

**PENGARUH KEMUDAHAN DAN PROMOSI PENJUALAN
TERHADAP KEPUTUSAN PENGGUNAAN DOMPET
DIGITAL GOPAY PADA MAHASISWA FAKULTAS AGAMA
ISLAM UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA
UTARA**

SKRIPSI

*Diajukan Untuk Melengkapi Tugas-Tugas Dan Memenuhi Syarat-Syarat Guna
Memperoleh Gelar Sarjana Pada Program Studi Manajemen Bisnis Syariah*

Oleh:

NABILA DWI CAHYA

NPM: 2201280057



UMSU

Unggul | Cerdas | Terpercaya

**FAKULTAS AGAMA ISLAM
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
MEDAN
2026**

PERSEMBAHAN

“Dengan mengucapkan syukur atas rahmat Allah SWT, skripsi ini saya persembahkan sebagai tanda bukti cinta dan terima kasih kepada kedua orang tua Bapak Arianto dan Ibu Wagini, yang selalu berjuang dan mengusahakan putri bungsunya ini untuk menempuh pendidikan setinggi-tingginya hingga akhirnya dapat meraih gelar Sarjana Ekonomi

(S.E)

Semoga pencapaian ini menjadi kebanggaan kecil untuk setiap doa, pengorbanan, dan kerja keras yang telah Bapak dan Ibu berikan tanpa henti)”



Motto:

*Libatkan Allah dalam segala urusan,
agar yang berat menjadi ringan dan
yang sulit menjadi mudah*

PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertanda tangan di bawah ini

Nama : Nabila Dwi Cahya

NPM : 2201280057

Jenjang Pendidikan : S1 (Stara Satu)

Program Studi : Manajemen Bisnis Syariah

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi dengan judul “Pengaruh Kemudahan Dan Promosi Penjualan Terhadap Keputusan Penggunaan Dompot Digital GoPay Pada Mahasiswa Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara” Merupakan karya asli saya. Jika dikemudian hari terbukti bahwa skripsi ini hasil dari plagiarisme, maka saya bersedia ditindak sesuai dengan peraturan yang berlaku.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Medan, 13 Maret 2026



Nabila Dwi Cahya
2201280057

**PENGARUH KEMUDAHAN DAN PROMOSI PENJUALAN
TERHADAP KEPUTUSAN PENGGUNAAN DOMPET
DIGITAL GOPAY PADA MAHASISWA FAKULTAS AGAMA
ISLAM UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA
UTARA**

SKRIPSI

*Diajukan Untuk Melengkapi Tugas – Tugas Dan Memenuhi Syarat – Syarat
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi Program Studi Manajemen Bisnis
Syariah*

Oleh:

**Nabila Dwi Cahya
NPM: 2201280057**

Program Studi Manajemen Bisnis Syariah

Pembimbing



Ahmad Afandi, S.Kom., M.M

**FAKULTAS AGAMA ISLAM
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
MEDAN
2026**

Nomor : Istimewa
Lampiran : 3 (tiga) Exemplar
Hal : Skripsi

Medan,

2026

**Kepada Yth: Bapak Dekan Fakultas Agama Islam
Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara
Di Medan**

Assalamu'alaikum Wr. Wb

Setelah membaca, meneliti, dan memberi saran-saran perbaikan seperlunya terhadap skripsi mahasiswa **Nabila Dwi Cahya** yang berjudul **"Pengaruh Kemudahan Dan Promosi Penjualan Terhadap Keputusan Penggunaan Dompot Digital Gopay Pada Mahasiswa Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara"**. Maka kami berpendapat bahwa skripsi ini sudah dapat diterima dan di ajukan pada sidang Munaqasah untuk mendapat gelar Strata Satu (S1) pada program studi Manajemen Bisnis Syariah pada Fakultas Agama Islam UMSU. Demikianlah kami sampaikan atas perhatiannya diucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Pembimbing



Ahmad Afandi, S.Kom., M.M



UMSU

Unggul | Cerdas | Terpercaya

Bila menjabar surat ini agar disebutkan Nomor dan tanggalnya

MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PENELITIAN & PENGEMBANGAN PIMPINAN PUSAT MUHAMMADIYAH
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS AGAMA ISLAM

UMSU Terakreditasi A Berdasarkan Keputusan Badan Akreditasi Nasional Perguruan Tinggi No. 89/SK/BAN-PT/Akred/PT/III/2019
Pusat Administrasi: Jalan Mukhtar Basri No. 3 Medan 20238 Telp. (061) 66224567 - 6631003

http://fai@umsu.ac.id | fai@umsu.ac.id | umsumedan | umsumedan | umsumedan | umsumedan



BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI

Nama Perguruan Tinggi : Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara Medan
Fakultas : Agama Islam
Program Studi : Manajemen Bisnis Syariah
Jenjang : S1 (Strata Satu)

Ketua Program Studi : Assoc. Prof. Dr. Rahmayati, S.E.I., M.E.I
Dosen Pembimbing : Ahmad Afandi, S.Kom., M.M

Nama Mahasiswa : Nabila Dwi Cahya
Npm : 2201280057
Semester : VIII
Program Studi : Manajemen Bisnis Syariah
Judul Skripsi : Pengaruh Kemudahan Dan Promosi Penjualan Terhadap Keputusan Penggunaan Dompot Digital Gopay Pada Mahasiswa Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara

Tanggal	Materi Bimbingan	Paraf	Keterangan
09 Februari 2026	- Buatlah sumber populasi mahasiswa FAI dapat dari mana - Tambahkan citasi dari sejarah UMSU - Perbaiki kolom tabel dan daftar isi		
14 Februari 2026	- Perdalam pembahasan dan tambahkan beberapa riset terdahulu agar memperkuat hipotesisnya - Kaitkan pembahasan dengan ekonomi Islam		

Medan, 02 Maret 2026

Diketahui/Disetujui
Dekan

Assoc. Prof. Dr. Zailani,
S.Kom., MA

Diketahui/ Disetujui
Ketua Program Studi

Assoc. Prof. Dr. Rahmayati,
S.E.I., M.E.I

Pembimbing Skripsi

Ahmad Afandi, S.Kom., M.M



UMSU
Unggul | Cerdas | Terpercaya

Sila meninjau surat ini agar diketahui Nomor dan tanggalnya

MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PENELITIAN & PENGEMBANGAN PIMPINAN PUSAT MUHAMMADIYAH
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS AGAMA ISLAM

UMSU Terakreditasi A Berdasarkan Keputusan Badan Akreditasi Nasional Perguruan Tinggi No. 89/NK/BAN-PT/Akred/PT/III/2019
Pusat Administrasi: Jalan Mukhtar Basri No. 3 Medan 20238 Telp. (061) 66224567 - 6631003

<http://fai@umsu.ac.id> fai@umsu.ac.id [umsuMEDAN](https://www.facebook.com/umsuMEDAN) [umsuMEDAN](https://www.instagram.com/umsuMEDAN) [umsuMEDAN](https://www.tiktok.com/@umsuMEDAN) [umsuMEDAN](https://www.youtube.com/umsuMEDAN)



BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI

Nama Perguruan Tinggi : Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara Medan
Fakultas : Agama Islam
Program Studi : Manajemen Bisnis Syariah
Jenjang : S1 (Strata Satu)

Ketua Program Studi : Assoc. Prof. Dr. Rahmayati, S.E.I., M.E.I
Dosen Pembimbing : Ahmad Afandi, S.Kom., M.M

Nama Mahasiswa : Nabila Dwi Cahya
Npm : 2201280057
Semester : VIII
Program Studi : Manajemen Bisnis Syariah
Judul Skripsi : Pengaruh Kemudahan Dan Promosi Penjualan Terhadap Keputusan Penggunaan Dompot Digital Gopay Pada Mahasiswa Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara

Tanggal	Materi Bimbingan	Paraf	Keterangan
16 Februari 2026	- Pada abstrak tambahkan tujuan, metode, hasil penelitian dan kesimpulan. - dikeringkan pemikiran turiskan hubungan antar Variabelnya. - Pada pembahasan jelaskan hasilnya kenapa signifikan.		
25 Februari 2026	- Cek furniturnya sesuai dengan format fakultas - Tambahkan arti ayat pada pembahasan - Tambah referensi sampai 50 - Dimpikan sesuai format panduan skripsi		

Medan, 02 Maret 2026



Diketahui/Disetujui
Dekan
Assoc. Prof. Dr. Zailani,
S.Pd.I., MA

Diketahui/ Disetujui
Ketua Program Studi

Assoc. Prof. Dr. Rahmayati,
S.E.I., M.E.I

Pembimbing Skripsi

Ahmad Afandi, S.Kom., M.M



UMSU
Unggul | Cerdas | Terpercaya

Bila menjawab surat ini agar disebutkan Nomor dan tanggalnya

MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PENELITIAN & PENGEMBANGAN PIMPINAN PUSAT MUHAMMADIYAH
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS AGAMA ISLAM

UMSU Terakreditasi A Berdasarkan Keputusan Badan Akreditasi Nasional Perguruan Tinggi No. 89/SK/BAN-PT/Akred/PT/III/2019

Pusat Administrasi: Jalan Mukhtar Basri No. 3 Medan 20238 Telp. (061) 66224567 - 6631003

<http://fai@umsu.ac.id> fai@umsu.ac.id [umsumedan](https://www.facebook.com/umsumedan) [umsumedan](https://www.instagram.com/umsumedan) [umsumedan](https://www.tiktok.com/umsumedan) [umsumedan](https://www.youtube.com/umsumedan)



BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI

Nama Perguruan Tinggi : Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara Medan
Fakultas : Agama Islam
Program Studi : Manajemen Bisnis Syariah
Jenjang : S1 (Strata Satu)

Ketua Program Studi : Assoc. Prof. Dr. Rahmayati, S.E.I., M.E.I
Dosen Pembimbing : Ahmad Afandi, S.Kom., M.M

Nama Mahasiswa : Nabila Dwi Cahya
Npm : 2201280057
Semester : VIII
Program Studi : Manajemen Bisnis Syariah
Judul Skripsi : Pengaruh Kemudahan Dan Promosi Penjualan Terhadap Keputusan Penggunaan Dompot Digital Gopay Pada Mahasiswa Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara

Tanggal	Materi Bimbingan	Paraf	Keterangan
2/3/2026	Penta kembali link Doi dan penta abstr. Acc Rahmayati		Afe
	2/maret/2026		

Diketahui/Disetujui

Dekan



Assoc. Prof. Dr. Zailani,
S.Pd.T., MA

Diketahui/ Disetujui
Ketua Program Studi



Assoc. Prof. Dr. Rahmayati,
S.E.I., M.E.I

Medan, 01 Maret 2026

Pembimbing Skripsi



Ahmad Afandi, S.Kom., M.M

BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI



Telah selesai di berikan bimbingan dalam penulisan skripsi sehingga naskah skripsi ini telah memenuhi syarat dan dapat di setujui untuk di pertahankan dalam ujian skripsi oleh :

NAMA MAHASISWA : **Nabila Dwi Cahya**
NPM : **2201280057**
PROGRAM STUDI : **Manajemen Bisnis Syariah**
JUDUL SKRIPSI : **Pengaruh Kemudahan Dan Promosi Penjualan Terhadap Keputusan Penggunaan Dompot Digital Gopay Pada Mahasiswa Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara**

Medan, 2026

Pembimbing

Ahmad Afandi, S.Kom., M.M

**DI SETUJUI OLEH:
KETUA PROGRAM STUDI**

Assoc. Prof. Dr. Rahmayati, S.E.I., M.E.I

Dekan,



Assoc. Prof. Dr. Zailani, S.Pd.I., MA



UMSU
Unggul | Cerdas | Terpercaya

Dila menjab surat ini agar disebutkan Nomor dan tanggalnya

IAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PENELITIAN & PENGEMBANGAN PIMPINAN PUSAT MUHAMMADIYAH
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS AGAMA ISLAM

UMSU Terakreditasi A Berdasarkan Keputusan Badan Akreditasi Nasional Perguruan Tinggi No. 89/SK/BAN-PT/Akred/PT/II/2019
Pusat Administrasi: Jalan Mukhtar Basri No. 3 Medan 20238 Telp. (061) 66224567 - 6631003
<http://fai@umsu.ac.id> fai@umsu.ac.id [umsumedan](#) [umsumedan](#) [umsumedan](#)



LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Skripsi ini disusun oleh

Nama Mahasiswa : **Nabila Dwi Cahya**
NPM : **2201280057**
Program Studi : **Manajemen Bisnis Syariah**
Judul Skripsi : **Pengaruh Kemudahan Dan Promosi Penjualan Terhadap Keputusan Penggunaan Dompot Digital Gopay Pada Mahasiswa Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara**

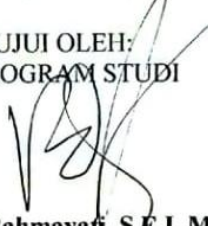
Disetujui dan memenuhi persyaratan untuk diajukan dalam ujian mempertahankan skripsi.

Medan, 2026

Pembimbing


Ahmad Afandi, S.Kom., M.M

DISETUJUI OLEH:
KETUA PROGRAM STUDI


Assoc. Prof. Dr. Rahmayati, S.E.I., M.E.I

Dekan,




Assoc. Prof. Dr. Zailani, S.Pd.I., MA

BERITA ACARA PENGESAHAN SKRIPSI

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Skripsi ini telah di pertahankan di depan Tim Penguji Ujian Skripsi Fakultas
Agama Islam Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara oleh :

Nama Mahasiswa : Nabila Dwi Cahya
NPM : 2201280057
Program Studi : Manajemen Bisnis Syari'ah
Semester : VIII
Tanggal Sidang : 13/03/2026
Waktu : 09.00 s.d selesai


TIM PENGUJI

PEMBIMBING : Ahmad Afandi, S. Kom, M. M
PENGUJI I : Dr. Isra Hayati, M.Si
PENGUJI II : Uswah Hasanah, M.Ag





PANITIA PENGUJI

Ketua,

Assoc. Prof. Dr. Zailani, MA



Sekretaris,

Assoc. Prof. Dr. Rizka Harfiani, M.Psi

Unggul | Cerdas | Terpercaya

**PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB LATIN KEPUTUSAN BERSAMA
MENTERI AGAMA DAN MENTERI PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN
REPUBLIK INDONESIA**

Nomor: 158 Th. 1987

Nomor: 0543Bju/1987

Transliterasi dimaksudkan sebagai pengali huruf dari abjad yang satu ke abjad yang lain. Transliterasi Arab Latin disini ialah penyalinan huruf-huruf Arab dengan huruf-huruf lain serta perangkatnya.

1. Konsonan

Fonem konsonan bahasa Arab yang dalam tulisan Arab dilambang dengan huruf dalam transliterasi ini sebagian dilambangkan dengan huruf dan sebagian dilambangkan dengan tanda secara bersama-sama. Di bawah ini daftar huruf Arab dan transliterasinya.

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	Sa	Š	es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	Ha	Ḥ	ha (dengan titik di bawah)
خ	Kha	Kh	Ka dan ha
د	Dal	D	De
ذ	Zal	Ž	zet (dengan titik di atas)
ر	Ra	R	Er
ز	Zai	Z	Zet

س	Sin	S	Es
ش	Syim	Sy	Es dan ye
ص	Sad	Ş	es (dengan titik di bawah)
ض	Đad	Đ	de (dengan titik di bawah)
ط	Ta	Ṭ	te (dengan titik di bawah)
ظ	Za	Ẓ	zet (dengan titik di bawah)
ع	'Ain	‘	Koma terbalik di atas
غ	Gain	G	Ge
ف	Fa	F	Ef
ق	Qaf	Q	Qi
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	El
م	Mim	M	Em
ن	Nun	N	En
و	Waw	W	We
ه	Ha	H	Ha
ء	Hamzah	'	Apostrof
ي	Ya	Y	Ye

2. Vokal Vokal

bahasa Arab adalah seperti vokal dalam bahasa Indonesia, terdiri dari vokal atau monofong dan vokal rangkap atau diftong:

a. Vokal Tunggal

Vokal tunggal dalam bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harakat, transliterasinya adalah sebagai berikut:

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
َ	Fathah	A	A
ِ	Kasrah	I	I
ُ	Dammah	U	U

b. Vokal Rangkap

Vokal rangkap bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harokat ghuruf, transliterasinya berupa gabungan huruf yaitu:

Tanda dan Huruf	Nama	Gabungan Huruf	Nama
ى-/	Fattah dan ya	Ai	a dan i
و-/	Fattah dan waw	Au	a dan u

Contoh:

كتب	Ditulis	Kataba
كيف	Ditulis	Kaifa

c. Maddah

Maddah atau vokal panjang yang lambangnya berupa harkat huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda, yaitu:

Harokat dan Huruf	Nama	Huruf dan Tanda	Nama
اَ	Fattah dan alif atau Ya	A	a dan garis diatas
ى	Kasrah dan ya	I	i dan garis diatas
وُ	Dhammah dan waw	U	u dan garis diatas

Contoh:

قال	Ditulis	Qāla
قيل	Ditulis	Qīla

d. Ta Marbutah

Transliterasi untuk ta marbutah ada dua:

- 1) Ta Marbutah Hidup Ta marbutah yang hidup atau mendapat harkat fattah, kasrah dan dammah, transliterasinya (t).

- 2) Ta Marbutah Mati Ta marbutah yang mati mendapat harkat sukun, transliterasinya adalah (h).
- 3) Kalau ada kata yang terakhir dengan ta marbutah diikuti dengan kata yang menggunakan kata sandang al serta bacaan kedua kata itu terpisah, maka ta marbutah itu transliterasinya dengan ha (h).

Contoh:

روضۃ الطفال	Ditulis	Raudah al-atfal – raudatul atfal
المدينة المنورة	Ditulis	Al-Madinah al-munawwarah
طلحة	Ditulis	Talhad

e. Syaddah (Tasydid)

Syaddah atau tasydid yang pada tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda, tanda syahada atau tanda tasydid, dalam transliterasi ini tanda tasydid tersebut dilambangkan dengan huruf, yaitu yang sama dengan huruf yang diberi tanda syaddah itu.

Contoh:

ربنا	Ditulis	Robbana
نزل	Ditulis	Nazzala
البر	Ditulis	Al-birr
الحج	Ditulis	Al-hajj
نعم	Ditulis	Ni'imma

f. Kata sandang

Kata sandang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, yaitu: ال, namun dalam transliterasi ini kata sandang itu dibedakan atas kata sandang yang diikuti oleh huruf *syamsiah* dan kata sandang yang diikuti oleh huruf *qamariah*.

- 1) Kata sandang diikuti oleh huruf *syamsiah* Kata sandang diikuti oleh huruf syamsiah ditransliterasikan sesuai dengan bunyinya, yaitu huruf (I) diganti dengan huruf yang sama dengan huruf yang langsung mengikuti kata sandang itu.
- 2) Kata sandang yang diikuti oleh huruf *qamariah*. Kata sandang yang diikuti oleh huruf qamariah ditransliterasikan sesuai dengan aturan

yang digariskan di depan dan sesuai pula dengan bunyinya baik diikuti huruf *syamsiah* maupun *qamariah*, kata sandang ditulis terpisah dari kata yang mengikuti dan dihubungkan dengan tanda sempang.

Contoh:

الرجل	Ditulis	Ar-rajulu
السيدة	Ditulis	As-sayyidatu
الشمس	Ditulis	Asy-syamsu
القلم	Ditulis	Al-qalamu
لجالل	Ditulis	Al-jalalu

g. Hamzah

Dinyatakan di depan bahwa hamzah ditransliterasikan dengan Apostrof. Namun, itu hanya berlaku bagi Hamzah yang terletak ditengah dan diakhir kata. Bila Hamzah itu terletak di awal kata, ia tidak dilambangkan, karena dalam tulisan Arab berupa alif.

Contoh:

النوء	Dibaca	An- nau'
شيء	Dibaca	Syai'in
ان	Dibaca	Inna
أمرت	Dibaca	Umirtu
اكل	Dibaca	Akala

h. Penulisan Kata

Pada dasarnya setiap kata, baik fi'il (kata kerja), isim (kata benda), maupun huruf, ditulis terpisah. Hanya kata-kata tertentu yang penulisannya dengan huruf Arab sudah lazim dirangkaikan dengan kata lain karena ada huruf atau harkat yang dihilangkan, maka dalam transliterasi ini penulisan kata tersebut dirangkaikan juga dengan kata lain yang mengikutinya.

i. Huruf Kapital

Meskipun dalam sistem tulisan Arab huruf kapital tidak dikenal, dalam transliterasi ini huruf tersebut digunakan juga. Penggunaan huruf kapital seperti apa yang berlaku dalam EYD, diantaranya: huruf kapital digunakan untuk menuliskan huruf awal nama diri dan permulaan kalimat. Bila nama itu didahului oleh kata sandang, maka yang ditulis dengan huruf kapital tetap huruf awal nama diri tersebut, bukan huruf awal kata sandangnya.

Contoh :

- Wa mamuhammadunillarasul
- Inna awwalabaitinwudi'alinnasilalazibibakkatamubarakan
- Syahru Ramadhan al-lazunzilafihi al-qur'anu
- Walaqadra'ahubilufuq al-mubin
- Ahamdulillahirabbi-'alamin

Penggunaan huruf awal kapital untuk Allah hanya berlaku bila dalam tulisan arabnya memang lengkap demikian dan kalau penulisan itu disatukan dengan kata lain sehingga ada huruf atau harakat yang dihilangkan, huruf kapital yang tidak digunakan.

Contoh :

- Nasruminallahiwafathunqarib
- Lillahi al-amrujami'ah
- Lillahil – amrujami'an
- Wallahubikullisyai'in'alim

j. Tajwid

Bagi mereka menginginkan kebenaran dalam bacaan, pedoman transliterasi ini merupakan bagian yang tak terpisahkan dengan ilmu tajwid. Karena itu peresmian pedoman transliterasi ini perlu disertai ilmu tajwid.

ABSTRAK

Nabila Dwi Cahya, 2201280057, Pengaruh Kemudahan Dan Promosi Penjualan Terhadap Keputusan Penggunaan Dompot Digital GoPay Pada Mahasiswa Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui sejauh mana pengaruh kemudahan dan promosi penjualan terhadap keputusan penggunaan dompet digital GoPay pada mahasiswa Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan sampelnya terdiri dari 93 responden. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui studi pustaka dan penyebaran kuesioner. Teknik analisis data yang digunakan meliputi uji validitas, uji reliabilitas, uji hipotesis, dan uji regresi linear berganda. Uji prasyarat yang digunakan dalam penelitian ini mencakup uji asumsi klasik, yang terdiri dari uji normalitas, uji multikolinearitas dan uji heteroskedastisitas, dengan menggunakan bantuan perangkat lunak SPSS v25.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kemudahan dan promosi penjualan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan dompet digital GoPay. Hal ini ditunjukkan oleh hasil uji F yang memperoleh nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$ dengan nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,619, yang berarti kemudahan dan promosi penjualan secara simultan memberikan kontribusi sebesar 61,9% terhadap keputusan penggunaan dompet digital gopay pada mahasiswa Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara, sedangkan sisanya sebesar 38,1% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diketahui. Secara parsial, variabel kemudahan memiliki pengaruh dengan koefisien regresi sebesar 0,281 dan nilai $t_{hitung} 2,498 > t_{tabel} 1,986$. Sementara itu, promosi penjualan menunjukkan pengaruh yang lebih dominan dengan koefisien regresi sebesar 0,663, nilai $t_{hitung} 6,194 > t_{tabel} 1,986$. Temuan ini mengindikasikan bahwa semakin tinggi tingkat kemudahan penggunaan serta semakin intensif promosi penjualan yang ditawarkan, maka keputusan mahasiswa untuk menggunakan dompet digital GoPay akan semakin meningkat.

Kata kunci: Kemudahan, Promosi penjualan, Dompot digital, gopay, Keputusan penggunaan

ABSTRACT

Nabila Dwi Cahya, 2201280057, *The Influence of Ease of Use and Sales Promotion on the Decision to Use the GoPay Digital Wallet among Students of the Faculty of Islamic Studies, Muhammadiyah University of North Sumatra*

The purpose of this study is to examine the extent to which ease of use and sales promotion influence the decision to use the digital wallet GoPay among students of the Faculty of Islamic Studies at Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara. This research employs a quantitative approach with a sample consisting of 93 respondents. Data were collected through literature review and questionnaire distribution. The data analysis techniques applied include validity testing, reliability testing, hypothesis testing, and multiple linear regression analysis. The prerequisite tests used in this study comprise classical assumption tests, including normality, multicollinearity, and heteroscedasticity tests, conducted with the assistance of SPSS version 25 software.

The results of the study indicate that ease of use and sales promotion have a positive and significant effect on the decision to use the GoPay digital wallet. This is evidenced by the F-test results, which show a significance value of $0.000 < 0.05$ and a coefficient of determination (R^2) of 0.619. This finding suggests that ease of use and sales promotion simultaneously contribute 61.9% to the decision to use the GoPay digital wallet among students of the Faculty of Islamic Studies at Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara, while the remaining 38.1% is influenced by other variables not examined in this study. Partially, the ease-of-use variable has a significant effect with a regression coefficient of 0.281 and a t-value of $2.498 > t\text{-table } 1.986$. Meanwhile, sales promotion demonstrates a more dominant influence, with a regression coefficient of 0.663 and a t-value of $6.194 > t\text{-table } 1.986$. These findings indicate that higher levels of ease of use and more intensive sales promotion can increase students' decisions to use the GoPay digital wallet.

Keywords: Ease of Use, Sales Promotion, Digital Wallet, GoPay, Usage Decision

KATA PENGANTAR



Assalammu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Syukur alhamdulillah penulis ucapkan kepada Allah SWT karena atas berkat rahmat, hidayah serta karunia-Nya penulis mampu menyelesaikan karya ilmiah skripsi yang berjudul **“Pengaruh Kemudahan Dan Promosi Penjualan Terhadap Keputusan Penggunaan Dompot Digital GoPay Pada Mahasiswa Fai Umsu”** penulisan karya ilmiah ini sebagai persyaratan untuk menyelesaikan pendidikan Strata-1 (S1) Program Studi Manajemen Bisnis Syariah Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara. Tidak lupa shalawat dan salam penulis hadiahkan kepada Nabi Muhammad SAW, sebagai pembawa petunjuk bagi umat manusia dan semoga kita mendapatkan syafaatnya di yaumul akhir nanti.

Penulis mengucapkan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada pihak yang telah membantu hingga skripsi ini sesuai dan dikemukakan. Ucapan terima kasih ini penulis tujukan kepada:

1. Kedua orang tua penulis Bapak Arianto dan Ibu Wagini, dua orang yang sangat berjasa dalam hidup penulis, dua orang yang selalau mengusahakan anak bungsunya ini menempuh pendidikan setinggi-tingginya meskipun mereka tidak sampai merasakan bangku perkuliahan, namun mereka telah memberikan segalanya hingga penulis mampu menyelesaikan studinya sampai meraih gelar sarjana. Penulis percaya doa-doa mereka lah yang selalu menyelamatkan dan menuntun penulis melewati masa-masa sulit.
2. Bapak Prof. Dr. Agussani, M.AP selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
3. Bapak Assoc. Prof. Dr. Zailani, S.Pd.I., MA selaku Dekan Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
4. Ibu Assoc. Prof. Dr. Rizka Harfianti, M.Psi Selaku Wakil Dekan I Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
5. Bapak Dr. Muhammad Ruslan, M.Pd Selaku Wakil Dekan III Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.

6. Ibu Assoc. Prof. Dr. Rahmayati, S.E.I.,M.E.I selaku Ketua Program Studi Manajemen Bisnis Syariah Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
7. Ibu Alfi Amalia, S.E.I., M.E.I selaku Sekretaris Program Studi Manajemen Bisnis Syariah Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
8. Bapak Ahmad Afandi, S.Kom, M.M Selaku Dosen Pembimbing Skripsi, terimakasih kepada beliau yang sudah membimbing agar penulisan skripsi ini dapat dilaksanakan dengan sangat baik.
9. Keluarga yang telah memberikan dukungan kepada penulis (terutama pada kakak tersayang Suci Arianty dan keponaan tersayang Atharaska Dom Fatlani, Naura Almahira Shanum yang senantiasa selalau menghibur penulis terutama dalam proses penyelesaian skripsi ini).
10. Sahabat terbaik penulis Salsabillah yang selalu senantiasa memberikan semangat dan motivasi.
11. Teman-teman seperjuangan penulis yang telah menemani selama perkuliahan, Alyanda Firzanni, Diva Sekawan Lia Putri, Rahma Fadillah, Ardilla Oktaviani Br Ginting.
12. Kepada diri sendiri apresiasi sebesar-besarnya yang telah berjuang untuk menyelesaikan apa yang telah dimulai. Terimakasih sudah bertahan dan melewati segala hal sulit dalam hidup ini.

penulis mengharapkan kritik dan yang membangun bagi skripsi ini. Akhir kata penulis ucapkan terima kasih.

Wassalammu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Medan, 13 Maret 2026

Nabila Dwi Cahya

2201280057

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
ABSTRACK	ii
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI	v
DAFTAR GAMBAR	vii
DAFTAR TABEL	viii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Identifikasi Masalah	5
C. Rumusan Masalah	6
D. Tujuan penelitian.....	6
E. Manfaat Penulisan.....	6
F. Sistematis Penulisan.....	7
BAB II LANDASAN TEORETIS	9
A. Kajian Pustaka.....	9
1. Kemudahan	9
2. Promosi Penjualan.....	11
3. Keputusan Penggunaan Dompot Digital	14
4. GoPay.....	18
B. Kajian Penelitian Terdahulu	19
C. Kerangka Pemikiran.....	25
D. Hipotesis.....	26
BAB III METODE PENELITIAN	28
A. Pendekatan Penelitian	28
B. Lokasi dan Waktu Penelitian.....	28
C. Populasi dan Sampel	29
D. Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel	31
E. Teknik Pengumpulan Data	33

F. Instrument Penelitian	34
G. Uji Persyaratan	35
H. Teknik Analisis Data	36
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	40
A. Deskripsi penelitian.....	40
B. Deskripsi Karakteristik Respondes.....	42
C. Hasil Penelitian	44
1. Uji Validitas.....	49
2. Uji Reliabilitas	51
3. Uji Asumsi Klasik	52
4. Uji hipotesis	56
D. Pembahasan.....	59
BAB V PENUTUP	63
A. Kesimpulan	63
B. Saran.....	64
DAFTAR PUSTAKA	65
LAMPIRAN.....	65

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Nilai transaksi uang elektronik 2019-2024	2
Gambar 1.2 penggunaan layanan e-wallet tahun 2024	3
Gambar 2. 1 Kerangka Pemikiran.....	26
No table of figures entries found. Gambar 4.4Hasil Uji Regresi Linear Berganda	56
Gambar 4.5 Hasil Uji T	58
Gambar 4.6 Hasil Uji F	59
Gambar 4.7 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	60

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Kajian Penelitian Terdahulu	28
Tabel 2.2 Persamaan Dan Perbedaan	28
Tabel 3.1 Pelaksanaan Waktu Penelitian	28
Tabel 3.2 Jumlah Mahasiswa Per Program Studi Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara Per 2025	29
Tabel 3.3 Operasional Variabel Penelitian	33
Tabel 3.4 Skala Likert	35
Tabel 4.1 Distribusi Resoponden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	43
Tabel 4.2 Distribusi Responden Berdasarkan Usia	43
Tabel 4.3 Distribusi Responden Berdasarkan Program Studi	43
Tabel 4.4 Persentase Jawaban Responden Variabel Kemudahan (X1)	44
Tabel 4.5 Persentase Jawaban Responden Variabel Promosi Penjualan (X2).....	46
Tabel 4.6 Persentase Jawaban Responden Variabel Keputusan Penggunaan Dompot Digital Gopay (Y)	47
Tabel 4.7 Hasil Uji Validitas Variabel Kemudahan (X1)	49
Tabel 4.8 Hasil Uji Validitas Variabel Promosi Penjualan (X2)	50
Tabel 4.9 Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Penggunaan Dompot Digital Gopay (Y).....	50
Tabel 4.10 Hasil Uji Reliabilitas	51

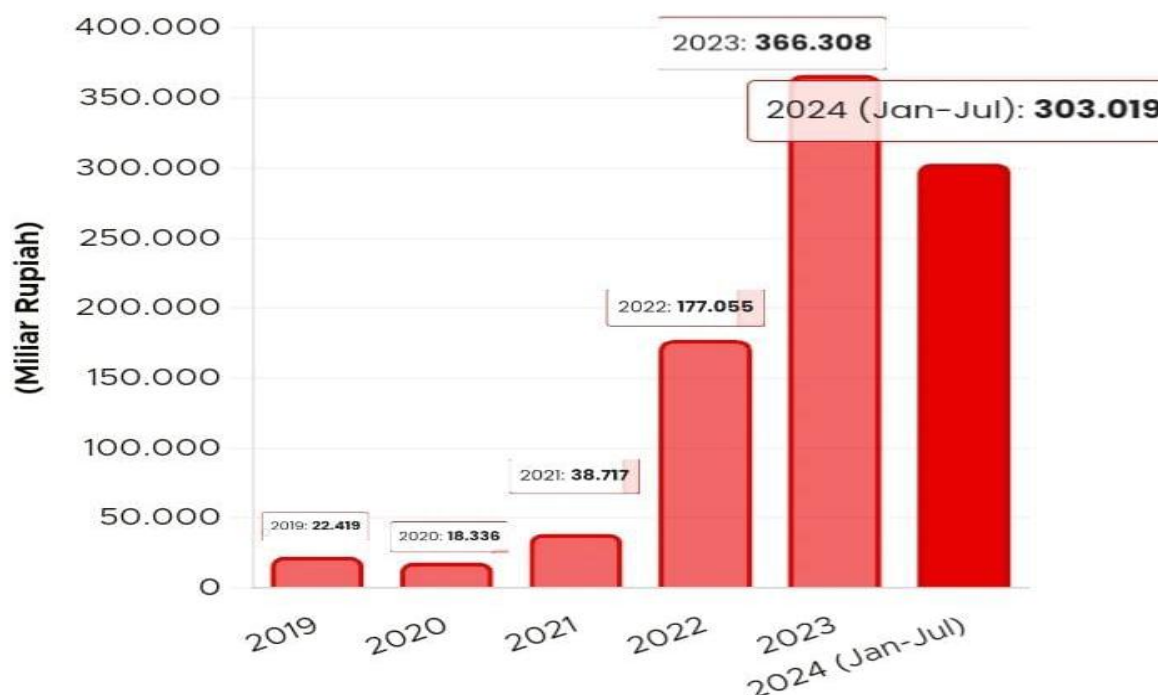
BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Sekarang ini, di era digital, masyarakat dituntut agar lebih cerdas dalam menggunakan berbagai fasilitas dan efektivitas yang diberikan oleh teknologi dalam berinteraksi. Kemajuan inovasi digital yang terjadi di berbagai sektor menunjukkan bahwa masyarakat juga berkontribusi dalam mengikuti perkembangan zaman yang semakin maju. Sistem pembayaran dan transaksi telah mengalami perubahan yang sangat signifikan. Berkembangnya industri teknologi keuangan (fintech) turut memicu lahirnya berbagai perusahaan startup di bidang layanan keuangan digital. Fintech menghadirkan inovasi dengan menggabungkan teknologi dan layanan keuangan sehingga transaksi dapat berlangsung lebih cepat, efisien, dan terjamin keamanannya (Mujiatun et al., 2022). Indonesia saat ini berada pada tahap penguatan penggunaan instrumen pembayaran elektronik, termasuk uang elektronik (*e-money*) (Dimas Dwi Permana; Rahmayati, 2024). Sebagaimana diatur oleh Bank Indonesia Nomor 20/6/PBI/2018 tentang uang elektronik. Uang elektronik merupakan alat pembayaran dengan nilai yang tersimpan secara digital. Uang elektronik menjadi alternatif pembayaran non-tunai yang mudah, dan aman, dalam berbagai aktivitas pembayaran sehari-hari (Afdi & Hanifah, 2021).

Menurut survei GoodStats tahun 2024 yang melihat periode lima tahun terakhir, transaksi uang elektronik di Indonesia mengalami peningkatan yang sangat pesat seiring dengan meningkatnya penggunaan teknologi digital oleh masyarakat. Kenaikan tertinggi terjadi pada kurun waktu 2021 sampai 2022, yaitu ketika nilai transaksi melonjak drastis dari Rp 38,7 triliun menjadi Rp 177,1 triliun. Hal ini mencerminkan adanya perubahan perilaku konsumen yang berangsur-angsur meninggalkan transaksi dengan uang tunai dan mulai beralih ke sistem pembayaran digital yang dianggap lebih praktis, cepat, dan aman.

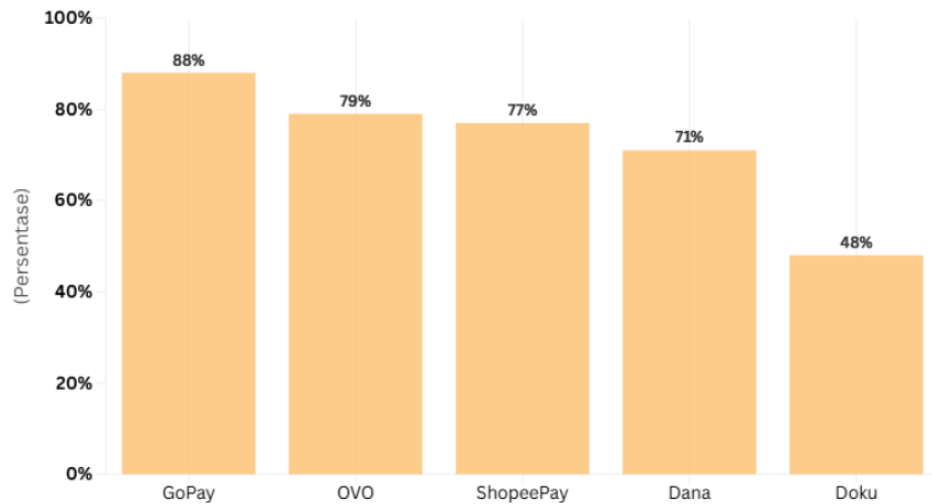


Gambar 1.1 Nilai transaksi uang elektronik 2019-2024

Sumber: GoodStats.id

Sejalan dengan peningkatan penggunaan uang elektronik tersebut, layanan dompet digital juga mengalami pertumbuhan pesat. Menurut (Luthfi et al., 2023) Dompet digital adalah layanan berbasis elektronik yang bertujuan mempercepat dan menyederhanakan proses transaksi dengan fleksibilitas yang tinggi, sehingga minat pengguna terhadapnya semakin banyak. Hadirnya dompet digital sebagai alat transaksi pembayaran elektronik membawa manfaat yang penting bagi masyarakat, yaitu mampu mendorong terjadinya perubahan gaya hidup. (N. A. Putri & Siregar, 2024), khususnya di kalangan mahasiswa, dompet digital menjadi pilihan pembayaran yang dianggap praktis dan efisien karena dapat digunakan kapan saja dan di mana saja hanya melalui ponsel mereka (Latiep. & Suprianto, 2025). Berdasarkan survei GoodStats 2024, GoPay merupakan dompet digital dengan tingkat penggunaan tertinggi sebesar (88%), mengungguli OVO (79%), ShopeePay (77%), dan Dana (71%), Sedangkan Doku masih terbatas dengan penggunaan (48%) responden saja. Survei ini menunjukkan bahwa persaingan antar penyedia layanan semakin ketat, sehingga perusahaan perlu memahami faktor-faktor yang memengaruhi keputusan penggunaan. Salah satu merek dompet digital yang sering dipakai

mahasiswa yaitu GoPay. GoPay adalah dompet digital (*e-wallet*) yang memungkinkan pengguna menyimpan nilai uang secara elektronik dan melakukan transaksi digital non-tunai. GoPay merupakan salah satu layanan yang berada di bawah naungan GoTo Financial dan GoTo Group (GoPay, 2023).



Gambar 1.2 penggunaan layanan e-wallet tahun 2024

Sumber: GoodStats.id

Pembayaran secara digital kini semakin banyak dipilih oleh mahasiswa karena berbagai kelebihannya seperti kemudahan penggunaan, ketersediaan promo, dan kepraktisan. Hasil penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh (Widiyanti, 2020) “*Pengaruh Kemanfaatan , Kemudahan Penggunaan dan Promosi terhadap Keputusan Penggunaan E-wallet OVO di Depok*” menunjukkan bahwa promosi dan persepsi kemudahan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan dompet elektronik. Temuan ini mengindikasikan bahwa semakin tinggi tingkat informasi promosi dan kemudahan yang dirasakan, semakin besar kemungkinan konsumen memilih layanan tersebut. Penelitian lain oleh (Sinaga, 2024) “*Pengaruh Kemudahan Fitur dan Promosi Aplikasi Gopay Terhadap Keputusan Penggunaan Gopay Pada Alat Pembayaran*” juga menemukan bahwa kemudahan fitur dan promosi baik secara parsial maupun simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan penggunaan GoPay sebagai alat pembayaran. Namun, penelitian yang dilakukan oleh (Fitriani Latief, 2020) “*pengaruh kemudahan, promosi,*

dan kemanfaatan terhadap keputusan penggunaan uang digital” melaporkan bahwa promosi tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan penggunaan e-wallet, sehingga menunjukkan adanya perbedaan hasil penelitian terkait variabel promosi.

Dalam teori *Technology Acceptance Model* (TAM) yang diperkenalkan oleh Davis tahun 1989, kemudahan merujuk pada sejauh mana seseorang meyakini bahwa penggunaan teknologi dapat dilakukan tanpa memerlukan usaha yang signifikan. Selain faktor kemudahan, terdapat pula faktor lain yang turut mendukung keputusan seseorang untuk memakai suatu layanan, yakni promosi penjualan, di mana promosi penjualan berperan penting dalam mengoptimalkan kegiatan pemasaran untuk menarik pelanggan serta meningkatkan profit Perusahaan (Afandi et al., 2022). Promosi penjualan (*sales promotion*) merupakan salah satu strategi pemasaran yang digunakan perusahaan untuk mendorong peningkatan penjualan produk maupun jasa melalui pemberian insentif yang bersifat sementara atau berjangka pendek (Saragih & Prayitta, 2023). Tujuannya untuk mendorong target pelanggan agar melakukan tindakan tertentu, seperti membeli produk atau menggunakan layanan. Dalam promosi, perusahaan memberikan informasi kepada calon konsumen mengenai produk yang di jual. Salah satu bentuk promosi yang dilakukan oleh gopay diantaranya menawarkan cashback, diskon, voucher, terutama saat momen tertentu seperti hari besar, serta melalui program loyalitas dan fitur untuk merchant (seperti MDR 0% untuk UMKM, QRIS gratis, dan GoPay Spiker) (GoPay, 2025).

Research gap dalam penelitian ini terlihat dari perbedaan hasil penelitian sebelumnya mengenai pengaruh promosi terhadap keputusan penggunaan dompet digital, beberapa penelitian menyatakan promosi berpengaruh, sementara penelitian lain menemukan sebaliknya. Selain itu, banyak studi terdahulu tidak berfokus pada mahasiswa, padahal mereka merupakan pengguna aktif yang cepat beradaptasi dengan teknologi pembayaran digital. Karena itu, kebaruan penelitian ini terletak pada upaya mengkaji kembali pengaruh kemudahan dan promosi terhadap keputusan penggunaan GoPay pada mahasiswa dengan data terbaru, sehingga hasilnya

dapat memberikan gambaran yang lebih relevan dengan kondisi saat ini. Penelitian ini penting dilakukan karena penggunaan dompet digital (*e-wallet*), khususnya GoPay, semakin meningkat di berbagai aktivitas transaksi mahasiswa. Kemudahan akses, percepatan transaksi, serta banyaknya program promosi membuat GoPay menjadi bagian dari kebutuhan keseharian. Namun, tingginya persaingan antar *e-wallet* menuntut penyedia layanan untuk memahami faktor apa yang paling berpengaruh terhadap keputusan penggunaan mahasiswa. Dengan mengetahui pengaruh kemudahan dan promosi penjualan, penyedia layanan dapat mengembangkan strategi pemasaran yang lebih tepat sasaran.

Berdasarkan latar belakang diatas penulis tertarik untuk mengkaji lebih dalam tentang “**Pengaruh Kemudahan Dan Promosi Penjualan Terhadap Keputusan Penggunaan Gopay Pada Mahasiswa Fakultas Agama Islam UMSU**”. GoPay dipilih karena menjadi dompet digital dengan tingkat penggunaan tertinggi berdasarkan data GoodStats 2024. sedangkan, mahasiswa dipilih sebagai objek penelitian karena merupakan kelompok yang aktif bertransaksi digital dan cepat mengadopsi teknologi baru. Dengan demikian, penelitian ini diharapkan mampu memberikan kontribusi empiris dalam memahami faktor-faktor yang mempengaruhi adopsi dompet digital di kalangan mahasiswa.

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan penjelasan pada bagian latar belakang tersebut, dapat dirumuskan beberapa permasalahan yang menjadi identifikasi masalah dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Belum diketahui seberapa besar pengaruh kemudahan penggunaan GoPay terhadap keputusan mahasiswa FAI UMSU dalam penggunaan dompet digital.
2. Promosi GoPay sering dimanfaatkan mahasiswa, tetapi belum jelas apakah promosi tersebut benar-benar mendorong penggunaan berulang atau hanya memengaruhi penggunaan sesekali.
3. Mahasiswa merupakan pengguna aktif dompet digital, tetapi belum ada bukti empiris khusus terkait bagaimana kemudahan dan promosi

membentuk keputusan penggunaan GoPay khususnya di lingkungan Fakultas Agama Islam UMSU.

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah diatas, maka penulis merumuskan permasalahan yang menjadi pokok pembahasan pada penelitian ini sebagai berikut:

1. Apakah kemudahan berpengaruh terhadap keputusan penggunaan dompet digital GoPay pada mahasiswa FAI UMSU?
2. Apakah promosi penjualan berpengaruh terhadap keputusan penggunaan dompet digital GoPay pada mahasiswa FAI UMSU?
3. Apakah kemudahan dan promosi penjualan berpengaruh terhadap keputusan penggunaan dompet digital GoPay pada mahasiswa FAI UMSU?

D. Tujuan penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas maka dapat disimpulkan bahwa tujuan dari penelitian ini ialah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui apakah pengaruh kemudan terhadap keputusan penggunaan dompet digital GoPay pada mahasiswa FAI UMSU.
2. Untuk mengetahui pengaruh promosi penjualan terhadap keputusan penggunaan dompet digital GoPay pada mahasiswa FAI UMSU.
3. Untuk menganalisis pengaruh kemudahan dan promosi penjualan terhadap keputusan penggunaan dompet digital GoPay pada mahasiswa FAI UMSU.

E. Manfaat Penulisan

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memperkaya literatur yang berkaitan dengan kemudahan, promosi penjualan, serta keputusan penggunaan dompet digital. Selain itu, hasil penelitian ini dapat menjadi referensi bagi penelitian selanjutnya yang mengkaji topik serupa dalam bidang manajemen dan teknologi keuangan.

2. Manfaat praktis

- a. Bagi Penulis penelitian ini memberikan tambahan wawasan dan pengalaman bagi penulis mengenai bagaimana kemudahan dan promosi penjualan dapat memengaruhi keputusan mahasiswa dalam menggunakan dompet digital GoPay.
- b. Bagi GoPay penelitian ini untuk memahami faktor-faktor apa yang memengaruhi keputusan pengguna, khususnya terkait kemudahan, promosi penjualan. Temuan tersebut dapat menjadi dasar pengembangan fitur yang lebih aman, efisien, dan sesuai kebutuhan pengguna, serta mendukung penyusunan strategi layanan dan pemasaran yang lebih tepat sasaran.
- c. Bagi Universitas hasil penelitian ini dapat menjadi sumber informasi dan bahan kajian bagi Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara, khususnya Fakultas Agama Islam, dalam memperkaya penelitian terkait perilaku penggunaan layanan digital di kalangan mahasiswa. Penelitian ini juga dapat menjadi acuan bagi mahasiswa yang akan melakukan penelitian sejenis.
- d. Bagi Mahasiswa Penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan mahasiswa mengenai pemanfaatan dompet digital, serta memberikan gambaran mengenai pentingnya aspek kemudahan dan promosi penjualan dalam memilih layanan pembayaran digital. penelitian ini dapat menambah wawasan mahasiswa khususnya tentang dompet digital.

F. Sistematis Penulisan

Sistematika penulisan diperlukan agar pembahasan dalam penelitian tersusun secara teratur dan mudah dipahami oleh pembaca. Oleh karena itu, penulis menyusun penelitian ini dalam beberapa bab dengan uraian sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini berisi uraian mengenai latar belakang masalah, identifikasi masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, serta sistematika penulisan.

BAB II LANDASAN TEORETIS

Bab ini membahas kajian pustaka yang relevan, tinjauan teori terkait variabel penelitian, penelitian terdahulu, kerangka berpikir, serta hipotesis yang akan diuji dalam penelitian.

BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini menjelaskan metode yang digunakan dalam penelitian, meliputi pendekatan penelitian, lokasi dan waktu penelitian, populasi dan sampel, variabel penelitian dan definisi operasionalnya, teknik pengumpulan data, instrumen penelitian, uji persyaratan analisis, serta teknik analisis data.

BAB IV PEMBAHASAN

Pada bab ini akan membahas bagaimana hasil dari penelitian serta uraian hasil dari permasalahan dalam penelitian.

BAB V PENUTUP

Pada bab ini membahas tentang kesimpulan yang di dapatkan dari hasil penelitian serta saran bagi pembaca dan penelitian selanjutnya. Setelah itu dilanjutkan dengan daftar pustaka dan lampiran.

BAB II

LANDASAN TEORETIS

A. Kajian Pustaka

1. Kemudahan

a. Pengertian Kemudahan

Kemudahan menurut KBBI adalah suatu hal yang dapat mempermudah serta melancarkan usaha. Dalam konteks teknologi, kemudahan merujuk pada tingkat upaya yang dibutuhkan pengguna untuk memahami dan mengoperasikan suatu sistem tanpa menghadapi kesulitan yang berarti. Menurut teori Technology Acceptance Model (TAM) yang dikemukakan Davis pada tahun 1989, kemudahan merupakan keyakinan seseorang bahwa penggunaan teknologi dapat dilakukan tanpa memerlukan usaha yang signifikan. Teori ini menekankan bahwa kemudahan berpengaruh terhadap niat pengguna untuk mengadopsi teknologi baru. Ruang lingkupnya meliputi aspek ergonomi, keintuitifan antarmuka, dan kemampuan belajar dengan cepat, yang kerap diterapkan dalam evaluasi aplikasi digital seperti dompet elektronik.

Menurut (Sinaga, 2024) Kemudahan dipandang sebagai kenyamanan yang dirasakan individu dalam meyakini bahwa penggunaan teknologi informasi mampu membantu mereka menyelesaikan aktivitas tanpa hambatan. Kemudahan penggunaan menjadi aspek utama dalam proses adopsi e-wallet di kalangan mahasiswa. Platform dengan tampilan yang mudah dipahami cenderung lebih menarik bagi pengguna baru (Saragi et al., 2025). Sedangkan menurut (P. A. Putri et al., 2024) Kemudahan dalam memakai dompet digital tergantung pada tingkat kepercayaan seseorang bahwa teknologi tersebut tidak memerlukan banyak usaha. Berdasarkan berbagai definisi tersebut dapat disimpulkan bahwa kemudahan merupakan persepsi pengguna bahwa suatu teknologi dapat digunakan, dipahami, dan dipelajari dengan mudah tanpa memerlukan usaha yang besar, sehingga

mendorong minat dan niat pengguna untuk menerima serta menggunakan teknologi tersebut.

b. Kemudahan Dalam Pandangan Ekonomi Islam

Kemudahan dalam perspektif ekonomi Islam dikenal dengan istilah tasyir al-mu'amalat, yaitu usaha memberikan kelonggaran dan kemudahan dalam setiap transaksi ekonomi sepanjang masih dalam batasan ketentuan syariah. Ekonomi Islam menekankan bahwa kegiatan ekonomi seharusnya dilaksanakan dengan cara yang sederhana, transparan, tidak membebani siapa pun, dan selalu mendorong terbentuknya keadilan. Prinsip ini selaras dengan tujuan utama syariah (maqāṣid al-shari'ah), yaitu memelihara kemaslahatan dan melindungi manusia dari berbagai kerugian.. (Asad Zaman, 2015).

Kemudahan dalam transaksi ekonomi menekankan pentingnya kejelasan akad, keterbukaan informasi, serta penyederhanaan proses transaksi agar tidak menimbulkan gharar (ketidak jelasan) atau zalim. Sebagaimana yang dijelaskan Allah SWT dalam QS. Al- Baqarah: 185 yang berbunyi:

يُرِيدُ اللَّهُ بِكُمْ الْيُسْرَ وَلَا يُرِيدُ بِكُمْ الْعُسْرَ

Artinya: "Allah menghendaki kemudahan bagimu, dan tidak menghendaki kesukaran"

Konsep kemudahan ini juga memiliki relevansi yang sangat tinggi dalam konteks kemajuan teknologi keuangan masa kini, terutama layanan dompet digital. Selama penggunaan teknologi keuangan memperhatikan transparansi, keamanan, dan kepatuhan terhadap syariah, perkembangan tersebut justru dapat menjadi alat untuk memperkuat ekosistem keuangan halal secara menyeluruh.(Nurhayati, 2025). Dengan demikian, kemudahan dalam ekonomi Islam bukan hanya bersifat operasional, tetapi juga berfungsi sebagai instrumen etis yang mendukung keadilan dan kesejahteraan ekonomi masyarakat (Syahriani et al., 2023).

c. Indikator Kemudahan

Adapun indikator kemudahan dalam menggunakan dompet digital yang diukur menggunakan adaptasi dari instrumen *Perceived Ease of Use* (PEU) (Mahajan et al., 2025). Berikut beberapa indikator kemudahan yaitu:

1) Mudah dipelajari

Tingkat sejauh mana pengguna dapat memahami cara kerja aplikasi dompet digital tanpa memerlukan waktu belajar yang lama.

2) Mudah digunakan

Persepsi bahwa aplikasi tidak rumit, langkah-langkahnya sederhana, dan mudah dioperasikan dalam transaksi sehari-hari.

3) Desain aplikasi yang mudah dipahami

Tampilan dan tata letak dompet digital yang sederhana dan tidak membingungkan pengguna.

4) Dapat digunakan secara mandiri

Kemampuan pengguna mengoperasikan aplikasi tanpa bantuan orang lain.

5) Kemudahan menyelesaikan transaksi

Sejauh mana pengguna dapat melakukan pembayaran atau transfer dengan cepat dan tanpa hambatan.

Dengan terpenuhinya seluruh aspek tersebut, persepsi kemudahan pengguna terhadap dompet digital meningkat, sehingga berpotensi mendorong keputusan mereka untuk terus menggunakan layanan tersebut.

2. Promosi Penjualan

a. Pengertian Promosi Penjualan

Promosi penjualan mengalami perkembangan yang semakin beragam seiring hadirnya sistem pembayaran digital. Keragaman program promosi tersebut mendorong meningkatnya ketertarikan konsumen untuk bertransaksi secara digital, karena penawaran yang

disediakan dianggap lebih menarik, praktis, dan mudah diakses (Alfiani, 2024). Promosi penjualan menjadi elemen penting dalam strategi pemasaran perusahaan, karena melalui pendekatan ini perusahaan berupaya menumbuhkan ketertarikan yang kuat serta mendorong konsumen untuk merespons produk secara lebih cepat (Tanjung et al., 2023).

Promosi penjualan merupakan salah satu aktivitas dalam bidang pemasaran yang berfungsi sebagai sarana komunikasi perusahaan kepada konsumen, dengan tujuan menyampaikan informasi, memberikan ajakan, serta membentuk pengaruh agar konsumen tertarik dan terdorong untuk melakukan pembelian (Ramadhan, 2023). Sedangkan menurut (Saragih & Prayitta, 2023) Promosi penjualan (*sales promotion*) merupakan suatu strategi pemasaran yang digunakan perusahaan untuk mendorong peningkatan penjualan produk maupun jasa melalui pemberian insentif yang bersifat sementara atau berjangka pendek. Promosi yang dilakukan secara efektif berpotensi meningkatkan ketertarikan calon konsumen, sehingga mendorong mereka untuk memilih serta menggunakan produk yang ditawarkan (Pradesyah, 2020). Menurut (Asmike, 2020) promosi penjualan dapat diklasifikasikan ke dalam tiga macam, yaitu:

- 1) Promosi yang diarahkan kepada pembeli, seperti pemberian sampel, kupon, pameran, demonstrasi, atau bentuk peragaan lainnya yang bertujuan menarik minat konsumen secara langsung.
- 2) Promosi yang diarahkan kepada pedagang atau perantara, misalnya potongan harga (*discount*), *dealer contest*, atau insentif lain yang mendorong pedagang untuk meningkatkan penjualan produk.
- 3) Promosi yang diarahkan kepada tenaga penjual (*sales force*), yaitu pemberian bonus, penghargaan, atau program motivasi lain untuk meningkatkan kinerja dan efektivitas tenaga penjualan.

Pada level konsumen, promosi penjualan dapat diwujudkan melalui berbagai bentuk seperti potongan harga, kupon, pengembalian sebagian biaya pembelian (*rabat*), pemberian hadiah, distribusi sampel produk secara gratis, penyelenggaraan kontes atau undian, pembagian doorprize, penawaran premium berupa tambahan jumlah produk dengan harga yang sama, hingga program *trade-in* yang memungkinkan konsumen menukarkan barang lama saat membeli produk baru. Seluruh teknik tersebut dirancang untuk mendorong munculnya respons konsumen sesuai tujuan pemasaran Perusahaan (Philip Kotler, 2021).

b. Promosi Penjualan Dalam Pandangan Ekonomi Islam

Promosi dalam pandangan ekonomi islam merupakan kegiatan promosi yang menekankan etika, keterbukaan, dan kejujuran dalam menyampaikan informasi mengenai produk yang ditawarkan. Keakuratan informasi menjadi prinsip utama dalam pemasaran berbasis syariah (Lesmana, 2023). Sebagaimana dijelaskan dalam QS. Al-Baqarah ayat 188 yang berbunyi:

وَلَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ وَتُدْخِلُوا بِهَا إِلَى الْحُكَّامِ لِتَأْكُلُوا فَرِيقًا مِّنْ أَمْوَالِ النَّاسِ
بِالْإِثْمِ وَأَنْتُمْ تَعْلَمُونَ

Artinya: “Dan janganlah kamu memakan harta di antara kamu dengan jalan yang batil”

Ayat ini menegaskan bahwa promosi atau pemasaran yang mengandung unsur kebohongan, pengelabuan, memanipulasi persepsi konsumen, atau menyembunyikan fakta produk termasuk bagian dari perbuatan batil. Dengan demikian, strategi promosi yang melebih-lebihkan manfaat, menipu, atau memancing konsumen dengan cara tidak transparan bertentangan dengan prinsip ekonomi Islam.

c. Indikator Promosi Penjualan

Adapun beberapa indikator promosi penjualan menurut (Kotler & Keller, 2017:272) sebagai berikut:

- 1) Frekuensi promosi penjualan
merujuk pada seberapa sering sebuah program promosi dijalankan dalam periode tertentu melalui berbagai media promosi.
- 2) Kualitas promosi penjualan
menggambarkan tingkat efektivitas atau mutu pelaksanaan promosi yang ditawarkan kepada konsumen.
- 3) Besaran promosi penjualan
menunjukkan nilai atau jumlah insentif promosi yang diberikan kepada konsumen.
- 4) Durasi promosi penjualan
merupakan jangka waktu berlangsungnya suatu kegiatan promosi yang ditetapkan perusahaan.
- 5) Ketepatan sasaran promosi
mencerminkan sejauh mana promosi tersebut diarahkan kepada segmentasi konsumen yang paling relevan agar tujuan perusahaan dapat tercapai.

Keseluruhan indikator ini menunjukkan bahwa efektivitas promosi tidak hanya bergantung pada besarnya insentif seperti diskon atau cashback, tetapi juga pada seberapa tepat sasaran, transparan, dan mudah diakses oleh konsumen. Oleh karena itu, strategi promosi penjualan yang dirancang secara berkualitas dan sesuai kebutuhan target pasar berpotensi lebih besar dalam memengaruhi keputusan penggunaan layanan, termasuk dompet digital.

3. Keputusan Penggunaan Dompet Digital

a. Pengertian Keputusan penggunaan Dompet Digital

Keputusan penggunaan menjadi penting karena konsumen akan menilai serta memilih di antara beberapa alternatif yang tersedia, yang pada akhirnya dapat memengaruhi peningkatan jumlah pengguna (Helma Mulia, 2023). Keputusan penggunaan merujuk pada pilihan sadar individu untuk mengadopsi dan terus menggunakan suatu teknologi

berdasarkan evaluasi manfaat dan risiko. Menurut Ajzen tahun 1991 dalam *Theory of Planned Behavior* (TPB), keputusan ini dipengaruhi oleh niat perilaku, kontrol perilaku, dan norma subjektif. Konsep ini berasal dari psikologi sosial, di mana keputusan penggunaan teknologi melibatkan proses kognitif dan afektif. Ruang lingkupnya mencakup adopsi awal hingga penggunaan berkelanjutan, sering diterapkan dalam studi perilaku konsumen digital. Penjelasan mendalamnya, keputusan Penggunaan bukanlah impulsif, tetapi hasil dari interaksi antara faktor internal seperti motivasi dan eksternal seperti lingkungan sosial. (Davis, 1989) dalam TAM menjelaskan bahwa keputusan diprediksi oleh sikap dan niat, yang dipengaruhi oleh kemudahan dan kegunaan.

Menurut Trihutama 2018 dalam (Luthfi et al., 2023) Dompot digital merupakan layanan berbasis elektronik yang berfungsi mempercepat dan mempermudah proses transaksi. Seiring berkembangnya digitalisasi, sektor perbankan turut menghadirkan berbagai inovasi yang memungkinkan nasabah melakukan beragam aktivitas transaksi tanpa harus datang langsung ke kantor bank. Layanan pembayaran digital ini menghadirkan berbagai kemudahan, kecepatan dalam bertransaksi, serta fleksibilitas yang tinggi sehingga menarik minat banyak pengguna. Bagi kelompok muda seperti mahasiswa, dompet digital menjadi pilihan pembayaran yang dianggap praktis dan efisien karena dapat digunakan kapan saja dan di mana saja hanya melalui ponsel mereka (Latiep. & Suprianto, 2025).

Konsumen menentukan keputusan penggunaan atau pembelian dengan menilai dan membandingkan berbagai opsi untuk memilih alternatif yang paling sesuai (Sari et al., 2022). Menurut (Aisha & Kurnia, 2022) keputusan konsumen untuk menggunakan suatu produk terbentuk dari berbagai informasi yang mereka terima, baik yang berasal dari aktivitas pemasaran maupun dari lingkungan budaya. Aktivitas pemasaran berperan penting karena melalui penyampaian informasi mengenai produk, harga, saluran distribusi, promosi, proses pelayanan, bukti fisik, serta peran orang di dalamnya, pemasar berupaya

memengaruhi konsumen agar tertarik dan akhirnya memilih untuk menggunakan produk tersebut. Sedangkan menurut (Dwinta Mulyanti, Renita Rahmawati, 2024) Keputusan penggunaan dompet digital adalah proses penentuan pilihan oleh konsumen untuk memanfaatkan layanan pembayaran elektronik berdasarkan pertimbangan manfaat, kemudahan, keamanan, dan faktor-faktor psikologis maupun social. Berdasarkan berbagai definisi tersebut dapat disimpulkan keputusan penggunaan dompet digital muncul dari penilaian individu bahwa layanan tersebut mudah digunakan, bermanfaat, aman, dan didukung oleh lingkungan yang mempermudah aktivitas transaksi. Ketika seluruh aspek ini dirasakan memadai, pengguna cenderung memilih dan terus memanfaatkan dompet digital sebagai bagian dari kebutuhan sehari-hari.

b. Manfaat Penggunaan Dompet Digital

Dompet elektronik memberikan beragam keuntungan yang sangat berpengaruh dalam aktivitas harian, khususnya di tengah kemajuan teknologi digital saat ini. Penggunaannya yang terus meningkat, baik untuk kebutuhan pembayaran sehari-hari maupun transaksi bisnis, menjadikannya sebagai salah satu alat pembayaran yang semakin sulit untuk ditinggalkan. (IdScore, 2025).

Adapun beberapa manfaat utama dompet elektronik menurut (IdScore, 2025) sebagai berikut:

1) Kemudahan dalam Transaksi Digital

Dengan dompet elektronik, pengguna dapat melakukan berbagai transaksi secara cepat dan praktis tanpa harus membawa uang tunai. Berbagai aktivitas seperti pembayaran belanja online, pelunasan tagihan listrik dan air, serta pembelian tiket dapat dilakukan hanya dalam beberapa detik menggunakan perangkat seluler. Kemudahan ini juga menghilangkan kebutuhan untuk mengantre atau pergi langsung ke tempat pembayaran.

2) Keamanan Bertransaksi

Jika dibandingkan dengan kartu fisik seperti kartu debit atau kredit, dompet elektronik menyediakan tingkat keamanan yang

lebih tinggi. Hal ini karena sebagian besar platform menerapkan teknologi enkripsi serta autentikasi dua faktor yang bertujuan melindungi pengguna dari risiko penipuan maupun pencurian data. Selain itu, pengguna dapat segera melakukan pemblokiran akun apabila perangkat hilang atau dicuri, sehingga keamanan tetap terjaga.

3) Efisiensi Waktu dan Biaya

Proses transaksi yang cepat dan otomatis membantu pengguna menghemat waktu yang biasanya dihabiskan untuk menunggu antrean atau proses verifikasi pembayaran. Banyak aplikasi dompet elektronik juga menawarkan berbagai keuntungan seperti cashback, diskon, atau promo khusus, sehingga dapat menekan pengeluaran dan memberikan nilai tambah dalam setiap transaksi.

c. Indikator Keputusan Penggunaan Dompet Digital

Adapun indikator terhadap keputusan penggunaan dompet digital menurut (Khan & Abideen, 2023) sebagai berikut:

1) *Behavioural Intention* (Niat Perilaku)

Tingkat niat atau kecenderungan individu untuk menggunakan dompet digital dalam aktivitas transaksi, yang menjadi prediktor utama perilaku penggunaan aktual.

2) *Perceived Usefulness* (Persepsi Kegunaan)

Tingkat keyakinan pengguna bahwa penggunaan dompet digital dapat meningkatkan efektivitas, efisiensi, dan kemudahan dalam melakukan transaksi keuangan.

3) *Perceived Ease of Use* (Persepsi Kemudahan)

Persepsi pengguna bahwa dompet digital mudah dipahami dan digunakan tanpa memerlukan usaha yang besar.

4) *Perceived Compatibility* (Persepsi Kecocokan)

Tingkat kesesuaian dompet digital dengan gaya hidup, kebutuhan, dan kebiasaan transaksi pengguna.

5) *Social Influence* (Pengaruh Sosial)

Pengaruh lingkungan sosial seperti teman, keluarga, atau masyarakat terhadap keputusan individu untuk menggunakan dompet digital.

6) *Perceived Service Quality* (Persepsi Kualitas Layanan)

Penilaian pengguna terhadap kualitas layanan dompet digital yang dapat memperkuat hubungan antara niat penggunaan dan perilaku penggunaan aktual.

4. GoPay

a. Sejarah GoPay

PT Dompet Anak Bangsa atau yang lebih dikenal dengan GoPay adalah salah satu layanan yang dikelola oleh GoTo Financial dan GoTo Group. Layanan utama yang ditawarkan GoPay adalah dompet elektronik yang memiliki fitur penyimpanan uang elektronik serta untuk berbagai pembayaran transaksi di Indonesia. Sebagai platform pembayaran digital, GoPay terus berinovasi untuk memudahkan masyarakat Indonesia dalam mengakses layanan keuangan. GoPay pertama kali diperkenalkan pada April 2016 sebagai pengganti Go-Jek Credit guna memudahkan pembayaran layanan seperti GoFood dan GoMart. Pada 26 Juli 2023 di Jakarta, GoTo Financial sebagai unit bisnis teknologi finansial dari GoTo resmi meluncurkan aplikasi GoPay secara nasional. Peluncurannya bertujuan untuk memperluas akses layanan finansial bagi seluruh masyarakat, termasuk mereka yang sebelumnya belum pernah menggunakan layanan Gojek maupun Tokopedia (GoPay, 2023).

b. Jenis-Jenis Produk Gopay

Adapun jenis-jenis produk GoPay menurut (GoPay, 2023), antara lain:

1) GoPay Saldo

Dana elektronik yang tersimpan dalam akun pengguna untuk melakukan pembayaran berbagai layanan di ekosistem GoTo serta

transaksi QRIS. Saldo dapat diisi ulang melalui transfer bank, gerai ritel, atau metode digital lainnya.

2) GoPay Tabungan By Jago

Fitur tabungan digital hasil kolaborasi dengan Bank Jago yang memungkinkan pengguna membuka dan mengelola tabungan langsung dari aplikasi GoPay. Tabungan dapat diatur dalam beberapa kantong untuk memudahkan pengelolaan keuangan.

3) GoPay Simpanan

Layanan penyimpanan dana sederhana berbasis saldo elektronik yang digunakan untuk kebutuhan transaksi harian. Produk ini menawarkan fleksibilitas tanpa harus memindahkan dana ke rekening bank.

4) GoPay Tabungan Syariah

Produk tabungan digital berbasis prinsip syariah yang dikelola melalui akad yang sesuai dengan ketentuan Islam. Layanan ini menyediakan opsi penyimpanan dana yang aman, mudah, dan selaras dengan nilai-nilai syariah.

5) GoPay Coins

Poin reward yang diperoleh dari transaksi tertentu dan dapat digunakan sebagai potongan biaya pada pembelian berikutnya. Fitur ini berfungsi sebagai program loyalitas yang meningkatkan nilai tambah bagi pengguna.

6) GoPay Later

Layanan pembayaran tunda (*pay later*) yang memberi pengguna akses kredit jangka pendek untuk transaksi di dalam maupun luar ekosistem GoTo, dengan sistem pelunasan bulanan atau cicilan sesuai kebijakan penyedia fintech lending mitra.

B. Kajian Penelitian Terdahulu

Bagian ini menyajikan penjelasan mengenai penelitian-penelitian sebelumnya yang dapat digunakan sebagai acuan untuk topik penelitian ini. Penelitian sebelumnya memuat berbagai temuan yang telah diteliti oleh para

peneliti lain, baik dalam bentuk skripsi, jurnal, maupun karya ilmiah yang memiliki hubungan dengan penelitian yang sedang dilakukan. Berikut merupakan penelitian-penelitian yang telah dipilih.

Tabel 2. 1 Kajian Penelitian Terdahulu

No	Nama Peneliti & Tahun	Judul Penelitian	Metode Penelitian	Hasil Penelitian
1	Puspita Auliana Putri, Sahrul Ageng Prasetyo, Angger Satria Restu Ageng (P. A. Putri et al., 2024)	Analisis Pengaruh Keamanan Dan Kemudahan Dalam Penggunaan E-Wallet Gopay	Metode penelitian kuantitatif	Penelitian ini menunjukkan bahwa kemudahan penggunaan dan keamanan berpengaruh terhadap penggunaan e-wallet GoPay. Hasil penelitian menemukan bahwa kemudahan penggunaan memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan penggunaan, sedangkan keamanan berperan dalam meningkatkan kepercayaan pengguna namun tidak berpengaruh signifikan secara langsung. Hal ini menunjukkan bahwa semakin mudah aplikasi digunakan, maka semakin tinggi minat dan keputusan pengguna dalam menggunakan GoPay..
2	Wiwik Widiyanti (Widiyanti, 2020)	Pengaruh Kemanfaatan, Kemudahan Penggunaan dan Promosi terhadap Keputusan Penggunaan E-wallet OVO di Depok	Metode penelitian kuantitatif asosiatif	Penelitian ini menunjukkan bahwa variabel kemudahan, kemanfaatan, dan promosi berpengaruh signifikan terhadap keputusan penggunaan e-wallet OVO. Hasil uji parsial (uji t) menunjukkan bahwa kemudahan ($t = 4,154$; $\text{sig} = 0,000$), kemanfaatan ($t = 3,881$; $\text{sig} = 0,000$), dan promosi ($t = 2,719$; $\text{sig} = 0,008$) berpengaruh positif dan signifikan. Selain itu, uji simultan (uji F) menunjukkan nilai $F = 54,191$ dengan $\text{sig} = 0,000$, yang berarti ketiga variabel secara bersama-sama

				berpengaruh signifikan. Nilai koefisien determinasi ($R^2 = 0,632$) menunjukkan bahwa sebesar 63,2% keputusan penggunaan dipengaruhi oleh ketiga variabel tersebut, sedangkan sisanya dipengaruhi faktor lain.
3	Nur Rahmah Andayani, Rudy Chandra Sinaga (Sinaga, 2024)	Pengaruh Kemudahan Fitur dan Promosi Aplikasi Gopay Terhadap Keputusan Penggunaan Gopay Pada Alat Pembayaran	Metode kuantitatif dengan metode survei	Hasil penelitian menunjukkan bahwa kemudahan fitur ($t = 2,487$; $sig = 0,015$) dan promosi ($t = 4,969$; $sig = 0,000$) berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan GoPay. Secara simultan, kedua variabel juga berpengaruh signifikan dengan nilai $F = 36,060$ ($sig = 0,000$). Selain itu, nilai koefisien determinasi $R^2 = 0,426$ menunjukkan bahwa 42,6% keputusan penggunaan dipengaruhi oleh kemudahan fitur dan promosi, sedangkan sisanya dipengaruhi oleh faktor lain
4	Fitriani Latie, Dirwan (Fitriani Latief, 2020)	Pengaruh kemudahan, promosi, dan kemanfaatan terhadap keputusan penggunaan uang digital	Metode Kuantitatif	Hasil penelitian menunjukkan bahwa kemudahan ($t = 0,633$; $sig = 0,000$) dan kemanfaatan ($t = 0,850$; $sig = 0,000$) berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan uang digital, yang berarti semakin mudah dan bermanfaat suatu layanan maka semakin tinggi keputusan pengguna. Sementara itu, promosi ($t = 0,313$; $sig = 0,069$) tidak berpengaruh signifikan, menunjukkan bahwa promosi bukan faktor utama dalam menentukan keputusan. Secara simultan diperoleh $R^2 = 0,691$ (69,1%), yang berarti variabel kemudahan, promosi, dan kemanfaatan secara

				bersama-sama memengaruhi keputusan penggunaan
5	Riska Pratiwi, Joko Fitra (Pratiwi & Fitra, 2023)	Pengaruh Kemudahan, Fitur Layanan dan Promosi Penjualan Terhadap Keputusan Penggunaan Dompot Digital ShopeePay pada Aplikasi Shopee di Kabupaten Kebumen	Metode kuantitatif	Hasil menunjukkan bahwa kemudahan ($t = 2,507$; $sig = 0,014$), fitur layanan ($t = 3,373$; $sig = 0,001$), dan promosi penjualan ($t = 2,716$; $sig = 0,008$) berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan ShopeePay, yang berarti semakin baik kemudahan, fitur, dan promosi maka semakin tinggi keputusan penggunaan. Secara simultan diperoleh $F = 35,378$ ($sig = 0,000$) dengan $R^2 = 0,525$ (52,5%), yang menunjukkan bahwa ketiga variabel secara bersama-sama memengaruhi keputusan penggunaan
6	Firman Fauzi, Eman Sulaeman (Fauzi & Sulaeman, 2023)	Pengaruh Kemudahan Penggunaan Dan Promosi Cashback Terhadap Minat Mahasiswa Dalam Menggunakan Dompot Digital ShopeePay (Studi Kasus Pada Mahasiswa Universitas Singaperbangsa Karawang)	Metode kuantitatif.	Berdasarkan hasil penelitian, Persepsi Kemudahan Penggunaan (X1) berpengaruh signifikan terhadap Minat Menggunakan (Y) dengan nilai $t_{hitung} 2,926 > t_{tabel} 2,026$ dan $sig 0,006 < 0,05$, sedangkan Promosi Cashback (X2) tidak berpengaruh signifikan karena $t_{hitung} 1,798 < t_{tabel} 2,026$ dan $sig 0,080 > 0,05$. Namun secara simultan, kedua variabel berpengaruh signifikan dengan nilai $F_{hitung} 14,438 > F_{tabel} 3,24$ dan $sig 0,000 < 0,05$, serta nilai R^2 sebesar 0,438 yang menunjukkan kontribusi sebesar 43,8% terhadap Minat Menggunakan.
7	Edi Setiawan, Erwan Sutrisno (Edi Setiawan, 2023)	Pengaruh kemudahan penggunaan dan promosi penjualan terhadap	Metode penelitian kuantitatif	Berdasarkan hasil penelitian, Kemudahan Penggunaan (X1) dan Promosi Penjualan (X2) berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Penggunaan (Y) dengan nilai

		keputusan penggunaan e-wallet dana pada mahasiswa di kota yogyakarta		signifikansi masing-masing $0,000 < 0,05$, serta secara simultan juga signifikan dengan nilai sig $0,000 < 0,05$ dan Adjusted R^2 sebesar 0,664 (66,4%), yang berarti kedua variabel memiliki pengaruh kuat terhadap keputusan penggunaan, dimana semakin mudah dan menarik promosi, maka semakin tinggi keputusan pengguna.
8	Syukriyyah, Karyaningsih (Syukriyyah, 2023)	Pengaruh Promosi Penjualan, Persepsi Manfaat dan Persepsi Kemudahan terhadap Minat menggunakan E-Wallet ShopeePay Pada Mahasiswa Universitas Singaperbangsa Karawang	Metode deskriptif dan verifikatif dengan pendekatan kuantitatif.	Berdasarkan hasil penelitian, promosi penjualan (X1), persepsi manfaat (X2), dan persepsi kemudahan (X3) berpengaruh signifikan terhadap minat penggunaan (Y) dengan nilai t_{hitung} masing-masing 6,079; 3,806; dan 7,049 yang lebih besar dari t_{tabel} 1,966 serta nilai signifikansi $< 0,05$, dan secara simultan diperoleh F_{hitung} 156,023 $> F_{tabel}$ 2,628 dengan sig $0,000 < 0,05$ serta nilai Adjusted R^2 sebesar 0,543 (54,3%), yang berarti ketiga variabel memiliki pengaruh kuat terhadap minat penggunaan, dimana semakin baik promosi, manfaat, dan kemudahan maka semakin tinggi minat penggunaan e-wallet ShopeePay.
9	Oktoria Prima Sakta, Husnil Khatimah (Sakta & Khatimah, 2024)	Pengaruh Promosi Penjualan, Kemudahan Pengguna dan Keamanan Terhadap Keputusan Konsumen untuk Menggunakan Dompot Digital	Metode kuantitatif	Berdasarkan hasil penelitian, promosi penjualan (X1), kemudahan (X2), dan keamanan (X3) tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan penggunaan (Y) karena nilai t_{hitung} masing-masing (-0,038; 0,040; 1,070) lebih kecil dari t_{tabel} 1,655 dan nilai signifikansi $> 0,05$, serta secara simultan juga tidak signifikan dengan F_{hitung}

		OVO di Kota Padang		0,423 < F _{tabel} 2,67 dan sig 0,737 > 0,05, dengan nilai Adjusted R ² sebesar -0,012 yang menunjukkan pengaruh sangat lemah, sehingga dapat disimpulkan bahwa ketiga variabel belum mampu menjelaskan keputusan penggunaan OVO secara signifikan.
10	Rifki Hanif (Hanif, 2022)	Pengaruh Persepsi Kemudahan Terhadap Minat Guna Melalui Kepercayaan Pada Pengguna Dompnet Digital Gopay	Metode Pendekatan Kuantitatif	Berdasarkan hasil penelitian, persepsi kemudahan berpengaruh signifikan terhadap kepercayaan dengan nilai signifikansi 0,00 < 0,05 dan kepercayaan juga berpengaruh signifikan terhadap minat guna dengan nilai signifikansi 0,04 < 0,05, namun persepsi kemudahan tidak berpengaruh langsung terhadap minat guna karena nilai signifikansi 0,60 > 0,05, sehingga dapat disimpulkan bahwa pengaruh persepsi kemudahan terhadap minat guna terjadi melalui kepercayaan sebagai variabel mediasi.

Berdasarkan sepuluh penelitian terdahulu diatas yang telah penulis kaji, terdapat Persamaan dan Perbedaan dengan penelitian penulis yaitu sebagai berikut:

Tabel 2.2 Persamaan Dan Perbedaan

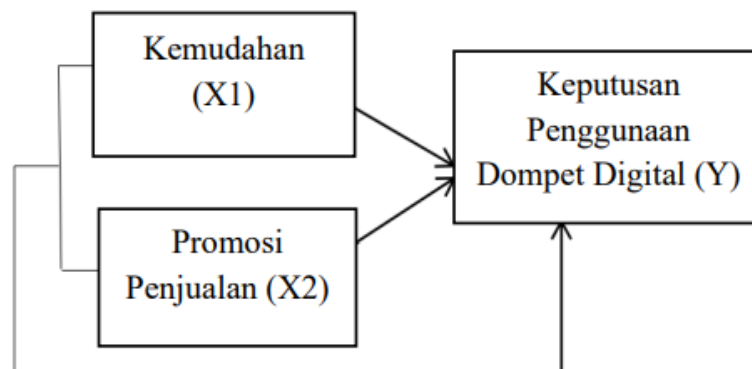
Persamaan	Perbedaan
Dari pembahasan penelitian terdahulu diatas yang telah di telaah oleh penulis terdapat kesamaan yaitu peneliti ini sama-sama menggunakan pendekatan kuantitatif serta menempatkan variabel	Namun terdapat perbedaan penelitian yang dilakukan dengan penelitian terdahulu diatas yaitu Penelitian terdahulu banyak meneliti berbagai jenis e-wallet seperti OVO, DANA, dan ShopeePay, atau meneliti GoPay namun

kemudahan dan promosi sebagai faktor yang memengaruhi perilaku penggunaan dompet digital.	dengan kombinasi variabel yang berbeda, misalnya menggabungkan kemudahan dengan keamanan, kemanfaatan, kepercayaan, atau fitur layanan. Belum banyak ditemukan penelitian yang secara spesifik menguji pengaruh kemudahan dan promosi penjualan secara bersamaan terhadap keputusan penggunaan GoPay, dan perbedaan waktu penelitian. Selain itu, penelitian terdahulu umumnya dilakukan pada masyarakat umum atau mahasiswa dari berbagai fakultas, sehingga belum ada penelitian yang menempatkan mahasiswa Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara sebagai fokus populasi. Dengan demikian, penelitian ini memiliki kebaruan (novelty) berupa fokus pada variabel kemudahan dan promosi penjualan terhadap keputusan penggunaan GoPay pada mahasiswa FAI UMSU, yang belum pernah diteliti secara spesifik pada penelitian-penelitian sebelumnya.
---	--

C. Kerangka Pemikiran

Kerangka berpikir dalam penelitian ini menggambarkan hubungan kausal antara variabel kemudahan dan promosi penjualan terhadap keputusan penggunaan dompet digital GoPay pada mahasiswa Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara. Dilihat dari sudut pandang mahasiswa sebagai pengguna teknologi, mereka cenderung memilih layanan pembayaran digital yang mudah dipahami, praktis digunakan, serta mampu mendukung aktivitas transaksi sehari-hari, baik untuk kebutuhan akademik maupun non-akademik.

Secara simultan, kemudahan (X1) dan promosi penjualan (X2) saling melengkapi dalam memengaruhi keputusan penggunaan dompet digital (Y). Kemudahan memastikan kenyamanan dan efisiensi penggunaan, sementara promosi penjualan meningkatkan daya tarik dan keuntungan ekonomis bagi mahasiswa. Kombinasi kedua faktor ini secara logis dapat mendorong mahasiswa Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara untuk memutuskan menggunakan GoPay sebagai alat pembayaran digital utama dalam aktivitas sehari-hari. Berikut merupakan kerangka pemikiran pada penelitian ini:



Gambar 2. 1 Kerangka Pemikiran

D. Hipotesis

Hipotesis adalah suatu perkiraan awal atau jawaban sementara yang masih harus dibuktikan kebenarannya melalui praktik, realitas, dan eksperimen. Maka dari itu, hipotesis penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Kemudahan

Ho = Tidak ada pengaruh signifikan kemudahan terhadap keputusan penggunaan dompet digital GoPay.

Ha = Ada pengaruh signifikan kemudahan terhadap keputusan penggunaan dompet digital GoPay.

2. Promosi Penjualan

Ho = Tidak ada pengaruh signifikan promosi penjualan terhadap keputusan penggunaan dompet digital GoPay.

Ha = Ada pengaruh signifikan promosi penjualan terhadap keputusan penggunaan dompet digital GoPay.

3. Kemudahan dan Promosi Penjualan

Ho = Tidak ada pengaruh signifikan kemudahan dan promosi penjualan terhadap keputusan penggunaan dompet digital GoPay.

Ha = Ada pengaruh signifikan kemudahan dan promosi penjualan terhadap keputusan penggunaan dompet digital GoPay.

BAB III METODE PENELITIAN

A. Pendekatan Penelitian

Dalam penelitian ini, penulis menerapkan metode kuantitatif. Metode kuantitatif merupakan pendekatan penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme. Penelitian dilaksanakan pada populasi atau sampel tertentu, data dikumpulkan menggunakan alat ukur penelitian, lalu dianalisis secara kuantitatif atau statistik. Tujuan akhirnya adalah untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan sebelumnya. (Santoso et al., 2024). Penelitian ini diolah dengan menggunakan SPSS. Terdapat tiga variabel yang akan diteliti yaitu variabel bebas (X) yaitu kemudahan (X1) dan promosi penjualan (X2) serta variabel terikat (Y) keputusan penggunaan dompet digital gopay.

B. Lokasi dan Waktu Penelitian

1. Lokasi Penelitian

Lokasi dalam penelitian ini dilaksanakan di Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara Fakultas Agama Islam yang beralamat di Jl. Kapten Muchtar Basri No. 3 Medan Glugur Darat II, Kec. Medan Timur, Kota Medan, Sumatera Utara.

2. Waktu Penelitian

Waktu penelitian ini dilakukan mulai dari bulan Desember 2025 sampai dengan bulan Maret 2026.

Tabel 3.1 Pelaksanaan Waktu Penelitian

No	Kegiatan	Bulan/ Minggu															
		Desember 2025				Januari 2026				Februari 2026				Maret 2026			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1	Pengajuan Judul																

2	Penyusunan Proposal																			
3	Bimbingan Proposal																			
4	Seminar Proposal																			
5	Pengumpulan Data																			
6	Pengolahan Data																			
7	Bimbingan Skripsi																			
8	Siding Meja Hijau																			

C. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi adalah keseluruhan wilayah generalisasi yang terdiri dari objek atau subjek yang memiliki karakteristik tertentu yang telah ditentukan oleh peneliti. Seluruh elemen tersebut menjadi sasaran penelitian sehingga peneliti dapat membuat kesimpulan berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan. (Sugiono, 2022). Populasi merupakan wilayah generalisasi yang mencakup objek atau subjek dengan kualitas dan karakteristik tertentu yang telah ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan diambil kesimpulannya. Berikut adalah jumlah mahasiswa Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara yang dijadikan sebagai populasi.

Tabel 3.2 Jumlah Mahasiswa Per Program Studi Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara 2025

Nama Program Studi	Jumlah Mahasiswa
Pendidikan Agama Islam	779 Mahasiswa
Manajemen Bisnis Syariah	262 Mahasiswa

Perbankan Syariah	153 Mahasiswa
Pendidikan Islam Anak Usia Dini	120 Mahasiswa
Ilmu Falak	50 Mahasiswa
Total	1.364 Mahasiswa

Sumber: Biro Fakultas Agama Islam

Berdasarkan data yang diperoleh dari Biro Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara jumlah mahasiswa dari masing-masing program studi yang dijadikan sebagai populasi berjumlah 1.364 Mahasiswa

2. Penarikan Sampel

Penelitian ini menggunakan teknik *Simple Random Sampling* dalam proses penentuan sampelnya. Metode ini merupakan cara pengambilan sampel secara acak, di mana setiap anggota populasi memiliki peluang yang sama untuk terpilih tanpa mempertimbangkan perbedaan atau tingkatan (strata) di dalam populasi. (Sugiono, 2022). Jumlah sampel dalam penelitian ditentukan dengan menggunakan rumus slovin dengan nilai $e = 10\%$ adalah sebagai berikut:

Rumus:

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

$$n = \frac{1.364}{1 + 1.364 (0,1^2)}$$

$$n = \frac{1.364}{1 + 13,64}$$

$$n = \frac{1.364}{14,64}$$

$$n = 93,1$$

Keterangan:

n = Ukuran Sampel

N = Ukuran Populasi

e = *Margin of Error* 10%

Berdasarkan data yang diperoleh maka jumlah sampel sebanyak 93,1 (dibulatkan menjadi 93) orang.

3. Sampel

Sampel merupakan bagian dari keseluruhan populasi yang dipilih untuk dijadikan objek dalam penelitian (Ega Yuristia Wahyuni, 2020). Dalam hal ini yang dijadikan sampel dalam penelitian ini adalah Mahasiswa Fakultas Agama Islam UMSU, maka sampelnya sebesar 93 orang

D. Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel

Variabel penelitian adalah aspek atau karakteristik yang dimiliki oleh individu, objek, atau aktivitas yang menunjukkan perbedaan nilai dan dapat diukur atau diamati oleh peneliti. Variabel menjadi pusat perhatian dalam sebuah penelitian karena berperan dalam merumuskan hipotesis dan memilih teknik pengumpulan data yang tepat. Penelitian ini memiliki dua variabel penelitian, yaitu:

1. Variable independent

Variabel ini dikenal sebagai variabel *stimulus*, *prediktor*, atau *antecedent*, dan dalam bahasa Indonesia disebut variabel bebas. Variabel bebas adalah variabel yang memberikan pengaruh atau menjadi penyebab munculnya perubahan pada variabel dependen (terikat). Pada penelitian ini, terdapat dua variabel bebas, yaitu kemudahan (X1) dan promosi penjualan (X2).

2. Variable Dependent

Variabel dependen (terikat) adalah variabel yang menerima pengaruh atau menjadi hasil dari perubahan pada variabel bebas. Dalam penelitian ini, variabel dependen yang dikaji adalah keputusan penggunaan dompet digital gopay (Y).

Definisi operasional variabel adalah penjabaran mengenai cara sebuah variabel diukur atau diamati, dengan tujuan untuk mengetahui besaran pengaruhnya terhadap variabel lainnya dalam penelitian. Definisi ini juga menetapkan batasan ruang lingkup variabel yang menjadi objek penelitian. Berikut adalah definisi operasional yang terdapat dalam penelitian ini:

a) Kemudahan (X1)

Kemudahan dalam konteks teknologi informasi merujuk pada sejauh mana pengguna dapat memahami dan mengoperasikan suatu sistem dengan mudah tanpa menghadapi kesulitan yang berlebihan. Menurut (Davis, 1989), kemudahan adalah sejauh mana seseorang meyakini bahwa penggunaan teknologi dapat dilakukan tanpa memerlukan usaha yang signifikan.

b) Promosi Penjualan (X2)

Promosi penjualan adalah kegiatan pemasaran yang berfungsi sebagai sarana komunikasi perusahaan kepada konsumen, yang bertujuan menyampaikan informasi, mengajak, serta membentuk persepsi agar konsumen tertarik dan terdorong untuk membeli produk atau layanan. (Ramadhan, 2023).

c) Keputusan Penggunaan Dompot Digital Gopay (Y)

Keputusan penggunaan menggambarkan pilihan individu secara sadar untuk menerima dan terus memakai suatu teknologi setelah menilai manfaat serta risiko yang melekat di dalamnya. Keputusan penggunaan dompet digital adalah proses pemilihan oleh konsumen untuk memanfaatkan layanan pembayaran elektronik berdasarkan penilaian terhadap manfaat, kenyamanan, keamanan, dan faktor-faktor psikologis maupun sosial. (Dwinta Mulyanti, Renita Rahmawati, 2024).

Tabel 3.3 Operasional Variabel Penelitian

No	Variable	Indikator	Nomor item
1	Kemudahan (X1)	1. Mudah dipelajari	1,2
		2. Mudah digunakan	3
		3. Desain aplikasi yang mudah dipahami	4,5
		4. Dapat digunakan secara mandiri	6
		5. Kemudahan menyelesaikan transaksi	7

2	Promosi Penjualan (X2)	1. Frekuensi promosi penjualan 2. Kualitas promosi penjualan 3. Besaran promosi penjualan 4. Durasi promosi penjualan 5. Ketepatan sasaran promosi	8,9 10 11 12 13
3	Keputusan Penggunaan Dompot Digital (Y)	1. <i>Behavioural Intention</i> (Niat Perilaku). 2. <i>Perceived Usefulness</i> (Persepsi Kegunaan) 3. <i>Perceived Ease of Use</i> (Persepsi Kemudahan) 4. <i>Perceived Compatibility</i> (Persepsi Kecocokan) 5. <i>Social Influence</i> (Pengaruh Sosial) 6. <i>Perceived Service Quality</i> (Persepsi Kualitas Layanan)	14,15 16 17 18 19 20
		Jumlah	20

E. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dimaksudkan untuk memperoleh data yang relevan dengan penelitian ini, bertujuan mendapatkan informasi dan data yang akurat serta terpercaya. Penelitian ini menggunakan teknik pengumpulan data sebagai berikut:

1. Kuesioner (angket) merupakan alat pengumpulan data dalam penelitian kuantitatif yang berisi pernyataan atau pertanyaan yang disusun berdasarkan variabel penelitian (Sukendra & Atmaja, n.d.). Responden diminta memberikan jawaban sesuai kondisi atau pandangan mereka. Teknik ini menghasilkan data primer, yaitu data yang diperoleh langsung dari responden yang menjadi sampel penelitian.
2. Studi pustaka adalah metode pengumpulan data sekunder melalui penelaahan berbagai sumber tertulis seperti buku, jurnal ilmiah, situs resmi, serta dokumen terkait. Teknik ini digunakan untuk memperoleh landasan teori, memperkaya informasi, dan mendukung analisis penelitian.

F. Instrument Penelitian

Alat atau instrumen penelitian yang digunakan untuk mengumpulkan data dalam bentuk angka, yang kemudian dapat diolah dengan menggunakan metode analisis statistik (Subhaktiyasa, 2024). Dalam penelitian ini data yang dikumpulkan harus relevan bagi peneliti. Instrumen dalam penelitian ini adalah kuesioner yang dituangkan melalui indikator variabel, instrumen penelitian yang digunakan untuk melakukan pengukuran dengan tujuan untuk menghasilkan data kuantitatif yang relevan.

Pada penelitian ini, penulis menggunakan kuesioner sebagai metode pengumpulan data. Kuesioner merupakan alat pengumpulan data dalam penelitian kuantitatif yang berisi berbagai pernyataan atau pertanyaan yang telah disusun berdasarkan variabel-variabel yang diteliti (Sukendra & Atmaja, n.d.), dengan pengukurannya menggunakan skala likert. Skala likert adalah beberapa pertanyaan atau pernyataan untuk mengumpulkan data dan mengukur pengetahuan seseorang dengan merespon pertanyaan atau pernyataan dari lima jawaban seperti sangat tidak setuju, tidak setuju, kurang setuju, setuju dan sangat setuju (Budiaji, 2013). Skala Likert dipakai untuk menilai pandangan atau tanggapan seseorang terhadap suatu gejala atau persoalan sosial (Suliyanto, 2017).

Tabel 3.4 Skala Likert

Simbol	Alternatif Jawaban	Nilai
STS	Sangat Tidak Setuju	1
TS	Tidak Setuju	2
KS	Kurang Setuju	3
S	Setuju	4
SS	Sangat Setuju	5

G. Uji Persyaratan

1. Uji Asumsi Klasik

Pengujian asumsi dalam penelitian ini dilakukan bertujuan untuk memastikan bahwa model yang diterapkan telah sesuai dengan aturan ekonometrika dan untuk mengevaluasi apakah model regresinya sudah layak atau belum. Uji asumsi yang diterapkan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

a. Uji Normalitas

Pengujian normalitas berguna untuk mengetahui apakah variabel terikat dan variabel bebas dalam model regresi memiliki pola distribusi yang normal atau tidak. Model regresi yang bagus biasanya menampilkan distribusi data yang normal. Normalitas bisa diamati melalui histogram residual, jika bentuknya seperti lonceng maka data cenderung normal. Normalitas juga bisa dinilai dari signifikansi, jika $> 0,05$ berarti data normal, jika $< 0,05$ berarti tidak normal.

b. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk mengetahui apakah dalam model regresi terdapat hubungan atau korelasi antar variabel independen. Model regresi dianggap baik apabila variabel bebasnya tidak saling berkorelasi. Indikasi adanya multikolinearitas dapat dilihat melalui nilai *Variance Inflation Factor* (VIF). Jika nilai tolerance lebih dari 0,10 dan VIF kurang dari 10,00, maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi multikolinearitas.

c. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas digunakan untuk melihat apakah dalam model regresi terdapat ketidaksamaan varians residual antara satu pengamatan dengan pengamatan lainnya. Model regresi yang baik adalah model yang bersifat homoskedastis, yaitu ketika varians residualnya sama pada seluruh pengamatan. Sebaliknya, heteroskedastisitas terjadi apabila varians residual berbeda-beda antar pengamatan. Jika varians residual tetap dari satu pengamatan ke pengamatan berikutnya, kondisi tersebut disebut homoskedastisitas.

H. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data dimanfaatkan untuk menghasilkan kesimpulan akhir penelitian sekaligus menjawab rumusan masalah dan membuktikan hipotesis yang telah ditentukan. Data yang telah terkumpul kemudian diolah menggunakan aplikasi SPSS versi 25. Teknik analisis data yang diterapkan dalam penelitian ini terdiri dari:

1. Uji Validitas Data

a. Uji Validitas

Uji validitas adalah pengujian untuk mengetahui apakah instrumen mampu mengukur secara tepat sesuai dengan tujuan penelitian (Rahayu et al., 2024). Pengujian ini bertujuan untuk menentukan apakah kuesioner tersebut sah atau tidak. Suatu instrumen dapat dikategorikan valid bilamana data yang diperoleh dapat menggambarkan keadaan yang sebenarnya dari objek yang diteliti. Jika suatu skala pengukuran tidak valid, maka instrumen tersebut tidak bisa digunakan karena tidak mampu mengukur sesuai dengan yang seharusnya diukur. Rumus yang digunakan untuk menguji validitas adalah sebagai berikut:

$$r_{xy} = \frac{N \sum XY - (\sum x)(\sum y)}{\sqrt{\{N \sum x^2 - (\sum x)^2\} \{N \sum y^2 - (\sum y)^2\}}}$$

Keterangan :

r_{xy} = Koefisien korelasi antara variabel X dan Y

N = Jumlah subjek

$\sum xy$ = Jumlah hasil perkalian antara skor X dan Y

$\sum x$ = Jumlah seluruh skor Y

Setiap uji statistik memiliki dasar dalam pengambilan keputusan sebagai pedoman agar dapat menarik kesimpulan, begitu pun dengan uji validitas. Dasar pengambilan uji ini adalah:

- 1) Jika nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$ (pada taraf signifikan 0,05) dinyatakan valid.
- 2) Jika nilai $r_{hitung} < r_{tabel}$ (pada taraf signifikan 0,05) dinyatakan tidak valid.

b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk menetapkan apakah instrumen kuisioner dapat digunakan secara konsisten atau tidak dan apakah angket yang disusun merupakan alat ukur yang dapat dipercaya atau tidak. Teknik yang digunakan adalah *cronbach's alpha*, yang termasuk dalam kriteria uji realibilitas sebagai berikut:

- 1) Jika nilai *cronbach's alpha* $> 0,60$ maka dapat dikatakan reabilitas sangat baik.
- 2) Jika nilai *cronbach's alpha* $0,6 - 0,60$ maka dapat dikatakan reliabel (reabilitas diterima).
- 3) Jika nilai *cronbach's alpha* $< 0,60$ maka dapat dikatakan tidak reliabel.

2. Uji Regresi Linear Berganda

Uji regresi merupakan metode statistik yang digunakan untuk menganalisis hubungan antara dua variabel atau lebih. Dalam penelitian ini, variabel dependen (Y) dipengaruhi oleh dua variabel independen (X), sehingga analisis tidak dapat dilakukan dengan regresi sederhana. Untuk itu, digunakan regresi linear berganda sebagai alat analisis karena melibatkan

lebih dari satu variabel bebas. Adapun bentuk umum persamaan regresi linear berganda adalah sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2$$

Keterangan :

Y = Variabel dependen (Keputusan menggunakan dompet digital)

X₁ = Variabel independen (Pengaruh kemudahan)

X₂ = Variabel independen (keamanan data)

a = Konstanta

b₁ dan b₂ = Besaran koefisien regresi dari masing-masing variabel

3. Uji Hipotesis

Uji hipotesis menurut (Bambang Prastyo, n.d.) adalah suatu prosedur analisis yang dipakai untuk mengambil keputusan mengenai hipotesis penelitian, yaitu menentukan apakah hipotesis yang diajukan layak diterima atau perlu ditolak berdasarkan hasil pengujian data. Dalam rangka menguji kebenaran hipotesis penelitian ini, yaitu untuk mengetahui apakah variabel independen memiliki pengaruh terhadap variabel dependen, dilakukan beberapa tahapan pengujian statistik sebagai berikut:

a. Uji Parsial (Uji T)

Uji T digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat. Dalam penelitian ini uji ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh kemudahan dan promosi penjualan terhadap keputusan penggunaan dompet digital GoPay pada mahasiswa FAI UMSU. Rumus Uji T sebagai berikut:

$$t = \frac{r\sqrt{N-2}}{\sqrt{1-r^2}}$$

Keterangan:

t = Nilai hitung

r = Nilai koefisien korelasi

n = Jumlah data pengamatan kriteria pengujianya yaitu sebagai berikut

- 1) Apabila $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau tingkat signifikan $< 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima, menunjukkan adanya pengaruh secara signifikan.
- 2) Apabila $t_{hitung} < t_{tabel}$ atau tingkat signifikan $> 0,05$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak, menunjukkan tidak ada pengaruh antara variabel bebas dengan variabel terikat.

b. Uji Simultan (Uji F)

Uji F dilakukan untuk mengetahui apakah variabel bebas (independen) secara bersama-sama berpengaruh secara signifikan atau tidak terhadap variabel terikat (dependen). Berikut rumus Uji F:

$$F - \text{hitung} = \frac{R^2/k}{(1 - R^2)/(n - k - 1)}$$

Keterangan :

$F_h = F$ hitung

R = Koefisien korelasi ganda

K = Jumlah variabel independent

N = jumlah sampel

c. Uji Koefisiensi Determinasi (R^2)

Uji Koefisiensi Determinasi (R^2) digunakan untuk menunjukkan sejauh mana tingkat hubungan antara variabel terikat (dependen) dengan variabel bebas (independen) atau seberapa besar kontribusi variabel bebas (independen) mempengaruhi variabel terikat (dependen). Semakin besar nilai determinasi maka semakin baik pula kemampuan variabel bebas menjelaskan variabel terikat. Berikut rumus uji koefisiensi determinasi:

$$D = R^2 \times 100\%$$

Keterangan:

D = Koefisiensi determinasi

R = Koefisien korelasi

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Deskripsi penelitian

1. Sejarah Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara

Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara disingkat UMSU, adalah amal usaha dibawah persyarikatan Muhammadiyah yang berbasas Islam dan bersumber pada Al-Qur'an dan Sunnah didirikan di Medan pada tanggal 27 Februari 1957 yang berkedudukan di kota Medan Propinsi Sumatera Utara. Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara, didirikan atas prakarsa beberapa tokoh ulama Muhammadiyah, diantaranya, H. M. Bustami Ibrahim, D. Diyar Karim, Rustam Thayib, M. Nur Haitami, Kadiruddin Pasaribu, Dr. Darwis Datuk Batu Besar, H. Syaiful U.A, Abdul Mu'thidan Baharuddin Latif. UMSU yang sekarang ini bermula dari lahirnya fakultas Falsafah dan Hukum Islam Muhammadiyah (FAFHIM) yang kemudian menjadi Perguruan Tinggi Muhammadiyah (PTM) Sumatera Utara pada tahun 1968, mengasuh 3 (tiga) fakultas : (1) Fakultas Ilmu Pendidikan (FIP), (2) Fakultas Ilmu Agama Jurusan Dakwah (FIAD), dan (3) Fakultas Syariah (UMSU, n.d.).

UMSU dikukuhkan dengan Piagam Pendirian oleh PP Muhammadiyah Majelis Pendidikan dan Pengajaran Nomor 2661/0/07/1974 tanggal 28 Mei 1974. Awal berdirinya FIP UMSU merupakan binaan dari FIP Universitas Muhammadiyah Jakarta (UMJ) dan pada tahun 1974 berdiri sendiri, sedangkan FIAD yang bercabang ke Universitas Muhammadiyah Sumatera Barat berdiri sendiri dan mengubah nama menjadi Fakultas Ushuluddin. Lahirnya fakultas-fakultas lain tidak terlepas dari peran serta Kopertis Wilayah I atas nama Menteri Pendidikan dan Kebudayaan RI dan Kopertais Wilayah IX atas nama Menteri Agama RI.

UMSU yang awalnya mengasuh 3 (tiga) fakultas yakni Fakultas Ilmu Pendidikan, Fakultas Ilmu Agama Jurusan Dakwah, dan Fakultas Syariah seiring perjalanan waktu berkembang pesat. UMSU saat ini memiliki delapan fakultas yakni Fakultas Pertanian, Fakultas Teknik,

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Fakultas Hukum, Fakultas Agama Islam, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan, serta Fakultas Kedokteran yang didirikan Tahun 2008. Untuk program Pascasarjana terdapat delapan Program Studi yakni Magister Manajemen, Akuntansi, Hukum, Kenotariatan, Komunikasi, Teknik Elektro dan Matematika serta Manajemen Pendidikan. UMSU juga kini sedang menunggu proses izin penyelenggaraan Program Doktorat Hukum.

Di masa awal, UMSU dipimpin oleh Bustami Ibrahim. Kepemimpinan beliau dilanjutkan oleh Latief Rousydiy, dan mengalami perubahan signifikan pada masa kepemimpinana Dalmy Iskandar. Selepas itu, Rektor UMSU dijabat Chairuman Pasaribu, Bahdin Nur Tanjung, Dalail Ahmad dan saat ini Rektor dijabat Dr. Agussani, M.AP (UMSU, n.d.)

2. Visi Dan Misi

Visi

Menjadikan perguruan tinggi yang unggul dalam membangun peradaban bangsa dengan mengembangkan ilmu pengetahuan, teknologi dan sumber daya manusia berdasarkan Al-Islam Kemuhammadiyah (UMSU, n.d.).

Misi

- a) Menyelenggarakan pendidikan dan pengajaran berdasarkan Al-Islam Kemuhammadiyah.
- b) Menyelenggarakan penelitian, pengembangan ilmu pengetahuan dan teknologi berdasarkan Al-Islam Kemuhammadiyah.
- c) Menyelenggarakan pengabdian kepada masyarakat berdasarkan Al-Islam Kemuhammadiyah.

3. Sejarah Fakultas Agama Islam

Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara merupakan gabungan dari dua fakultas sebelumnya yaitu Fakultas Ushuluddin dan Tarbiyah, izin operasional Fakultas Ushuluddin dengan status terdaftar dari Pemerintah c/q Departemen Agama RI tahun 1975 dengan Nomor: KEP/D.VI/177/1975 tanggal 27 Juni 1975. Sedangkan izin operasional dengan status terdaftar Fakultas Tarbiyah dari Pemerintah c/q

Departemen Agama RI tahun 1989 dengan Nomor 55 tahun 1989 tanggal 1 Maret (UMSU, n.d.).

Status Terdaftar Program Studi Pendidikan Agama Islam meningkat dari “TERDAFTAR” menjadi “DIAKUI” Tahun 1996 tanggal 17 Oktober 1996 terjadi perubahan dengan Surat Keputusan Menteri Agama RI Nomor: 56 Tahun 1992 tanggal 19 Februari 1992. Sampai 16 Oktober 1996 PS Pendidikan Agama Islam ini masih bernama Fakultas Tarbiyah. Perubahan nama menjadi Fakultas Agama Islam terjadi pada tanggal 17 Oktober 1996 jurusan Pendidikan Agama Islam (Tarbiyah) dan jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam (Dakwah) dengan nomor 497 tahun 1996 tanggal 17 Oktober 1996 (UMSU, n.d.).

4. Visi Dan Misi

Visi

Menjadikan Fakultas Agama Islam yang unggul dalam membangun peradaban bangsa dengan mengembangkan ilmu-ilmu keislaman, teknologi dan sumber daya manusia berdasarkan Al-Islam Kemuhammadiyah (UMSU, n.d.).

Misi

- a. Melaksanakan pendidikan dan pengajaran bidang ilmu keislaman berdasarkan Al-Islam Kemuhammadiyah.
- b. Menyelenggarakan penelitian, pengembangan ilmu-ilmu keislaman berdasarkan Al-Islam Kemuhammadiyah.
- c. Menyelenggarakan pengabdian kepada masyarakat dalam rangka aplikasi ilmu-ilmu keislaman dan pembinaan nilai hidup Islami di masyarakat berdasarkan Al-Islam Kemuhammadiyah.

B. Deskripsi Karakteristik Respondes

Penelitian ini melibatkan mahasiswa Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara (UMSU) sebagai responden. Data diperoleh melalui penyebaran kuesioner kepada 93 mahasiswa dengan karakteristik yang beragam, sebagai berikut:

1. Jenis Kelamin Respondes

Tabel 4.1 Distribusi Resoponden Berdasarkan Jenis Kelamin

No	Jenis kelamin	jumlah	Persentase %
1	Perempuan	66	70,97 %
2	Laki-laki	27	29,03%
Jumlah		93	100 %

Sumber: Data diolah,2026

Berdasarkan tabel 4.1 jumlah responden laki-laki tercatat sebanyak 27 orang atau sebesar 29,03%, sedangkan responden perempuan berjumlah 66 orang atau setara dengan 70,97%. Kondisi ini disebabkan oleh penyebaran kuesioner yang lebih banyak diterima mahasiswa perempuan dibandingkan mahasiswa laki-laki.

2. Kelompok Usia Responden

Tabel 4.2 Distribusi Responden Berdasarkan Usia

No	Usia	Jumlah	Persentase %
1	18-23 Tahun	87	93,55 %
2	24-30 Tahun	6	6,45 %
Jumlah		93	100 %

Sumber: Data diolah,2026

Berdasarkan tabel 4.2 dapat diketahui bahwa mayoritas responden berada pada rentang usia 18-23 tahun dengan jumlah 87 orang atau sebesar 93,55%. Sementara itu, kelompok usia 24-30 tahun merupakan jumlah responden paling sedikit, yaitu sebanyak 6 orang atau sebesar 6,45%.

3. Program Studi Responden

Tabel 4.3 Distribusi Responden Berdasarkan Program Studi

No	Program Studi	Jumlah	Persentase %
1	Pendidikan Agama Islam	7	7,53 %
2	Manajemen Bisnis Syariah	71	76,34 %
3	Perbankan Syariah	8	8,60 %
4	Pendidkan Islam Anak Usia Dini	3	3,23 %

5	Ilmu Falak	4	4,30 %
Jumlah		93	100 %

Sumber: Data diolah, 2026

Berdasarkan tabel 4.3 dapat diketahui bahwa mayoritas responden berasal dari Program Studi Manajemen Bisnis Syariah, yaitu sebanyak 71 orang atau sebesar 76,34%. Sementara itu, jumlah responden paling sedikit berasal dari Program Studi Pendidikan Islam Anak Usia Dini, dengan total 3 orang atau setara dengan 3,23%.

C. Hasil Penelitian

Pada hasil penelitian ini dapat dilihat penyajian data dibawah ini akan menjelaskan hasil penelitian dari kuisisioner yang sudah di isi oleh responden yaitu mahasiswa Fakultas Agama Islam UMSU yang terdiri dari 20 pernyataan yaitu 7 item pernyataan variabel kemudahan (X1), 6 item pernyataan variabel promosi penjualan (X2), 7 item pernyataan variabel Keputusan penggunaan dompet digital GoPay (Y). Sebelum dilakukan uji hipotesis penulis menjabarkan persentase jawaban responden untuk setiap kuisisioner yang sudah dijawab. Penelitian ini menggunakan Skala likert dengan skor 1 – 5. Di bawah ini adalah hasil persentase jawaban dari responden setiap pernyataan yang sudah diberikan:

Tabel 4.4 Persentase Jawaban Responden Variabel Kemudahan (X1)

No Item	STS		TS		KS		S		SS		TOTAL	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
X1.1	-	-	1	1,1	15	16,1	45	48,4	32	34,4	93	100
X1.2	-	-	1	1,1	3	3,2	45	48,4	44	47,3	93	100
X1.3	1	1,1	2	2,2	6	6,5	50	53,8	34	36,6	93	100
X1.4	2	2,2	1	1,1	4	4,3	54	58,1	32	34,4	93	100
X1.5	1	1,1	3	3,2	2	2,2	50	53,8	37	39,8	93	100
X1.6	-	-	-	-	2	2,2	52	55,9	39	41,9	93	100
X1.7	1	1,1	-	-	2	2,2	46	49,5	44	47,3	93	100

Uraian dari tabel 4.4 adalah sebagai berikut:

1. Pada pernyataan “Saya dengan mudah memahami cara menggunakan GoPay sejak pertama kali menggunakannya” yang menjawab sangat tidak setuju tidak ada (0%), tidak setuju sebanyak 1 orang (1,1%), kurang setuju sebanyak 15 orang (16,1%), setuju sebanyak 45 orang (48,4%), sangat setuju sebanyak 32 orang (34,4%).
2. Pada pernyataan “GoPay mudah digunakan untuk berbagai keperluan pembayaran non-tunai seperti membeli pulsa, listrik, kuota dll” yang menjawab sangat tidak setuju tidak ada (0%), tidak setuju sebanyak 1 orang (1,1%), kurang setuju sebanyak 3 orang (3,2%), setuju sebanyak 45 orang (48,4%), sangat setuju sebanyak 44 orang (47,3%).
3. Pada pernyataan “Tampilan menu dan fitur pada GoPay mudah dipahami” yang menjawab sangat tidak setuju sebanyak 1 orang (1,1%), tidak setuju sebanyak 2 orang (2,2%), kurang setuju sebanyak 6 orang (6,5%), setuju sebanyak 50 orang (53,8%), sangat setuju sebanyak 34 orang (36,6%).
4. Pada pernyataan “Desain aplikasi GoPay memudahkan saya menemukan fitur yang saya butuhkan” yang menjawab sangat tidak setuju sebanyak 2 orang (2,2%), tidak setuju sebanyak 1 orang (1,1%), kurang setuju sebanyak 4 orang (4,3%), setuju sebanyak 54 orang (58,1%), sangat setuju sebanyak 32 orang (34,4%).
5. Pada pernyataan “Saya merasa mudah melakukan Top Up saldo GoPay via bank/ATM, mobile banking atau mini market tanpa bantuan pihak lain” yang menjawab sangat tidak setuju sebanyak 1 orang (1,1%), tidak setuju sebanyak 3 orang (3,2%), kurang setuju sebanyak 2 orang (2,2%), setuju sebanyak 50 orang (53,8%), sangat setuju sebanyak 37 orang (39,8%).
6. Pada pernyataan “Saya merasa mudah mengikuti setiap intruksi yang diberikan sistem saat melakukan transfer ke rekening maupun e-wallet lain” yang menjawab sangat tidak setuju tidak ada (0%), tidak setuju tidak ada (0%), kurang setuju sebanyak 2 orang (2,2%), setuju sebanyak 52 orang (53,8%), sangat setuju sebanyak 39 orang (36,6%).

7. Pada pernyataan “Proses transaksi menggunakan GoPay dapat diselesaikan dengan mudah” yang menjawab sangat tidak setuju sebanyak 1 orang (1,1%), tidak setuju tidak ada (0%), kurang setuju sebanyak 2 orang (2,2%), setuju sebanyak 46 orang (49,5%), sangat setuju sebanyak 44 orang (47,3%).

Tabel 4.5 Persentase Jawaban Responden Variabel Promosi Penjualan (X2)

No Item	STS		TS		KS		S		SS		TOTAL	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
X1.1	1	1,1	2	2,2	3	3,2	49	52,7	38	40,9	93	100
X2.2	1	1,1	2	2,2	13	14,0	42	45,2	35	37,6	93	100
X2.3	-	-	2	2,2	6	6,5	60	64,5	25	26,9	93	100
X2.4	1	1,1	1	1,1	7	7,5	46	49,5	38	40,9	93	100
X2.5	1	1,1	1	1,1	2	2,2	51	54,8	38	40,9	93	100
X2.6	2	2,2	1	1,1	2	2,2	49	52,7	39	41,9	93	100

Uraian dari tabel 4.5 adalah sebagai berikut:

1. Pada pernyataan “Saya sering menerima informasi promo GoPay saat membuka aplikasi” yang menjawab sangat tidak setuju sebanyak 1 orang (1,1%), tidak setuju sebanyak 2 orang (2,2%), kurang setuju sebanyak 3 orang (3,2%), setuju sebanyak 49 orang (52,7%), sangat setuju sebanyak 38 orang (40,9%).
2. Pada pernyataan “Promosi yang ditawarkan membuat saya tertarik untuk menggunakan GoPay” yang menjawab sangat tidak setuju sebanyak 1 orang (1,1%), tidak setuju sebanyak 2 orang (2,2%), kurang setuju sebanyak 13 orang (14,0%), setuju sebanyak 42 orang (45,2%), sangat setuju sebanyak 35 orang (37,6%).
3. Pada pernyataan “Syarat dan ketentuan promo GoPay dijelaskan dengan jelas di aplikasi” yang menjawab sangat tidak setuju tidak ada (0%), tidak setuju sebanyak 2 orang (2,2%), kurang setuju sebanyak 6 orang (6,5%), setuju sebanyak 60 orang (64,5%), sangat setuju sebanyak 25 orang (26,9%).

4. Pada pernyataan “Potongan harga atau cashback yang ditawarkan GoPay menguntungkan saya sebagai mahasiswa” yang menjawab sangat tidak setuju sebanyak 1 orang (1,1%), tidak setuju sebanyak 1 orang (1,1%), kurang setuju sebanyak 7 orang (7,5%), setuju sebanyak 46 orang (49,5%), sangat setuju sebanyak 38 orang (40,9%).
5. Pada pernyataan “Masa berlaku promo GoPay berlaku dalam jangka waktu cukup panjang untuk dimanfaatkan dalam aktivitas transaksi saya” yang menjawab sangat tidak setuju sebanyak 1 orang (1,1%), tidak setuju sebanyak 1 orang (1,1%), kurang setuju sebanyak 2 orang (2,2%), setuju sebanyak 51 orang (54,8%), sangat setuju sebanyak 38 orang (40,9%).
6. Pada pernyataan “Promosi GoPay sesuai dengan kebutuhan dan kondisi keuangan saya sebagai mahasiswa” yang menjawab sangat tidak setuju sebanyak 2 orang (2,2%), tidak setuju sebanyak 1 orang (1,1%), kurang setuju sebanyak 2 orang (2,2%), setuju sebanyak 49 orang (52,7%), sangat setuju sebanyak 39 orang (41,9%).

Tabel 4.6 Persentase Jawaban Responden Variabel Keputusan Penggunaan Dompot Digital GoPay (Y)

No Item	STS		TS		KS		S		SS		TOTAL	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
Y.1	2	2,2	2	2,2	11	11,8	49	52,7	29	31,2	93	100
Y.2	3	3,2	5	5,4	26	28,0	39	41,9	20	21,5	93	100
Y.3	1	1,1	2	2,2	8	8,6	54	58,1	28	30,1	93	100
Y.4	2	2,2	4	4,3	14	15,1	52	55,9	21	22,6	93	100
Y.5	1	1,1	2	2,2	12	12,9	52	55,9	26	28,0	93	100
Y.6	1	1,1	3	3,2	18	19,4	50	53,8	21	22,6	93	100
Y.7	1	1,1	1	1,1	5	5,4	55	59,1	31	33,3	93	100

Uraian dari tabel 4.6 adalah sebagai berikut:

1. Pada pernyataan “Saya berniat terus menggunakan GoPay untuk melakukan pembayaran di masa mendatang” yang menjawab sangat

tidak setuju sebanyak 2 orang (2,2%), tidak setuju sebanyak 2 orang (2,2%), kurang setuju sebanyak 11 orang (11,8%), setuju sebanyak 49 orang (52,7%), sangat setuju sebanyak 29 orang (31,2%).

2. Pada pernyataan “Saya berencana menjadikan GoPay sebagai salah satu alat pembayaran utama saya” yang menjawab sangat tidak setuju sebanyak 3 orang (3,2%), tidak setuju sebanyak 5 orang (5,4%), kurang setuju sebanyak 26 orang (28,0%), setuju sebanyak 39 orang (41,9%), sangat setuju sebanyak 20 orang (21,5%).
3. Pada pernyataan “Penggunaan GoPay membantu saya dalam menyelesaikan pembayaran dengan lebih efektif” yang menjawab sangat tidak setuju sebanyak 1 orang (1,1%), tidak setuju sebanyak 2 orang (2,2%), kurang setuju sebanyak 8 orang (8,6%), setuju sebanyak 54 orang (58,1%), sangat setuju sebanyak 28 orang (30,1%).
4. Pada pernyataan “Saya jarang mengalami hambatan saat menggunakan dompet digital GoPay” yang menjawab sangat tidak setuju sebanyak 2 orang (2,2%), tidak setuju sebanyak 4 orang (4,3%), kurang setuju sebanyak 14 orang (15,1%), setuju sebanyak 52 orang (55,9%), sangat setuju sebanyak 21 orang (22,6%).
5. Pada pernyataan “Penggunaan GoPay cocok dengan kebiasaan saya dalam melakukan pembayaran non-tunai” yang menjawab sangat tidak setuju sebanyak 1 orang (1,1%), tidak setuju sebanyak 2 orang (2,2%), kurang setuju sebanyak 12 orang (12,9%), setuju sebanyak 52 orang (55,9%), sangat setuju sebanyak 26 orang (28,0%).
6. Pada pernyataan “Rekomendasi dan pengalaman orang lain mendorong saya menggunakan dompet digital GoPay” yang menjawab sangat tidak setuju sebanyak 1 orang (1,1%), tidak setuju sebanyak 3 orang (3,2%), kurang setuju sebanyak 18 orang (19,4%), setuju sebanyak 50 orang (53,8%), sangat setuju sebanyak 21 orang (22,6%).
7. Pada pernyataan “Dompet digital GoPay menyediakan layanan yang sesuai dengan kebutuhan saya sebagai pengguna” yang menjawab sangat tidak setuju sebanyak 1 orang (1,1%), tidak setuju sebanyak 1

orang (1,1%), kurang setuju sebanyak 5 orang (5,4), setuju sebanyak 55 orang (59,1%), sangat setuju sebanyak 31 orang (33,3%).

Setelah dipaparkan hasil dari jawaban responden maka selanjutnya penulis melakukan oleh data yang di awali dengan uji validitas, reliabilitas, uji asumsi klasik, uji regresi linear berganda dan juga uji hipotesis sebagai berikut:

1. Uji Validitas

Uji validitas dilakukan dengan menggunakan metode statistik yaitu analisis korelasi. Kuisisioner bisa dikatakan valid apabila nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$, sebaliknya jika $r_{hitung} < r_{tabel}$ maka kuisisioner dinyatakan tidak valid. Jumlah sampel yang digunakan sebanyak 93 dengan derajat kebebasan (Degree of Freedom/Df) ditentukan dengan rumus $Df = N - 2$, sehingga diperoleh $Df = 93 - 2 = 91$. berdasarkan derajat kebebasan ($Df = 91$) dan tingkat signifikansi yang ditetapkan, yaitu $\alpha = 0,05$. Maka nilai r_{tabel} yang digunakan sebesar 0,2039, Nilai ini menjadi batas minimal yang digunakan untuk menentukan apakah suatu butir pernyataan dinyatakan valid atau tidak. Berikut merupakan tabel hasil uji validitas yang dilakukan dengan bantuan perangkat lunak SPSS v25:

a. Uji Validitas Variabel Kemudahan (X1)

Tabel 4.7 Hasil Uji Validitas Variabel Kemudahan (X1)

No	R Hitung	R Tabel	Keterangan
1	0,781	0,2039	Valid
2	0,741	0,2039	Valid
3	0,778	0,2039	Valid
4	0,813	0,2039	Valid
5	0,792	0,2039	Valid
6	0,775	0,2039	Valid
7	0,694	0,2039	Valid

Sumber: Data diolah SPSS v25, 2026

Berdasarkan tabel 4.7 dapat diketahui bahwa seluruh 7 butir pernyataan pada variabel kemudahan dinyatakan valid. Oleh karena itu, seluruh butir pernyataan tersebut dapat digunakan dan dilanjutkan ke tahap pengujian berikutnya.

b. Uji validitas Variabel promosi penjualan (X2)

Tabel 4.3 Hasil Uji Validitas Variabel Promosi Penjualan (X2)

No	R Hitung	R Tabel	Keterangan
1	0,738	0,2039	Valid
2	0,848	0,2039	Valid
3	0,703	0,2039	Valid
4	0,841	0,2039	Valid
5	0,851	0,2039	Valid
6	0,866	0,2039	Valid

Sumber: Data diolah SPSS v25, 2026

Berdasarkan Tabel 4.8 dapat diketahui bahwa seluruh 6 butir pernyataan pada variabel kemudahan dinyatakan valid. Oleh karena itu, seluruh butir pernyataan tersebut dapat digunakan dan dilanjutkan ke tahap pengujian berikutnya.

c. Uji Validitas Variabel Keputusan Penggunaan Dompot Digital Gopay (Y)

Tabel 4.4 Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Penggunaan Dompot Digital Gopay (Y)

No	R Hitung	R Tabel	Keterangan
1	0,736	0,2039	Valid
2	0,784	0,2039	Valid
3	0,790	0,2039	Valid
4	0,716	0,2039	Valid
5	0,851	0,2039	Valid
6	0,736	0,2039	Valid
7	0,811	0,2039	Valid

Sumber: Data diolah SPSS v25, 2026

Berdasarkan Tabel 4.9 dapat diketahui bahwa seluruh 7 butir pernyataan pada variabel kemudahan dinyatakan valid. Oleh karena itu, seluruh butir pernyataan tersebut dapat digunakan dan dilanjutkan ke tahap pengujian berikutnya.

2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah pengujian yang bertujuan untuk mengukur sejauh mana suatu variabel dapat dipercaya dan konsisten, sehingga memenuhi syarat untuk digunakan pada tahap pengujian berikutnya. Suatu instrumen dinyatakan reliabel apabila nilai *Cronbach's Alpha* $> 0,60$, sedangkan instrumen dengan nilai *Cronbach's Alpha* $< 0,60$ dinyatakan tidak reliabel. Semakin mendekati angka 1 nilai *Cronbach's Alpha*, maka semakin tinggi tingkat konsistensi jawaban yang diberikan responden pada setiap indikator. Tabel berikut menyajikan hasil uji reliabilitas untuk variabel kemudahan (X1), promosi penjualan (X2), dan keputusan penggunaan dompet digital GoPay (Y). Hasil uji reliabilitas yang dilakukan dengan bantuan perangkat lunak SPSS v25 terdapat pada tabel berikut:

Tabel 4.5 Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach alpha	R	Keterangan
Kemudahan	0,883	0,60	Reliabel
Promosi Penjualan	0,895	0,60	Reliabel
Keputusan Penggunaan Dompet Digital GoPay	0,886	0,60	Reliabel

Sumber: Data diolah SPSS v25, 2026

Berdasarkan hasil pengolahan data pada Tabel 4.10 diketahui bahwa variabel kemudahan (X1), promosi penjualan (X2), dan keputusan penggunaan dompet digital GoPay (Y) masing-masing memiliki nilai *Cronbach's Alpha* $> 0,60$. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa instrumen yang digunakan dalam penelitian ini dinyatakan reliabel.

3. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Pengujian normalitas dilakukan guna mengetahui apakah data pada variabel dependen dan independen dalam model regresi tersebar secara normal atau tidak. Data dinyatakan berdistribusi normal apabila nilai signifikansi $> 0,05$, sedangkan apabila nilai signifikansi $< 0,05$ maka data tersebut dinyatakan tidak berdistribusi normal. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah uji *Kolmogorov-Smirnov*. Berikut merupakan tabel hasil uji normalitas yang dilakukan dengan bantuan perangkat lunak SPSS v25:

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		93
Normal Parameters ^{a, b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.65910768
Most Extreme Differences	Absolute	.087
	Positive	.057
	Negative	-.087
Test Statistic		.087
Asymp. Sig. (2-tailed)		.076 ^c

a. Test distribution is Normal.
b. Calculated from data.
c. Lilliefors Significance Correction.

Gambar 4.1 Hasil Uji Normalitas Kolmogorov-Smirnov Test

Berdasarkan hasil analisis yang disajikan pada gambar 4.1, diperoleh nilai signifikansi uji normalitas sebesar $0,076 > 0,05$, maka dapat disimpulkan bahwa data penelitian ini berdistribusi normal.

b. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk mengetahui ada atau tidaknya hubungan korelatif antarvariabel independen dalam model regresi. Suatu model dinyatakan tidak mengalami multikolinearitas. Apabila nilai tolerance $> 0,10$ maka artinya tidak terjadi multikolinearitas, dan nilai Variance Inflation Factor (VIF) $< 10,00$ maka tidak terjadi multikolinearitas. Berikut merupakan table hasil uji multikolinearitas yang dilakukan dengan bantuan perangkat lunak SPSS v25:

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	3.103	2.290		1.355	.179		
	Kemudahan (X1)	.281	.113	.240	2.498	.014	.460	2.175
	Promosi Penjualan (X2)	.663	.107	.594	6.194	.000	.460	2.175

a. Dependent Variable: Keputusan Penggunaan Dompot Digital GoPay (Y)

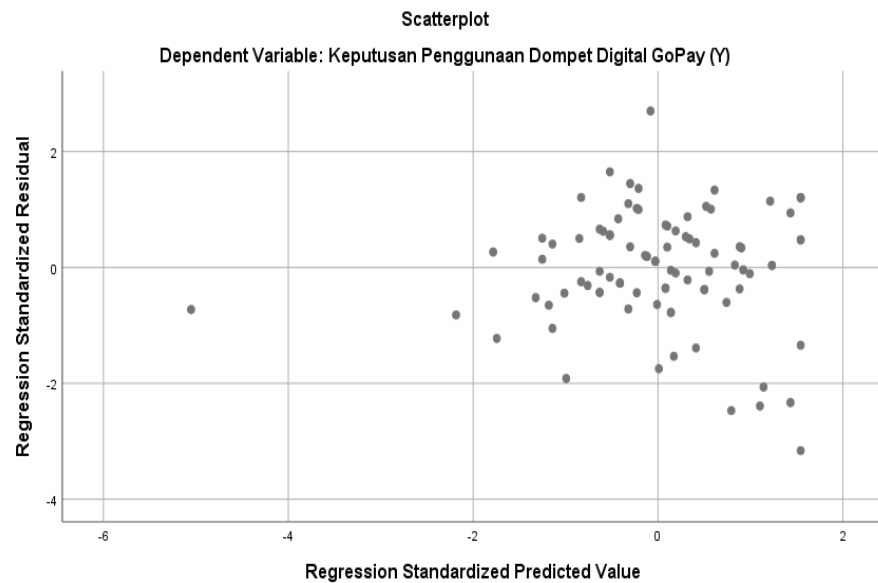
Gambar 4.2 Hasil Uji Multikolinieritas

Sumber: Data diolah SPSS v25, 2026

Berdasarkan gambar 4.2, dapat diketahui bahwa variabel kemudahan dan promosi penjualan memiliki nilai *tolerance* sebesar $0,460 > 0,10$ dan nilai VIF sebesar $2.175 < 10,00$. Artinya, masing-masing variabel penelitian tidak mempunyai persoalan multikolinieritas antara variabel bebas dalam model regresi yang digunakan.

c. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk mendeteksi ada atau tidaknya gejala heteroskedastisitas dalam suatu model regresi. Pengujian ini dilakukan dengan mengamati pola pada grafik *scatter plot*. Model regresi dinyatakan tidak mengalami heteroskedastisitas apabila titik-titik data tersebar secara acak, tidak membentuk pola tertentu, serta menyebar di atas dan di bawah sumbu nol. Berikut merupakan hasil uji heteroskedastisitas yang dilakukan dengan bantuan perangkat lunak SPSS v25:



**Gambar 4.3 Hasil Grafik Uji
HeterokedasitGambar**

Sumber: Data diolah SPSS v25, 2026

Berdasarkan analisis grafik pada gambar 4.3, menunjukkan titik-titik menyebar secara acak dan tidak membentuk pola apapun serta tidak mengumpul di atas dan di bawah saja, maka dapat disimpulkan tidak terjadi heteroskedastisitas.

d. Uji Regresi Linear Berganda

Uji regresi linear berganda digunakan untuk menganalisis hubungan antara dua atau lebih variabel independen dengan satu variabel dependen. Adapun hasil pengujian regresi linear berganda yang dilakukan dengan bantuan perangkat lunak SPSS v25 sebagai berikut:

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3.103	2.290		1.355	.179
	Kemudahan (X1)	.281	.113	.240	2.498	.014
	Promosi Penjualan (X2)	.663	.107	.594	6.194	.000

a. Dependent Variable: Keputusan Penggunaan Dompot Digital GoPay (Y)

Gambar 4.4 Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Sumber: Data diolah SPSS v25, 2026

Berdasarkan gambar 4.4, maka model persamaan regresinya adalah sebagai berikut :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2$$

$$Y = 3.103 + 0.281 X_1 + 0.663 X_2$$

Dari keterangan diatas maka dapat diuraikan sebagai berikut:

1) Nilai konstanta (a)

Nilai konstanta sebesar 3.103 menunjukkan bahwa variabel kemudahan dan promosi penjualan memiliki kontribusi dalam memengaruhi keputusan penggunaan dompet digital GoPay. Dengan asumsi variabel independen berada dalam kondisi konstan, keputusan penggunaan dipengaruhi sebesar 3.103 berdasarkan variabel yang diteliti.

2) Kemudahan (X1)

Berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan, koefisien variabel kemudahan (X1) sebesar 0,281 menunjukkan bahwa setiap peningkatan variabel kemudahan (X1) sebesar 1% akan diikuti oleh peningkatan keputusan penggunaan dompet digital GoPay sebesar 0,281, dengan asumsi variabel lain berada dalam kondisi konstan.

3) Promosi penjualan (X2)

Promosi penjualan (X2) memiliki koefisien sebesar 0,663, yang berarti bahwa setiap peningkatan promosi penjualan (X2) sebesar

1% akan meningkatkan keputusan penggunaan dompet digital GoPay sebesar 0,663, dengan asumsi variabel independen lainnya tetap konstan.

4. Uji hipotesis

a. Uji Parsial T_{test} (Uji T)

Uji t digunakan untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel independent (kemudahan dan promosi penjualan), terhadap variabel dependen (keputusan penggunaan dompet digital GoPay). Kriteria penelitian dengan $\alpha < 5\%$, jika nilai sig $t > 0,05$ dan $t_{hitung} < t_{tabel}$, artinya tidak ada pengaruh yang signifikan variabel independen terhadap variabel dependen maka H_0 diterima H_a ditolak. Sedangkan jika nilai sig $t < 0,05$ dan $t_{hitung} > t_{tabel}$ artinya ada pengaruh yang signifikan terhadap variabel independen dengan variabel dependen maka H_0 ditolak H_a diterima.

Dalam pengujian hipotesis untuk model regresi, derajat bebas ditentukan dengan rumus $n-k$. Di mana n = banyak sampel, sedangkan k = banyaknya variabel (bebas dan terikat). Pengujian hipotesis dengan $\alpha = 5\%$ dengan pengujian 2 arah, sedangkan Derajat Kebebasan (DF) = $n - k = 93 - 3 = 90$ (taraf signifikansi 0.05), maka hasil diperoleh untuk t_{tabel} sebesar 1.986. berikut merupakan hasil uji parsial (uji t) yang dilakukan dengan bantuan perangkat lunak SPSS v25:

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3.103	2.290		1.355	.179
	Kemudahan (X1)	.281	.113	.240	2.498	.014
	Promosi Penjualan (X2)	.663	.107	.594	6.194	.000

a. Dependent Variable: Keputusan Penggunaan Dompet Digital GoPay (Y)

Gambar 4.5 Hasil Uji T

Sumber: Data diolah SPSS v25, 2026

Berdasarkan gambar 4.5, menjelaskan bahwa hasil uji signifikansi parsial masing masing variabel sebagai berikut:

- 1) Variabel kemudahan (X1) memiliki nilai t_{hitung} (2.498) $>$ t_{tabel} (1.986) dengan nilai signifikan (0,014) $<$ (0,05), maka dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima artinya variabel kemudahan berpengaruh signifikan terhadap keputusan penggunaan dompet digital gopay.
- 2) Variabel promosi penjualan (X2) memiliki nilai t_{hitung} (6.194) $>$ t_{tabel} (1.986) dengan nilai signifikan (0,000) $<$ (0,05), maka dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima artinya variabel promosi penjualan berpengaruh signifikan terhadap keputusan penggunaan dompet digital gopay.

b. Uji Simultan (Uji F)

Pengujian ini dilakukan untuk mengetahui ada atau tidaknya pengaruh secara bersamaan yang diberikan oleh variabel independen kemudahan (X1) dan promosi penjualan (X2) terhadap variabel dependen keputusan penggunaan dompet digital GoPay (Y). Suatu model regresi dapat dinyatakan signifikan secara statistik jika nilai signifikansinya lebih kecil dari 0,05. Pengujian ini dapat dijalankan dengan membandingkan nilai F_{hitung} terhadap F_{tabel} atau dengan membandingkan nilai probabilitas signifikansi (Sig) terhadap tingkat signifikansi (α). Dengan ketentuan sebagai berikut:

- 1) Hipotesis nol (H_0) ditolak apabila $F_{hitung} > F_{tabel}$ atau nilai Sig $<$ α .
- 2) Hipotesis alternatif (H_a) diterima apabila $F_{hitung} < F_{tabel}$ atau nilai Sig $>$ α

Diketahui nilai F_{tabel} adalah sebagai berikut:

$$Df1 = k - 1$$

$$Df1 = 3 - 1 = 2$$

$$Df2 = n - k$$

$$Df2 = 93 - 3 = 90$$

Jadi F_{tabel} adalah 3,10

Berikut merupakan hasil uji simultan (uji f) yang dilakukan dengan bantuan perangkat lunak SPSS v25:

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1219.642	2	609.821	73.230	.000 ^b
	Residual	749.477	90	8.328		
	Total	1969.118	92			

a. Dependent Variable: Keputusan Penggunaan Dompot Digital GoPay (Y)

b. Predictors: (Constant), Promosi Penjualan (X2), Kemudahan (X1)

Gambar 4.6 Hasil Uji F

Sumber: Data diolah SPSS v25, 2026

Berdasarkan gambar 4.6, diketahui bahwa nilai F_{hitung} (73,230) > F_{tabel} (3,10) dengan nilai signifikan (0,000) < (0,05), maka dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima artinya variabel kemudahan dan promosi penjualan secara bersama-sama (simultan) berpengaruh signifikan terhadap keputusan penggunaan dompet digital gopay.

c. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) digunakan untuk mengetahui berapa besar pengaruh yang diberikan oleh variabel dependen terhadap variabel independent. Berikut merupakan hasil uji koefisien determinasi yang dilakukan dengan bantuan perangkat lunak SPSS v25:

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.787 ^a	.619	.611	2.886

a. Predictors: (Constant), Promosi Penjualan (X2), Kemudahan (X1)

Gambar 4.7 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Sumber: Data diolah SPSS v25, 2026

Berdasarkan gambar 4.7, dapat diketahui bahwa hasil uji koefisien determinan (R^2) sebesar 0,619. Hal ini berarti pengaruh kemudahan dan promosi penjualan terhadap keputusan penggunaan dompet digital GoPay adalah sebesar 61,9% sedangkan sisanya sebesar 38,1% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diketahui.

D. Pembahasan

Data penelitian yang telah terkumpul kemudian dianalisis guna melihat pengaruh dari masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen. Penjelasan yang lebih mendalam mengenai hasil analisis dan pengujian tersebut akan diuraikan sebagai berikut:

1. Pengaruh Kemudahan Terhadap Keputusan Penggunaan Dompet Digital Gopay

Dari hasil penelitian yang sudah dilakukan, dapat diketahui bahwa variabel kemudahan (X1) berpengaruh signifikan terhadap keputusan penggunaan dompet digital GoPay (Y). Berdasarkan hasil analisis yang dilakukan dengan bantuan perangkat lunak SPSS v25 pada uji persial (uji t) diperoleh nilai t_{hitung} (2.498) > t_{tabel} (1.986) dan diperkuat dengan nilai signifikan (0,014) < (0,05), maka H_0 ditolak dan H_a diterima artinya variabel kemudahan berpengaruh signifikan terhadap keputusan penggunaan dompet digital GoPay.

Penelitian ini sejalan dengan teori Technology Acceptance Model (TAM) yang dikemukakan oleh Davis tahun 1989 yang menyatakan bahwa perceived ease of use atau kemudahan penggunaan merupakan salah satu faktor yang memengaruhi penerimaan dan penggunaan suatu teknologi. Berdasarkan hasil kuesioner, kemudahan dalam melakukan top up, pembayaran, maupun transfer menjadi alasan utama dalam menentukan keputusan penggunaan. Desain aplikasi yang simpel, fitur yang jelas, serta proses transaksi yang cepat turut memperkuat persepsi kemudahan pengguna. Temuan ini menunjukkan bahwa kemudahan menjadi faktor signifikan dalam mendorong mahasiswa khususnya pada Fakultas Agama

Islam UMSU untuk menggunakan dompet digital GoPay dalam aktivitas transaksi harian mereka.

Dalam perspektif islam, kemudahan dalam transaksi sejalan dengan prinsip menghindari kesulitan (raf' al-haraj) dan menciptakan kemaslahatan. Sebagaimana dijelaskan dalam Al-Qur'an surah Al-Baqarah ayat 185, Allah SWT berfirman:

...يُرِيدُ اللَّهُ بِكُمُ الْيُسْرَ وَلَا يُرِيدُ بِكُمُ الْعُسْرَ

Artinya: “Allah menghendaki kemudahan bagimu, dan tidak menghendaki kesukaran”

Dalam ayat ini dijelaskan bahwa seluruh aktivitas manusia, terutama dalam bidang ekonomi dan teknologi keuangan, harus membawa kemudahan dan tidak unsur gharar (ketidakjelasan) maupun kezaliman. Oleh karena itu, kemudahan yang ditawarkan dompet digital bukan hanya menjadi aspek praktis saja, tetapi juga sejalan dengan prinsip-prinsip Islam yang mengutamakan efisiensi, transparansi, dan kebermanfaatan dalam setiap transaksi.

Maka dapat penulis simpulkan kemudahan berpengaruh signifikan terhadap keputusan penggunaan dompet digital GoPay karena dinilai praktis dan sesuai dengan kebutuhan transaksi sehari-hari khususnya pada mahasiswa. Selain itu, hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh (Widiyanti, 2020) pada penelitian tersebut menunjukkan bahwa kemudahan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan dompet digital dengan dengan nilai signifikan $(0,000) < (0,05)$. dan (Helma Mulia, 2023) menunjukkan hasil bahwa persepsi kemudahan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan dompet elektronik, dengan nilai signifikansi sebesar $(0,020) < (0,05)$.

2. Pengaruh Promosi Penjualan Terhadap Keputusan Penggunaan Dompet Digital Gopay

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa variabel promosi penjualan berpengaruh signifikan

terhadap keputusan penggunaan dompet digital GoPay. Hasil analisis data menggunakan *software* SPSS v25 pada uji parsial (uji t) menunjukkan nilai $t_{hitung} (6,194) > t_{tabel} (1,986)$. Dengan didukung nilai signifikansi $(0,000) < (0,05)$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Dengan demikian, dapat diartikan bahwa variabel promosi penjualan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan penggunaan dompet digital GoPay.

Berdasarkan kondisi nyata yang ditemukan dalam penelitian ini, mahasiswa Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara (FAI UMSU) cenderung lebih memilih menggunakan GoPay ketika tersedia promo seperti cashback, diskon, atau penawaran khusus lainnya. Promosi tersebut meningkatkan persepsi manfaat dan nilai tambah yang dirasakan, sehingga mempercepat proses pengambilan keputusan. Secara teoritis, promosi penjualan merupakan strategi pemasaran yang dirancang untuk menarik perhatian konsumen, memperkuat minat, serta mendorong tindakan penggunaan dalam jangka pendek.

Dalam pandangan ekonomi Islam, promosi penjualan harus dilaksanakan dengan menjunjung tinggi prinsip kejujuran, keterbukaan, dan keadilan dalam penyampaian informasi agar terhindar dari unsur gharar dan praktik yang merugikan. Hal ini sejalan dengan QS. Al-Baqarah ayat 188 yang berbunyi:

وَلَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ وَتُدْأُوا بِهَا إِلَى الْحُكَّامِ لِتَأْكُلُوا فَرِيقًا مِّنْ أَمْوَالِ النَّاسِ
بِإِلَاطِمٍ وَأَنْتُمْ تَعْلَمُونَ

Artinya: “Dan janganlah kamu memakan harta di antara kamu dengan jalan yang batil”

Ayat ini menegaskan bahwa setiap aktivitas ekonomi, termasuk promosi dalam layanan dompet digital, harus dilakukan secara transparan dan tidak merugikan pihak lain.

Dengan demikian, penulis dapat menyimpulkan bahwa promosi penjualan berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan penggunaan dompet digital GoPay. Hal ini terjadi karena penawaran yang diberikan

mampu meningkatkan daya tarik dan memberikan manfaat tambahan bagi mahasiswa. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh (Pratiwi & Fitra, 2023) pada penelitian tersebut menunjukkan bahwa promosi penjualan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan dompet digital dengan nilai signifikan ($0.008 < 0.05$). dan penelitian yang dilakukan (Edi Setiawan, 2023) Promosi Penjualan berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Penggunaan E-Wallet DANA pada mahasiswa di Kota Yogyakarta. Dibuktikan dengan signifikansi yang didapatkan adalah $0,000 < 0,05$.

3. Pengaruh Kemudahan Dan Promosi Penjualan Terhadap Keputusan Penggunaan Dompet Digital Gopay

Berdasarkan analisis data yang telah dilakukan, ditemukan bahwa dalam penelitian ini terdapat pengaruh simultan antara variabel kemudahan dan promosi penjualan terhadap keputusan penggunaan dompet digital. Pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner kepada 93 responden yaitu mahasiswa Fakultas Agama Islam UMSU. Pengujian hipotesis menggunakan software SPSS v25, hasil analisis uji simultan (uji F) menunjukkan nilai $F_{hitung} (73,230) > F_{tabel} (3,10)$ dengan tingkat signifikansi ($0,000 < 0,05$), sehingga H_0 ditolak dan H_a diterima. Dengan demikian, penelitian ini membuktikan bahwa variabel kemudahan dan promosi penjualan secara bersama-sama memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan penggunaan dompet digital GoPay.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh (Pratiwi & Fitra, 2023) dalam penelitian tersebut menunjukkan bahwa nilai signifikansi ($0,000 < 0,05$), maka variabel kemudahan dan promosi penjualan berpengaruh secara simultan (Bersama-sama) terhadap keputusan penggunaan dompet digital. Dan penelitian lain oleh (Edi Setiawan, 2023) menunjukkan nilai signifikansi ($0,000 < 0,05$), artinya variabel kemudahan dan promosi penjualan berpengaruh secara simultan (Bersama-sama) terhadap Keputusan Penggunaan dompet digital.

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan dalam penelitian berjudul **“Pengaruh Kemudahan Dan Promosi Pejualan Terhadap Keputusan Penggunaan Dompot Digital Gopay Pada Mahasiswa Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara”**, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Variabel kemudahan (X1) berpengaruh signifikan terhadap keputusan penggunaan dompet digital GoPay (Y). Hal tersebut dibuktikan melalui hasil pengujian parsial (uji t) yang menunjukkan bahwa nilai t_{hitung} (2.498) > t_{tabel} (1.986) dan diperkuat dengan nilai signifikan sebesar $(0,014) < (0,05)$, Dengan demikian, hipotesis nol (H_0) dinyatakan ditolak dan hipotesis alternatif (H_a) diterima, sehingga dapat disimpulkan bahwa kemudahan berperan signifikan dalam memengaruhi keputusan penggunaan dompet digital GoPay.
2. Variabel promosi penjualan (X2) berpengaruh signifikan terhadap keputusan penggunaan dompet digital GoPay (Y). Hal tersebut dibuktikan melalui hasil pengujian parsial (uji t) yang menunjukkan bahwa nilai t_{hitung} (6.194) > t_{tabel} (1.986) Hal ini diperkuat dengan nilai signifikan diperoleh $(0,000) < (0,05)$, Dengan demikian, hipotesis nol (H_0) dinyatakan ditolak dan hipotesis alternatif (H_a) diterima, sehingga dapat disimpulkan bahwa promosi penjualan berperan signifikan dalam memengaruhi keputusan penggunaan dompet digital GoPay.
3. Variabel kemudahan (X1) dan promosi penjualan (X2) berpengaruh secara bersama-sama (simultan) terhadap keputusan penggunaan dompet digital GoPay (Y). Hal tersebut dibuktikan melalui hasil pengujian simultan (uji f) yang menunjukkan bahwa nilai F_{hitung} (73.230) > F_{table} (3.947) dengan nilai signifikan $(0,000) < (0,05)$, Dengan demikian, hipotesis nol (H_0) dinyatakan ditolak dan hipotesis alternatif (H_a)

diterima, sehingga dapat disimpulkan bahwa kemudahan dan promosi penjualan berperan signifikan dalam memengaruhi keputusan penggunaan dompet digital GoPay. Hasil penelitian menunjukkan nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,619. Hal ini berarti pengaruh kemudahan dan promosi penjualan terhadap keputusan penggunaan dompet digital GoPay adalah sebesar 61,9% sedangkan sisanya sebesar 38,1% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diketahui.

B. Saran

Berdasarkan dari beberapa kesimpulan diatas penulis memberikan saran yang mungkin bermanfaat bagi semua pihak. Adapun sarannya yaitu sebagai berikut:

1. Perlu adanya kesadaran bagi mahasiswa untuk lebih cerdas dan selektif dalam menggunakan dompet digital GoPay, khususnya dengan memaksimalkan penggunaan fitur-fitur yang disediakan secara optimal serta memahami dengan baik manfaat dan risiko yang ada dalam penggunaan dompet digital, sehingga setiap keputusan penggunaan dapat memberikan manfaat tambahan dalam aktivitas transaksi sehari-hari.
2. Untuk pihak GoPay dapat terus meningkatkan kemudahan penggunaan aplikasi, baik dari segi tampilan, fitur, maupun proses transaksi, serta mempertahankan dan mengembangkan strategi promosi penjualan yang inovatif dan tepat sasaran. Hal ini bertujuan untuk meningkatkan minat serta keputusan penggunaan dompet digital GoPay, khususnya di kalangan mahasiswa.
3. Diharapkan penelitian ini dapat dijadikan sebagai bahan referensi atau kajian pustaka bagi peneliti selanjutnya. Selain itu, peneliti selanjutnya disarankan untuk menambahkan variabel lain di luar kemudahan dan promosi penjualan, seperti keamanan, kepercayaan, atau persepsi risiko, serta memperluas objek penelitian agar memperoleh hasil yang lebih komprehensif.

DAFTAR PUSTAKA

- Afandi, A., Amsari, S., Hayati, I., Devi, S., & Lubis, F. R. (2022). Affiliate marketing business model education in promoting keloria products. *Community Empowerment* 7(11), 2009–2014.
- Afdi, M., & Hanifah, A. (2021). Program Penjaminan Uang Elektronik (E-Money). September.
- Aisha, N., & Kurnia, E. (2022). Pengaruh Persepsi Kemudahan dan Daya Tarik Iklan Terhadap Keputusan Menggunakan Dompot Digital “ OVO .” *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*. 153–163.
- Alfiani, N. (2024). Pengaruh Promosi Penjualan Dan Atmosfer Toko Terhadap Pembelian Impulsif Dengan Emosi Positif Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Konsumen Matahari Department Store Malioboro Mall). *Jurnal Volatilitas* 6(4), 171–190.
- Asad Zaman. (2015). *the Future of Economics: An Islamic Perspective*. Markfield, Leicester: The Islamic Foundation. <https://doi.org/10.52541/isiri.v40i1.5064>. 6, 149.
- Asmike, M. (2020). Pengaruh Bauran Pemasaran (Promotion Mix) Terhadap Peningkatan Volume Penjualan Pada Perusahaan Pt Sari Melati Sejahtera Cabang Madiun Studi Pengaruh biaya promosi terhadap penjualan pada perusahaan PT Sari Melati Sejahtera periode 2013-2017 Program Stu. *Jurnal Akuntansi dan Pembelajaran* 8(2), 92–105.
- Bambang Prastyo. (2023). *Estimasi dan Uji Hipotesis*. 1–20.
- Budiaji, W. (2013). Skala Pengukuran Dan Jumlah Respon Skala Likert (The Measurement Scale and The Number of Responses in Likert Scale) *Jurnal Ilmu Pertanian dan Perikanan* (2), 125–131.
- Davis, F. D. (1989). *Information Technology Introduction*. <http://www.jstor.org/stable/249008> . 13(3), 319–340.

- Dimas Dwi Permana; Rahmayati. (2024). The influence of convenience , trust , and sharia financial literacy on students ' decision-making using gopay digital wallet a case study of FAI UMSU students. *Jurnal Ekonomi* 13(01), 1102–1112. <https://doi.org/10.54209/ekonomi.v13i01>
- Dwinta Mulyanti, Renita Rahmawati, D. Y. (2024). Analisis Faktor Penentu Penggunaan Dompot Digital Sebagai Alat Pembayaran Transaksi Non Tunai Dikalangan Generasi Z Dan Milenial. *Jurnal Financia*, 5(2), 60–70.
- Edi Setiawan, E. S. (2023). Pengaruh Kemudahan Penggunaan Dan Promosi Penjualan Terhadap Keputusan Penggunaan E-Wallet Dana Pada Mahasiswa Di Kota Yogyakarta. *Jurnal Manajemen Dirgantara*, 16(1), 129–140.
- Ega Yuristia Wahyuni. (2020). Definisi Konsep Variabel. *Skripsi Universitas Pendidikan Indonesia*.
- Fauzi, F., & Sulaeman, E. (2023). Pengaruh Kemudahan Penggunaan Dan Promosi Cashback Terhadap Minat Mahasiswa Dalam Menggunakan Dompot Digital ShopeePay (Studi Kasus Pada Mahasiswa Universitas Singaperbangsa Karawang). *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 9(23), 280–288.
- Fitriani Latief, D. (2020). Pengaruh Kemudahan, Promosi, Dan Kemanfaatan Terhadap Keputusan Penggunaan Uang Digital. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Manajemen*. 3(April), 16–30.
- GoPay. (2023). Aplikasi GoPay Resmi Diluncurkan Nasional, Perluas Jangkauan Ke Seluruh Lapisan Masyarakat. <https://gopay.co.id/blog/aplikasi-gopay-resmi-diluncurkan>
- GoPay. (2025). Apa Itu Promosi: Cara Kerja, Manfaat, Contoh. <https://gopay.co.id/blog/apa-itu-promosi>
- Hanif, R. (2022). Pengaruh Persepsi Kemudahan Terhadap Minat Guna Melalui Kepercayaan Pada Pengguna Dompot Digital Gopay, *Jurnal Ekonomi dan Manajemen*. 5 Nomor 2 Maret 2022
- RifkiHelma Mulia, C. G. (2023). Dampak Promosi Dan Persepsi Kemudahan Terhadap Keputusan Penggunaan Dompot Elektronik. *Marketgram Journal*, 1(1), 1–11.

- IdScore. (2025). Dompot Elektronik: Pengertian, Manfaat, dan Cara Penggunaannya. idscore.id/articles/dompot-elektronik-pengertian-manfaat-dan-cara-penggunaannya
- Kemenag RI. (2019). Al-Qur'an dan Terjemahannya. <https://quran.kemenag.go.id/>
- Khan, W. A., & Abideen, Z. U. (2023). Effects of behavioural intention on usage behaviour of digital wallet: the mediating role of perceived risk and moderating role of perceived service quality and perceived trust. *Future Business Journal*, 9(1), 1–15. <https://doi.org/10.1186/s43093-023-00242-z>
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2012). Marketing Management. <https://www.pearson.com/se/Nordics-Higher-Education/subject-catalogue/marketing/Kotler-Keller-Marketing-Management-Global-Edition-16e>.
- Latiep., & Suprianto, F. (2025). Analisis Efisiensi Dan Keamanan Dompot Digital Dalam Meningkatkan Literasi Digital Mahasiswa, *Accounting Profession Journal*. Vol. 7 No 1, Bulan Januari 2025. 7(1), 225–233.
- Lesmana, A. (2023). Strategi Promosi Syariah Dalam Meningkatkan Penjualan Produk (Studi Pada UMKM ARS Snack Kota Jambi). *Jurnal Nuansa : Publikasi Ilmu Manajemen dan Ekonomi Syariah*. 1(4).
- Luthfi, M., Islami, N., & Rafik, A. (2023). Determinan Penggunaan Dompot Digital di Kalangan Mahasiswa, *Jurnal Mahasiswa Bisnis & Manajemen.*, 02(03), 221–248.
- Mahajan, Y., Agarwal, P., Chintamani, A. A., Paturkar, R., Bhide, H. N., & Sharma, V. (2025). Perceived ease of use and health literacy as determinants of mHealth app usage among older adults in India : a SEM approach. 2. <https://doi.org/10.1007/s44155-025-00305-2>.
- Mujiatun, S., Jasin, H., & Fahmi, M. (2022). Model Financial Technology (Fintech) Syariah di Sumatera Utara. *Riset & Jurnal Akuntansi.*, 6, 2830–2839.
- Nurhayati, J. (2025). Transformasi Digital Dalam Ekonomi Syariah : Inovasi Teknologi Untuk Penguatan Ekosistem Keuangan Halal Di. *Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah*. 10(204), 1704–1714.

- Philip Kotler, K. L. K. (2021). *Marketing Management (16th Edition)*. 23 November 2021. <https://www.pearson.com/se/Nordics-Higher-Education/subject-catalogue/marketing/Kotler-Keller-Marketing-Management-Global-Edition-16e>.
- Pradesyah, R. (2020). Pengaruh Promosi Dan Pengetahuan Terhadap Minat Masyarakat Melakukan Transaksi Di Bank Syariah (Studi Kasus Di Desa Rahuning). *Jurnal Ekonomi Islam* 1(2), 113–122.
- Pratiwi, R., & Fitra, J. (2023). Pengaruh Kemudahan , Fitur Layanan dan Promosi Penjualan Terhadap Keputusan Penggunaan Dompot Digital ShopeePay pada Aplikasi Shopee di Kabupaten Kebumen. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*. 5(6), 716–727.
- Putri, N. A., & Siregar, P. A. (2024). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Mahasiswa FAI UMSU Menggunakan Dompot Digital. *jurnal ekonomi syariah dan bisnis perbankan*, 8, 181–195.
- Putri, P. A., Prasetyo, S. A., Satria, A., & Ageng, R. (2024). Analisis Pengaruh Keamanan Dan Kemudahan Dalam Penggunaan E-Wallet Gopay. *Jurnal Teknologi Informasi dan Bisnis*, 531–536.
- Rahayu, K., Asmawati, W. O., Ilmu, F., Dan, S., Politik, I., & Jakarta, U. M. (2024). Pengaruh Pengasuhan Orang Tua Terhadap Kualitas Pendidikan Formal Anak Pemulung Di Lapak Sarmili Tangerang Selatan. *Jurnal Ilmu Hukum, Sosial, dan Humaniora*. 2, 141–155.
- Ramadhan, H. A. (2023). Pengaruh Celebrity Endorsement, Promosi Penjualan Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Produk Eiger Pada Masyarakat Kota Medan). *Skripsi*
- Sakta, O. P., & Khatimah, H. (2024). Pengaruh Promosi Penjualan , Kemudahan Pengguna Dan Keamanan Terhadap Keputusan Konsumen Untuk Menggunakan Dompot Digital Ovo Di Kota Padang. *Journal Of Social Science Research*, 4, 11454–11468.
- Santoso, I. C., Stefanus, A., & Sutrisno, J. (2024). Mengapa Pengguna Memilih Dompot Digital GoPay? Studi Tentang Pengaruh Persepsi Terhadap

- Kemudahan, Keamanan, Dan Manfaatnya, *Jurnal Digismantech* 4(1), 72–87.
- Saragi, E., Hutasoit, F., & Meliza, J. (2025). Pengaruh Fitur Layanan, Keamanan Dan Kemudahan Penggunaan E-Wallet Terhadap Transaksi Mahasiswa Menggunakan E-Wallet Gopay, *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, 6(4), 6067–6079.
- Saragih, M. H., & Prayitta, A. D. (2023). Pengaruh Promosi , Kualitas Layanan dan Branding Terhadap Loyalitas Pelanggan Menggunakan Dompot Digital ShopeePay sebagai Metode dan Teknik Pembayaran. *Jurnal Ekonomi*, 6(1), 19–30.
- Sari, L. R., Anggraini, R., Kencanawati, M. S., Sularto, L., Akuntansi, P. S., Gunadarma, U., Psikologi, P. S., & Gunadarma, U. (2022). Dampak Keamanan , Manfaat , Kepercayaan , Promosi , serta Kemudahan pada Keputusan Pemanfaatan Dompot Elektronik ShopeePay. <https://doi.org/10.47002/metik.v6i1.335>.
- Sinaga, A. &. (2024). Pengaruh Kemudahan Fitur dan Promosi Aplikasi Gopay Terhadap Keputusan Penggunaan Gopay Pada Alat Pembayaran. *Jurnal Bisnis*, 4 No 3, 2024, <https://doi.org/10.60036/jbm.v4i3.art18>.
- Subhaktiyasa, P. G. (2024). Evaluasi Validitas dan Reliabilitas Instrumen Penelitian Kuantitatif: Sebuah Studi Pustaka. *Journal of Education Research*, 5(4), 5599–5609.
- Sugiono. (2022). metode penelitian kualitatif.
- Sukendra, I. K., & Atmaja, I. K. S. (n.d.). Instrumen penelitian.
- Suliyanto. (2017). Tingkatan Penelitian. 1–39.
- Syahriani, F., Mulyani, F. F., Afifah, S., & Medani, A. (2023). Application of Maqasid Al-Shariah in Islamic Economics and Finance as the Development of Products of Islamic Value. *Jurnal Ekonomi Syariah*. 2(1), 150–162. <https://doi.org/10.57255/hakamain.v2i1.322>.
- Syukriyyah, K. (2023). Pengaruh Promosi Penjualan, Persepsi Manfaat dan Persepsi Kemudahan terhadap Minat menggunakan E-Wallet ShopeePay Pada

Mahasiswa Universitas Singaperbangsa Karawang. *Journal of Islamic Education Management*, 3, 263–287.
<https://doi.org/10.47476/manageria.v3i2.2329>.

Tanjung, M. H. A. A., Harahap, N. B., Siboro, M. E., & Harahap, M. (2023). Program Magang Keahlian sebagai Sarana Praktik dan Peningkatan Kompetensi Mahasiswa di Bidang Penerbitan. *Indonesian Journal of Community Services*, 5(1), 1. <https://doi.org/10.30659/ijocs.5.1.1-11>

UMSU. (n.d.). *Sejarah UMSU*. [umsu.ac.id.
https://share.google/mFoSnek9AzTS181Aa](https://share.google/mFoSnek9AzTS181Aa)

Widiyanti, W. (2020). Pengaruh Kemanfaatan , Kemudahan Penggunaan dan Promosi terhadap Keputusan Penggunaan E-wallet OVO di Depok. *Jurnal Akuntansi dan Keuangan*. 7(1), 54–63.

LAMPIRAN

KUESIONER PENELITIAN

PENGARUH KEMUDAHAN DAN PROMOSI PENJUALAN TERHADAP KEPUTUSAN PENGGUNAAN DOMPET DIGITAL GOPAY PADA MAHASISWA FAKULTAS AGAMA ISLAM UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA

Petunjuk Pengisian: Pilih salah satu jawaban yang sesuai dengan pendapat Saudara/i

1. Sangat Tidak Setuju (STS) Skor Penilaian (1)
2. Tidak Setuju (TS) Skor Penilaian (2)
3. Kurang Setuju (KS) Skor Penilaian (3)
4. Setuju (S) Skor Penilaian (4)
5. Sangat Setuju (SS) Skor Penilaian (5)

Variabel kemudahan (X1)

No	Pernyataan	STS	TS	KS	S	SS
		1	2	3	4	5
1	Saya dengan mudah memahami cara menggunakan GoPay sejak pertama kali menggunakannya.					
2	GoPay mudah digunakan untuk berbagai keperluan pembayaran non-tunai seperti membeli pulsa, listrik, kuota dll					
3	Tampilan menu dan fitur pada GoPay mudah dipahami.					
4	Desain aplikasi GoPay memudahkan saya menemukan fitur yang saya butuhkan.					
5	Saya merasa mudah melakukan Top Up saldo GoPay via bank/ATM, mobile banking atau mini market tanpa bantuan pihak lain					
6	Saya merasa mudah mengikuti setiap intruksi yang diberikan sistem saat melakukan transfer ke rekening maupun e-wallet lain					
7	Proses transaksi menggunakan GoPay dapat diselesaikan dengan mudah					

Variabel Promosi Penjualan (X2)

No	Pernyataan	STS	TS	KS	S	SS
		1	2	3	4	5
1	Saya sering menerima informasi promo GoPay saat membuka aplikasi					
2	Promosi yang ditawarkan membuat saya tertarik untuk menggunakan GoPay					
3	Syarat dan ketentuan promo GoPay dijelaskan dengan jelas di aplikasi					
4	Potongan harga atau cashback yang ditawarkan GoPay menguntungkan saya sebagai mahasiswa					
5	Masa berlaku promo GoPay berlaku dalam jangka waktu cukup panjang untuk dimanfaatkan dalam aktivitas transaksi saya					
6	Promosi GoPay sesuai dengan kebutuhan dan kondisi keuangan saya sebagai mahasiswa					

Variabel Keputusan Penggunaan Dompet Digital GoPay (Y)

No	Pernyataan	STS	TS	KS	S	SS
		1	2	3	4	5
1	Saya berniat terus menggunakan GoPay untuk melakukan pembayaran di masa mendatang					
2	Saya berencana menjadikan GoPay sebagai salah satu alat pembayaran utama saya					
3	Penggunaan GoPay membantu saya dalam menyelesaikan pembayaran dengan lebih efektif					
4	Saya jarang mengalami hambatan saat menggunakan dompet digital GoPay					
5	Penggunaan GoPay cocok dengan kebiasaan saya dalam melakukan pembayaran non-tunai					
6	Rekomendasi dan pengalaman orang lain mendorong saya menggunakan dompet digital GoPay					
7	Dompet digital GoPay menyediakan layanan yang sesuai dengan kebutuhan saya sebagai pengguna					



UMSU
Unggul | Cerdas | Terpercaya

Ditika memuat huruf ini agar disebutkan
Nomor dan tanggalnya

MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PENELITIAN & PENGEMBANGAN PIMPINAN PUSAT MUHAMMADIYAH
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS AGAMA ISLAM

UMSU Terakreditasi A Berdasarkan Keputusan Badan Akreditasi Nasional Perguruan Tinggi No.89/SK/BAN-PT/Akre-PT/III/2019
Pusat Administrasi : Jalan Kapten Mukhtar Basri No 3 Medan 20238 Telp (061) 6622400 Fax. (061) 6623474, 6631003
http://fai.umsu.ac.id | fai@umsu.ac.id | umsumedan | umsumedan | umsumedan | umsumedan



Hal : Permohonan Pergantian Judul

26 Jumadil Akhir 1447

H
Kepada Yth :
Dekan Fakultas Agama Islam
Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara

17 Desember 2025 M

Di -
Tempat



Dengan Hormat

Saya yang bertanda tangan dibawah ini

Nama : Nabila Dwi Cahya
Npm : 2201290057
Program Studi : Manajemen Bisnis Syariah
Kredit Kumalatif : 3,78
Megajukan pergantian judul sebelum seminar proposal sebagai berikut

Judul Awal

Pengaruh kemudahan dan keamanan data terhadap keputusan penggunaan dompet digital gopay pada mahasiswa FAI UMSU

1. Alasan pergantian judul : Terdapat permasalahan terkait variabel penelitian
2. Dosen pembimbing yang merekomendasikan agar judul diganti oleh Ahmad Afandi, S.Kom., MM

Ketetapan Judul Yang Di Usulkan

Pengaruh kemudahan dan promosi penjualan terhadap keputusan penggunaan dompet digital gopay pada mahasiswa FAI UMSU

Demikian Permohonan ini Saya sampaikan, dan untuk pemeriksaan selanjutnya saya ucapkan terima kasih.

Wassalam
Hormat Saya

Nabila Dwi Cahya

Ketua Program Studi Manajemen Bisnis Syariah

Dr. Rahmayati, SE.I, M.EI
NIDN : 0102108902

Mengetahui
Dekan FAI UMSU



Assoc. Prof. Dr. Zailani, S.Pd.L, MA
NIDN : 0108108003



UMSU
Unggul | Cerdas | Terpercaya

Bila menjawab surat ini agar disebutkan Nomor dan tanggalnya

MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PENELITIAN & PENGEMBANGAN PIMPINAN PUSAT MUHAMMADIYAH
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS AGAMA ISLAM

UMSU Terakreditasi A Berdasarkan Keputusan Badan Akreditasi Nasional Perguruan Tinggi No. 89/SK/BAN-PT/Akred/PT/III/2019
Pusat Administrasi: Jalan Mukhtar Basri No. 3 Medan 20238 Telp. (061) 66224567 - 6631003
<http://fai@umsu.ac.id> [M fai@umsu.ac.id](mailto:fai@umsu.ac.id) [f umsumedan](https://www.facebook.com/umsu) [i umsumedan](https://www.instagram.com/umsu) [t umsumedan](https://www.youtube.com/umsu) [u umsumedan](https://www.youtube.com/umsu)



BERITA ACARA BIMBINGAN PROPOSAL

Nama Perguruan Tinggi : Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara Medan
Fakultas : Agama Islam
Program Studi : Manajemen Bisnis Syariah
Jenjang : S1 (Strata Satu)

Ketua Program Studi : Assoc. Prof. Dr. Rahmayati, S.E.I., M.E.I
Dosen Pembimbing : Ahmad Afandi, S.Kom., M.M

Nama Mahasiswa : **NABILA DWI CAHYA**
Npm : **2201280057**
Semester : **VII**
Program Studi : **Manajemen Bisnis Syariah**
Judul Skripsi : **Pengaruh Kemudahan Dan Promosi Penjualan Terhadap Keputusan Penggunaan Dompot Digital Gopay Pada Mahasiswa FAI Umsu**

Tanggal	Materi Bimbingan	Paraf	Keterangan
10 Desember 2025	-Perbaiki Identifikasi masalah secara objektif dan realistic		
13 Desember 2025	- pertimbangkan kembali variabel keamanan data.		
17 Desember 2025	- Penelitian terdahulu ditambahkan menjadi 10		
20 Desember 2025	Kisi-Kisi Instrumen Penelitian		ACE 20/12/25

Medan, 20 Desember 2025

Diketahui/Disetujui
Dekan

Assoc. Prof. Dr. Zainani, S.Pd.I., MA
FAKULTAS
AGAMA ISLAM

Diketahui/ Disetujui/
Ketua Program Studi

Assoc. Prof. Dr. Rahmayati, S.E.I., M.E.I

Pembimbing Proposal

Ahmad Afandi, S.Kom, M.M



UMSU
Unggul | Cerdas | Terpercaya

Bila menjawab surat ini agar disebutkan Nomor dan tanggalnya

MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PENELITIAN & PENGEMBANGAN PIMPINAN PUSAT MUHAMMADIYAH
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS AGAMA ISLAM

UMSU Terakreditasi A Berdasarkan Keputusan Badan Akreditasi Nasional Perguruan Tinggi No.89/SK/BAN-PT/Akre/PT/III/2019
Pusat Administrasi : Jalan Kapten Mukhtar Basri No 3 Medan 20238 Telp (061) 6622400 Fax. (061) 6623474, 6631003
http://fai.umsu.ac.id | fai@umsu.ac.id | umsumedan | umsumedan

BERITA ACARA PENILAIAN SEMINAR PROPOSAL PROGRAM STUDI
MANAJEMEN BISNIS SYARIAH

Pada hari Selasa, 30 Desember 2025 telah diselenggarakan Seminar Program Studi Manajemen Bisnis Syari'ah dengan ini menerangkan bahwa :

Nama : Nabila Dwi Cahya
Npm : 2201280057
Semester : VII
Fakultas : Agama Islam
Program Studi : Manajemen Bisnis Syariah
Judul Proposal : Pengaruh Kemudahan Dan Promosi Penjualan Terhadap Keputusan Penggunaan Dompot Digital Gopay Pada Mahasiswa Fakultas Agama Islam UMSU

Disetujui/ Tidak disetujui

Item	Komentar
Judul	
Bab I	
Bab II	
Bab III	
Lainnya	Sesuaikan dengan format penulisan pedoman skripsi
Kesimpulan	Lulus <input checked="" type="checkbox"/> Tidak Lulus <input type="checkbox"/>

Medan, 30 Desember 2025

Tim Seminar

Ketua Program Studi

(Assoc. Prof. Dr. Rahmayati, M.E.I)

Sekretaris Program Studi

(Alfi Amalia, S.E.I., M.E.I)

Pembimbing

(Ahmad Afandi, S.Kom., M.M)

Pembahas

(Alfi Amalia, S.E.I., M.E.I)



UMSU
Unggul | Cerdas | Terpercaya

Dila menjawab surat ini agar disebutkan
Nomor dan tanggalnya

MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PENELITIAN & PENGEMBANGAN PIMPINAN PUSAT MUHAMMADIYAH
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS AGAMA ISLAM

UMSU Terakreditasi A Berdasarkan Keputusan Badan Akreditasi Nasional Perguruan Tinggi No. 89/SK/BAN-PT/Akred/PT/III/2019
Pusat Administrasi: Jalan Mukhtar Basri No. 3 Medan 20238 Telp. (061) 66224567 - 6631003

<http://fai@umsu.ac.id> fai@umsu.ac.id [umsumedan](https://www.facebook.com/umsumedan) [umsumedan](https://www.instagram.com/umsumedan) [umsumedan](https://www.tiktok.com/@umsumedan) [umsumedan](https://www.youtube.com/umsumedan)

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Pengesahan Proposal

Berdasarkan Hasil Seminar Proposal Program Studi **Manajemen Bisnis Syari'ah** yang diselenggarakan pada Hari **Selasa, 30 Desember 2025** dengan ini menerangkan bahwa :

Nama : Nabila Dwi Cahya
Npm : 2201280057
Semester : VII
Fakultas : Agama Islam
Program Studi : Manajemen Bisnis Syariah
Judul Proposal : Pengaruh Kemudahan dan Promosi Penjualan Terhadap Keputusan Penggunaan Dompot Digital GoPay Pada Mahasiswa FAI UMSU

Proposal dinyatakan sah dan memenuhi syarat untuk menulis Skripsi dengan Pembimbing.

Medan, 30 Desember 2025

Tim Seminar

Ketua Program Studi

(Assoc. Prof. Dr. Rahmayati, M.E.I)

Sekretaris Program Studi

(Alfi Amalia, S.E.I., M.E.I)

Pembimbing

(Ahmad Afandi, S.Kom., M.M)

Pembahas

(Alfi Amalia, S.E.I., M.E.I)

Diketahui/ Disetujui

A.n Dekan

Wakil Dekan I



Assoc. Prof. Dr. Rizka Harfiani, M.Psi



UMSU

Unggul | Cerdas | Terpercaya

Bila menjawab surat ini agar disebutkan nomor dan tanggalnya

MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PENELITIAN & PENGEMBANGAN PIMPINAN PUSAT MUHAMMADIYAH
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS AGAMA ISLAM

UMSU Terakreditasi Unggul Berdasarkan Keputusan Badan Akreditasi Nasional Perguruan Tinggi No. 174/SK/BAN-PT/Ak.Pp/PT/III/2024

Pusat Administrasi: Jalan Mukhtar Basri No. 3 Medan 20238 Telp. (061) 6622400 - 66224567 Fax. (061) 6625474 - 6631003

<https://fal.umsu.ac.id>

fal@umsu.ac.id

[umsumedan](#)

[umsumedan](#)

[umsumedan](#)

[umsumedan](#)

Nomor : 31/II.3/UMSU-01/F/2026
 Lamp : -
 Hal : Izin Riset

25 Rajab 1447 H
 14 Januari 2026 M

Kepada Yth :
Mahasiswa Fakultas Agama Islam
Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara
 di-

Tempat.

Assalamu'alaikum Warohmatullahi Wabarokatuh

Dengan hormat, dalam rangka penyusunan skripsi mahasiswa guna memperoleh gelar sarjana S1 di Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara (FAI UMSU) Medan, maka kami mohon bantuan Bapak/Ibu untuk memberikan informasi data dan fasilitas seperlunya kepada mahasiswa kami yang mengadakan penelitian/riset dan pengumpulan data dengan :

Nama : Nabila Dwi Cahyo
 NPM : 2201280057
 Semester : VII
 Fakultas : Agama Islam
 Program Studi : Manajemen Bisnis Syariah
 Judul Skripsi : Pengaruh Kemudahan Dan Promosi Penjualan Terhadap Keputusan Penggunaan Dompert Digital GoPay Pada Mahasiswa Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara

Demikianlah hal ini kami sampaikan, atas perhatian dan kerjasama yang baik kami ucapkan terima kasih. Semoga Allah meridhoi segala amal yang telah kita perbuat. Amin.

Wassalamu'alaikum Warohmatullahi Wabarokatuh

A.n Dekan,

Wakil Dekan I



Assoc. Prof. Dr. Rizka Harfiani., M.Psi

NIDN. 0103117503

Pertinggal



UMSU

Unggul | Cerdas | Terpercaya

Bila menjawab surat ini agar disebutkan nomor dan tanggalnya

MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PENELITIAN & PENGEMBANGAN PIMPINAN PUSAT MUHAMMADIYAH
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS AGAMA ISLAM

UMSU Terakreditasi Unggul Berdasarkan Keputusan Badan Akreditasi Nasional Perguruan Tinggi No. 174/SK/BAN-PT/Ak.Pp/PT/III/2024

Pusat Administrasi: Jalan Mukhtar Basri No. 3 Medan 20238 Telp. (061) 6622400 - 66224567 Fax. (061) 6625474 - 6631003

<https://fai.umsu.ac.id> fai@umsu.ac.id [fai@umsu.ac.id](https://www.facebook.com/umsumedan) [@umsumedan](https://www.instagram.com/umsumedan) [umsumedan](https://www.tiktok.com/umsumedan) [umsumedan](https://www.youtube.com/umsumedan)

Nomor	: 103/II.3/UMSU-01/F/2026	<u>25 Syaban</u>	<u>1447 H</u>
Lamp	: -	13 Februari	2026 M
Hal	: Balasan Izin Riset		

Kepada Yth :
Dekan Fakultas Agama Islam
Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara
 di-
 Medan

Assalamu'alaikum Warohmatullahi Wabarokatuh

Dengan hormat, menindak lanjuti surat dari Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara Medan dengan nomor surat : 430/II.3/UMSU-01/F/2025, perihal : izin riset, maka dengan ini kami Fakultas Agama Islam UMSU memberikan izin untuk mengadakan riset atas nama mahasiswa :

Nama : **Nabila Dwi Cahya**
 NPM : **2201280057**
 Semester : **VIII**
 Fakultas : **Agama Islam**
 Program Studi : **Manajemen Bisnis Syariah**
 Judul Skripsi : **Pengaruh Kemudahan Dan Promosi Penjualan Terhadap Keputusan Penggunaan Dompot Digital GoPay Pada Mahasiswa Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara**

Demikianlah hal ini kami sampaikan. Atas perhatian dan kerjasama yang baik kami ucapkan terima kasih. Semoga Allah meridhoi segala amal yang telah kita perbuat. Amin.

Wassalamu'alaikum Warohmatullahi Wabarokatuh

A.n Dekan,

Wakil Dekan I



Rizka Harfiani
Assoc. Prof. Dr. Rizka Harfiani., M.Psi
 NIDN : 0103117503

CC. File

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

i. DATA PRIBADI

Nama : Nabila Dwi Cahya
NPM : 2201280057
Tempat/Tanggal Lahir: Firdaus Estate, 02 April 2005
Agama : Islam
Status : Belum Menikah
Kewarganegaraan : Indonesia
Alamat : Firdaus Estate
Email : cahyanadw21@gmail.com

ii. DATA ORANG TUA

Nama Ayah : Arianto
Nama Ibu : Wagini
Alamat Orang Tua : Firdaus Estate

iii. JENJANG PENDIDIKAN

SD Negeri 102449 Tahun 2010 - 2016
MTS Alwasliyah 27 Firdaus Tahun 2016 - 2019
SMA Negeri 1 Sei Rampah Tahun 2019 - 2022
S1 - Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara Fakultas Agama Islam, Program Studi Manajemen Bisnis Syariah Medan, (2022 - 2026)