

**ANALISIS PERILAKU KONSUMEN PENGGUNA DOMPET
DIGITAL SHOPEEPAY DENGAN MENGGUNAKAN
TECHNOLOGY ACCEPTANCE MODEL (TAM)**
(Suatu Studi pada Mahasiswa Prodi Manajemen 2018 Fakultas Ekonomi
Universitas Galuh Ciamis)

ARTIKEL

Disusun untuk Memenuhi Salah Satu Syarat

Menempuh Ujian Sidang Sarjana Strata Satu



Oleh,

AINI YUNISTIA
NIM. 3402180443

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS GALUH
2022**

ABSTRAK

Aini Yunistia, Nim 3402180443. “Analisis Perilaku Konsumen Pengguna Dompot Digital ShopeePAY dengan Menggunakan *Technology Acceptance Model* (TAM) (suatu studi pada Mahasiswa Prodi Manajemen 2018 Fakultas Ekonomi Universitas Galuh)”. Dibawah bimbingan Elin Herlina, S.Pd., M.M. (Pembimbing I) dan Mujaddid Faruk, S.E., M.M. (Pembimbing II).

Penelitian ini difokuskan pada Analisis Perilaku Konsumen Pengguna Dompot Digital ShopeePAY dengan Menggunakan *Technology Acceptance Model* (TAM) (suatu studi pada Mahasiswa Prodi Manajemen 2018 Fakultas Ekonomi Universitas Galuh).

Permasalahan yang dihadapi dalam penelitian ini meliputi : 1) Bagaimana perilaku konsumen pengguna dompot digital shopeepay pada Mahasiswa Prodi Manajemen 2018 Fakultas Ekonomi Universitas Galuh?; 2) Bagaimana penggunaan *Technology Acceptance Model* (TAM) pada Mahasiswa Prodi Manajemen 2018 Fakultas Ekonomi Universitas Galuh?; 3) Bagaimana analisis perilaku konsumen pengguna dompot digital shopeepay dengan menggunakan *Technology Acceptance Model* (TAM) pada Mahasiswa Prodi Manajemen 2018 Fakultas Ekonomi Universitas Galuh? Adapun tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis 1) Perilaku konsumen pengguna dompot digital shopeepay pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Galuh; 2) Penggunaan *Technology Acceptance Model* (TAM) pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Galuh; 3) Analisis perilaku konsumen pengguna dompot digital shopeepay dengan menggunakan *Technology Acceptance Model* (TAM) pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Galuh. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian *deskriptif* dengan pendekatan kualitatif.

Hasil dari penelitian ini dapat disimpulkan bahwa analisis perilaku konsumen merupakan suatu hal yang mendasari pengguna suatu produk atau aplikasi untuk dapat mengambil keputusan. Adapun indikator dari perilaku konsumen yang dapat mempengaruhi *Technology Acceptance Model* (TAM) pada pengguna dompot digital shopeepay Mahasiswa Prodi Manajemen 2018 Fakultas Ekonomi Universitas Galuh yaitu kepercayaan (*trust*) dan Persepsi kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*) menjadi faktor yang sangat penting dikarenakan dapat berpengaruh positif maupun negatif terhadap minat penggunaan dompot digital (*e-wallet*). Pengguna aplikasi shopeepay percaya bahwa aplikasi shopeepay aman, dikarenakan sudah mendapatkan lisensi dari Bank Indonesia pada tanggal tahun 2018 berdasarkan Surat Bank Indonesia No. 20/293/DKSP/Srt/B tanggal 8 Agustus 2018, dan secara resmi diluncurkan pada November 2018. Data pengguna shopeepay aman dikarenakan ShopeePAY pun telah terdaftar di Otoritas Jasa Keuangan (OJK).

Kata kunci : Perilaku Konsumen, Dompot Digital ShopeePAY, *Technology Acceptance Model* (TAM)