

Analisis Kemudahan, Kepercayaan dan Keamanan Terhadap Keputusan Penggunaan *E-Wallet* (Shopee Pay) melalui Pemahaman Teknologi Sebagai Variabel Intervening

Oleh:

Monica Rosdiana,

Dr. Supardi, S.E., M.M., CSA., CRMP

Manajemen

Universitas Muhammadiyah Sidoarjo

Februari, 2024



Pendahuluan

- Pada saat ini perkembangan teknologi dan internet membawa inovasi pada aktivitas perbankan. Gaya hidup dan daya beli masyarakat meningkat karena kemajuan teknologi
- Dompet digital adalah layanan *E-Wallet* berbasis aplikasi yang dapat digunakan sebagai metode pembayaran serta memudahkan penggunaannya untuk menyimpan uang.
- Shopee Pay merupakan *E-Wallet* dengan pengguna paling banyak di Indonesia.

Pertanyaan Penelitian (Rumusan Masalah)

1. Apakah Kemudahan Berpengaruh Terhadap Keputusan Penggunaan *E-Wallet* (Shopee Pay)?
2. Apakah Kepercayaan Berpengaruh Terhadap Keputusan Penggunaan *E-Wallet* (Shopee Pay) ?
3. Apakah Keamanan Berpengaruh Terhadap Keputusan Penggunaan *E-Wallet* (Shopee Pay)?
4. Apakah Kemudahan Berpengaruh Terhadap Pemahaman Teknologi sebagai variabel intervening?
5. Apakah Kepercayaan Berpengaruh Terhadap Pemahaman Teknologi sebagai variabel intervening?
6. Apakah Keamanan Berpengaruh Terhadap Pemahaman Teknologi sebagai variabel intervening?
7. Apakah Pemahaman Teknologi sebagai Variabel Intervening Berpengaruh Terhadap Keputusan Penggunaan *E-Wallet* (Shopee Pay)?
8. Apakah Kemudahan Berpengaruh Terhadap Keputusan Penggunaan melalui Pemahaman Teknologi *E-Wallet* (Shopee Pay) sebagai variabel intervening?
9. Apakah Kepercayaan Berpengaruh Terhadap Keputusan Penggunaan *E-Wallet* (Shopee Pay) melalui Pemahaman Teknologi sebagai variabel intervening?
10. Apakah Keamanan Berpengaruh Terhadap Keputusan Penggunaan *E-Wallet* (Shopee Pay) melalui Pemahaman Teknologi sebagai variabel intervening?

Metode Penelitian



Penelitian ini menggunakan pendekatan penelitian kuantitatif
Pengumpulan data menggunakan kuisisioner (google form)



Populasi adalah Masyarakat pengguna *E-Wallet* Shopee Pay Kabupaten Sidoarjo
Teknik pengambilan sampel menggunakan purposive sampling
Sampel sebanyak 100 responden



Variabel bebas yaitu Kemudahan (X1), Kepercayaan (X2) dan Keamanan (X3)
Variabel terikat adalah Keputusan Penggunaan (Y)
Variabel intervening adalah Pemahaman Teknologi (Z)
Analisa data menggunakan Analisis Jalur (*Path Analysis*)

Pengujian Validitas

Variabel	Item Variabel	Correlation (r-hitung)	r-tabel	Keterangan
Kemudahan (X1)	X1.1	0,704	0,196	Valid
	X1.2	0,764		
	X1.3	0,785		
	X1.4	0,777		
	X1.5	0,766		
Kepercayaan (X2)	X2.1	0,765		
	X2.2	0,859		
	X2.3	0,879		
	X2.4	0,819		
	X2.5	0,827		
Keamanan (X3)	X3.1	0,855		
	X3.2	0,741		
	X3.3	0,874		
	X3.4	0,836		
	X3.5	0,800		
Keputusan Penggunaan (Y)	Y.1	0,683		
	Y.2	0,780		
	Y.3	0,808		
	Y.4	0,826		
	Y.5	0,850		
Pemahaman Teknologi (Z)	Z.1	0,742		
	Z.2	0,874		
	Z.3	0,769		
	Z.4	0,821		
	Z.5	0,848		

Pengujian Realibilitas

Variabel	n	cronbach alpha	R-Tabel	Keterangan
Kemudahan (X1)	5	0,813	0,60	Reliabel
Kepercayaan (X2)	5	0,886		
Keamanan (X3)	5	0,880		
Keputusan Penggunaan (Y)	5	0,848		
Pemahaman Teknologi (Z)	5	0,868		

Pengujian Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

N		Unstandardized Residual
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	100
	Std. Deviation	.0000000
Most Extreme Differences	Absolute	2.25250812
	Positive	.074
	Negative	.049
Test Statistic		-.074
Asymp. Sig. (2-tailed)		.074
		.200 ^{c,d}

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. This is a lower bound of the true significance.

Pengujian Multikolinieritas

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	.497	1.972		.252	.802		
	Kemudahan	.329	.126	.253	2.619	.010	.507	1.971
	Kepercayaan	.322	.151	.291	2.135	.035	.256	3.911
	Keamanan	.308	.126	.285	2.448	.016	.351	2.851

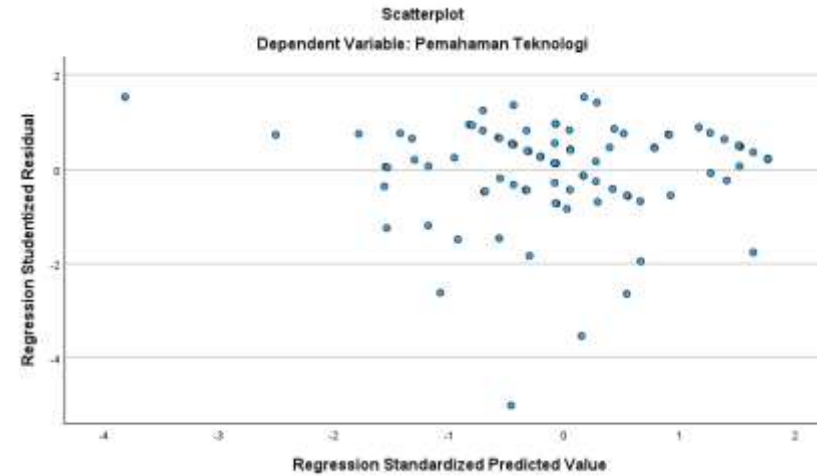
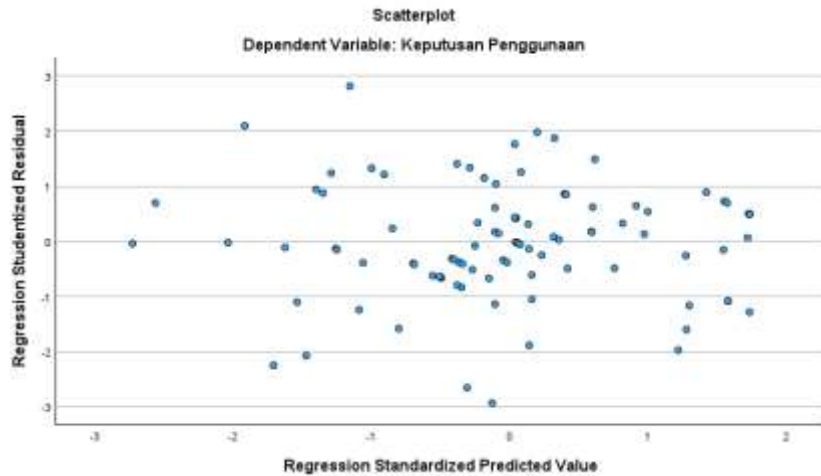
a. Dependent Variable: Pemahaman Teknologi

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	-.399	1.885		-.212	.833		
	Kemudahan	.019	.124	.014	.152	.880	.474	2.112
	Kepercayaan	.429	.148	.373	2.909	.005	.244	4.096
	Keamanan	.263	.124	.234	2.123	.036	.330	3.029
	Pemahaman Teknologi	.261	.097	.251	2.673	.009	.455	2.198

a. Dependent Variable: Keputusan Penggunaan

Pengujian Heteroskedastisitas



Pengujian Hipotesis (Regresi I)

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized	t	Sig.
		B	Std. Error	Coefficients Beta		
1	(Constant)	.497	1.972		.252	.802
	Kemudahan	.329	.126	.253	2.619	.010
	Kepercayaan	.322	.151	.291	2.135	.035
	Keamanan	.308	.126	.285	2.448	.016

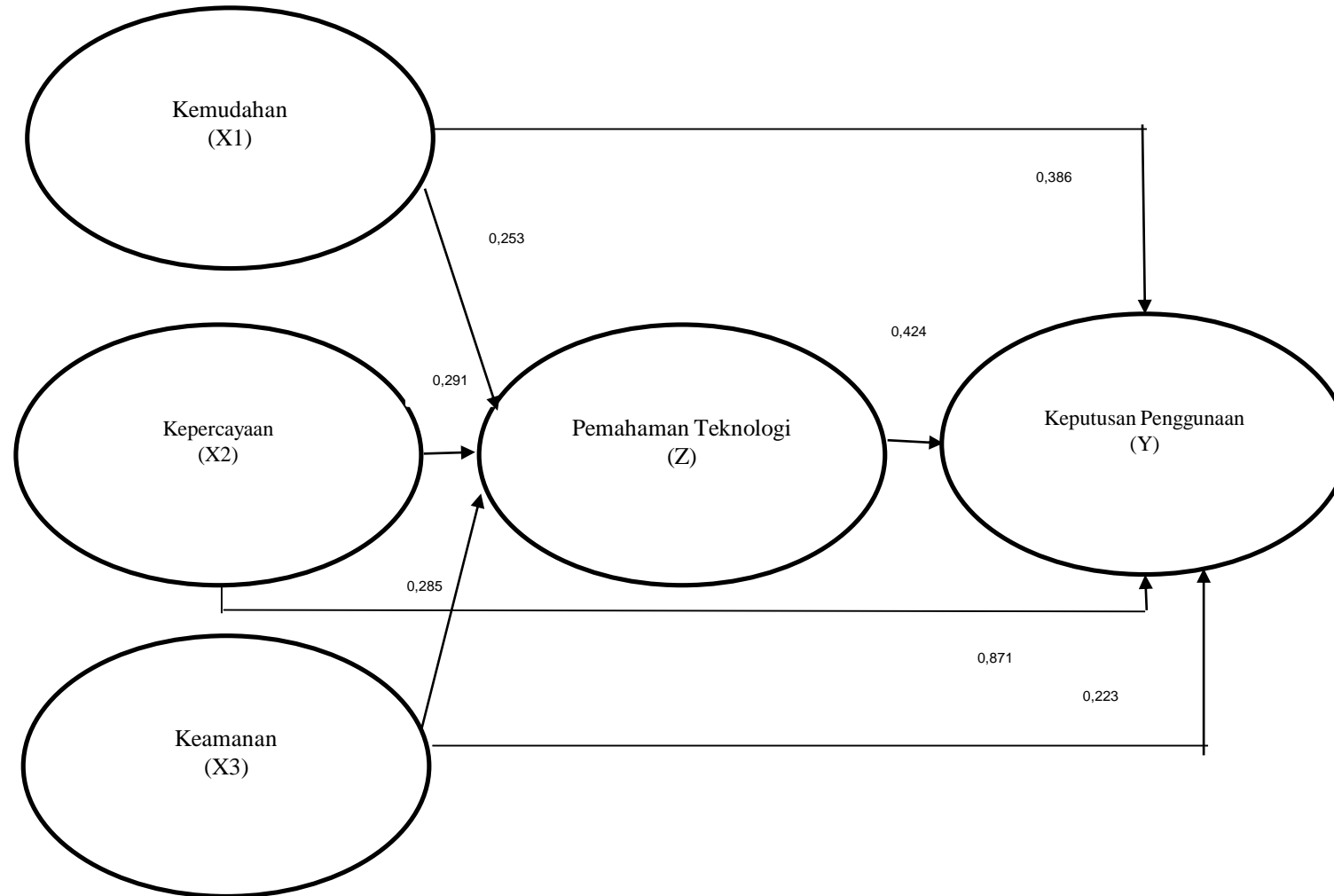
a. Dependent Variable: Pemahaman Teknologi

Pengujian Hipotesis (Regresi II)

Model		Coefficients ^a				t	Sig.
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients			
		B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	5.160	1.520		3.395	.001	
	Kemudahan	.484	.094	.386	5.164	.000	
	Kepercayaan	1.004	.113	.871	8.913	.000	
	Keamanan	.238	.094	.223	2.543	.013	
	Pemahaman Teknologi	.441	.082	.424	5.383	.000	

a. Dependent Variable: Keputusan Penggunaan

Analisis Jalur (*Patch Analysis*)



1. Kemudahan (X1) berpengaruh terhadap Keputusan Penggunaan (Y) melalui Pemahaman Teknologi (Z) sebagai variabel intervening

- Pengaruh langsung X1 ke Y = 0,386
- Pengaruh tidak langsung X1 ke Z = $0,253 \times 0,424 = 0,107$
- Pengaruh Total korelasi X1 ke Z = $0,386 + 0,107 = 0,493$
- Dari hasil perhitungan tersebut, terlihat bahwa pengaruh tidak langsung lebih besar dibandingkan pengaruh langsung. Temuan ini mengindikasikan bahwa secara tidak langsung, melalui Z, X1 memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Y.

2. Kepercayaan (X2) berpengaruh terhadap Keputusan Penggunaan (Y) melalui Pemahaman Teknologi (Z) sebagai variabel intervening

- Pengaruh langsung X2 ke Y = 0,871
- Pengaruh tidak langsung X2 ke Z = $0,291 \times 0,424 = 0,123$
- Pengaruh Total X2 ke Z = $0,871 + 0,123 = 0,994$
- Dari hasil perhitungan tersebut, terlihat bahwa pengaruh tidak langsung lebih besar dibandingkan pengaruh langsung. Temuan ini mengindikasikan bahwa secara tidak langsung, melalui Z, X2 memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Y.

3. Keamanan (X3) berpengaruh terhadap Keputusan Penggunaan (Y) melalui Pemahaman Teknologi (Z) sebagai variabel intervening

- Pengaruh langsung X3 ke Y = 0,223
- Pengaruh tidak langsung X3 ke Z = $0,285 \times 0,424 = 0,121$
- Pengaruh Total X3 ke Z = $0,223 + 0,121 = 0,344$
- Dari hasil perhitungan tersebut, terlihat bahwa pengaruh tidak langsung lebih besar dibandingkan pengaruh langsung. Temuan ini mengindikasikan bahwa secara tidak langsung, melalui Z, X3 memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Y.

Kesimpulan

1. Kemudahan berpengaruh terhadap Keputusan Penggunaan
2. Kepercayaan berpengaruh terhadap Keputusan Penggunaan
3. Keamanan berpengaruh terhadap Keputusan Penggunaan
4. Kemudahan berpengaruh terhadap Pemahaman Teknologi
5. Kepercayaan berpengaruh terhadap Pemahaman Teknologi
6. Keamanan berpengaruh terhadap Pemahaman Teknologi
7. Keputusan Penggunaan berpengaruh terhadap Pemahaman Teknologi
8. Kemudahan berpengaruh terhadap Keputusan Penggunaan melalui Pemahaman Teknologi sebagai variabel intervening
9. Kepercayaan berpengaruh terhadap Keputusan Penggunaan melalui Pemahaman Teknologi sebagai variabel intervening
- 10.Keamanan berpengaruh terhadap Keputusan Penggunaan melalui Pemahaman Teknologi sebagai variabel intervening

Temuan Penelitian

- Hasil penelitian menunjukkan bahwa keamanan yang diberikan oleh dompet digital pada saat transaksi menjadi aspek yang paling berpengaruh terhadap Keputusan Penggunaan E-Wallet.
- Pihak-pihak yang terlibat dalam pengembangan dompet digital harus berfokus pada meningkatkan keamanan dan kemudahan penggunaan dompet digital dalam transaksi.
- Fitur-fitur yang memudahkan dan pengalaman pengguna yang lancar harus menjadi prioritas utama untuk meningkatkan Keputusan penggunaan konsumen.

Manfaat Penelitian

Dapat dijadikan masukan bagi perusahaan penyedia layanan *E-Wallet* untuk mempertahankan dan mengembangkan layanan dompet digital secara kreatif serta efektif dan efisien, sehingga dapat mendorong pengguna untuk betransaksi cashless menggunakan *E-Wallet*.

Referensi

- [1] S. Supardi, M. R. Yulianto, and S. Sumarno, “Pendampingan Peningkatan Pendapatan UMKM yang Terdampak Covid-19 melalui Perbaikan Pengelolaan Manajemen Keuangan dan Digital Marketing,” *PengabdianMu J. Ilm. Pengabd. Kpd. Masy.*, vol. 8, no. 2, pp. 224–232, 2023, doi: 10.33084/pengabdianmu.v8i2.4021.
- [2] S. Saiful, “The Influence of Product Quality and Service Quality on Online Through Digital Marketing as Intervening Variables During the COVID-19 Pandemic,” *JBMP (Jurnal Bisnis, Manaj. dan Perbankan)*, vol. 8, no. 1, pp. 51–72, 2022, doi: 10.21070/jbmp.v8i1.1626.
- [3] U. Khoirun Nisa, N. Aslamatis Solekah, and N. Penulis, “The Influence of TAM, Social influence, Security Relationship Toward Intention to Use E Wallet through Attitude and Trust.” [Online]. Available: <https://www.bi.go.id>
- [4] I. A. G. Saputra, A. Yusuf, L. Hakim, and S. Rohayati, “Determination Of Generation Z’s Intention In Using E-Wallet For Payment Transactions,” *E-Jurnal Akunt.*, vol. 33, no. 1, p. 73, Jan. 2023, doi: 10.24843/eja.2023.v33.i01.p06.
- [5] B. Bagas Hapsoro and F. Unnes Kampus Sekaran, “The Effect of Perceived Ease of Use, Perceived Usefulness, and Perceived Security on E-Wallet Continuance Intention of ShopeePAY Through E-Satisfaction Article Information,” *Manag. Anal. J.*, vol. 12, no. 4, pp. 396–405, 2022.
- [6] S. Suryati and I. Yoga, “the Influence of Perceived Ease of Use, Trust and Security on Intention To Use E-Wallet,” *J. Manag. Islam. Financ.*, vol. 1, no. 2, pp. 294–308, 2021, doi: 10.22515/jmif.v1i2.4692.
- [7] Desvronita, “Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Menggunakan Sistem Pembayaran E-Wallet PMenggunakan Technology Acceptance Model,” *J. Akmenika*, vol. 18, no. 2, pp. 1–8, 2021.
- [8] W. Suhendry, “Minat Penggunaan E-Wallet DANA di Kota Pontianak,” *J. Ekon. Manaj.*, vol. 7, no. 1, pp. 46–56, 2022, doi: 10.37058/jem.v7i1.2586.
- [9] J. Manajemen *et al.*, “E-Commerce Shopee (Studi Kasus Pada Masyarakat Buleleng),” *Bisma J. Manaj.*, vol. 9, no. 2, pp. 127–135, 2023.
- [10] D. C. Kumala, J. W. Pranata, and S. Thio, “Pengaruh Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, Trust, Dan Security Terhadap Minat Penggunaan Gopay Pada Generasi X Di Surabaya,” *J. Manaj. Perhotelan*, vol. 6, no. 1, pp. 19–29, 2020, doi: 10.9744/jmp.6.1.19-29.
- [11] N. Abdullah, F. Redzuan, and N. A. Daud, “E-wallet: Factors influencing user acceptance towards cashless society in Malaysia among public universities,” *Indones. J. Electr. Eng. Comput. Sci.*, vol. 20, no. 1, pp. 67–74, 2020, doi: 10.11591/ijeecs.v20.i1.pp67-74.
- [12] E. P. Ariningsih, W. Wijayanti, and M. G. Prasaja, “Intention to Use E-wallet Dilihat dari Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, Perceived Security, dan Trust,” *J. Maksipreneur Manajemen, Koperasi, dan Entrep.*, vol. 11, no. 2, p. 227, 2022, doi: 10.30588/jmp.v11i2.916.
- [13] Y. Yennisa and H. R. N. Putri, “Faktor-Faktor yang Berpengaruh Pada Keputusan Penggunaan e-wallet dalam Transaksi Pembayaran (Studi di Pasar Tradisional Daerah Istimewa Yogyakarta),” *UPY Bus. Manag. J.*, vol. 2, no. 2, pp. 30–39, 2023, doi: 10.31316/ubmj.v2i2.5075.
- [14] R. A. A. Baraba and M. Mahmudi, “Understanding The Millennial Generation Behavior In Using Digital Banking,” *Asean Int. J. Bus.*, vol. 2, no. 1, pp. 1–13, Jan. 2023, doi: 10.54099/aijb.v2i1.394.
- [15] V. Venkatesh and F. D. Davis, “Theoretical extension of the Technology Acceptance Model: Four longitudinal field studies,” *Manage. Sci.*, vol. 46, no. 2, pp. 186–204, 2000, doi: 10.1287/mnsc.46.2.186.11926.

- [16] N. Diva, R. Rembulan, and E. A. Firmansyah, "Perilaku Konsumen Muslim Generasi-Z Dalam Pengadopsian Dompot Digital," *Valid J. Ilm.*, vol. 17, no. 2, p. 111, 2020.
- [17] R. T. Yulianto and G. P. Gusti, "E-Commerce Success Factors : PLS-SEM Approach," vol. 5, no. 3, pp. 106–113, 2022.
- [18] S. Fahmi, "Pengaruh Persepsi Keamanan dan Kepercayaan terhadap Niat Konsumen dalam Melakukan Transaksi E-Commerce, melalui Sikap sebagai Variabel Intervening," *JAMIN J. Apl. Manaj. dan Inov. Bisnis*, vol. 1, no. 1, p. 86, 2018, doi: 10.47201/jamin.v1i1.21.
- [19] R. C. Mayer, J. H. Davis, F. D. Schoorman, R. C. Mayer, and J. H. Davis, "Monthly Report," *J. Inst. Brew.*, vol. 33, no. 1, pp. 1–5, 1927, doi: 10.1002/j.2050-0416.1927.tb05040.x.
- [20] M. N. Falah, "Kembali Shopeepay Di Kota Malang Saat Pandemi Covid-," *J. Ilm. Mhs. FEB*, vol. 9, no. 2, pp. 1–18, 2021, [Online]. Available: <https://jimfeb.ub.ac.id/index.php/jimfeb/article/view/7272>
- [21] Patel and O. Goyena, "pengaruh kemudahan, kepercayaan dan keamann terhadap kepuasan konsumen pengguna aplikasi DANA dalam perspektif ekonomi islam," *J. Chem. Inf. Model.*, vol. 15, no. 2, pp. 9–25, 2019.
- [22] Raman Arasu dan Viswanathan A., "Web Services and e-Shopping Decisions: A Study on Malaysian e-Consumer, Special Issue on: Wireless Information Networks & Business Information System," *Ijca*, vol. 1, no. 1, pp. 54–60, 2017.
- [23] V. Ong and N. MN, "Pengaruh Persepsi Risiko, Persepsi Kemudahan, dan Literasi Keuangan terhadap Minat Penggunaan Linkaja," *J. Manajerial Dan Kewirausahaan*, vol. 4, no. 2, p. 516, 2022, doi: 10.24912/jmk.v4i2.18259.
- [24] I. D. Silva, A. Yunita, and R. Firman, "Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan dan Kemanfaatan Terhadap Keputusan Penggunaan E-Money Dengan Pemahaman Teknologi Sebagai Variabel Intervening," *AKDBB J. Econ. Bus.*, vol. 1, no. 1, pp. 52–66, 2022.
- [25] Nabila, "Pengaruh Promosi Penjualan, Kemudahan, Dan Kemanfaatan Terhadap Keputusan Menggunakan Dompot Digital (Studi Dompot Digital Shopeepay)," *Gastron. ecuatoriana y Tur. local.*, vol. 1, no. 69, pp. 5–24, 2021.
- [26] R. Pramudiarta and A. Juliarto, "Pengaruh Kompetensi Sumber Daya Manusia, Pemanfaatan Teknologi Informasi, Dan Sistem Pengendalian Intern Terhadap Nilai Informasi Pelaporan Keuangan Entitas Akuntansi Pemerintah Daerah (Studi Persepsi Pegawai Skpd Di Kabupaten Batang Dan Kabupaten Kendal)," *Diponegoro J. Account.*, vol. 4, no. 3, pp. 1–14, 2015.
- [27] F. Endra, *Pengantar Metodologi Penelitian*. 2017.
- [28] B. Bagas Hapsoro and F. Unnes Kampus Sekaran, "The Effect of Perceived Ease of Use, Perceived Usefulness, and Perceived Security on E-Wallet Continuance Intention of Shopeepay Through E-Satisfaction Article Information," *Manag. Anal. J.*, 2022, [Online]. Available: <http://maj.unnes.ac.id>
- [29] P. I. Hartono *et al.*, "VALUE ON USER ' S INTENTION TO CONTINUE USING SHOPEEPAY," vol. 11, no. 3, pp. 1473–1486, 2023.
- [30] S. Ukamah *et al.*, "Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Pemasaran Online Melalui Digital Sebagai Variabel Intervening Pada Masa Pandemi COVID-19," no. 1, pp. 51–72, 2022, doi: 10.21070/jbmp.v8vi1.1626.
- [31] Y. D. Rahmawati, R. Yuliana, S. Tinggi, I. E. Bank, and B. Jateng, "Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Dan Persepsi Keamanan Terhadap Keputusan Penggunaan E-Wallet Pada Mahasiswa Stie Bank Bpd Jateng," *Econbank*, vol. 2, no. 2, pp. 157–168, 2020, [Online]. Available: <https://www.liputan6.com>
- [32] S. P. T. Mutia, "Pengaruh sanksi perpajakan, kesadaran perpajakan, pelayanan fiskus, dan tingkat pemahaman terhadap kepatuhan wajib pajak orang pribadi (Studi Empiris pada Wajib Pajak Orang Pribadi yang terdaftar di KPP Pratama Padang)," *J. Akunt.*, vol. 2, no. 1, pp. 2–30, 2014.

