

NIDA ADENIA  
RAHMA\_192010200330\_TEMPL  
ATE ACOPEN.docx  
*by*

---

**Submission date:** 08-Aug-2023 08:34AM (UTC+0700)

**Submission ID:** 2142878935

**File name:** NIDA ADENIA RAHMA\_192010200330\_TEMPLATE ACOPEN.docx (270.24K)

**Word count:** 5604

**Character count:** 36474



## Persepsi Kemudahan, Persepsi Manfaat, dan Kepercayaan Terhadap Minat Menggunakan Dompot Digital ShopeePay *Perceived Convenience, Perceived Benefits, and Trust On Interest In Using The ShopeePay Digital Wallet*

Nida Adenia Rahma <sup>1)</sup>, Misti Hariasih <sup>\*2)</sup>

<sup>1)</sup>Program Studi Manajemen, Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Indonesia

<sup>2)</sup> Program Studi Manajemen, Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Indonesia  
[\\*nidaadeniara12@gmail.com](mailto:*nidaadeniara12@gmail.com) ; [Mistihariasih@umsida.ac.id](mailto:Mistihariasih@umsida.ac.id)

**Abstract.** *This study aims to determine the effect of perceived convenience, perceived benefits and trust on interest in using the ShopeePay digital wallets in Sidoarjo. This research uses quantitative methods. The population in this study amounted to 150 respondents. Samples were taken using non probability sampling method by purposive sampling. Data analysis in this study using SPSS for Windows 23. The results of this study indicate that perceived convenience has a significant effect on interest in using, perceived benefits have a significant effect on interest in using and trust has a significant effect on interest in using. Also obtained the results of perceived convenience, perceived benefits and trust have a significant effect on interest in using ShopeePay digital wallets in Sidoarjo. \*

**Keywords -** *Perceived Convenience; Perceived Benefits; Trust; Interest Use*

**Abstrak.** *Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh persepsi kemudahan, persepsi manfaat dan kepercayaan terhadap minat menggunakan dompot digital shopeepay di Sidoarjo. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini berjumlah 150 responden. Sampel diambil dengan menggunakan metode non probability sampling dengan cara purposive sampling. Analisis data pada penelitian ini menggunakan spss for windows 23. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa persepsi kemudahan berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan, persepsi manfaat berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan dan kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan. serta diperoleh juga hasil persepsi kemudahan, persepsi manfaat dan kepercayaan berpengaruh signifikan dalam minat menggunakan dompot digital shopeepay di Sidoarjo*

**Kata Kunci:** *Persepsi Kemudahan; Persepsi Manfaat; Kepercayaan; Minat Menggunakan*

How to cite: Nama Penulis Pertama, Nama Penulis Kedua (2018) Instructions for Writing and Submit Journal Articles at Muhammadiyah University Sidoarjo 16pt Bold [Petunjuk Penulisan dan Kirim Artikel Jurnal di Universitas Muhammadiyah Sidoarjo 16pt Bold-Title Case]. IJCCD 1 (1). doi: 10.21070/ijccd.v4i1.843

## I. PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang

Salah satu krisis global adalah krisis keuangan yang sedang dihadapi beberapa tahun belakang ini, banyak isu mengenai informasi keuangan atau finansial yang sedang *trend*. Tetapi karena kurangnya informasi keuangan terhadap masyarakat banyak memunculkan dampak negatif. Jika konsumen memahami tentang pengetahuan akan masalah keuangan maka pengguna akan semakin baik dalam mengatur keuangannya. Maka dari itu meluncurkan inovasi dompet digital salah satunya shopeepay yang dapat memudahkan masyarakat melakukan transaksi transaksi [1].

Pada era ini masyarakat menggunakan pembayaran non tunai dalam kehidupan sehari-hari dalam transaksi pembayaran [2]. Jumlah minat menggunakan bertambah banyak sehingga teknologi dompet digital mulai diminati oleh masyarakat [3]. Ada faktor yang memengaruhi minat seseorang untuk menggunakan layanan dompet digital yaitu, persepsi kemudahan, persepsi manfaat, dan kepercayaan. Dengan adanya faktor tersebut minat akan memunculkan standar sendiri dalam menggunakan sistem agar tidak perlu mengeluarkan usaha [4]. Berdasarkan penelitian [5] minat menggunakan yaitu keadaan seseorang di mana akan mengamati kehidupan dalam aktivitas yang dilakukan sehingga memperhatikan proses yang akan dilakukan. Sehingga seseorang memiliki minat untuk menggunakannya.

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. Terdapat segala jenis transaksi ShopeePay dalam aplikasi shopee. Untuk mengisi dompet digital dalam ShopeePay dapat dilakukan dengan cara *mobile banking*, Alfamart, dan Indomaret. Aplikasi shopee melakukan kerja sama dengan *merchant* dan aplikasi lainnya. Di masa covid-19 transaksi pembayaran menggunakan ShopeePay terus meningkat dan banyak diminati oleh masyarakat. Generasi muda saat ini melakukan pembelajaran menggunakan ShopeePay sebagai dompet digitalnya [6].

Persepsi kemudahan yaitu seberapa seseorang atau individu percaya dalam mengaplikasikan teknologi akan mempermudah pengguna. Dari pengertian tersebut dapat disimpulkan persepsi kemudahan yaitu kepercayaan sesuatu terhadap proses pengambilan keputusan. Adapun pengertian persepsi kemudahan yaitu di mana individu tidak merasa repot dan merasa mudah untuk menggunakan sehingga menaruh kepercayaan dalam pemakaian [7]. 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 [3]. Kepercayaan yaitu suatu teknologi yang dapat meyakini individu bahwasanya dapat melaksanakan tugasnya secara baik. Sebuah parameter dirasa percaya setiap individu memberikan perilaku positif dalam suatu yang diyakini dan diandalkan dalam kondisi yang berubah atau ketidakpastian dan mempunyai risiko [8].

Peneliti melakukan penelitian ini untuk mengkaji pentingnya mengetahui persepsi kemudahan, persepsi manfaat, dan kepercayaan dalam menggunakan dompet digital shopeepay. Dengan kemudahan yang diberikan oleh ShopeePay bagi para pengguna. Sebagai layanan uang elektronik ShopeePay juga memiliki berbagai manfaat, tidak hanya sebatas pembayaran transaksi pada aplikasi Shopee. ShopeePay dapat dipakai untuk melakukan pembayaran secara langsung di berbagai penjual yang memiliki *qr* sama dengan ShopeePay.

Berdasarkan penelitian [7] menemukan bahwa persepsi kemudahan, persepsi manfaat berpengaruh positif terhadap minat menggunakan dompet digital shopeepay. Hal tersebut dapat diperoleh melalui analisis data yang digunakan yaitu kuantitatif dengan teknik analisis data menggunakan regresi linier berganda, uji validitas, uji reabilitas, uji normalitas, uji multikolinieritas, uji heteroskedastisitas, uji parsial (t), koefisien determinasi (uji  $R^2$ ). Sedangkan penelitian [8] menemukan bahwa persepsi kemudahan, persepsi manfaat, dan kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan dompet digital shopeepay. Hal ini dapat diperoleh melalui uji validitas, uji reabilitas, dan analisis regresi linier berganda. Adapun juga penelitian [9] menemukan bahwa persepsi kemudahan tidak berpengaruh terhadap minat menggunakan shopeepay.

Berdasarkan uraian diatas maka penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh persepsi kemudahan, persepsi manfaat, dan kepercayaan terhadap minat menggunakan dompet digital shopeepay. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi konsumen yang menggunakan dompet digital shopeepay sebagai bahan pertimbangan dalam menggunakan dalam kehidupan sehari-hari.

Rumusan masalah dalam penelitian ini yaitu meningkatkan kemudahan, manfaat, dan kepercayaan terhadap minat menggunakan dompet digital ShopeePay. Sesuai dengan ketentuan sdgs yang tertera, penelitian ini tergolong dengan indikator 8 yaitu *Sustainable Development Goals* yaitu tertuju terhadap *decent work and economic growth* (<https://sdgs.un.org/goals/goal8>)

## B. Landasan Teori (Literatur Rivew)

### 1. Persepsi Kemudahan

Persepsi kemudahan yaitu seberapa seseorang atau individu percaya dalam mengaplikasikan teknologi akan mempermudah pengguna. Dari pengertian tersebut dapat disimpulkan persepsi kemudahan yaitu kepercayaan sesuatu terhadap proses pengambilan keputusan. Adapun pengertian persepsi kemudahan yaitu di mana individu tidak merasa repot dan merasa mudah untuk menggunakan sehingga menaruh kepercayaan dalam pemakaian [7]. Persepsi kemudahan dapat diukur menggunakan beberapa indikator antara lain:

- 1) Mudah dipelajari: mudah mengingat bagaimana menggunakan dompet digital shopeepay
- 2) Fleksibel: kemudahan dalam menggunakan dompet digital shopeepay untuk melakukan apa yang diinginkan
- 3) Mudah digunakan di mana saja: interaksi dengan dompet digital jelas dimengerti

Teori ini didukung oleh penelitian [7] untuk mengetahui faktor yang mempengaruhi minat menggunakan dompet digital dengan persepsi kemudahan. Dalam salah satu model yang sering digunakan yaitu *Technology Acceptance Model (TAM)* bahwasanya persepsi kemudahan dapat membuat kepercayaan seseorang dalam menggunakan teknologi mampu meningkatkan kinerjanya

Penelitian terdahulu [10] menunjukkan bahwa persepsi kemudahan berpengaruh yang signifikan dan positif terhadap minat menggunakan dompet digital, hal tersebut berarti persepsi kemudahan dalam menggunakan dompet digital mudah dalam pengoperasian dompet digital untuk pengguna. Berbanding terbalik dengan penelitian [9] menunjukkan bahwa persepsi kemudahan tidak berpengaruh terhadap minat menggunakan dompet digital.

### 2. Persepsi Manfaat

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 [3]. Oleh karena itu individu akan percaya bahwa teknologi yang digunakannya akan berguna dalam kehidupannya. Persepsi manfaat dapat diukur menggunakan beberapa indikator antara lain:

- 1) Efektivitas: menggunakan dompet digital dapat meningkatkan efektivitas
- 2) Membuat pekerjaan lebih mudah: menggunakan dompet digital membuat transaksi lebih mudah
- 3) Mempercepat pekerjaan: menggunakan dompet digital dapat membuat menyelesaikan beberapa transaksi
- 4) Dapat menyelesaikan pekerjaan: menggunakan dompet digital membuat transaksi lebih cepat dilakukan
- 5) Bermanfaat: secara keseluruhan dompet digital bermanfaat

Teori ini didukung oleh penelitian [8] untuk mengetahui faktor yang mempengaruhi minat menggunakan dompet digital shopeepay dengan persepsi manfaat, hal tersebut karena terdapat salah satu model yang sering digunakan yaitu *Technology Acceptance Model (TAM)* bahwasanya persepsi manfaat dalam menggunakan teknologi mampu melaksanakan tugas individu.

Penelitian terdahulu [8] menunjukkan bahwa persepsi manfaat berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan dompet digital, hal tersebut berarti persepsi manfaat dapat mempercepat pekerjaan, dapat meningkatkan kinerja, dan dapat melakukan transaksi dengan praktis bagi penggunaannya. Berbanding terbalik dengan penelitian [11] menunjukkan bahwa persepsi manfaat tidak berpengaruh terhadap minat menggunakan dompet digital.

### 3. Kepercayaan

Persepsi yaitu suatu teknologi yang dapat meyakini individu bahwasanya dapat melaksanakan tugasnya secara baik. Sebuah parameter dirasa percaya setiap individu memberikan perilaku positif dalam suatu yang diyakini dan diandalkan dalam kondisi yang berubah atau ketidakpastian dan mempunyai risiko [8]. Kepercayaan dapat diukur menggunakan beberapa indikator antara lain :

- 1) Kejujuran: dalam sebuah bisnis harus memberikan layanan yang jujur terhadap pengguna karena jika pengguna telah percaya terhadap barang atau jasa yang diwadahi oleh perusahaan maka konsumen akan menggunakan
- 2) Kepedulian: perusahaan atau pemasar akan melayani konsumennya dengan baik, selalu menerima keluhan yang dikeluhkan oleh konsumen serta selalu menjadikan konsumen sebagai prioritasnya
- 3) Kredibilitas: kualitas yang ada terhadap perusahaan atau pemasar untuk meningkatkan kepercayaan konsumen

Teori ini didukung oleh penelitian [8] untuk mengetahui faktor kepercayaan berpengaruh terhadap minat menggunakan. Jika kepercayaan individu semakin tinggi maka akan akan membuat konsumen minat terhadap bertransaksi secara online.

Penelitian terdahulu [8] menunjukkan bahwa kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan, hal tersebut berarti kepercayaan mampu untuk mewadahi layanan yang berkualitas, pelayanan yang terbaik dan memberikan kepuasan bagi konsumennya. Berbanding terbalik dengan penelitian [12] menunjukkan bahwa kepercayaan tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat menggunakan

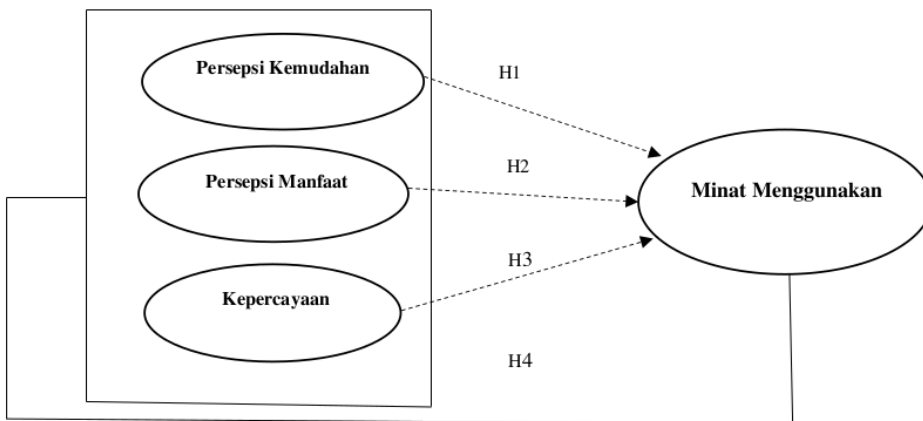
#### 4. Minat Menggunakan

Minat menggunakan yaitu keadaan seseorang di mana akan mengamati kehidupan dalam aktivitas yang dilakukan sehingga memperhatikan proses yang akan dilakukan. Sehingga seseorang memiliki minat untuk menggunakannya [5]. Minat menggunakan diukur menggunakan beberapa indikator antara lain:

- 1) Tertarik untuk mencari informasi tentang produk: mencari informasi tentang menggunakan dompet digital untuk melakukan transaksi
- 2) Mempertimbangkan untuk tertarik mencoba: konsumen mempertimbangkan untuk menggunakan sesuatu yang dianggap memenuhi syarat untuk digunakan
- 3) Tertarik untuk mencoba: suatu kondisi di mana konsumen ingin mengetahui produk yang digunakan
- 4) Ingin menggunakan produk: suatu kondisi di mana konsumen ingin memiliki aplikasi yang digunakan untuk melakukan pembayaran digital.

Terdapat faktor yang memengaruhi minat seseorang untuk menggunakan layanan dompet digital yaitu, persepsi kemudahan, persepsi manfaat, dan kepercayaan. Dengan adanya faktor tersebut minat akan memunculkan standar sendiri dalam menggunakan sistem agar tidak perlu mengeluarkan usaha [13]

**Gambar 1** Kerangka konseptual



Sumber: peneliti (2023)

Dalam penelitian ini dapat dijelaskan hipotesis melalui uraian dugaan semen<sup>13</sup> tentang rumusan masalah di dalam sebuah penelitian. Berdasarkan kerangka penelitian diatas, 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.

## II. METODE

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Penelitian kuantitatif ialah sebuah data statistik sehingga data tersebut dapat dilakukan dengan menganalisis secara statistik untuk mengetahui persepsi kemudahan, persepsi manfaat, dan kepercayaan memiliki pengaruh terhadap minat menggunakan [14]. Untuk mengetahui adanya keterkaitan antara variabel independen dan dependen diperlukannya sebuah pendekatan dalam penelitian. Subyek pada penelitian ini adalah yang menggunakan dompet digital shopeepay di Sidoarjo. Dalam penelitian menggunakan teknik pengambilan sampel

Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini dengan cara *purposive sampling* yaitu berdasarkan pertimbangan tertentu Alasan memilih metode *purposive sampling* karena hanya beberapa sampel saja yang sesuai dengan tolak ukur penelitian ini [5]. Kriteria dalam penelitian yaitu yang minat menggunakan dompet digital shopeepay di wilayah Sidoarjo dengan minimal usia 18 tahun.





<http://doi.org/10.21070/ijccd.v4i1.843>

Penelitian jumlah sampel dalam penelitian ini berjumlah menggunakan rumus Hair et.al [6] yang menyatakan bahwa ukuran sampel mencapai 100 atau lebih. Dengan aturan umum jumlah sampel minimum setidaknya dikalikan 5 dari jumlah item pertanyaan yang akan di analisis dan ukuran sampel akan diterima apabila rasio 10;1. Maka dari rumus tersebut di dapatkan jumlah ukuran sampel yang dibutuhkan adalah 150 sampel dengan rumus berikut:

Ukuran Sampel Minimum : Jumlah indikator x 5

Ukuran Sampel Maximum : Jumlah indikator x 10

Definisi operasional variabel adalah suatu pengertian dari variabel yang diteliti berdasarkan karakteristik sehingga menjadi variabel yang dapat diamati dan diukur. Dengan adanya pernyataan diatas, maka dalam penelitian ini terdiri dari:

a) Persepsi Kemudahan

Persepsi kemudahan yaitu setiap individu yakin bahwa menggunakan suatu teknologi tidak akan menyulitkan dan tidak memerlukan usaha yang besar [15]. Persepsi kemudahan yaitu sebuah sistem yang dapat secara mudah untuk dipahami dan digunakan oleh pengguna [16]. Adapun indikator dari persepsi kemudahan [7] sebagai berikut :

- 1) Mudah dipelajari: pengguna merasa mudah dalam mempelajari dompet
- 2) Fleksibel: pengguna mudah menggunakan dompet digital karena lebih fleksibel atau lebih cepat daripada menggunakan uang tunai
- 3) Mudah digunakan di mana saja: pengguna mudah menggunakan dompet digital karena mudah digunakan di mana saja dalam melakukan transaksi

b) Persepsi Manfaat:

Persepsi manfaat yaitu pengguna yakin bahwa teknologi akan sangat bermanfaat untuk meningkatkan kinerja mereka [17]. Persepsi manfaat yaitu pengguna akan terhubung dengan produktifitas dan efektivitas kinerja secara menyeluruh [18]. Adapun indikator dari persepsi manfaat [8] sebagai berikut :

- 1) Efektivitas: pengguna dapat meningkatkan efektivitas dalam bertransaksi
- 2) Membuat pekerjaan lebih mudah: pengguna dapat menyelesaikan transaksi menggunakan dompet digital
- 3) Mempercepat pekerjaan: pengguna dapat menyelesaikan transaksi dengan menggunakan dompet digital
- 4) Dapat menyelesaikan pekerjaan: pengguna lebih cepat selesai menyelesaikan transaksi dengan menggunakan dompet digital
- 5) Bermanfaat: pengguna merasa dompet digital memberikan manfaat dalam kehidupannya

c) Kepercayaan

Kepercayaan adalah sebuah teknologi harus dapat meningkatkan kinerja individu dalam melakukan kinerja dalam perusahaannya [19]. Karena Kurangnya kepercayaan dari pengguna akan dijadikan hambatan untuk menggunakan dompet digital [9]. Adapun indikator dari kepercayaan [8] sebagai berikut :

- 1) Kejujuran: pengguna percaya bahwa fitur yang ada dalam dompet digital dapat dipercaya untuk kegiatan transaksi
- 2) Kepedulian: pengguna percaya bahwa dompet digital sangat cepat memberikan tanggapan atau respon keluhan terhadap penggunaanya
- 3) Kredibilitas: pengguna percaya bahwa dompet digital mempunyai keunggulan yang lebih

d) Minat Menggunakan

Minat menggunakan adalah pengguna merasa minat dan cenderung menggunakan secara terus menerus dengan senang [13]. Minat menggunakan yaitu akan terlihat pada individu jika sasaran konsumen berkaitan terhadap keinginannya dan kebutuhan penggunaanya [19]. Adapun indikator dari minat menggunakan [8] sebagai berikut :

- 1) Tertarik untuk mencari informasi tentang produk: pengguna mendapatkan informasi tentang menggunakan dompet digital
- 2) Mempertimbangkan untuk tertarik mencoba: pengguna akan mempertimbangkan dalam menggunakan dompet digital sebagai alat pembayaran
- 3) Tertarik untuk mencoba: pengguna akan mengunduh aplikasi dompet digital sebagai alat pembayarannya
- 4) Ingin menggunakan produk: pengguna menggunakan dompet digital karena memiliki keunggulan yang ditawarkannya

Jenis data yang digunakan adalah konsumen yang menggunakan dompet digital shopeepay dengan menyebarkan kuesioner. Penelitian ini melakukan cara menganalisis hasil kuisisioner dengan menggunakan *Skala Likert*. *Skala likert* yaitu alat mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Fenomena sosial dalam penelitian telah ditetapkan secara khusus oleh peneliti, yang juga dinamakan variabel penelitian. Dengan menggunakan *Skala Likert*, maka variabel yang akan diukur akan dijabarkan menjadi indikator variabel, kemudian indikator tersebut dijadikan sebagai titik untuk menyusun instrumen berupa pernyataan atau pertanyaan[20].

**Tabel 1** skala likert

Item	STS	TS	N	S	SS
Nilai	1	2	3	4	5

STS = Sangat Tidak Setuju      S = Setuju  
 TS = Tidak Setuju                SS = Sangat Setuju  
 N = Netral

Dalam penelitian ini menggunakan analisis program *software* SPSS versi 23 *for widows*. Penelitian ini menggunakan metode analisis data berupa:

#### 1. Uji Validitas dan Reliabilitas

- a. Uji validitas menurut penelitian [8] adalah bukti alat ukur bahwa sejauh mana dapat mengukur apa yang ingin diukur Menurut Ghozali uji validitas digunakan untuk mengukur valid tidaknya suatu kuesioner dalam penelitian. Kriteria uji validitas yaitu apabila koefisien korelasi besarnya  $> 0,3$  maka butir pertanyaan tersebut dapat dianggap valid.
- b. Uji reliabilitas menurut penelitian [8] adalah adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel. Suatu kuesioner dikatakan reliabel jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Uji reliabilitas data dapat dilakukan dengan uji *statistic cronbach's alpha* ( $\alpha$ ). Suatu variabel dikatakan reliabel jika memiliki nilai *Cronbach's Alpha*  $> 0,07$ .

#### 2. Uji t-tes Klasik

- a. Uji normalitas digunakan untuk menguji suatu variabel dependen dan independennya berdistribusi dengan normal atau tidak. Syarat terhadap pengujian dilakukan dengan tabel *Kolmogorov Smirnov* adalah nilai signifikansi (sig) harus  $> 0,05$ , maka data berdistribusi normal sedangkan jika nilai signifikansi (sig)  $< 0,05$  maka data tidak berdistribusi normal [9].
- b. Uji multikolinieritas dalam regresi dapat diidentifikasi dengan nilai *tolerance* dan nilai *variance inflation factor* (VIF). Jika nilai *tolerance*  $> 0,1$  dan VIF  $< 10$ , maka dapat dikatakan tidak terdapat multikolinieritas. Berdasarkan hasil uji multikolinieritas ketiga variabel memperoleh nilai *tolerance*  $> 0,1$  dan nilai VIF  $< 10$  [9].
- c. Uji heteroskedastisitas digunakan jika pada grafik *scatterplot* tidak terdapat bentuk tertentu dan tidak menyebar diatas ataupun di bawah angka nol pada sumbu Y, maka hasil tersebut tidak terjadi heteroskedastisitas [9].

#### 3. Uji Hipotesis

- a. Uji t (parsial) menurut penelitian [13] adalah uji untuk mengetahui antara variabel independen dengan variabel dependen. Pengambilan dalam uji t dilakukan dengan mengambil thitung  $> t$  tabel maka secara variabel independen memiliki pengaruh terhadap variabel dependen, sedangkan apabila nilai t hitung  $< t$  tabel maka secara variabel independen tidak mempengaruhi variabel dependen.
- b. Uji F (simultan) yang digunakan untuk mengetahui apakah model regresi yang ada valid atau tidak. Uji pengaruh simultan (Uji F) diketahui sebagai uji model atau uji anova. Uji ini memakai  $\alpha$  5% dengan ketentuan F hitung  $< 0,05$  agar hipotesis yang dipaparkan dapat diterima[14].

#### 4. Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda digunakan dalam pembu[un] pengaruh lebih dari satu variabel bebas terhadap variabel terikat[13]. Adapun model rumus yang digunakan adalah sebagai berikut:

$$Y = \alpha + \beta_1X_1 + \beta_2X_2 + \beta_3X_3 + e$$

Keterangan :

Y = Minat menggunakan

X1 = Persepsi Kemudahan

$\alpha$  = Konstanta

X2 = Persepsi Manfaat

$\beta$  = Koefisien regresi

X3 = Kepercayaan

e = Standart Error

1

### III. HASIL DAN PEMBAHASAN

#### A. Identitas Responden

Tabel 2 Identitas Responden

Berdasarkan Jenis Kelamin, Usia dan Pekerjaan

##### Jenis Kelamin

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cummulative Percent
Valid	Laki – Laki	35	23.3	23.3	23.3
	Perempuan	115	76.7	76.7	100.9
	Total	150	100.0	100.0	

##### Usia

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cummulative Percent
Valid	18-25 tahun	117	78.0	78.0	78.0
	26-33 tahun	20	13.3	13.3	91.3
	34-41 tahun	8	5.3	5.3	96.7
	>42 tahun	5	3.3	3.3	100.0
	Total	150	100.0	100.0	

##### Pekerjaan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cummulative Percent
Valid	Mahasiswa	99	66.0	66.0	66.0
	Ibu Rumah Tangga	4	2.7	2.7	68.7
	Aparatur Sipil Negara / PNS / Pegawai BUMN	4	2.7	2.7	71.3
	Wiraswasta	4	2.7	2.7	74.0
	Pegawai Swasta	20	13.3	13.3	87.3
	Barista	1	0.7	0.7	88.0
	Kurir Shopee	1	0.7	0.7	88.7
	Guru	1	0.7	0.7	89.3
	Pelajar	9	6.0	6.0	95.3
	Dosen	7	4.7	4.7	100.0
	Total	150	100.0	100.0	

Sumber : data dari hasil pengolahan SPSS 23 (2023)

Dapat dilihat dari tabel 2 yang menjelaskan bahwa setengah dari total minat menggunakan shopeepay di Sidoarjo berjenis kelamin perempuan sebesar (76.7%) atau sebanyak 115 orang. Jumlah pengguna di Sidoarjo yang berusia 18 sampai 25 tahun sebanyak 117 pengguna (78.0%). Dan kategori pekerjaan yang minat menggunakan shopeepay di Sidoarjo adalah mahasiswa sebanyak 99 orang (66.0%)



## B. Analisis Data

### 1. Uji Validitas Dan Reliabilitas

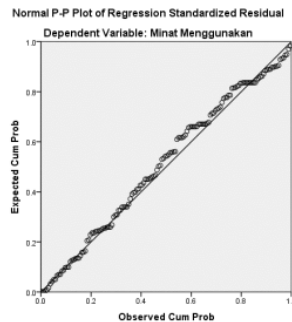
5 Peneliti telah memperoleh hasil yang didapatkan dari pengujian, diperoleh hasil bahwa semua pernyataan dari variabel persepsi kemudahan, persepsi manfaat, dan kepercayaan terhadap minat menggunakan dompet digital shopeepay dikatakan valid dengan nilai  $r$  hitung  $> r$  tabel (0.1603).

Untuk hasil uji reliabilitas diperoleh nilai *cronbach's alpha* dari variabel persepsi kemudahan 0.819, persepsi manfaat 0.870, dan kepercayaan 0.707, maka nilai *cronbach's alpha*  $> 0.60$ . Kesimpulannya adalah kuesioner dalam penelitian ini memiliki dampak konsistensi yang diberikan oleh responden.

### 2. Uji Asumsi Klasik

#### 1) Uji Normalitas

**Gambar 2 Hasil Uji Normalitas**



Sumber: data dari hasil pengolahan SPSS 23 (2023)

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

**Tabel 1 Hasil Uji Normalitas Kolmogrov Smirnov (K-S)  
One-Sample**

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

#### Kolmogorov-Smirnov Test

1 Sumber : data dari hasil pengolahan SPSS 23 (2023)

Hasil pada tabel diatas menunjukkan hasil 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.

## 2) Uji Multikolinearitas

**Tabel 2** Hasil Uji Multikolinearitas

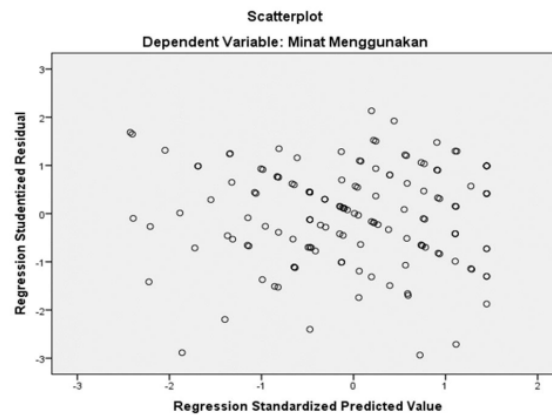
Model	Coefficients <sup>a</sup>						
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	3.013	1.200		2.510	.013		
Persepsi Kemudahan	.257	.121	.191	2.129	.035	.466	2.145
Persepsi Manfaat	.294	.076	.364	3.856	.000	.420	2.378
Kepercayaan	.271	.095	.218	2.850	.005	.640	1.564

a. Dependent Variable: Minat Menggunakan

Berdasarkan tabel diatas menunjukkan hasil dari pengujian multikolinieritas pada variabel indepen terhadap minat menggunakan di mana berdasarkan kriteria terjadinya multikolinieritas yaitu didapati hasil bahwa tidak terjadi gejala multikolinieritas yaitu nilai *tolerance* > 0,1 dan nilai VIF < 10,00.

## 3) Uji Heteroskedastisitas

**Gambar 3** Hasil Uji Heteroskedastisitas



Sumber : data dari hasil pengolahan SPSS 23 (2023)

Hasil diatas memaparkan 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.

### 3. Uji Hipotesis

#### a) Uji T (Parsial)

**Tabel 3 Hasil Uji t (Parsial)**

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

Sumber : data dari hasil pengolahan SPSS 23

Dapat dilihat data dari uji t diatas menunjukkan bahwasanya:

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-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  $0,00 < 0,05$  dan nilai t hitung 3.856 > t-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  $0,05 < 0,05$  dan nilai t hitung 2.850 > t-tabel 1,976, sehingga dapat disimpulkan bahwa H3 diterima yang berarti terdapat pengaruh X3 terhadap Y

#### b) Uji F (Simultan)

**Tabel 4 Hasil 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

Sumber : data dari hasil pengolahan SPSS 23 (2023)

Didapatkan hasil pada tabel ANOVA atau uji F diatas bahwa nilai F-hitung 40,259 > F-tabel 2,67 (k; n - k = 4 ; 150-4 = 146 ;  $\alpha = 005$ ) dengan angka signifikan  $0,000 < 0,05$  (signifikan). Sehingga dapat disimpulkan bahwa hipotesis diterima yang berarti terdapat pengaruh X1,X2,X3 secara simultan terhadap Y

#### 4. Analisis Regresi Linier Berganda

Tabel 5 Hasil Regresi Linier Berganda

		Coefficients <sup>a</sup>			t	Sig.
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
Model		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

Sumber : data dari hasil pengolahan SPSS 23 (2023)

Peneliti memaparkan hasil tabel uji regresi linier berganda pada tabel diatas, dapat dilihat bahwa regresi yang di dapatkan adalah sebagai berikut:

$$Y = \alpha + \beta_1X_1 + \beta_2X_2 + \beta_3X_3 + e$$

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

Berdasarkan ketentuan dari regresi diatas 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 dapat diartikan bahwa setiap peningkatan terhadap 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 dapat diartikan bahwa setiap peningkatan terhadap 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 dapat diartikan bahwa setiap peningkatan terhadap 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.

#### C. Pembahasan

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

Berikan hasil analisis regresi linier berganda yang telah dilakukan dan uji hipotesis parsial (uji t) didapati hasil bahwa H1 diterima yang berarti variabel persepsi kemudahan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan dompot digital shopeepay. Dengan demikian apabila persepsi kemudahan meningkat maka minat menggunakan juga terjadi peningkatan

Penelitian ini mengarah pada teori yang dikemukakan oleh [7] terkait indikator persepsi kemudahan yaitu mudah dipelajari, fleksibel dan mudah digunakan. Indikator terbesar terdapat pada fleksibel, hal ini dapat dilihat bahwa individu atau pengguna berpendapat bahwa sebuah sistem teknologi lebih mudah dioperasikan daripada pembayaran secara tunai dan lebih mudah digunakan oleh penggunaanya.

Penelitian ini didukung oleh teori [7] persepsi kemudahan adalah standar seseorang mempercayai bahwa setiap teknologi dapat digunakan dan tidak memerlukan usaha yang lebih karena teknologi tersebut mudah untuk digunakan dan mudah untuk di aplikasikannya. Terdapat keunggulan dalam dompot digital shopeepay yaitu adanya wadah untuk segala macam jenis transaksi.

Penelitian ini diperoleh hasil yang sependapat dengan penelitian terdahulu yang ditulis oleh [7] bahwa persepsi kemudahan berpengaruh terhadap minat menggunakan dompot digital. Penelitian ini juga didukung oleh penelitian [21] bahwa persepsi kemudahan berpengaruh terhadap minat menggunakan dompot digital. Hasil penelitian juga dikemukakan oleh [22] bahwa persepsi kemudahan berpengaruh terhadap minat menggunakan dompot 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) didapati 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 terjadi peningkatan.

Teori dalam penelitian ini dapat dikemukakan oleh [8] tentang indikator persepsi manfaat yaitu efektivitas, membuat pekerjaan lebih mudah, mempercepat pekerjaan, dapat menyelesaikan pekerjaan dan bermanfaat. Indikator terbesar terdapat pada dapat menyelesaikan pekerjaan hal ini dapat dilihat bahwa pengguna berharap sebuah teknologi mampu melaksanakan pekerjaannya sehingga membuahkan hasil yang memuaskan.

Penelitian ini didukung oleh teori [11] persepsi manfaat adalah peluang awal mula pengguna mulai menggunakan sebuah pemakaian digital tertentu untuk mempermudah kinerja terhadap pekerjaannya. Keahlian yang mempermudah ini menumbuhkan hasil keuntungan yang lebih memenuhi dibandingkan dengan tidak memiliki keahlian dalam menggunakan teknologi tersebut.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian terdahulu yang dikemukakan [23] bahwa persepsi manfaat berpengaruh terhadap minat menggunakan dompet digital. Peneliti ini juga didukung oleh [11] bahwasanya persepsi manfaat berpengaruh terhadap minat menggunakan dompet digital. Hasil penelitian ini juga diteliti oleh [3] yaitu persepsi manfaat berpengaruh terhadap minat menggunakan dompet digital.

## 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.

Teori dalam penelitian ini dapat dikemukakan oleh [8] tentang indikator kepercayaan yaitu kejujuran, kepedulian dan kredibilitas. Indikator terbesar terdapat pada kredibilitas yang artinya memiliki keunggulan yang lebih hal tersebut mengarah pada kepercayaan pengguna dalam melakukan transaksi dompet digital, menjaga kepentingan pengguna, menjaga perjanjian terhadap pengguna dan memberikan keuntungan bagi pengguna.

Penelitian ini didukung oleh [19] kepercayaan adalah sifat yang harus dimiliki terhadap pengguna teknologi karena teknologi yang digunakan dapat membantu menaikkan kinerja pengguna dalam melakukan kinerja dalam kehidupan sehari-hari. Kepercayaan juga harus muncul dari dalam diri sehingga membuahkan tindakan yang didapatkan oleh pengguna dalam mempercayai suatu teknologi. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian [14] bahwa kepercayaan berpengaruh terhadap minat menggunakan dompet digital. Terdapat juga penelitian yang dikaji oleh [22] bahwa kepercayaan berpengaruh terhadap minat menggunakan dompet digital. Adapun penelitian lain yang dikaji oleh [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

## IV. SIMPULAN

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 mengharapkan 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.



## UCAPAN TERIMA KASIH

**1** Syukur alhamdulillah atas ke hadirat Allah SWT yang telah memberikan kesempatan untuk menyelesaikan skripsi artikel yang berjudul Persepsi Kemudahan, Persepsi Manfaat dan Kepercayaan terhadap Minat Menggunakan Dompot Digital Shopeepay di Sidoarjo yang selesai tepat pada waktunya. Terimakasih kepada pihak Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, pengguna dompet digital Shopeepay di Sidoarjo, dan terimakasih kepada orang tua saya serta rekan-rekan yang telah berpartisipasi dalam pembuatan tugas akhir ini. Yang sampai pada akhirnya saya dapat menyelesaikan penulisan skripsi artikel ini dengan baik dan sepentasnya

## REFERENSI

- [1] A. Indah And M. Hariasih, "The Effect Of Financial Knowledge, Financial Attitude And Personality On Financial Management Behavior At Fruit Street Vendors In Sidoarjo," *Acad. Open*, Vol. 7, Pp. 1–14, 2022, Doi: 10.21070/Acopen.7.2022.3427.
- [2] M. Sallika Marra Rizki Darista, "Pengaruh Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan, Persepsi Kepercayaan Dan Persepsi Risiko Terhadap Minat Penggunaan Aplikasi Ovo Sebagai Alat Pembayaran E-Money," Vol. 09, No. 01, Pp. 27–37, 2021.
- [3] Muhammad Farid Iffat, "Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Risiko Terhadap Minat Masyarakat Menggunakan Dompot Elektronik Di Kota Medan," Vol. 5, No. 2020, Pp. 441–449, 2022, Doi: 10.20885/Ncaf.Vol5.Art50.
- [4] A. B. Pratama And I. D. G. D. Suputra, "Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Dan Tingkat Kepercayaan Pada Minat Menggunakan Uang Elektronik," *E-Jurnal Akunt.*, Vol. 27, P. 927, 2019, Doi: 10.24843/Eja.2019.V27.I02.P04.
- [5] W. Desita And G. A. K. R. S. Dewi, "Pengaruh Persepsi Kemanfaatan, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Risiko, Promosi Dan Fitur Layanan Terhadap Minat Menggunakan Transaksi Non Cash Pada Aplikasi Dompot Elektronik (E-Wallet)," *J. Akunt. Profesi*, Vol. 13, No. 01, Pp. 115–124, 2022.
- [6] F. Mawardani And R. Dwijayanti, "Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan Dan Promosi Cashback Terhadap Minat Mahasiswa Dalam Menggunakan Dompot Digital Shopeepay Pada Aplikasi Shopee," *J. Pendidik. Tata Niaga*, Vol. 9, No. 3, Pp. 1455–1463, 2021.
- [7] A. S. Z. Siti Umul Khoiriyah, Moh. Halim, "Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Dan Persepsi Keamanan Terhadap Minat Menggunakan Financial Technology Pada Aplikasi Dana," *J. Ris. Akunt. Dan Bisnis*, Vol. 9, No. 1, Pp. 70–79, 2023.
- [8] W. Limawati, Endah Pri Ariningsih, "Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Manfaat, Persepsi Keamanan, Dan Kepercayaan Terhadap Minat Menggunakan Aplikasi Ovo," *Nucl. Phys.*, Vol. 13, No. 1, Pp. 104–116, 2021.
- [9] A. Nadhilah, N. H.-S. N. A. Dan, And Undefined 2022, "Pengaruh Persepsi Kemudahan, Kepercayaan, Dan Pengetahuan Produk Terhadap Minat Menggunakan Dompot Digital (Studi Kasus Produk Layanan Syariah)," *Prosiding-Old.Pnj.Ac.Id*, 2022, [Online]. Available: <http://prosiding-old.pnj.ac.id/index.php/snampnj/article/view/5843>
- [10] N. D. Abriilia and S. Tri, "Pengaruh Persepsi Kemudahan Dan Fitur Layanan Terhadap Minat Menggunakan E-Wallet Pada Aplikasi Dana Di Surabaya," *J. Pendidik. Tata Niaga*, vol. 8, no. 3, pp. 1006–1012, 2020.
- [11] R. A. S. Sati and M. Ramaditya, "Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Kepercayaan Dan Persepsi Risiko Terhadap Minat Menggunakan E-Money (Studi Kasus Pada Konsumen Yang Menggunakan Metland Card)," *Management*, pp. 1–20, 2019.
- [12] T. R. Hanifah and I. Mukhlis, "Pengaruh Efektivitas, Hedonis, Kemanfaatan, Dan Kepercayaan Terhadap Minat Mahasiswa Universitas Negeri Malang Dalam Menggunakan Layanan Shopeepay: Pendekatan Technology Acceptance Model," *Ecobisma (Jurnal Ekon. Bisnis Dan Manajemen)*, vol. 9, no. 2, pp. 69–83, 2022, doi: 10.36987/ecobi.v9i2.2711.
- [13] L. Robaniyah and H. Kurnianingsih, "Pengaruh Persepsi Manfaat, Kemudahan Penggunaan Dan Keamanan Terhadap Minat Menggunakan Aplikasi Ovo," *Image J. Ris. Manaj.*, vol. 10, no. 1, pp. 53–62, 2021, doi: 10.17509/image.v10i1.32009.

- [14] E. Sulaeman and D. Pebriantje, "Pengaruh Persepsi Resiko dan Kepercayaan Konsumen terhadap Minat Menggunakan Dompot Digital ShopeePay," vol. 4, no. 1, pp. 91–98, 2023.
- [15] J. Riset, M. Prodi, M. Fakultas, and B. Unisma, "Vol. 12. No. 01 ISSN : 2302-7061," vol. 12, no. 01, pp. 510–518, 2018
- [16] J. S. Manajemen, "Jurnal Sains Manajemen Volume. 7 No. 2 Tahun. 2021," No. 2, Pp. 97–108, 2021.
- [17] S. J. Sibuea, D. Oktavianthy, And A. E. Rangkuti, "Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan Dan Persepsi Manfaat Terhadap Minat Penggunaan Aplikasi Ovo," *Konf. Nas. Sos. Dan Eng. Politek. Negeri Medan*, Pp. 635–645, 2021.
- [18] A. T. Perkasa And A. R. Rustam, "Pengaruh Persepsi Kebermanfaatan, Persepsi Kemudahan Penggunaan Dan Persepsi Kepercayaan Wajib Pajak Terhadap Minat Menggunakan E-Filing Sebagai Sarana Pelaporan Pajak (Study Kasus Di Pt Pelabuhan Indonesia Iii Cabang Benoa)," *J. Chem. Inf. Model.*, Vol. 01, No. 01, Pp. 1689–1699, 2017.
- [19] R. Agustina, R. Gustiana, And M. R. Budiman, "Pengaruh Kepercayaan, Kegunaan Dan Kemudahan Terhadap Minat Menggunakan Sistem Pembayaran E-Wallet Go-Pay Pada Masyarakat Di Kecamatan Alalak Kabupaten Barito Kuala," *Din. Ekon. - J. Ekon. Dan Bisnis*, Vol. 15, No. 1, Pp. 200–214, 2022, Doi: 10.53651/Jdeb.V15i1.370.
- [20] Prof. Dr. Sugiyono, *Buku Metode Penelitian Kuantitatif*, 2nd Ed. Bandung: Alfabeta, 2019.
- [21] A. Hanafi And I. Kamela, "Pengaruh Persepsi Kemudahan, Fitur Layanan, Dan Persepsi Risiko Terhadap Minat Menggunakan Dompot Digital (Gopay) Di Kota Padang," *Jfek*, Vol. 21, No. 2, Pp. 2–4, 2022, [Online]. Available: <https://ejurnal.bunghatta.ac.id/index.php/jfek/article/view/21336>
- [22] S. F. Wibowo, D. Rosmauli, And U. Suhud, "Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Fitur Layanan, Dan Kepercayaan Terhadap Minat Menggunakan E-Money Card (Studi Pada Pengguna Jasa Commuterline Di Jakarta)," *Jrmsi - J. Ris. Manaj. Sains Indones.*, Vol. 6, No. 1, Pp. 440–456, 2015, Doi: 10.21009/Jrmsi.006.1.06.
- [23] Nurul Haqiqi, Untung Lasiyono, And Tri Ari Prabowo, "Pengaruh Kemudahan, Manfaat Dan Persepsi Risiko Terhadap Kepuasan Belanja Online Dalam Menggunakan E-Commerce Shopee Di Kelurahan Tanjungsari, Kecamatan Taman Sidoarjo," *J. Sustain. Bussiness Res.*, Vol. 1, No. 1, Pp. 317–328, 2020, Doi: 10.36456/Jsbr.V1i1.3000.
- [24] J. Manajemen, "J-Mas," Vol. 7, No. 2, Pp. 928–933, 2022, Doi: 10.33087/Jmas.V7i2.569.

ORIGINALITY REPORT

19%

SIMILARITY INDEX

20%

INTERNET SOURCES

15%

PUBLICATIONS

12%

STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1	<a href="http://www.researchgate.net">www.researchgate.net</a> Internet Source	4%
2	<a href="http://digilib.uinkhas.ac.id">digilib.uinkhas.ac.id</a> Internet Source	2%
3	<a href="http://prosiding-old.pnj.ac.id">prosiding-old.pnj.ac.id</a> Internet Source	2%
4	<a href="http://ejournal.umpwr.ac.id">ejournal.umpwr.ac.id</a> Internet Source	2%
5	<a href="http://repository.uinsaizu.ac.id">repository.uinsaizu.ac.id</a> Internet Source	1%
6	Submitted to Universitas Pamulang Student Paper	1%
7	Submitted to Universitas Merdeka Malang Student Paper	1%
8	<a href="http://e-repository.perpus.iainsalatiga.ac.id">e-repository.perpus.iainsalatiga.ac.id</a> Internet Source	1%
9	<a href="http://dspace.uii.ac.id">dspace.uii.ac.id</a> Internet Source	1%

10

Annisa Wahyulkarima. "Pengaruh Budaya, Psikologis, Pelayanan, Promosi, dan Pengetahuan tentang Produk Terhadap Keputusan Nasabah dalam Memilih Bank Syariah", JURNAL HUKUM EKONOMI SYARIAH, 2018

Publication

1 %

11

[e-journalfb.ukdw.ac.id](http://e-journalfb.ukdw.ac.id)

Internet Source

1 %

12

[ejournal.warmadewa.ac.id](http://ejournal.warmadewa.ac.id)

Internet Source

1 %

13

Wicky Laloan, Rudy Wenas, Sjendry Loindong. "Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Persepsi Manfaat, dan Risiko Terhadap Minat apengguna E-Payment QRIS pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Sam Ratulangi Manado", Jurnal EMBA : Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi, 2023

Publication

1 %

14

Ahmad Roziq, Ika Ratna Qorikaten Rohmah. "VARIABEL PENENTU DAN EKSKALASI JUMLAH TABUNGAN MUDHARABAH DI BRI SYARIAH CABANG JEMBER", INFERENSI, 2016

Publication

1 %

15

Submitted to Universitas Negeri Medan

Student Paper

1 %

16

Gusi Putu Lestara Permana, I Gusti Ngurah Darma Paramartha, Ida Ayu Winda Juniari. "ANALISIS PENGGUNAAN APLIKASI E-TICKETING BIOSKOP (M-Tix) DENGAN DIMENSI PENERIMAAN TEKNOLOGI", Widya Akuntansi dan Keuangan, 2020

Publication

1 %

17

[journal.laaroiba.ac.id](http://journal.laaroiba.ac.id)

Internet Source

1 %

Exclude quotes On

Exclude matches < 1%

Exclude bibliography On