

Analisis pengaruh faktor persepsi terhadap minat penggunaan e-wallet shopeepay

Sekar Ayu Kinanti, Imam Mukhlis*

Universitas Negeri Malang, Jl. Semarang No. 5 Malang, Jawa Timur, Indonesia

*Penulis korespondensi, Surel: imam.mukhlis.fe@um.ac.id

Paper received: 3-1-2022; revised: 18-1-2022; accepted: 24-1-2022

Abstract

This research aims to examine the influence or effect of perceived convenience, perceived usefulness and perceived risk on interest in using shopeepay e-wallet. Primary data used in this research with questionnaires distributed to students of the Faculty of Economics and Business, State University of Malang. This research conducted applying quantitative research with a Likert scale of 1 to 5 and 120 respondents. As for the use of analysis in the research, namely the use of multiple linear regression methods with the OLS model and processed with Eviews 10 software to determine the relationship between variables, then there is also a classical assumption test analysis and descriptive analysis in the study. This study intends to see how students' perceptions are related to the use of digital money or electronic money, namely shopeepay considering that there is currently a pandemic in Indonesia. The results of this research are perceived convenience, perceived usefulness and perceived risk have a significant and positive effect simultaneously on interest in using shopeepay e-wallet, while the partial results show that perceived convenience has no influence or effect on interest in using shopeepay e-wallet, while perceptions of usefulness and perceived risk have a significant and positive effect. and partially significant to the interest in using shopeepay e-wallet.

Keywords: e-wallet; shopeepay; perceived

Abstrak

Penelitian ini memiliki tujuan melihat pengaruh dari persepsi kemudahan, persepsi kebermanfaatan dan persepsi risiko terhadap minat penggunaan e-wallet shopeepay. Pada penelitian ini digunakan data primer berupa kuesioner yang dibagikan pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Negeri Malang. Penelitian kuantitatif diterapkan dengan skala likert 1 sampai 5 dan responden sebanyak 120 responden. Adapun penggunaan analisis pada penelitian yakni penggunaan metode regresi linier berganda dengan model OLS serta diolah dengan software eviews 10 untuk mengetahui hubungan antar variabel, kemudian juga terdapat analisis uji asumsi klasik serta analisis secara deskriptif dalam penelitian. Penelitian ini bermaksud untuk melihat bagaimana persepsi mahasiswa terkait dengan penggunaan uang digital atau uang elektronik yakni shopeepay mengingat saat ini terjadi pandemi di Indonesia. Hasil penelitian ini persepsi kemudahan, persepsi kebermanfaatan dan persepsi risiko mempunyai pengaruh positif dan signifikan secara simultan terhadap minat penggunaan e-wallet shopeepay, adapun hasil secara parsial bahwa persepsi kemudahan tidak terdapat pengaruh terhadap minat penggunaan e-wallet shopeepay, sedangkan persepsi kebermanfaatan dan persepsi risiko mempunyai pengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap minat penggunaan e-wallet shopeepay.

Kata kunci: e-wallet; shopeepay; persepsi

1. Pendahuluan

Pada saat ini zaman sudah mengalami berbagai perkembangan salah satunya perkembangan teknologi. Perkembangan teknologi bisa kita lihat sejak tahun 1760, dimana saat tahun tersebut muncul istilah revolusi industri. Revolusi industri merupakan masa dimana pekerjaan seorang manusia dialihkan dengan menggunakan mesin. Revolusi kian berkembang hingga masa sekarang berada pada tahap revolusi industri 4.0, istilah-istilah

tersebut menandakan bahwa teknologi mengalami peningkatan dari periode awal ke periode berikutnya. Munculnya perkembangan teknologi hingga menghadirkan adanya smartphone dan internet, munculnya teknologi tersebut dimanfaatkan oleh bisnis *e-commerce* dengan mengeluarkan transformasi uang berupa uang digital atau uang elektronik. Uang elektronik atau uang digital memiliki arti yakni alat pembayaran yang jumlah nilai uangnya disetorkan dulu kepada penerbit dan setelahnya disimpan pada media (elektronik) menggunakan chip (Juhro et al., 2020), Secara ringkasnya uang elektronik didapatkan dengan cara memberikan sejumlah uang kepada penerbit (Purba et al., 2020).

Uang elektronik dapat diklasifikasikan kedalam 2 jenis yakni uang elektronik dengan basis chip dan uang elektronik dengan basis server. Uang elektronik dengan basis chip diartikan sebagai uang elektronik atau uang digital yang nilai uangnya disimpan dalam chip dengan identitas pada jenis uang tersebut berupa nomor pada kartu, sedangkan uang elektronik dengan basis server merupakan uang elektronik atau uang digital yang nilai uangnya ada di server dan identitas pada jenis uang tersebut adalah email, nomor ponsel ataupun jenis identitas yang lain (Indonesia, 2014). Perkembangan uang elektronik di Indonesia kian pesat, salah satunya uang elektronik atau uang digital dengan basis server. Saat ini uang elektronik dengan basis server makin beragam jenisnya hingga makin meningkat dari segi penggunaannya. Peningkatan penggunaan uang elektronik berbasis server didukung adanya pandemic covid-19 di Indonesia yang membuat masyarakat mengurangi penggunaan uang tunai secara langsung dengan tujuan untuk menghindari penularan virus corona, sehingga jumlah penggunaannya terus meningkat. Adapun riset oleh snapchat 2021 terkait dengan data pemakaian uang elektronik dengan basis server dapat dijelaskan pada Tabel 1.

Tabel 1. Transaksi Uang Elektronik

No	Uang elektronik berbasis server	Volume Transaksi
1.	Shopeepay	68%
2.	OVO	56%
3.	Gopay	56%
4.	Dana	42%
5.	Link Aja	19%

Sumber: Katadata.co.id

Berdasarkan tabel yang ada dapat disimpulkan yakni shopeepay merupakan uang elektronik berbasis server dengan volume transaksi tertinggi di Indonesia yang kemudian diikuti dengan Ovo, Gopay, Dana dan Link Aja. Berbagai jenis uang elektronik berbasis server di Indonesia tentunya menawarkan berbagai hal kepada penggunaannya antara lain kemudahan penggunaan dan kebermanfaatannya, namun adanya penggunaan uang elektronik ini juga tidak lepas dari berbagai risiko yang ada. Persepsi kemudahan atau biasa dikenal dengan *Ease of Use* memiliki pengertian yaitu tingkat kepercayaan manusia atau orang dalam menggunakan sebuah teknologi informasi yang membekas dari suatu usaha. Adapun beberapa variabel persepsi kemudahan menurut (Adhiputra, 2015) yakni: (1). Dapat mengontrol Pekerjaan. (2) Mudah dipelajari dan dimengerti. (3). Mudah dikuasai dan mudah digunakan. (4). Fleksibel. Terdapat beberapa indikator yang dikemukakan oleh menurut Venkatesh & Davis (2000) yakni: (1). dalam penggunaan teknologi tidak membutuhkan banyak tenaga atau usaha dalam mengoperasikannya. (2). Teknologi mudah untuk dijalankan. (3). Teknologi mudah digunakan yang dimana sesuai dengan apa yang ingin pengguna kerjakan. (4). Teknologi mudah dimengerti dan jelas.

Adapun pengertian Persepsi kebermanfaatan yakni seberapa besar percaya bahwa dalam penggunaan teknologi yang digunakan oleh orang tersebut mampu meningkatkan kinerja dalam penggunaan orang tersebut (Hartono, 2008). Adapun variabel kebermanfaatan menurut Adhiputra (2015) yakni: (1). Pekerjaan menjadi lebih cepat. (2). Meningkatkan Produktivitas. (3). lebih efektif (4). Bermanfaat. (5). meningkatkan kinerja pekerjaan. Adanya persepsi kebermanfaatan ini memiliki kaitan antara efektivitas dan produktivitas suatu sistem yang ada dari manfaat yang dimiliki pada tugas secara keseluruhan (Saripah et al., 2016). Dalam hal ini persepsi kebermanfaatan yakni seberapa besar manfaat yang ditimbulkan pada penggunaan pembayaran melalui Shopeepay dalam menggunakan aplikasi tersebut.

Persepsi risiko dapat dijelaskan sebagai ketidakjelasan yang dialami oleh konsumen ketika konsumen tidak mampu memperkirakan akibat pada saat memutuskan pembelian, dalam hal ini terdapat dua poin dalam persepsi risiko yakni ketidakpastian dan konsekuensi (Melisa et al., 2017). Adapun beberapa indikator dalam mengukur persepsi risiko menurut Arofa (2016) yaitu (1). Harga. (2). Kenyamanan. (3). Waktu. (4). Kualitas Produk. (5). Informasi Pribadi.

Minat penggunaan teknologi yakni suatu hal yang menunjukkan keputusan seseorang untuk menggunakan ataupun tidak suatu teknologi dalam melakukan atau menyelesaikan tugasnya (Amijaya & Rahardjo, 2010). Terdapat indikator minat penggunaan menurut Pratiwi & Indriani (2017) yaitu: (1). akan merekomendasikan. (2). akan terus menggunakan. (3). akan bertransaksi

Dalam hasil penelitian oleh Nabila et al. (2018) mengungkapkan bahwa ada berbagai hal yang mendorong pemakaian uang elektronik, namun setelah dilakukan penelitian terhadap responden, faktor utama yang mempengaruhi penggunaan uang elektronik adalah persepsi kemudahan atau ease of use, dalam hal ini kemudahan dalam penggunaan uang elektronik mengacu pada mudahnya akses pada pengisian saldo layanan yang dapat dilakukan di berbagai gerai ritel, sehingga hal tersebut memudahkan konsumen sekaligus mempengaruhi minat penggunaannya. Adapun penelitian yang dilakukan oleh Kustono et al. (2020) diketahui bahwa adanya persepsi kebermanfaatan atau usefulness mempengaruhi minat penggunaan uang elektronik, hal tersebut diakibatkan ketika pengguna merasa mahir dan merasa mudah dalam menggunakan aplikasi, maka orang tersebut dapat mengambil manfaat dari penggunaan aplikasi dan memutuskan untuk terus menggunakannya. Penelitian tersebut juga didukung oleh Aji et al. (2020) adanya persepsi risiko memiliki pengaruh akan minat penggunaan uang digital atau uang elektronik, hal ini dikarenakan saat ini terjadi adanya pandemi covid 19 yang menyebabkan mudahnya tertular virus corona melalui berbagai hal salah satunya melalui media uang tunai, maka dari itu minat penggunaan uang elektronik meningkat. Dari ketiga penelitian tersebut penelitian ini bertujuan untuk mengisi kesenjangan pada penelitian terdahulu. Pada penelitian ini dilakukan cakupan variabel yang lebih luas dimana menjadikan ketiga variabel dalam penelitian sebelumnya atau terdahulu pada penelitian ini, kemudian pada penelitian terdahulu terfokus pada lingkup secara luas yakni Negara Indonesia dan Malaysia, sedangkan pada penelitian ini lebih terfokus pada generasi milenial terutama mahasiswa.

Shopee sendiri adalah e-commerce yang ada di Indonesia yang dimana terdapat jumlah pengunjung web tahunan cukup tinggi yakni sebesar 127.000.000, saat ini Shopeepay banyak digunakan untuk pembayaran di berbagai ritel, Sekaligus berdasarkan data yang ada

shopeepay menempati urutan pertama dengan kategori volume transaksi terbesar pada uang elektronik. volume transaksi yang tinggi pada shopeepay disebabkan oleh berbagai hal seperti kemudahan dalam segi top-up saldo dan kemudahan dalam penggunaannya, selain itu penggunaan uang elektronik shopeepay juga dapat dilakukan di berbagai toko sehingga memudahkan pengguna sekaligus memberikan manfaat bagi pengguna, pada penggunaan shopeepay pun tidak memiliki risiko yang tinggi akan keamanan data dan uang pengguna, sehingga menyebabkan minat penggunaan uang elektronik shopeepay cukup tinggi pada masyarakat yang terbukti pada tingginya tingkat volume transaksi shopeepay di Indonesia. Menurut latar belakang yang ada, peneliti memiliki ketertarikan untuk melakukan penelitian yang berjudul "**Analisis Pengaruh Faktor Persepsi Terhadap Minat Penggunaan E-Wallet Shopee**". Perlu diadakan penelitian terkait dengan Shopee agar mengetahui persepsi masyarakat terkait dengan kemudahan, kebermanfaatan dan terutama risiko Shopee agar lebih memahami sekaligus memperbaiki sistem untuk menghindarkan dari berbagai risiko yang ada. Adanya penelitian ini diharapkan mampu menjadi pertimbangan pihak Shopee dalam menerapkan kebijakan serta meningkatkan sistem agar kebermanfaatannya dapat lebih dirasakan oleh pengguna Shopee sehingga akan meningkatkan penggunaan uang elektronik dan berdampak pada pertumbuhan perekonomian.

2. Metode

2.2. Jenis Penelitian

Jenis penelitian kuantitatif deskriptif diterapkan pada penelitian yang dilakukan dimana menjelaskan data yang bersifat numeric atau terdiri dari angka-angka yang kemudian mendeskripsikan data tersebut. Pada penelitian ini menggunakan Jenis data primer, dengan variabel independen persepsi kemudahan (X1), persepsi Kebermanfaatan (X2), dan Persepsi Risiko (X3) dan variabel dependen minat penggunaan shopeepay (Y).

2.3. Waktu dan Tempat penelitian

2.3.1. Waktu Penelitian

Penggunaan waktu terhitung mulai 1 Desember 2021 dengan kurun waktu kurang dari 1 (satu) bulan, 7 hari pengumpulan data dan 10 hari melakukan olah data terkait dengan penyajian dalam bentuk artikel serta adanya proses bimbingan

2.3.2. Tempat Penelitian

Pada penelitian ini, peneliti melakukan penelitian dengan kuesioner yang dimana berlokasi di Malang dengan menggunakan *Google Form* dan ditujukan kepada narasumber yakni mahasiswa fakultas ekonomi dan bisnis Universitas Negeri Malang

2.4. Target atau Sasaran Penelitian

Pada penelitian ini yang dijadikan sasaran penelitian yaitu mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Negeri Malang

2.5. Subjek Penelitian

Subjek yang digunakan pada penelitian yaitu mahasiswa fakultas ekonomi dan bisnis universitas negeri Malang. Dalam mengambil sampel pada penelitian digunakan teknik purposive sampling yang dimana adalah teknik sampel yang dalam pengambilannya memiliki tujuan tertentu. Adapun ciri-ciri atau kriteria subjek penelitian yakni sebagai berikut:

1. Mahasiswa menggunakan uang elektronik atau e-wallet shopeepay
2. Mahasiswa fakultas ekonomi dan bisnis Universitas Negeri Malang
3. Mahasiswa aktif di Universitas Negeri Malang

Berdasarkan Roscoe dalam D. Sugiyono (2013) dalam pengambilan jumlah sampel terdapat skala sampel yang ditentukan yakni lebih dari 30 dan kurang dari 500. Ukuran pengambilan sampel yang baik adalah beberapa kali lebih banyak dibandingkan variabel dalam penelitian yang pada umumnya 10 kali lebih besar atau lebih. Berdasarkan pernyataan yang ada maka ditetapkan sampel minimal yakni 40 sampel yang dimana terdiri 4 variabel (1 variabel dependen serta 3 variabel independen) dikalikan 10, namun karena banyaknya mahasiswa fakultas ekonomi dan bisnis maka peneliti membagikan kuesioner sebanyak 120 kuesioner.

2.6. Instrumen penelitian

Instrumen yang diterapkan pada penelitian ini yakni menggunakan kuesioner dengan skala likert, dengan pemberian skor sebagai berikut menurut Sugiyono (2012):

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

2.7. Teknik analisis data

Teknik analisis yang dikenakan pada penelitian menggunakan software eviews 10, yang dimana menggunakan beberapa teknik analisis data antara lain:

2.7.1. Regresi Linier Berganda

Teknik analisis data ini mempunyai tujuan melihat pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen, yakni pengaruh persepsi kemudahan, persepsi kebermanfaatan dan persepsi risiko terhadap minat penggunaan e-wallet shopeepay. Adapun persamaan regresi pada penelitian ini menurut Ghozali (2016):

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \epsilon_i$$

Yang dimana:

- Y = Minat Penggunaan E-wallet shopeepay/variabel dependen ϵ = Error
A = konstanta
 β_1 - β_4 = koefisien regresi variabel independen
 X_1 = Persepsi Kemudahan/variabel independen
 X_2 = persepsi kebermanfaatan/variabel independen
 X_3 = persepsi risiko/variabel independen

2.7.2. Uji Validitas dan Reliabilitas

Uji validitas mempunyai tujuan melihat kelayakan dari masing-masing pertanyaan yakni terkait dengan ketepatan dan kecermatan, sedangkan uji reliabilitas bertujuan melihat kestabilan narasumber dalam hal menjawab butiran pertanyaan dalam penelitian (Utama, 2007). Pada uji validitas data dinyatakan valid apabila $R_{\text{hasil}} > R_{\text{tabel}}$. Uji reliabilitas data disimpulkan terbukti ketika nilai cronbach alpha > 0.6 dan memiliki nilai signifikansi kurang dari 5%.

2.7.3. Uji Asumsi Klasik

2.7.3.1. Uji Multikolinieritas

Uji Multikolinieritas mempunyai tujuan melihat model regresi yang dikenakan pada penelitian terdapat hubungan atau korelasi yang kuat antara variabel independen atau tidak (Daulay, 2020). Uji multikolinieritas pada penelitian menggunakan korelasi parsial yang apabila nilainya kurang dari angka 0,8-1,0 maka terbebas dari multikolinieritas begitupun sebaliknya (Saputra, 2021).

2.7.3.2. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas yakni uji yang mempunyai tujuan melihat perbedaan varian dari residual terkait model regresi linier (Muhammad & Lukman, 2018). Uji pada penelitian ini menggunakan metode park dimana ketika nilai probabilitasnya lebih dari angka 0,05 atau 5% disimpulkan bersifat homoskedastisitas atau tidak ada heteroskedastisitas.

2.7.3.3. Uji Normalitas

Uji normalitas memiliki tujuan melihat sebaran data pada penelitian bersifat normal/mendekati normal atau tidak. Dalam pengujiannya dikatakan terdistribusi normal atau signifikan ketika nilai kolmogorov sminov lebih dari 0,05 (Ghozali, 2016).

2.7.4. Uji Hipotesis (Uji T dan Uji F)

Uji hipotesis dengan menggunakan Uji T dilakukan untuk melihat bagaimana pengaruh dari masing-masing variabel independen yang ada pada penelitian terhadap variabel dependen (widjarjono, 2010). Sedangkan uji hipotesis Uji F bertujuan mengetahui secara simultan pengaruh dari variabel independen terhadap variabel dependen (Kuncoro, 2009).

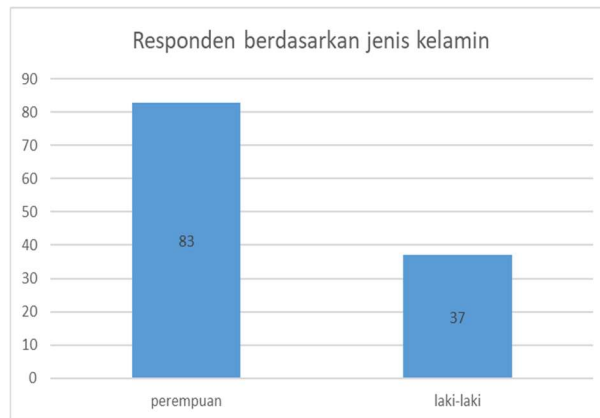
2.7.5. R-Squared

Nilai r-square bertujuan mengetahui sumbangan variabel independen terhadap variabel dependen (Migun et al., 2021).

3. Hasil dan Pembahasan

3.1. Gambaran dan Objek Penelitian

Responden penelitian ini yakni mahasiswa atau mahasiswi pada fakultas ekonomi dan bisnis Universitas Negeri Malang. Berdasarkan survey dengan memakai google formulir (kuesioner) karakteristik responden didasarkan menurut kelompoknya yakni jenis kelamin, jurusan serta intensitas penggunaannya. Adapun rincian gambaran responden pada Grafik 1.



Grafik 1. Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Pada Grafik 1. di atas yakni ciri-ciri responden berdasarkan jenis kelaminnya yang mendominasi adalah jenis kelamin wanita sebanyak 83 responden dengan persentase sebesar 69,17%.



Grafik 2. Responden berdasarkan jurusan

Pada Grafik 2. di atas merupakan karakteristik responden berdasarkan jurusannya didominasi oleh jurusan ekonomi pembangunan sebanyak 56 responden dengan persentase sebesar 46%



Grafik 3. Responden berdasarkan intensitas penggunaan

Pada Grafik 3. di atas merupakan karakteristik responden berdasarkan intensitas penggunaannya didominasi oleh responden dengan intensitas penggunaan lebih dari 10 kali dengan total responden sebesar 59 responden dan persentase sebesar 49%.

3.2. Uji Instrumen (Uji Validitas dan Uji Reliabilitas)

3.2.1. Uji Validitas

Berdasarkan perhitungan dari uji validitas didapatkan nilai r tabel sebesar 0,1779 yang dimana ketika r hitung $>$ r tabel bermakna adanya variabel pada penelitian bersifat valid, begitupun sebaliknya ketika r hitung $<$ r tabel bermakna adanya variabel pada penelitian bersifat tidak valid. Pada penelitian ini diperoleh hasil uji validitas r hitung sebagai berikut:

1. Minat Penggunaan: 0.787, 0.796, 0.722, 0.755, 0.835
2. Persepsi Kemudahan: 0.722, 0.803, 0.818, 0.783, 0.836
3. Persepsi Kebermanfaatan: 0.724, 0.738, 0.730, 0.799, 0.731
4. Persepsi Risiko: 0.769, 0.784, 0.811, 0.805, 0.828

Dari hasil r hitung tersebut dapat disimpulkan bahwa nilai r hitung $>$ r tabel sehingga variabel pada penelitian dikatakan valid.

3.2.2. Uji Reliabilitas

Menurut perhitungan dari uji reliabilitas kriteria nunally sebesar 0,6 yang dimana ketika kriteria nunally $>$ Cronbach Alpha dikatakan bahwa variabel pada penelitian bersifat tidak Reliabel, begitupun sebaliknya kriteria nunally $<$ Cronbach Alpha dikatakan bahwa variabel pada penelitian bersifat Reliabel. Pada penelitian ini didapatkan hasil uji reliabilitas sebagai berikut:

1. Minat Penggunaan: 0.838
2. Persepsi Kemudahan: 0.850
3. Persepsi Kebermanfaatan: 0.787
4. Persepsi Risiko: 0.855

Dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa kriteria nunally $<$ Cronbach Alpha sehingga variabel pada penelitian bersifat Reliabel.

3.3. Uji Asumsi Klasik

3.3.1. Uji Multikolinieritas

Tabel 2. Hasil Uji Multikolinieritas

	Persepsi kemudahan	Persepsi Kebermanfaatan	Persepsi risiko
Persepsi Kemudahan	1.000000	0.717166	0.595355
Persepsi Kebermanfaatan	0.717166	1.000000	0.623517
Persepsi Risiko	0.595355	0.623517	1.000000

Menurut Tabel 2 diatas yakni hasil uji multikolinieritas digunakan uji asumsi dengan cara korelasi parsial antar variabel independen koefisien yang didapatkan rendah atau nilainya kurang dari 0.8-1.00, sehingga dapat ditarik kesimpulan uji multikolinieritas pada penelitian kali ini tidak ditemukan adanya multikolinieritas

3.3.2. Uji Heteroskedastisitas

Tabel 3. Hasil Uji Heteroskedastisitas

Variabel independen	T-statistik	Probabilitas
Persepsi Kemudahan	0.073053	0.9419
Persepsi Kebermanfaatan	-2.734401	0.0072
Persepsi Risiko	0.410717	0.6820

Menurut hasil uji heteroskedastisitas pada Tabel 3. dapat diambil kesimpulan dari hasil pengujian tersebut diketahui koefisien parameter pada variabel independen (persepsi kemudahan, persepsi kebermanfaatan, dan persepsi risiko) terdapat dua variabel bersifat tidak signifikan berdasarkan Uji T dan nilai Probabilitasnya, sehingga dapat dikatakan bahwa tidak adanya heteroskedastisitas atau berarti homoskedastisitas.

3.3.3. Uji Normalitas

Menurut perhitungan uji normalitas yang dilakukan menggunakan software eviews dapat dilihat bahwa nilai probabilitas adalah 0,100878 yang dimana memiliki arti lebih besar dibandingkan dengan $\alpha = 5\%$ (0,05), sehingga bisa ditarik pengertian bahwa pada model ini sebaran data pada penelitian adalah **Normal**.

3.4. Regresi Linier Berganda

3.4.1. Hasil Uji Simultan (Uji F)

Pada menganalisis pengaruh Persepsi kemudahan (X1,) persepsi kebermanfaatan (X2), dan persepsi risiko (X3) terhadap Minat penggunaan E-Wallet Shopeepay (Y) menggunakan metode Ordinary Least Squares (OLS) dengan software aplikasi eviews 10. Adapun Hasil Uji Simultan (F), dilakukan dengan melakukan perbandingan nilai F tabel serta f hitung yang diperoleh sebagai berikut:

Jumlah observasi, n = 120

Jumlah parameter, k = 3

Nilai f tabel, Dengan $\alpha = 5\%$ dan df numerator = k = 3 serta denominator = n - k - 1 = 116, maka diperoleh f tabel sebesar **2,68**

Maka keputusannya pada Tabel 4.

Tabel 4. Hasil Uji Simultan (Uji F)

R-Squared	F hitung	F tabel	Keputusan	Prob	Keterangan
0,6096	60,38147	2,68	H0 ditolak atau Ha diterima	0,00000	Signifikan

Hasil tersebut menunjukkan perhitungan Uji F atau simultan, jumlah observasi sebanyak 120 yang dimana hal tersebut berarti terdapat 120 sampel atau 120 responden dalam penelitian. Pada tabel diatas diperoleh probabilitas sebesar 0.0000 dimana hasil tersebut dibawah taraf signifikansi yang ditetapkan oleh penulis yaitu sebesar 5% (0,05) Sehingga keseluruhan variabel independen yaitu Persepsi Kemudahan (X1), Persepsi Kebermanfaatan (X2), dan Persepsi Risiko (X3) mempunyai pengaruh secara signifikan terhadap Minat penggunaan E-Wallet Shopeepay (Y) secara simultan.

Pada Tabel 4. diatas juga terdapat kolom R-squared merupakan Koefisien Determinasi Ganda yang memiliki tujuan untuk melihat besarnya pengaruh Persepsi Kemudahan (X1) Persepsi Kebermanfaatan (X2), dan Persepsi Risiko (X3) terhadap Minat penggunaan E-Wallet Shopeepay (Y) secara simultan. Pada hasil tersebut tercantum sebesar 0.6096, yang dimana hal tersebut dapat diartikan sebagai variabel yang dipakai dalam penelitian berpengaruh sebesar adalah 60.96%. sedangkan 39,04% (100% - 60,96%) disebabkan oleh variabel lain yang tidak tercantum pada penelitian.

3.4.2. Hasil Uji Parsial (Uji T)

Adapun pengujian variabel independen secara parsial atau terhadap variabel dependen yang ada pada penelitian yakni Minat penggunaan E-Wallet Shopeepay. Dalam menguji variabel independen secara parsial digunakan Uji T, Pada Uji T sendiri yakni mengetahui pengaruh Persepsi Kemudahan (X1), Persepsi Kebermanfaatan (X2), dan Persepsi Risiko (X3) terhadap variabel dependennya yakni Minat penggunaan e-wallet Shopeepay (Y). Adapun hasil uji parsial (Uji t) yang telah dikerjakan dengan menggunakan eviws 10 adalah penelitian ini adalah sebagai berikut.

Nilai t tabel dengan degree of freedom (df) = n - k = 120-4 =116 dan $\alpha = 5\%$ adalah sebesar 1,658

Berdasarkan uji regresi linier berganda diperoleh persamaan sebagai berikut:

$$Y = -3,026649 + 0,119150 X_1 + 0,614676 X_2 + 0,338397 X_3 + \epsilon_i$$

Berdasarkan Tabel 5 maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

3.4.2.1. Persepsi Kemudahan

Menurut tabel hasil regresi didapatkan nilai t-hitung yaitu 1,080982 maka hasil t-hitung (1,080982) > t-tabel (1,658), sehingga dapat ditarik kesimpulan yakni hipotesia nol (Ho) diterima dan Hipotesis alternatif (Ha) ditolak. Hasil dari uji t tersebut mengungkapkan adanya persepsi kemudahan tidak terdapat pengaruh terhadap Minat penggunaan e-wallet Shopeepay.

3.4.2.2. Persepsi Kebermanfaatan

Menurut tabel hasil regresi didapatkan nilai t-hitung yaitu 1,080982 maka hasil t-hitung (5,391697) > t-tabel (1,658), sehingga dapat ditarik kesimpulan yakni hipotesis nol (H₀) ditolak dan Hipotesis alternatif (H_a) diterima. Hasil dari uji t tersebut mengungkapkan adanya persepsi kebermanfaatan mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap Minat penggunaan e-wallet shopeepay.

3.4.2.3. Persepsi Risiko

Menurut Tabel 5. hasil regresi didapatkan nilai t-hitung yaitu 1,080982 maka hasil t-hitung (3,931335) > t-tabel (1,658), sehingga dapat ditarik kesimpulan yakni hipotesis nol (H₀) ditolak dan Hipotesis alternatif (H_a) diterima. Hasil dari uji t tersebut mengungkapkan adanya persepsi Risiko mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap Minat penggunaan e-wallet shopeepay.

Tabel 5. Hasil Uji T

Variabel	Koefisien	t hitung	t tabel	Probabilitas	Keputusan	Keterangan
Konstanta	-	-	1,658	0,0831	-	-
Persepsi Kemudahan (X1)	3,026649	1,747986	1,658	0,2819	H ₀ diterima dan menolak H _a	Tidak Signifikan
Persepsi Kebermanfaatan (X2)	0,614676	5,391697	1,658	0,0000	H ₀ ditolak dan menerima H _a	Signifikan
Persepsi Risiko (X3)	0,338397	3,931335	1,658	0,0001	H ₀ ditolak dan menerima H _a	Signifikan

3.5. Analisis Pengaruh Persepsi Kemudahan terhadap minat penggunaan E-Wallet Shopeepay

Kemudahan hal utama untuk penggunaan teknologi, hal ini dikarenakan ketika teknologi tersebut mudah untuk dipahami atau dioperasikan terdapat kecenderungan banyak orang untuk menggunakan teknologi tersebut, selain itu jika teknologi dirasa mudah maka teknologi tersebut dapat digunakan di berbagai kalangan usia sehingga pengguna teknologi juga semakin bertambah banyak. Namun pada penelitian yang dilakukan adanya persepsi kemudahan tidak ditemukan adanya pengaruh terhadap minat penggunaan uang elektronik, hasil tersebut diakibatkan sulitnya memahami aplikasi pada shopeepay, atau pengguna merasa kesulitan dalam mengoperasikannya. Selain itu pada aplikasi shopeepay masih sering terjadi error saat pengaksesan sehingga menyebabkan pengguna merasa kesulitan dalam penggunaannya, error yang terjadi pada aplikasi shopeepay yakni aplikasi yang tiba-tiba lambat saat digunakan atau bahkan aplikasi sering keluar secara tiba-tiba sehingga adanya hal tersebut tidak dapat mengontrol pekerjaan pengguna dan lebih tertarik menggunakan produk lain yang sejenis.

Hasil pada penelitian yang dilakukan sejalan dengan penelitian Parastiti et al. (2015) yang mengungkapkan adanya kemudahan dan efisiensi dari penggunaan uang elektronik tidak membuat konsumen tertarik untuk menggunakannya hal tersebut berarti pengetahuan tentang produk dijadikan pertimbangan terkait penggunaan produk tersebut. Adapun

penelitian oleh Ahmad & Pambudi (2014) yang mengungkapkan adanya persepsi kemudahan tidak memiliki pengaruh terhadap minat ulang menggunakan internet banking, pernyataan itu disebabkan pengguna masih merasa bahwa aplikasi yang ada terkesan sangat sederhana serta tidak tertera informasi secara rinci. Selain itu juga sejalan dengan penelitian oleh Ayu (2012) yang menyatakan bahwa mengungkapkan adanya persepsi kemudahan tidak mempunyai pengaruh terhadap penggunaan layanan banking. Meskipun pada pernyataan tersebut terdapat perbedaan fokus penelitian, namun terdapat persamaan terkait dengan tidak ditemukannya kemudahan pada penggunaan sebuah teknologi keuangan

3.6. Analisis Pengaruh Persepsi Kebermanfaatan terhadap minat penggunaan E-Wallet ShopeePay

Kebermanfaatan merupakan sesuatu yang dicari seorang pengguna teknologi dalam penggunaannya. Hal tersebut menjadikan kebermanfaatan sebagai hal yang harus dipertimbangkan ketika sebuah perasaan akan meluncurkan sebuah teknologi, apakah teknologi yang dikeluarkan memiliki manfaat serta sesuai dengan kebutuhan para pengguna atau tidak. Ketika teknologi tersebut dirasa bermanfaat maka akan banyak orang menggunakan teknologi yang ada untuk membantu kegiatannya. Pada penelitian ini persepsi kebermanfaatan mempunyai pengaruh yang positif serta signifikan terhadap minat penggunaan e-wallet shopeepay, adanya pengaruh tersebut dikarenakan pengguna merasakan manfaat yang ada pada e-wallet shopeepay. Pada hal tersebut terdapat manfaat atau guna yang didapatkan para pengguna shopeepay yakni adanya shopeepay sendiri dapat menambah produktivitas serta akurasi informasi bagi pengguna, selain itu pengguna juga merasakan manfaat berupa promosi-promosi tertentu, karena dengan menggunakan e-wallet shopeepay pengguna dapat memperoleh potongan harga sesuai dengan ketentuan yang ada, selain itu pengguna juga dapat membeli berbagai kebutuhan tanpa perlu keluar rumah dan menggunakan uang tunai, sehingga dengan diperolehnya berbagai manfaat dari penggunaan e-wallet shopeepay maka pengguna terus meningkatkan penggunaannya. Adanya persepsi kebermanfaatan yang didapatkan dari pembayaran melalui shopeepay tentunya akan berdampak pada masyarakat, hal ini diakibatkan saat ini terjadi penurunan daya beli yang dimana menurunkan pemasukan usaha-usaha UMKM, menurut Profesor Imam Mukhlis selaku Peneliti Senior IEF Research Institute, untuk meningkatkan daya beli masyarakat dapat dilakukan dengan pengembangan usaha secara digital, salah satunya dapat melalui pembayaran menggunakan e-wallet. Pembayaran menggunakan e-wallet sendiri lebih efisien sehingga konsumen akan meningkatkan daya belinya mengingat saat ini banyak kaum milenial menggunakan berbagai jenis e-wallet salah satunya shopeepay dan berdampak pula pada peningkatan perekonomian.

Pada penelitian yang dilakukan diperoleh hasil yang selaras oleh penelitian Yogananda & Dirgantara (2017) dengan judul pengaruh persepsi manfaat, Persepsi Kemudahan, penggunaan, kepercayaan dan persepsi risiko terhadap minat untuk menggunakan instrumen uang elektronik yakni adanya persepsi manfaat mempunyai pengaruh positif serta signifikan terhadap penggunaan uang elektronik, dikarenakan mahasiswa menginginkan untuk merasakan keuntungan tambahan dengan melakukan transaksi pembayaran memakai uang digital atau uang elektronik. Selain itu juga sesuai dengan penelitian Priambodo & Prabawani (2016) menyimpulkan adanya persepsi manfaat memiliki pengaruh positif terhadap minat menggunakan uang elektronik, persepsi manfaat dikatakan berpengaruh karena besarnya manfaat oleh uang elektronik akan meningkatkan minat penggunaannya dikemudian hari. Hasil

penelitian tersebut juga sesuai adanya Teori Tam yang menjabarkan adanya manfaat dari suatu penggunaan teknologi dapat memberikan pengaruh akan diterima atau tidaknya teknologi tersebut oleh para penggunaanya.

3.7. Analisis Pengaruh Persepsi Risiko terhadap minat penggunaan E-wallet Shopeepay

Risiko diartikan sebagai sebuah tindakan yang berhubungan dengan munculnya kegagalan-kegagalan secara tidak terduga (Jeni et al., 2021). Adanya risiko dalam teknologi sendiri memang menjadi pertimbangan berat bagi pengguna teknologi, pasalnya ketika dalam penggunaan teknologi terdapat risiko yang besar maka akan berdampak buruk bagi kehidupan pengguna sehingga pengguna memutuskan untuk berhenti menggunakan teknologi tersebut, sebagai contoh dalam penelitian ini yakni pada e-wallet Shopeepay, pada penelitian ini didapatkan hasil yang mengutarakan adanya persepsi risiko mempunyai pengaruh yang positif serta signifikan terhadap minat penggunaan e-wallet Shopeepay. Adanya pernyataan hasil tersebut dikarenakan pada aplikasi Shopeepay tidak terdapat risiko yang tinggi sehingga minat pengguna dalam menggunakan Shopeepay juga tinggi. Perihal risiko sendiri tentunya sudah dipikirkan secara baik oleh pihak Shopee karena pada aplikasi tersebut menyangkut keamanan data pengguna baik data keuangan ataupun data pribadi pengguna, sehingga rendahnya risiko terutama pada data pengguna untuk aplikasi Shopeepay meningkatkan minat penggunaan pada aplikasi tersebut.

Pada penelitian yang dilakukan diperoleh hasil yang selaras oleh Ningsih et al. (2021) dengan judul pengaruh persepsi manfaat, persepsi kemudahan penggunaan, dan persepsi risiko terhadap keputusan memakai uang elektronik (QRIS) pada mahasiswa, pada penelitian tersebut didapatkan adanya persepsi risiko mempunyai pengaruh secara positif serta signifikan terhadap penggunaan uang elektronik. Selain itu juga sesuai dengan penelitian Laksana (2015) bahwa persepsi risiko mempunyai pengaruh positif serta signifikan terhadap penggunaan fasilitas internet banking dikarenakan semakin seseorang paham akan risiko dari aplikasi yang digunakan maka minat akan bertambah pula dalam menggunakan aplikasi yang ada. Meskipun pada pernyataan diatas terdapat perbedaan fokus penelitian, namun terdapat persamaan terkait dengan ditemukannya rendahnya risiko pada penggunaan sebuah teknologi keuangan yang dapat meningkatkan penggunaan teknologi tersebut.

4. Simpulan

4.1 Kesimpulan

Kesimpulan yang didapat dalam penelitian ini yaitu: (1) Persepsi Kemudahan tidak memiliki pengaruh secara parsial terhadap Minat penggunaan e-wallet Shopeepay karena adanya tampilan yang sulit untuk dipahami serta aplikasi yang sulit untuk dioperasikan sekaligus seringnya terjadi error pada saat pengaksesan. (2) Persepsi Kebermanfaatan mempunyai pengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap Minat penggunaan e-wallet Shopeepay disebabkan pengguna merasa banyak mendapatkan manfaat dari penggunaan Shopeepay seperti adanya promo atau potongan harga serta memudahkan pengguna tanpa harus keluar rumah. (3) Persepsi Risiko mempunyai pengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap Minat penggunaan e-wallet Shopeepay, dikarenakan risiko pada penggunaan aplikasi Shopeepay yang tergolong rendah menyebabkan minat penggunaan

e-wallet shopeepay meningkat. (4) Persepsi kemudahan, persepsi kebermanfaatan, dan persepsi risiko secara simultan memiliki pengaruh signifikan terhadap Minat penggunaan e-wallet shopeepay.

4.2 Saran

Saran dari penulis yaitu: (1) Adanya penelitian yang dilakukan, penulis berharap mampu memberikan gambaran bagi pihak shopee terkait dengan e-wallet shopeepay untuk senantiasa memperhatikan kinerja Aplikasi shopee baik untuk segi kemudahan, kebermanfaatan, serta risiko pada aplikasi dan juga kebutuhan apa saja yang dibutuhkan oleh pengguna sehingga dapat menambah fitur layanan pada aplikasi dan memberikan manfaat bagi pengguna. (2) Diperlukan adanya penelitian selanjutnya agar mampu memahami secara baik terkait berbagai faktor yang dapat minat penggunaan e-wallet shopeepay, tentunya dengan menambahkan variabel baru yang belum tercantum pada penelitian yang dilakukan.

Daftar Rujukan

- Adhiputra, M. W. (2015). Aplikasi Technology Acceptance Model terhadap pengguna layanan internet banking. *Jurnal Bisnis Dan Komunikasi*, 2(1), 52–63.
- Ahmad, A., & Pambudi, B. S. (2014). Pengaruh Persepsi manfaat, persepsi kemudahan, keamanan dan ketersediaan fitur terhadap minat ulang nasabah bank dalam menggunakan internet banking studi pada program layanan internet banking BRI. *Jurnal Studi Manajemen*, 8(1), 1–11.
- Aji, H. M., Berakon, I., & Md Husin, M. (2020). COVID-19 and e-wallet usage intention: A multigroup analysis between Indonesia and Malaysia. *Cogent Business & Management*, 7(1), 1804181.
- Amijaya, G. R., & Rahardjo, S. T. (2010). *Pengaruh persepsi teknologi informasi, kemudahan, resiko dan fitur layanan terhadap minat ulang nasabah bank dalam menggunakan internet banking (Studi Pada Nasabah Bank BCA)*. UNDIP: Fakultas Ekonomika dan Bisnis.
- Arofa, R. I. (2016). *Pengaruh harga, promosi penjualan, persepsi manfaat, dan persepsi risiko terhadap perilaku belanja online mahasiswi UIN Sunan Ampel pada produk mode muslim di instagram*. UIN Sunan Ampel Surabaya.
- Ayu, S. S. (2012). Pengaruh kepercayaan, persepsi kegunaan, persepsi kemudahan, dan persepsi kenyamanan terhadap minat penggunaan sistem internet banking. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB*, 1(1).
- Daulay, N. (2020). *Pengaruh online customer review dan online customer rating terhadap keputusan pembelian melalui marketplace Shopee (studi pada masyarakat kecamatan medan labuhan)*. Universitas Sumatra Utara.
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi analisis multivariete dengan program IBM SPSS 23*. Univ. Diponegoro Press.
- Indonesia, I. B. (2014). *Mengelola kualitas layanan perbankan*. Gramedia Pustaka Utama.
- Juhro, S. M., Syarifuddin, F., & Sakti, A. (2020). *Ekonomi moneter Islam*. Raja Grafindo Persada.
- Kuncoro, M. (2009). *Metode riset untuk bisnis & ekonomi, edisi ketiga*. Gelora Aksara Pratama.
- Kustono, A. S., Nanggala, A. Y. A., & MAS'UD, I. (2020). *Determinants of the use of e-wallet for transaction payment among college students*.
- Laksana, G. B. (2015). *Pengaruh persepsi kemanfaatan, persepsi kemudahan penggunaan, persepsi resiko dan persepsi kesesuaian terhadap minat menggunakan mobile banking (studi pada nasabah Bank Rakyat Indonesia (BRI) Kantor Cabang Rembang, Jawa Tengah)*. Brawijaya University.
- Nabila, M., Purwandari, B., Nazief, B. A., Chalid, D. A., Wibowo, S. S., & Solichah, I. (2018). Financial technology acceptance factors of electronic wallet and digital cash in Indonesia. *2018 International Conference on Information Technology Systems and Innovation (ICITSI)*, 284–289.
- Ningsih, H. A., M Sasmita, E., & Sari, B. (2021). Pengaruh persepsi manfaat, persepsi kemudahan penggunaan, dan persepsi risiko terhadap keputusan menggunakan uang elektronik (QRIS) pada mahasiswa. *IKRAITH-EKONOMIKA*, 4(1), 1–9.
- Parastiti, D. E., Mukhlis, I., & Haryono, A. (2015). Analisis penggunaan uang elektronik pada mahasiswa

fakultas ekonomi universitas negeri malang (studi kasus: uang elektronik brizzi). *Jurnal Ekonomi Dan Studi Pembangunan*, 7(1), 75–82.

Pratiwi, M. T., & Indriani, F. (2017). *Analisis pengaruh technology readiness terhadap minat menggunakan tcash di Kota Semarang*. Diponegoro University.

Priambodo, S., & Prabawani, B. (2016). Pengaruh persepsi manfaat, persepsi kemudahan penggunaan, dan persepsi risiko terhadap minat menggunakan layanan uang elektronik (studi kasus pada masyarakat di kota Semarang). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 5(2), 127–135.

Purba, R. A., Sudarso, A., Silitonga, H. P., Sisca, S., Supitriyani, S., Yusmanizar, Y., Nainggolan, L. E., Sudirman, A., Widyastuti, R. D., & Novita, A. D. (2020). *Aplikasi teknologi informasi: teori dan implementasi*. Yayasan Kita Menulis.

Saripah, S., Putri, A. A., & Darwin, R. (2016). Pengaruh kepercayaan, persepsi kebermanfaatan, persepsi risiko dan kepuasan wajib pajak terhadap penggunaan e-filling bagi wajib pajak orang pribadi di KPP pratama Pekanbaru tampan tahun 2015. *Jurnal Akuntansi Dan Ekonomika*, 6(2), 134–149.

Sugiyono, D. (2013). *Metode penelitian pendidikan pendekatan kuantitatif, kualitatif dan R&D*. Alfabeta.

Sugiyono, S. (2012). *Metode penelitian kombinasi (mixed methods)*(; S. Sutopo, Ed.). Alfabeta.