

**PENGARUH PERSEPSI KEMUDAHAN DAN
PERSEPSI MANFAAT TERHADAP MINAT BELI
ULANG SALDO GOPAY DENGAN KEPERCAYAAN
SEBAGAI VARIABEL MEDIASI PADA GENERASI Z
DI KOTA PALANGKA RAYA**

Oleh

Handre Wahyu Isnindar

193020302111

SKRIPSI

Untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi

Jurusan Manajemen

Bidang Konsentrasi Pemasaran



**KEMENTERIAN PENDIDIKAN TINGGI, SAINS DAN TEKNOLOGI
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PALANGKA RAYA
TAHUN 2026**

LEMBAR PERSETUJUAN

Pengaruh Persepsi Kemudahan Dan Persepsi Manfaat Terhadap Minat Beli Ulang Saldo Gopay Dengan Kepercayaan Sebagai Variabel Mediasi Pada Generasi Z Di Kota Palangka Raya

Oleh

Handre Wahyu Isnindar

193020302111

Untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi

Jurusan Manajemen

Bidang Konsentrasi Pemasaran

Palangka Raya, 20 Agustus 2026

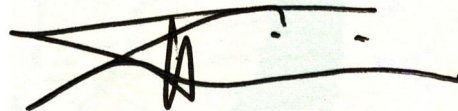
PEMBIMBING I



Dr. MEITIANA, M.M

NIP. 19660514 199203 2 002

PEMBIMBING II

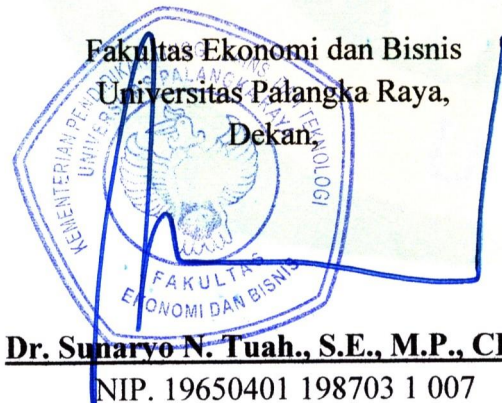


Dr. Vivy Kristinae, SE., M.Si

NIP. 19840910 201504 2 000

Mengetahui,

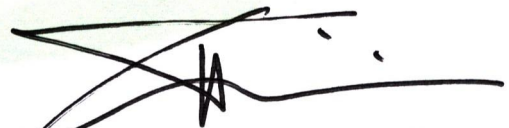
Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Palangka Raya,
Dekan,



Dr. Sunaryo N. Tuah., S.E., M.P., CHRA

NIP. 19650401 198703 1 007

Jurusan Manajemen
Ketua,



Dr. Vivy Kristinae, SE., M.Si

NIP. 19840910 201504 2 000

LEMBAR PENGESAHAN

Pengaruh Persepsi Kemudahan dan Persepsi Manfaat Terhadap Minat Beli Ulang
Saldo Gopay dengan Kepercayaan Sebagai Variabel Mediasi

Oleh

Handre Wahyu Isnindar

193020302111

Dipertahankan di depan Tim Penguji Skripsi
Jurusan Manajemen
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Palangka Raya
Tanggal 01 Agustus 2026

Untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi
Jurusan Manajemen
Bidang Konsentrasi Pemasaran

TIM PENGUJI

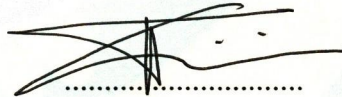
1. **Dr. MEITIANA, M.M**

Ketua


.....

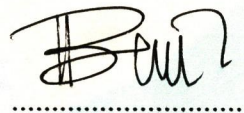
2. **Dr. Vivy Kristinae, SE, M.Si**

Anggota


.....

3. **Gema Borneo Poetra, SE, MM, CERA**

Anggota


.....

IDENTITAS TIM PENGUJI

**PENGARUH PERSEPSI KEMUDAHAN DAN PERSEPSI MANFAAT
TERHADAP MINAT BELI ULANG SALDO GOPAY DENGAN
KEPERCAYAAN SEBAGAI VARIABEL MEDIASI**

NAMA MAHASISWA : HANDRE WAHYU ISNINDAR
NIM : 193020302111
PROGRAM STUDI : MANAJEMEN
KONSENTRASI : PEMASARAN

TIM PENGUJI

KETUA TIM PENGUJI : Dr. MEITIANA, M.M
ANGGOTA : Dr. Vivy Kristinae, SE, M.Si
ANGGOTA : Gema Borneo Poetra, SE, MM, CERA

Tanggal Ujian : 20 Agustus 2026
No. SK Penguji : 4302/UN24.4/KP/2026

PERNYATAAN ORISINALITAS

Dengan ini saya menyatakan :

1. Karya tulis saya, ini, adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik, baik di Universitas Palangka Raya maupun perguruan tinggi lainnya.
2. Karya tulis ini murni gagasan, rumusan dan penilaian sendiri, tanpa bantuan pihak lain, kecuali arahan Tim Pembimbing.
3. Dalam karya tulis ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan dalam daftar pustaka.
4. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh serta sanksi lainnya sesuai dengan Undang-undang Nomor 20 tahun 2003 Bab XX tentang sanksi karya ilmiah dan norma yang berlaku di perguruan tinggi ini.

Palangka Raya, 01 Agustus 2026

Yang membuat pernyataan,



Handre Wahyu Isnindar

NIM. 193020302111

ABSTRAK

Penelitian ini membahas tentang “Pengaruh Persepsi Kemudahan Dan Persepsi Manfaat Terhadap Minat Beli Ulang Saldo Gopay Dengan Kepercayaan Sebagai Variabel Mediasi Pada Generasi Z Di Kota Palangka Raya”

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dan menguji pengaruh persepsi kemudahan dan persepsi manfaat terhadap minat beli ulang saldo Gopay pada Generasi Z di Kota Palangka Raya, dengan kepercayaan sebagai variabel mediasi.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif. Teknik pengambilan sampel menggunakan pendekatan *non-probability sampling* dengan menyebarkan kuesioner secara langsung/daring kepada 100 responden Generasi Z di Kota Palangka Raya. Teknik analisis data dilakukan dengan menggunakan *Structural Equation Model* (SEM) berbasis kuesioner yang diolah melalui perangkat lunak SmartPLS 4.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi kemudahan dan persepsi manfaat berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepercayaan pengguna Gopay. tetapi persepsi kemudahan terbukti tidak berpengaruh secara signifikan terhadap minat beli ulang saldo Gopay. Dan juga persepsi manfaat terbukti berpengaruh secara signifikan terhadap minat beli ulang saldo Gopay.

Serta kepercayaan terbukti berpengaruh positif dan signifikan dalam memediasi hubungan antara persepsi kemudahan dan persepsi manfaat terhadap minat beli ulang saldo GoPay. Kepercayaan memegang peranan kunci sebagai variabel penghubung (mediasi) yang dapat memperkuat pengaruh persepsi kemudahan dan manfaat terhadap dorongan Generasi Z untuk melakukan pembelian ulang saldo Gopay secara berkelanjutan.

Kata Kunci : Persepsi Kemudahan, Persepsi Manfaat, Minat Beli Ulang, Kepercayaan, Gopay, Generasi Z.

ABSTRACT

This study discusses "The Influence of Perceived Ease of Use and Perceived Usefulness on GoPay Repurchase Intention, with Trust as a Mediating Variable among Generation Z in Palangka Raya City."

This study aims to analyze and test the influence of perceived ease of use and perceived benefit on GoPay repurchase intention among Generation Z in Palangka Raya City, with trust as a mediating variable.

The method used in this study was quantitative. The sampling technique used a non-probability sampling approach by distributing questionnaires in person or online to 100 Generation Z respondents in Palangka Raya City. Data analysis was performed using a questionnaire-based Structural Equation Model (SEM) processed using SmartPLS 4 software.

The research results indicate that perceived ease of use and perceived usefulness have a positive and significant effect on GoPay user trust; however, perceived ease of use was found not to have a significant effect on the intention to repurchase GoPay balances. Conversely, perceived usefulness was proven to have a significant effect on the intention to repurchase GoPay balances.

Furthermore, trust was found to positively and significantly mediate the relationship between perceived ease of use and perceived usefulness and the intention to repurchase GoPay balances. Trust plays a key role as a mediating variable that can strengthen the impact of perceived ease of use and usefulness on Generation Z's drive to make repeat purchases of GoPay balances on an ongoing basis.

Keywords: Perceived Ease Of Use, Perceived Usefulness, Trust, Repurchase Intention, GoPay, Generation Z, Palangka Raya .

RIWAYAT HIDUP

Penulis bernama Handre Wahyu Isnindar dilahirkan di Sampit, 04 September 2001, anak pertama dari dua bersaudara dari pasangan Bapak Muchamad Isnindar dan Ibu Yayuk.

Pendidikan yang telah ditempuh adalah sebagai berikut :

- 1 Pada tahun 2013, penulis telah menyelesaikan Pendidikan di SD Negeri 1 Panarung Kota Palangka Raya.
- 2 Pada tahun 2016, penulis telah menyelesaikan Pendidikan di SMP Negeri 6 Palangka Raya.
- 3 Pada tahun 2019, penulis telah menyelesaikan Pendidikan di SMA Negeri 1 Palangka Raya.
- 4 Pada tahun 2019, penulis diterima sebagai mahasiswa di Universita Palangka Raya (UPR), Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Jurusan Manajemen, Program Studi Manajemen melalui jalur SMMPTN.

Selama menjadi mahasiswa di Universitas Palangka Raya, penulis telah mengikuti program Kuliah Kerja Nyata Tematik Mandiri (KKN-T) periode II tahun 2022 pada bulan Juli sampai Agustus di Desa Teluk Nyatu yang terletak di Kecamatan Kurun, Kabupaten Gunung Mas, Provinsi Kalimantan Tengah.

Sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana perikanan, penulis melaksanakan penelitian yg berjudul “Pengaruh Persepsi Kemudahan dan Persepsi Manfaat Terhadap Minat Beli Ulang Saldo Gopay dengan Kepercayaan Sebagai Variabel Mediasi Pada Generasi Z di Kota Palangka Raya”. Dibawah bimbingan Dr. MEITIANA, M.M dan Dr. Vivy Kristinae, SE, M.Si.

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur panjatkan kehadiran Tuhan Yang Maha Esa, karena atas rahmat, karunia dan juga pertolongan-Nya sehingga pada kesempatan ini penulis dapat menyelesaikan proposal skripsi yang berjudul "Pengaruh Persepsi Kemudahan dan Persepsi Manfaat Terhadap Minat Beli Ulang Saldo Gopay dengan Kepercayaan Sebagai Variabel Mediasi pada Generasi Z di Kota Palangka Raya". Proposal penelitian ini disusun guna memenuhi salah satu syarat dalam memperoleh gelar Sarjana Strata-1 pada program studi Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Palangka Raya.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa penyusunan skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, penulis memohon maaf jika dalam proposal skripsi ini terdapat kesalahan sehingga kritik dan saran dari pembaca sangat diperlukan untuk perbaikan dalam penyusunan skripsi ini.

Pada kesempatan ini pula penulis mengucapkan banyak terimakasih kepada:

1. Prof. Dr. Ir. Salampak Dohong, M.S selaku rektor Universitas Palangka Raya yang telah memberikan kesempatan untuk menuntut ilmu di Universitas Palangka Raya.
2. Dr. Sunaryo N. Tuah., S.E., M.P., CHRA. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Palangka Raya.
3. Dr. Vivy Kristinae, SE, M.Si selaku ketua jurusan manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Palangka Raya.
4. Dr. Meitiana, Se., MM dan Dr. Vivy Kristinae, SE, M.Si, selaku pembimbing skripsi I dan II yang telah bersedia meluangkan waktu dan pemikirannya serta memberikan masukan dalam penyelesaian skripsi ini.
5. Gema Borneo Poetra, SE, MM, CERA, selaku dosen penguji skripsi ini karena telah bersedia meluangkan waktu dan pemikirannya serta memberikan masukan dalam penyelesaian skripsi ini.

6. Seluruh dosen jurusan manajemen yang telah memberikan saya ilmu yang sangat bermanfaat bagi saya sekarang dan pastinya akan selalu berguna untuk saya di kemudian hari.
7. Staff jurusan manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Palangka Raya yang telah membantu berkas dan segala urusan selama proses perkuliahan.
8. Para responden penelitian yang telah meluangkan waktunya untuk mengisi kuisioner penelitian ini.
9. Kedua orang tua saya Muchamad Isnindar dan Yayuk yang telah melahirkan, membesarkan, mendidik, mendukung dan membiayai segala sesuatunya kepada penulis. dan juga saudara laki-laki saya Muhammad Musokhikhul Khasanat terima kasih untuk doa dan nasehat yang telah diberikan kepada saya.

Akhir kata penulis mengucapkan terima kasih, semoga tulisan ini dapat bermanfaat bagi kita semua.

Palangka Raya, 01 Agustus 2026



Penulis
HANDRE WAHYU ISNINDAR
NIM 193020302111

DAFTAR ISI

	Halaman
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
KATA PENGANTAR.....	ix
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	15
1.1. Latar Belakang Masalah	15
1.2. Rumusan Masalah	18
1.3. Tujuan Penelitian.....	19
1.4. Manfaat Penelitian.....	19
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	21
2.1 Penelitian Terdahulu.....	21
2.2 Teori Yang Digunakan	23
2.3 Kerangka Konsep Penelitian	28
2.4 Hipotesis Penelitian	29
BAB III METODE PENELITIAN	31
3.1. Jenis Penelitian	31
3.2. Sumber Informasi	31
3.3. Instrumen Penelitian.....	34
3.4. Definisi Operasional Variabel Penelitian	35
3.5. Prosedur Pengumpulan Data	37
3.6. Metode Analisis Data	38
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	43
4.1. Gambaran Umum Objek Penelitian.....	43
4.2. Hasil Penelitian.....	44
4.3. Pembahasan	63

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	68
5.1. Kesimpulan.....	68
5.2. Saran	69
DAFTAR PUSTAKA.....	70
LAMPIRAN.....	73

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 2.1. Penelitian Terdahulu	21
Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel.....	36
Tabel 3.2 Skala Likert	38
Tabel 4.1 Hasil Uji <i>Convergent Validity</i>	49
Tabel 4.2 Hasil Uji <i>Average Variance Extracted</i>	52
Tabel 4.3 Hasil Uji <i>Diskriminant Validity</i> Tahap 1	53
Tabel 4.4 Hasil Uji <i>Diskriminant Validity</i> Tahap 2	54
Tabel 4.5 Nilai <i>Cronbach's Alpha</i>	55
Tabel 4.6 Nilai <i>Composite Reability</i>	55
Tabel 4.7 Model Fit	56
Tabel 4.8 Model <i>R-Square</i>	58
Tabel 4.9 Model <i>f-Square</i>	59
Tabel 4.10 <i>bootstrapping direct effect</i>	61
Tabel 4.11 <i>bootstrapping indirect effect</i>	62

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1. Kerangka Konsep Penelitian	28
Gambar 4.1. Diagram Umur Responden	45
Gambar 4.2. Diagram Jenis Kelamin Responden	46
Gambar 4.3. Diagram Pekerjaan Responden	46
Gambar 4.4. Diagram Frekuensi Penggunaan Gopay	47
Gambar 4.5. Model SmartPLS	48
Gambar 4.6. Model Struktural <i>Bootstraping</i>	60

DAFTAR PUSTAKA

- Putra, D. A., & Sumartik. (2024). The role of customer experience, brand image, and trust on repurchase intention. *Management studies and entrepreneurship journal (MSEJ)*, 5(2), 4082-4107.
- Marikyan, D.& Papagiannidis, S. (2026) *Technology Acceptance Model: A review*. In S. Papagiannidis (Ed), *TheoryHub Book*. Available at <https://open.ncl.ac.uk> / ISBN: 9781739604400
- Hadi, N. R. C., Karnadi, K., & Praja, Y. (2022). Pengaruh Brand Image Dan Trust Terhadap Minat Beli Ulang Skincare Ms Glowmelalui Keputusan Pembelian Aebagai Variabel Intervening Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Minat Beli Ulang Saleh Situbondo. *Jurnal Mahasiswa Entrepreneurship (JME)*, 1(3), 603-618.
- Denisa, S. P., Achsa, A., & Sadewo, S. T. (2026). Pengaruh Perceived Usefulness, Perceived Ease Of Use, Dan Trust Terhadap Repurchase Intention Pada Pengguna Shopee Di Kota Magelang (Studi Kasus Pada Skincare Skintific). *Jurnal Bina Bangsa Ekonomika*, 19(1), 288-300.
- Sawitri, N. L. P. W., & Giantari, I. G. A. K. (2020). The role of trust mediates the effect of perceived ease of use and perceived usefulness on online repurchase intention. *American Journal of Humanities and Social Sciences Research (AJHSSR)*, 4(1), 374-381.
- Halim, A., & Keni, K. (2023). Pengaruh trust, perceived ease of use, dan perceived usefulness terhadap repurchase intention dengan menggunakan e-commerce. *Jurnal Manajemen Bisnis dan Kewirausahaan*, 7(3), 650-662.
- Syamsudin, M. A., & Marliani, L. E. (2025). Peran Trust dalam Memediasi Pengaruh Perceived Ease of Use dan Perceived Usefulness terhadap Repurchase Intention pada Aplikasi Tokopedia. *Jurnal Lentera Bisnis*, 14(1), 661-676.
- Syahrani, D. P., & Yasa, N. K. (2022). The role of trust as mediation between perceived usefulness and perceived ease of use on repurchase intention. *European Journal of Development Studies*, 2(3), 36-40.
- Pambudi, A., Widayanti, R., & Edastama, P. (2021). Trust and acceptance of e-banking technology: Effect of mediation on customer relationship management performance. *ADI Journal on Recent Innovation*, 3(1), 86-95.
- Priyatma, J. E., & Eka, A. (2022). The impact of perceived usefulness and perceived ease-of-use on repurchase intention of online shopping app users. *International Journal of Social Science and Human Research*, 5(10), 4764-4769.

- Ocampo-Alvarado, J. C., & Ullaauri-Ugarte, M. P. (2021). Factors for the acceptance and use of a learning management system in students of an ecuadorian university. *Revista Electronica Educare*, 25(3). <https://doi.org/10.15359/ree.25-3.10>
- Napitupulu, M. H., & Supriyono, S. (2023). Pengaruh keamanan dan kepercayaan terhadap keputusan pembelian pada e-commerce Lazada di Surabaya. *Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 5(2), 789-800.
- Simamora, K. (2023). Kewenangan Lembaga Mandiri Komisi Informasi Provinsi Banten Dalam Keterbukaan Informasi Guna Meningkatkan Kepercayaan Masyarakat Terhadap Pemerintah Daerah Kota Serang Berdasarkan UU No. 14 Tahun 2008 Tentang Keterbukaan Informasi Publik. *Innovative: Journal Of Social Science Research*, 3(5), 10510-10521.
- Putri, A. I., & Setiadi, Y. W. (2022). *The effect of shopping orientation, online trust, and purchase experience on interest to buy online*. *Jurnal Ilmu Ekonomi dan Sosial (JIES)*, 11(1), 57–73.
- Sjahrudin, H., Rusma, R., Faudziah, C. D., Jannah, M., Baithar, N. A., Sari, U. R. M., & Zain, Y. (2025). Efek moderasi kepercayaan pengguna: Dampak literasi keuangan dan kemudahan terhadap keputusan penggunaan QRIS. *Jurnal Bina Bangsa Ekonomika*, 18(1), 1323-1336.
- Yanti, S. N. M., Sihabudin, & Fauji, R. (2026). Pengaruh kepercayaan, kemudahan platform, dan akuntabilitas perusahaan terhadap minat masyarakat menggunakan fintech crowdfunding Kitabisa di Karawang. *Jurnal Manajemen dan Ekonomi Kreatif*, 4(2), 52–67.
- Dasser, A. M., Dotulong, L. O. H., Loindong, S. S. R., Dasser, A. M., Dotulong, L. O. H., & Loindong, S. S. R. (2024). Pengaruh Corporate Reputation dan Keamanan terhadap Keputusan Pembelian pada E-commerce Tokopedia oleh konsumen Desa Tateli Satu yang Dimediasi oleh Trust. 12(03), 400–411.
- Herman, Y. Y., Ngatno, & Budiarmo, A. (2023). *Peran kepuasan konsumen dalam memediasi pengaruh online service convenience terhadap online repurchase intention (Studi kasus pada pengguna GrabFood Generasi Z)*. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 12(2), 519–530.
- Wiyanti, S., Rahma, M. Y., Putri, P. K. B. R., & Pramushinta, A. D. (2025). *Pengaruh harga, kualitas produk dan promosi terhadap minat beli ulang konsumen Coffeeshop Budaya Kopi Kota Tegal*. *Ebisnis Manajemen*, 3(1), 1–14.
- Zahro, S. Z., & Hadi, M. (2023). Pengaruh perceived usefulness dan perceived value terhadap online repurchase intention pada konsumen e-commerce shopee di kota malang. *Jurnal aplikasi bisnis*, 9(1), 1-7.

- Soesana, A., et al. (2023). *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Medan: Yayasan Kita Menulis.
- Wardhana, A., et al. (2023). *Instrumen Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*. Bandung: Media Sains Indonesia / ResearchGate.
- Krisifu, A., Efitra, & Sepriano (Ed.). (2024). *Metodologi Penelitian: Panduan Lengkap Penulisan Karya Tulis Ilmiah*. Jambi: Sonpedia Publishing Indonesia.
- Hasan, et al. (2024). *Metodologi Penelitian*. Jakarta: Luminary Press Indonesia.
- Sumbodo, Y. P., et al. (2024). *Metode Penelitian: Konsep, Teori, dan Aplikasi*. Jakarta: Media Penerbit Indonesia.
- Hair, J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2022). *A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM)* (3rd ed.). Sage Publications.
- Hair, J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2022). *Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM) Using R: A Workbook*. Springer.