

“GAMBARAN *BRAND TRUST* TERHADAP DOMPET DIGITAL GOPAY PADA MAHASISWA FAKULTAS PSIKOLOGI DI UBP KARAWANG”

MUHAMAD ARIFIN

Ps16.muhamadarifin@mhsbupkarawang.ac.id

Fakultas Psikologi Universitas Buana Perjuangan Karawang

ABSTRAK

Brand Trust merupakan kepercayaan seseorang terhadap suatu merek karena merasa merek tersebut mampu bertanggung jawab dan dipercaya memenuhi kebutuhannya sesuai dengan kegunaan dan fungsi nya. Gopay adalah sebuah metode pembayaran yang ditawarkan Gojek melalui aplikasinya. Pengguna tidak perlu lagi membayar uang tunai kepada driver, saldo Gopay secara otomatis akan berkurang. Kemudahan penggunaan inilah yang dirasa membuat masyarakat memutuskan beralih menggunakan Gopay. Penelitian ini dilakukan untuk mendeskripsikan gambaran brand trust terhadap penggunaan Gopay pada mahasiswa psikologi UBP. Subjek penelitian sebanyak 56 orang yang berasal dari mahasiswa psikologi UBP Karawang yang menggunakan dompet digital Gopay. Skala yang digunakan adalah skala likert yang terdiri dari 5 tingkatan. Skala telah diuji cobakan dengan menghasilkan nilai reliabilitas sebesar 0,879. Data penelitian dianalisis dengan statistik deskriptif menggunakan program SPSS versi 24. Dari hasil analisis data yang dilakukan, pada uji normalitas didapatkan sebaran data berdistribusi normal. Diperoleh hasil nilai mean (rata – rata) sebesar 62,93, nilai median (nilai tengah) sebesar 65, nilai *minimum* (terendah) sebesar 39 dan nilai *maximum* (tertinggi) sebesar 84 dengan selisih jarak (*range*) antara nilai minimum dengan nilai maximum sebesar 45 serta nilai standar deviasi sebesar 11,3. Untuk pengujian hipotesis dilakukan dengan metode one sample t-test. Hasil t-hitung sebesar -5,998 dengan taraf kesalahan 5%, maka $t\text{-hitung} > t\text{-tabel}$ ($5,998 > 2,004$) dan nilai $p < 0,005$ maka dapat di ambil keputusan bahwa hipotesis yang didapatkan yaitu H_a diterima dan H_0 ditolak, dengan kata lain besaran persentase hitung yang didapatkan berbeda dengan persentase yang diharapkan yaitu sebesar 80%.

Kata kunci: *brand, trust, Gopay*

“BRAND TRUST DESCRIPTION TOWARD GOPAY DIGITAL WALLET ON STUDENTS OF FACULTY OF PSYCHOLOGY AT UBP KARAWANG”

MUHAMAD ARIFIN

Ps16.muhamadarifin@mhsbupkarawang.ac.id

Faculty of Psychology, University of Buana Perjuangan Karawang

ABSTRACT

Brand Trusting is a person's belief in a brand because they feel that the brand can be responsible and trusted to fulfill their needs according to its use and function. GoPay is a payment method offered by the Gojek application. The user no longer needs to pay cash to drivers, Gopay's balance will automatically decrease. This benefit that users felt and make them decide to switch to using GoPay. This research was conducted to describe the description of brand trust on the use of GoPayin UBP psychology students. The research subjects were 56 respondents that came from students of faculty of psychology who used the GoPay digital wallet. The scale used is the Likert scale which consists of 5 levels. The scale has been tested by producing a reliability value of 0.879. The research data were analyzed with descriptive statistics using the SPSS version 24 program. From the results of the data analysis, the normality test showed that the distribution of data was normally distributed. The results obtained are the mean (average) value of 62.93, the median value (middle value) of 65, the minimum value (lowest) of 39, and the value maximum (highest) of 84 with the difference between the minimum value and the maximum value of 45 and the standard deviation value of 11.3. Testing the hypothesis is conducted by using the one-sample t-test method. The result of t- count is -5,998 with an error level of 5%, then $t\text{-count} > t\text{-table}$ ($5.998 > 2.004$) and $p\text{-value} < 0.005$, it can be concluded that the hypothesis obtained is that H_a is accepted and H_0 is rejected, in other words, the amount of the calculated percentage obtained is different from the expected percentage, which is 80%.

Keywords: *brand, trust, Gopay*

