

PENGARUH PERSEPSI KEMUDAHAN, PERSEPSI KEMANFAATAN, DAN RISIKO TERHADAP KEPUTUSAN PENGGUNAAN SHOPEEPAY PADA GENERASI Z

Oleh

Made Amanda Widya Putri P, NIM 1917041078

Jurusan S1 Manajemen

ABSTRAK

Studi ini berencana untuk melihat dampak kenyamanan yang terlihat, keuntungan yang terlihat, dan bahaya pada pilihan untuk melibatkan ShopeePay di usia z. Penelitian ini menggunakan pendekatan pemeriksaan kuantitatif, memperkirakan informasi esensial dengan ukuran ordinal poll reaction. Penelitian ini dilaksanakan di Fakultas Ekonomi Universitas Pendidikan Ganesha. Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa gen z di bidang ekonomi sebagai objek dompet terkomputerisasi ShopeePay. Strategi pengujian dalam ulasan ini adalah dengan menggunakan rumus slovin yang kemudian ditemukan lebih dari 100 contoh yang disebarluaskan secara online melalui struktur Google, dan SPSS versi 25 digunakan untuk melakukan sejumlah tes pemeriksaan pengulangan langsung. Menurut temuan penelitian ini, keputusan usia z untuk menggunakan ShopeePay tampaknya dipengaruhi secara signifikan oleh persepsi mereka tentang kenyamanan dan kemudahan. Sementara itu, risiko secara signifikan mempengaruhi pilihan untuk melibatkan ShopeePay di usia z.

Kata Kunci: Persepsi, Risiko, Keputusan, ShopeePay, Gen Z

THE INFLUENCE OF PERCEPTED CONVENIENCE, PERCEPTED USEFULNESS, AND RISK ON USE DECISIONS SHOPEEPAY ON GENERATION Z

By

Made Amanda Widya Putri P, NIM 1917041078

Management Department

ABSTRACT

This study plans to look at the impact of visible convenience, visible benefits, and harms on the choice to engage ShopeePay in age z. This study uses a quantitative examination approach, estimating essential information with ordinal poll reaction measures. This research was conducted at the Faculty of Economics, University of Education, Ganessa. The population in this study were gen z students in economics as the object of the ShopeePay computerized wallet. The testing strategy in this review is to use the slovin formula which is then found in more than 100 examples which are disseminated online via Google structure, and SPSS version 25 is used to perform a number of direct repeatability check tests. According to the findings of this study, age z's decision to use ShopeePay appears to be significantly influenced by their perception of convenience and convenience. Meanwhile, risk significantly influences the choice to engage ShopeePay at age z.

Keywords: Perception, Risk, Decision, ShopeePay, Gen Z