

# Persepsi Kemudahan, Persepsi Manfaat, dan Kepercayaan Terhadap Minat Menggunakan Dompot Digital ShopeePay

Oleh:

Nida Adenia Rahma (192010200330)

Misti Hariasih

**Fakultas Bisnis, Hukum, dan Ilmu Sosial**

**Universitas Muhammadiyah Sidoarjo**

**Juli, 2023**

# Pendahuluan

Pada era ini masyarakat mulai menggunakan pembayaran non tunai dalam kehidupan sehari-hari dalam melakukan transaksi pembayaran. Jumlah minat menggunakan bertambah banyak sehingga teknologi dompet digital mulai diminati oleh masyarakat. Tahun 2018 Shopee menerima sertifikat dari Bank Indonesia yang dinamakan sebagai ShopeePay yang kemudian mulai dikenal oleh masyarakat sehingga masyarakat mulai minat menggunakan dompet digital ShopeePay dengan *download* aplikasi Shopee. Untuk mengisi dompet digital dalam ShopeePay dapat dilakukan dengan cara *mobile banking*, Alfamart, dan Indomaret. Aplikasi shopee melakukan kerjasama dengan *merchant* dan aplikasi lainnya. Dimasa covid-19 transaksi pembayaran menggunakan ShopeePay terus meningkat dan banyak diminati oleh masyarakat. Generasi muda saat ini melakukan pembelajaran menggunakan ShopeePay sebagai dompet digitalnya

Persepsi kemudahan yaitu dimana individu tidak merasa repot dan merasa mudah untuk menggunakan sehingga menaruh kepercayaan dalam pemakaian ; Persepsi manfaat yaitu memberikan sebuah manfaat terhadap penilaian khusus terhadap sebuah keuntungan yang diberikan terhadap sistem agar mempermudah terhadap perolehan jasa yang diberikan kepada individu ; Kepercayaan yaitu dimana teknologi dapat meyakinkan individu bahwasannya dapat melaksanakan tugasnya secara baik,

# Pertanyaan Penelitian (Rumusan Masalah)

Rumusan  
Masalah



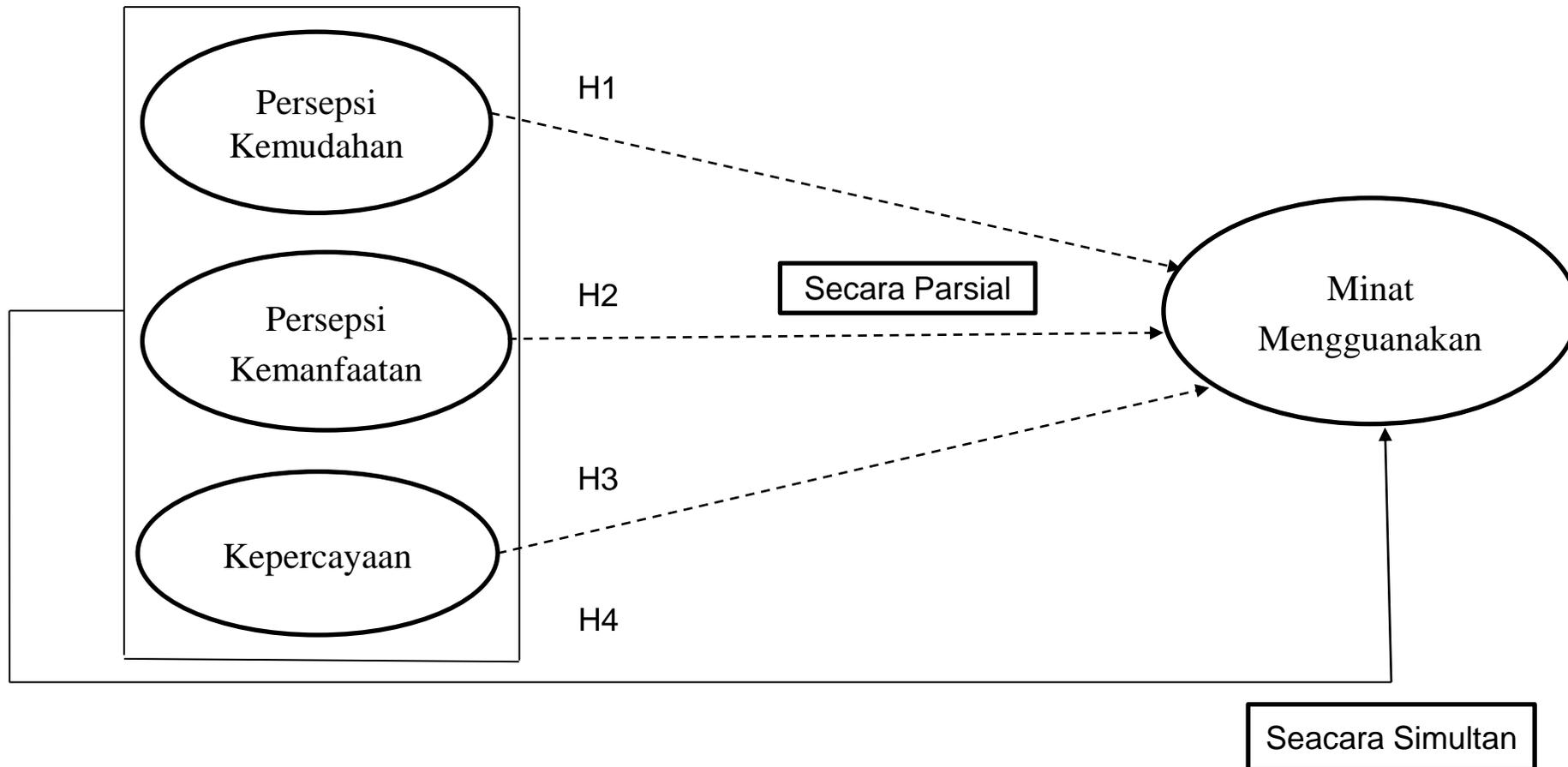
Meningkatkan Persepsi Kemudahan, Persepsi Manfaat, Kepercayaan Terhadap Minat Menggunakan Dompot Digital

Pertanyaan  
Penelitian



1. Apakah persepsi kemudahan mampu meningkatkan minat menggunakan dompet digital?
2. Apakah persepsi manfaat mampu meningkatkan minat dalam menggunakan dompet digital?
3. Apakah kepercayaan mampu meningkatkan minat menggunakan dompet digital?
4. Apakah persepsi kemudahan, persepsi manfaat dan kepercayaan mampu meningkatkan minat menggunakan dompet digital?

# Kerangka Konseptual



# Hipotesis Penelitian

Hipotesis dalam penelitian dapat dijelaskan melalui uraian jawaban sementara mengenai rumusan masalah di dalam sebuah penelitian. Berdasarkan kerangka penelitian, maka dapat diperoleh hipotesis sebagai berikut :

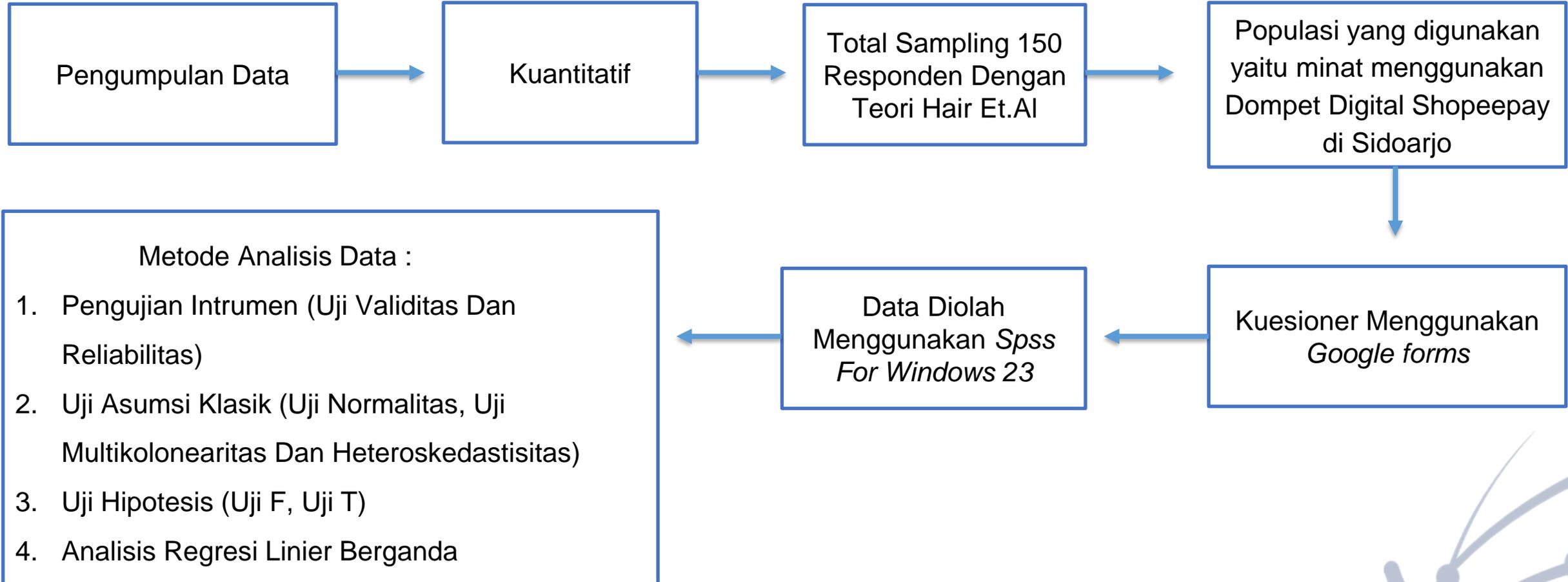
H1: Persepsi kemudahan berpengaruh positif signifikan terhadap minat menggunakan

H2: Persepsi manfaat berpengaruh positif signifikan terhadap minat menggunakan

H3: Kepercayaan berpengaruh positif signifikan terhadap minat menggunakan

H4: Persepsi kemudahan, persepsi manfaat dan kepercayaan berpengaruh positif signifikan secara simultan terhadap minat menggunakan

# Metode Penelitian



# Hasil

## Analisis Data

### 1. Uji Validitas dan Reliabilitas

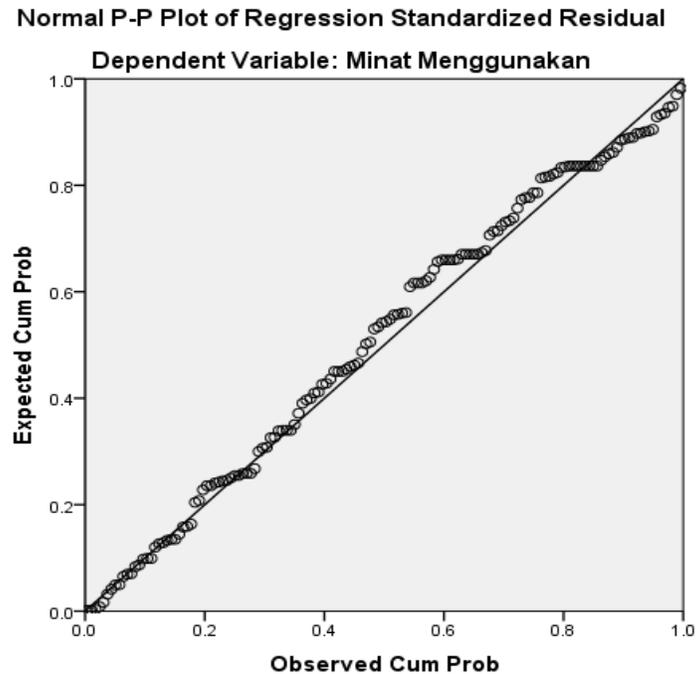
- Peneliti telah memperoleh hasil yang didapatkan dari pengujian, diperoleh hasil bahwa semua pernyataan dari variabel persepsi kemudahan, persepsi manfaat, dan kepercayaan terhadap minat menggunakan dompet digital shopeepay dikatakan valid dengan nilai  $r$  hitung  $>$   $r$  tabel (0.159).
- Hasil uji reliabilitas dalam uji ini diperoleh nilai *cronbach's alpha* dari variabel persepsi kemudahan 0.819, persepsi manfaat 0.870, dan kepercayaan 0.707, maka nilai *cronbach's alpha*  $>$  0.6. Jadi dapat disimpulkan bahwa seluruh item pertanyaan pada setiap variabel dinyatakan reliabel

# Hasil

## Analisis Data

### 2. Uji Asumsi Klasik

#### a) Uji Normalitas scatter plot



Hasil grafik disamping memaparkan bahwa hasil *normal probability plot* mendeteksi bahwa titik-titik tersebar di sumbu diagonal grafik dan distribusi tersebut sebagian besar mendekati diagonal. Maka hasil penelitian ini dapat dinyatakan berdistribusi normal.

# Hasil

## Analisis Data

### Uji Asumsi Klasik

#### Uji Normalitas *kolmogrov Smirnov* (K-S)

		Unstandardized Residual
<b>N</b>		
<b>Normal Parameters<sup>a,b</sup></b>	Mean	150
	Std. Deviation	.0000000
<b>Most Extreme Differences</b>	Absolute	1.74800388
	Positive	.071
	Negative	.046
<b>Test Statistic</b>		-.071
<b>Asymp. Sig. (2-tailed)</b>		.071
<b>N</b>		.059 <sup>c</sup>
<b>Normal Parameters<sup>a,b</sup></b>		

Hasil pada tabel disamping menunjukkan bahwa *kolmogrov Smirnov* (K-S) ketiga variabel independen dikatakan berdistribusi normal bahwa nilai signifikansi 0,590 yang berarti lebih besar (>) daripada 0,05. Maka hal tersebut dapat disimpulkan bahwa nilai residual berdistribusi normal.

# Hasil

## Analisis Data

### b) Uji Multikolinearitas

Coefficients<sup>a</sup>

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
	1 (Constant)	3.013	1.200				2.510
Persepsi Kemudahan	.257	.121	.191	2.129	.035	.466	2.145
Persepsi Manfaat	.294	.076	.364	3.856	.000	.420	2.378
Kepercayaan	.271	.095	.218	2.850	.005	.640	1.564

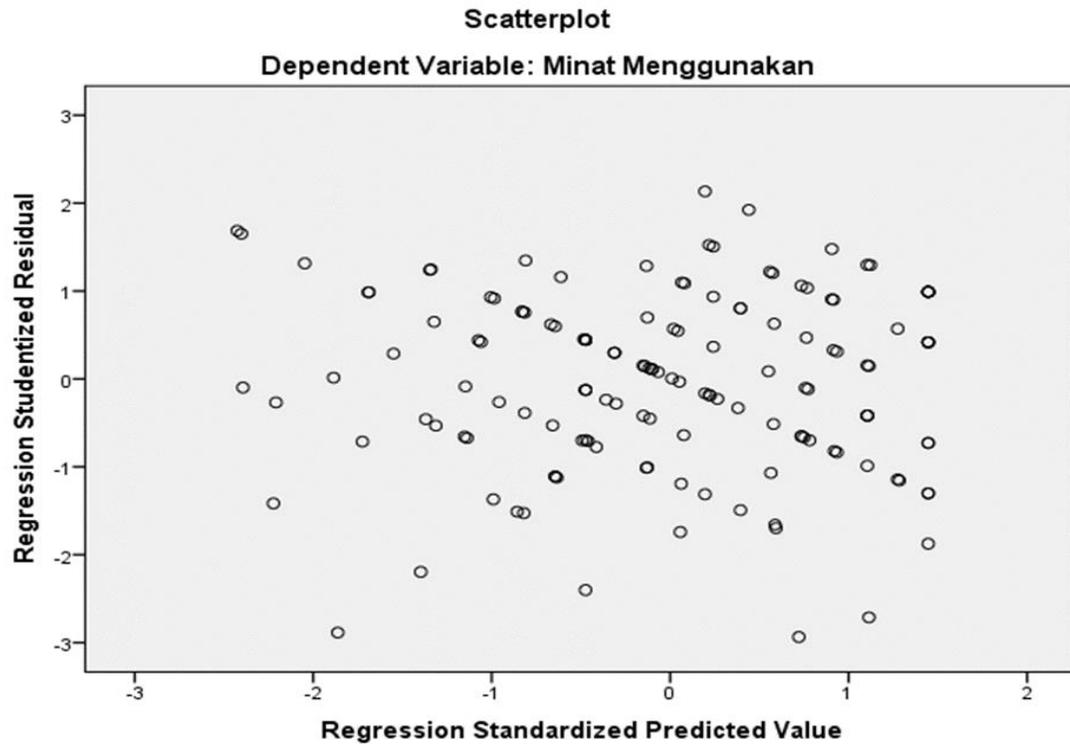
a. Dependent Variable: Minat Menggunakan

Berdasarkan tabel disamping menunjukkan bahwa hasil dari pengujian multikolinieritas pada variabel indepen (X) terhadap minat menggunakan (Y) dimana berdasarkan kriteria terjadinya multikolinieritas yaitu didapati hasil bahwa tidak terjadi gejala multikolinieritas yaitu nilai *tolerance* > 0,1 dan nilai VIF < 10,00

# Hasil

## Analisis Data

### c) Uji Heteroskedastisitas



Hasil disamping menunjukkan bahwa dalam hasil penelitian ini tidak terjadi heteroskedastisitas, karena tebaran data tidak membentuk garis tertentu atau tidak terdapat pola yang jelas, serta titik-titik menyebar diatas dan dibawah angka 0 (nol) sumbu Y.

# Hasil

## Analisis Data

### 3. Uji Hipotesis

#### a) Uji T (Parsial)

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized	Sig.	
		B	Std. Error	Coefficients		
1	(Constant)	3.013	1.200		2.510	.013
	Persepsi Kemudahan	.257	.121	.191	2.129	.035
	Persepsi Manfaat	.294	.076	.364	3.856	.000
	Kepercayaan	.271	.095	.218	2.850	.005

a. Dependent Variable: Minat Menggunakan

$$T \text{ tabel} = n - k = 150 - 4 = 146$$

Dapat dilihat data dari uji t disamping menunjukkan bahwasannya:

1. Hipotesis pertama (H1) variabel X1 terhadap Y:

Diketahui nilai sig untuk pengaruh X1 terhadap Y adalah sebesar  $0,035 < 0,05$  dan nilai t hitung  $2.129 > t\text{-tabel } 1,976$ , sehingga dapat disimpulkan bahwa H1 diterima yang berarti terdapat pengaruh X1 terhadap Y

2. Hipotesis kedua (H2) variabel X2 terhadap Y:

Diketahui nilai sig untuk pengaruh X2 terhadap Y adalah sebesar  $0,000 < 0,05$  dan nilai t hitung  $3.856 > t\text{-tabel } 1,976$ , sehingga dapat disimpulkan bahwa H2 diterima yang berarti terdapat pengaruh X2 terhadap Y

3. Hipotesis ketiga (H3) variabel X3 terhadap Y:

Diketahui nilai sig untuk pengaruh X3 terhadap Y adalah sebesar  $0,005 < 0,05$  dan nilai t hitung  $2.850 > t\text{-tabel } 1,976$ , sehingga dapat disimpulkan bahwa H3 diterima yang berarti terdapat pengaruh X3 terhadap Y

# Hasil

## Analisis Data

### 3. Uji Hipotesis

#### b) Uji F (Simultan)

ANOVA <sup>a</sup>						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	376.621	3	125.540	40.259	.000 <sup>b</sup>
	Residual	455.272	146	3.118		
	Total	831.893	149			
a. Dependent Variable: Minat Menggunakan						
b. Predictors: (Constant), Kepercayaan, Persepsi Kemudahan, Persepsi Manfaat						

Didapatkan hasil pada tabel ANOVA atau uji F disamping bahwa nilai F-hitung  $40,259 > F\text{-tabel } 2,67$  ( $k; n - k = 4 ; 150-4 = 146 ; \alpha = 0,05$ ) dengan angka signifikan  $0,000 < 0,05$  (signifikan). Sehingga dapat disimpulkan bahwa hipotesis diterima yang berarti terdapat pengaruh  $X_1, X_2, X_3$  secara simultan terhadap  $Y$

# Hasil

## Analisis Data

### 4. Uji Analisis Regresi Linier Berganda

Coefficients<sup>a</sup>

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3.013	1.200		2.510	.013
	Persepsi Kemudahan	.257	.121	.191	2.129	.035
	Persepsi Manfaat	.294	.076	.364	3.856	.000
	Kepercayaan	.271	.095	.218	2.850	.005

a. Dependent Variable: Minat Menggunakan

Berdasarkan hasil tabel uji regresi linier berganda pada tabel disamping dapat dilihat bahwa regresi yang didapatkan sebagai berikut:

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

$$Y = 3.013 + 0.257 X_1 + 0.294 X_2 + 0.271 X_3 + e$$

Berdasarkan ketentuan dari regresi di atas dapat diartikan sebagai berikut:

1. Nilai konstanta minat menggunakan (Y) sebesar 3.013 yang menyatakan jika variabel X1, X2, X3 sama dengan nol yaitu persepsi kemudahan, persepsi manfaat, dan kepercayaan, maka terdapat pengaruh terhadap minat menggunakan adalah sebesar 3.013
2. koefisien X1 sebesar 0.257 berarti bahwa setiap terjadi peningkatan variabel X1 (persepsi kemudahan) sebesar 1% maka minat menggunakan meningkat sebesar 0.257 atau sebaliknya setiap terjadi penurunan variabel X1 (persepsi kemudahan) sebesar 1% maka minat menggunakan mengalami penurunan sebesar 0.257
3. koefisien X2 sebesar 0.294 berarti bahwa setiap terjadi peningkatan variabel X2 (persepsi manfaat) sebesar 1% maka minat menggunakan meningkat sebesar 0.294 atau sebaliknya setiap terjadi penurunan variabel X2 sebesar 1% maka minat menggunakan akan mengalami penurunan sebesar 0.294.
4. koefisien X3 sebesar 0.271 berarti bahwa setiap terjadi peningkatan variabel X3 (Kepercayaan) sebesar 1% maka minat menggunakan sebesar 0.271 atau sebaliknya setiap terjadi penurunan variabel X3 sebesar 1% maka minat menggunakan akan mengalami penurunan sebesar 0.271.

# Pembahasan

## 1. Pengaruh Persepsi Kemudahan dalam Minat Menggunakan Dompot Digital Shopeepay

Berdasarkan hasil analisis regresi linier berganda yang telah dilakukan dan uji hipotesis parsial (uji t) didapatkan hasil bahwa H1 diterima yang berarti variabel persepsi kemudahan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan dompet digital Shopeepay. Dengan demikian apabila persepsi kemudahan mengalami peningkatan maka minat menggunakan juga akan terjadi peningkatan

Penelitian ini diperoleh hasil yang sependapat dengan penelitian terdahulu yang ditulis oleh A. S. Z. Siti Umul Khoiriyah dan Moh. Halim [7] bahwa persepsi kemudahan berpengaruh terhadap minat menggunakan dompet digital. Penelitian ini juga didukung oleh penelitian Achmad Hanafi, Ice Kamela [21] bahwa persepsi kemudahan berpengaruh terhadap minat menggunakan dompet digital. Hasil penelitian juga dikemukakan oleh S. F. Wibowo, D. Rosmauli, dan U. Suhud [22] bahwa persepsi kemudahan berpengaruh terhadap minat menggunakan dompet digital.

## 2. Pengaruh Persepsi Manfaat dalam Minat Menggunakan Dompot Digital Shopeepay

Berdasarkan hasil analisis regresi linier berganda yang telah dilakukan dan uji hipotesis parsial (uji t) didapatkan hasil bahwa H2 diterima yang berarti variabel persepsi manfaat berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan dompet digital Shopeepay. Dengan demikian apabila persepsi manfaat mengalami peningkatan maka minat menggunakan juga akan mengalami peningkatan

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian terdahulu yang dikemukakan Atriani, Lalu Adi Permadi dan Baiq Handayani Rinuastuti. [8] bahwa persepsi manfaat berpengaruh terhadap minat menggunakan dompet digital. Penelitian ini juga didukung oleh R. A. S. Sati dan M. Ramaditya [11] bahwasannya persepsi manfaat berpengaruh terhadap minat menggunakan dompet digital. Hasil penelitian ini juga diteliti oleh Muhammad Farid Iffat [3] yaitu persepsi manfaat berpengaruh terhadap minat menggunakan dompet digital.

# Pembahasan

## 3. Pengaruh Kepercayaan dalam Minat Menggunakan Dompot Digital ShopeePAY

Berdasarkan hasil analisis regresi linier berganda yang telah dilakukan dan uji hipotesis parsial (uji t) didapati hasil bahwa H3 diterima yang berarti variabel kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan dompet digital shopeepay. Dengan demikian apabila kepercayaan menunjukkan peningkatan maka minat menggunakan juga akan terjadi peningkatan.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian E. Sulaeman dan D. Pebriantje [14] bahwa kepercayaan berpengaruh terhadap minat menggunakan dompet digital. Terdapat juga penelitian yang dikaji oleh S. F. Wibowo, D. Rosmauli dan U. Suhud [22] bahwa kepercayaan berpengaruh terhadap minat menggunakan dompet digital. Adapun penelitian lain yang dikaji oleh Arif Maulana Nizar, Abdul Yusuf [24] bahwa kepercayaan berpengaruh terhadap minat menggunakan dompet digital

## 4. Pengaruh Persepsi Kemudahan, Persepsi Manfaat, dan Kepercayaan dalam Minat Menggunakan Dompot Digital ShopeePAY

Secara data pada pengujian yang telah dilakukan didapatkan hasil bahwa variabel persepsi kemudahan, persepsi manfaat dan kepercayaan memiliki pengaruh secara simultan dalam meningkatkan minat menggunakan dompet digital shopeepay di Sidoarjo. Maka hipotesis keempat menyatakan bahwa “Persepsi Kemudahan, Persepsi Manfaat Dan Kepercayaan Berpengaruh Dalam Minat Menggunakan Dompot Digital ShopeePAY Di Sidoarjo” dapat diterima.

# Kesimpulan

**Berdasarkan hasil pembahasan dan hasil analisis yang telah dijelaskan sebelumnya, dapat ditarik kesimpulan bahwa:**

persepsi kemudahan (X1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan (Y) dompet digital shopeepay yang artinya sebuah sistem teknologi yang lebih sering digunakan akan lebih dikenal, lebih mudah dioperasikan dan lebih mudah digunakan oleh penggunanya.

Persepsi manfaat (X2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan (Y) dompet digital shopeepay yang artinya pengguna menginginkan sebuah teknologi yang digunakan mampu melaksanakan tugas untuk menyelesaikan pekerjaannya.

Kepercayaan (X3) berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan (Y) dompet digital shopeepay yang artinya pengguna mulai menaruh kepercayaan terhadap teknologi jika teknologi tersebut memiliki keunggulan yang dapat dipercaya.

Persepsi Kemudahan (X1), Persepsi Manfaat (X2) dan Kepercayaan (X3) berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan dompet digital shopeepay.

# Terimakasih



