

**PENGARUH KUALITAS LAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN
PENGUNAAN *E-MONEY* DENGAN KEPERCAYAAN SEBAGAI
VARIABEL *INTERVENING***

(Studi Kasus Aplikasi Penyedia Dompot Digital LinkAja)

SKRIPSI

Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Mencapai
Derajat Sarjana Manajemen



Oleh:

Abdullah Azzam

202010160311319

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG**

2024

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

**PENGARUH KUALITAS LAYANAN
TERHADAP KEPUTUSAN PENGGUNAAN E-MONEY
DENGAN KEPERCAYAAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING
(Studi Kasus Aplikasi Penyedia Dompot Digital LinkAja)**

Yang disiapkan dan disusun oleh :

Nama : Abdullah Azzam

NIM : 202010160311319

Jurusan : Manajemen

Telah dipertahankan di depan penguji pada tanggal 30 November 2024 dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima sebagai kelengkapan guna memperoleh gelar Sarjana Manajemen pada Universitas Muhammadiyah Malang.

Susunan Tim Penguji:

Pembimbing I : Dr. Dra. Ratih Juliati, M.Si.

Pembimbing II : Novi Puji Lestari, S.E., M.M.

Penguji I : Dr. Rohmat Dwi Jatmiko, M.M.

Penguji II : Viajeng Purnama Putri, S.E., M.M.

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis,

Ketua Program Studi,



Prof. Dr. Idah Zuhroh, M.M.



Dr. Nurul Asfiah, M.M.

- 1.
- 2.
- 3.
- 4.

PERNYATAAN ORISINILITAS

Yang bertanda tangan dibawah ini, saya:

Nama : Abdullah Azzam
NIM : 202010160311319
Program Studi : Manajemen
E-mail : abdullahalfalah99@gmail.com

Dengan ini menyatakan bahwa:

- 1 Skripsi ini adalah asli dan benar-benar hasil karya sendiri, baik sebagian maupun keseluruhan, bukan hasil penjiplakan (*plagiarism*) dari hasil karya orang lain.
- 2 Karya dan pendapat orang lain yang dijadikan sebagai bahan rujukan (*referensi*) dalam skripsi ini secara tertulis dan secara jelas dicantumkan sebagai bahan atau sumber acuan, dengan menyebutkan nama pengarang dan dicantumkan di daftar pustaka sesuai dengan ketentuan penulis karya ilmiah yang berlaku.
- 3 Pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya dan apabila di kemudian hari terdapat penyimpangan dan atau ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademis dan sanksi-sanksi lainnya sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Malang, 23 November 2024

Yang membuat pernyataan,



Abdullah Azzam

**PENGARUH KUALITAS LAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN
PENGUNAANE-MONEY DENGAN KEPERCAYAAN SEBAGAI
VARIABEL *INTERVENING***

(Studi Kasus Aplikasi Penyedia Dompot Digital LinkAja)

Abdullah Azzam¹, Ratih Juliati², Novi Puji Lestari³

Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Malang

E-Mail : abdullahalfalah99@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji dan menganalisis pengaruh kualitas layanan terhadap keputusan penggunaan dompet digital LinkAja dengan kepercayaan sebagai variabel mediasi. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan pengumpulan data melalui kuesioner. Populasi penelitian adalah mahasiswa Universitas Muhammadiyah Malang, dengan sampel sebanyak 100 mahasiswa yang dipilih menggunakan teknik purposive sampling. Analisis data dilakukan menggunakan metode analisis jalur dengan bantuan software SmartPLS 4.0. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas layanan memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan penggunaan. Namun, kepercayaan tidak memberikan pengaruh signifikan terhadap keputusan penggunaan. Selain itu, kualitas layanan terbukti berpengaruh signifikan terhadap kepercayaan, tetapi tidak memberikan pengaruh signifikan terhadap keputusan penggunaan dengan kepercayaan sebagai variabel mediasi.

Kata Kunci: Kualitas Layanan, Keputusan Penggunaan, Kepercayaan, Dompot Digital, LinkAja

***THE EFFECT OF SERVICE QUALITY ON E-MONEY USAGE DECISIONS
WITH TRUST AS AN INTERVENING VARIABLE
(Case Study of the LinkAja Digital Wallet Provider Application)***

Abdullah Azzam¹, Ratih Juliati², Novi Puji Lestari³

*Management Study Program, Faculty of Economics and Business University of
Muhammadiyah Malang*

E-Mail : abdullahalfalah99@gmail.com

ABSTRACT

This research aims to examine and analyze the effect of service quality on the decision to use the LinkAja digital wallet, with trust as a mediating variable. The research adopts a quantitative approach, collecting data through questionnaires. The population comprises students from Universitas Muhammadiyah Malang, with a sample of 100 students selected using purposive sampling. Data analysis was conducted using the path analysis method with the assistance of SmartPLS 4.0 software. The results reveal that service quality significantly influences the decision to use. However, trust does not significantly affect the decision to use. Moreover, service quality significantly influences trust but does not significantly impact the decision to use when trust acts as a mediating variable.

Keywords: Service Quality, Usage Decision, Trust, Digital Wallet, LinkAja

KATA PENGANTAR

Bismillahirrohmanirrohim

Assalamu'alaikum Wr.Wb.

Puji Syukur kehadirat Allah SWT yang senantiasa melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya, sholawat serta salam kepada Nabi Muhammad SAW sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul **“Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Penggunaan E-Money Dengan Kepercayaan Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Aplikasi Penyedia Dompot Digital LinkAja)”**. Penulisan skripsi ini bertujuan untuk memenuhi salah satu persyaratan derajat mencapai Sarjana Manajemen Universitas Muhammadiyah Malang. Penulis menyadari bahwa dalam penyusunannya, skripsi ini tidak jauh dari keterbatasan dan kekurangan. Namun, berkat bantuan banyak pihak termasuk dosen pembimbing, keterbatasan dan kekurangan tersebut dapat diminimalisir. Untuk itu, penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Prof. Dr. Nazaruddin Malik, S.E., M.Si. selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Malang.
2. Prof. Dr. Idah Zuhroh, M.M. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Malang.
3. Dr. Nurul Asfiah, M.M. selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Malang.
4. Dra. Triningsih Sri Supriyanti, M.P. selaku Dosen Wali Kelas F Angkatan 2020 Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Malang.
5. Dr. Ratih Juliati, M.Si. selaku Dosen Pembimbing I yang telah bersedia meluangkan waktunya untuk memberi arahan, mengoreksi, serta memberikan petunjuk yang sangat bermanfaat guna penyusunan skripsi ini.

6. Novi Puji Lestari, S.E., M.M. selaku Dosen Pembimbing II yang telah bersedia meluangkan waktunya untuk mengoreksi serta memberikan petunjuk yang bermanfaat guna penyusunan skripsi ini.
7. Seluruh Bapak/Ibu Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis lainnya yang telah memberikan pengetahuan yang sangat bermanfaat selama masa perkuliahan hingga penyusunan skripsi ini.
8. Ayahanda Nukman dan Ibunda Kiswantiningsih yang telah banyak memberikan doa, ridho, dukungan dan pengorbanan baik secara moral maupun materil sehingga penulis dapat menyelesaikan studi dengan baik.
9. Kepada Fathimatuz Zahro sebagai *partner* yang selalu memberi *support*, mendengarkan keluh kesah, dan membantu menyelesaikan skripsi ini. Kehadiran dan perhatianmu menjadi sumber semangat yang berarti bagi saya.
10. Seluruh teman dan sahabat Kost 99 yang selalu memberikan dukungan dan semangat kepada saya.
11. Responden yang telah meluangkan waktu untuk mengisi kuesioner penelitian dan semua pihak yang tidak disebutkan satu persatu.
12. Terakhir, terima kasih untuk diri sendiri yang sudah berusaha keras dan berjuang sampai akhir.

Kepada mereka semua, hanya ucapan terima kasih dan doa tulus yang dapat saya persembahkan, semoga segala yang telah mereka berikan kepada saya tercatat dengan tinta emas dalam lembaran catatan roqib sebagai ibadah yang tiada ternilai.
Wassalamu'alaikum Wr.Wb.

Malang, 23 November 2024

Penulis

Abdullah Azzam

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	ii
PERNYATAAN ORISINILITAS.....	iv
ABSTRAK.....	v
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah.....	13
1.3 Tujuan	13
1.4 Manfaat Penelitian	14
1.4.1. Manfaat Teoritis	14
1.4.2. Manfaat Praktis.....	14
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	15
2.1 Kajian Teori.....	15
A. Perilaku Konsumen	15
B. Keputusan Penggunaan.....	18
C. Kualitas Layanan	23
D. Kepercayaan.....	26
E. <i>Financial Technology</i> (Fintech)	31

2.2 Penelitian Terdahulu.....	33
2.3 Kerangka Pikiran.....	33
2.4 Hipotesis	34
BAB III METODE PELAKSANAAN.....	38
3.1 Jenis Penelitian	38
3.2 Lokasi/Objek Penelitian	38
3.3 Populasi dan Sampel	38
1. Populasi.....	38
2. Sampel.....	39
3. Teknik Sampling.....	40
3.4 Definisi Operasional Variabel.....	41
3.5 Sumber Data dan Teknik Pengumpulan Data	44
3.6 Rentang Skala.....	46
3.7 Teknik Analisi Data	48
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	54
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	54
4.2 Karakteristik Responden.....	55
1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	56
2. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	56
3. Karakteristik Responden Berdasarkan Sumber informasi tentang LinkAja	57
4. Karakteristik Responden Berdasarkan Alasan menggunakan LinkAja untuk pertama kali	58

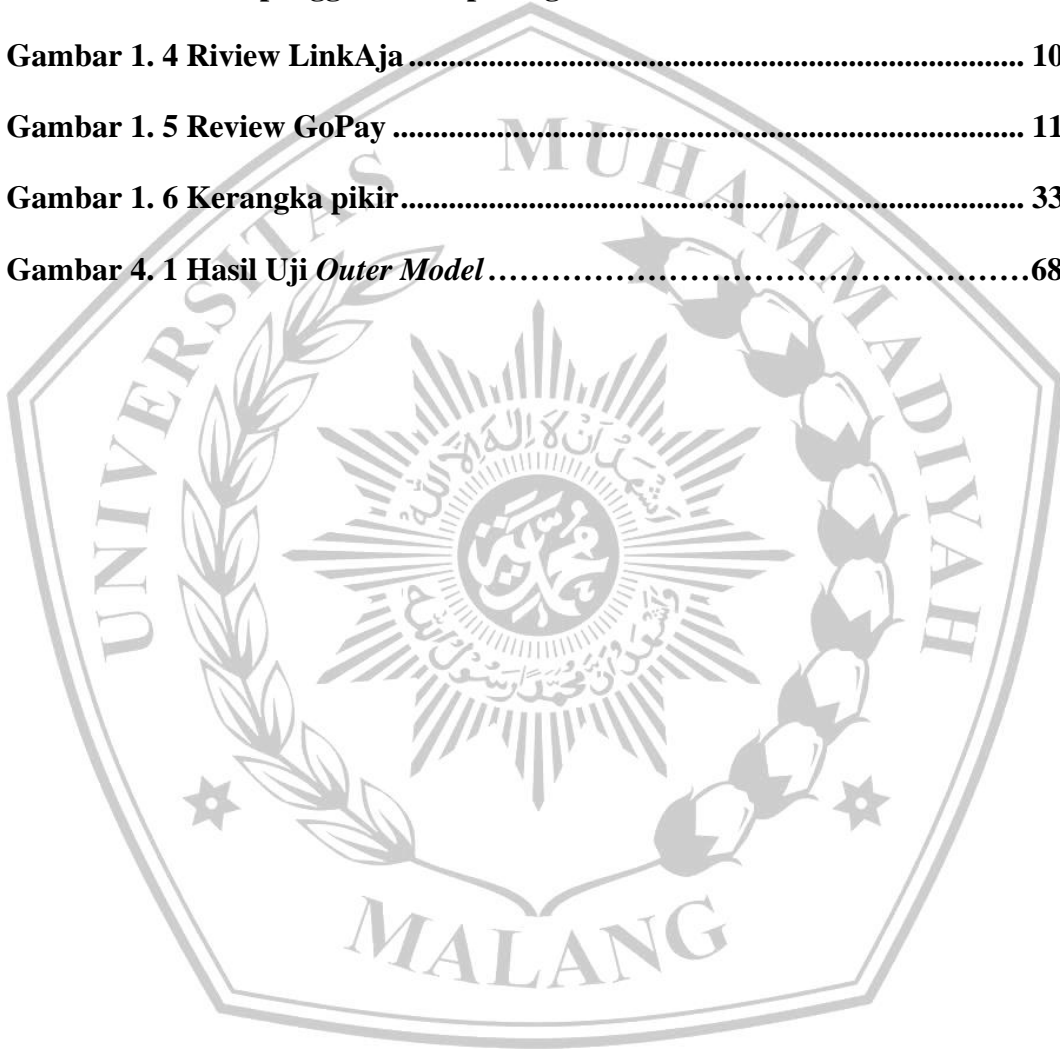
5. Karakteristik Responden Berdasarkan Tujuan menggunakan LinkAja	58
4.3 Analisis Rentang Skala	59
1. Variabel Kualitas Layanan	59
2. Variabel Kepercayaan	61
3. Variabel Keputusan Penggunaan.....	63
4.4 Evaluasi Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>).....	64
1. Uji Validitas.....	65
2. Uji Reliabilitas.....	71
4.5 Evaluasi Model Struktural (<i>Inner Model</i>).....	72
1. Uji Hipotesis	72
2. R-Square (R^2).....	75
3. <i>Predictive Relevance</i> (Q^2)	76
4. Model Fit.....	77
4.6 Pembahasan	78
1. Deskripsi Kualitas layanan, Kepercayaan, dan Keputusan penggunaan.....	78
2. Pengaruh Kualitas layanan Terhadap Keputusan penggunaan	79
3. Pengaruh Kepercayaan Terhadap Keputusan penggunaan.....	80
4. Pengaruh Kualitas layanan Terhadap Kepercayaan	82
5. Pengaruh Kualitas layanan Terhadap Keputusan penggunaan yang Dimediasi Oleh Kepercayaan.....	83
BAB V PENUTUP	85
5.1 Kesimpulan	85

5.2 Saran.....	86
1. Peneliti Selanjutnya	86
2. Perusahaan	87
DAFTAR PUSTAKA	89
LAMPIRAN.....	98



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Nilai Transaksi Belanja Menggunakan Uang Elektronik/<i>E-Money</i> di Indonesia per Bulan (Agustus 2018-Agustus 2023) ...	5
Gambar 1. 2 Data Transaksi yang paling sering digunakan	7
Gambar 1. 3 Data pengguna Dompot digital di Indonesia	8
Gambar 1. 4 Riview LinkAja	10
Gambar 1. 5 Review GoPay	11
Gambar 1. 6 Kerangka pikir.....	33
Gambar 4. 1 Hasil Uji <i>Outer Model</i>	68



DAFTAR TABEL

Tabel 3. 1 Definisi Operasional (Muharram, <i>et al.</i> 2017); (Tjiptono, 2017); (Amin, <i>et al.</i> 2013).....	42
Tabel 3. 2 Skala Likert (Sugiyono 2016).....	45
Tabel 4. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	56
Tabel 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	57
Tabel 4. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Sumber informasi tentang LinkAja.....	57
Tabel 4. 4 Karakteristik Responden Berdasarkan Alasan menggunakan LinkAja untuk pertama kali.....	58
Tabel 4. 5 Karakteristik Responden Berdasarkan Tujuan menggunakan LinkAja.....	59
Tabel 4. 6 Distribusi Responden Variabel Kualitas layanan.....	60
Tabel 4. 7 Distribusi Responden Variabel Kepercayaan.....	62
Tabel 4. 8 Distribusi Responden Variabel Keputusan penggunaan.....	63
Tabel 4. 9 Hasil <i>Outer Loading</i>	65
Tabel 4. 10 Hasil analisis <i>Average Variance Extracted (AVE)</i>	67
Tabel 4. 11 Hasil Uji <i>Cross Loadings</i>	69
Tabel 4. 12 <i>Fornell Larcker</i>	70
Tabel 4. 13 Hasil Nilai <i>Composite Reliability</i>	71
Tabel 4. 14 Hasil Nilai <i>Cronbach's alpha 2</i>	72
Tabel 4. 15 Hasil <i>direct effects</i>	73
Tabel 4. 16 Hasil <i>specific indirect effects</i>	75
Tabel 4. 17 <i>R-Square (R²)</i>	76

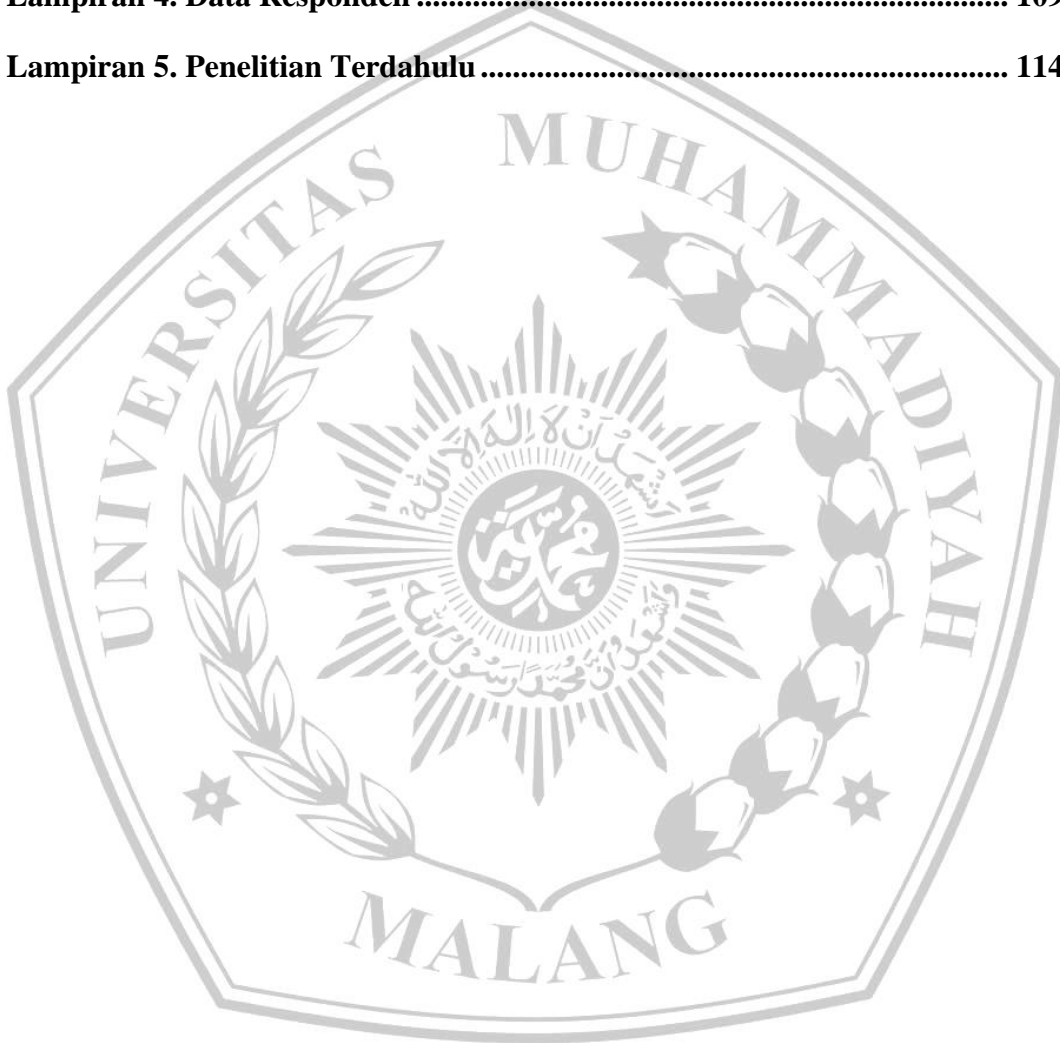
Tabel 4. 18 Nilai *Predictive Relevance* (Q^2) 77

Tabel 4. 19 Model Fit 77



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kusioner Penelitian	98
Lampiran 2. Hasil Uji SmartPLS 4	104
Lampiran 3. Ulasan Kualitas Layanan LinkAja.....	108
Lampiran 4. Data Responden	109
Lampiran 5. Penelitian Terdahulu	114



DAFTAR PUSTAKA

- Ahdiat, A. (2023, 25 Juli). Survei Pengguna Dompot Digital: *Gopay dan OVO Bersaing Ketat*. Diakses pada 11 Maret 2024, dari <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/07/25/survei-pengguna-dompot-digital-gopay-dan-ovo-bersaing-ketat>
- Ahdiat, A. (2023, 26 Oktober). *Nilai Transaksi Belanja Menggunakan Uang Elektronik/E-Money di Indonesia per Bulan (Agustus 2018-Agustus 2023)*. Diakses pada 11 Maret 2024, dari <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/10/26/transaksi-belanja-pakai-e-money-tembus-rp38-triliun-pada-agustus-2023>
- Alma, Buchari. 2013. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Alfabeta. Bandung.
- Annur, C. M. (2022, Desember). *Metode Pembayaran yang Digunakan Responden Saat Bertransaksi di Aplikasi Digital*. Diakses pada 11 Maret 2024, dari <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/04/14/survei-kic-dompot-digital-jadi-metode-pembayaran-yang-paling-banyak-digunakan-di-aplikasi-digital?ref=blog.mayar.id>
- Arta, T. L. F., & Azizah, S. N. (2020). Pengaruh Perceived Usefulness, Perceived Ease Of Use dan E-Service Quality Terhadap Keputusan Menggunakan Fitur Go-Food dalam Aplikasi Gojek. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi (JIMMBA)*, 2(2), 291-303.
- Asmawati. (2022). *Sistem Pendukung Keputusan*. Bandung : CV. Media Sains Indonesia.
- Bintarto, E. (2018). *Fintech dan Cashless Society: Sebuah Revolusi Mendongkrak Ekonomi Kerakyatan*. Call For Essays (pp. 1-77).
- Blackwell, R.D., Miniard, P.W., Engel, F.J. (2006), *Consumer Behaviour*. Mason: Thomson.
- Budiman, A. (2019). "The Role of Digital Wallets in Enhancing Financial Inclusion in Indonesia: A Case Study of OVO." *Journal of Financial Technology and Innovation*, 3(2), 120-135.
- CAI, Z. Y., ZHU, X., HUANG, Y. H., & ZHANG, C. (2019). Evolution rules of fissures in expansive soils under cyclic action of coupling wetting-drying and freeze-thaw. *Chinese Journal of Geotechnical Engineering*, 41(8), 1381-1389.
- Chatterjee, P. (2019). The Impact of Brand Experience, Service Quality, and Perceived Value on Word of Mouth of Retail Bank Customers: Investigating the Mediating Effect of Loyalty. *Journal of Financial Services Marketing*, 24(3), 207-222.
- Chen, S.C., & Dhillon, G.S. 2003. *Interpreting Dimensions of Consumer Trust in E-Commerce*. *Information Technology and Management*, 4, 303-318.

- Choudhury, K. (2013). Service Quality and Customers' Purchase Intentions: An Empirical Study of the Indian Banking Sector. *International Journal of Bank Marketing*, 31(7), 529-543.
- Daryanto. (2013). Sari Kuliah Manajemen Pemasaran. Cetakan II. Januari 2013. PT. Sarana Tutorial Nurani Sejahtera. Bandung.
- Fadhilah, M., & Cahya, A. D. (2022, July). Pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan, lokasi dan inovasi produk terhadap keputusan pembelian konsumen dengan word of mouth sebagai variabel moderasi. In *FORUM EKONOMI: Jurnal Ekonomi, Manajemen dan Akuntansi* (Vol. 24, No. 3, pp. 607-617).
- Fitriana, N. D., Nobelson, N., Setiadi, I. K., & Supriadi, Y. N. (2023). Pengaruh Promosi, Kualitas Layanan, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Tiket Bioskop Cgv Di Dki Jakarta. *Yudishtira Journal: Indonesian Journal of Finance and Strategy Inside*, 3(2), 173-196.
- Gefen, D. (2000). "E-commerce: The Role of Familiarity and Trust". *Omega*, 28(6), 725-737.
- Gronroos, C. (1984). "A Service Quality Model and its Marketing Implications". *European Journal of Marketing*, 18(4), 36-44.
- Gunawan, E., Sebastian, G. O., & Harianto, A. (2019). Analisa Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Menginap di Empat Virtual Hotel Operator di Surabaya. *Journal of Indonesian Tourism, Hospitality and Recreation*, 2(2), 145-153
- Hair Jr., J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C., & Sarstedt, M. (2016). *A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM)*. CA: Sage Publications.
- Harahap, B. A., Idham, P. B., Kusuma, A. C. M., & Rakhman, R. N. (2017). Perkembangan financial technology terkait central bank digital currency (cbdc) terhadap transmisi kebijakan moneter dan makroekonomi. *Bank Indonesia*, 2, 1-80.
- Hasanah, N., Sudaryanto, S., & Puspitasari, D. (2021). "The Role of State-Owned Enterprises in Promoting Digital Payment Systems: A Case Study of LinkAja in Indonesia." *Journal of Financial Services and Digital Innovation*, 7(1), 65-80.
- Haudi. (2021). *Teknik Pengambilan Keputusan* (H. Wijoyo (ed.)). Sumatra Barat: Insane Cendekia.
- Hawkins, & Mothersbaugh. (2013). *Consumer Behaviour: Building Marketing Strategy*. New York: The McGraw-Hill Companies, Inc.

- Herawati, H. (2016). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Keputusan Penggunaan Jasa Pada Rumah Sakit Umum Daerah (RSUD) Waluyo Jati Kraksaan Kabupaten Probolinggo. *Jurnal Ilmiah Ecobuss*, 4(1), 1-8.
- Hidayati, Heryanda. (2022). Pengaruh E-Service Quality Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Netflix. *Jurnal Manajemen*, Vol. 8 No. 1
- Ihsan, M., & Siregar, A. P. (2019). Pengaruh E-service Quality Terhadap Keputusan Pengguna Jasa Ojek Online Go-Ride dalam Aplikasi Go-Jek melalui Kepercayaan Konsumen di Kota Jambi. *J-MAS (Jurnal Manajemen Dan Sains)*, 4(1), 170-175.
- Indah, D. R. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Lokasi terhadap Keputusan Penggunaan Jasa Pengiriman Barang PT. Citra Van Titipan Kilat Kota Langsa. *Jurnal Samudra Ekonomika*, 3(1), 1-8.
- Irwansyah, R., Sutanto, J., & Yulianto, A. (2021). "Factors Influencing Consumer Behavior in the Digital Marketplace: An Analysis Based on Kotler and Armstrong's Framework." *Journal of Business and Management Studies*, 10(2), 89-105.
- Jebarajakirthy, C., Shankar, A., & Stephen, J. (2021). Determinants of Continuous Intention to Use FinTech Services: The Moderating Role of COVID-19. *Journal of Financial Services Marketing*, 26(1), 35-52.
- Kanitra, A.R. dan Kusumawati, A. (2018) "Pengaruh Country Of Origin Dan Online Consumer Review Terhadap Trust Dan Keputusan Pembelian (Survei Pada Mahasiswa S1 Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya Angkatan 2015/2016 Dan 2016/2017 Tahun Akademik 2017/2018 Pembeli Produk Oppo Smartphone)", *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)* 61(1), pp. 64-73.
- Kholifah, A. P. (2023). Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Kualitas Pelayanan, Persepsi Keamanan Terhadap Keputusan Penggunaan Brimo di Bank BRI Kota Malang.
- Kim, D. J., Ferrin, D. L., & Rao, H. R. (2008). *A trust-based consumer decision-making model in electronic commerce: The role of trust, perceived risk, and their antecedents. Decision Support Systems*, 44(2), 544–564.
- Kotler dan Keller. 2008. *Manajemen Pemasaran*. Jilid I. Edisi ke 13. Jakarta: Erlangga
- Kotler, P. dan Keller, K, L. 2007. *Manajemen Pemasaran (Benjamin Molan, Pentj)*. Ed 12, Jilid 1&2. Jakarta: Indeks.
- Kotler, Philip, & Keller, K. L. (2016). *Marketing Managemen 15 Th Edition* Pearson Education. Inc.

- Kurniawan, A. W., & Puspitaningtyas, Z. (2016). *METODE PENELITIAN KUANTITATIF*. Pandiva Buku.
- Labrecque, L.I. (2020). The Impact of Perceived Social Media Interactivity on Brand Trust: The Mediating Role of Perceived Usefulness and Brand Loyalty. *Journal of Marketing Theory and Practice*, 28(4), 423-439.
- Lehtinen, U., & Lehtinen, J.R. (1991). "Two Approaches to Service Quality Dimensions". *The Service Industries Journal*, 11(3), 287-303.
- Lien, C.-H., & Cao, Y. (2014). Service Quality, Satisfaction, Stickiness, and Usage Intentions: An Exploratory Study of WeChat in China. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 21(4), 325-334.
- Lim. Et.al. 2001. *Sustainable Marketing Enterprise in Asia*. Prentice Hall. Singapura.
- Liu, C., Marchewka, J.T., Lu, J., Yu, C.S., 2005. *Beyond concern a privacy trust behavioral intention model of electronic commerce*. *Inf. Manag.* 42, 289–304.
- Liusito, R. A., Tulung, J. E., & Saerang, R. T. (2020). The influence of consumer trust and perceived value on consumer purchase decision of e-commerce in social media (study case in Manado). *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 8(4).
- Mandiri, A., & Metekohy, E. (2021). Pengaruh Kualitas Layanan Dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Nasabah Dalam Menggunakan Bri Mobile (Brimo). *Account: Jurnal Akuntansi, Keuangan dan Perbankan*, 8(1). 1423–1430
- Martínez, P., & Del Bosque, I. R. (2013). CSR and customer loyalty: The roles of trust, customer identification with the company and satisfaction. *International Journal of Hospitality Management*, 89-99.
- Martono, N. (2016). *Social research methods: key concepts*. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada.
- Maslikhatun, S. (2021). "The Influence of E-Commerce Platforms on Digital Payment Usage: A Study on ShopeePay." *Journal of E-Commerce and Digital Economy*, 6(3), 210-225.
- Mawadah, I., Ediyanto, E., & Praja, Y. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan dalam Menentukan Keputusan Pembelian pada Café Kopi SIIPPP di Situbondo dengan Kepercayaan Konsumen sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Mahasiswa Entrepreneurship (JME)*, 1(7), 1511-1524.
- Mawar, M., Andriyani, L., Gultom, A., & Ketiara, K. (2021). Dampak Sosial Ekonomi Kebijakan Pemberlakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat (PPKM) di Indonesia. Artikel disampaikan pada Seminar Nasional Penelitian LPPM UMJ 2021, Jakarta, 28 Oktober 2021.

- McKnight, D.H., Choudhury, V., and Kacmar, C. (2002). De veloping and Validating Trust Measures for e-Commerce: An Integrative Typology. *Information Systems Research*, 13(3), 334–359.
- Mowen, John, C & Minor, Michael. (2012). *Comsumer Behavior*. 11st Edition Boston: Prentice Hall.
- Mulyana, A. (2020). "The Impact of Digital Payment on The Growth of Digital Economy in Indonesia: Case Study of GoPay." *Journal of Digital Economy and Business*, 5(1), 45-60.
- Murdayanti, Y., & Khan, M. N. A. A. (2021). *The Development of Internet Financial Reporting Publications: A concise of bibliometric analysis. In Heliyon* (Vol. 7, Issue 12). Elsevier Ltd. <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2021.e08551>
- Muthukannan, P., Tan, B., Gozman, D., & Johnson, L. (2020). The Emergence of a Fintech Ecosystem: A Case Study of the Vizag Fintech Valley in India. *Information & Management*, 57(8), 103385.
- Nainggolan, L. P. S. I., Abdullah, M. A. F., & Perkasa, D. H. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kemudahan Penggunaan dan Persepsi Keamanan Terhadap Keputusan Penggunaan GoTransit (Studi Kasus Stasiun Tanah Abang). *Musyitari: Neraca Manajemen, Akuntansi, dan Ekonomi*, 1(5), 21-30.
- Nurhaliza, N., & Sugianto, S. (2022). Pengaruh E-Service Quality dan Perceived Usefulness Terhadap Keputusan Penggunaan Jasa Transportasi Gojek Dengan Kepercayaan Sebagai Variabel Intervening Pada Mahasiswa/I UIN Sumatera Utara. *Ad-Deenar: Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam*, 6(02).
- Nurlaily, F., Nurdin, I., & Herlina, R. (2021). The Effect of Perceived Ease of Use, Perceived Usefulness, and Trust on Customer Intention to Use Mobile Payment Services. *International Journal of Management and Commerce Innovations*, 9(1), 562-567.
- Nurzanita, R., & Marlana, N. (2020). Pengaruh persepsi manfaat terhadap keputusan penggunaan gopay di surabaya dengan kepercayaan sebagai variabel intervening. *AKUNTABEL: Jurnal Ekonomi dan Keuangan*, 17(2), 277-288.
- Oktaviar, C., Arief, H., & Saratian, E. T. P. (2024). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kepercayaan, dan Kenyamanan terhadap Keputusan Menggunakan QRIS sebagai Alat Pembayaran Digital. *Management Studies and Entrepreneurship Journal (MSEJ)*, 5(2), 6776-6790.
- Parasuraman, Valarie A. Z. and Berry. (2002). *Delivering Service Quality*. Mc Milan, New York.

- Pasi, L. N. K., & Sudaryanto, B. (2021). Analisis Pengaruh Online Customer Reviews dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian dengan Kepercayaan sebagai Variabel Intervening (Studi pada Konsumen Shopee di Kota Semarang). *Diponegoro Journal of Management*, 10(4).
- Peppers, Don and Rogers, Martha, 2004, *Managing Customer Relationships: A Strategic Framework*, New Jersey: John Wiley & Sons, Inc.
- Peter, J. Paul dan Jerry C. Olson. 2013. *Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran*. Buku 1. Edisi 9. Jakarta. Salemba Empat.
- Prasetijo, R., & Ihalauw, J. J. (2005). *Perilaku konsumen*.
- Prihatini, D. N., & Hidayati, L. L. A. (2019). Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan, Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Penggunaan Transportasi Online (Studi Kasus Pada Pengguna Go-Ride Dalam Aplikasi Gojek Di Kota Magelang). In *Ummagelang Conference Series* (pp. 505-517).
- Putra, Mohammad Dino Aulianto, & Parmariza, Yennida. (2021). Pengaruh E-Service Quality, Kepercayaan dan Persepsi Resiko Terhadap Keputusan Pembelian Menggunakan Gopay. *Journal of Indonesian Economy and Business*, Vol. 39, No. 2, pp. 121-142. DOI: 10.22146/jieb.v39i2.9323
- Putri, P. A., Taufiqurrahman, & Noviasari, H. (2023). Pengaruh Persepsi Manfaat dan Persepsi Kemudahan Penggunaan melalui Kepercayaan terhadap Keputusan Penggunaan QRIS. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 5(2), 215-228.
- Putri, V. N. A. R., & Pradhanawati, A. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Promosi terhadap Keputusan Penggunaan Aplikasi Grab. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 10(4), 1398-1407.
- Rahmayani, N. (2018). Tinjauan Hukum Perlindungan Konsumen Terkait Pengawasan Perusahaan Berbasis Financial Technology di Indonesia. *Pagaruyuang Law Journal*, 2(1), 24-41.
- Rennie, A., Protheroe, J., Charron, C., & Breatnach, G. (2020). Decoding decision: *Making sense of the messy middle*.
- Rizan, M., Haro, A., & Rahmadhina, B. (2019). Pengaruh perceived ease of use dan service quality terhadap customer satisfaction dengan trust sebagai intervening (studi kasus pada pengguna grab di wilayah jakarta). *JRMSI- Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia*, 10(2), 337-355.
- Rocha, H., Filgueiras, M., Tavares, J. P., & Ferreira, S. (2023). Public Transport Usage and Perceived Service Quality in a Large Metropolitan Area: The Case of Porto. *Sustainability*, 15(7), 6287.

- Rusmahafi, F. A., & Wulandari, R. (2020). The effect of brand image, service quality, and customer value on customer satisfaction. *International Review of Management and Marketing*, 10(4), 68.
- Rust, R.T., & Oliver, R.L. (1994). "Service Quality: Insights and Managerial Implications from the Frontier". In: Rust, R.T., Oliver, R.L. (eds) *Service Quality: New Directions in Theory and Practice*. Sage Publications.
- Safariah, S. T., Ferils, M., & Arsyad, M. (2023). Pengaruh Kepercayaan Konsumen Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Penggunaan Jasa Pengiriman Barang Pada PT. Pos Indonesia Cabang Kalukku. *SEIKO: Journal of Management & Business*, 6(2).
- Safitra, R. (2023). Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan terhadap Keputusan Penggunaan Jasa Transportasi Online Go-Car dengan Kepuasan Konsumen Menjadi Moderasi pada Saat Kondisi Pandemi Covid 19 di Kota Tangsel. *Maeswara: Jurnal Riset Ilmu Manajemen dan Kewirausahaan*, 1(5), 350-366.
- Saqdiyah, N., & Patrikha, F. D. (2023). Pengaruh Harga, Kualitas Layanan Dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Keputusan Pembelian Kuota Internet Melalui Aplikasi. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (Jptn)*, 11(2), 229-239.
- Sarstedt, M., & Cheah, J. H. (2019). Partial least squares structural equation modeling using SmartPLS: a software review. In *Journal of Marketing Analytics* (Vol. 7, Issue 3). <https://doi.org/10.1057/s41270-019-00058-3>
- Schiffman dan Kanuk. 2008. *Perilaku konsumen*. Edisi 7. Jakarta: Indeks
- Schiffman, L.G., & Kanuk, L.L. (2010). *Consumer Behaviour* (10th ed). New Jersey, Pearson Prentice Hall.
- Schueffel, P. (2016). "Taming the Beast: A Scientific Definition of Fintech". *Journal of Innovation Management*, 4(4), 32-54.
- Setiadi, N. J. (2019). "Consumer Behavior and Marketing Strategy in the Digital Era." *Journal of Marketing and Consumer Research*, 12, 45-60.
- Solomon, M. R., Russell-Bennett, R., & Previte, J. (2019). *Consumer Behaviour: Buying, Having, and Being*. Pearson.
- Soraya, N. W., & Santosa, S. B. (2023). Pengaruh Promo Pengembalian Dana, Diskon, dan Kualitas Layanan terhadap Keputusan Pembelian Menggunakan Dompot Digital dengan Kepercayaan Merek sebagai Variabel Intervening (Studi pada Dompot Digital GoPay di Indonesia). *Diponegoro Journal of Management*, 12(3).
- Steinberg, Scott *et al.* (2012). *The Crowdfunding Bible*.

- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Pendidikan: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Sumadi, S., Romdhoni, A. H., & Fatakhurohim, F. (2022). Analisis Faktor Kepercayaan, Manfaat Dan Keamanan Terhadap Minat Penggunaan E-Money Dalam Perspektif Ekonomi Syariah (Studi Kasus Pada Masyarakat di Boyolali). *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 8(2), 2195-2201.
- Suryani, W. (2013). Faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan mahasiswa memilih fakultas ekonomi universitas islam sumatera utara al munawaroh medan. *Jurnal Ekonomi Modernisasi*, 9(1), 33-48.
- Theresia Br Gurusinga, I., Irawan, B., & Endhiarto, T. (2023). Pengaruh Kualitas Informasi, Promosi, dan Kemudahan Penggunaan terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal UNEJ*, 17(2), 162-174.
- Tjiptono, F. (2017). "Service Quality and Customer Satisfaction: A Comparative Analysis of Various Service Industries." *Journal of Service Management and Marketing*, 9(1), 22-35.
- Tjiptono, Fandy. 2007. *Strategi Pemasaran*. Edisi Pertama. Andi Offset, Yogyakarta.
- Tjiptono, Fandy. 2019. *"Pemasaran Jasa Edisi Terbaru"*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Vonnisa, P. (2021). "Digital Payment Systems in Indonesia: Analyzing the Growth and Adoption of DANA." *International Journal of Digital Payments*, 4(1), 78-92.
- Wahyuni, S., & Arifin, M. (2020). "LinkAja and Its Contribution to the Financial Inclusion in Indonesia: Analysis of Digital Payment Trends." *Journal of Digital Economy and Financial Inclusion*, 4(3), 135-150.
- Wahyuningsih, Sri. (2019). "Implementasi Peer To Peer Lending Di Indonesia, Layanan Pembiayaan Berbasis Financial Technology." *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB Universitas Brawijaya*.
- Wibowo, S. F., Sari, E. P., & Saidani, B. (2017). The effect of trust and brand image on purchase decision (Toyota car survey in Jakarta region). *JRMSI-Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia*, 8(2), 318-338.
- Wicaksono, M. B., Triwardhani, D., & Nastiti, H. (2021). Pengaruh kepercayaan dan kualitas layanan terhadap keputusan penggunaan m-banking mandiri di Jakarta Selatan. *Konferensi Riset Nasional Ekonomi Manajemen dan Akuntansi*, 2(1), 1090-1103.
- Wifky Muharam, Euis Soliha. 2017. "Kualitas Produk, Citra Merek, Persepsi Harga Dan Keputusan Pembelian Konsumen Honda Mobilio." *Prosiding Seminar Nasional Multi Disiplin Ilmu Dan Call For Papers Unisbank* (ISBN: 9-789-7936-499-93):755-62.

- Yendra, Y. (2017). Pengaruh Kepuasan Dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Nasabah Bank Syariah Mandiri Di Kota Jayapura. *Future: Jurnal Manajemen dan Akuntansi*, 4(2), 267-278.
- Yousafzai, S. Y., Pallister, J. G., & Foxall, G. R. (2003). A proposed model of e-trust for electronic banking. *Technovation*, 23(11), 847-860.
- Zalma, S. P., Hidayat, N., & Yusuf, M. (2021). Peran Kepercayaan Memediasi Pengaruh Pengalaman Terhadap Niat Menggunakan Kembali Aplikasi Pembayaran X di Jakarta. *Jurnal Bisnis, Manajemen, dan Keuangan*, 2(2), 364-375.

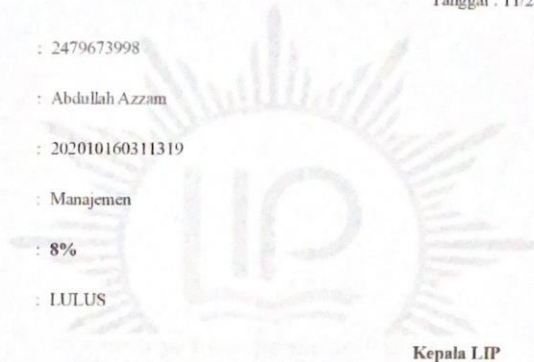




Lembaga Informasi dan Publikasi
Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Malang
Tanda Terima Cek Plagiasi

Tanggal : 11/25/2024

Kode : 2479673998
Nama : Abdullah Azzam
NIM : 202010160311319
Prodi : Manajemen
Presentasi Plagiasi : 8%
Keterangan : LULUS



Kepala LIP



Rinaldy Achmad Roberth Fathoni, S.AB., M.M

