

# Pengaruh Perceived Ease Of Use, Electronic Trust dan Electronic Security Terhadap Keputusan Penggunaan GoPay Pada Generasi Z

Oleh:

Sri Wahyuni Romadhon

Alshaf Pebrianggara

Progam Studi Manajemen

Universitas Muhammadiyah Sidoarjo

Desember, 2025

# Pendahuluan

Salah satu bidang teknologi yang paling berkembang di Indonesia adalah informasi dan komunikasi. Teknologi keuangan yang menggunakan mata uang digital dan dompet elektronik merupakan beberapa kemajuan penting yang muncul di sektor keuangan. Salah satu kemajuan teknologi keuangan yang semakin diminati masyarakat adalah e-wallet[1]. Banyak program e-wallet yang bisa diakses salah satunya adalah GoPay. GoPay adalah sistem pembayaran elektronik yang memudahkan transaksi pembayaran online menggunakan aplikasi Gojek yang memikat banyak minat di Indonesia. Persentase pengguna digital tertinggi adalah Gopay, yakni sekitar 87%. Pesatnya pertumbuhan cabang GoPay yang dijalankan oleh PT Gojek tidak akan berlanjut jika disandingkan dengan upaya peningkatan kualitas layanan. Dalam beberapa tahun terakhir, GoPay terus berkembang menjadi lembaga keuangan lain untuk menawarkan metode pembayaran yang lebih beragam, sehingga memudahkan penggunaannya. Tetapi ada masalah yang dihadapi GoPay yaitu, GoPay mengalami kerugian pada kuartal IV/2023.

Namun, berdasarkan dokumen yang diterima Bisnis, angka rugi ini sudah menurun 77% secara year on year, dari semula Rp743 miliar menjadi Rp168 miliar, berkurangnya kerugian ini didorong oleh perkembangan jangkauan GoPay yang lebih luas[2]. Berkembangnya GoPay saat ini dapat mempermudah orang Indonesia dalam melakukan transaksi seperti tranfer antar bank, melakukan pembayaran, membayar tagihan dan membeli pulsa atau paket data. Sehingga pada tanggal 29 November 2023 GoPay mendapatkan penghargaan dari Google Play untuk sebuah aplikasi keuangan yang memberikan kemudahan akses finansial kepada seluruh masyarakat, GoPay melesat 62% secara yoy menjadi Rp169,2 triliun.

# Pendahuluan

Berdasarkan penelitian terdahulu terdapat kesenjangan atau gap yaitu evidence gap. Evidence gap adalah kesenjangan yang terjadi dari hasil penelitian terdahulu[8]. Maka sejumlah penelitian sebelumnya mencakup pandangan yang berbeda.

1. penelitian yang dilakukan oleh Ardana menunjukkan hasil bahwa perceived ease of use atau kemudahan berpengaruh positif secara signifikan terhadap keputusan pengguna[9],
2. penelitian dari Saefudin mengatakan sebaliknya[10].
3. Ramli berpendapat bahwa e-trust berpengaruh positif terhadap keputusan penggunaan[11],
4. Octaviana menunjukkan pengaruh negatif E-trust terhadap keputusan penggunaan[12].
5. Abid mengatakan bahwa ada pengaruh positif antara E-security terhadap keputusan penggunaan[13].
6. Miani menunjukkan bahwa e-security atau persepsi keamanan berpengaruh negative terhadap keputusan penggunaan[14]

Penelitian ini berfokus pada SDGs 8 <https://sdgs.un.org/goals/goal8> berkaitan dengan pertumbuhan ekonomi dan partisipasi Angkatan kerja.

# Pertanyaan Penelitian (Rumusan Masalah)

Apakah perceived ease of use, e-trust, dan e-security berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan GoPay?

# Literatur Riview

## **Perceived Ease Of Use (X1)**

kemudahan penggunaan didefinisikan sebagai tingkat keyakinan seseorang bahwa penggunaan teknologi akan menguntungkan baik secara mental maupun fisik. Individu mungkin percaya bahwa suatu sistem tidak cocok untuk digunakan, meskipun mereka percaya bahwa sistem ini berguna. Perceived ease of use adalah merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi kehidupan seseorang atau mengubah tingkah lakunya, yang dapat diamati melalui persepsi[18]. Persepsi ini didefinisikan sebagai keyakinan bahwa suatu teknologi lebih mudah digunakan dan tidak memerlukan banyak usaha dari pihak pengguna. Pengguna cenderung memiliki sikap negatif terhadap aplikasi apabila pengguna tersebut merasa kesulitan dalam menggunakan atau mengoperasikannya[19]. Indikator dari perceived ease of use adalah sebagai berikut[20].

1. Easyness Easyness adalah kemudahan penggunaan suatu sistem.
2. Clear and understandable Ketika suatu sistem memiliki kejelasan, dikatakan jelas dan mudah dipahami.
3. Easy to learn, Easy to learn adalah tingkat kemudahan bagi seorang individu untuk mempelajari dan mengadopsi suatu sistem.
4. Overall easiness, kemudahan penggunaan secara umum kemudahan penggunaan secara keseluruhan mengacu pada tingkat kemudahan penggunaan sistem apa pun.

# Literatur Riview

## E-Trust (X2)

kepercayaan konsumen terhadap sistem pembayaran elektronik didefinisikan sebagai keyakinan bahwa transaksi akan dilakukan sesuai dengan harapan konsumen. E-trust merupakan tingkat di mana seseorang berpikir bahwa memanfaatkan teknologi tertentu akan mudah dikenal sebagai E-trust merupakan faktor terpenting dalam transaksi yang berani karena pembelian yang berani mengurangi jumlah uang yang terlibat dalam transaksi antara pembeli dan penjual. Karena munculnya teknologi digital, yang memungkinkan transaksi online, harus ada rasa saling percaya antara pembeli dan penjual[22]. Indikator dari E-Trust antara lain[23]:

1. Ketulusan (Benevolence) adalah kesediaan penjual untuk memuaskan baik pelanggan maupun dirinya sendiri dengan cara yang menguntungkan kedua belah pihak.
2. Kemampuan (Ability) mengacu pada kemampuan dan karakteristik organisasi atau bisnis untuk mempengaruhi dan membimbing suatu wilayah tertentu.
3. Integritas (Integrity) berkaitan dengan bagaimana seseorang berperilaku atau berperilaku ketika menjalankan bisnis. Konsumen diberikan informasi akurat atau tidaknya.

# Literatur Riview

## E-Security (x3)

Keamanan elektronik merupakan bagian dari persepsi konsumen bahwa informasi pribadi yang dimilikinya tidak akan terlihat, diungkapkan, atau bahkan diakses oleh pihak terkait selama perjalanan dan penyimpanan data. Hal ini penting berkaitan dengan kepercayaan dan privasi konsumen terhadap kami sebagai pihak yang menangani informasi pribadi konsumen[24]. Definisi lain dari e-security atau persepsi keamanan adalah ancaman yang dapat mengakibatkan situasi, keadaan, atau kejadian yang dapat menyebabkan kesulitan keuangan dengan menghancurkan sumber data atau jaringan, mengumpulkan dan mengubah data, serangan penolakan layanan, penipuan, atau penyalahgunaan kekuasaan[25]. Indikator e-security adalah sebagai berikut[26]:

1. Jaminan keamanan: elektronik mengacu pada perlindungan perangkat digital dan sistem elektronik dari berbagai ancaman dan bahaya
2. Kerahasiaan data adalah memastikan bahwa hanya orang atau sistem yang memiliki izin yang dapat melihat, membaca, atau menggunakan data tersebut.
3. Terjaminnya transaksi berupaya memastikan bahwa setiap transaksi yang dilakukan secara elektronik aman, terlindungi, dan bebas dari risiko pencurian atau bahaya lainnya.
4. Bukti transaksi mengacu pada catatan atau rekaman yang menunjukkan bahwa suatu transaksi elektronik telah terjadi dan sesuai dengan apa yang telah disepakati.

# Literatur Riview

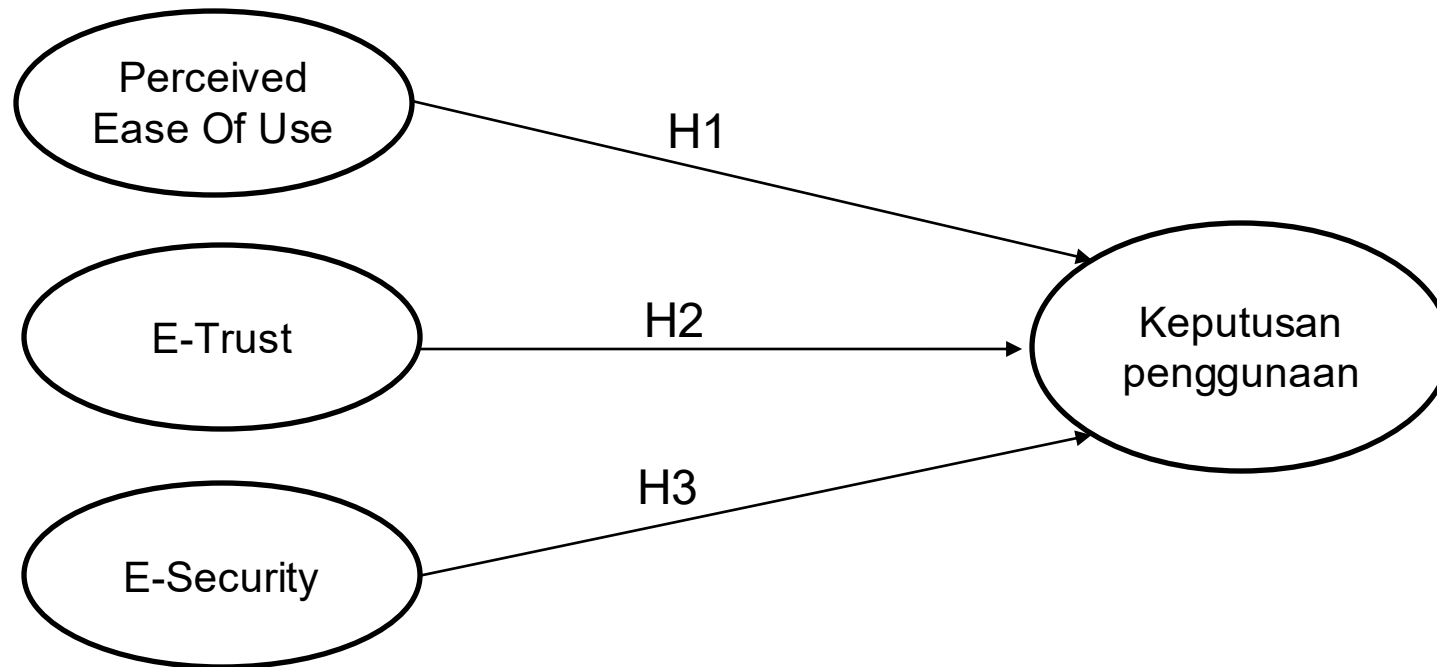
## Keputusan Penggunaan (Y)

Ketika konsumen memutuskan dalam pembelian barang dan jasa hal itu merupakan proses untuk mengetahui guna dilakukannya evaluasi terhadap keduanya kemudian memilih salah satu. Dalam mengambil sebuah keputusan tanpa disadari seseorang membandingkan beberapa pilihan terhadap barang atau jasa yang akan dikonsumsi[16].

Ada 4 indikator dalam keputusan pembelian[17]:

1. Pemilihan produk: Proses memberi konsumen kesempatan untuk memilih produk atau layanan untuk memenuhi kebutuhan mereka dikenal sebagai pemilihan.
2. Pemilihan merek: mengacu pada bagaimana merek tertentu digambarkan dalam benak konsumen yang menangkap gambaran asli suatu produk atau layanan.
3. Pemilihan waktu: adalah salah satu faktor terpenting yang perlu dipertimbangkan konsumen ketika membeli suatu produk atau layanan.
4. Pemilihan metode pembayaran: Pelanggan harus meneliti metode atau prosedur pembayaran produk yang mereka beli.

# Literatur Riview



# Metode

- Jenis penelitian ini menggunakan metodologi deskriptif melalui pendekatan kuantitatif. Tujuan dari metode penelitian Deskriptif adalah untuk menggambarkan suatu topik tertentu dengan menggunakan data atau sampel yang tersedia tanpa melakukan analisis[27].
- Populasi dalam penelitian ini terdiri dari orang-orang yang sebelumnya telah menggunakan marketplace GoPay. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah non-probability sampling dengan purposive sampling. Kriteria yang digunakan untuk mengidentifikasi sampel dalam penelitian ini adalah responden dari masyarakat Indonesia berusia 13 hingga 27 tahun yang pernah menggunakan GoPay.
- Penelitian ini menggunakan data kuantitatif dan sumber data yang digunakan adalah data primer, yaitu data yang diperoleh dari sumbernya langsung[29].
- Teknik analisis data menggunakan metode PLS (Partial Least Square) dengan menggunakan aplikasi Smart-PLS. Evaluasi PLS menggunakan inner dan outside models.

# Hasil

- **Pengukuran Analisis Model (Outer Model)**

Analisis pengukuran dilakukan untuk menilai sejauh mana model yang digunakan valid dan reliabel, serta memastikan apakah instrumen yang dipakai dapat dianggap layak atau tidak. Proses ini mencakup pengujian validitas konvergen, validitas diskriminan, dan reliabilitas komposit.

- **Validitas Konvergen (Convergent Validity)**

Validitas konvergen berfungsi untuk menilai sejauh mana indikator mampu merepresentasikan variabel laten yang diukurnya. Suatu indikator dianggap memiliki kualitas yang baik apabila nilai outer loading-nya lebih besar dari 0,70. Jika nilai outer loading berada di bawah 0,70, maka indikator tersebut perlu dihapus dan dilakukan perhitungan ulang[30]. Pada tahap awal pengujian, ditemukan bahwa salah satu indikator, yaitu fulfillment (X1.1) pada variabel (X1), memiliki nilai di bawah 0,70, sehingga diperlukan pengujian ulang. Setelah dilakukan pengukuran kembali, hasilnya menunjukkan bahwa seluruh nilai outer loading telah memenuhi kriteria convergent validity, sebagaimana ditampilkan pada tabel 2.

# Hasil

Tabel 2 Nilai *Outer Loading SmartPLS*

	Perceived Ease Of Use (X1)	E-Trust (X2)	E-Security (X3)	Keputusan Penggunaan (Y)
X1.1	0,807			
X1.2	0,932			
X1.3	0,897			
X1.4	0,901			
X2.1		0,951		
X2.2		0,954		
X2.3		0,981		
X3.1			0,753	
X3.2			0,831	
X3.3			0,721	
Y.1				0,941
Y.2				0,905
Y.3				0,940
Y.4				0,744

Sumber : *Output Smart-PLS data diolah (2025)*

# Hasil

- **Average Variance Extracted (AVE)**

*Average Variance Extracted (AVE)* digunakan untuk mengukur tingkat *convergent validity* dari suatu konstruk.

Model dikatakan memenuhi kriteria yang baik apabila nilai AVE pada setiap variabel  $> 0,5$ [30].

Berdasarkan hasil yang ditampilkan pada Tabel 3, seluruh konstruk memiliki nilai AVE  $> 0,5$ ,

sehingga dapat disimpulkan bahwa model dalam penelitian ini telah memenuhi syarat *convergent validity* secara keseluruhan.

Tabel 3 Nilai *Average Variance Extracted (AVE)*

	Average variance extracted (AVE)
Perceived Ease Of Use (X1)	0.784
E-Trust (X2)	0.926
E-Security (X3)	0.569
Keputusan Penggunaan (Y1)	0.785

Sumber : *Output Smart-PLS data diolah (2025)*

# Hasil

- **Validitas Diskriminan (*Discriminant Validity*)**

Uji validitas diskriminan dilakukan dengan mengamati nilai cross loading. Setiap indikator dikatakan valid apabila memiliki nilai cross loading  $> 0,70$ [30]. Suatu konstruk dianggap memenuhi kriteria discriminant validity jika nilai loading masing-masing indikator terhadap variabelnya lebih tinggi dibandingkan dengan nilai loading terhadap variabel lain[30]. Berdasarkan tabel 4, terlihat bahwa setiap indikator pada variabel laten memiliki nilai cross loading yang lebih besar daripada nilai pada variabel laten lainnya. Dengan demikian, seluruh indikator telah memenuhi syarat validitas diskriminan.

Tabel 4 Nilai Cross Loading

	Perceived Ease Of Use (X1)	E-Trust (X2)	E-Security (X3)	Keputusan Penggunaan (Y)
X1.1	0,331	0,136	0,146	0,807
X1.2	0,375	0,079	0,100	0,932
X1.3	0,363	0,089	0,104	0,897
X1.4	0,322	0,025	0,044	0,901
X2.1	0,733	0,951	0,887	0,105
X2.2	0,735	0,954	0,948	0,070
X2.3	0,752	0,981	0,929	0,145
X3.1	0,753	0,357	0,313	0,406
X3.2	0,831	0,856	0,788	0,190
X3.3	0,721	0,377	0,327	0,296
X3.4	0,706	0,444	0,433	0,462
Y1.1	0,664	0,889	0,941	0,125
Y1.2	0,578	0,827	0,905	0,154
Y1.3	0,695	0,909	0,940	0,044
Y1.4	0,560	0,761	0,744	0,140

Sumber : ~~Output Smart-PLS~~ data diolah (2025)

# Hasil

- **Composite Reliability dan Cronbach's Alpha**

Uji reliabilitas dilakukan untuk memastikan bahwa instrumen penelitian memiliki tingkat akurasi, konsistensi, dan ketepatan yang baik dalam mengukur konstruk yang diteliti. Suatu konstruk dikatakan reliabel apabila nilai composite reliability dan Cronbach's alpha  $> 0,7$ [30]. Berdasarkan hasil pada tabel 5, seluruh konstruk memiliki nilai diatas 0,7, sehingga dapat disimpulkan bahwa semua variabel laten bersifat reliabel.

Tabel 5 Hasil Uji *Cronbach's Alpha* dan *Composite Reliability*.

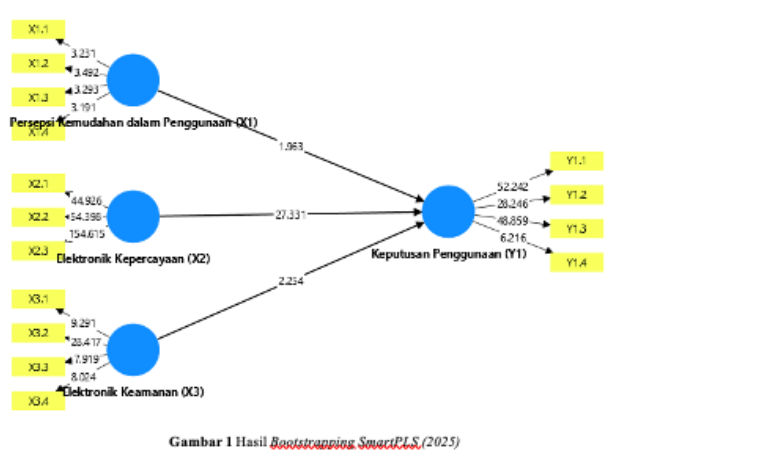
	<i>Cronbach's alpha</i>	<i>Composite reliability (rho_a)</i>	<i>Composite reliability (rho_s)</i>
Persepsi Kemudahan dalam Penggunaan (X1)	0.915	0.962	0.935
Elektronik Kepercayaan (X2)	0.960	0.961	0.974
Elektronik Keamanan (X3)	0.775	0.888	0.840
Keputusan Penggunaan (Y1)	0.906	0.913	0.936

Sumber : *Qutub, Smart, PLS data diolah (2025)*

# Hasil

- **Pengukuran Model Analisis (Inner Model)**

Analisis inner model bertujuan untuk menguji hubungan kausalitas atau pengaruh sebab-akibat antara variabel laten sesuai dengan teori yang mendasarinya. Evaluasi terhadap inner model dilakukan dengan memperhatikan nilai R-Square, Q-Square, F-Square, serta path coefficient sebagai indikator utama.



# Hasil

- **Uji R-Square**

Nilai R-Square digunakan untuk mengukur sejauh mana variabel independen mampu menjelaskan variabel dependen. Model dikategorikan kuat apabila nilai R-Square mencapai 0,75, termasuk dalam kategori sedang atau moderat jika bernilai 0,50, dan dianggap lemah apabila nilainya hanya sebesar 0,25[30].

Tabel 6 Hasil Uji *R-Square*

	<i>R-square</i>	<i>R-square adjusted</i>
Keputusan Penggunaan (Y1)	0.923	0.921

Sumber : *Output Smart-PLS data diolah (2025)*

Berdasarkan tabel 6, diperoleh nilai R-Square sebesar 0,921, yang berarti variable *Perceived Ease Of Use*, *E-Trust*, dan *E-Security* mampu menjelaskan pengaruh terhadap Keputusan Penggunaan sebesar 92,1%. Sementara itu, sisanya sebesar 7,9% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini. Dengan nilai R-Square 0,921, model penelitian ini dapat dikategorikan sebagai model dengan kekuatan moderat karena nilainya melebihi 0,50.

# Hasil

- Uji *F-Square*

Uji *F-Square* digunakan untuk menilai besarnya pengaruh antara variable dengan *effect size*. Nilai *F-Square* kecil apabila  $> 0,02$ , dikatakan moderat apabila  $> 0,15$  dan dikatakan besar apabila  $> 0,35$ [30].

Tabel 7 Hasil Uji *F-Square*

	Keputusan <u>Penggunaan</u> (Y)
Perceived Ease Of Use	0,036
E-Trust	5,124
E-Security	0,057

Sumber : *Output Smart-PLS data diolah (2025)*

Pada tabel 7 dapat diketahui bahwa penelitian ini memiliki *effect size* moderat yaitu 0,165 dimiliki pengaruh antara variabel X3 dengan Y. sedangkan sisanya variabel X1 dan X2 terhadap Y memiliki *effect size* kecil karena nilai *F-Square*  $> 0,02$  yaitu 0,036 dan 5,124.

# Hasil

- **Path Coefficient**

Uji koefisien jalur dilakukan dengan memperhatikan tiga nilai utama, yaitu original sample, t-statistic, dan p-value. Nilai original sample menunjukkan arah hubungan antar variabel; jika nilainya positif, berarti hubungan tersebut searah dengan hipotesis dan memiliki pengaruh positif. Nilai t-statistic digunakan untuk menguji signifikansi pengaruh antar variabel, sehingga dapat diketahui apakah model yang digunakan layak dalam menjelaskan hubungan antara variabel eksogen dan endogen. Suatu variabel laten eksogen dianggap berpengaruh terhadap variabel laten endogen apabila nilai t-statistic lebih besar dari t-tabel. Dengan tingkat signifikansi ( $\alpha$ ) sebesar 5% dan pengujian dua arah (two-tailed), nilai t-tabel adalah 1,96. Artinya, hipotesis diterima jika t-statistic > 1,96. Sementara itu, berdasarkan nilai p-value, hipotesis dinyatakan diterima apabila p-value < 0,05[30].

Tabel 8 Hasil Uji *Path Coefficient*.

	Original sample (O)	T statistics ((O/STDEV))	P values	Hipotesis
Persepsi Kemudahan dalam Penggunaan (X1) -> Keputusan Penggunaan (Y1)	0.061	1.963	0.050	Diterima
Elektronik Kepercayaan (X2) -> Keputusan Penggunaan (Y1)	1.043	27.331	0.000	Diterima
Elektronik Keamanan (X3) -> Keputusan Penggunaan (Y1)	0.119	2.254	0.024	Diterima

Sumber : *Output Smart-PLS data diolah (2025)*

Berdasarkan hasil pada Tabel 8 yang menunjukkan nilai Original Sample, T-Statistic, dan P-Values dari proses bootstrapping, dapat disimpulkan bahwa seluruh variabel independen dalam penelitian ini—yaitu *Perceived Ease Of Use* (X1), *E-Trust* (X2), dan *E-Security* (X3)—memiliki pengaruh positif terhadap variabel Keputusan Penggunaan (Y).

# Pembahasan

- **Hipotesis Pertama : *E-Service Quality* Berpengaruh Terhadap Keputusan Penggunaan**

Berdasarkan hasil analisis membuktikan bahwa *perceived ease of use* berpengaruh terhadap keputusan penggunaan. Hal ini membuktikan bahwa semakin baik *perceived ease of use* yang ditawarkan oleh GoPay maka semakin meningkatkan loyalitas konsumen elektronik untuk terus menggunakan layanan E-Wallet GoPay.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian lain yang menyatakan bahwa *perceived ease of use* berpengaruh terhadap keputusan penggunaan[11][12]. Hasil penelitian ini sejalan dengan temuan dari penelitian-penelitian sebelumnya yang menunjukkan bahwa kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*) memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan seseorang dalam menggunakan suatu layanan digital, termasuk *E-Wallet*. Ketika pengguna merasa bahwa suatu aplikasi mudah dipahami, dioperasikan, serta tidak memerlukan banyak usaha untuk digunakan, maka tingkat penerimaan dan keputusan untuk menggunakannya akan meningkat.

# Pembahasan

- **Hipotesis Kedua : *E-Trust* Berpengaruh Terhadap Keputusan Penggunaan**

Berdasarkan hasil analisis membuktikan bahwa *e-trust* berpengaruh terhadap keputusan penggunaan GoPay. Hal ini menunjukkan bahwa kepercayaan elektronik merupakan salah satu faktor penting yang memengaruhi keputusan konsumen untuk menggunakan layanan dompet digital. Kepercayaan yang tinggi akan mendorong pengguna merasa aman dan nyaman ketika melakukan transaksi melalui aplikasi GoPay.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian lain yang menyatakan bahwa *e-trust* berpengaruh terhadap keputusan penggunaan[13][14]. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yang menunjukkan bahwa *e-trust* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan. Ketika pengguna merasa yakin terhadap kejujuran dan keandalan suatu platform, maka tingkat kepercayaan akan meningkat, sehingga pengguna lebih cenderung memilih dan mempertahankan penggunaan aplikasi tersebut secara berkelanjutan.

# Pembahasan

- **Hipotesis Ketiga : *E-Security* Berpengaruh Terhadap Keputusan Penggunaan**

Berdasarkan hasil analisis membuktikan bahwa *e-security* berpengaruh terhadap keputusan penggunaan GoPay. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi tingkat keamanan elektronik yang dirasakan pengguna, maka semakin besar pula keyakinan mereka untuk menggunakan GoPay dalam melakukan transaksi digital. Aspek keamanan menjadi salah satu faktor penting yang menentukan kepercayaan pengguna terhadap suatu platform pembayaran digital.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian lain yang menyatakan bahwa *e-security* berpengaruh terhadap keputusan penggunaan [15][16]. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang menyatakan bahwa *e-security* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan. Semakin baik tingkat keamanan dan perlindungan data yang diberikan oleh suatu platform, maka semakin tinggi pula tingkat kepercayaan dan keputusan pengguna untuk memanfaatkan layanan tersebut secara berkelanjutan.

# Kesimpulan

- Berdasarkan hasil penelitian serta analisis yang dilakukan, dapat disimpulkan bahwa variabel *perceived ease of use*, *e-trust*, dan *e-security* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan generasi Z dalam menggunakan layanan GoPay. Faktor yang paling berpengaruh dalam variabel *perceived ease of use* adalah aspek *clear and understandable*. Hal ini menunjukkan bahwa tampilan serta informasi yang disajikan oleh aplikasi GoPay yang mudah dipahami membuat pengguna merasa lebih yakin dan nyaman ketika bertransaksi. Variabel *e-trust* atau kepercayaan elektronik juga terbukti memberikan pengaruh besar terhadap keputusan pengguna. Rasa percaya pengguna terhadap kejujuran, transparansi, dan keandalan layanan menjadi pertimbangan penting sebelum memutuskan menggunakan GoPay.
- Pada variabel ini, indikator integritas menjadi yang paling kuat, karena menggambarkan keyakinan pengguna bahwa informasi yang diberikan GoPay benar dan dapat dipercaya. Selain itu, variabel *e-security* atau keamanan elektronik turut memberikan dampak signifikan terhadap keputusan penggunaan. Semakin aman pengguna merasa ketika data pribadi serta transaksi mereka terlindungi, semakin besar pula peluang mereka untuk tetap menggunakan GoPay.

# Ucapan Terima Kasih

Saya mengucapkan terima kasih kepada dosen pembimbing atas bimbingan dan arahnya selama penyusunan artikel ini. Terima kasih juga saya sampaikan kepada kedua orang tua atas doa dan dukungannya, serta kepada diri saya sendiri atas usaha yang telah dilakukan. Tidak lupa, saya berterima kasih kepada teman-teman yang telah memberikan bantuan dan motivasi sehingga artikel ini dapat terselesaikan dengan baik.

# Referensi

- [1] C. Clara, “Dompot Elektronik (E-Wallet),” 10, 2023. [Online]. Available: <https://www.researchgate.net/publication/374998919>
- [2] Crysania Suhartanto, “Rugi Gopay Turun 77% Kuartal IV/2023 Jadi Rp168 Miliar,” *Bisnis Tekno*. Accessed: Mar. 06, 2025. [Online]. Available: <https://teknologi.bisnis.com/read/20240322/266/1751797/rugi-gopay-turun-77-kuartal-iv2023-jadi-rp168-miliar>
- [3] PT Dompot Anak Bangsa, “Google Play Umumkan Aplikasi GoPay Sebagai Best of 2023 App ,” *gopay*. Accessed: Mar. 06, 2025. [Online]. Available: <https://gopay.co.id/blog/google-play-umumkan-aplikasi-gopay-sebagai-best-of-2023-app>
- [4] F. Latief, “Aspek Kemudahan Kegunaan Fitur Layanan dan Cashback Terhadap Keputusan Penggunaan Gopay,” *Jurnal Manajemen STIE Muhammadiyah Palopo*, vol. 9, no. 1, 2023, [Online]. Available: [www.gojekindonesia.com](http://www.gojekindonesia.com)
- [5] W. R. Ageng, “Pengaruh Persepsi Kemudahan, Kepercayaan dan Risiko Terhadap Minat Menggunakan Financial Technology (Fintech) pada Generasi Milenial di Kelurahan Pasir Putih (Studi Kasus Pada Pengguna Aplikasi Dana),” pp. 1–67, 2022.
- [6] S. Kartika and K. Dionysia, “Keputusan Penggunaan E-Wallet Gopay Berdasarkan Pengaruh Keamanan, Perssepsi Kemudahan dan Persepsi Manfaat,” *Jurnal JUKIM*, vol. 1, pp. 62–68, 2022.
- [7] R. Wulandari and D. N. Susanti, “Pengaruh Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, Product Features dan Reference Group Terhadap Keputusan Penggunaan (Studi pada Pengguna TikTok di Kabupaten Kebumen),” vol. 5, no. 2, Sep. 2023. [Online]. Available: <https://jurnal.universitaspurabangsa.ac.id/index.php/jimmba/index>
- [8] A. Wardhana, “Pemahaman GAP Research Dalam Penelitian,” Mar. 2024. [Online]. Available: <https://www.researchgate.net/publication/379957331>

# Referensi

- [9] T. H. Ardana and D. Setyawan, “Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan dan Brand Image Terhadap Keputusan Penggunaan E-Wallet Dana Dompet digital Oleh Generasi Y dan Generasi Z,” *Jurnal Manajemen Bisnis*, vol. 2, pp. 76–93, 2023.
- [10] D. N. Wijayanti, “Pengaruh Perceived Ease Of Use, Risk dan Perceived Usefulness Terhadap Keputusan Menggunakan Mobile Banking Syariah Dengan Variabel Intervening (Studi Komparatif Masyarakat Muslim Kota Magelang dan kabupaten Magelang),” 2021.
- [11] Fitriani Latief and Dirwan, “Pengaruh Kemudahan, Promosi, dan Kemanfaatan Terhadap Keputusan Penggunaan Uang Digital,” *Jurnal Ilmiah Akuntansi Manajemen*, vol. 3, pp. 16–30, 2020.
- [12] N. P. K. Dewi and A. H. Ramli, “E-Service Quality, E-Trust dan E-Customer Satisfaction Pada E-Customer Loyalty dari Penggunaan E-Wallet OVO,” *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan*, vol. 11, no. 2, Sep. 2023, doi: 10.37641/jimkes.v11i2.2000.
- [13] Alfina Asma’ul Khasanah, Adi Santoso<sup>2</sup>, and Naning Kristiyana, “Pengaruh Inovasi Layanan, Kemudahan Penggunaan, dan E-trust terhadap Keputusan Penggunaan Aplikasi Gojek di Ponorogo,” *Journal Of Social Science Research*, vol. 4, pp. 5142–5154, 2024, [Online]. Available: <https://j-innovative.org/index.php/Innovative>
- [14] G. R. Brian Gosal Innocentius Bernarto, “Pengaruh E-security, E-service Quality terhadap E-satisfaction dan Pengaruh E-satisfaction, E-security, dan E-service Quality terhadap E-repurchase Intention Secara Langsung pada Pengguna E-commerce Tokopedia,” *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, vol. 11, no. 2, pp. 93–103, 2021.
- [15] S. Rahmawati and M. Arief Arfiansyah, “Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Penggunaan QRIS Pada UMKM Kota Surakarta,” Vol. 22, No. 3, Dec. 2023.
- [16] Suryati, “Pengaruh Perceived Ease Of Use, Trust dan Keamanan Terhadap Keputusan Penggunaan E-Wallet Sebagai Pembayaran Non Tunai (Studi Kasus pada GenBI Solo),” pp. 1–126, 2021.

# Referensi

- [17] F. S. dan T. F. James Prabowo Soetanto, “Pengaruh Kualitas Produk dan Keragaman Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Amondeu,” *Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis*, vol. 5, no. 1, Apr. 2020.
- [18] Chairunissa Rizkina Rosani, Dedi Purwana, and Shandy Aditya, “Pengaruh Persepsi Kemudahan dan Persepsi Keamanan terhadap Keputusan Pengguna E-Wallet OVO,” *CEMERLANG : Jurnal Manajemen dan Ekonomi Bisnis*, vol. 5, no. 1, pp. 238–260, Jan. 2025, doi: 10.55606/cemerlang.v5i1.3503.
- [19] A. Iliyin and & Widiartanto, “Data Internasional (Studi Pada Pengguna OVO di Kota Surakarta),” Vol. 9, No. 1, 2020.
- [20] Ni Putu Leonny Indriani, Gusti Ayu Sugiati, and Luh Putu Indiani, “Pengaruh Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, Trust, dan Perceived Risk Terhadap Keputusan Penggunaan Aplikasi Halodoc di Kota Denpasar,” *Warmadewa Management and Business Journal (WMBJ)*, vol. 5, pp. 14–26, 2023.
- [21] N. Taufik and M. H. Hanafiah, “Airport passengers’ adoption behaviour towards self-check-in Kiosk Services: the roles of perceived ease of use, perceived usefulness and need for human interaction,” *Heliyon*, vol. 5, no. 12, Dec. 2019, doi: 10.1016/j.heliyon.2019.e02960.
- [22] A. Tawe *et al.*, “Pengaruh E-Trust dan E-Customer Satisfaction Terhadap E-Customer Loyalty Pada Pengguna Aplikasi Shopee di Kota Makassar,” 2022.
- [23] D. Indra, H. M. Zahra, S. Setiono, and D. R. P. Pratama, “Pengaruh E-Rating dan E-Review dengan E-Trust Sebagai Mediasi terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada Pengguna Lazada di Dago, Bandung),” *Ekonomis: Journal of Economics and Business*, vol. 6, no. 2, p. 452, Sep. 2022, doi: 10.33087/ekonomis.v6i2.568.
- [24] P. Nuri, “Pengaruh E-Trust dan Online Consumer Review Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Konsumen Tokopedia di Jombang),” *Jurnal EK&BI*, vol. 4, pp. 2620–7443, 2021, doi: 10.37600/ekbi.v4i2.357.

# Referensi

- [25] Muhammad Mim Farisal Abid and Dinalestari P, “Pengaruh E-Security dan E-Service Quality Terhadap E-Repurchase Intention Dengan E-Satisfaction Sebagai Variabel Intervening Pada Konsumen E-Commerce Lazada di Fisip Undip”.
- [26] V. R. Susanti and M. T. Febriyantoro, “Pengaruh Persepsi Kemudahan Persepsi Keamanan dan Daya Tarik Promosi Terhadap Keputusan Penggunaan E-Money Pada Era Cashless Society,” *Fortunate Business Review*, vol. 1, p. 2, 2021.
- [27] Muhammad Mim Farisal Abid and Dinalestari P, “Pengaruh E-Security dan E-Service Quality Terhadap E-Repurchase Intention Dengan E-Satisfaction Sebagai Variabel Intervening Pada Konsumen E-Commerce Lazada di Fisip Undip”.
- [28] V. R. Susanti and M. T. Febriyantoro, “Pengaruh Persepsi Kemudahan, Persepsi Keamanan dan Daya Tarik Promosi Terhadap Keputusan Penggunaan E-Money
- [29] E. Arul Maulana, A. Pebrianggara, and M. Hariasih, “Dampak Gaya Hidup, Pengalaman Belanja, dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian di Tokopedia,” *Jurnal E-Bis*, vol. 8, no. 2, pp. 711–723, Oct. 2024, doi: 10.37339/e-bis.v8i2.1744.
- [30] Jr. R. P. B. Joseph F. Hair, “A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM) Third Edition,” 2021.
- [31] I Made Dwi Mertha Adnyana, “Metode penelitian pendekatan kuantitatif,” 2020. [Online]. Available: <https://www.researchgate.net/publication/354059356>
- [32] A. Ashghar, H. Nurlatifah, P. Studi, M. Pemasaran, F. Ekonomi, and D. Bisnis, “Analisis Pengaruh Perceived Ease of Use, Perceived Usefulness, dan Perceived Risk terhadap Keinginan Membeli Kembali melalui e-Trust dan s-Satisfaction (Studi Kasus Pengguna Gopay pada Transaksi UMKM),” 2020. [Online]. Available: [www.wartakota.com](http://www.wartakota.com)
- [33] D. Anggie Juventia, S. Listyorini, S. Nurseto, D. Administrasi Bisnis, and U. Diponegoro, “Pengaruh E-Security dan E-Service Quality Terhadap E-Repurchase Intention Pada Jasa E-Commerce TOKOPEDIA (Studi Kasus Pada Pembeli TOKOPEDIA di Kota Semarang),” 2022. [Online]. Available: <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/jiab>

