

No.6899 /KOM-D/SD-S1/2024

**PERSEPSI MAHASISWA UIN SULTAN SYARIF
KASIM RIAU TERHADAP PENGALAMAN
PENGGUNA SHOPEEPAY**



SKRIPSI

Diajukan kepada Fakultas Dakwah dan Komunikasi
Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau
Untuk Memenuhi Sebagian Syarat Memperoleh
Gelar Sarjana Strata (S1) Ilmu Komunikasi (S.I.Kom)

Oleh :

LIO SAPUTRA
NIM. 1204031276

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNKASI**

**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM
RIAU
2024**

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

**PERSEPSI MAHASISWA UIN SULTAN SYARIF KASIM RIAU TERHADAP
PENGALAMAN PENGGUNAAN SHOPEEPAY**

Disusun oleh :

Lio Saputra
NIM. 12040312767

Telah disetujui oleh Pembimbing pada tanggal : 7 Juli 2024

Mengetahui,
Pembimbing,

Dewi Sukartik, S.Sos., M.Sc
NIP. 19810914 202321 2 019

Mengetahui
Ketua Prodi Ilmu Komunikasi,

Dr. Muhammad Badri, M.Si
NIP. 19810313 201101 1 004



UIN SUSKA RIAU

KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI

كلية الدعوة و الاتصال

FACULTY OF DAKWAH AND COMMUNICATION

Jl. H.R. Soebrantas KM.15 No. 155 Tuah Madani Tampan - Pekanbaru 28293 PO Box. 1004 Telp. 0761-562051
Fax. 0761-562052 Web. www.uin-suska.ac.id, E-mail: lain-sq@Pekanbaru-indo.net.id

PENGESAHAN UJIAN MUNAQASYAH

Yang bertanda tangan dibawah ini adalah Penguji Pada Ujian Munaqasyah Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sultan Syarif Kasim Riau dengan ini menyatakan bahwa mahasiswa berikut ini:

Nama : Lio Saputra
NIM : 12040312767
Judul : Persepsi Mahasiswa UIN Sultan Syarif Kasim Riau Terhadap Pengalaman Penggunaan Shopeepay

Telah dimunaqasyahkan Pada Sidang Ujian Sarjana Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sultan Syarif Kasim Riau pada:

Hari : Rabu
Tanggal : 02 Oktober 2024

Dapat diterima dan disetujui sebagai salah satu syarat memperoleh gelar S.I.Kom. pada Strata Satu (S1) Program Studi Ilmu Komunikasi di Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sultan Syarif Kasim Riau.

Pekanbaru, 14 Oktober 2024



Dekan,
Dr. Imron Rosidi, S.Pd, M.A
NIP.19811118 200901 1 006

Tim Penguji

Ketua/ Penguji I,

Dr. Musfialdy, S.Sos, M.Si
NIP.19721201200003 1 003

Penguji III,

Dr. Usman, S.Sos, M.I.Kom
NIP.19860526202321 1 013

Sekretaris/ Penguji II,

Julis Surjani, S.I.Kom., M.I.Kom
NIK.130 417 019

Penguji IV,

Yudhi Martha Nugraha, S.Sn., M.dS
NIP.19790326200912 1 002

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



UIN SUSKA RIAU

KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI

كلية الدعوة و الاتصال

FACULTY OF DAKWAH AND COMMUNICATION

Jl. H.R. Soebrantas KM.15 No. 155 Tuah Madani Tampan - Pekanbaru 28293 PO Box. 1004 Telp. 0761-562051
Fax. 0761-562052 Web.www.uin-suska.ac.id, E-mail: iain-sq@Pekanbaru-indo.net.id

PENGESAHAN SEMINAR PROPOSAL

Kami yang bertandatangan dibawah ini adalah Dosen Penguji pada Seminar Proposal Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sultan Syarif Kasim Riau dengan ini menyatakan bahwa mahasiswa berikut ini:

Nama : Lio Saputra
NIM : 12040312767
Judul : Persepsi Mahasiswa Uin Suska Riau Terhadap Kepuasan Penggunaan Shoppe Pay

Telah Diseminarkan Pada:
Hari : Senin
Tanggal : 06 Mei 2024

Dapat diterima untuk dilanjutkan menjadi skripsi sebagai salah satu syarat mencapai gelar sarjana Strata Satu (S1) Program Studi Ilmu Komunikasi di Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sultan Syarif kasim Riau.

Pekanbaru, 6 Mei 2024
Penguji Seminar Proposal,

Penguji I,

Penguji II,

Rafdeadi, S.Sos.I., M.A
NIP. 19821225 201101 1 011

Mustafa, S.Sos., M.I.Kom
NIP. 19810816 202321 1 012

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Lampiran Surat:
 Nomor : Nomor 25/2021
 Tanggal : 10 September 2021

SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertandatangan dibawah ini:

Nama : Lio Saputra
 NIM : 12040312767
 Tempat/ Tgl. Lahir : Desa Pantai, 16 Juni 2001
 Fakultas/Pascasarjana : Dakwah komunikasi
 Prodi : Ilmu Komunikasi

Judul Disertasi/Thesis/Skripsi/Karya Ilmiah lainnya **“PERSEPSI MAHASISWA UIN SULTAN SYARIF KASIM RIAU TERHADAP PENGALAMAN PENGGUNAN SHOOPEPAY**

Menyatakan dengan sebenar-benarnya:

1. Penulisan Skripsi dengan judul sebagaimana disebutkan diatas adalah hasil pemikiran dan penelitian saya sendiri.
2. Semua kutipan pada karya tulis saya ini disebutkan sumbernya.
3. Oleh karena itu Skripsi saya ini, saya sampaikan bebas dari plagiat.
4. Apabila dikemudian hari terbukti terdapat plagiat dalam penulisan Skripsi saya tersebut, maka saya bersedia menerima sanksi sesuai peraturan perundang-undangan.

Demikianlah Surat Pernyataan ini saya buat dengan penuh kesadaran dan tanpa paksaan dari pihak manapun juga.

Pekanbaru, 08 Juli 2024
 Yang membuat pernyataan



LIO SAPUTRA
NIM. 12040312767

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Pekanbaru, 7 Juli 2024

No. : Nota Dinas
Lampiran : 1 (satu) Eksemplar
Hal : Pengajuan Ujian Munaqasyah

Kepada yang terhormat,
Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi
di-
Tempat.

Assalamua'alaikum Warohmatullahi Wabarokatuh.

Dengan Hormat,

Setelah kami melakukan bimbingan akademik sebagaimana mestinya terhadap Saudara:

Nama : Lio Saputra
NIM : 12040312767
Judul Skripsi : Persepsi Mahasiswa Uin Sultan Syarif Kasim Riau Terhadap Pengalaman Penggunaan ShopeePay

Kami berpendapat bahwa skripsi tersebut sudah dapat diajukan untuk Ujian Munaqasyah guna melengkapi tugas dan memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom)

Harapan kami semoga dalam waktu dekat yang bersangkutan dapat dipanggil untuk diuji dalam sidang Ujian Munaqasyah Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Demikian persetujuan ini kami sampaikan. Atas perhatian Bapak, diucapkan terima kasih.

Wassalamua'alaikum Warohmatullahi Wabarokatuh.

Mengetahui,
Pembimbing,

Dewi Sukartik, S.Sos., M.Sc
NIP. 19810914 202321 2 019

Mengetahui
Ketua Prodi Ilmu Komunikasi

Dr. Muhammad Badri, M.Si
NIP. 19810313 201101 1 004



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

ABSTRAK

Nama : Lio Saputra
Jurusan : Ilmu Komunikasi
Judul : Persepsi Mahasiswa UIN Sultan Syarif Kasim Riau Terhadap Pengalaman Pengguna Shopeepay

Perkembangan pesat teknologi digital dalam era industri ini telah secara signifikan memengaruhi berbagai aspek kehidupan sehari-hari, dengan internet menjadi infrastruktur utama. Banyak orang kini menggunakan smartphone untuk berkomunikasi, mencari informasi melalui internet. Internet merupakan jaringan global yang menghubungkan jutaan perangkat di seluruh dunia, memfasilitasi berbagai aktivitas seperti komunikasi, penelitian, perdagangan, dan hiburan secara instan. Penggunaan internet melalui smartphone. Dalam jenis penelitian yang dilakukan pada penelitian ini berjudul pengaruh persepsi terhadap penggunaan Shopeepay oleh mahasiswa UIN SUSKA Riau menggunakan jenis penelitian analitik. Penelitian analitik adalah jenis penelitian yang bertujuan untuk menguji hipotesis dan menganalisis hubungan sebab-akibat antara variabel-variabel yang diteliti, dimana dalam penelitian ini adalah persepsi dan hubungannya dengan penggunaan Shopeepay oleh Mahasiswa UIN SUSKA Riau.

Kata Kunci : Persepsi, mahasiswa, penggunaan, Kepuasan, shopheepay



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

JINSUSKA RIAU

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

ABSTRACT

Name : Lio Saputra

Department : Communication Sciences

Title : *Perceptions of UIN Sultan Syarif Kasim Riau Students on ShopeePAY User Experience*

The rapid development of digital technology in this industrial era has significantly influenced various aspects of daily life, with the internet becoming the main infrastructure. Many people now use smartphones to communicate, search for information via the internet. The internet is a global network that connects millions of devices throughout the world, facilitating various activities such as instant communication, research, commerce and entertainment. Use of the internet via smartphone. In the type of research carried out in this study entitled the influence of perceptions on the use of ShopeePAY by UIN SUSKA Riau students using analytical research types. Analytical research is a type of research that aims to test hypotheses and analyze cause-and-effect relationships between the variables studied, where in this research is the perception and relationship with the use of ShopeePAY by UIN SUSKA Riau students

Keywords: Perception, students, use, satisfaction, shoppeepay

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

KATA PENGANTAR



Segala puji dan syukur kami panjatkan kehadirat Allah AWT yang maha pengasih dan maha penyayang, penguasa seluruh alam yang telah melimpahkan rahmat dan karunia-nya kepada kita. Tidak sekutu bagi-nya. Atas rahmat dan karunia-nya kepada seluruh alam, sehingga sampai detik ini kita masih bisa menjalankan berbagai kewajiban, karena berkat rahmat dan karunia-nya semata sehingga penulis mampu menyelesaikan penyusunan laporan skripsi penelitian dengan judul “Persepsi Mahasiswa UIN Suska Riau Terhadap Pengalaman Pengguna Penggunaan Shoopeepay” Shalawat dan salam penulis sampaikan kepada Nabi junjungan Muhammad SAW, yang telah membawa kita dari zaman kebodohan menuju zaman yang penuh dengan ilmu pengetahuan seperti yang kita rasakan saat ini.

Rasa syukur serta sujud kulantunkan untuk kedua orang tua tercinta, terimakasih ayahanda dan Ibunda, yang telah membesarkan, mendoakan, serta mendidik penulis hingga bisa berada pada titik ini, motivasi dan dorongan yang setiap harinya diucapkan adalah kunci bagi penulis sehingga skripsi ini dapat terselesaikan. Tentu banyak pihak yang terlibat dalam memberikan bantuan, bimbingan serta motivasi dalam penyelesaian skripsi ini. Oleh karena itu, dengan segala kerendahan hati penulis mengucapkan terimakasih yang setulus-tulusnya kepada:

1. Bapak Prof. Dr.h.Khairunas, M.Ag., selaku Rektor Universitas Islam Negeri Sultan Kasim Riau yang telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk menuntut ilmu di perguruan tinggi ini.
2. Ibu Dr. Hj. Helmiati, M.Ag, Bapak Dr. H. Mas’ud Zein, M.Pd, Edi Erwan, S.Pt., M.Sc., Ph.D, selaku wakil rektor I, II, dan III Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
3. Bapak Dr. Imron Rosidi, S.Pd., M.A., selaku Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Kasim Riau yang telah memberikan kepercayaan kepada penulis untuk membuat dan melakukan penelitian.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Bapak Dr. Masduki, M.Ag, Bapak Dr.Muhamad Badri, M.Si, dan Bapak Dr. H. Arwan, M.Ag. selaku Wakil Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Ibu pembimbing Dewi Sukartik,S.Sos.,M.Sc Setiap kritik dan saran yang Bapak berikan telah membentuk skripsi ini menjadi karya yang lebih matang dan berkualitas. Keberadaan Bapak sebagai pembimbing tidak hanya sebagai seorang pengajar, tetapi juga sebagai sosok yang memberikan motivasi dan semangat.

Bapak dan Ibu Dosen yang senantiasa memberikan ilmu yang bermanfaat kepada penulis selama menuntut ilmu di Prodi Ilmu komunikasi dan staf yang ada di Prodi Ilmu Komunikasi yang telah banyak membantu penulis.

Teman-teman seperjuangan dan sepermainan atas kontribusinya selama penulis mengerjakan proposal skripsi.

Penulis menyadari bahwa didalam skripsi ini terdapat banyak kekurangan, oleh karena itu dengan kerendahan hati penulis mengharapkan masukan dan kritik yang dapat membangun dari berbagai pihak dimasa yang akan datang. Akhir kata semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi orang yang membaca dan membutuhkannya. Amin Ya Rabbal'Alamin

Wassalamu'alaikum Warrahmatullahi Wabarakatuh.

Pekanbaru, Oktober 2024
Penulis

LIO SAPUTRA
NIM. 1204031276



DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI	v
DAFTAR TABEL	vii
DAFTAR GAMBAR	viii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Penegasan Istilah	4
1.3. Rumusan Masalah	5
1.4. Tujuan Penelitian	6
1.5. Manfaat Penelitian	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	7
2.1. Kajian Terdahulu	7
2.2. Landasan Teori	10
2.3. Konsep Operasional	20
2.4. Kerangka Pemikiran	21
2.5. Hipotesis	22
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	23
3.1. Desain Penelitian	23
3.2. Lokasi & Waktu Penelitian	24
3.3. Populasi & Sampel Penelitian	24
3.4. Teknik Pengumpulan Data	25
3.5. Uji Validitas & Reliabilitas	27
3.6. Teknik Analisa Data	27
BAB IV GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN	29
4.1 Gambaran Umum ShopeePAY	29
4.2 Fitur-fitur ShopeePAY	29

- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

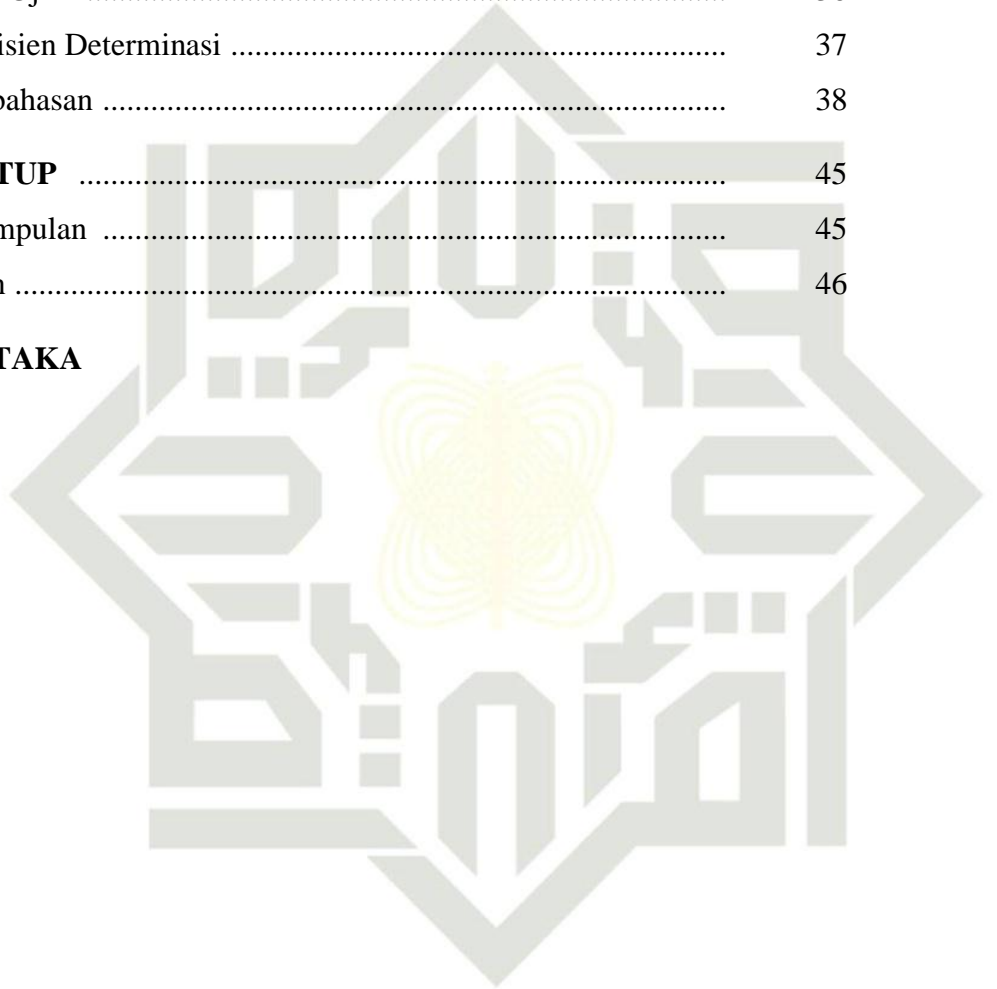


Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB V HASIL DAN PEMBAHASAN	31
5.1 Karakteristik Usia Responden	31
5.2 Uji Validitas & Reliabilitas	32
5.3 Hasil Uji Regresi Linear Sederhana	35
5.4 Hasil Uji t	35
5.5 Hasil Uji F	36
5.6 Koefisien Determinasi	37
5.7 Pembahasan	38
BAB VI PENUTUP	45
6.1 Kesimpulan	45
6.2 Saran	46

DAFTAR PUSTAKA
LAMPIRAN



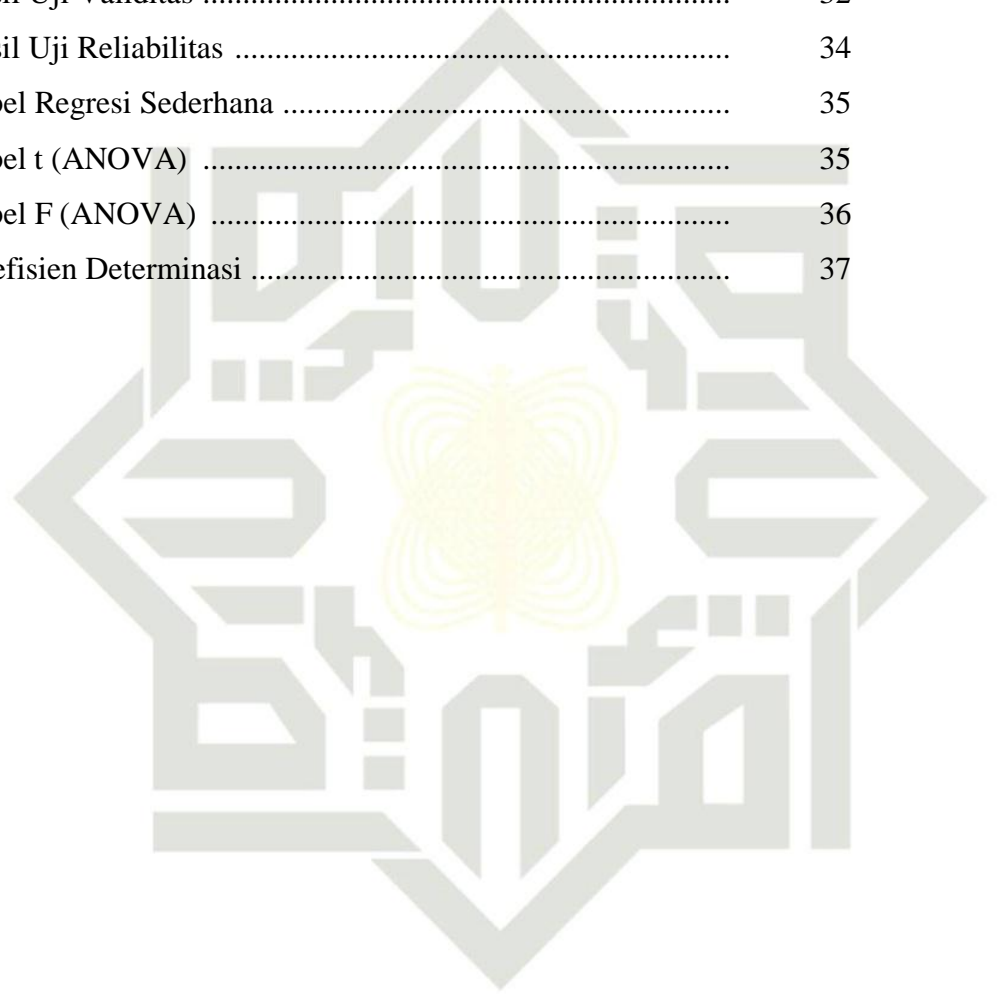
UIN SUSKA RIAU

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

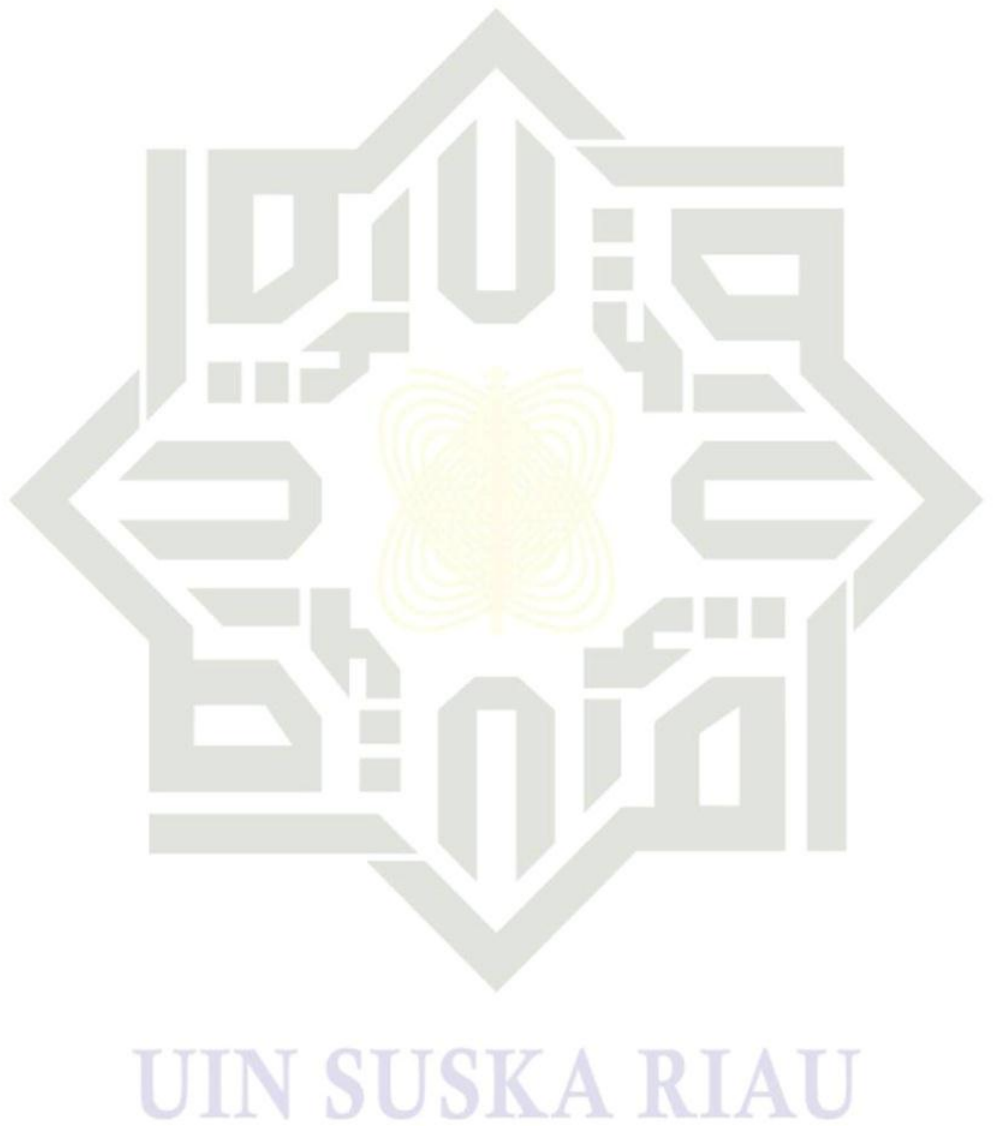
DAFTAR TABEL

Tabel 2.1	Kajian Terdahulu.....	7
Tabel 2.2	Operasional Variabel	21
Tabel 5.1.	Karakteristik Usia Responden	31
Tabel 5.2.	Hasil Uji Validitas	32
Tabel 5.3	Hasil Uji Reliabilitas	34
Tabel 5.4	Tabel Regresi Sederhana	35
Tabel 5.5	Tabel t (ANOVA)	35
Tabel 5.6	Tabel F (ANOVA)	36
Tabel 5.7	Koefisien Determinasi	37



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Bagan Kerangka Pikir	22
---------------------------------------	----



- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan pesat teknologi digital dalam era industri ini telah secara signifikan memengaruhi berbagai aspek kehidupan sehari-hari, dengan internet menjadi infrastruktur utama. Banyak orang kini menggunakan smartphone untuk berkomunikasi dan mencari informasi melalui internet. Internet merupakan jaringan global yang menghubungkan jutaan perangkat di seluruh dunia, memfasilitasi berbagai aktivitas seperti komunikasi, penelitian, perdagangan, dan hiburan secara instan.

Berdasarkan hasil survei APJII dan Polling Indonesia tahun 2018, jumlah pengguna internet di Indonesia meningkat sebanyak 27,91 juta (10,12%) menjadi 171,18 juta jiwa, yang mengartikan bahwa presentasi pengguna internet di Indonesia mencapai 64,8% dari total penduduk yang berjumlah 264,16 juta jiwa. Selain itu, masyarakat pengguna aplikasi Shopee menduduki urutan keempat dalam hal penggunaan aplikasi di Indonesia. (Meidita & Indah Rokhmawati, 2018)

Penggunaan internet melalui smartphone semakin meningkat setiap tahunnya. Smartphone pada saat ini menjadi suatu kebutuhan bagi masyarakat, sebagian besar masyarakat menggunakan Smartphone untuk berbagai hal yang berkaitan dengan informasi maupun komunikasi. Peningkatan yang terjadi setiap tahunnya melahirkan berbagai inovasi salah satunya terkait financial technology (fintech). Oleh : Erlisa and Dwi Ananda, " Pemanfaatan Teknologi Informasi " (Studi Deskriptif Mengenai Pemanfaatan Teknologi Informasi Pada SMK Negeri 1 Dan SMK Negeri 4 Surabaya)', 5.20 (2003).

Financial technology (*fintech*) merupakan adanya pemanfaatan teknologi yang menyangkut financial atau keuangan sehingga dapat menghasilkan suatu produk serta dapat memberikan pelayanan dalam melakukan pembayaran. Industri *financial technology* di era digital saat ini populer di berbagai kalangan masyarakat terutama para remaja dalam kategori

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Generasi Z. Pembangunan infrastruktur fisik dan digital telah dilakukan untuk memudahkan masyarakat dalam bertransaksi sudah mulai berkembang di Indonesia. (Zulham, 2017)

Adanya fenomena ini mendorong para pelaku bisnis untuk terus berinovasi dalam memanfaatkan financial technology guna mendukung kegiatan bisnis mereka, salah satunya dengan menciptakan berbagai alat pembayaran digital atau e-wallet. E-wallet merupakan salah satu bentuk Fintech (*Financial Technology*) yang memanfaatkan internet sebagai media dan telah menjadi alternatif metode pembayaran yang populer. Dengan teknologi terkini, *e-wallet* menawarkan kemudahan yang lebih banyak dan dapat diakses oleh semua kalangan. Di Indonesia, generasi milenial, terutama remaja, telah mengenal dan mengadopsi teknologi ini. (Latief et al., 2021)

Akses internet yang telah merata di seluruh penjuru negeri menjadi peluang besar bagi industri perbankan dan *e-commerce* dalam mengembangkan usaha mereka di era industri 4.0. Minat penggunaan *e-wallet* dipandang sebagai langkah menuju harapan seseorang dalam menggunakan layanan pembayaran digital. Pertumbuhan minat konsumen terjadi karena berbagai motif dan kebutuhan dalam menggunakan layanan e-wallet. Salah satu contoh e-wallet yang dikembangkan oleh perusahaan fintech adalah ShopeePay, yang tersedia di dalam aplikasi Shopee.

Menurut iPrice Group (2019), Shopee merupakan salah satu aplikasi marketplace yang sedang populer saat ini. CEO Shopee, Chris Feng, menyatakan bahwa Shopee adalah salah satu pelaku utama yang memanfaatkan peluang bisnis *e-commerce* dengan menghadirkan segmen mobile marketplace melalui aplikasi ponsel, mempermudah transaksi jual beli bagi pengguna. Awalnya, Shopee didirikan oleh Garena, yang kini dikenal sebagai SEA Group. Garena mengusung model bisnis C2C (*customer to customer*) dalam mobile marketplace (Sainang & Aji, 2021) Shopee merupakan satu-satunya *platform e-commerce* yang menyediakan layanan dompet digital internal di dalam aplikasinya. Ini memudahkan pengguna untuk berbelanja dan melakukan transaksi di Shopee, dengan dompet digital yang dikenal sebagai ShopeePay.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

ShopeePay adalah layanan dompet dan mata uang elektronik yang berfungsi sebagai metode pembayaran serta tempat penyimpanan pengembalian dana dari transaksi *e-commerce* Shopee. Saat ini, ShopeePay tidak hanya terbatas pada pembayaran di Shopee, melainkan juga dapat digunakan di banyak *merchant* mitra yang bekerja sama dengan ShopeePay. Kelebihan kenyamanan dan kemudahan dalam menggunakan ShopeePay sebagai opsi pembayaran di Shopee juga dapat meningkatkan perilaku konsumtif seseorang yang hal ini berkaitan dengan perilaku konsumen. (Sulistiyawati & Widayani, 2020)

Perilaku konsumen adalah perilaku di mana individu membeli atau menggunakan barang dan jasa secara berlebihan, tanpa mempertimbangkan kegunaan atau kebutuhan yang sebenarnya dari barang atau jasa tersebut. Hal ini sering kali disebabkan oleh kurangnya pertimbangan atas apakah barang yang dibeli benar-benar diperlukan. Saat ini, pembelian produk tidak lagi hanya didasarkan pada kegunaan dan manfaatnya, melainkan lebih dipengaruhi oleh keinginan untuk memuaskan dan menikmati kesenangan pribadi.

Persepsi konsumen, sebagai cara individu memahami dan menafsirkan informasi dari lingkungan sekitarnya, memainkan peran penting dalam mempengaruhi perilaku pembelian. Persepsi konsumen terhadap kualitas, manfaat, dan nilai suatu produk atau merek dapat membentuk keputusan pembelian mereka. Selain itu, persepsi terhadap harga produk juga turut memengaruhi keputusan konsumen, di mana harga yang dianggap terlalu tinggi dapat mengurangi minat pembelian. Citra merek yang terbentuk dari persepsi konsumen juga berpengaruh besar, karena dapat memengaruhi cara konsumen merespons dan mengalami produk atau merek tersebut.

Menurut Yosua (2020) Persepsi adalah proses di mana individu menerima, menginterpretasikan, dan memberi makna terhadap stimulus yang diterima dari lingkungan sekitarnya, seperti objek, orang, atau situasi. Ini melibatkan proses pengenalan, pengorganisasian, dan interpretasi informasi sensorik untuk membentuk pemahaman tentang dunia di sekitar individu.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Persepsi mencakup bagaimana seseorang mengenali dan menafsirkan apa yang mereka alami melalui panca indera mereka. Persepsi individu dapat dipengaruhi oleh faktor-faktor seperti pengalaman sebelumnya, motivasi, harapan, dan kondisi fisik atau psikologis saat ini. (Sainang & Aji, 2021)

Meningkatnya teknologi, terutama kemudahan berbelanja melalui aplikasi Shopee, telah menyebabkan mahasiswa UIN Suska Riau lebih memilih menggunakan aplikasi tersebut sebagai platform belanja online. Selain menyediakan fasilitas berbelanja, Shopee juga memiliki sistem pembayaran sendiri yang membuat transaksi jual-beli online menjadi lebih mudah bagi mahasiswa UIN Suska Riau. (Zulham, 2017)

Peneliti melakukan pra-riset di kampus UIN Suska Riau terhadap 30 responden dari angkatan 2020 untuk mengetahui persepsi mereka terhadap penggunaan ShopeePay. Hasilnya menunjukkan bahwa 80 persen responden mengetahui berbagai fitur ShopeePay seperti cashback, promo, dan flash sale, serta menganggap ShopeePay memudahkan pembelian barang dan transfer antar bank. Penelitian ini dilakukan untuk memahami persepsi mahasiswa UIN Suska Riau terhadap penggunaan aplikasi ShopeePay.”

1.2. Penegasan Istilah

Dalam judul “*Pengaruh Persepsi terhadap Penggunaan ShopeePay oleh Mahasiswa UIN SUSKA Riau*” untuk menghindari kesalah pahaman, peneliti menjelaskan beberapa istilah dari judul di atas.

1.2.1 Persepsi

Persepsi adalah proses mental di mana individu menerima, mengorganisir, dan menginterpretasikan informasi dari lingkungan sekitarnya melalui panca indera. Ini mencakup kemampuan seseorang untuk memahami dan menafsirkan stimulus yang diterima, seperti objek, suara, gambar, atau situasi, sehingga membentuk pemahaman subjektif tentang dunia di sekitarnya. Persepsi dipengaruhi oleh faktor-faktor seperti pengalaman sebelumnya, emosi, motivasi, serta faktor biologis dan budaya individu. (delfirman, rudi G, erwinsyah, bilal As, 2020)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

1.2.2. Pengalaman Pengguna

Pengalaman pengguna (User Experience, UX) adalah konsep yang mencakup keseluruhan perasaan, persepsi, dan reaksi yang dialami oleh seseorang saat menggunakan produk, sistem, atau layanan. Ini melibatkan berbagai aspek interaksi antara pengguna dan produk, termasuk kemudahan penggunaan, kegunaan, efisiensi, efektivitas, serta Pengalaman Pengguna emosional selama dan setelah penggunaan. Pengalaman pengguna dapat dikur melalui Pengalaman Pengguna pengguna. Pengalaman Pengguna adalah perasaan positif atau evaluasi subjektif yang timbul ketika individu merasa bahwa hasil atau prestasi suatu aktivitas atau pengalaman sesuai dengan harapan atau keinginannya. Pengalaman Pengguna dapat dipengaruhi oleh persepsi individu terhadap kualitas, nilai, dan pengalaman yang diperoleh dari suatu aktivitas atau interaksi. (Dr. I Gusti Ngurah Agung Eka Teja Kusuma, S.E., 2023)

1.2.3 ShopeePay

ShopeePay adalah layanan dompet digital dan platform pembayaran elektronik yang dipersembahkan oleh Shopee, sebuah platform *e-commerce* terkemuka di Asia Tenggara. ShopeePay memungkinkan pengguna untuk menyimpan uang, melakukan pembayaran online untuk berbagai produk dan layanan, serta mentransfer dana antar pengguna dengan mudah melalui aplikasi Shopee. Layanan ini juga sering menyediakan berbagai promosi, cashback, dan penawaran khusus kepada penggunanya. ShopeePay bertujuan untuk menyediakan solusi pembayaran yang aman, cepat, dan nyaman bagi para pengguna dalam bertransaksi secara online. (Falah, 2021)

1.3. Rumusan Masalah

Berdasarkan yang di uraikan dalam latar belakan masalah di atas rumusan masalah pada penelitian ini yaitu bagaimana persepsi mahasiswa UIN Suska Riau terhadap pengalaman penggunaan aplikasi shoopepay?

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas maka dapat di ketahui tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana persepsi mahasiswa UIN Suska Riau terhadap pengalaman penggunaan shoopepay.

1.5 Manfaat Penelitian

1.5.1 Akademis

Secara Akademis penelitian ini di harapkan menjadi bahan informasi dan menambah ilmu pengetahuan terutama dalam bidang ilmu komunikasi dan menjadi masukan baru bagi kalangan akademis yang ingin meneliti hal yang sama.

1.5.2 Praktis

Secara Praktis penelitian ini diharapkan menjadi bahan masukan ataupun contoh dalam menghadapi dampak berbelanja online bagi masyarakat.



BAB II TINJAUN PUSTAKA

2.1 Kajian Terdahulu

Peneliti menggunakan penelitian sebelumnya untuk memprluas penelitian dan menjaga kredibilitas. peneliti menggunakan referensi penelitian atau jurnal yang memeuat keadian atau topic serupa yang berkaitan denagan penelitian ini

No	Judul	Penulis	Tujuan	Hasil
1	Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Pengguna <i>E-Wallet</i> di Kalangan Mahasiswa	Sari, R. & Prabowo, H	Meneliti faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan mahasiswa dalam penggunaan <i>e-wallet</i> .	Kemudahan penggunaan dan keamanan transaksi berpengaruh signifikan terhadap kepuasan mahasiswa.
2	Pengaruh Promosi terhadap Kepuasan Pengguna ShopeePay di Kalangan Mahasiswa	Ahmad, T. & Setiawan, D.	Menganalisis pengaruh promosi terhadap kepuasan pengguna ShopeePay.	promosi dan diskon meningkatkan kepuasan pengguna, terutama di kalangan mahasiswa.
3	Persepsi Mahasiswa terhadap Keamanan Penggunaan <i>E-</i>	Widiastuti, E	Mengkaji persepsi mahasiswa terhadap keamanan	Mahasiswa khawatir tentang keamanan tetapi percaya pada sistem

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

No	Judul	Penulis	Tujuan	Hasil
	<i>Wallet"</i>		penggunaan <i>e-wallet</i> .	ShopeePay, yang meningkatkan kepuasan mereka.
4	Pengalaman Pengguna ShopeePay: Studi Kasus di Kalangan Mahasiswa	Rahmawati, A. & Nuraini, S.	Meneliti pengalaman pengguna ShopeePay di kalangan mahasiswa.	Pengalaman positif dalam transaksi dan layanan pelanggan meningkatkan kepuasan.
5	perbandingan Kepuasan Pengguna <i>E-Wallet</i> : Studi Kasus ShopeePay dan Lainnya"	Jaya, M.	Membandingkan kepuasan pengguna ShopeePay dengan <i>e-wallet</i> lainnya.	ShopeePay unggul dalam kemudahan penggunaan tetapi perlu memperbaiki layanan pelanggan.
6	Kepuasan Pengguna dan Loyalitas: Studi pada Pengguna ShopeePay"	Farhan, R. & Oktaviani, Y.	Mengkaji hubungan antara kepuasan pengguna dan loyalitas terhadap ShopeePay.	Terdapat hubungan positif antara kepuasan dan loyalitas, di mana pengguna yang puas lebih cenderung untuk menggunakan ShopeePay lagi.
7	Pengaruh Ulasan	Citra, S.	Meneliti	Ulasan positif

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

No	Judul	Penulis	Tujuan	Hasil
	dan Rekomendasi Teman terhadap Penggunaan ShopeePay"		pengaruh ulasan dan rekomendasi teman terhadap keputusan penggunaan ShopeePay.	dan rekomendasi sangat memengaruhi keputusan mahasiswa untuk menggunakan ShopeePay.
8	Faktor Psikologis dalam Penggunaan <i>E- Wallet</i> : Studi pada Mahasiswa	Rizky, P. & Anisa, L.	Menganalisis faktor psikologis yang memengaruhi penggunaan ShopeePay.	Kepuasan dan kepercayaan adalah faktor kunci dalam keputusan mahasiswa untuk terus menggunakan ShopeePay.
9	Adopsi Teknologi Pembayaran Digital di Kalangan Mahasiswa	Nirmala, D. & Maulana, A	Meneliti adopsi teknologi pembayaran digital di kalangan mahasiswa.	Motivasi dan pengalaman positif dalam menggunakan ShopeePay berkontribusi pada tingkat adopsi yang tinggi.
10	Elemen yang Mempengaruhi Kepuasan Pengguna	Fitria, H.	Mengidentifikasi elemen yang mempengaruhi kepuasan	Elemen seperti kemudahan penggunaan, kecepatan

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

No	Judul	Penulis	Tujuan	Hasil
	ShopeePay		pengguna ShopeePay.	transaksi, dan dukungan pelanggan memiliki dampak signifikan pada kepuasan pengguna.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

2.2 Landasan Teori

2.2.1 *Teory Acecpetence Model (TAM)*

Teori TAM (*Technology Acceptance Model*) adalah model yang digunakan untuk memahami dan memprediksi penerimaan pengguna terhadap teknologi baru. Model ini dikembangkan oleh Fred Davis pada tahun 1989. TAM menjelaskan bahwa ada dua faktor utama yang memengaruhi keputusan pengguna untuk menerima dan menggunakan teknologi.

Teori TAM memberikan kerangka yang berguna untuk memahami faktor-faktor yang memengaruhi penerimaan teknologi baru, yang dapat diterapkan dalam penelitian tentang persepsi mahasiswa terhadap penggunaan ShopeePay dan e-wallet lainnya.

Dalam penelitian persepsi terkait teknologi, TAM dapat digunakan untuk menggali pemahaman mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan individu dalam mengadopsi atau menolak teknologi baru. Beberapa contoh penerapan TAM dalam penelitian persepsi termasuk:

1. Penerimaan aplikasi mobile: Menganalisis apakah pengguna melihat aplikasi sebagai sesuatu yang berguna dan mudah digunakan.
2. Sistem manajemen informasi (MIS): Mengukur persepsi karyawan terhadap sistem yang digunakan di organisasi.
3. *E-learning*: Mengeksplorasi bagaimana mahasiswa atau pelajar memandang sistem pembelajaran berbasis teknologi.

Penelitian yang menggunakan TAM dapat dilakukan dengan mengumpulkan data melalui kuesioner atau wawancara untuk mengukur persepsi kegunaan dan kemudahan penggunaan, dan kemudian menganalisis hubungan antara persepsi ini dengan niat untuk menggunakan teknologi.

Untuk penerapan metode penelitian TAM (*metode acceptance model*) dalam persepsi harus di ketahui terlebih dahulu Jenis-jenis Persepsi Persepsi terbagi menjadi dua, yaitu: persepsi terhadap objek (lingkungan fisik) dan persepsi terhadap manusia atau sosial. Persepsi terhadap manusia lebih sulit dan kompleks karena manusia bersifat dinamis. Kedua jenis persepsi ini memiliki perbedaan yaitu:

- a) Persepsi terhadap objek melalui lambang-lambang fisik, sedangkan terhadap manusia melalui lambang-lambang verbal dan nonverbal. Manusia lebih efektif daripada kebanyakan objek dan lebih sulit diramalkan.
- b) Persepsi terhadap objek menanggapi sifat-sifat luar, sedangkan terhadap manusia menanggapi sifat-sifat luar dan dalam (perasaan, motif, harapan, dan sebagainya).
- c) Objek tidak bereaksi, sedangkan manusia bereaksi. Dengan kata lain, objek bersifat statis, sedangkan manusia bersifat dinamis.

Oleh karena itu, persepsi terhadap manusia dapat berubah dari waktu ke waktu, lebih cepat daripada persepsi terhadap objek. Persepsi manusia atau sosial adalah proses menangkap arti objek-objek sosial dan kejadian-kejadian yang kita alami dilingkungan kita. Setiap orang memiliki gambaran berbeda-beda mengenai realitas disekelilingnya. Ada beberapa prinsip penting mengenai persepsi sosial, yaitu:

1. Persepsi berdasarkan pengalaman yaitu persepsi manusia terhadap seseorang, objek, atau kejadian dan reaksi mereka terhadap hal-hal itu berdasarkan pengalaman dan pembelajaran masa lalu mereka berkaitan dengan orang, objek atau kejadian yang serupa.
2. Persepsi bersifat selektif. Setiap manusia sering mendapatkan rangsangan indrawi. Atensi kita pada suatu rangsangan merupakan faktor utama yang menentukan selektifitas kita atas rangsangan tersebut.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Persepsi bersifat dugaan. Terjadi karena data yang kita peroleh mengenai objek tidak pernah lengkap sehingga proses persepsi yang bersifat dugaan ini memungkinkan kita menafsirkan suatu objek dengan makna yang lebih lengkap dari suatu sudut pandang manapun.

Persepsi bersifat evaluatif. Artinya kebanyakan dari kita mengatakan bahwa apa yang kita persepsikan itu adalah suatu yang nyata akan tetapi, terkadang alat-alat indra dan persepsi kita menipu kita sehingga kita juga ragu seberapa dekat persepsi kita dengan realitas sebenarnya.

Persepsi bersifat kontekstual. Maksudnya bahwa dari semua pengaruh dalam persepsi kita, konteks merupakan salah satu pengaruh yang paling kuat. Ketika kita melihat seseorang, suatu objek atau suatu kejadian, konteks rangsangan sangat mempengaruhi struktur kognitif, pengharapan oleh karenanya juga persepsi kita.

Dari beberapa penjelasan di atas kita dapat melihat bahwa kita terkadang melakukan kekeliruan dalam mempersepsikan lingkungan fisik. Kondisi mempengaruhi kita terhadap suatu benda. Misalnya ketika kita disuruh mencicipi sebuah minuman, mungkin pendapat kita akan berbeda dengan pendapat orang lain karena kita memiliki persepsi yang berbeda-beda. Sedangkan persepsi terhadap manusia yaitu proses menangkap arti objek-objek sosial dan kejadian yang kita alami dilingkungan kita, sebab setiap orang memiliki persepsi yang berbeda-beda terhadap lingkungan sosialnya.

Ciri-ciri umum persepsi agar dihasilkan suatu pengindraan yang bermakna, ada ciri-ciri umum tertentu dalam persepsi, ciri-ciri tersebut yaitu sebagai berikut:

- a) Modalitas: rangsang-rangsang yang diterima harus sesuai dengan modalitas tiap-tiap indra, yaitu sifat sensoris dasar dan masing-masing indra (cahaya untuk penglihatan; bau untuk penciuman; suhu bagi perasa; bunyi bagi pendengaran; sifat permukaan bagi peraba dan sebagainya).
- b) Dimensi ruang: persepsi mempunyai sifat ruang (dimensi ruang); kita dapat mengatakan atas bawah, tinggi rendah, luas sempit, latar depan latar belakang, dan lain-lain.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Dimensi waktu: persepsi mempunyai dimensi waktu, seperti cepat lambat, tua muda, dan lain-lain.

Struktur konteks, keseluruhan yang menyatu: objek-objek atau gejala-gejala dalam dunia pengamatan mempunyai struktur yang menyatu dengan konteksnya. Struktur dan konteks ini merupakan keseluruhan yang menyatu.

Dunia penuh arti: persepsi adalah dunia penuh arti. Kita cenderung melakukan pengamatan atau persepsi pada gejala-gejala yang mempunyai makna bagi kita, yang ada hubungannya dalam diri kita.

Dari beberapa ciri-ciri persepsi di atas, kita dapat melihat bahwa alat-alat indra manusia sangat berpengaruh dalam proses pembentukan sebuah persepsi. Alat-alat indra yang dimiliki manusia menyebabkan manusia mampu berpikir, merasakan, dan memiliki persepsi tertentu mengenai dirinya dan dunia disekitarnya. Persepsi di mulai dengan adanya stimulus atau rangsangan dari luar alat indra kita. Dari stimulus tersebut alat indra kita kemudian memprosesnya sehingga kita dapat menentukan atau menafsirkan informasi dari apa yang terjadi.

Dalam proses persepsi, banyak rangsangan yang masuk ke panca indra namun tidak semua rangsangan tersebut memiliki daya tarik yang sama. Menurut Rhenal Kasali, persepsi ditentukan oleh faktor-faktor sebagai berikut:

Latar belakang budaya Persepsi itu terkait oleh budaya. Bagaimana kita memaknai suatu pesan, objek atau lingkungan bergantung pada sistem nilai yang kita anut. Semakin besar perbedaan budaya antara dua orang semakin besar pula perbedaan persepsi mereka terhadap realitas.

Pengalaman masa lalu Audience atau khalayak, umumnya pernah memiliki suatu pengalaman tertentu atas objek yang dibicarakan. Makin intensif hubungan antara objek tersebut dengan audiens, maka semakin banyak pengalaman yang dimiliki oleh audiens. Selama audiens menjalin hubungan dengan objek, ia akan melakukan penilaian. Pada produk-produk tertentu, biasanya pengalaman dan relasi itu tidak hanya di alami oleh satu orang saja, melainkan sekelompok orang sekaligus. Pengalaman

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

masa lalu ini biasanya diperkuat oleh informasi lain, seperti berita dan kejadian yang melanda objek.

Nilai-nilai yang dianut Nilai adalah komponen evaluatif dari kepercayaan yang dianut mencakup kegunaan, kebaikan, estetika, dan kepuasan. Nilai bersifat normatif, pemberitahu suatu anggota budaya mengenai apa yang baik dan buruk, benar dan salah, apa yang harus diperjuangkan, dan lain sebagainya. Nilai bersumber dari isu filosofis yang lebih besar yang merupakan bagian dari lingkungan budaya, oleh karena itu nilai bersifat stabil dan sulit berubah.

Berita-berita yang berkembang Berita-berita yang berkembang adalah berita-berita seputar produk baik melalui media massa maupun informasi dari orang lain yang dapat berpengaruh terhadap persepsi seseorang. Berita yang berkembang merupakan salah satu bentuk rangsangan yang menarik perhatian khalayak.

Melalui berita yang berkembang di masyarakat dapat mempengaruhi terbentuknya persepsi pada benak khalayak. Dari berita yang berkembang membuat khalayak mampu memberikan pengaruh baik secara sadar dan tidak sadar, hal ini mampu sampai kepada khalayak melalui beberapa tahapan dan untuk mengetahuinya maka digunakan Teori Stimulus Respons. Teori ini pada dasarnya merupakan reaksi atau efek secara stimulus tertentu dan menjelaskan bagaimana media massa itu mampu mempengaruhi khalayak sehingga sampai terjadi perubahan pada sikapnya. Dengan demikian seseorang dapat menjelaskan suatu prinsip yang sederhana, dimana efek merupakan reaksi terhadap stimulus tertentu.

Teori ini menggambarkan proses komunikasi secara sederhana yang hanya melibatkan dua komponen media massa. Pengirim pesan, yaitu media penyiaran yang mengeluarkan stimulus, dan khalayak media massa sebagai penerima yang menanggapi dengan menunjukkan respon sehingga dinamakan teori stimulus respons. Aspek-aspek Persepsi Pada hakekatnya sikap merupakan suatu interelasi dari berbagai komponen, dimana komponen-komponen tersebut ada tiga yaitu:

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Komponen Kognitif

Komponen yang tersusun atas dasar pengetahuan atau informasi yang dimiliki seseorang tentang objek sikapnya. Dari pengetahuan ini kemudian akan terbentuk suatu keyakinan tertentu tentang objek sikap tersebut.

Komponen Afektif

Afektif berhubungan dengan rasa senang dan tidak senang. Jadi sifatnya evaluatif yang berhubungan erat dengan nilai-nilai kebudayaan atau sistem nilai yang dimilikinya.

Komponen Konatif

Merupakan kesiapan seseorang untuk bertindak laku yang berhubungan dengan objek sikapnya. Apabila individu memiliki sikap yang positif terhadap suatu objek ia akan siap membantu, memperhatikan, berbuat sesuatu yang menguntungkan objek itu. Sebaliknya bila ia memiliki sikap yang negatif terhadap suatu objek, maka ia akan mengecam, mencela, menyerang dan bahkan membinasakan objek itu.

Dari penjelasan di atas dapat kita simpulkan bahwa dari suatu kejadian yang terjadi akan sangat mempengaruhi yang namanya persepsi, yang kemudian akan mempengaruhi seseorang dalam bersikap dan berperilaku terhadap sesuatu yang ada dilingkungannya.

Faktor Yang Mempengaruhi Terjadinya Persepsi

Faktor-faktor yang mempengaruhi terjadinya persepsi adalah variabel-variabel yang memengaruhi cara individu menerima, mengorganisir, dan menginterpretasikan informasi dari lingkungan sekitarnya. Ini termasuk pengalaman sebelumnya, motivasi dan kebutuhan individu, keyakinan dan nilai-nilai yang dimiliki, konteks sosial dan budaya, serta sifat stimulus itu sendiri. Persepsi dipengaruhi oleh kombinasi dari faktor-faktor internal dan eksternal, dan prosesnya dapat berbeda-beda antara individu sesuai dengan perbedaan latar belakang, pengalaman, dan karakteristik masing-masing.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Faktor yang mempengaruhi persepsi yaitu sebagai berikut:

- a. *Relation*. Seseorang biasanya tidak menangkap seluruh rangsangan yang ada disekitarnya sekaligus, tetapi akan memfokuskan perhatiannya terhadap satu atau dua obyek. Dengan memfokuskan perhatian maka akan terjadi persepsi.
- b. *Set*. Harapan seseorang akan rangsangan yang timbul, misalnya seorang pelari yang siap digaris start terdapat set bahwa akan terdengar pistol.
- c. *Kebutuhan*. Kebutuhan sesaat atau kebutuhan yang tetap pada diri seseorang akan mempengaruhi persepsi orang tersebut
- d. *Sistem nilai*. Sistem nilai yang berlaku dalam masyarakat berpengaruh pula terhadap persepsi seseorang

2. Indikator Persepsi

Indikator persepsi adalah variabel atau tanda yang digunakan untuk mengukur atau menilai tingkat atau kualitas persepsi seseorang terhadap suatu stimulus atau situasi tertentu. Indikator tersebut memberikan petunjuk atau gambaran tentang bagaimana individu memandang atau memahami sesuatu berdasarkan reaksi, tanggapan, atau evaluasi mereka terhadap stimulus tersebut

Ada tiga indikator terjadinya persepsi yaitu sebagai berikut:

1. Penyerapan terhadap rangsang atau objek dari luar individu.

Rangsang atau objek diterima dan diserap oleh panca indra sendiri-sendiri maupun bersama-sama. Hasil penyerapan oleh panca indra tersebut akan memberikan gambaran, tanggapan, atau kesan didalam otak

2. Pengertian atau pemahaman terhadap objek.

Setelah terjadi gambaran-gambaran didalam otak, maka gambaran tersebut diorganisir, digolongkan, dan diinterpretasikan sehingga terbentuk pengertian atau pemahaman terhadap suatu objek.

3. Penilaian atau evaluasi individu terhadap objek

Setelah terbentuk pengertian atau pemahaman, selanjutnya terbentuk penilaian dari individu. Individu membandingkan

pemahaman yang baru diperoleh dengan kriteria atau norma yang dimiliki individu secara subjektif. Penilaian individu berbeda-beda meskipun objeknya sama. Oleh karena itu persepsi bersifat individual (Wardana et al., 2018)

Persepsi Penggunaan

Persepsi penggunaan (*perceived ease of use*) yaitu sejauh mana seseorang tersebut mempercayai bahwa dengan menggunakan teknologi informasi akan membebaskannya dari suatu usaha. dilihat dari definisinya, dapat dikatakan bahwa dibutuhkan kepercayaan dalam mengambil suatu keputusan. Apa bila seseorang merasa percaya bahwa teknologi informasi tersebut mudah digunakan, maka seseorang merasa percaya bahwa teknologi informasi tersebut mudah digunakan, maka seseorang akan menggunakannya (Hartani, Indah Santi s.m, 2019)

Hal tersebut di sebabkan oleh dua faktor yaitu :

- 1) Kemudahan dalam interaksi individu dengan sistem
- 2) Kemudahan dalam menggunakan dan memahami produk atau teknologi tersebut.

2.2.4 Pengalaman Pengguna

1. Pengertian Pengalaman Pengguna

Menurut Kotler & Keller, Pengalaman Pengguna merupakan respons emosional seseorang yang timbul setelah membandingkan kinerja produk yang diharapkan dengan kinerja aktual yang diterima. Jika kinerja tersebut di bawah harapan, pelanggan merasa tidak puas. Namun, jika kinerja sesuai dengan harapan, maka pelanggan akan merasa puas. Lebih jauh lagi, jika kinerja produk melebihi harapan, pelanggan akan merasa sangat puas atau senang. (Sambodo Rio Sasongko, 2021)

Pengalaman Pengguna adalah kondisi atau perasaan positif yang dirasakan oleh seseorang setelah membandingkan pengalaman atau hasil yang mereka terima dengan harapan, ekspektasi, atau standar yang dimilikinya. Ini adalah evaluasi subjektif terhadap sejauh mana kebutuhan, keinginan, atau tujuan individu terpenuhi oleh produk, layanan, atau

pengalaman tertentu. Dalam konteks bisnis atau pemasaran, Pengalaman Pengguna pelanggan sering kali menjadi indikator utama dari sejauh mana produk atau layanan berhasil memenuhi atau melebihi harapan pelanggan. Pengalaman Pengguna yang tinggi dapat menghasilkan loyalitas pelanggan, rekomendasi positif, dan keterlibatan yang lebih baik dengan merek atau perusahaan.

Pengalaman Pengguna juga merupakan elemen penting dalam mempertahankan hubungan jangka panjang antara perusahaan dan pelanggan. Pelanggan yang puas cenderung lebih setia dan berpotensi untuk melakukan pembelian berulang, serta memberikan umpan balik positif kepada perusahaan. Selain itu, Pengalaman Pengguna pelanggan juga dapat berdampak pada citra merek dan reputasi perusahaan di pasar. Menciptakan pengalaman pelanggan yang memuaskan menjadi tujuan utama bagi banyak perusahaan, karena hal ini tidak hanya meningkatkan retensi pelanggan, tetapi juga membantu dalam memenangkan pangsa pasar dan mencapai pertumbuhan bisnis yang berkelanjutan. Dengan demikian, pemahaman yang mendalam tentang Pengalaman Pengguna pelanggan dan upaya yang terus menerus untuk memperbaikinya merupakan strategi yang penting bagi kesuksesan jangka panjang perusahaan.

Indikator Pengalaman Pengguna

Dalam penelitian ini ada tiga indikator yang mempengaruhi Pengalaman Pengguna yaitu:

a. Produk Layanan

Produk yang baik harus memenuhi selera serta harapan pelanggan. Produk yang dihasilkan produsen harus dapat menciptakan Pengalaman Pengguna pelanggan. Dasar penilaian kinerja produk antara lain jenis produk, kualitas produk, ketersediaan produk.

b. Harga

Harga merupakan bagian yang integral dari produk yang mencerminkan seberapa besar kualitas produk. Dasar penilaian

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

terhadap harga meliputi besaran harga, kesesuaian dengan nilai jual produk, pilihan atau variasi harga terhadap produk.

c. Promosi

Promosi mengenai informasi produk dan jasa dilakukan dalam upaya mengkomunikasikan manfaat produk dan jasa tersebut kepada pelanggan sasaran (Nida Salma Fahriani & Intan Rike Febriyanti, 2022)

Fitur-fitur Shoopay

Selain persepsi yang membuat mahasiswa menggunakan shoopay adapun fitur yang menjadi daya tarik bagi mahasiswa yaitu sebagai berikut:

a. Flash Sale

Flash Sale adalah istilah yang digunakan dalam *e-commerce* untuk promosi atau diskon yang ditawarkan dalam waktu singkat, biasa beberapa jam. Shoopay juga menawarkan flash sell untuk produk tertentu

b. Gratis Ongkir

Gratis ongkir adalah pengiriman produk tanpa dikenakan biaya tambahan untuk ongkos kirim

c. Cashback

Cashback adalah bentuk insentif dimana sebagian presentase dari jumlah yang di belanjakan dikembalikan kepada pelanggan.

d. Shoopay

Shoopay adalah metode pembayaran digital yang ditawarkan oleh shoopay, yang memungkinkan pelanggan untuk melakukan transaksi online yang aman dan nyaman

e. Shoopaylater

Shoopay later juga sebagai *spaylater*, adalah layanan yang memungkinkan pengguna untuk melakukan pembelian dan menunda hingga pembayaran tertentu (Ley 25. 632, 2002)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

2.3. Konsep Operasional

1. Definisi konseptuan

Pada dasarnya konseptualisasi adalah definisi yang berfungsi untuk menjelaskan konsep dengan kata-kata. Hamidi (2007) mendefinisikan konseptual adalah batasan tentang pengertian yang diberikan peneliti terhadap variabel-variabel konsep yang akan diukur, diteliti, dan digali datanya. (Ghefira Chairunnisa, 2021) Operasional variabel tersebut adalah:

- a. Variabel Persepsi mahasiswa (x)
- b. Variabel Pengalaman Pengguna (y)

Definisi Operasional

Definisi operasional variabel adalah suatu atribut atau sifat atau nilai dari objek atau kegiatan yang memiliki variasi tertentu yang telah ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Definisi variabel penelitian harus dirumuskan untuk menghindari kesesatan dalam mengumpulkan data. (Arikunto, 2010) Dalam penelitian ini, definisi operasional variabelnya adalah sebagai berikut:

- a. Variabel bebas, yaitu variabel independen ialah ubahan yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen. Dalam penelitian ini variabel bebas atau independen adalah persepsi mahasiswa (X).
- b. Variabel dependen disebut juga variabel output, Variabel dependen adalah ubahan terikas yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat dari adanya pengaruh independen. Dalam penelitian ini variabel terikat atau variabel dependennya adalah kepuasan pengguna (Y).

Tabel 2.2
Operasional Variabel

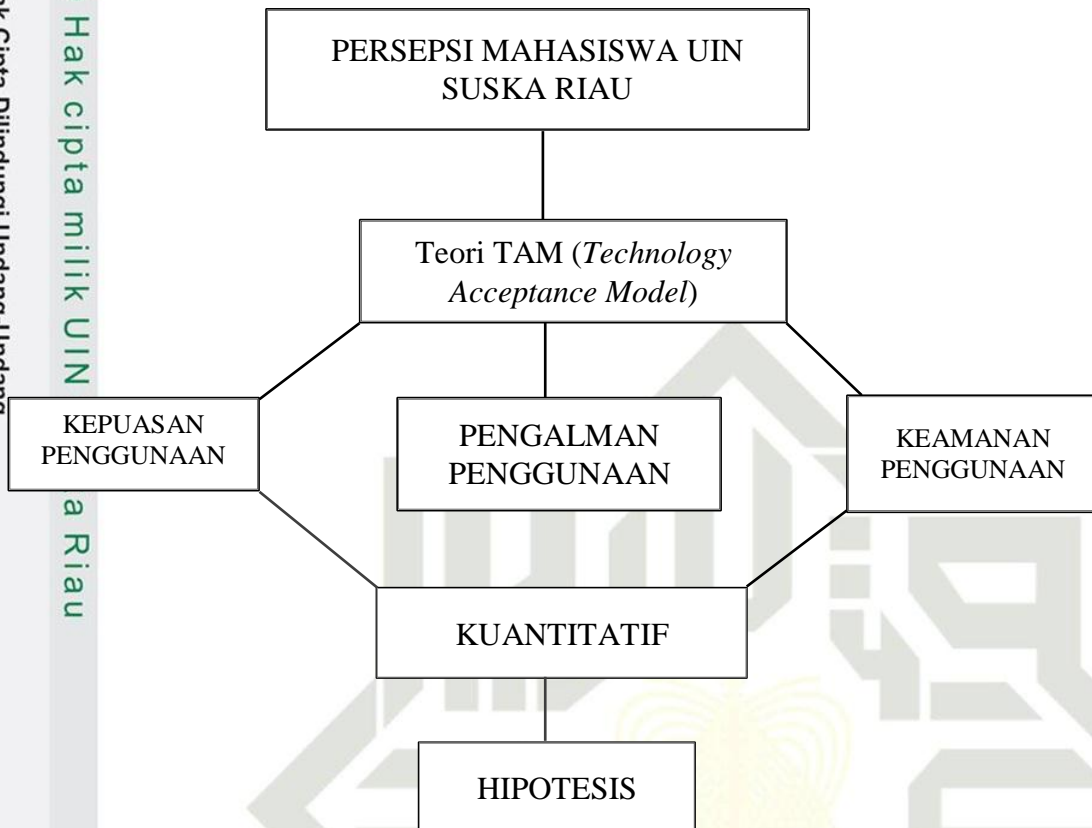
Variabel	Definisi Operasional	Indikator	Skala
Persepsi Mahasiswa	Menurut Kotler&Keller bahwa Pengalaman Pengguna adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) produk yang difikirkan terhadap kinerja (hasil) yang diharapkan	1. Penyerapan terhadap rangsang atau objek dari luar individu. 2. pemahaman terhadap objek. 3. evaluasi individu terhadap objek	Likert
Pengalaman Pengguna	Menurut Kotler & keller Pengalaman Pengguna adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) produk yang difikirkan terhadap kinerja (hasil) yang diharapkan	1. Produk Layanan 2. Harga 3. Promosi	Likert

2.4 Kerangka Pemikiran

Kerangka pemikiran adalah model konseptual mengenai teori yang berkaitan dengan berbagai faktor-faktor masalah penting. Kerangka pemikiran juga menjadi penjelasan sementara tentang berbagai gejala yang menjadi objek penelitian. Untuk memudahkan, kerangka berpikir dilukiskan dalam bentuk skema dimana keterkaitan antar variabel dibentuk ke dalam bagan sebagaimana berikut ini:

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Gambar 2.1
Bagan Kerangka Pikir

2.5 Hipotesis

Hipotesis adalah jawaban sementara terhadap pertanyaan-pertanyaan penelitian. Hipotesis dapat dijelaskan dari berbagai sudut pandang, misalnya secara etimologis, teknis, statistik, dan lain sebagainya. Hipotesis penelitian sangat diperlukan untuk memberikan arahan kepada penulis. Melalui hipotesis, penulis dapat memperoleh gambaran sementara tentang kemungkinan jawaban dari permasalahan yang sedang dihadapi. Hipotesis bukan merupakan kesimpulan akhir yang telah pasti benar, tetapi hal ini perlu dibuktikan kebenarannya terlebih dahulu melalui penelitian. Hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah:

H₀ = Tidak ada perbedaan yang signifikan dalam perspsi mahasiswa terhadap penggunaan aplikasi shoopepay

H₁ = Terdapat perbedaan yang signifikan dalam perspsi mahasiswa terhadap penggunaan aplikasi shoopepay

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB III METODE PENELITIAN

3.1 Desain Penelitian

Jenis Penelitian

Dalam jenis penelitian yang dilakukan pada penelitian ini berjudul pengaruh persepsi terhadap penggunaan ShopeePAY oleh mahasiswa UIN SUSKA Riau menggunakan jenis penelitian analitik. Penelitian analitik adalah jenis penelitian yang bertujuan untuk menguji hipotesis dan menganalisis hubungan sebab-akibat antara variabel-variabel yang diteliti, dimana dalam penelitian ini adalah persepsi dan hubungannya dengan penggunaan ShopeePAY oleh Mahasiswa UIN SUSKA Riau.

Penelitian ini memerlukan desain penelitian yang sistematis, pengumpulan data yang terstruktur, serta analisis data yang menggunakan teknik statistik untuk menentukan hubungan antara variabel. (Alasmari, 2020) Hasil analisis ini kemudian digunakan untuk menarik kesimpulan berbasis bukti yang dapat digunakan untuk membuat prediksi atau rekomendasi lebih lanjut. Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini bersifat kuantitatif, dimana data dikumpulkan melalui metode observasi, wawancara dan kuesioner.

Pendekatan Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode survei. Kartlinger (1973) menyebutkan bahwa metode survei adalah penelitian yang dilakukan pada populasi besar maupun kecil, tetapi data yang digunakan adalah data dari sampel yang diambil dari populasi tersebut. Sedangkan Neuman W Lawrence mendefinisikan penelitian survei adalah peneliti menanyakan beberapa orang (Responden) tentang keyakinan pendapat, karakteristik suatu obyek dan perilaku yang telah lalu atau sekarang. Penelitian survei berkenaan dengan pertanyaan tentang keyakinan dan perilaku dirinya sendiri. (Arikunto, 2010) Metode penelitian survei ialah metode yang digunakan untuk mendapatkan data yang terjadi dimasa lampau atau saat

ini, tentang keyakinan pendapat, karakteristik, perilaku, hubungan variable dan untuk menguji beberapa hipotesis tentang variable dari sampel yang diambil dari populasi tertentu, teknik pengumpulan data dengan pengamatan kuesioner yang tidak mendalami dan hasil penelitian cenderung untuk digeneralisasikan.(Arikunto, 2010)

3.2 Lokasi Penelitian dan Waktu Penelitian

Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian adalah tempat dimana peneliti memperoleh informasi mengenai data yang diperlukan. Lokasi penelitian adalah merupakan tempat dimana penelitian akan dilakukan. Pemilihan lokasi harus didasarkan pada pertimbangan-pertimbangan kemenarikan, keunikan, dan kesesuaian dengan topik yang dipilih.(Siagian et al., 2022)

Penelitian ini dilakukan di Universitas Sultan Syarif Kasim Riau. Sedangkan alasan pemilihan Universitas Sultan Syarif Kasim Riau adalah karena peneliti menemukan narasumber yang lebih tepat sehingga bisa memenuhi data penelitian secara mudah dan lebih efisien sehingga peneliti fokus dalam menganalisis data untuk penelitian Pengaruh Persepsi Terhadap penggunaan ShopeePay.

Waktu Penelitian

Penelitian dilakukan pada bulan April – Mei 2024.

3.3 Populasi dan sampel

Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri dari suatu objek atau subjek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.(Arikunto, 2010) Populasi pada penelitian ini didasarkan atas pertimbangan bahwa sampel atau responden berkaitan dengan karakteristik dalam variable penelitian yang penulis lakukan. Populasi pada penelitian ini yaitu 8 fakultas yang ada di UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Sampel

Menurut Sugiono bagian dari populasi yang menjadi sumber data dalam penelitian, dimana populasi merupakan bagian dari jumlah karakteristik yang dimiliki oleh populasi (Sugiono, 2019). Untuk metode penentuan jumlah sampel dalam penelitian ini menggunakan panduan dari Hair yaitu 5 hingga 10 kali jumlah item kuesioner, sehingga dalam penelitian ini sampel yang diharapkan berada pada kisaran 80 hingga 160 sampel. Namun demi meningkatkan nilai reliabilitas, validitas, dan stabilitas hasil, serta merepresentasikan populasi yang lebih general, peneliti memutuskan untuk menggunakan sebanyak 240 sampel yang mana dari 8 fakultas yang ada di UIN suska riau akan di ambil 30 sampel per fakultas untuk angkatan 2020.

Teknik random sampling digunakan untuk memastikan bahwa sampel yang diambil representatif terhadap populasi yang diteliti. Random sampling memberikan setiap anggota populasi peluang yang sama untuk terpilih, sehingga mengurangi bias dalam pemilihan sampel. Dengan teknik ini, penelitian diharapkan dapat mencakup berbagai karakteristik populasi, sehingga hasilnya lebih akurat dan valid. Penggunaan 240 sampel melalui metode random sampling juga membantu meningkatkan reliabilitas dan generalisasi hasil, karena sampel yang lebih besar dan representatif mencerminkan populasi secara lebih menyeluruh.

3.4 Teknik Pengumpulan Data

Untuk memperoleh sebuah data yang diperlukan oleh peneliti pada penelitian ini, maka penulis menggunakan beberapa pengumpulan data sebagai berikut :

1. Angket/Kuesioner

Teknik pengumpulan data yang diberikan berupa seperangkat pertanyaan kepada responden untuk dijawab. Dimana seluruh pertanyaan langsung ditanyakan. (Rosdakarya, 2014) Kuesioner juga merupakan teknik pengumpulan data yang efisien bila peneliti tahu dengan pasti variable yang akan diukur dan tahu apa yang bisa diharapkan dari

responden. Angket atau kuesioner dapat berupa pertanyaan-pertanyaan yang tertutup atau terbuka, yang dapat diberikan kepada responden atau dikirim melalui pos/internet.(Arikunto, 2010)

Jika kuesioner dapat diantarkan secara langsung dalam waktu yang tidak terlalu lama, maka pengiriman angket atau kuesioner tidak perlu melalui pos. dengan adanya kontak secara langsung antara peneliti dengan responden maka akan menciptakan suatu kondisi yang cukup baik, sehingga responden dengan sukarela akan memberikan data obyektif dan cepat.

Adapun skala yang digunakan oleh penelitian ini skala likert. Skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang maupun sekelompok orang tentang mengenai fenomena sosial.(Arikunto, 2010) Dalam penelitian ini, fenomena sosial ini telah ditetapkan secara spesifik oleh peneliti, yang selanjutnya disebut sebagai variable penelitian. Dengan skala likert, maka variable yang akan diukur dapat dijabarkan menjadi indikator variabel. Kemudian indikator tersebut dapat dijadikan tolak ukur untuk menyusun item-item instrument yang dapat berupa pernyataan atau pertanyaan.

Untuk menjawab setiap item-item instrument yang menggunakan skala likert mempunyai gradasi dari sangat positif sampai sangat negatif. Untuk keperluan analisis kuantitatif, maka jawaban dapat diberi skor :

- 1) Sangat setuju(SS) : diberi skor 5
- 2) Cukup Setuju(CS) : diberi skor 4
- 3) Setuju(S) : diberi skor 3
- 4) Tidak Setuju(TS) : diberi skor 2
- 5) Sangat Tidak Setuju(STS): diberi skor 1

Dalam instrument yang digunakan untuk memperoleh data tentang sejauh mana Persepsi Mahasiswa Uin Suska Riau Terhadap Pengalaman Pengguna Penggunaan Shopeepay.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

3.5 Uji Validitas dan Realibilitas

1. Uji Validitas

Uji validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat keandalan alat dan keabsahan alat ukur. Instrument yang valid atau sah mempunyai validasi tinggi, dan sebaliknya, sedangkan instrument yang kurang valid memiliki validasi yang rendah (Arikunto, 2010).

Uji Realibilitas

Uji reabilitas merupakan indeks yang menunjukkan sejauh mana suatu alat pengukur dapat diandalkan atau dipercaya. Alat ukur kuisioner merupakan alat untuk mengukur indikator dari variabel atau konstruk. Untuk menguji realibilitas digunakan rumus metode Crombach Alpha. Sedangkan pengukuran realibilitas yang digunakan dalam penelitian ini adalah koefisien internal dari Alpha. Dalam penelitian ini pernyataan dikatakan valid apabila $r_{hitung} > r_{tabel}$, maka dapat disimpulkan pernyataan tersebut reliabel. (Rosdakarya, 2014)

3.6 Teknik Analisis Data

Dalam penelitian ini analisis data akan menggunakan Regresi Linier Sederhana adalah metode statistik yang berfungsi untuk menguji sejauh mana hubungan sebab akibat antara Variabel Faktor Penyebab (X) terhadap Variabel Akibatnya. Faktor penyebab pada umumnya dilambangkan dengan X atau disebut juga dengan Predictor sedangkan Variabel Akibat dilambangkan dengan Y atau disebut juga dengan Response. Regresi Linear Sederhana atau sering disingkat dengan SLR (*Simple Linear Regression*) juga merupakan salah satu Metode Statistik yang dipergunakan dalam produksi untuk melakukan peramalan ataupun prediksi tentang karakteristik kualitas maupun Kuantitas.

Analisis regresi linear sederhana dilakukan dengan memakai perangkat analisis program SPSS 24 for windows yang dioperasikan secara computerized, baik secara perhitungan manual maupun memanfaatkan alat bantu komputer pada penelitian ini. Penulis memakai program SPSS tersebut

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Untuk mencari koefisien regresi. Secara umum, data hasil pengamatan Y dipengaruhi oleh variabel X, sehingga rumus umum dari regresi linear: (Rosdakarya, 2014) sederhana ini adalah sebagai berikut:

$$Y = a + bX$$

Dimana :

- = Variabel Response atau variabel faktor akibat (Dependent)
- = Konstanta
- = Koefisien regresi (kemiringan), besaran response yang ditimbulkan oleh predictor.
- = Variabel predictor atau variabel faktor penyebab (Independent)

© Hak Cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.


Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB IV

GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN

4.1 Gambaran Umum ShopeePay

Shopeepay merupakan mobile payment e-wallet yang tergabung dalam aplikasi marketplace Shopee. Shopee merupakan salah satu situs e-commerce yang didirikan oleh perusahaan SEA Group di Singapura. Perusahaan SEA Group berdiri pada sejak tahun 2009 oleh Forrest LI. Shopee pertama kalinya hadir yaitu di Singapura pada tahun 2015 yang kemudian melebarkan sayapnya ke beberapa negara tetangga seperti Malaysia, Thailand, Taiwan, Vietnam, dan Filipina, bahkan ke negara Indonesia. Shopee mulai memasuki pasar Indonesia yaitu pada akhir bulan Mei 2015 dan mulai beroperasi yaitu pada akhir Juni 2015 (Fikri, 2015)

Shopee merupakan sebuah platform belanja yang diadaptasikan untuk para pengguna dengan memberikan pengalaman belanja yang nyaman, aman, praktis, cepat dan dirancang dengan menyesuaikan untuk setiap wilayah. ShopeePay merupakan layanan pembayaran mobile yang sudah dapat digunakan oleh pengguna sebagai metode pembayaran online di platform Shopee sejak tahun 2018. Namun, perusahaan baru meresmikan ShopeePay yaitu pada hari Selasa, 25 Agustus 2020 yang dilakukan secara virtual.

Shopeepay adalah fitur layanan uang elektronik yang dapat digunakan sebagai metode pembayaran online di aplikasi Shopee, maupun untuk pembayaran offline pada setiap Merchant ShopeePay dan dapat menyimpan pengembalian dana yang dapat digunakan untuk membayar pesanan pengguna berikutnya.

4.2 Fitur-fitur ShopeePay

Fitur-fitur yang tersedia dalam ShopeePay dalam membantu setiap transaksi oleh pengguna, antara lain yaitu sebagai berikut:

1. Pembayaran dengan Scan Kode QR, pembayaran menggunakan scan Kode QR dapat dilakukan baik untuk pembayaran di toko, website, atau aplikasi Merchants.

Pengisian saldo yang dapat dilakukan melalui transfer bank c

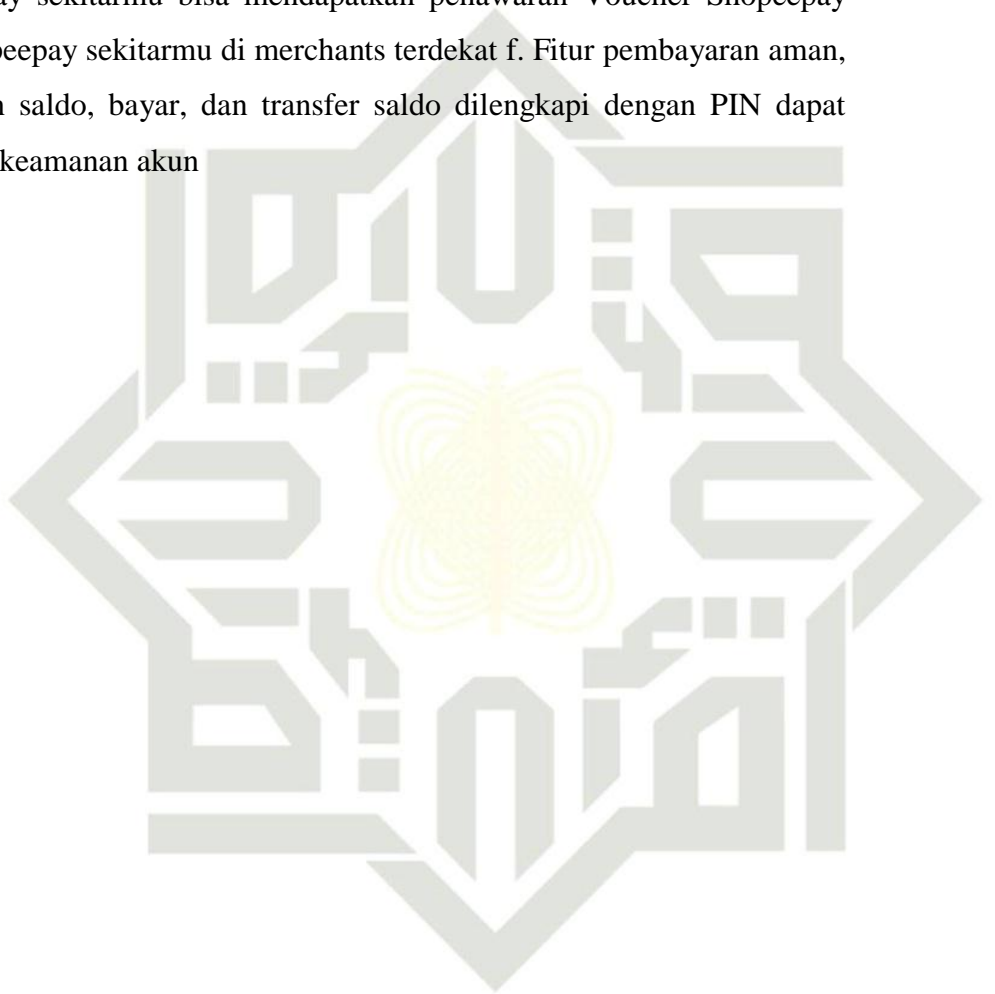
Shopeepay dapat digunakan untuk melakukan transfer ke rekening bank atau ke akun Shopeepay dengan gratis biaya admin dan tanpa batas transaksi.

Fitur verifikasi Shopeepay

Shopeepay sekitarmu bisa mendapatkan penawaran Voucher Shopeepay dan Shopeepay sekitarmu di merchants terdekat f. Fitur pembayaran aman, pengisian saldo, bayar, dan transfer saldo dilengkapi dengan PIN dapat menjaga keamanan akun

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB VI PENUTUP

6.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa instrumen yang digunakan untuk mengukur variabel Persepsi Mahasiswa (X) dan Pengalaman Pengguna (Y) menunjukkan validitas dan reliabilitas yang tinggi. Hasil uji validitas menunjukkan bahwa semua item pertanyaan pada kedua variabel memiliki nilai R hitung yang lebih besar dari R tabel (0.320), sehingga dinyatakan valid. Selain itu, hasil uji reliabilitas menunjukkan bahwa nilai Alpha Cronbach untuk Persepsi Mahasiswa adalah 0.933 dan untuk Pengalaman Pengguna adalah 0.875, keduanya menunjukkan bahwa instrumen tersebut reliabel.

Analisis regresi linear mengindikasikan bahwa Persepsi Mahasiswa memiliki pengaruh positif terhadap Pengalaman Pengguna, dengan koefisien B sebesar 1.015 dan nilai signifikansi 0.000. Hasil uji t mendukung temuan ini, dengan nilai t hitung 10.356 yang jauh lebih besar dari t tabel 1.980, menunjukkan bahwa pengaruh ini signifikan secara statistik. Uji F (ANOVA) juga menunjukkan bahwa model regresi yang digunakan signifikan secara keseluruhan, dengan nilai F sebesar 238.405 dan nilai signifikansi 0.000. Koefisien determinasi (R^2) sebesar 0.932 mengindikasikan bahwa 93.2% variasi dalam Pengalaman Pengguna dapat dijelaskan oleh variabel Persepsi Mahasiswa, dengan adjusted R^2 sebesar 0.928 yang menunjukkan bahwa model ini memiliki kemampuan prediksi yang sangat baik setelah memperhitungkan jumlah prediktor dalam model.



DAFTAR PUSTAKA

- Alasmari, N. (2020). Mixed Methods Research: An Overview. *International Journal of Social Science and Human Research*, 03(09). <https://doi.org/10.47191/ijsshr/v3-i9-04>
- Andini, nur amila. (2021). *faktor yang mempengaruhi penggunaan shoopepay sebagai alat transaksi*. 6.
- Arikunto. (2010). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. In SUGIYONO (Ed.), *Raneka Cipta, 2010* (2017th ed.). ALFABETA. <http://ojs3.unpatti.ac.id/index.php/moluccamed>
- Azka Fikri. (2021). Pengaruh Penggunaan ShopeePay Sebagai Dompot Digital Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Feb Usu. *Komunika*, 17(2), 1–11. <https://doi.org/10.32734/komunika.v17i2.7556>
- Bahari, F. (2020). *kebenaran darii timur* (F. Bahri (Ed.)).
- Debi Angelina Br Barus. (2020). Work From Home Pada Masa Pandemi Covid-19 Ditinjau Dari Persepsi Guru Di Kabupaten Sikka Maumere Nusa Tenggara Timur. *Psychopedia Jurnal Psikologi Universitas Buana Perjuangan Karawang*, 5(2), 9–16. <https://doi.org/10.36805/psychopedia.v5i2.1231>
- delfirman, rudi G, erwinsyah, bilal As, A. (Ed.). (2020). *sikap dan persepsi masyarakat berpendapatan rendah rehadap imbauan jaga jarak*.
- Dr. I Gusti Ngurah Agung Eka Teja Kusuma, S.E., M. M. (2023). *konstruksi loyalitas untuk kepuasan pelanggan*.
- Erlisa, O. ;, & Ananda, D. (2003). " *PEMANFAATAN TEKNOLOGI INFORMASI* " (*Studi Deskriptif Mengenai Pemanfaatan Teknologi Informasi Pada SMK Negeri 1 dan SMK Negeri 4 Surabaya*). 5(20).
- Falah, M. N. (2021). Pengaruh Persepsi Kemudahan, Persepsi Kepercayaan, Dan Persepsi Risiko Terhadap Minat Menggunakan Kembali ShopeePay Di Kota Malang Saat Pandemi Covid- 19. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB*, 9(2), 1–18.
- Firmansyah, A. (2018). *Perilaku Konsumen (Perilaku konsumen)*. Cv *Budi Utama*, 5 No.(september), 5–299.
- Ghefira Chairunnisa. (2021). *Tingkat Kepuasan Remaja Dalam Menggunakan Podcast Pada Spotify di Pekanbaru*.
- Gregorius Genep Sukendro, Muhamad Gafar Yoetadi, N. P. (Ed.). (2020). *kecerdasan buatan dan evolusi media dan komukasi* (2020th ed.).

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- Hakim, F. B., Yunita, P. E., Supriyadi, D., Isbaya, I., & Ramly, A. T. (2021). Persepsi, Pengambilan Keputusan, Konsep diri dan Value. *Diversity: Jurnal Ilmiah Pascasarjana*, 1(3). <https://doi.org/10.32832/djip-uika.v1i3.3972>
- Hartani, Indah Santi s.m, K. (2019). perceived usulfenes dan dan perceived ease to use. In T. Lestary (Ed.), *perceived usulfenes dan dan perceived ease to use*.
- inauthor:"Nora Anisa Br. Sinulingga, SE., M. (2023). *perilaku konsumen* (M. inauthor:"Nora Anisa Br. Sinulingga, SE. (Ed.); 2023rd ed.).
- Kotler, P. (2004). *manajemen pemasaran ,analisis, perencanaan,implementasu dan pengendalian* (J. M. Laurance (Ed.); edisi keli). PT.gransindo.
- Lailatul Isna, W., Sholihah, L. N., & Kristina, S. M. (2023). Dampak Fitur “Shopeepay” Dalam Meningkatkan Pola Hidup Konsumtif Masyarakat. *Prosiding Seminar Nasional*, 144–157.
- Latief, F., Idris, M., & Dirwan Latief, F., Idris, M., & Dirwan. (2021). Determinan Minat Penggunaan E-Wallet Shopeepay. *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, Dan Akuntansi)*, 5(3), 157–166. Retrieved from <https://drive.google.com/file/d/1v6Rt-9RzxF-5Wdd6mXe7a4eydFtBMaf8/view>. (2021). Determinan Minat Penggunaan E-Wallet Shopeepay. *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, Dan Akuntansi)*, 5(3), 157–166.
- Ley 25.632. (2002). *manfaat kekuatan media soisal*. 83–118.
- LI, sea limitid F. (n.d.). *shoopeepay metode pемayaran* (2009th ed.). FOREST LI.
- Mendita, Y., & Indah Rokhmawati, R. (2018). Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan, Kepercayaan dan Loyalitas Pelanggan pada E-Commerce (Studi Kasus : Shopee). *Jurnal Pengembangan Teknologi Informasi Dan Ilmu Komputer*, 2(11), 2548–2964.
- NaD. E. C., & Hipertensiva, C. (n.d.). *mengenal dompet digital di indonesia* (C. a. Rizky (Ed.); 2023rd ed.).
- Nid, Salma Fahriani, & Intan Rike Febriyanti. (2022). Analisis Kepuasan Pelanggan di Apotek Bunda Cikembar. *OPTIMAL: Jurnal Ekonomi Dan Manajemen*, 2(3), 1–11. <https://doi.org/10.55606/optimal.v2i3.431>
- Rosdakarya. (2014). *Jalaludin Rakhmat, “Metode Penelitian Komunikasi” (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2014)*, 262. (Issue 0).
- Sainang, S., & Aji, A. W. (2021). Pengaruh Persepsi Kemanfaatan, Persepsi



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Kemudahan Dan Kepuasan Pengguna Terhadap Minat Membayar Pajak Bumi Dan Bangunan (Pbb) Menggunakan ShopeePAY. *Amnesty: Jurnal Riset Perpajakan*, 4(1), 129–140. <https://doi.org/10.26618/jrp.v4i1.6317>

Sambodo Rio Sasongko. (2021). Faktor-Faktor Kepuasan Pelanggan Dan Loyalitas Pelanggan (Literature Review Manajemen Pemasaran). *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 3(1), 104–114. <https://doi.org/10.31933/jimt.v3i1.707>

Siahan, H. F., Damanhuri, D., & Juwandi, R. (2022). Analisis Perlindungan Hak Dan Pengembangan Sumber Daya Petani Yang Berkualitas Di Provinsi Banten (Studi Implementasi Pasal 12 *Jurnal Kewarganegaraan*, 6(1), 27–37.

Sugiono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Alfabeta.

Sulstiyawati, E. S., & Widayani, A. (2020). Marketplace Shopee Sebagai Media Promosi Penjualan UMKM di Kota Blitar. *Jurnal Pemasaran Kompetitif*, 4(1), 133. <https://doi.org/10.32493/jpkpk.v4i1.7087>

Sumarandak, M. E. N., Tungka, A. E., & Egam, P. P. (2021). Persepsi Masyarakat Terhadap Kawasan Monumen Di Manado. *Jurnal Spasial*, 8(2), 255–268.

Viera Valencia, L. F., & Garcia Giraldo, D. (2019). technology acceptance model. In *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952. (Vol. 2).

Wardana, A. N., Hairunnisa, & Wibowo, S. E. (2018). Pengaruh Persepsi Siswa SMAN 2 Samarinda Terhadap Minat dalam Memilih Inovasi Mulawarman (Studi Pada Siswa Kelas 3). *E-Journal Ilmu Komunikasi*, 6(4), 327–341.

Zulfam. (2017). Penerapan Teknologi Informasi Menentukan Keberhasilan Dunia Perusahaan Industri. *Jurnal Warta*, 53(9), 1689–1699.

Zuraida. (2023). Persepsi Terhadap Organisasi Ditinjau Dari Minat Berorganisasi Mahasiswa Jurusan Keperawatan Universitas Ratu Samban. *Jurnal Ilmiah PSYCHE*, 17(1), 1–16.



UIN SUSKA RIAU

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



UIN SUSKA RIAU

Lampiran 1 Hasil Uji SPSS

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Validitas Reliabilitas X

Reliability Statistics

Cronbach's	
Alpha	N of Items
.875	8

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
B1	32.34	7.891	0.962	0.698
B2	33.68	8.288	0.834	0.703
B3	32.30	7.439	0.655	0.665
B4	32.85	8.000	0.721	0.685
B5	33.15	7.765	0.789	0.678
B6	32.20	7.880	0.690	0.692
B7	33.00	7.560	0.850	0.667
B8	32.75	8.100	0.911	0.680

Validitas Reliabilitas Y

Reliability Statistics

Cronbach's	
Alpha	N of Items
.933	8

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
C1	19.78	13.365	0.900	0.954
C2	19.04	16.039	0.884	0.849
C3	19.79	17.077	0.757	0.639
C4	19.55	14.210	0.812	0.923
C5	19.80	15.525	0.877	0.905
C6	19.70	16.215	0.708	0.898
C7	19.40	13.955	0.940	0.908
C8	19.90	14.470	0.963	0.902



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Tabel ANOVA

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.965 ^a	.932	.928	2.169

a. Predictors: (Constant), Persepsi Mahasiswa (X)

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1728.931	2	276.977	238.405	.001 ^b
	Residual	280.429	238	.296		
	Total	2009.360	240			

a. Dependent Variable: Pengalaman Pengguna (Y)

b. Predictors: (Constant), Persepsi Mahasiswa (X)

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	5.287	3.472		84.358	.000
	Persepsi Mahasiswa (X)	1.015	.098	.102	10.356	.000

a. Dependent Variable: Pengalaman Pengguna (Y)



Lampiran 2 Kuesioner

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

The image shows a Google Forms survey interface. The top banner features the ShopeePay logo and a hand holding a smartphone displaying the app. The survey title is "Kuesioner Pengaruh Persepsi Mahasiswa UIN SUSKA Riau terhadap Pengalaman Pengguna ShopeePay". Below the title, a description states: "Kuesioner ini dibuat untuk sebagai media pengumpulan data penelitian terkait pengaruh persepsi mahasiswa UIN SUSKA Riau terhadap pengalaman penggunaan ShopeePay". The form is currently on Page 1 of 4. The question on this page is "Berapa Usia Anda ? *", with three radio button options: "Dibawah 20 Tahun", "20 - 24 Tahun" (which is selected), and "Diatas 24 Tahun". The bottom of the form shows navigation buttons for "Back" and "Next", a progress bar, "Page 2 of 4", and a "Clear form" button.



Variabel Persepsi Mahasiswa (X)

Persepsi Mahasiswa merujuk pada bagaimana mahasiswa UIN Sultan Syarif Kasim Riau menyerap, memahami, dan mengevaluasi pengalaman mereka terhadap penggunaan ShopeePay.

Fitur-fitur di aplikasi ShopeePay mudah digunakan dan dinavigasi. *

- Sangat Setuju
- Cukup Setuju
- Setuju
- Tidak Setuju
- Sangat Tidak Setuju

Saya sering menggunakan ShopeePay sebagai metode pembayaran dalam transaksi online. *

- Sangat Setuju
- Cukup Setuju
- Setuju
- Tidak Setuju
- Sangat Tidak Setuju

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



ShopeePay adalah alat yang efektif untuk mendukung kebutuhan transaksi harian saya. *

- Sangat Setuju
- Cukup Setuju
- Setuju
- Tidak Setuju
- Sangat Tidak Setuju

Saya merasa ShopeePay menawarkan tingkat keamanan yang memadai. *

- Sangat Setuju
- Cukup Setuju
- Setuju
- Tidak Setuju
- Sangat Tidak Setuju

ShopeePay memenuhi harapan saya sebagai alat pembayaran digital yang andal. *

- Sangat Setuju
- Cukup Setuju
- Setuju
- Tidak Setuju
- Sangat Tidak Setuju

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Proses transaksi menggunakan ShopeePay berlangsung cepat dan efisien. *

- Sangat Setuju
- Cukup Setuju
- Setuju
- Tidak Setuju
- Sangat Tidak Setuju

Saya merasa lebih nyaman menggunakan ShopeePay dibandingkan metode pembayaran digital lainnya. *

- Sangat Setuju
- Cukup Setuju
- Setuju
- Tidak Setuju
- Sangat Tidak Setuju

Saya memahami dengan baik fungsi utama ShopeePay sebagai alat pembayaran digital. *

- Sangat Setuju
- Cukup Setuju
- Setuju
- Tidak Setuju
- Sangat Tidak Setuju

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Variabel Pengalaman Pengguna ShopeePay (Y)

Transaksi pembayaran melalui ShopeePay diproses dengan cepat. *

- Sangat Setuju
- Cukup Setuju
- Setuju
- Tidak Setuju
- Sangat Tidak Setuju

Proses top-up saldo ShopeePay sangat mudah dan cepat. *

- Sangat Setuju
- Cukup Setuju
- Setuju
- Tidak Setuju
- Sangat Tidak Setuju

Biaya atau potongan yang dikenakan oleh ShopeePay tergolong terjangkau. *

- Sangat Setuju
- Cukup Setuju
- Setuju
- Tidak Setuju
- Sangat Tidak Setuju

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Harga yang ditawarkan ShopeePay sepadan dengan kualitas layanan yang saya dapatkan. *

- Sangat Setuju
- Cukup Setuju
- Setuju
- Tidak Setuju
- Sangat Tidak Setuju

Saya sering memanfaatkan promo yang ditawarkan ShopeePay dalam setiap transaksi. *

- Sangat Setuju
- Cukup Setuju
- Setuju
- Tidak Setuju
- Sangat Tidak Setuju

Saya puas dengan layanan yang diberikan oleh ShopeePay dalam setiap transaksi. *

- Sangat Setuju
- Cukup Setuju
- Setuju
- Tidak Setuju
- Sangat Tidak Setuju

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Promo dan diskon dari ShopeePay sangat membantu saya dalam melakukan transaksi. *

- Sangat Setuju
- Cukup Setuju
- Setuju
- Tidak Setuju
- Sangat Tidak Setuju

Layanan pelanggan ShopeePay selalu membantu saat saya mengalami kendala. *

- Sangat Setuju
- Cukup Setuju
- Setuju
- Tidak Setuju
- Sangat Tidak Setuju

[Back](#)[Submit](#)

Page 4 of 4

[Clear form](#)