

DAFTAR PUSTAKA

- Afriza, S. (2020). *Analisis Pengaruh Kemudahan, Keamanan, Dan Inovasi Teknologi Terhadap Minat Penggunaan Go-Pay Dalam Perspektif Ekonomi Islam*. Skripsi.
- Ahmad, B. S. (2013). Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Keamanan Dan Ketersediaan Fitur Terhadapminat Ulang Nasabah Bank Dalam Menggunakan Internet Banking (Studi Pada Program Layanan Internet Banking Bri). *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689–1699.
- Akdon & Riduwan. (2013). *Rumus Dan Data Dalam Aplikasi Statistika*. Alfabeta.
- Alwie, F. (2021). *Pengaruh Sales Promotion Dan E-Service Quality Terhadap E-Customer Satisfaction Dan Dampaknya Terhadap Repurchase Intention (Studi Kasus E-Wallet Shopeepay)*.
- Anrepa, S. J. (2021). *The Impact of Using E-Wallet On The Interest of Saving In Sharia Banking Towards Students In Yogyakarta*.
- Arif, N. A. dan I. (2022). Pengaruh Literasi keuangan, Norma Subjektif, Dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa UINSU Medan Pengguna Electronic Money Dengan Pengendalian Diri Sebagai Moderasi. *Jurnal Darma Agung*, Vol. 30, N.
- Aziza, D. A. (2021). *Pengaruh Digital Marketing, E-Wallet Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian “Menu Ayam” Di Era Pandemi Covid-19 Dengan Minat Beli Sebagai Variabel Mediasi (Studi Empiris Pengguna Grabfood)*.
- Bahrudin, M. dan S. Z. (2018). Pengaruh Kepercayaan Dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Pelanggan E- Commerce. *Jurnal Teknologi Informatika Dan Komputer*, 4(1), 36–52.
- Batubara, C. (2018). *Hanbook Metodologi Studi Islam*. Prenamedia Group.
- Chusnah, & Indriana, K. T. (2020). Pengaruh Kemudahan dan Keamanan Terhadap Kepuasan Konsumen Fintech (Studi Kasus Pada Pengguna Aplikasi Dana). 3(1), 1-9
- Claudia. (2020). *Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Dan Pengaruh Sosial Pada Niat Menggunakan Ulang Gopay Yang Dimoderasi Oleh Sikap Terhadap Promosi Penjualan*.
- Dastidar, S. (2009). Impact of the Factors Influencing Website Usability on User Satisfaction. *The IUP Journal of Management Research*.

- Dewi, A. A. C. dan, & Samuel, H. (2015). Pengaruh Customer Relationship Management (Crm) Terhadap Customer Satisfaction Dan Customer Loyalty Pada Pelanggan Sushi Tei Surabaya. *Jurnal Manajemen Pemasaran Petra*, 3(1), 1–9.
- Febriana, M., Ramaditya, M., & Sc, M. (2020). *The Effect Of Security , Promotion And Customer Loyalty On The Decision To Use Gopay On Employees At PT . Bakrie Pangripta Loka Cakung , East Jakarta*. 1–21.
- Fiona, D. R. (2019). Pengaruh Promosi Penjualan dan E-Service Quality terhadap Minat Beli Ulang Melalui Kepuasan Pelanggan (Studi Pada Pelanggan Gopay Di Jabodetabek). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 8(1), 37.
- Harahap, Isnaini, Asmuni, L. M. S. S. (2022). Carter Dimension Analysis of Customer Satisfaction In Improving Electronic Word Of Mouth (E-Wom) In Bank Syariah Mandiri Customers. *International Journal of Artificial Intelligence Research*, 6(1). <https://doi.org/10.29099/ijair.v6i1.293>
- Harlan, D. (2014). Pengaruh Kemudahan Penggunaan, kepercayaan, dan Risiko Persepsian Terhadap Minat Bertransaksi Menggunakan E-Banking Pada UMKM Di Kota Yogyakarta. In *UIN Maulana Malik Ibrahim* (Vol. 39, Issue 1).
- Li, H., Suomi, & Reima. (2009). A Proposed Scale For Measuring E-Service Quality. *International Journal of U- and E-Service*.
- Maghfira. (2018). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Sistem Pembayaran Go-Pay. *Skripsi*, 1.
- Marliyah, D. (2019). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Transaksi Non Tunai Mobile Banking Di Bank Muamalat Medan. *News.Ge*, <https://news.ge/anakliisporti-aris-qveynis-momava>.
- Nursari, A., Suparta, I. W., & Moelgini, Y. (2019). Pengaruh Pembayaran Non Tunai Terhadap Jumlah Uang yang Diminta Masyarakat. *Jurnal Ekonomi Pembangunan*, 8(3), 169–182.
- Pratama, I. (2021). *Pengaruh Service Performance Dan Sales Promotion Terhadap Customer Satisfaction Pada Ovo Wallet (Studi Pada Pengguna Ovo Di Sun Plaza Medan)*. 18244.
- Rahardjo, B. (2005). *Keamanan Sistem Informasi Berbasis Internet*. PT. Insan Indonesia.
- Rahmani, N. A. B. (2021). *Metodologi Penelitian Ekonomi*. Rahmani Percetakan.
- Rahmat, A. D. (2021). *Determinan Minat Individu Menggunakan E-Wallet (Studi*

- Kasus Pada Mahasiswa Di Kecamatan Gunung Tuleh*). 119.
- Rangkuty, D. M. (2021). Apakah Penggunaan E-wallet Masa Pandemi Covid-19 Semakin Meningkatkan di Indonesia? *Prosiding Konferensi Nasional Universitas Nahdlatul Ulama Indonesia*, 01(01), 251–260.
- Ranjbarian, B. (2012). Factors Influencing on Customers Satisfaction: A Case Study From Iran. *Interdisciplinary Journal of Contemporary Research in Business*.
- Riduwan & Kuncoro. (2017). *Cara Menggunakan Dan Memaknai Path Analysis (Analisis Jalur)*. Alfabeta.
- Ridwan, Imsar, M., & Syahbudi. (2017). *Ekonomi Mikro Islam II*. 62–77.
- Rosalina, F. (2018). Pengaruh Sales Promotion Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Serta Dampaknya Pada Minat Pembelian Ulang. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 60(1), 139–148.
- Ruslan, R. (2003). *Metode Penelitian PR dan Komunikasi*. PT. Raja Grafindo Persada.
- Salma, F. S. dan R. T. R. (2015). Pengaruh Kualitas Jasa Perspektif Islam Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan Hotel Grand Kalimas Di Surabaya. *JESIT*, 62(4), 247–252.
- Sani, D. F. (2021). *Pengaruh Promosi, Kemudahan Penggunaan Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Pelanggan E-Commerceshoppee Di Kota Padangsidempuan*.
- Saraswati, A. N. (2021). *Keamanan Terhadap Minat Penggunaan E-Money Di Kalangan Generasi. I*, 1–107.
- Silalahi, P. R. dkk. (2022). Pengaruh Promosi, Kualitas Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Produk Scarlett Whitening. *Al-Kharaj : Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 4(5), 1327–1342. <https://doi.org/10.47467/alkharaj.v4i5.931>
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R & D*. Alfabeta Bandung.
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R & D*. Alfabeta Bandung.
- Suryani, S., & Koranti, K. (2022). Kualitas Pelayanan, Kepercayaan Dan Keamanan Serta Pengaruhnya Terhadap Kepuasan Pelanggan Melalui Sikap Pengguna E-Commerce. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Bisnis*, 27(2), 183-198.

<https://doi.org/10.35760/eb.2022.v27i5189>

- Sunyoto, D. (2012). *Dasar-Dasar Manajemen Pemasaran*. CAPS.
- Syahputra, R. (2019). Strategi Pemasaran Dalam Alquran Tentang Promosi Penjualan. *Ecobisma (Jurnal Ekonomi, Bisnis Dan Manajemen)*, 6(2), 83–88. <https://doi.org/10.36987/ecobi.v6i2.8>
- Tampubolon, V. T. dan B. P. (2016). Pengaruh Kemudahan Pengguna Dan Manfaat Terhadap Pengguna Aplikasi Pertamina Go Di Kota Semarang (Survei Pada Pengguna Aplikasi Pertamina Go Di Kota Semarang). *Studia Rossica Posnaniensia*, 40(1), 285–292.
- Tobagus, A. (2018). Pwngaruh E-Service Quality Terhadap E-Satisfaction Pada Pengguna Situs Tokopedia. *The Routledge Handbook of Consumer Behaviour in Hospitality and Tourism*, 6(1), 99–106.
- Wahdana, M. N. dan I. (2022). *The Effect Of E-Wom, E-T-rust And E-Service Quality Islamic On Purchase Decisions On MS GLOW Skincare Products*. 11(03), 1820–1826.
- Widjana, M. A. (2010). *Determinan Faktor Penerimaan Terhadap Internet Banking Pada Nasabah Bank Di Surabaya*. Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Perbanas.
- Zakaria, Z. A. (2012). *Tafsir Inspirasi (Inspirasi Seputar Kitab Suci Alquran)*. Duta Azhar.

Lampiran 1

KUESIONER PENELITIAN

“Pengaruh *Sales Promotion*, *Security* dan *Convenience* Terhadap *Customer Satisfaction E-Wallet Gopay* (Studi Kasus Pada *Customer Gopay Kota Medan*)”

Identitas Responden

Kriteria Responden

1. Berdomisili di Kota Medan
2. Pengguna e-wallet Gopay
3. Minimal frekuensi menggunakan e-wallet Gopay 3 kali dalam seminggu

Nama

Jenis Kelamin

- Laki Laki
- Perempuan

Pendidikan Terakhir

- SMP/SMA
- D1/D2/D3/D4
- S1
- S2/S3

Usia

- <20 tahun
- 20-25 tahun
- 26-30 tahun
- >30 tahun



Pekerjaan

- Pelajar/Mahasiswa
- Pegawai Swasta
- Ibu Rumah Tangga
- PNS
- Lainnya

Keterangan Jawaban

1. Sangat Tidak Setuju
2. Tidak Setuju
3. Ragu-Ragu
4. Setuju
5. Sangat Setuju

Sales Promotion (Promosi Penjualan) X1

No	Pernyataan	Jawaban				
		1	2	3	4	5
		STS	TS	R	S	ST
1	Jumlah promosi yang dilakukan e-wallet Gopay melalui media promosi penjualan cukup banyak					
2	Frekuensi promosi yang dilakukan e-wallet Gopay cukup sering					
3	Konten promosi yang disuguhkan e-wallet Gopay cukup menarik					
4	Desain promosi yang dilakukan e-wallet Gopay cukup menarik					
5	Ketepatan waktu e-wallet Gopay dalam melakukan promosi cukup baik					

6	Kesesuaian sasaran untuk mencapai target e-wallet Gopay cukup baik					
7	Waktu promosi yang dilakukan e-wallet Gopay cukup sering					
8	Tenggang waktu promosi yang dilakukan e-wallet Gopay terbatas					

Security (Keamanan) X2

No	Pernyataan	Jawaban				
		1	2	3	4	5
		STS	TS	R	S	ST
1	Saya merasa aman ketika memberikan informasi pribadi saya untuk proses verifikasi					
2	Saya percaya jika data pribadi para konsumen pada saat proses transaksi tidak disebarluaskan					
3	Saya menggunakan e-wallet Gopay karena sudah terpercaya oleh banyak pengguna					
4	Saya menggunakan e-wallet gopay berdasarkan pertimbangan tingkat keamanan perusahaan penerbit					
5	Saya merasa e-wallet Gopay dapat memberikan jaminan atas informasi saya					
6	Saya yakin e-wallet Gopay akan melindungi dan menjamin saldo setiap pengguna saat digunakan					
7	Ketelitian dalam proses transaksi membuat saya merasa aman menggunakan e-wallet Gopay					
8	Saya percaya saat menggunakan e-wallet Gopay					

	karena sudah terdaftar di OJK					
9	Saya yakin uang yang tersimpan di e-wallet Gopay akan terjamin dari hecker walaupun tidak digunakan					

Convenience (Kemudahan) X3

No	Pernyataan	Jawaban				
		1	2	3	4	5
		STS	TS	R	S	ST
1	Menurut saya e-wallet Gopay mudah untuk dipelajari					
2	Menurut saya e-wallet Gopay mudah untuk dipahami					
3	Menurut saya e-wallet Gopay mudah dikendalikan sesuai dengan keinginan saya					
4	Saya dapat membatasi penggunaan e-wallet Gopay sesuai dengan kebutuhan saya					
5	Saya tidak memiliki kesulitan ketika menggunakan e-wallet Gopay					
6	Saya merasa e-wallet Gopay sangat fleksibel untuk digunakan					
7	Saya tidak melakukan kesalahan-kesalahan berlanjut ketika menggunakan e-wallet Gopay					

Customer Satisfaction (Kepuasan Pelanggan) Y

No	Pernyataan	Jawaban				
		1	2	3	4	5
		STS	TS	R	S	ST
1	Anda merasa jika penggunaan e-wallet Gopay dalam bertransaksi sesuai dengan gaya hidup saya saat ini					
2	Saya merasa jika fitur-fitur yang tersedia (top up saldo, scan kode bayar, transfer, tarik tunai, paylater dan minta dana) bermanfaat bagi saya					
3	Saya merasa nyaman dalam menggunakan metode pembayaran e-wallet Gopay					
4	Saya merasa senang dengan kemudahan dalam bertransaksi menggunakan e-wallet Gopay					
5	Saya merasa puas dalam menggunakan e-wallet Gopay sebagai pilihan transaksi nontunai dalam bertransaksi dibandingkan dengan e-wallet lainnya					
6	Saya merasa puas dengan pengalaman yang diberikan disaat bertransaksi menggunakan e-wallet Gopay					
7	Saya memutuskan untuk menggunakan e-wallet Gopay dan tidak menggunakan e-wallet lain untuk bertransaksi					

Lampiran 2

TABULASI DATA

Sales Promotion (X1)

No.	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	X1.8	Total X1
1	4	4	4	4	5	5	5	5	36
2	4	4	3	3	4	5	4	5	32
3	2	3	3	4	3	4	3	3	25
4	4	4	4	4	4	4	4	4	32
5	5	4	5	5	4	4	4	4	35
6	4	3	4	4	4	3	4	5	31
7	4	4	4	3	2	4	5	5	31
8	3	4	4	4	4	5	4	4	32
9	5	5	5	5	5	5	5	5	40
10	4	4	4	4	4	4	4	4	32
11	4	4	5	5	4	5	5	5	37
12	4	4	4	4	3	4	4	4	31
13	3	3	4	4	3	3	4	5	29
14	5	5	4	5	4	4	4	4	35
15	4	4	4	4	4	4	4	4	32
16	4	5	3	4	5	5	5	4	35
17	5	4	5	5	4	4	5	4	36
18	4	3	5	5	4	3	5	5	34
19	5	5	5	4	4	4	5	4	36
20	4	5	4	5	4	4	4	5	35
21	5	5	5	4	4	5	5	4	37
22	5	5	4	5	4	4	4	5	36
23	5	5	5	5	5	5	5	5	40
24	4	5	4	4	4	5	5	4	35
25	4	4	2	3	4	4	2	4	27
26	5	5	5	5	5	4	5	2	36
27	5	5	4	4	4	4	5	4	35
28	4	5	4	5	4	4	5	3	34
29	4	4	4	4	5	5	4	4	34

30	4	4	4	4	4	4	4	5	33
31	5	5	4	4	4	4	5	4	35
32	5	5	5	5	5	3	5	4	37
33	4	4	4	5	4	5	5	4	35
34	5	5	4	5	4	5	5	5	38
35	5	5	5	5	5	5	5	5	40
36	5	5	5	4	5	4	4	4	36
37	5	4	4	4	5	4	4	4	34
38	4	5	4	5	5	4	5	2	34
39	4	4	5	3	4	3	3	4	30
40	5	5	4	4	3	3	5	2	31
41	5	4	4	5	5	4	4	5	36
42	5	5	5	5	5	5	4	5	39
43	5	5	4	5	4	5	5	5	38
44	4	5	5	4	4	4	5	5	36
45	4	4	4	5	4	5	4	4	34
46	5	4	5	5	4	4	5	5	37
47	5	5	5	5	5	5	5	5	40
48	4	4	4	4	4	4	4	4	32
49	5	5	5	5	5	5	5	5	40
50	4	5	4	3	4	3	4	5	32
51	5	5	4	4	4	4	5	4	35
52	4	5	5	4	5	4	5	4	36
53	4	4	4	4	5	4	4	4	33
54	4	4	4	4	4	4	4	4	32
55	5	4	5	4	4	4	4	4	34
56	4	5	5	4	5	3	2	5	33
57	4	4	4	4	4	5	5	5	35
58	5	5	5	5	5	5	5	3	38
59	4	4	5	5	4	5	4	5	36
60	5	5	5	5	5	5	5	5	40
61	5	3	5	5	5	5	4	4	36
62	5	5	5	4	4	4	5	5	37
63	4	4	4	4	4	4	4	2	30
64	5	5	5	5	4	5	4	4	37
65	4	5	5	4	4	5	4	3	34

66	5	5	5	5	5	5	5	4	39
67	5	4	5	5	4	5	5	4	37
68	5	5	5	4	5	4	4	4	36
69	4	4	4	4	4	4	4	4	32
70	5	4	5	5	5	5	5	5	39
71	4	4	5	5	5	5	5	4	37
72	5	4	5	5	2	4	5	5	35
73	5	4	5	5	5	4	4	5	37
74	5	5	5	5	5	5	5	5	40
75	5	4	5	5	4	4	4	5	36
76	5	5	5	4	5	5	5	4	38
77	5	5	5	5	5	5	5	5	40
78	5	5	5	5	5	5	5	5	40
79	4	5	5	4	4	4	4	5	35
80	5	5	4	4	5	5	5	5	38
81	4	5	4	5	4	5	4	5	36
82	5	4	5	4	4	4	4	4	34
83	5	5	5	5	4	3	5	5	37
84	4	4	5	5	5	5	5	5	38
85	5	5	4	4	4	4	4	4	34
86	5	5	5	5	5	5	5	4	39
87	4	4	4	4	4	4	4	3	31
88	5	4	4	4	4	4	5	4	34
89	4	4	4	4	3	4	4	3	30
90	4	4	4	4	4	4	4	4	32
91	5	4	4	4	4	4	5	5	35
92	4	5	5	5	4	5	4	2	34
93	5	5	5	5	5	5	5	5	40
94	4	5	4	4	5	5	4	2	33
95	5	5	5	5	5	3	5	5	38
96	5	4	3	3	3	4	4	5	31
97	4	4	4	4	4	4	4	4	32
98	5	4	5	5	5	5	4	4	37
99	4	4	4	3	4	4	5	4	32
100	4	4	5	5	5	5	5	5	38

33	4	4	4	4	4	5	5	4	5	39
34	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45
35	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45
36	5	5	5	5	5	4	4	5	5	43
37	5	4	5	4	4	5	4	3	3	37
38	4	5	4	5	5	4	5	4	5	41
39	3	4	4	4	4	5	4	5	4	37
40	4	4	4	4	3	4	4	5	4	36
41	5	4	5	4	4	5	5	4	5	41
42	5	4	5	5	5	5	5	5	4	43
43	4	5	4	4	5	4	5	5	4	40
44	4	5	5	4	4	4	4	4	4	38
45	5	4	5	4	5	4	5	5	4	41
46	4	4	5	5	5	5	5	5	5	43
47	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45
48	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
49	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45
50	3	3	4	4	3	2	2	3	5	29
51	5	5	5	4	5	5	4	5	5	43
52	5	4	5	4	5	4	5	4	5	41
53	5	5	5	4	5	5	4	5	5	43
54	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
55	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
56	3	2	5	2	3	4	5	5	4	33
57	5	4	5	5	4	4	4	5	5	41
58	3	2	2	2	2	3	4	4	5	27
59	5	4	5	5	5	5	5	5	5	44
60	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45
61	4	4	4	5	4	5	5	4	4	39
62	4	4	5	5	4	5	4	5	2	38
63	3	4	4	4	4	4	4	4	4	35
64	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45
65	4	4	4	4	5	4	5	4	4	38
66	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45
67	5	4	5	5	4	5	4	4	4	40
68	5	5	4	5	5	4	4	5	5	42

69	5	4	5	5	4	5	4	4	4	40
70	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45
71	4	4	4	4	5	5	5	5	5	41
72	5	4	4	4	4	5	5	4	4	39
73	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45
74	4	5	5	5	5	5	5	4	5	43
75	5	4	3	4	3	5	4	4	5	37
76	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
77	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45
78	4	4	4	4	4	4	4	5	4	37
79	3	4	4	5	5	5	5	5	5	41
80	3	4	3	4	3	3	4	5	4	33
81	4	5	4	5	4	5	4	5	4	40
82	5	4	4	4	4	4	4	4	4	37
83	4	4	4	4	3	4	4	4	4	35
84	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45
85	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
86	5	5	5	5	5	4	5	5	4	43
87	2	2	4	2	2	2	2	2	3	21
88	4	5	5	4	5	4	5	4	4	40
89	3	3	3	3	3	3	4	4	3	29
90	4	4	4	4	3	3	2	4	4	32
91	4	4	4	5	5	5	5	5	4	41
92	4	4	5	4	4	5	5	5	5	41
93	5	5	5	5	5	4	4	5	4	42
94	4	4	5	5	4	5	4	4	5	40
95	3	3	4	3	3	4	5	5	5	35
96	2	3	4	3	3	3	4	5	3	30
97	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
98	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45
99	4	3	4	4	3	4	4	5	4	35
100	5	5	5	4	4	5	5	5	5	43

Convenience (X3)

No.	X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5	X3.6	X3.7	Total X3
1	4	4	4	4	4	5	4	29
2	4	4	4	4	4	5	5	30
3	4	4	3	2	4	4	4	25
4	4	4	4	4	4	4	4	28
5	4	4	3	2	3	5	2	23
6	5	5	5	5	5	5	5	35
7	5	5	5	2	5	5	5	32
8	5	5	5	5	5	5	5	35
9	5	5	5	5	5	5	5	35
10	4	4	4	4	4	4	4	28
11	4	4	5	4	5	5	4	31
12	4	4	3	3	3	3	3	23
13	5	4	4	4	5	4	4	30
14	5	4	5	5	4	5	4	32
15	4	4	4	4	4	4	4	28
16	4	4	5	4	5	4	5	31
17	5	4	3	4	4	3	5	28
18	4	4	3	4	4	3	4	26
19	5	5	5	4	5	5	5	34
20	4	5	4	5	4	5	5	32
21	5	4	4	5	5	5	4	32
22	5	5	4	4	5	5	5	33
23	5	4	5	4	5	4	5	32
24	5	5	4	4	5	5	4	32
25	4	4	4	4	3	4	4	27
26	5	5	4	5	5	5	5	34
27	5	5	5	5	5	5	5	35
28	5	4	4	5	5	4	4	31
29	4	4	4	5	4	4	4	29
30	5	5	5	5	4	5	4	33
31	5	4	4	4	4	4	4	29
32	4	5	5	5	5	3	4	31

33	4	4	4	4	4	4	4	28
34	5	4	5	4	5	5	5	33
35	5	5	5	5	5	5	5	35
36	5	4	4	4	4	5	5	31
37	5	4	4	5	4	3	4	29
38	4	5	5	4	4	5	5	32
39	4	4	3	4	4	3	4	26
40	5	5	3	3	5	4	4	29
41	5	5	4	4	5	5	5	33
42	5	5	5	5	5	5	4	34
43	5	5	5	4	5	5	5	34
44	3	4	4	4	4	4	5	28
45	4	4	5	5	5	5	5	33
46	5	5	5	5	5	5	5	35
47	5	5	5	5	5	5	5	35
48	4	4	4	4	4	4	4	28
49	5	5	5	5	5	5	5	35
50	2	3	2	2	4	5	1	19
51	5	5	4	4	5	5	4	32
52	4	4	5	4	5	5	4	31
53	5	5	5	5	4	4	5	33
54	4	4	4	4	4	4	4	28
55	4	4	4	4	4	4	4	28
56	4	2	5	4	4	4	3	26
57	5	5	5	5	4	4	4	32
58	4	5	4	4	3	4	5	29
59	4	4	4	5	5	4	4	30
60	5	5	5	5	5	5	5	35
61	5	4	5	4	4	4	4	30
62	4	4	4	4	4	4	4	28
63	5	5	5	5	5	5	5	35
64	5	5	5	5	5	5	5	35
65	4	4	3	3	5	5	4	28
66	5	5	5	5	5	5	5	35
67	5	4	5	5	4	5	4	32
68	4	5	4	4	4	4	5	30

69	4	4	5	5	4	4	4	30
70	5	5	5	5	5	4	4	33
71	4	4	4	4	4	4	4	28
72	4	5	4	4	5	4	4	30
73	5	5	5	5	5	5	5	35
74	5	5	5	5	5	5	4	34
75	4	4	4	5	4	4	4	29
76	4	5	4	4	5	4	5	31
77	5	5	5	5	5	5	5	35
78	5	5	5	5	5	5	5	35
79	5	5	5	5	5	5	5	35
80	4	4	4	4	4	4	4	28
81	5	4	5	4	5	4	5	32
82	4	4	4	4	4	4	4	28
83	5	5	5	5	5	5	5	35
84	5	5	4	4	5	5	5	33
85	4	4	4	4	4	5	4	29
86	5	5	5	5	5	5	5	35
87	4	4	4	4	4	4	4	28
88	5	5	4	5	5	4	5	33
89	4	5	4	4	4	4	4	29
90	4	4	4	4	4	4	4	28
91	4	4	4	5	4	5	4	30
92	5	5	4	4	5	4	5	32
93	5	5	4	4	5	4	4	31
94	4	4	5	5	4	5	4	31
95	5	5	5	5	5	5	4	34
96	5	5	4	4	5	5	3	31
97	4	4	4	4	4	4	4	28
98	5	5	5	4	5	5	5	34
99	4	4	3	4	5	4	4	28
100	5	5	5	5	4	4	4	32

Customer Satisfaction (Y)

No.	Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y6	Y7	Total Y
1	5	5	5	4	4	4	5	32
2	4	5	4	4	4	5	3	29
3	3	5	4	4	3	4	2	25
4	4	4	4	4	4	4	4	28
5	4	5	5	5	1	4	1	25
6	4	5	4	4	4	4	4	29
7	5	4	5	5	4	4	1	28
8	4	5	5	5	5	5	3	32
9	5	5	5	5	5	5	5	35
10	4	4	4	4	4	4	3	27
11	5	5	5	5	4	4	4	32
12	3	3	3	4	4	4	3	24
13	4	4	4	4	4	4	2	26
14	5	4	4	5	5	5	4	32
15	4	4	4	4	4	4	3	27
16	4	4	4	5	5	4	3	29
17	5	5	4	4	5	3	5	31
18	5	4	3	5	5	5	5	32
19	5	5	4	4	4	4	4	30
20	4	5	5	5	5	5	4	33
21	4	5	5	4	4	4	5	31
22	5	5	4	5	4	5	4	32
23	5	5	5	5	5	4	5	34
24	5	5	5	4	4	4	4	31
25	4	3	4	4	4	3	4	26
26	4	4	4	4	4	4	5	29
27	5	5	5	5	5	5	3	33
28	5	5	5	5	4	4	5	33
29	4	4	4	4	4	5	4	29
30	5	5	4	5	4	4	5	32
31	4	4	4	4	4	4	5	29
32	5	5	4	5	5	5	5	34

33	4	4	4	4	5	4	4	29
34	5	5	5	5	5	5	5	35
35	5	5	5	5	5	5	5	35
36	4	4	5	5	4	5	4	31
37	5	4	3	5	4	5	4	30
38	4	5	4	5	4	5	5	32
39	4	4	4	5	4	5	4	30
40	4	5	5	5	5	5	3	32
41	4	4	4	5	5	5	5	32
42	5	4	4	5	5	5	5	33
43	4	5	4	5	5	4	5	32
44	4	4	5	5	3	5	3	29
45	5	5	5	4	4	5	5	33
46	5	5	5	5	5	5	5	35
47	5	5	5	5	5	5	5	35
48	4	4	4	4	4	4	4	28
49	5	5	5	5	5	5	5	35
50	2	4	2	3	5	4	4	24
51	4	5	5	5	5	5	4	33
52	4	5	5	4	5	5	4	32
53	4	4	4	5	4	5	5	31
54	4	4	4	4	4	4	4	28
55	4	4	4	3	3	3	4	25
56	4	5	5	5	5	5	5	34
57	4	4	5	5	5	4	4	31
58	4	4	3	4	3	3	3	24
59	5	5	5	5	5	4	4	33
60	5	5	5	5	5	5	5	35
61	5	4	4	4	5	5	4	31
62	3	4	3	4	4	4	3	25
63	4	4	4	4	4	4	4	28
64	5	5	5	5	5	5	5	35
65	4	4	5	5	4	4	5	31
66	5	5	5	5	5	5	5	35
67	5	4	5	4	5	5	4	32
68	5	5	5	4	5	4	5	33

69	4	4	5	4	4	4	4	29
70	5	5	5	5	5	5	5	35
71	5	5	4	4	4	4	5	31
72	4	5	4	5	4	5	2	29
73	5	5	5	4	5	5	5	34
74	5	5	5	4	5	5	5	34
75	5	4	4	5	4	4	5	31
76	4	4	4	4	4	4	4	28
77	5	5	5	5	5	5	5	35
78	5	5	4	4	5	4	4	31
79	5	5	5	5	5	5	4	34
80	3	4	4	4	4	4	3	26
81	4	5	4	5	4	5	4	31
82	5	5	5	5	4	4	2	30
83	4	4	5	4	3	4	3	27
84	5	5	5	5	5	5	5	35
85	5	5	4	5	4	4	4	31
86	5	5	5	5	4	5	5	34
87	4	4	4	4	4	4	4	28
88	4	5	4	5	4	5	4	31
89	3	4	4	4	3	3	1	22
90	4	4	4	4	4	4	3	27
91	5	5	5	4	4	5	5	33
92	5	5	5	4	4	5	4	32
93	5	4	5	4	5	5	5	33
94	4	5	5	5	4	5	4	32
95	5	5	5	5	5	5	2	32
96	5	4	5	5	5	5	5	34
97	4	4	4	4	4	4	4	28
98	4	5	5	5	5	5	5	34
99	4	3	4	5	5	4	3	28
100	5	4	4	4	5	4	4	30

	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.002		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
	Pearson Correlation	.317**	.354**	.428**	.185	.429**	1	.247*	.578**
X3.6	Sig. (2-tailed)	.001	.000	.000	.065	.000		.013	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
	Pearson Correlation	.513**	.559**	.517**	.431**	.455**	.247*	1	.748**
X3.7	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.013		.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
	Pearson Correlation	.772**	.733**	.792**	.690**	.711**	.578**	.748**	1
Total	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100	100	100

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Hasil Uji Validitas *Customer Satisfaction* (Y)

Correlations

		Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y6	Y7	Total Y
Y1	Pearson Correlation	1	.445**	.491**	.372**	.374**	.336**	.431**	.737**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.001	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
Y2	Pearson Correlation	.445**	1	.514**	.333**	.191	.384**	.247*	.630**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.001	.057	.000	.013	.000

	N	100	100	100	100	100	100	100	100
Y3	Pearson Correlation	.491**	.514**	1	.385**	.204*	.377**	.179	.640**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.042	.000	.074	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
Y4	Pearson Correlation	.372**	.333**	.385**	1	.279**	.523**	.127	.591**
	Sig. (2-tailed)	.000	.001	.000		.005	.000	.209	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
Y5	Pearson Correlation	.374**	.191	.204*	.279**	1	.440**	.489**	.665**
	Sig. (2-tailed)	.000	.057	.042	.005		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
Y6	Pearson Correlation	.336**	.384**	.377**	.523**	.440**	1	.308**	.694**
	Sig. (2-tailed)	.001	.000	.000	.000	.000		.002	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
Y7	Pearson Correlation	.431**	.247*	.179	.127	.489**	.308**	1	.684**
	Sig. (2-tailed)	.000	.013	.074	.209	.000	.002		.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
Total Y	Pearson Correlation	.737**	.630**	.640**	.591**	.665**	.694**	.684**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100	100	100

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Hasil Uji Reabilitas *Sales Promotion* (X1)

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	100	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	100	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.734	8

Hasil Uji Reabilitas *Security* (X2)

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	100	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	100	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.896	9

Hasil Uji Reabilitas *Convenience* (X3)

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	100	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	100	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.841	7



Hasil Uji Reabilitas *Customer Satisfaction* (Y)

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	100	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	100	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.773	7



Lampiran 4

HASIL UJI ASUMSI KLASIK

Uji Normalitas (Uji Kolmogorov Smirnov)

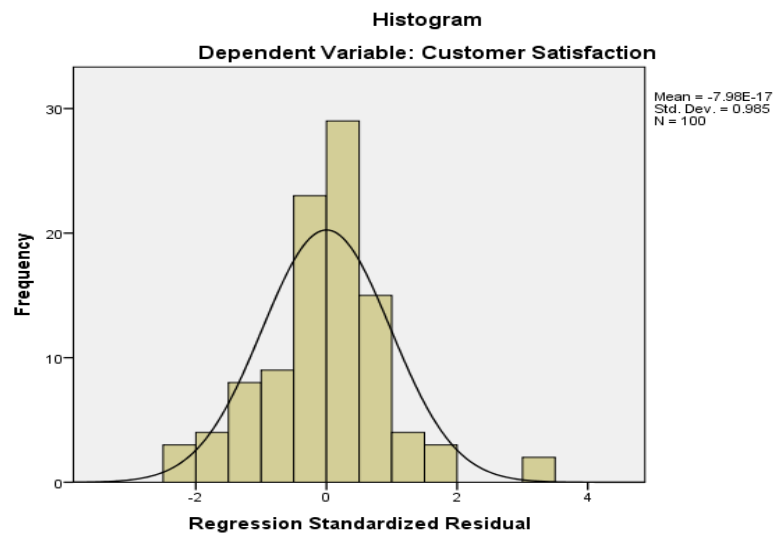
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	0E-7
	Std. Deviation	1.96918145
	Absolute	.085
Most Extreme Differences	Positive	.085
	Negative	-.076
Kolmogorov-Smirnov Z		.850
Asymp. Sig. (2-tailed)		.465

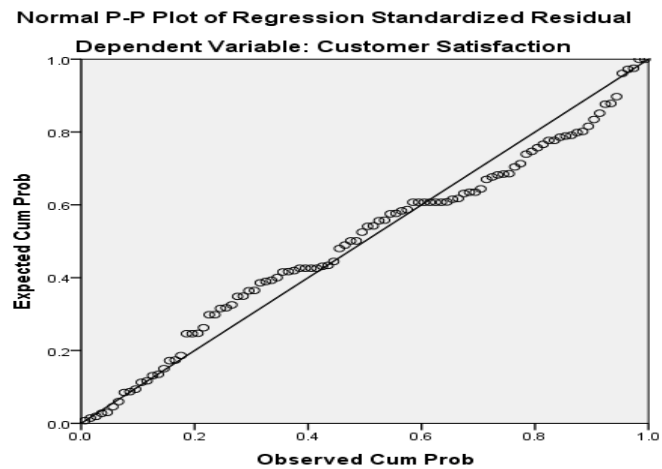
a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Uji Analisis Grafik Histogram



Uji Analisis Grafik P-P Plot



Uji Multikolinieritas

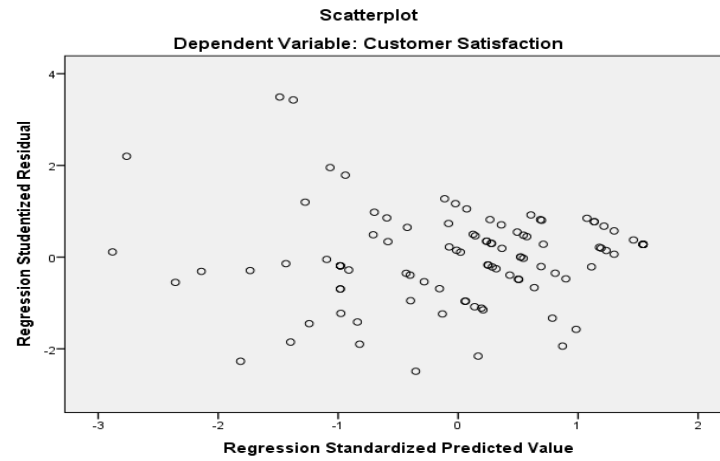


Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
(Constant)	4.037	2.447		1.650	.102		
1 Sales Promotion	.194	.082	.193	2.361	.020	.623	1.604
Security	.273	.058	.409	4.690	.000	.547	1.827
Convenience	.296	.083	.303	3.559	.001	.575	1.738

a. Dependent Variable: Customer Satisfaction

Uji Heteroskedasitas



Lampiran 5

HASIL UJI HIPOTESIS

Uji R² (Koefisien Determinasi)

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.774 ^a	.600	.587	1.99971

a. Predictors: (Constant), Convenience, Sales Promotion, Security

Uji T (Parsial)



Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	4.037	2.447		1.650	.102
	Sales Promotion	.194	.082	.193	2.361	.020
	Security	.273	.058	.409	4.690	.000
	Convenience	.296	.083	.303	3.559	.001

a. Dependent Variable: Customer Satisfaction

Uji F (Simultan)**ANOVA^a**

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	575.350	3	191.783	47.960	.000 ^b
	Residual	383.890	96	3.999		
	Total	959.240	99			

a. Dependent Variable: Customer Satisfaction

b. Predictors: (Constant), Convenience, Sales Promotion, Security



Lampiran 6

HASIL UJI REGRESI LINEAR BERGANDA

Uji Regresi Linear Berganda

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	
	B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	4.037	2.447		1.650	.102
	Sales Promotion	.194	.082	.193	2.361	.020
	Security	.273	.058	.409	4.690	.000
	Convenience	.296	.083	.303	3.559	.001

a. Dependent Variable: Customer Satisfaction



Lampiran 7

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

I. IDENTITAS PRIBADI

1. Nama : Karmila Sari
2. Nim : 0501181036
3. Tempat/Tanggal Lahir : Pinggol Toba/2 Desember 1999
4. Pekerjaan : Mahasiswi
5. Alamat : Dusun V Desa Gonting Malaha Kec. Bandar
Pulau

II. RIWAYAT PENDIDIKAN

1. SD Negeri 016406 Sigodong-Godong
2. SMP Negeri 2 Bandar Pulau
3. SMK Negeri 2 Kisaran



Lampiran 8

HASIL CEK TURNITIN

Nomor : B-893/Turnitin/12/2022
Lamp : 1 (satu)
Hal : *Hasil Pengecekan Turnitin*

8 Desember 2022

Kepada Yth
Ketua Program Studi
Ekonomi Islam
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN SU Medan
di
T e m p a t

Assalamu'alaikum wr. wb.

Dengan hormat, Bersama ini, kami menginformasikan Hasil pengecekan Turnitin:

Nama : Karmila Sari

NIM : 501181036

Program Studi: Ekonomi Islam


Judul : PENGARUH SALES PROMOTION, SECURITY DAN CONVENIENCE TERHADAP
CUSTOMER SATISFACTION E-WALLET GOPAY
(Studi Kasus Pada Customer Gopay Kota Medan)

Nilai Hasil : 33 % Similarity

Keterangan : Lolos Uji Plagiasi Turnitin (Nilai < 34%)

Demikian surat ini kami informasikan, atas kerjasama Bapak / Ibu kami ucapkan terima kasih.

Wassalam,



Budi Dharma, M.M