

# PENGARUH PERSEPSI KEMUDAHAN, KEPERCAYAAN, DAN KEAMANAN TERHADAP MINAT PENGGUNAAN E – WALLET SHOPEEPAY PADA MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS UNIVERSITAS SLAMET RIYADI SURAKARTA

Salsabila Al Shofiah \*<sup>1</sup>  
Suprihatmi <sup>2</sup>

<sup>1,2</sup>Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Slamet Riyadi Surakarta, Indonesia

\*e-mail: [salshofiah@gmail.com](mailto:salshofiah@gmail.com)<sup>1</sup>

## Abstrak

Penelitian ini dilakukan pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Slamet Riyadi Surakarta. Tujuan penelitian ini adalah menganalisis signifikansi pengaruh persepsi kemudahan, kepercayaan, dan keamanan terhadap minat penggunaan e-wallet ShopeePay pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Slamet Riyadi Surakarta. Jenis data yang digunakan adalah data kuantitatif. Sumber data yang digunakan adalah data primer. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner. Teknik pengambilan sampel menggunakan proportional random sampling dengan responden sebanyak 96. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah uji instrumen penelitian, uji asumsi klasik, analisis deskriptif dan analisis regresi linear berganda, uji t, uji F, dan koefisien determinasi ( $R^2$ ). Hasil uji asumsi klasik menunjukkan bahwa semua variabel telah lolos uji multikolinearitas, heteroskedastisitas, dan normalitas. Hasil uji t menunjukkan bahwa Persepsi Kemudahan ( $X_1$ ) berpengaruh signifikansi terhadap minat penggunaan e-wallet ShopeePay ( $Y$ ), Kepercayaan ( $X_2$ ) berpengaruh signifikansi terhadap minat penggunaan e-wallet ShopeePay ( $Y$ ), dan Keamanan ( $X_3$ ) berpengaruh signifikansi terhadap minat penggunaan e-wallet ShopeePay ( $Y$ ). Hasil uji F diperoleh bahwa model regresi yang digunakan sudah tepat dalam memprediksi pengaruh Persepsi Kemudahan ( $X_1$ ), Kepercayaan ( $X_2$ ), dan Keamanan ( $X_3$ ) terhadap minat penggunaan e-wallet ShopeePay ( $Y$ ). Hasil uji koefisien determinasi (adjusted  $R^2$ ) untuk model ini sebesar ,570, artinya besarnya pengaruh independen  $X_1$  (Persepsi Kemudahan),  $X_2$  (Kepercayaan) dan  $X_3$  (Keamanan) terhadap  $Y$  (Minat Penggunaan E-Wallet ShopeePay) sebesar 57 %. Sisanya ( $100\% - 57\%$ ) = 43 % diterangkan oleh variabel lain diluar model.

**Kata kunci:** Persepsi kemudahan, kepercayaan, keamanan, minat penggunaan e-wallet ShopeePay

## Abstract

This study was conducted on students of the Faculty of Economics and Business, Slamet Riyadi University, Surakarta. The purpose of this study was to analyze the significance of the influence of perceptions of ease, trust, and security on the interest in using the ShopeePay e-wallet on students of the Faculty of Economics and Business, Slamet Riyadi University, Surakarta. The type of data used is quantitative data. The data source used is primary data. The data collection technique uses a questionnaire. The sampling technique used proportional random sampling with 96 respondents. The data analysis techniques used in this study were research instrument testing, classical assumption testing, descriptive analysis and multiple linear regression analysis, t-test, F-test, and coefficient of determination ( $R^2$ ). The results of the classical assumption test showed that all variables had passed the multicollinearity, heteroscedasticity, and normality tests. The results of the t-test showed that Perceived Ease ( $X_1$ ) had a significant effect on the interest in using ShopeePay e-wallet ( $Y$ ), Trust ( $X_2$ ) had a significant effect on the interest in using ShopeePay e-wallet ( $Y$ ), and Security ( $X_3$ ) had a significant effect on the interest in using ShopeePay e-wallet ( $Y$ ). The results of the F-test showed that the regression model used was correct in predicting the effect of Perceived Ease ( $X_1$ ), Trust ( $X_2$ ), and Security ( $X_3$ ) on the interest in using ShopeePay e-wallet ( $Y$ ). The results of the determination coefficient test (adjusted  $R^2$ ) for this model are .570, meaning that the magnitude of the independent influence of  $X_1$  (Perceived Ease),  $X_2$  (Trust) and  $X_3$  (Security) on  $Y$  (Interest in Using ShopeePay E-Wallet) is 57%. The rest ( $100\% - 57\%$ ) = 43% is explained by other variables outside the model.

**Keywords:** Perceived ease, trust, security, interest in using ShopeePay e-wallet

## PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi serta komunikasi di era digital telah membawa dampak yang signifikan terhadap beberapa aspek kehidupan, terutama dalam bidang keuangan. Kemajuan teknologi di era terkini mengakibatkan pesatnya perkembangan penggunaan teknologi untuk bisa memenuhi kebutuhan hidup manusia (Mochamad Fawzi, 2022). Fenomena yang terjadi di kehidupan masyarakat pada era digital saat ini yaitu perubahan kebiasaan dalam proses transaksi yang pada awalnya melakukan pembayaran secara tunai (*cash*) menjadi non tunai (*cashless*). Pembayaran tunai merupakan metode pembayaran yang menggunakan uang kartal (uang logam dan uang kertas) sebagai alat pembayaran, sedangkan pembayaran non tunai merupakan metode pembayaran yang menggunakan cek, giral, alat pembayaran kartu, maupun uang elektronik sebagai alat pembayaran (Rositasari, 2022).

Salah satu inovasi yang muncul dalam teknologi berkembang pada bidang keuangan yaitu *financial technology*. *Financial technology* merupakan gabungan antara jasa keuangan dengan teknologi yang memodifikasi model bisnis konvensional, yang awalnya transaksi dilakukan dengan tatap muka namun dengan hadirnya *fintech* kini transaksi dapat dilakukan dengan hanya dalam hitungan detik saja tanpa bertemu secara langsung (bi.go.id, 2016).

*E-wallet* memungkinkan pengguna untuk melakukan transaksi dengan cepat dan praktis hanya dengan melalui perangkat mobile. *E-wallet* merupakan suatu aplikasi yang terkoneksi dengan internet yang menyimpan nominal uang elektronik. Di Indonesia, penggunaan *e-wallet* semakin banyak termasuk para mahasiswa. Mahasiswa merupakan generasi milenial yang melek dan *adoptable* pada teknologi (Sari, 2024). Di era digital saat ini, *e-wallet* dengan cepat mendapatkan popularitas sebagai cara pembayaran yang nyaman dan aman.

Platform pembayaran digital ini seperti *Shopeepay* (Pratiwi & Dona Fitria, 2023). *Shopeepay* merupakan salah satu platform *e-wallet* yang menarik perhatian banyak pengguna karena menawarkan kemudahan saat bertransaksi, seperti halnya dalam pembelian produk secara online, pembelian pulsa, pembayaran tagihan, dan tranfer uang. Dari sekian banyak *e-wallet* yang tersedia di Indonesia, *Shopeepay* dipilih sebagai objek penelitian karena memiliki pertumbuhan pengguna yang sangat signifikan dan merupakan bagian dari ekosistem Shopee platform *e-commerce* terpopuler di Indonesia. Popularitas *Shopeepay* dikalangan mahasiswa juga dipengaruhi oleh berbagai promosi, *cashback*, dan integrasi dengan kebutuhan sehari-hari mereka, seperti belanja online dan layanan digital lainnya.

Mahasiswa sebagai Gen-Z dapat dikatakan terampil menggunakan teknologi digital, bahkan tidak sedikit mahasiswa yang telah mengenal dan menggunakan *e-wallet Shopeepay* ini sebagai alat transaksi (Etty dkk. 2024). Khususnya, mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Slamet Riyadi Surakarta merupakan objek menarik untuk diteliti karena memiliki pemahaman teoritis mengenai sistem keuangan digital. Sebagai calon profesional di bidang ekonomi dan bisnis, penting bagi mereka untuk memahami serta terlibat aktif dalam pemanfaatan teknologi keuangan digital seperti *e-wallet*.

Layanan *financial technology (fintech)* kini didominasi oleh kalangan muda, terutama pada generasi milenial yang lahir pada tahun 1981 sampai 1996 dan generasi Z yang lahir pada tahun 1997 sampai 2012. Berdasarkan laporan Lokadata.id, sebanyak 78% masyarakat generasi milenial dan generasi Z telah memakai aplikasi *fintech* setiap harinya, termasuk dompet digital, layanan pinjaman, dan pembayaran digital. Mahasiswa termasuk dengan generasi Z, mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Slamet Riyadi Surakarta merupakan kelompok yang dekat dengan teknologi digital, namun juga menghadapi tantangan dan pertimbangan dalam memilih metode pembayaran. Terdapat beberapa faktor yang dapat mempengaruhi minat para mahasiswa dalam penggunaan *e-wallet Shopeepay*, yaitu seperti persepsi kemudahan, kepercayaan, dan keamanan.

Menurut Jogiyanto (2019:934) menyatakan “persepsi kemudahan merupakan ukuran dimana seseorang meyakini bahwa dalam menggunakan suatu teknologi dapat jelas digunakan dan tidak membutuhkan usaha yang banyak tetapi harus mudah digunakan dan mudah untuk dioperasikan”. Persepsi kemudahan mempengaruhi seseorang untuk memilih bertransaksi *e-wallet*. Menurut penelitian Pratiwi, Fitria, dan Burhanudin (2023) menyatakan variabel persepsi kemudahan berpengaruh signifikan terhadap minat penggunaan *e-wallet*. Sedangkan hasil

penelitian yang dilakukan oleh Wawan Devis Wahyu, Dewi Ulan Sari (2024) menyatakan variabel persepsi kemudahan tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap minat penggunaan *e-wallet*.

Selain itu, kepercayaan menjadi salah satu faktor kunci dalam adopsi teknologi terutama disektor keuangan. Menurut Caniago (2022) menyampaikan pendapat bahwa “kepercayaan adalah keyakinan suatu pihak mengenai keandalan, daya tahan, integritas pihak lainnya dalam hubungan dan keyakinan jika suatu tindakan yang akan dilakukan merupakan kepentingan terbaik dan memberikan dampak hasil positif bagi pihak yang dipercaya”. Kepercayaan merupakan hal yang penting karena elemen kunci yang memungkinkan membangun hubungan berjalan dengan lancar. Hasil penelitian yang dilakukan oleh Lowinta Widyadari Xaveiryus, Apriyanti (2023) menyatakan bahwa kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap minat penggunaan *e-wallet*. Sedangkan hasil penelitian Taruni Risla Hanifah, Imam Mukhlis (2022) variabel kepercayaan tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat penggunaan *e-wallet*.

Faktor keamanan juga sangat dibutuhkan, khususnya dalam konteks mahasiswa yang rentan akan risiko keungan dan kurangnya pengalaman dalam mengelola transaksi digital. Perlindungan terhadap data pribadi dan keamanan transaksi finansial menjadi perhatian utama dalam penggunaan *e-wallet*. Dalam pembentukan kepercayaan dipengaruhi adanya suatu peran penting jaminan keamanan dengan mengurangi perhatian konsumen terhadap penyalahgunaan data pribadi dan transaksi data yang mudah dirusak (Sari, 2024). Keamanan dilakukan untuk menjaga ancaman dari kebocoran data, serangan siber, kerahasiaan, dan ketersediaan informasi. Menurut penelitian yang dilakukan oleh Sri Rahayu Puspita Sari, Anisah (2022) menunjukkan bahwa keamanan berpengaruh signifikan pada variabel minat penggunaan *e-wallet*. Sedangkan penelitian Wawan Devis Wahyu, Dewi Ulan Sari (2024) menunjukkan bahwa variabel keamanan tidak berpengaruh signifikan terhadap minat penggunaan *e-wallet*.

Minat menurut Jogiyanto (2019:29), “merupakan sesuatu keinginan seseorang untuk melakukan suatu perilaku tertentu”. Seseorang akan melakukan suatu perilaku jika muncul keinginan atau minat melakukan. Minat penggunaan tumbuh karena adanya dorongan seseorang karena adanya hasrat setelah melihat, mempelajari, membandingkan, dan memperhitungkan dengan kebutuhan yang diinginkan oleh individu.

Penelitian ini mengambil sampel pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Slamet Riyadi Surakarta pada pengguna dompet elektronik (*e - wallet*) karena banyaknya mahasiswa sudah menggunakan *smarthphone* dengan didalamnya ada fitur *e - wallet* seperti halnya dengan *Shopeepay*. Berdasarkan latar belakang masalah adanya *research gap* diatas, maka penulis ingin melakukan penelitian lebih spesifik mengenai penelitian yang berjudul “PENGARUH PERSEPSI KEMUDAHAN, KEPERCAYAAN, DAN KEAMANAN TERHADAP MINAT PENGGUNAAN *E - WALLET SHOPEEPAY* PADA MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS UNIVERSITAS SLAMET RIYADI SURAKARTA”.

## METODE

Ruang lingkup penelitian ini adalah survei pada minat penggunaan *e-wallet* Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Slamet Riyadi Surakarta. Penelitian ini termasuk penelitian deskriptif kuantitatif. Alasan mengapa memilih topik ini karena *e-wallet* merupakan salah satu teknologi yang berkembang pesat dalam bidang finansial, maka penulis ingin membuat sebuah penelitian dalam penggunaan *e-wallet* sebagai alat pembayaran yang mudah digunakan. Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis memiliki minat yang cukup besar terhadap penggunaan *e-wallet*, ini menjadikan indikator bahwa suatu teknologi ini akan semakin berkembang dan diterima luas di berbagai sektor ekonomi. Data kuantitatif dalam penelitian ini adalah Mahasiswa Prodi Manajemen dan Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Slamet Riyadi Surakarta yang berjumlah 2197 Mahasiswa. Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer data yang diperoleh melalui penyebaran kuesioner kepada Mahasiswa aktif Prodi Manajemen dan Prodi Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Slamet Riyadi Surakarta. Populasi dalam penelitian ini adalah Mahasiswa Aktif Prodi Manajemen dan Prodi Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Slamet Riyadi Surakarta yang berjumlah 2197 terdiri dari Prodi Manajemen 1738 dan Akuntansi 459 Mahasiswa (Sumber: Data Akademik

Fakultas Ekonomi dan Bisnis UNISRI, 2024. Jumlah sampel 96 responden. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *proportional random sampling*.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Hasil Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk menguji kuesioner sebagai instrument (alat) dalam penelitian apakah valid atau tepat untuk mengambil data. Uji validitas menggunakan *pearson correlation product moment/pearson correlation*. Kriteria kuesioner dikatakan valid bila  $\rho$ -value (*probabilitas value/signifikansi*)  $< 0,05$ .

#### Uji validitas variabel Persepsi Kemudahan (X1)

Tabel 1. Hasil uji validitas variabel Persepsi Kemudahan

Item Kuesioner	$\rho$ -value	Kriteria	Keterangan
X1.1	0,000	$\alpha = 0,05$	Valid
X1.2	0,000	$\alpha = 0,05$	Valid
X1.3	0,000	$\alpha = 0,05$	Valid
X1.4	0,000	$\alpha = 0,05$	Valid
X1.5	0,000	$\alpha = 0,05$	Valid
X1.6	0,000	$\alpha = 0,05$	Valid

Sumber : Data primer diolah, 2025

Tabel diatas menunjukkan bahwa untuk kuesioner X1.1 sampai dengan X1.6 diperoleh nilai signifikansi ( $\rho$ -value) = 0,000  $< 0,05$  maka semua item kuesioner variabel persepsi kemudahan adalah valid.

#### Uji validitas variabel Kepercayaan (X2)

Tabel 2. Hasil uji validitas variabel Kepercayaan

Item Kuesioner	$\rho$ -value	Kriteria	Keterangan
X2.1	0,000	$\alpha = 0,05$	Valid
X2.2	0,000	$\alpha = 0,05$	Valid
X2.3	0,000	$\alpha = 0,05$	Valid
X2.4	0,000	$\alpha = 0,05$	Valid
X2.5	0,000	$\alpha = 0,05$	Valid

Sumber : Data primer diolah, 2025

Tabel diatas menunjukkan bahwa item kuesioner X2.1 sampai dengan X2.5 diperoleh nilai signifikansi ( $\rho$ -value) = 0,000  $< 0,05$  maka semua item kuesioner variabel kepercayaan adalah valid.

#### Uji validitas variabel Keamanan (X3)

Tabel 3. Hasil uji validitas variabel Keamanan

Item Kuesioner	$\rho$ -value	Kriteria	Keterangan
X3.1	0,000	$\alpha = 0,05$	Valid
X3.2	0,000	$\alpha = 0,05$	Valid
X3.3	0,000	$\alpha = 0,05$	Valid
X3.4	0,000	$\alpha = 0,05$	Valid

Sumber : Data primer diolah, 2025

Tabel diatas menunjukkan bahwa untuk kuesioner X3.1 sampai dengan X3.4 diperoleh nilai signifikansi ( $\rho$ -value) = 0,000 < 0,05 maka semua item kuesioner variabel keamanan adalah valid.

**Uji validitas variabel Minat Penggunaan E-Wallet Shopeepay (Y)**

Tabel 4. Hasil uji validitas variabel Minat Penggunaan E-Wallet Shopeepay

Item Kuesioner	$\rho$ -value	Kriteria	Keterangan
Y.1	0,000	$\alpha = 0,05$	Valid
Y.2	0,000	$\alpha = 0,05$	Valid
Y.3	0,000	$\alpha = 0,05$	Valid
Y.4	0,000	$\alpha = 0,05$	Valid
Y.5	0,000	$\alpha = 0,05$	Valid
Y.6	0,000	$\alpha = 0,05$	Valid

Sumber : Data primer diolah, 2025

Tabel diatas menunjukkan bahwa item kuesioner Y.1 sampai dengan Y.5 diperoleh nilai signifikansi ( $\rho$ -value) = 0,000 < 0,05 maka semua item kuesioner variabel minat penggunaan e-wallet Shopeepay adalah valid.

**Hasil Uji Reliabilitas**

Tabel 5. Hasil uji reliabilitas

Variabel	Cronbach Alpha	Nilai Kritis	Keterangan
Persepsi Kemudahan (X1)	0,765	0,60	Reliabel
Kepercayaan (X2)	0,696	0,60	Reliabel
Keamanan (X3)	0,762	0,60	Reliabel
Minat Penggunaan E-Wallet Shopeepay (Y)	0,769	0,60	Reliabel

Sumber : Data primer diolah, 2025

Berdasarkan hasil uji reliabilitas instrumen dapat disimpulkan, instrumen untuk variabel Persepsi Kemudahan (X1), Kepercayaan (X2), Keamanan (X3) dan Minat Penggunaan E-Wallet Shopeepay (Y) menghasilkan nilai Cronbach Alpha yang lebih besar dari 0,60. Dengan demikian seluruh instrumen penelitian dinyatakan reliabel.

**Hasil Uji Asumsi Klasik**

Uji asumsi klasik merupakan syarat untuk melakukan analisis regresi, agar regresi sebagai estimasi bisa tepat/tidak bias/tidak menyimpang.

**Hasil Uji Multikolinearitas**

Tabel 6. Hasil uji Normalitas

**One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

*Unstandardized Residual*

N		96
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	,0000000
	Std. Deviation	1,61067121
Most Extreme Differences	Absolute	0,075
	Positive	0,075
	Negative	-0,069

Test Statistic				0,075
Asymp. Sig. (2-tailed)				0,200 <sup>c,d</sup>
Monte Carlo Sig. (2-tailed)	Sig.			0,625 <sup>e</sup>
	99% Confidence Interval	Lower Bound		0,612
		Upper Bound		0,637

- a. Test distribution is Normal.
- b. Calculated from data.
- c. Lilliefors Significance Correction.
- d. This is a lower bound of the true significance.
- e. Based on 10000 sampled tables with starting seed 2000000.

Sumber : Data primer diolah, 2025

Hasil menunjukkan besarnya *p-value* (signifikansi) *Asymp. Sig. (2-tailed)* = 0,200 > 0,05 artinya bahwa residual berdistribusi normal (lolos uji normalitas).

**Hasil uji Multikolinearitas**

Tabel 7. Hasil uji Multikolinearitas

Coefficients <sup>a</sup>		
Model	<i>Collinearity Statistics</i>	
	<i>Tolerance</i>	<i>VIF</i>
1 PERSEPSI KEMUDAHAN	0,744	1,343
KEPERCAYAAN	0,592	1,689
KEAMANAN	0,611	1,637

a. Dependent Variable: MINAT PENGGUNAAN *E-WALLET SHOPEEPAY*

Sumber : Data primer diolah, 2025

Hasil uji autokorelasi menunjukkan nilai *tolerance* variabel X1 (persepsi kemudahan) = 0,744, X2 (kepercayaan) = 0,592 dan X3 (keamanan) = 0,611 > 0,10 dan nilai VIF variabel X1 (persepsi kemudahan) = 1,343, X2 (kepercayaan) = 1,689 dan X3 (keamanan) = 1,637 < 10. Hal ini menunjukkan tidak terjadi multikolinearitas atau model regresi tersebut lolos uji multikolinearitas.

**Hasil uji Autokorelasi**

Tabel 8. Hasil uji Autokorelasi

Runs Test	
	Unstandardized Residual
Test Value <sup>a</sup>	-0,21894
Cases < Test Value	46
Cases >= Test Value	50
Total Cases	96
Number of Runs	48
Z	-0,188
Asymp. Sig. (2-tailed)	0,851
a. Median	

Sumber : Data primer diolah, 2025

Hasil uji heteroskedastisitas menunjukkan *p-value* (signifikasi) *Asymp. Sig. (2-tailed)* 0,851 > 0,05 hal ini berarti tidak terjadi autokorelasi (bebas autokorelasi).

**Hasil uji Heteroskedastisitas**

Tabel 9. Hasil uji Heteroskedastisitas

Model	Unstandardized		Standardized	t	Sig.
	Coefficients		Coefficients		
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	5,090	1,092		4,661	0,000
PERSEPSI	-0,072	0,038	-0,213	-1,883	0,063
KEMUDAHAN					
KEPERCAYAAN	-0,031	0,054	-0,072	-0,566	0,573
KEAMANAN	-0,071	0,064	-0,137	-1,096	0,276

a. Dependent Variable: ABRESID

Sumber : Data primer diolah, 2025

Berdasarkan uji normalitas menunjukkan hasil *p-value* (signifikasi) dari variabel X1 (persepsi kemudahan) = 0,063, X2 (kepercayaan) = 0,573 dan X3 (keamanan) = 0,276 > 0,05, ini berarti tidak terjadi Heteroskedastisitas (lolos uji heteroskedastisitas).

**Hasil Analisis Induktif**

**Hasil Analisis Regresi Linier Berganda**

Tabel 10. Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

Model	Unstandardized		Standardized	t	Sig.
	Coefficients		Coefficients		
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	0,702	1,942		0,361	0,719
PERSEPSI	0,439	0,068	0,503	6,447	,000
KEMUDAHAN					
KEPERCAYAAN	0,214	0,096	0,195	2,230	0,028
KEAMANAN	0,300	0,114	0,226	2,621	0,010

a. Dependent Variable: MINAT PENGGUNAAN E-WALLET SHOPEEPAY

Sumber : Data primer diolah, 2025

Tabel di atas diperoleh Persamaan Regresi :

$$Y = 0,702 + 0,439 X1 + 0,214 X2 + 0,300 X3 + e$$

Interpretasi dari persamaan regresi di atas adalah :

a : 0,702 (positif) artinya jika variabel X1 (persepsi kemudahan), X2 (kepercayaan) dan X3 (Keamanan) konstan maka Y (minat penggunaan *e-wallet Shopeepay*) adalah positif.

b1 : 0,439 Persepsi kemudahan berpengaruh positif terhadap minat penggunaan *e-wallet Shopeepay* artinya : jika persepsi kemudahan meningkat maka Y (minat penggunaan *e-wallet Shopeepay*) akan meningkat, dengan asumsi variabel X2 (kepercayaan) dan X3 (Keamanan) konstan/tetap.

b2 : 0,214 Kepercayaan berpengaruh positif terhadap minat penggunaan *e-wallet Shopeepay* artinya: jika kepercayaan meningkat maka Y (minat penggunaan *e-wallet Shopeepay*) akan meningkat, dengan asumsi variabel X1 (persepsi kemudahan) dan X3 (Keamanan) konstan/tetap.

b3 : 0,300 Keamanan berpengaruh positif terhadap minat penggunaan *e-wallet Shopeepay* artinya : jika keamanan meningkat maka Y(minat penggunaan *e-wallet Shopeepay*) akan meningkat, dengan asumsi variabel X1 (persepsi kemudahan) dan X2 (kepercayaan) konstan/tetap.

**Hasil Uji t**

Tabel 11. Hasil Uji t

Model	Coefficients <sup>a</sup>				
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	0,702	1,942		0,361	0,719
PERSEPSI KEMUDAHAN	0,439	0,068	0,503	6,447	0,000
KEPERCAYAAN	0,214	0,096	0,195	2,230	0,028
KEAMANAN	0,300	0,114	0,226	2,621	0,010

a. Dependent Variable: MINAT PENGGUNAAN E- WALLET SHOPEEPAY

Sumber : Data Primer yang diolah, 2025

Berdasarkan tabel diatas diperoleh uji t sebagai berikut :

- 1) Diperoleh nilai *p-value* (signifikansi) = 0,000 < 0,05 maka H0 ditolak dan Ha diterima artinya persepsi kemudahan berpengaruh signifikan terhadap minat penggunaan *e-wallet Shopeepay*. Hipotesis 1 yang menyatakan bahwa persepsi kemudahan berpengaruh signifikan terhadap minat penggunaan *e-wallet Shopeepay* pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Slamet Riyadi Surakarta terbukti kebenarannya.
- 2) Diperoleh nilai *p-value* (signifikansi) = 0,028 < 0,05 maka H0 ditolak dan Ha diterima artinya kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap minat penggunaan *e-wallet Shopeepay*. Hipotesis 2 yang menyatakan bahwa kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap minat penggunaan *e-wallet Shopeepay* pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Slamet Riyadi Surakarta terbukti kebenarannya.
- 3) Diperoleh nilai *p-value* (signifikansi) = 0,010 < 0,05 maka H0 ditolak dan Ha diterima artinya keamanan berpengaruh signifikan terhadap minat penggunaan *e-wallet Shopeepay*. Hipotesis 3 yang menyatakan bahwa keamanan berpengaruh signifikan terhadap minat penggunaan *e-wallet Shopeepay* pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Slamet Riyadi Surakarta terbukti kebenarannya.

**Hasil Uji F**

Tabel 12. Hasil Uji F

ANOVA <sup>a</sup>						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	345,951	3	115,317	43,047	0,000 <sup>b</sup>
	Residual	246,455	92	2,679		
	Total	592,406	95			

a. Dependent Variable: MINAT PENGGUNAAN E-WALLET SHOPEEPAY

b. Predictors: (Constant), PERSEPSI KEMUDAHAN, KEPERCAYAAN, KEAMANAN

Sumber : Data primer diolah, 2025

Berdasarkan hasil perhitungan tabel ANOVA menunjukkan bahwa model regresi ini memiliki nilai F hitung 43,047 dengan nilai signifikansi (*p. value*) sebesar 0,000 < 0,05, maka Ho ditolak dan Ha diterima, artinya model regresi yang digunakan tepat untuk memprediksi pengaruh variabel bebas X1 (persepsi kemudahan), X2 (kepercayaan) dan X3 (keamanan) terhadap variabel terikat yaitu minat penggunaan *e-wallet Shopeepay* (Y).

**Hasil Uji Koefisien Determinasi (R<sup>2</sup>)**

Tabel 13. Hasil Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

<b>Model Summary</b>				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	0,764 <sup>a</sup>	0,584	0,570	1,637
a. Predictors: (Constant), PERSEPSI KEMUDAHAN, KEPERCAYAAN, KEAMANAN				
b. Dependent Variable: MINAT PENGGUNAAN <i>E-WALLET SHOPEEPAY</i>				

Sumber : Data primer diolah, 2025

Hasil menunjukkan bahwa koefisien determinasi (adjusted  $R^2$ ) untuk model ini adalah sebesar 0,570, artinya besarnya sumbangan pengaruh independen  $X_1$  (persepsi kemudahan),  $X_2$  (kepercayaan) dan  $X_3$  (Keamanan) terhadap  $Y$  (minat penggunaan *e-wallet Shopeepay*) sebesar 57 %. Sisanya (100%- 57 %) = 43 % diterangkan oleh variabel lain diluar model misalnya persepsi resiko, literasi keuangan, dan perubahan gaya hidup.

**Kesimpulan**

Berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan pada skripsi ini, berikut adalah kesimpulan yang dapat diambil:

1. Persepsi Kemudahan

Berdasarkan uji t, persepsi kemudahan berpengaruh signifikan terhadap minat penggunaan *e-wallet Shopeepay* pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Slamet Riyadi Surakarta. Oleh karena itu  $H_1$  yang menyatakan adanya pengaruh signifikansi terbukti kebenarannya.

2. Kepercayaan

Berdasarkan uji t, kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap minat penggunaan *e-wallet Shopeepay* pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Slamet Riyadi Surakarta. Oleh karena itu  $H_2$  yang menyatakan adanya pengaruh signifikansi terbukti kebenarannya.

3. Keamanan

Berdasarkan uji t, keamanan berpengaruh signifikan terhadap minat penggunaan *e-wallet Shopeepay* pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Slamet Riyadi Surakarta. Oleh karena itu  $H_3$  yang menyatakan adanya pengaruh signifikansi terbukti kebenarannya.

**Saran**

Saran yang dapat peneliti berikan dalam penelitian sebagai berikut:

1. Bagi Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Slamet Riyadi Surakarta

- a. Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Slamet Riyadi Surakarta sebaiknya lebih meningkatkan manfaat layanan *e-wallet Shopeepay* secara bijak. Kepraktisan yang ditawarkan *Shopeepay* hendaknya tidak menjadikan pengguna abai terhadap manajemen keuangan pribadi.
- b. Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Slamet Riyadi Surakarta sebaiknya lebih meningkatkan literasi digital tentang potensi ancaman keamanan digital dalam menggunakan layanan keuangan berbasis teknologi seperti *Shopeepay*.
- c. Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Slamet Riyadi Surakarta sebaiknya lebih meningkatkan kewaspadaan dalam berbagi informasi pribadi saat menggunakan layanan digital, pemahaman mengenai pentingnya perlindungan data pribadi serta kesadaran untuk menjaga kerahasiaan akun seperti PIN perlu ditingkatkan guna mencegah potensi penyalahgunaan.
- d. Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Slamet Riyadi Surakarta sebaiknya lebih meningkatkan konsistensi penggunaan layanan *e-wallet Shopeepay* dengan diiringi dengan kesadaran akan pengelolaan keuangan pribadi yang baik.

2. Bagi peneliti selanjutnya

Peneliti selanjutnya sebaiknya melakukan peneliti dengan menambahkan variabel lain yang mungkin mempengaruhi minat penggunaan *e-wallet*, seperti risiko, literasi keuangan, fitur

layanan, dan lain sebagainya.

## DAFTAR PUSTAKA

- Anggraeni, Reski dkk. 2023. "The Influence of Convenience and Security On Interest Using E-Wallet Technology Payment System For Generation Z Students." *International Journal of Comparative Accounting and Management Science*, Vol 2, No 3. Hal : 101-107.
- Anonim. 2024. *Pedoman Penyusunan Usulan Penelitian Dan Skripsi Fakultas Ekonomi*
- B. Priyatna, A. Lia Hananto, M. Nova, P. 2020. *Application of UAT (User Acceptance Test) Evaluation Model in Minggon E-Meeting Software Development*. Buana Perjuangan : Karawang.
- Bi.go.id. 2016. "Peraturan Bank Indonesia Nomor 18/40/PBI/2016 tentang Penyelenggaraan Pemrosesan Transaksi Pembayaran." *Bank Indonesia*.
- Caniago, A. 2022. "Analisis Kepercayaan dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan." *Jurnal Lentera Bisnis*, Vol 11, No 3. Hal : 219-231.
- Colquitt, J. A. 2018. *Organizational Behaviour, 4thed, McGraw-Hill Education*. United States of America.
- Darin Rania. 2024. "Survei Dompot Digital Paling Favorit di Indonesia [2024]." *Jubelio Blog*. diakses pada 22 November 2024 (<https://jubelio.com/hasil-survei-dompot-digital-paling-favorit-di-indonesia/>).
- Etty Zuliawati Zed dkk. 2024. "Pengaruh Persepsi Kemudahan , Persepsi Manfaat Dan Promosi Penjualan Terhadap Minat Menggunakan E-Wallet ShopeePay Pada Mahasiswa Universitas Pelita Bangsa." *YUME : Journal of Management* 7(2):735-754.
- Eva Yuniarti Utami, Eka Hendrayani, Elly Yuniar Nitawati, Luthfi Nuraini, Rieneke Ryke Kalalo. 2024. "Eksplorasi Penggunaan E-Wallet ShopeePay Pada Mahasiswa Di Indonesia." *Edunimika*, Vol 08, No 02. Hal : 1-13.
- Firmansyah, M. A. 2018. *Perilaku Konsumen (Sikap dan Pemasaran)*. Budi Utama, Yogyakarta.
- German Ruiz-Herrera, L., Valencia-Arias, A., Gallegos, A., Benjumea-Arias, M., &, dan E. Flores-Siapo. 2023. "Technology acceptance factors of e-commerce among young people: An integration of the technology acceptance model and theory of planned behavior." *Heliyon* Vol 9, No 6.
- Ghozali, Imam. 2018. *Aplikasi Analisis Multivariete denan Program IBM SPSS 25*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro : Semarang.
- Jogiyanto. 2015. *Metodologi Penelitian Bisnis Salah Kaprah dan Pengalaman-pengalaman*. Yogyakarta.BPFE.
- Jogiyanto. 2019. *Sistem Informasi Keperilakuan*. Yogyakarta: Erlangga. Kariyanto. 2018. *Manajemen Keuangan Konsep & Impelementasi*. Jawa Timur : UB Press.
- Kotler, Philip, dan Kevin Lane Keller. 2016. *Marketing Managemen, 15 th Edition*. Pearson Education, Inc.
- Kotler, Philip. 2016. *Prinsip-Prinsip Pemasaran Jilid 1*. Jakarta: Erlangga.
- Mochamad Fawzi, Endah Sulistyowati. 2022. "Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Risiko, Kepercayaan Dan Efisien Terhadap Minat E-Wallet Saat Covid-19." *Jurnal Ilmu Dan Riset Akuntansi*, Vol 11, No 9. Hal : 1-23.
- Rositasari, Salma. 2022. "Penggunaan Pembayaran Non-Tunai (Cashless Payment) Berbasis Kartu dan Digital di Indonesia." *Jurnal Ekonomi: Journal of Economic*, Vol 13, No 2. Hal :163-169.
- Sari, Wawan Devis Wahyu dan Dewi Wulan. 2024. "Pengaruh Persepsi Kemudahan , Manfaat dan Keamanan Terhadap Minat Penggunaan E- Wallet Dana Pada Masyarakat Sungai Betung." *Journal Of Social Science Research*, Vol 4, No 4. Hal : 5784-5798.

- Sri Rahayu Puspita Sari, dan Anisah. 2022. "Pengaruh Kemanfaatan, Kemudahan, Keamanan Dan Kepercayaan Terhadap Minat Menggunakan E-Wallet Gopay." *Jurnal Akuntansi dan Manajemen Bisnis*, Vol 2, No 2. Hal : 16- 24.
- Tri Kartika Pertiwi, Eko Purwanto, Irma Dwi Kusuma, Sinta Dewi, Lelli Kisdayanti. 2022. "Impact of Perceived Benefits, Security, and Privacy on Interest in Using E-Wallet in Millennial Generation." *International Journal of Multidisciplinary Research and Analysis*, Vol 5, No 5. Hal : 1051-1057.
- Walgito. 2015. *Pengantar Psikolog Umum*. Yogyakarta. Penerbit ANDI.
- Wendy Suhendry. 2021. "Minat Penggunaan E-Wallet DANA di Kota Pontianak." *Jurnal Ekonomi Manajemen*, Vol 7, No 1:47-56.
- Xaveiryus, Lowinta Widyadari, dan Apriyanti. 2023. "Pengaruh Persepsi Kemudahan, Persepsi Manfaat, Persepsi Keamanan dan Kepercayaan Terhadap Minat Menggunakan E-Wallet GoPay di Madiun." *SIMBA: Seminar Inovasi Manajemen Bisnis dan Akuntansi*, Vol 5, No 1. Hal : 1771- 2686.