



**PENGARUH PERSEPSI KEMUDAHAN, PERSEPSI MANFAAT  
DAN KEPERCAYAAN KONSUMEN TERHADAP  
PEMBAYARAN DIGITAL**

**SKRIPSI**

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat  
Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Akuntansi

**Oleh:**

**M Ibrahim Firmansyah**  
**22201082027**



**PROGRAM STUDI AKUNTANSI  
FAKULTAS EKONOMI & BISNIS  
UNIVERSITAS ISLAM MALANG  
2026**

## HALAMAN PERSETUJUAN

**PENGARUH PERSEPSI KEMUDAHAN, PERSEPSI MANFAAT,  
KEPERCAYAAN KONSUMEN TERHADAP PEMBAYARAN DIGITAL**

### SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat  
Untuk memperoleh gelar sarjana Akuntansi

Oleh :

**M IBRAHIM FIRMANSYAH**

22201082027



Tanggal di setujui :

Senin, 29 Juni 2026

Pembimbing Utama

Pembimbing Pendamping



Dr. M. Cholid Mawardi, SE., MM.



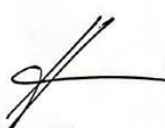
Naimatul Hasanah, S.Ak., M.Ak

## HALAMAN PENGESAHAN

  
**SKRIPSI**  
**PENGARUH PERSEPSI KEMUDAHAN, PERSEPSI MANFAAT,  
KEPERCAYAAN KONSUMEN TERHADAP PEMBAYARAN DIGITAL**  
**M IBRAHIM FIRMANSYAH**  
**NPM. 22201082027**  
Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji  
Pada Hari/tanggal : Senin, 29 Juni 2026  
**SUSUNAN DEWAN PENGUJI**  

|                                                                                                                                                                     |                                                                                                                                                       |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Pembimbing Utama<br><br><b>Dr. M. Cholid Mawardi, SE., MM.</b>                   | Pembimbing Pendamping<br><br><b>Naimatul Hasanah, S.Ak., M.Ak</b> |
| Anggota Dewan Penguji Lain<br><br><b>Arista Fauzi Kartika Sari, S.Pd., M.SA.</b> |                                                                                                                                                       |

Skripsi ini diterima sebagai salah satu persyaratan guna memperoleh gelar:  
**SARJANA AKUNTANSI**  
Pada Hari/tanggal : Senin, 29 Juni 2026

|                                                                                                                                                                                                               |                                                                                                                                                    |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <br><br><b>Afifudin, SE., M.SA., Ak</b> | Ketua Jurusan<br><br><b>Dr. Dwiyani Sudaryanti, SE., M.Si.</b> |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|

## HALAMAN KEASLIAN



UNIVERSITAS ISLAM MALANG  
**FAKULTAS EKONOMI & BISNIS**

Jurusan : Manajemen, Akuntansi, dan Perbankan Syariah

STATUS : UNGGUL



Alamat : Jl. Mayjen Haryono No.193 Malang 65144 telp 0341 - 551932, 551822, Fax.: 0341 - 552249

### PERNYATAAN KEASLIAN TUGAS AKHIR

Nama : M Ibrahim Firmansyah  
NPM : 22201082027  
Program Studi : Akuntansi

Menyatakan bahwa Tugas Akhir dengan judul :

**PENGARUH PERSEPSI KEMUDAHAN, PERSEPSI MANFAAT, KEPERCAYAAN KONSUMEN  
TERHADAP PEMBAYARAN DIGITAL**

Yang diuji pada tanggal : 29 Juni 2026 adalah benar-benar merupakan hasil karya saya.

Dan saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa dalam Tugas Akhir ini tidak terdapat atau keseluruhan hasil tulisan orang lain yang saya ambil dengan cara menyalin atau meniru dalam bentuk rangkaian kalimat atau simbol yang menunjukkan gagasan, pendapat maupun pikiran penulis lain yang diakui sebagai hasil tulisan saya sendiri, dan dalam Tugas Akhir ini tidak terdapat bagian atau keseluruhan tulisan yang saya salin, tiru atau ambil dari tulisan orang lain tanpa memberikan pengakuan pada penulisan aslinya.

Apabila saya secara sengaja maupun tidak sengaja melakukan hal tersebut diatas, maka saya menarik Tugas Akhir yang saya ajukan sebagai hasil tulisan saya sendiri dan jika terbukti saya melakukan hal tersebut diatas seolah-olah hasil karya saya sendiri, maka gelar dan ijazah yang diberikan Universitas Islam Malang berhak untuk dibatalkan.



Ketua Penguji

Anggota

Anggota

Dr. M. Cholil Mawardi, S.E.,  
M.M.

Naimatul Hasanah, S.Ak., M.Ak

Arista Fauzi Kartika Sari,  
S.Pd., M.SA.

## BENGKEL MAJU MOTOR

*Servis • Tune Up • Sparepart*  
Jl. Soekarno Hatta No. 88, Lowokwaru  
Kota Malang, Jawa Timur 65141  
Telp: 0812-3456-7890

### SURAT KETERANGAN

Nomor: 001/S-Ket/BMM/VII/2026

Yang bertanda tangan di bawah ini,

Nama : Budi  
Alamat : Jl. Soekarno Hatta No. 88, Lowokwaru, Kota Malang, Jawa Timur 65141  
Jabatan : Pemilik Bengkel

Dengan ini menerangkan bahwa mahasiswa yang beridentitas:

Nama : M. Ibrahim Firmansyah  
NPM : 22201082027  
Jurusan : Akuntansi  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis  
Universitas : Universitas Islam Malang

Telah selesai melakukan penelitian pada Bengkel Maju Motor untuk memperoleh data dalam rangka penyusunan tugas akhir skripsi yang berjudul "Pengaruh Persepsi Kemudahan, Persepsi Manfaat, dan Kepercayaan Konsumen terhadap Pembayaran Digital".

Demikian surat keterangan ini dibuat dan diberikan kepada yang bersangkutan untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Malang, 19 Juli 2026



  
Budi  
Bengkel Maju Motor

## DAFTAR RIWAYAT HIDUP



Nama Lengkap : M Ibrahim Firmansyah  
Jenis Kelamin : Laki-laki  
Tempat, Tanggal Lahir : Surabaya, 12 Februari 2004  
Nomor Pokok Mahasiswa : 22201082027  
Kewarganegaraan : Indonesia  
Agama : Islam  
Email : [brhmfrmsh@gmail.com](mailto:brhmfrmsh@gmail.com)

### RIWAYAT PENDIDIKAN

2022 – 2026 : UNIVERSITAS ISLAM MALANG  
2019 – 2022 : SMK 1 SINGOSARI  
2016 – 2019 : SMPN 1 SINGOSARI  
2010 – 2016 : SDN 1 PANJANG JIWO

### PENGALAMAN MAGANG

1. Magang accounting di Hotel Tidar Malang

### **MOTTO**

*"Kesuksesan bukan hanya tentang mencapai tujuan, tetapi tentang ketekunan untuk tetap melangkah meski menghadapi berbagai tantangan."*

(M Ibrahim Firmansyah)



### HALAMAN PERSEMBAHAN

Puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT yang senantiasa memberikan kelancaran, kemudahan, dan keberkahan bagi penulis untuk menyelesaikan skripsi ini. Dengan segenap rasa cinta dan kasih, skripsi ini penulis persembahkan untuk :

1. Kedua orang tua, Ayah Moch Isrok Zainul, S,E dan Mama Lisa Kartika.  
Terimakasih karena selalu mengusahakan segalanya untuk penulis, baik dalam bentuk emosional maupun material. Terimakasih karena selalu memberikan dukungan, semangat, dan doa yang senantiasa dipanjatkan hingga detik ini. Semoga Allah SWT senantiasa menjaga kalian, diberikan kesehatan serta umur yang panjang dan selalu ada dalam setiap langkah penulis kedepannya.
2. Untuk saudara penulis yaitu kakak tercinta, kakak saya M Adam Jordan yang selalu memberikan semangat, perhatian, dan dukungan dalam penyusunan skripsi ini sehingga proses ini terasa lebih ringan dan penuh arti.
3. Untuk seluruh keluarga, kakek dan nenek yang selalu memberikan support kepada penulis dalam proses penyusunan skripsi ini.
4. Dosen pembimbing saya, Bapak Dr. M. Cholid Mawardi, S.E., MM. dan juga Ibu Naimatul Hasanah, S.Ak., M.Ak yang telah memberikan arahan serta masukan sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.

5. Seluruh dosen yang telah mengajarkan dan mendidik saya dengan penuh rasa sabar dan ikhlas. Sehingga ilmu yang saya dapatkan pada saat duduk di bangku perkuliahan dapat menjadi ilmu yang bermanfaat untuk semua orang.
6. Kepada semua keluarga dan kakak saya M Adam Jordan terimakasih telah membantu dalam masa perkuliahan ini.
7. Kepada Navisa Ambarwati, S.M dan M Rafi Rizky Ramadhan S.Ak terimakasih telah menemani selama masa perkuliahan ini baik dalam keadaan senang maupun susah, terimakasih telah memberikan segala bentuk hal baik dan berwarna selama berada di bangku perkuliahan. Terimakasih telah saling mendukung satu sama lain dalam setiap langkah yang kita ambil selama ini.
8. Kepada semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang telah banyak membantu memberikan dukungan, pemikiran demi kelancaran dan keberhasilan penyusunan skripsi ini.
9. Terakhir, terimakasih kepada diri sendiri atas segala kerja keras dan semangat yang tidak pernah sirna sehingga tidak pernah menyerah dalam mengerjakan tugas akhir skripsi ini, terimakasih sebanyak - banyaknya untuk M Ibrahim Firmansyah karena mampu berjuang dan bekerja keras sejauh ini.

## KATA PENGANTAR

Alhamdulillah Rabbil'alamin Puji Syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT atas segala kasih dan karunia yang dilimpahkan-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan skripsi ini dengan judul “pengaruh persepsi kemudahan, persepsi manfaat, dan kepercayaan konsumen terhadap pembayaran digital”.

Skripsi ini disusun guna memenuhi tugas dan persyaratan dalam meraih gelar Sarjana Akuntansi di Fakultas Ekonomi dan Bisnis. Universitas Islam Malang. Penulisan skripsi ini tidak akan berjalan lancar tanpa adanya doa, bantuan, dan dorongan dari berbagai pihak. Untuk itu penulis ingin mengucapkan banyak terima kasih kepada :

1. Prof. Drs. H. Junaidi, M.Pd., Ph.D., selaku Rektor Universitas Islam Malang
2. Bapak Afifudin, S.E., M.SA., Ak., CAP., CBV selaku Dekan fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Malang dan juga selaku dosen pembimbing utama yang telah memberikan pengarahan dan bimbingan kepada penulis.
3. Ibu Dr. Dwiyani Sudaryanti, S.E., M.Si selaku Ketua Jurusan Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Malang.
4. Bapak Dr. M. Cholid Mawardi, S.E., MM. dan juga Ibu Naimatul Hasanah, S.Ak., M.Ak selaku dosen pembimbing yang telah memberikan pengarahan dan bimbingan pada penulis.

5. Ibu Arista Fauzi Kartika Sari, S.Pd., M.SA. selaku dosen penguji yang telah memberikan pengarahan dan bimbingan kepada penulis.
6. Bapak Ibu seluruh Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Malang yang telah memberikan ilmu selama menempuh studi di bangku perkuliahan.
7. Orang tua dan keluarga yang selalu memberikan support dalam bentuk semangat dan doa demi kelancaran dan kesuksesan penulisan laporan ini. Serta seluruh teman – teman yang selalu memberikan semangat dan dukungan.

Akhirnya saya menyadari laporan skripsi ini masih ada kekurangan, dan masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu kritik dan saran demi kesempurnaan tulisan ini sangat diharapkan. Semoga bermanfaat bagi mahasiswa Akuntansi dan para pembaca pada umumnya.

Malang, 19 Mei 2026

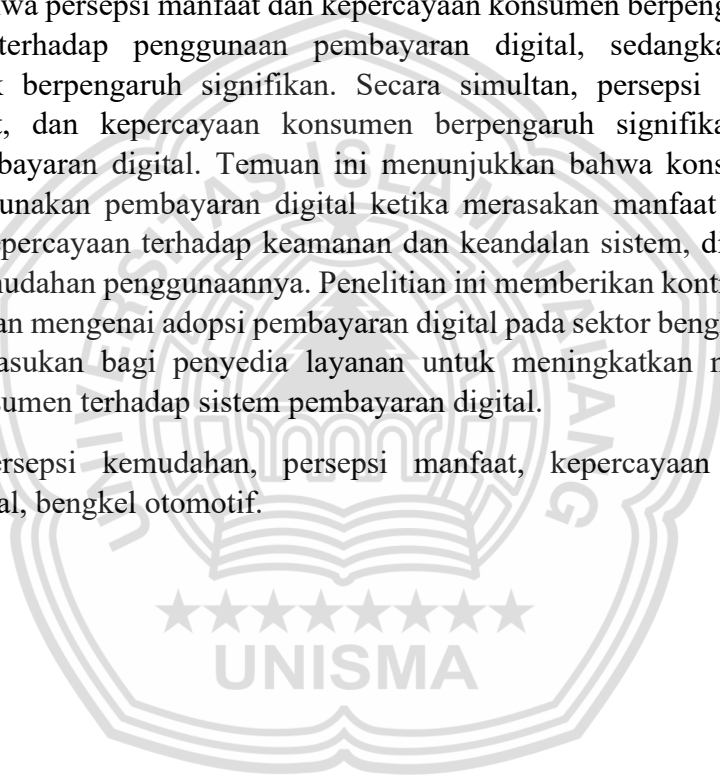
Penulis,

**M Ibrahim Firmansyah**

### ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan menganalisis pengaruh persepsi kemudahan, persepsi manfaat, dan kepercayaan konsumen terhadap penggunaan pembayaran digital pada layanan bengkel otomotif di Kota Malang. Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode *explanatory research*. Data diperoleh melalui penyebaran kuesioner kepada konsumen bengkel otomotif yang pernah menggunakan pembayaran digital dan dianalisis menggunakan regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi manfaat dan kepercayaan konsumen berpengaruh positif dan signifikan terhadap penggunaan pembayaran digital, sedangkan persepsi kemudahan tidak berpengaruh signifikan. Secara simultan, persepsi kemudahan, persepsi manfaat, dan kepercayaan konsumen berpengaruh signifikan terhadap penggunaan pembayaran digital. Temuan ini menunjukkan bahwa konsumen lebih terdorong menggunakan pembayaran digital ketika merasakan manfaat yang nyata serta memiliki kepercayaan terhadap keamanan dan keandalan sistem, dibandingkan hanya karena kemudahan penggunaannya. Penelitian ini memberikan kontribusi dalam memperkaya kajian mengenai adopsi pembayaran digital pada sektor bengkel otomotif serta menjadi masukan bagi penyedia layanan untuk meningkatkan manfaat dan kepercayaan konsumen terhadap sistem pembayaran digital.

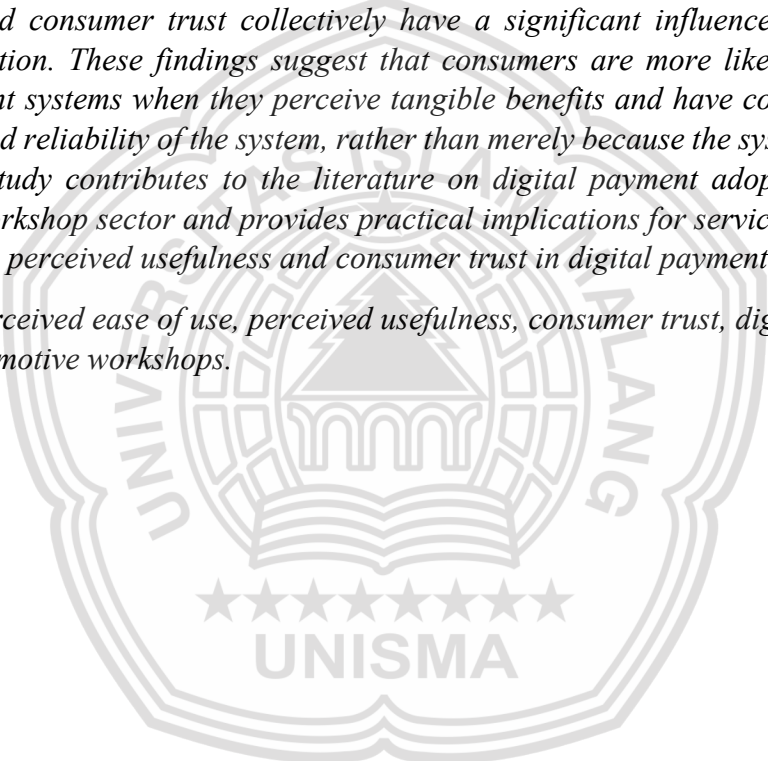
Kata Kunci: persepsi kemudahan, persepsi manfaat, kepercayaan konsumen, pembayaran digital, bengkel otomotif.



## ABSTRACT

*This study aims to examine the influence of perceived ease of use, perceived usefulness, and consumer trust on the adoption of digital payment systems in automotive workshop services in Malang City, Indonesia. A quantitative approach employing an explanatory research design was used. Data were collected through a structured questionnaire distributed to consumers who had previously used digital payment methods at automotive workshops. The collected data were analyzed using multiple linear regression. The findings indicate that perceived usefulness and consumer trust have a positive and statistically significant effect on the adoption of digital payment systems, whereas perceived ease of use does not have a significant effect. Furthermore, the simultaneous test reveals that perceived ease of use, perceived usefulness, and consumer trust collectively have a significant influence on digital payment adoption. These findings suggest that consumers are more likely to adopt digital payment systems when they perceive tangible benefits and have confidence in the security and reliability of the system, rather than merely because the system is easy to use. This study contributes to the literature on digital payment adoption in the automotive workshop sector and provides practical implications for service providers to enhance the perceived usefulness and consumer trust in digital payment systems.*

*Keywords: perceived ease of use, perceived usefulness, consumer trust, digital payment, automotive workshops.*



## BAB I

### PENDAHULUAN

#### 1.1 Latar Belakang

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah mendorong transformasi sistem pembayaran dari metode tunai menjadi pembayaran digital di berbagai sektor usaha di Indonesia. pembayaran digital merupakan metode transaksi yang memanfaatkan teknologi elektronik, seperti *Quick Response Code Indonesian Standard (QRIS)*, transfer bank, *mobile banking*, dan dompet digital (*e-wallet*), sehingga proses pembayaran menjadi lebih cepat, praktis, aman, dan efisien. Perkembangan tersebut didukung oleh meningkatnya penggunaan *smartphone*, akses internet, serta kebijakan pemerintah melalui Bank Indonesia yang terus mendorong implementasi sistem pembayaran digital dalam rangka mewujudkan ekosistem ekonomi digital.

Kota Malang merupakan salah satu kota di Jawa Timur yang mengalami perkembangan pesat dalam pemanfaatan pembayaran digital. Sebagai kota pendidikan, pariwisata, dan pusat kegiatan ekonomi, Kota Malang memiliki aktivitas transaksi yang tinggi sehingga mendorong pelaku usaha untuk menyediakan berbagai metode pembayaran non-tunai.

Meskipun penggunaan pembayaran digital di Indonesia terus mengalami peningkatan, implementasinya masih menghadapi berbagai kendala dari sisi konsumen. Sebagian konsumen masih merasa kurang memahami cara

penggunaan pembayaran digital, khawatir terhadap keamanan transaksi, serta memiliki kekhawatiran mengenai potensi penipuan dan penyalahgunaan data pribadi sehingga memilih tetap menggunakan pembayaran tunai. Selain itu, tidak semua konsumen merasakan manfaat dan kemudahan yang ditawarkan oleh sistem pembayaran digital, sehingga tingkat penerimaan teknologi tersebut belum optimal. Penelitian oleh Rachman et al., (2024) menjelaskan bahwa tantangan implementasi pembayaran digital di Indonesia meliputi rendahnya pemahaman masyarakat, keterbatasan akses internet, serta kekhawatiran terhadap aspek keamanan. Temuan tersebut diperkuat oleh Fauzi Ramadhana & Kusumawati, (2026) yang menyatakan bahwa kepercayaan, keamanan, dan persepsi risiko masih menjadi faktor yang memengaruhi penggunaan QRIS oleh konsumen. Oleh karena itu, diperlukan penelitian lebih lanjut mengenai faktor-faktor yang memengaruhi penerimaan pembayaran digital oleh konsumen, khususnya pada sektor jasa bengkel otomotif.

Berdasarkan dari data Radar Malang, (2025) (Badan Pusat Statistik Kota Malang) total seluruh UMKM di Kota Malang yang menggunakan pembayaran digital sebanyak 50% termasuk usaha bengkel. Konsumen kerap menghadapi ketidaksesuaian antara estimasi awal dan biaya akhir, munculnya biaya tambahan tanpa penjelasan yang jelas, serta kurangnya perincian komponen biaya servis.

Usaha bengkel otomotif merupakan salah satu sektor jasa yang mulai memanfaatkan pembayaran digital untuk mempermudah proses transaksi antara penyedia jasa dan konsumen. Melalui pembayaran digital, konsumen tidak perlu membawa uang tunai dalam jumlah besar, sementara pelaku usaha dapat memperoleh proses pembayaran yang lebih cepat, pencatatan transaksi yang lebih akurat, serta mengurangi risiko kesalahan dalam pengelolaan keuangan. Selain itu, pembayaran digital juga memberikan kemudahan dalam penyimpanan riwayat transaksi sehingga konsumen dapat melakukan verifikasi pembayaran apabila diperlukan.

Menurut Davis, (1989) Technology Acceptance Model (TAM), penerimaan seseorang terhadap suatu teknologi dipengaruhi oleh persepsi kemudahan (*perceived ease of use*) dan persepsi manfaat (*perceived usefulness*). Persepsi kemudahan menggambarkan keyakinan bahwa pembayaran digital mudah dipelajari dan digunakan, sedangkan persepsi manfaat menunjukkan keyakinan bahwa penggunaan pembayaran digital mampu meningkatkan efektivitas dan efisiensi transaksi. Selain kedua faktor tersebut, kepercayaan konsumen juga menjadi faktor penting karena berkaitan dengan keyakinan terhadap keamanan, keandalan sistem, serta perlindungan data pribadi selama proses transaksi digital. Semakin tinggi persepsi kemudahan, persepsi manfaat, dan kepercayaan konsumen, maka semakin

tinggi pula kecenderungan konsumen untuk menerima dan menggunakan pembayaran digital.

Penelitian yang dilakukan oleh Alfaris, (2023) membuktikan bahwa persepsi manfaat, persepsi kemudahan, dan persepsi keamanan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan konsumen dalam menggunakan layanan *e-wallet*. Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa semakin tinggi manfaat yang dirasakan serta semakin mudah suatu teknologi digunakan, maka semakin besar pula kecenderungan konsumen untuk memanfaatkan layanan pembayaran digital. Temuan ini mendukung *Technology Acceptance Model* (TAM) yang menjelaskan bahwa persepsi manfaat dan persepsi kemudahan merupakan faktor penting yang menentukan penerimaan suatu teknologi oleh pengguna.

Selanjutnya, penelitian yang dilakukan oleh Fitriadi & Nainggolan, (2025) menunjukkan bahwa persepsi konsumen, kemudahan penggunaan, dan kepercayaan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan pada layanan *GoFood*. Hasil tersebut mengindikasikan bahwa tingkat kemudahan dalam penggunaan layanan digital serta kepercayaan yang dimiliki konsumen mampu mendorong terciptanya hubungan yang berkelanjutan antara pelanggan dan penyedia jasa. Dengan demikian, kemudahan penggunaan dan kepercayaan dapat dianggap sebagai faktor yang berperan penting dalam membentuk perilaku konsumen pada layanan berbasis teknologi digital.

Meskipun penelitian mengenai pembayaran digital telah banyak dilakukan, sebagian besar penelitian masih berfokus pada keputusan penggunaan, minat menggunakan, loyalitas pelanggan, maupun kepuasan pengguna pada layanan *e-wallet* atau *marketplace*. Penelitian mengenai pengaruh persepsi kemudahan, persepsi manfaat, dan kepercayaan konsumen terhadap penggunaan pembayaran digital pada sektor jasa bengkel otomotif masih relatif terbatas. Oleh karena itu, penelitian ini berupaya *mengisi research gap* tersebut dengan mengkaji faktor-faktor yang memengaruhi penerimaan pembayaran digital pada konsumen bengkel otomotif di Kota Malang

Berdasarkan fenomena dan celah penelitian tersebut, penelitian ini difokuskan pada bengkel otomotif di Kota Malang yang telah menerapkan atau mulai mengadopsi sistem pembayaran digital. Kota Malang dipilih karena tingginya jumlah pengguna kendaraan bermotor serta perkembangan penggunaan teknologi digital di sektor jasa. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh persepsi kemudahan, persepsi manfaat, dan kepercayaan konsumen terhadap pembayaran digital.

## 1.2 Rumusan Masalah

1. Bagaimana pengaruh persepsi kemudahan, persepsi manfaat, kepercayaan konsumen secara simultan terhadap pembayaran digital?
2. Bagaimana pengaruh persepsi kemudahan terhadap pembayaran digital?
3. Bagaimana pengaruh persepsi manfaat terhadap pembayaran digital?

4. Bagaimana pengaruh kepercayaan konsumen terhadap pembayaran digital?

### 1.3 Tujuan Penelitian

1. Untuk menganalisis pengaruh persepsi kemudahan, persepsi manfaat, dan kepercayaan konsumen secara simultan terhadap pembayaran digital.
2. Untuk menganalisis pengaruh persepsi kemudahan terhadap pembayaran digital.
3. Untuk menganalisis pengaruh persepsi manfaat terhadap pembayaran digital.
4. Untuk menganalisis pengaruh kepercayaan konsumen terhadap pembayaran digital.

### 1.4 Manfaat Penelitian

#### 1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan memberikan kontribusi pada pengembangan kajian mengenai adopsi teknologi digital dalam layanan otomotif, khususnya dengan memadukan perspektif *Technology Acceptance Model* (TAM) dan Variabel kepercayaan konsumen. Selain itu, penelitian ini memperkaya literatur tentang pembayaran digital sebagai Variabel yang dipengaruhi oleh persepsi psikologis pengguna, sehingga memperluas cakupan kajian adopsi teknologi dalam sektor jasa.

## 2. Manfaat Praktis

Bagi bengkel otomotif, hasil penelitian ini dapat menjadi dasar dalam merancang fitur aplikasi digital yang lebih mudah digunakan, informatif, dan membangun kepercayaan sehingga dapat meningkatkan Pembayaran Digital kepada pelanggan. Bagi konsumen, penelitian ini diharapkan dapat meningkatkan pemahaman mengenai pentingnya penggunaan aplikasi digital dalam memperoleh layanan yang lebih objektif, akurat, dan transparan. Terakhir, bagi pemerintah atau regulator, hasil penelitian ini dapat menjadi pertimbangan dalam merumuskan standar pelayanan digital di sektor otomotif untuk meningkatkan perlindungan konsumen.

Adapun untuk pengembangan penelitian selanjutnya, penelitian ini masih memiliki ruang untuk dikembangkan lebih lanjut dengan menambahkan Variabel lain yang relevan, seperti literasi keuangan digital, kualitas layanan, maupun kepuasan dan loyalitas konsumen. Penelitian mendatang juga dapat memperluas objek dan wilayah penelitian agar hasil yang diperoleh memiliki tingkat generalisasi yang lebih tinggi, serta tidak terbatas pada satu jenis usaha atau daerah tertentu. Selain itu, penggunaan metode penelitian yang berbeda, seperti pendekatan kualitatif atau metode campuran, dapat memberikan pemahaman yang lebih mendalam mengenai pengalaman dan persepsi konsumen terhadap pembayaran digital. Penelitian selanjutnya juga dapat membandingkan Pembayaran Digital antara metode pembayaran digital dan

pembayaran tunai, serta mengkaji dampak jangka panjang penggunaan pembayaran digital terhadap kepercayaan dan loyalitas konsumen bengkel otomotif



## BAB V

### SIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan mengenai pengaruh persepsi kemudahan, persepsi manfaat, dan kepercayaan konsumen terhadap pembayaran digital otomotif melalui pembayaran digital di Kota Malang, maka dapat ditarik beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Secara Simultan (Bersama-sama), Variabel persepsi kemudahan, persepsi manfaat, dan kepercayaan konsumen berpengaruh signifikan terhadap pembayaran digital otomotif melalui pembayaran digital.
2. Persepsi Kemudahan (X1) tidak berpengaruh signifikan terhadap pembayaran digital (Y). Hal ini menunjukkan bahwa meskipun sistem pembayaran digital dinilai mudah dipahami dan digunakan oleh konsumen bengkel, kemudahan tersebut belum menjadi faktor utama yang mendorong penggunaan pembayaran digital. Konsumen cenderung lebih mempertimbangkan manfaat yang diperoleh, keamanan transaksi, dan kepercayaan terhadap sistem pembayaran digital dibandingkan hanya kemudahan dalam mengoperasikan aplikasi.
3. Persepsi Manfaat (X2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap pembayaran digital (Y). Artinya, semakin tinggi manfaat nyata yang dirasakan oleh konsumen saat bertransaksi menggunakan pembayaran digital seperti efisiensi

waktu, kemudahan mengakses riwayat transaksi, dan kecepatan mendapatkan Perincian tagihan maka akan semakin tinggi pula persepsi mereka terhadap pembayaran digital di bengkel tersebut.

4. Kepercayaan Konsumen (X3) berpengaruh positif dan signifikan terhadap pembayaran digital (Y). Hal ini membuktikan bahwa keyakinan konsumen terhadap keamanan transaksi, keandalan sistem, dan kredibilitas penyedia layanan digital menjadi faktor penting dalam mendorong penggunaan pembayaran digital. Semakin tinggi tingkat kepercayaan konsumen terhadap sistem pembayaran digital, semakin besar kecenderungan mereka untuk menggunakan pembayaran digital dalam melakukan transaksi di bengkel otomotif.

## 5.2 Keterbatasan

Penelitian ini telah diupayakan dan dilaksanakan sesuai dengan prosedur ilmiah, namun tetap memiliki beberapa keterbatasan yang dapat memengaruhi generalisasi hasil penelitian, antara lain:

1. Variabel Independen yang Terbatas: Variabel yang digunakan dalam penelitian ini hanya berfokus pada aspek TAM dasar (persepsi kemudahan dan manfaat) serta kepercayaan konsumen. Masih terdapat 25,6% variasi Variabel pembayaran digital yang dipengaruhi oleh variabel-variabel lain yang belum diteliti.

2. Keterbatasan Jumlah dan Karakteristik Sampel: Jumlah responden dalam penelitian ini relatif terbatas (hanya 63 responden) dan sebaran domisilinya didominasi oleh masyarakat yang bertempat tinggal di wilayah Kecamatan Lowokwaru, Kota Malang. Hal ini menyebabkan tingkat generalisasi hasil penelitian belum dapat sepenuhnya mewakili karakteristik seluruh konsumen bengkel otomotif di Kota Malang secara luas.
3. Keterbatasan Metode Pengumpulan Data: Pengumpulan data primer hanya mengandalkan metode kuesioner secara daring (*Google Form*). Metode ini memiliki kelemahan jika responden memberikan jawaban yang kurang objektif, kurang mendalam, atau hanya mengisi secara formalitas tanpa menggambarkan kondisi psikologis dan pengalaman riil yang mereka rasakan saat bertransaksi di bengkel.

### 5.3 Saran

Berdasarkan kesimpulan dan keterbatasan penelitian yang telah dipaparkan di atas, maka diajukan beberapa saran akademis dan praktis yang berkaitan langsung dengan keterbatasan tersebut:

1. Menambahkan Variabel Baru: Mengingat adanya kontribusi sebesar 25,6% dari Variabel luar, peneliti selanjutnya disarankan untuk menambah Variabel independen atau moderasi yang relevan, seperti literasi keuangan digital, kualitas layanan (*service quality*), persepsi risiko, atau kepuasan dan loyalitas konsumenj.

2. Memperluas Sampel dan Wilayah: Untuk mengatasi keterbatasan jumlah sampel yang didominasi satu kecamatan, penelitian mendatang perlu memperbanyak jumlah responden dan memperluas wilayah distribusi kuesioner secara merata ke seluruh kecamatan di Kota Malang, atau bahkan luar kota, agar hasil penelitian memiliki tingkat generalisasi yang jauh lebih tinggi.
3. Menggunakan Pendekatan Metode Campuran (*Mixed Methods*): Peneliti selanjutnya disarankan tidak hanya menggunakan kuesioner kuantitatif, tetapi mengombinasikannya dengan pendekatan kualitatif (seperti wawancara mendalam dengan konsumen dan pemilik bengkel). Hal ini penting untuk menggali alasan mendalam mengapa "persepsi kemudahan" tidak memengaruhi pembayaran digital secara signifikan di lapangan.

## DAFTAR PUSTAKA

- Adelia, K. T., & Diatmika, I. P. G. (2024). Pengaruh Faktor Psikologis, Biaya Administrasi dan Fitur Layanan Terhadap Minat Bertransaksi Menggunakan Mobile Banking di Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal Akuntansi Profesi*, 15(01), 213–225. <https://doi.org/10.23887/jap.v15i01.48980>
- Akerlof, G. A. (1970). The Market for “Lemons”: Quality Uncertainty and the Market Mechanism. *The Quarterly Journal of Economics*, 84(3), 488. <https://doi.org/10.2307/1879431>
- Alfaris, M. (2023). PENGARUH PERSEPSI MANFAAT, PERSEPSI KEMUDAHAN, DAN PERSEPSI KEAMANAN TERHADAP KEPUTUSAN PENGGUNAAN APLIKASI PEMBAYARAN DIGITAL (E-WALLET). *Jurnal Mahasiswa Akuntansi Samudra*, 4(2), 67–74. <https://doi.org/10.33059/jmas.v4i2.7450>
- Damiany, S., Suryaputra, R., & Kusdyah, I. (2025). Analisis Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan, dan Persepsi Risiko terhadap Minat Menggunakan AHASS Financing. *Inovasi Pembangunan – Jurnal Kelitbangan*, 13(2).
- Davis, F. D. (1989b). Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology. *MIS Quarterly*, 13(3), 319–340. <https://doi.org/10.2307/249008>
- Davis, F. D. (1989c). Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology. *MIS Quarterly*, 13(3), 319–340. <https://doi.org/10.2307/249008>
- Fauzi Ramadhana, N., & Kusumawati, E. (2026). Analisis Persepsi Mahasiswa tentang Manfaat Kemudahan, Kepercayaan Keamanan, Pengalaman Pengguna, Literasi Keuangan dan Risiko Transaksi terhadap Penggunaan QRIS (Studi Empiris Mahasiswa FEB Universitas Muhammadiyah Surakarta). *Jurnal Ekonomi Manajemen Sistem Informasi*, 7(3), 2428–2440. <https://doi.org/10.38035/jemsi.v7i3.7413>
- Fitriadi, R., & Nainggolan, N. P. (2025). Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Persepsi Konsumen dan Kepercayaan terhadap Loyalitas Pelanggan pada Aplikasi Gofood di Kota Batam. *AKADEMIK: Jurnal Mahasiswa Ekonomi & Bisnis*, 5(3), 1642–1655. <https://doi.org/10.37481/jmeh.v5i3.1602>

- Gefen, D., Karahanna, E., & Straub, D. W. (2003). Trust and TAM in Online Shopping: An Integrated Model. *MIS Quarterly*, 27(1), 51–90. <https://doi.org/10.2307/30036519>
- Ghozali, I. (2018). Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25. Edisi 9. *Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro*.
- Jaelani, E., Sugiono, N., & Susanto, U. (2025). Pengaruh Dynamic Pricing dan Transparansi Harga terhadap Trust dan Repurchase Intent pada Platform Traveloka di Kota Bandung. *JSMA (Jurnal Sains Manajemen Dan Akuntansi)*, 17(2), 205–217. <https://doi.org/10.37151/jsma.v17i2.254>
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). Manajemen pemasaran Jilid 1. *In Jakarta*.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2012). Global Marketing Management 14 th Edition. *In Management Decision*, 48.
- Malhotra, N. K. (2019). *Marketing Research: An Applied Orientation* (7th ed.). Pearson.
- Putri, M. T., Hatta, A. J., & Indraswono, C. (2023). ANALISIS PERSEPSI KEMANFAATAN, PERSEPSI KEMUDAHAN, KEPERCAYAAN, GAYA HIDUP, LITERASI KEUANGAN, DAN RISIKO TERHADAP PENGGUNAAN QRIS SEBAGAI ALAT PEMBAYARAN DIGITAL PADA MAHASISWA DI YOGYAKARTA. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 17(3), 215–228. <https://doi.org/10.53916/jeb.v17i3.73>
- Rachman, A., Julianti, N., & Arkoyah, S. (2024). Challenges and Opportunities for QRIS Implementation as a Digital Payment System in Indonesia. *EkBis: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 8(1), 1–13. <https://doi.org/10.14421/EkBis.2024.8.1.2134>
- Radar Malang. (2025). Transaksi QRIS di Kota Malang capai Rp 6,5 triliun. *Radar Malang – JawaPos.Com*. <https://radarmalang.jawapos.com/kota-malang/816960199/transaksi-QRIS-di-kota-malang-capai-rp-65-triliun>
- Rizky, N. S. A., & Bernarto, I. (2026). The Effect of Trust, Perceived Ease of Use, and Perceived Risk in Shaping Patients’ Reuse Intention of Digital Hospital Services. *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan*, 14(1), 1041–1054. <https://doi.org/10.37641/jimkes.v14i1.4683>
- Sugiyono. (2023). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. *Bandung: Alfabeta*. [Http://Library.Um.Ac.Id/Free-Contents/Index.Php/Buku/Detail/Metode-Penelitian-Kuantitatif-Kualitatif-Dan-Rd-Sugiyono-43665.Html](http://Library.Um.Ac.Id/Free-Contents/Index.Php/Buku/Detail/Metode-Penelitian-Kuantitatif-Kualitatif-Dan-Rd-Sugiyono-43665.Html)