut Ghozali (2018), merupakan tahap awal dalam setiap penelitian multivariat untuk menarik kesimpulan. Residu akan memiliki distribusi yang independen dan teratur jika normal. Semua data dalam variabel yang diteliti terdistribusi secara teratur jika, menurut uji Kolmogorov-Smirnov, setiap variabel memberikan hasil $> 0,05$.

b. Uji Multikolinearitas

Korelasi antar variabel independen tidak digunakan lagi ada, dan multikolinearitas antar variabel independen dalam model regresi terbukti ketika skor VIF lebih dari 10. Model regresi Ghozali (2018) tidak menunjukkan multikolinearitas antar variabel independen jika nilai VIF kurang dari 10,

c. Uji Heteroskedastisitas

Sebagai bagian dari analisis regresi, uji heteroskedastisitas mencari bukti bahwa varians residual (kesalahan) bervariasi dari satu pengamatan ke pengamatan lainnya. Ketidakstabilan ini berpotensi memengaruhi validitas model regresi dan hasil analisis. Ada bukti heteroskedastisitas dalam uji Glejser jika variabel independen signifikan secara statistik dan dapat memiliki efek dependen. (2018, Ghozali)

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian

1. Analisis Statistik Deskriptif

Sebagaimana yang dikemukakan oleh Sugiyono (2017) Statistik deskriptif, menurut Sugiyono, merupakan bagian dari statistika yang digunakan untuk mengkarakterisasikan data yang telah terkumpul dalam bentuk aslinya tanpa berupaya menarik kesimpulan atau generalisasi yang berlaku untuk keseluruhan populasi. Hal ini menunjukkan bahwa fokus dari statistika ini adalah menganalisis, menyajikan, dan menjelaskan data yang sudah tersedia dengan cara yang lebih mudah dipahami, lebih ringkas, dan lebih terstruktur.

2. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Uji normalitas menentukan apakah faktor pengganggu atau data residual dalam model regresi memiliki pola distribusi normal, menurut Al-Ghozali (2018).

Tabel 4.1

Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

Unstandardized
Residual

N		40
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	0,0000000
	Std. Deviation	4,47706700
Most Extreme Differences	Absolute	0,112
	Positive	0,078
	Negative	-0,112
Test Statistic		0,112
Asymp. Sig. (2-tailed)		,200 ^{c,d}

- Test distribution is Normal
- Calculated from data
- Lilliefors Significance Correction
- This is a lower bound of the true significance

b. Uji Multikolinearitas

Dalam model regresi, uji multikolinearitas digunakan untuk menemukan hubungan linier yang sempurna atau hampir sempurna antara variabel independen (Mardiatmoko, 2020). Ketika beberapa atau semua variabel independen dalam model regresi menunjukkan hubungan linier yang sempurna, model tersebut dikatakan multikolinear. Sebaliknya, uji multikolinearitas berusaha untuk memastikan apakah model regresi menunjukkan korelasi yang kuat atau sempurna antara variabel independen (Al-Ghozali, 2018).

Tabel 4.2
Hasil Uji Multikolienaritas

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		Collinearity Statistics		
	B	Std. Error	Beta	t	Sig.	Tolerance	VIF
1 (Constant)	14,496	5,88		2,465	0,019		
Kemudahan	0,303	0,149	0,307	0,669	0,495	0,907	1,103
Fitur Layanan	0,336	0,127	0,389	2,638	0,012	0,999	1,001
Risiko	0,122	0,096	0,196	1,267	0,213	0,907	1,103

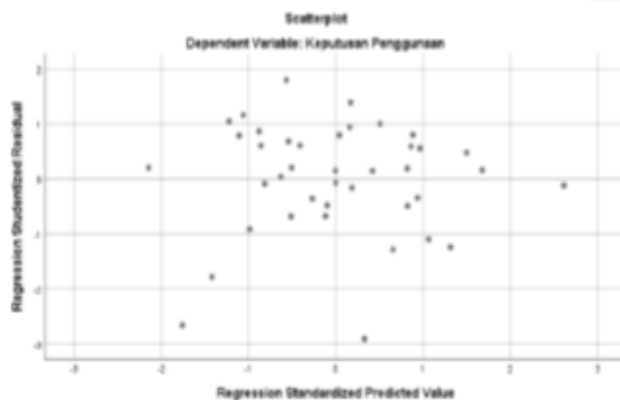
Source : SPSS 25 Program Result Data

Tabel 4.2 menunjukkan bahwa nilai toleransi untuk variabel X1, X2, dan X3 masing-masing adalah 0.907, 0.999, dan 0.907 > 0.10, dan nilai VIF masing-masing adalah 1.103, 1.001, dan 1.103 < 10. Dapat disimpulkan bahwa variabel independen model regresi tidak menunjukkan multikolinearitas.

c. Uji Heteroskedastisitas

Apabila terdapat ketidaksamaan varians residual pada semua observasi dalam model regresi, maka hal tersebut disebut sebagai uji heteroskedastisitas (Mandiatmoko, 2020). Menurut Sholihah, Aditiya, Evani, dan Maghfiroh (2023), homoskedastisitas terjadi apabila varians variabel dalam model regresi konsisten, sedangkan heteroskedastisitas terjadi apabila varians tidak seragam.

Tabel 4.3
Hasil Uji Heteroskedastisitas



Source: Olah Data SPSS 25

Heteroskedastisitas dapat terpenuhi karena temuan gambar di atas menampilkan pola titik-titik yang tersebar secara acak dan tidak menciptakan pola tertentu.

3. Analisis Regresi Linear Berganda

Model regresi linier dengan K (dua atau lebih) variabel independen dan satu variabel kontinu dapat digunakan dalam analisis regresi linier berganda. Model regresi linier berganda dapat digunakan untuk memproses data yang diperoleh.

Tabel 4.4
Analisis Regresi Linear Berganda

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		t	Sig.
		B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	14,496	5,888			2,461	0,019
	Komunikasi	0,103	0,149	0,107		0,689	0,495
	Prior Layanan	0,336	0,175	0,388		2,654	0,012
	Waktu	0,122	0,099	0,198		1,267	0,215

a. Dependent Variable: Keputusan Penggunaan

Source: SPSS 25 Program Result Data, 2025

$$Y = 14,496 + 0,103X_1 + 0,339X_2 + 0,122X_3 + e$$

Berikut ini interpretasi dari persamaan tersebut :

- Jika variabel bebas bernilai 0% atau tidak mengalami perubahan, maka nilai Variabel Keputusan Penggunaan (Y) adalah 14,496.
- Jika Variabel X1 mengalami kenaikan sebesar satu-satuan, maka variabel Keputusan Penggunaan (Y) akan meningkat sebesar 0,103.
- Jika Variabel X2 mengalami kenaikan sebesar satu-satuan, maka variabel Keputusan Penggunaan (Y) akan meningkat sebesar 0,336
- Jika Variabel X3 mengalami kenaikan sebesar satu-satuan, maka variabel Keputusan Penggunaan (Y) akan meningkat sebesar 0,122

Uji Koefisien Determinasi (adjusted R2)

Dalam analisis regresi, satu metrik yang dapat digunakan untuk mengevaluasi seberapa baik model regresi menjelaskan variasi dalam data yang diamati adalah koefisien determinasi.

Tabel 4.5

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.467 ^a	0,218	0,153	4,66050

a. Predictors: (Constant), Risk, Service Features, Convenience

Source : SPSS 25 Program Result Data, 2025

Data tersebut menunjukkan bahwa nilai R Square adalah 0,218. Dengan demikian, angka tersebut atau 21,8% dapat diartikan bahwa 78,2% keputusan penggunaan dipengaruhi oleh risiko dan kesederhanaan fitur layanan.

Uji Hipotesis

a. Uji T

Uji t, menurut Sugiyono (2017), digunakan untuk menilai pengaruh parsial masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen. Selain itu, hipotesis yang berkaitan dengan variabel tertentu dapat diuji menggunakan uji ini (Imron, 2019).

Tabel 4.6

Uji T
Coefficients

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	14,496	5,810		2,495	0,019
	Kemudahan	0,305	0,149	0,305	0,689	0,495
	Fitur Layanan	0,336	0,127	0,380	2,638	0,012
	Risiko	0,122	0,094	0,196	1,287	0,213

a. Dependent Variable: Keputusan Penggunaan

Source: SPSS 25 Program Result Data, 2025

Berdasarkan tabel tersebut :

- Variabel kemudahan memiliki nilai signifikansi (Sig) sebesar 0,495. Kita tidak dapat mengesampingkan hipotesis nol (H_0) dan menyimpulkan bahwa kemudahan tidak memiliki dampak yang nyata pada keputusan penggunaan karena hasilnya lebih tinggi dari 0,05. Jika dinyatakan sebaliknya, hipotesis alternatif, atau H_1 , terbantahkan.
- 0,012 adalah nilai penting untuk fitur layanan. Mengingat angka ini di bawah 0,05, kita dapat mengesampingkan H_0 dan menarik kesimpulan bahwa karakteristik layanan berdampak signifikan terhadap pilihan penggunaan. Seseorang cenderung memilih untuk menggunakan layanan dengan fitur yang lebih banyak.
- Untuk risiko, nilai signifikansinya adalah 0,213. Karena nilainya melebihi 0,05, kita tidak dapat mengesampingkan H_0 dan menarik kesimpulan bahwa risiko tidak memiliki dampak yang jelas pada pilihan penggunaan. Akibatnya, H_1 variabel risiko juga ditolak.

Menurut Setyawati, Aryani, dan Ningrum (2018), pengujian hipotesis simultan berusaha untuk mengidentifikasi model penelitian yang dilakukan secara bersamaan antara variabel independen dan dependen untuk memprediksi bahwa di dalam variabel independen yang akan diuji untuk dianalisis, akan ada pengaruhnya terhadap variabel dependen.

Tabel 4.7

Uji – F

ANOVA

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	218.499	3	72.833	3,284	.024 ^a
	Residual	781.931	36	21.720		
	Total	1000.430	39			

B.

Tabel tersebut menunjukkan bahwa semua faktor independen secara kolektif memiliki dampak pada Y, dengan hasil uji F menunjukkan nilai signifikansi $0,29 < 0,05$. Hal ini menunjukkan bahwa fitur bahaya, kemudahan, dan layanan yang digabungkan memiliki sedikit pengaruh pada keputusan penggunaan.

C.11. PEMBAHASAN

Berdasarkan temuan investigasi, kesimpulan berikut dapat diambil:

Uji signifikansi 5% digunakan untuk menentukan tingkat validitas; jika probabilitasnya kurang dari 0,05, pernyataan tersebut dianggap valid. Pernyataan tersebut dianggap tidak valid jika probabilitasnya lebih besar dari 0,05. Karena angka r yang dihitung lebih tinggi dari tabel r, statistik ini dapat dianggap asli berdasarkan tabel 1 di atas, yang mencakup tiga variabel independen dan satu variabel dependen. Setiap item kuesioner dalam Uji Reliabilitas memiliki nilai lebih besar dari 60, yang menunjukkan bahwa semua variabel dapat dipercaya. Dengan menggunakan Uji Normalitas, penelitian ini dapat dianggap memiliki distribusi normal jika tingkat signifikansinya lebih tinggi dari 0,200. Uji Multikolinearitas Multikolinearitas tidak terjadi jika nilai toleransi lebih besar dari 0,1 dan VIF kurang dari 10. Multikolinearitas tidak terjadi jika variabel kemudahan (X1) memiliki nilai VIF $1,103 < 10$, nilai toleransinya $0,907 > 0,1$, variabel fitur layanan (X2) $0,999 > 0,1$, dan variabel risiko (X3) lebih besar dari 0,1. Data dalam Uji Heteroskedastisitas

menunjukkan bahwa tidak ada heteroskedastisitas karena titik-titik tersebar secara acak dan tidak memiliki pola yang jelas.

Dengan nilai regresi berganda sebesar 14,496, variabel kemudahan (X1), fitur layanan (X2), dan risiko (X3) semuanya memiliki efek positif terhadap keputusan penggunaan; jika variabel lain tidak diteliti, peningkatan satu unit pada variabel kemudahan akan memiliki dampak sebesar 0,103 terhadap keputusan penggunaan. Selain itu, b1 (nilai koefisien regresi X1) adalah 0,103, yang menunjukkan bahwa variabel kemudahan memengaruhi keputusan penggunaan secara positif. Jika variabel lain tidak diteliti, peningkatan 1 unit pada variabel kemudahan akan memengaruhi keputusan penggunaan sebesar 0,103. Selanjutnya, b3 (nilai koefisien regresi X3) menunjukkan bahwa variabel risiko mempunyai pengaruh yang positif terhadap keputusan penggunaan; dengan asumsi tidak ada faktor lain yang diperhatikan dalam penelitian ini, maka kenaikan variabel risiko sebesar 1 satuan akan mempunyai pengaruh sebesar 0,122 terhadap keputusan penggunaan.

Nilai koefisien R Square (R2) sebesar 0,467 atau 44,6% menunjukkan besarnya pengaruh, berdasarkan hasil Uji Koefisien Determinasi, bahwa karakteristik risiko dan kemudahan pelayanan memiliki pengaruh sebesar 0,336 (44,6%) terhadap keputusan pemanfaatan. Uji F digunakan untuk mengetahui apakah faktor-faktor independen memiliki pengaruh signifikan secara simultan dan menyeluruh terhadap variabel dependen. Keputusan pemanfaatan dipengaruhi secara negatif oleh kemudahan, fitur pelayanan, dan risiko. Nilai sig yang dihasilkan sebesar 0,0029 lebih besar (>) dari nilai probabilitas 0,05. Dengan demikian, hal ini menunjukkan bahwa risiko, karakteristik pelayanan, dan kemudahan secara bersama-sama memiliki pengaruh negatif terhadap keputusan pemanfaatan, baik secara terpisah maupun secara bersama-sama.

Variabel kemudahan memiliki nilai signifikansi (Sig) sebesar 0,495 menurut tabel Uji Signifikansi Simultan Uji F. Kita tidak dapat mengesampingkan hipotesis nol (H0) dan menyimpulkan bahwa kemudahan tidak memiliki dampak yang nyata pada keputusan penggunaan karena nilai ini lebih tinggi dari 0,05. Jika dinyatakan sebaliknya, hipotesis alternatif, atau H1,

ditolak. Untuk fitur layanan, nilai signifikansinya adalah 0,012. Kita dapat menolak H_0 dan sampai pada kesimpulan bahwa fitur layanan secara signifikan memengaruhi keputusan penggunaan karena nilai ini kurang dari 0,05. Kemungkinan seseorang memilih untuk memanfaatkan suatu layanan meningkat seiring dengan fitur-fiturnya. Risiko memiliki nilai signifikansi sebesar 0,213. Kita tidak dapat mengesampingkan H_0 dan menyimpulkan bahwa risiko tidak memiliki dampak yang nyata pada keputusan penggunaan karena nilainya lebih tinggi dari 0,05. Akibatnya, variabel risiko H_1 juga ditolak. Hanya fitur layanan, dari tiga faktor independen yang diteliti, yang secara signifikan memengaruhi keputusan penggunaan; risiko dan kemudahan tidak memiliki dampak yang nyata. Ini menyiratkan bahwa fokus yang lebih besar harus diberikan pada pembuatan fitur layanan untuk meningkatkan pilihan penggunaan dalam kerangka studi ini.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian diatas menunjukan bahwa:

1. Hipotesis pertama menunjukkan bahwa kemudahan penggunaan sistem pembayaran ShopeePay berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan penggunaan oleh generasi Z di wilayah Kecamatan Wates.
2. Hipotesis kedua menunjukkan bahwa fitur layanan yang ditawarkan oleh ShopeePay berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan penggunaan oleh generasi Z di wilayah Kecamatan Wates.
3. Hipotesis ketiga menunjukkan bahwa risiko yang terkait dengan penggunaan ShopeePay berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan penggunaan oleh generasi Z di wilayah Kecamatan Wates.
4. Hipotesis keempat menunjukkan bahwa kemudahan, fitur layanan, dan risiko secara simultan berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan penggunaan sistem pembayaran ShopeePay oleh generasi Z di wilayah Kecamatan Wates.

Konteks lokal Kabupaten Wates menunjukkan bagaimana faktor sosial, ekonomi, dan budaya memengaruhi pola adopsi dan penggunaan ShopeePay oleh Generasi Z. Oleh karena itu, untuk lebih menyesuaikan taktik pengembangan dan pemasaran dengan kebutuhan pengguna, pemahaman menyeluruh tentang kondisi lokal sangatlah penting.

Studi ini menciptakan potensi untuk penelitian lebih lanjut mengenai faktor-faktor tambahan, seperti dampak media sosial, rekomendasi teman, dan karakteristik sosial lainnya, yang dapat memengaruhi kebiasaan menggunakan aplikasi pembayaran digital. Untuk memberikan gambaran yang lebih lengkap tentang penggunaan teknologi pembayaran digital, diperlukan penelitian lebih lanjut di lokasi-lokasi dengan fitur-fitur yang berbeda.

B. Saran

A. Untuk Pengguna

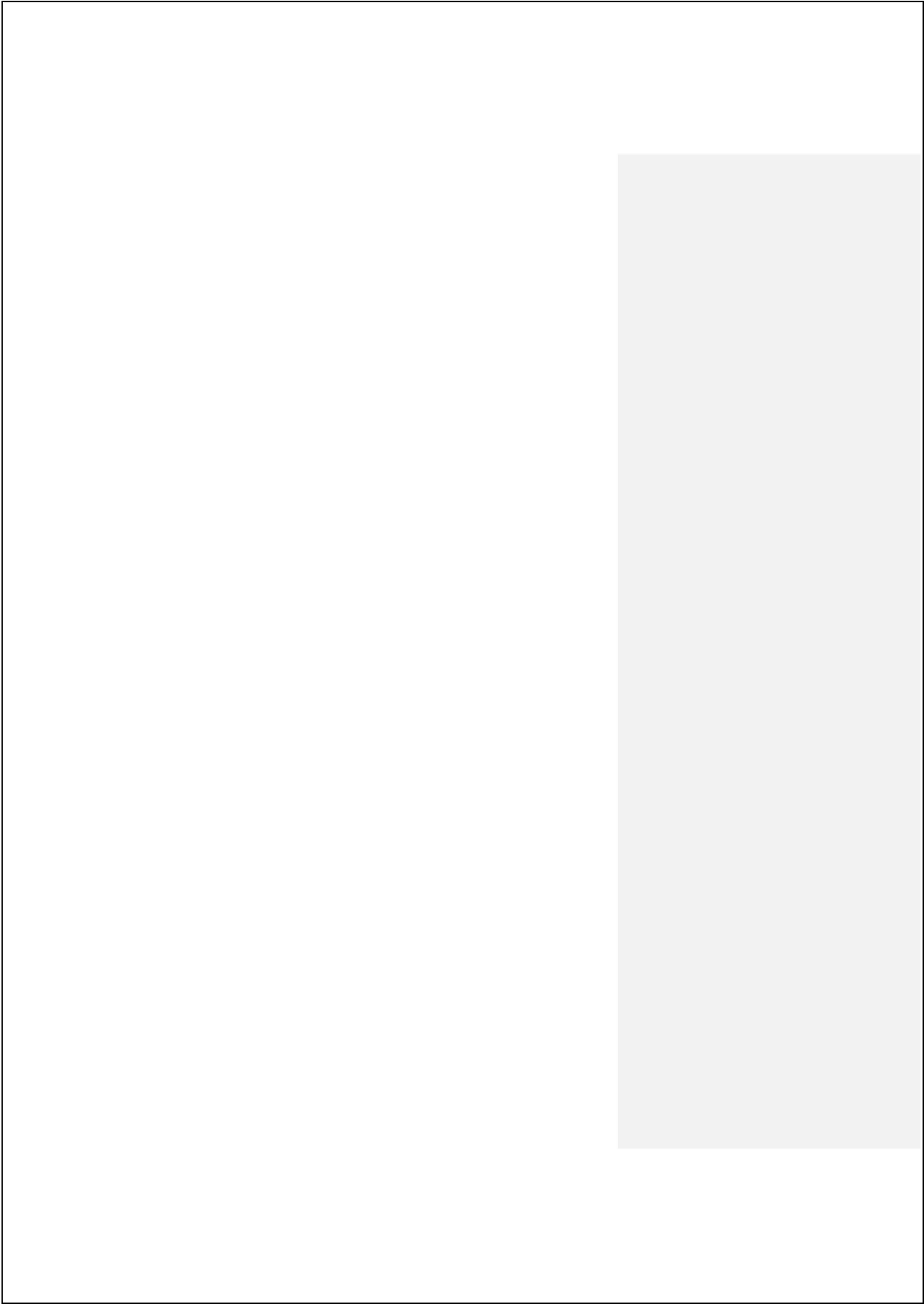
Untuk mengoptimalkan keuntungan dari penggunaan program ini, pengguna disarankan untuk lebih memahami fitur layanan yang disediakan oleh ShopeePay, termasuk cashback, promosi, dan kemudahan bertransaksi. Menggunakan alat keamanan: Untuk melindungi akun dari kemungkinan ancaman penipuan, pengguna harus memanfaatkan alat keamanan yang ditawarkan, seperti pengaturan PIN dan verifikasi dua langkah.

B. Untuk Pihak Shopee

Disarankan agar kampanye edukasi ShopeePay dapat menyelenggarakan kampanye yang menjelaskan berbagai keuntungan ShopeePay, cara menggunakannya, dan cara mengurangi potensi bahaya. Tingkatkan layanan pelanggan dengan menawarkan dukungan pelanggan yang cepat dan mudah dihubungi untuk membantu pengguna dengan masalah atau pertanyaan apa pun yang mungkin mereka miliki tentang penggunaan ShopeePay.

C. Untuk Peneliti Selanjutnya

Disarankan agar dilakukan penelitian lebih lanjut untuk lebih memahami elemen-elemen yang memengaruhi perilaku konsumen dan keputusan generasi Z untuk menggunakan sistem pembayaran digital. Untuk meningkatkan pengetahuan dan pemahaman tentang penggunaan sistem pembayaran digital di kalangan generasi Z, hasil penelitian ini dapat dibagikan melalui seminar atau lokakarya.



ORIGINALITY REPORT



% 20% 15% 11%

SIMILARITY INDEX

INTERNET SOURCES

PUBLICATIONS

STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

- | | | | |
|----------|---------------------------------------|----------|--|
| 1 | Submitted to Universitas Diponegoro | 4 | jurnal.universitasp
utrabangsa.ac.id |
| | Student Paper | | Internet Source |
| 2 | eprints.iain-suraka
rta.ac.id | 5 | repositori.uin-alau
ddin.ac.id |
| | Internet Source | | Internet Source |
| 3 | e-journal.stie-kusu
manegara.ac.id | 6 | eprints.universitas
putrabangsa.ac.id |
| | Internet Source | | Internet Source |
| | | 7 | core.ac.uk |

Internet Source

8

www.researchgate.
net

2%

2%

1%

Internet Source

9

text-id.123dok.co
m

1%

1%

1%

Internet Source

1%

<1%

<1%

10

Tatik Mulyati,
Saraswati Budi
Utami. "EFFECT of
COMPETENCE,
WORK PLACEMENT
and ACHIEVEMENT
on CAREER
DEVELOPMENT
(Study at BPN

go.ac.id

Internet Source

Submitted to
Badan
Pengembangan
dan Pembinaan
Bahasa
Kementerian
Pendidikan dan
Kebudayaan

Student Paper

repository-feb.unp

ak.ac.id

Internet Source

ashleigh-it.co.uk

Internet Source

download.garuda

kemdikbud.go.id

Internet Source

repository.stikesh

angtuah-sby.ac.id

Internet Source

repository.unj.ac.i

11

12

13

14

15

16

17

18

19

Madiun

Municipality)",

Capital:

Jurnal Ekonomi

dan Manajemen,

2019

Publication

eprints.uinsaizu.a

c.id

Internet Source

eprints.unm.ac.id

Internet Source

etheses.iainponor

d

Internet Source

<1 %

<1 %

<1 %

<1 %

<1 %

<1 %

<1 %

<1 %

<1 %

20

Christian Vieri, Siti Sarah. "Pengaruh Penggunaan Sosial Media, Influencer dan Konten Visual Terhadap Keputusan Pembelian Skincare Kahf di Tiktok", Jurnal Ilmu Sosial, Manajemen, Akuntansi dan Bisnis, 2024

Publication

docplayer.info

Internet Source

21

22

23

24

25

26

27

28

dspace.uui.ac.id

Internet Source

eprints.upj.ac.id

Internet Source

[repository.iainkud](http://repository.iainkudus.ac.id)

us.ac.id

Internet Source

Submitted to

STKIP Sumatera

Barat

Student Paper

etheses.uinmatara

m.ac.id

Internet Source

[repository.buddhid](http://repository.buddhidharma.ac.id)

harma.ac.id

Internet Source

Ahmad Arifin,
Nova Dwiyantri,
Muharri Muharri.
"Pengaruh Gaya
Hidup,
Pendapatan, Sikap
Keuangan, dan
Self-Control
Terhadap

<1 %

<1 %

<1 %

<1 %

<1 %

<1 %

<1 %

<1 %

<1 %

<1 %

29	Keputusan Penggunaan E-Wallet Pada Generasi Z", Jurnal Bisnis Mahasiswa, 2025	Menggunakan E-Wallet pada Mahasiswa di Kota Batam", eCo-Buss, 2024 Publication
30		Submitted to Universitas Nahdlatul Ulama Surabaya Student Paper
31	Moh. Rasidi Moh. Rasidi, Alfian Firdaus. "Pengaruh Modal Dan Lokasi Usaha Terhadap Pendapatan Pedagang Di Pasar Senin Kecamatan Besuk", RIGGS: Journal of Artificial Intelligence and Digital Business, 2025	Submitted to Universitas Wijaya Kusuma Surabaya Student Paper
32		Submitted to Universitas Pelita Harapan
33		Student Paper
34		library.universitas
35		pertamina.ac.id
	Dewi Apri Yanti, Argo Putra Prima. "Pengaruh Daya Tarik Promosi, Kemudahan Penggunaan, dan Risiko Terhadap Minat	Internet Source
		repository.radenin tan.ac.id

<1 %

<1 %

<1 %

<1 %

<1 %

<1 %

<1 %

36

Submitted to
Universitas
Muhammadiyah
Surakarta

Student Paper

37

Submitted to

38

Universitas PGRI

39

Palembang

40

Student Paper

41

konsultasiskripsi.c

om

Internet Source

42

repo.poltekkestasi

43

kmalaya.ac.id

44

Internet Source

www.slideshare.ne

t

Internet Source

Hulawa Theresia
Waileruny,
Hadinda Hadinda.
"Strategi

Ketahanan Rantai
Pasok dalam
Mendorong
Efisiensi
Operasional
Industri Furnitur",
RIGGS: Journal of
Artificial
Intelligence and
Digital Business,
2025

Publication

Submitted to

Universitas Putera

Batam

Student Paper

jurnal.ubd.ac.id

Internet Source

Moch Adam
Ferdiansyah.
"Dtereminan
Belanja Modal
Bidang
Kesehatan
Daerah
Provinsi Jawa
Timur",
Akuisisi: Jurnal
Akuntansi,
2020

Publication

<1 %

<1 %

<1 %

<1 %

<1 %

<1 %

<1 %

<1 %

<1 %

45

dspace.uc.ac.id

Internet Source

46

eprints.stiei-kayut

47

angi-bjm.ac.id

48

Internet Source

49

ojs.daarulhuda.or.id

50

id

Internet Source

51

ojs.jurnalrekaman.com

com

Internet Source

52

[www.coursehero.c](https://www.coursehero.com)

53

om

54

Internet Source

Nike Ardila Halawa, Aisyah Azhar Adam. "The Influence of Organizational Culture, Work Environment, and Work Discipline on

Employee Performance at The Social Services Office of Medan City", Journal of Business Management, 2025

Publication

etd.iain-padangsid

impuan.ac.id

Internet Source

moam.info

Internet Source

repository.uinsaiz

u.ac.id

Internet Source

www.hukumonline

.com

Internet Source

<1 %

<1 %

<1 %

<1 %

<1 %

<1 %

<1 %

<1 %

<1 %

<1 %

55

123dok.com

Internet Source

56

Cut Afrina,
Machsun
Rifauddin, Iwin
Ardyawin.
"Analisis Sistem
Pembayaran
Digital dalam
Ekonomi Syariah:

Tantangan dan

Peluang

untuk Bisnis
Halal", Journal of
Sharia Economy
and Islamic
Tourism, 2024

Publication

58

Natalia Debora
Kumayas, Sifrid
Pangemanan,
Stanly Alexander.
"PENGARUH ARUS
KAS
OPERASI DAN
PERTUMBUHAN
PENJUALAN
TERHADAP HARGA
SAHAM PADA
PERUSAHAAN
INDEKS LQ45
YANG TERDAFTAR

59

DI BURSA EFEK
INDONESIA
TAHUN (2012-
2016)", GOING
CONCERN :
JURNAL RISET
AKUNTANSI, 2018

Publication

Ni Putu Diana
Monica Dewi, I
Gusti Ayu Wimba,
I.A. Sasmita Dewi.
"Pengaruh Sales
Promotion,
Personal Selling,
dan Direct
Marketing
terhadap
Keputusan
Pembelian
Makanan dan
Minuman di
Padma Resort
Legian", Widya
Amrita, 2021

Publication

Submitted to
Program
Pascasarjana
Universitas Negeri
Yogyakarta

Student Paper

<1 %

<1 %

<1 %

<1 %

<1 %

60

Syarifa Nur
Mutiara Wanti,
Dewi Indriasih,
Aminul Fajri.
"Pengaruh
Likuiditas,
Profitabilitas dan
Manajemen Laba
terhadap
Pengungkapan
Sukarela
(Voluntary
Disclosure)",
Permana : Jurnal
Perpajakan,
Manajemen, dan
Akuntansi, 2020

Publication

[ejurnal.stietribhak
ti.ac.id](http://ejurnal.stietribhak
ti.ac.id)

Internet Source

eprints.uny.ac.id

Internet Source

fizteh.org

Internet Source

[ijsr.internationaljo
urnallabs.com](http://ijsr.internationaljo
urnallabs.com)

urnallabs.com

Internet Source

[journal.feb.unmul.
ac.id](http://journal.feb.unmul.
ac.id)

Internet Source

[jurnal.fkip.unismu
h.ac.id](http://jurnal.fkip.unismu
h.ac.id)

h.ac.id

Internet Source

61

62

63

64

65

66

67

68

69

Submitted to
Universitas Negeri
Surabaya The
State University of
Surabaya

Student Paper

[e-journal.naureen
digitation.com](http://e-journal.naureen
digitation.com)

digitation.com

Internet Source

[e-repository.perpu
s.iainsalatiga.ac.id](http://e-repository.perpu
s.iainsalatiga.ac.id)

s.iainsalatiga.ac.id

Internet Source

<1 %

<1 %

<1 %

<1 %

<1 %

<1 %

<1 %

<1 %

<1 %

Internet Source

muhammadhalim2

unmas-library.ac.i

d

2.wordpress.com

Internet Source

Internet Source

pusatparfumlaund

Nova Ayuni,
Aloysius Hari
Kristianto. "Model
Marketing Mix 7P
dan Pengaruhnya
Terhadap
Loyalitas
Konsumen",
RIGGS: Journal of
Artificial

ry.co.id

Internet Source

repository.ittelko

m-pwt.ac.id

Internet Source

Intelligence and

Digital Business,

2025

repository.poltekk

es-kaltim.ac.id

Internet Source

Publication

repository.umsu.a

Rara Gustiana,
Ruslinda
Agustina.

c.id

"PENGARUH
KEMUDAHAN DAN
KEPERCAYAAN

Internet Source

repositorybaru.sti

TERHADAP MINAT

eykpn.ac.id

PENGUNAAN

70

71

72

73

74

75

76

77

78

APLIKASI DANA

PADA

<1 %

<1 %

<1 %

<1 %

<1 %

<1 %

<1 %

<1 %

<1 %

<1 %

79

MAHASISWA
PROGRAM STUDI
AKUNTANSI STIE
NASIONAL
BANJARMASIN",
Dinamika
Ekonomi: Jurnal

id.scribd.com

Internet Source

Ekonomi dan

Bisnis, 2023

Publication

80

81

Saputro, Haryanto
Budi. "Pengaruh
Lingkungan
Sekolah Dan
Motivasi Belajar
Terhadap Prestasi
Belajar Pendidikan
Agama Islam
(Studi Kasus:
Siswa Kelas VII
SMP Negeri 2
Purbalingga Dan
SMP Negeri 3
Kutasari)", Institut
Agama Islam
Negeri Purwokerto
(Indonesia), 2022

Publication

[eprints.walisongo.](https://eprints.walisongo.ac.id)

[ac.id](https://eprints.walisongo.ac.id)

Internet Source

<1 %

<1 %

<1 %

Exclude quotes
bibliography

Off Exclude
Off

Exclude matches

Off



Universitas
UPT. PERPUSTAKAAN, PUBLIKASI DAN INOVASI
Alamat: Kampus 1, Jl. K
Telp. (0354) 771576, (035
Website: <http://ppi.unpked>

SURAT KETERANGAN

Ketua UPT Perpustakaan, Publikasi dan Inovasi Univer
mahasiswa dengan identitas berikut:

Nama Mahasiswa : Melinda Ifa Nuzila
NPM : 2112010027
Program Studi : S1-Manajemen

Judul Karya Ilmiah:

"Analisis Kemudahan, Fitur Layanan dan Risiko dal
ShopeePay Generasi Z di Wil

Dinyatakan sudah memenuhi syarat batas maksimal 30
berlaku pada setiap subbab naskah Laporan **Tugas Al**
Demikian Surat Keterangan ini kami berikan untuk da





Universitas Nu

Status Ter

SK BAN-PT No.671/SK/BA

Lembaga Penelitian Dan I

Kampus I Jl. K.H. Achmad Dahlan

Website: <https://lp2m.unp>

LEMBAR REVISI U



Nama : Melinda Ifa N
NPM : 2112010027
Prodi : S1-Manajeme
Semester/Tahun : Genap, 24/25
Akademik
Hari/Tanggal : Kamis / 10 Ju
Ujian
Analisis Kemu
Judul : Penggunaan
Kecamatan W
Dengan Hasil : Revisi Naskah

Catatan Revisi:

Silahkan Revisi sesuai instruksi di Lembar Makalah, waktu 1 Min

Ketua Penguji

Penguji 1

(EDY DJOKO SOEPRAJITNO, S.E, M.M) (Dr. EMA NURZAINUL HA

)

14.04

× IMG20250807134



Universitas N

Status Te

SK BAN-PT No.671/SK/BA

Lembaga Penelitian Dan

Kampus I Jl. K.H. Achmad Dahlan

Website: <https://lp2m.unp>

BERITA ACARA U

Pada hari ini Kamis tanggal 10 Juli 2025 bertempat di Ruang
dilaksanakan Ujian Skripsi Mahasiswa Universitas Nusantara



Nama : Melinda Ifa N
NPM : 2112010027
Prodi : S1-Manajeme
Semester/Tahun : Genap, 24/25
Akademik : Analisis Kemu
Judul : Penggunaan
Kecamatan W
Dengan Hasil : Proses Penilai

Ketua Penguji

Penguji 1

Valid

Valid

(EDY DJOKO SOEPRAJITNO, S.E, M.M) (Dr. EMA NURZAINUL HAK
)