

TA Sri wahyuni r 222010200092

15%
Suspicious texts

3% Similarities
0% similarities between quotation marks
0% among the sources mentioned

1% Unrecognized languages

11% Texts potentially generated by AI

Document name: TA Sri wahyuni r 222010200092.docx Document ID: 264c74a622c88b2800e9391a5f326f373e2c0f84 Original document size: 256.15 KB	Submitter: UMSIDA Perpustakaan Submission date: 12/1/2025 Upload type: interface analysis end date: 12/1/2025	Number of words: 4,586 Number of characters: 38,674
--	--	--

Location of similarities in the document:



Sources of similarities

Main sources detected

No.	Description	Similarities	Locations	Additional information
1	doi.org Pengaruh Kepemimpinan, Kompetensi, dan Motivasi Kerja Terhadap Kin... https://doi.org/10.15408/saj.v5i1.42301 16 similar sources	1%		Identical words: 1% (61 words)
2	upp.fewarmadewa.ac.id https://upp.fewarmadewa.ac.id/file_proposal/2231121013.pdf 5 similar sources	1%		Identical words: 1% (59 words)

Sources with incidental similarities

No.	Description	Similarities	Locations	Additional information
1	doi.org Penerapan Green Product Pada Usaha Kuliner : Sebuah Tinjauan https://doi.org/10.51747/ecobuss.v13i1.2319	< 1%		Identical words: < 1% (40 words)
2	repository.stei.ac.id PENGARUH KEAMANAN, PROMOSI DAN LOYALITAS PELAN... http://repository.stei.ac.id/2502/1/2115000054_Artikel Indonesia_2020..pdf	< 1%		Identical words: < 1% (32 words)
3	repository.uin-suska.ac.id https://repository.uin-suska.ac.id/89393/2/GABUNGAN KECUALI BAB HASIL - Dian Putria dewi...	< 1%		Identical words: < 1% (29 words)
4	proposal harus revisi.docx proposal harus revisi #2ae8dd Comes from my group	< 1%		Identical words: < 1% (15 words)

Referenced sources (without similarities detected) These sources were cited in the paper without finding any similarities.

1	https://databoks.katadata.co.id
2	https://sdgs.un.org/goals/goal8

Points of interest

The Influence of Perceived Ease of Use, Electronic Trust and Electronic Security on GoPay Usage Decisions in Generation Z
[Pengaruh Perceived Ease Of Use, Electronic Trust dan Electronic Security Terhadap Keputusan Penggunaan GoPay Pada Generasi Z]

Sri Wahyuni Romadhon1),



Alshaf Pebrianggara *,2)

1)Program Studi Manajemen,



proposal harus revisi.docx | proposal harus revisi

Comes from my group

Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Indonesia

2) Program Studi Manajemen, Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Indonesia

*Email Penulis Korespondensi:

alshafpebrianggara@umsida.ac.id

Abstract

This study aims to examine the extent to which perceived ease of use, electronic trust, and electronic security influence Generation Z's decision to use GoPay. The intense competition among digital wallets in Indonesia makes it crucial to understand the factors that influence users' choice of a particular application. This study employed a quantitative method with a descriptive approach, involving 120 respondents who were active GoPay users. Data were obtained through a Likert-based questionnaire and processed using Partial Least Square Structural Equation Modeling (PLS-SEM). The analysis showed that the three variables ease of use, electronic trust, and electronic security had a positive and significant influence on the decision to use GoPay. The ease of understanding the application's display and information (clear and understandable) was a strong factor that encouraged users to feel comfortable making transactions. Furthermore, user trust in the platform also proved to be crucial, particularly the integrity indicator, which is the most decisive aspect in fostering user confidence. Electronic security was also an important consideration, particularly regarding personal data protection, which is a major concern for the younger generation when choosing a digital wallet service. Overall, the study's findings underscore that ease of use, trust, and security are three key aspects influencing Generation Z's decision to use GoPay.

These findings are expected to provide input for e-wallet developers to continue improving aspects of user convenience, service transparency, and transaction security..

Keywords – Perceived Ease Of Use; Electronic Trust; Electronic Security

Abstrak. Penelitian ini bertujuan untuk melihat sejauh mana perceived ease of use, electronic trust, dan electronic security memengaruhi keputusan Generasi Z dalam memakai layanan GoPay. Ketatnya persaingan antar dompet digital di Indonesia membuat penting untuk memahami faktor apa yang membuat pengguna memilih satu aplikasi tertentu.



Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan deskriptif, melibatkan 120 responden yang merupakan pengguna aktif GoPay. Data diperoleh melalui kuesioner berbasis skala Likert dan diolah menggunakan Partial Least Square Structural Equation Modeling (PLS-SEM). Hasil analisis menunjukkan bahwa ketiga variabel tersebut kemudahan penggunaan, kepercayaan elektronik, dan keamanan elektronik memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menggunakan GoPay.

Kemudahan dalam memahami tampilan dan informasi aplikasi (clear and understandable) menjadi salah satu alasan kuat yang mendorong pengguna merasa nyaman bertransaksi. Selain itu, tingkat kepercayaan pengguna terhadap platform juga terbukti sangat berperan, terutama indikator integritas yang menjadi aspek paling menentukan dalam menumbuhkan keyakinan pengguna. Faktor keamanan elektronik pun menjadi pertimbangan penting, terutama terkait perlindungan data pribadi yang sangat diperhatikan oleh generasi muda saat memilih layanan dompet digital. Secara keseluruhan, hasil penelitian menggarisbawahi bahwa kemudahan, kepercayaan, dan keamanan merupakan tiga aspek kunci yang memengaruhi keputusan Generasi Z dalam menggunakan GoPay. Temuan ini diharapkan dapat menjadi masukan bagi pengembang e-wallet untuk terus memperbaiki aspek kenyamanan penggunaan, transparansi layanan, serta keamanan transaksi.

Kata Kunci – Perceived Ease Of Use;



Electronic Trust; Electronic Security

I.

Pendahuluan

Latar Belakang

Pada era modernisasi saat ini, masyarakat sangat bergantung pada teknologi. Salah satu bidang teknologi yang paling berkembang di Indonesia adalah informasi dan komunikasi, di mana masyarakat pada umumnya menggunakan berbagai perangkat, seperti komputer, televisi, dan mesin cetak, beserta smartphone dan internet di tahun berikutnya. Pada tahun 2019, dari semua e-wallet yang ada di Indonesia, ada tiga aplikasi yang digunakan yaitu aplikasi Go-pay, OVO, dan Dana.

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. Hal ini ditunjukkan pada gambar berikut:

□ page2image15124512

Gambar 1. Grafik pengguna Dompet Digital di Indonesia

Sumber: <https://databoks.katadata.co.id>

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 penggunanya..

Tetapi ada masalah yang dihadapi GoPay yaitu, GoPay mengalami kerugian pada kuartal IV/2023 Rp 386 miliar yang disebabkan oleh persaingan antar e-wallet lainnya, seperti ShopeePay, OVO, LinkAja, dan Dana. ShopeePay tercatat sebagai dompet elektronik yang paling banyak digunakan (50%), dengan persentase yang jauh lebih tinggi dibandingkan empat pemain lainnya,



seperti OVO (23%), Gopay (12%), DANA (12%), dan LinkAja (3%)[2].

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[3]. 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. Nilai pinjaman konsumen melesat tiga kali lipat secara yoy dengan outstanding Rp 4,3 triliun pada akhir September 2024[4]. Lini pinjaman yang terdiri berbagai produk seperti GoPay Later, GoPay Later Cicil, dan pinjaman tunai memiliki margin yang lebih tinggi dibandingkan produk Gopay lainnya. Perlu mempertimbangkan masalah yang ada sebagai serangkaian faktor penyebab yang dapat dievaluasi secara kuantitatif. Salah satu isu utama adalah semakin ketatnya persaingan layanan e-wallet seperti ShopeePay, OVO, dan Dana yang dapat dilihat dari pengembangan fitur-fitur GoPay.



Inovasi ini diharapkan mampu mengembalikan kepercayaan pengguna. Selanjutnya, perbedaan tingkat kepercayaan pengguna tercermin pada variabel Kepercayaan Elektronik (E-Trust) yang mengindikasikan bahwa konsumen semakin memilih layanan yang terpercaya dan aman. Selain itu, analisis keamanan transaksi menyoroti pentingnya Keamanan Elektronik (E-Security) sebagai variabel yang menghadirkan perlindungan data dan keamanan transaksi. Selain itu, jika aplikasi sulit digunakan, hal ini akan menjadi tantangan bagi pengguna baru.

Oleh karena itu, variabel Kemudahan Penggunaan menjadi krusial untuk menilai seberapa mudah penggunaan suatu aplikasi yang dapat memengaruhi keinginan pengguna untuk terus menggunakan GoPay seiring berjalannya waktu[5]. GoPay memudahkan pelanggan untuk menggunakan layanan yang ditawarkan PT. Gojek[6]. Melalui pembaruan sistemnya, pelanggan yang berbelanja online menggunakan GoPay kini tidak perlu repot untuk mengakses aplikasi GO-JEK. Kepercayaan adalah ukuran seseorang untuk mempercayai orang lain dipercaya tanpa perlu diingatkan atau dipengaruhi [7]. Secara umum, Pemanfaatan teknologi informasi tidak lepas dari usaha perusahaan yang memiliki teknologi untuk memberikan layanan dan membuat masyarakat lebih sadar akan teknologi yang digunakan. Sebagai perangkat elektronik pribadi, keamanan sangatlah penting. Keamanan dalam aplikasi dompet elektronik digunakan untuk melindungi dari kejahatan di bidang elektronik[8]. Untuk memberikan perlindungan dan rasa aman kepada pengguna dalam bertransaksi, Gopay menghadirkan progom jaminan Saldo kembali untuk penggunaan GoPay plus. Progom ini dapat dimanfaatkan pengguna apabila kehilangan gadget yang terhubung dengan akun GoPay. Keputusan konsumen untuk menggunakan suatu produk merupakan hasil dari proses keputusan, yang melibatkan penerapan pengetahuan untuk mengevaluasi dua atau lebih alternatif sebelum memilih satu yang paling sesuai[9]. Setiap saat, dengan cara yang tidak sadar. Pelanggan melakukan pengambilan keputusan dengan membandingkan beberapa item yang relevan dengan layanan yang akan digunakan. Berdasarkan penelitian terdahulu terdapat kesenjangan atau gap yaitu evidence gap. Evidence gap adalah kesenjangan yang terjadi dari hasil penelitian terdahulu[10]. Maka sejumlah penelitian sebelumnya mencakup pandangan yang berbeda, penelitian yang dilakukan oleh Ardana menunjukkan hasil bahwa perceived ease of use atau kemudahan berpengaruh positif secara signifikan terhadap keputusan pengguna[11], sedangkan penelitian dari Saefudin mengatakan sebaliknya[12]. Peneliti selanjutnya Ramli berpendapat bahwa e-trust berpengaruh positif terhadap keputusan penggunaan[13], sementara penelitian yang dilakukan oleh Octaviana menunjukkan pengaruh negatif E-trust terhadap keputusan penggunaan[14]. Abid mengatakan bahwa ada pengaruh positif antara E-security terhadap keputusan penggunaan[15]. Sedangkan penelitian Miliani menunjukkan bahwa e-security atau persepsi keamanan berpengaruh negatif terhadap keputusan penggunaan[16] Berdasarkan penelitian terdahulu aplikasi keuangan digital aplikasi keuangan digital yang memberikan sejumlah kemudahan dan keamanan dalam memenuhi kebutuhan pengguna, dinilai menjadi salah satu bukti perkembangan yang pesat berdasarkan latar belakang permasalahannya. Sesuai dengan ketetapan sdgs yang tertera. Hubungan penelitian ini dengan SDG 8 adalah bahwa pertumbuhan ekonomi berkelanjutan dapat memengaruhi perilaku konsumen dalam keputusan pembelian dan berkontribusi terhadap pertumbuhan sektor ekonomi terkait.

Rumusan Masalah

1. Bagaimana tingkat kemudahan dalam penggunaan GoPay?
2. Bagaimana pengaruh e-trust terhadap keputusan penggunaan GoPay?
3. Bagaimana pengaruh e-security terhadap keputusan penggunaan GoPay?

Tujuan

1. Untuk mengevaluasi tingkat kemudahan penggunaan GoPay dalam transaksi digital
2. Untuk mengetahui pengaruh e-trust terhadap keputusan penggunaan GoPay
3. Untuk mengetahui pengaruh e-security terhadap keputusan penggunaan GoPay

Kategori SDGs

Penelitian ini berfokus pada SDGs 8 <https://sdgs.un.org/goals/goal8> berkaitan dengan pertumbuhan ekonomi dan partisipasi Angkatan kerja. Hubungan penelitian ini dengan SDGS 8 adalah pertumbuhan ekonomi yang berkelanjutan dapat memengaruhi perilaku konsumen dalam keputusan pembelian dan berkontribusi pada pertumbuhan sector ekonomi yang relevan.

II. LIITERATUR REVIEW

Keputusan Penggunaan

Setiap individu yang terlibat dalam proses penggunaan memiliki selera, persepsi, dan motif yang unik. Pemasar perlu memahami target audiens mereka dan memodifikasi strategi mereka untuk memperhitungkan faktor organisasi,



interpersonal, lingkungan, dan individu yang diketahui[17].

Keputusan konsumen untuk membeli atau menggunakan suatu produk tidak muncul begitu saja, melainkan melalui proses keputusan yang memengaruhi keputusan pembelian[18]

Beberapa indikator yang bisa mempengaruhi keputusan pembelian adalah sebagai berikut:[19]:

Pemilihan produk

Proses memberi konsumen kesempatan untuk memilih produk atau layanan untuk memenuhi kebutuhan mereka dikenal sebagai pemilihan. Produk atau jasa yang mampu memberikan feedback positif kepada konsumen akan sangat bermanfaat ketika mereka melakukan pembelian.

Pemilihan merek

Pemilihan merek mengacu pada bagaimana merek tertentu digambarkan dalam benak konsumen yang menangkap gambaran asli suatu produk atau layanan.

Pemilihan waktu

Waktu adalah salah satu faktor terpenting yang perlu dipertimbangkan konsumen ketika membeli suatu produk atau layanan. Untuk meningkatkan penjualan, produsen harus memahami apakah konsumen memiliki waktu yang tepat untuk menyelesaikan pembelian.

Pemilihan metode pembayaran

Pelanggan harus meneliti metode atau prosedur pembayaran produk yang mereka beli. Produsen perlu memahami cara konsumen membayar sehingga mereka dapat membuat rencana untuk meningkatkan penjualan melalui strategi harga.

Perceived Ease Of Use

Davis menjelaskan bahwa 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[20]. 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[21]. Indikator dari perceived ease of use adalah sebagai berikut[22].

Easyness Easyness adalah kemudahan penggunaan suatu sistem. Dalam konteks e-commerce, ini mengacu pada seberapa mudah situs web dioperasikan oleh seorang individu.

Clear and understandable Ketika suatu sistem memiliki kejelasan, dikatakan jelas dan mudah dipahami. Dalam konteks e-commerce, situs web dengan materi yang mudah dipahami

dianggap jelas dan mudah dimengerti.

Easy to learn, Easy to learn adalah tingkat kemudahan bagi seorang individu untuk mempelajari dan mengadopsi suatu sistem. Dalam konteks e-commerce, dimensi ini berfokus pada bagaimana situs web dapat diajarkan untuk digunakan secara konsisten sebagai media yang diakses setiap hari.

Overall easiness, kemudahan penggunaan secara umum kemudahan penggunaan secara keseluruhan mengacu pada tingkat kemudahan penggunaan sistem apa pun. Dalam konteks e-commerce, dimensi ini mengacu pada kemudahan penggunaan situs web secara menyeluruh.

E-Trust

Menurut Kim et al, 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 persepsi kemudahan penggunaan (PEOU)[23]. E-Trust sangat penting karena konsumen lebih memahami risiko daripada transaksi offline dalam hal pengiriman, pembayaran, dan informasi pribadi. Oleh karena itu, konsumen hanya akan bertransaksi dengan bisnis yang mereka percaya. 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[24].

Indikator dari E-Trust adalah sebagai berikut[25]:

Ketulusan (Benevolence)

Ketulusan adalah kesediaan penjual untuk memuaskan baik pelanggan maupun dirinya sendiri dengan cara yang menguntungkan kedua belah pihak. Penjual bisa mengoptimalkan keuntungannya, tapi kepuasan pelanggan juga tinggi. Penjual sangat memperhatikan untuk memastikan kebahagiaan pelanggan selain memaksimalkan pendapatan.

Kemampuan (Ability)

Kemampuan mengacu pada kemampuan dan karakteristik organisasi atau bisnis untuk mempengaruhi dan membimbing suatu wilayah tertentu. Berkaitan dengan hal tersebut, bagaimana seorang penjual dapat mendampingi, membimbing, bahkan memfasilitasi transaksi dari pihak lain? Dengan kata lain, dalam menjalankan bisnis, konsumen mengandalkan kejujuran dan integritas penjual.

Integritas (Integrity)

Integritas berkaitan dengan bagaimana seseorang berperilaku atau berperilaku ketika menjalankan bisnis. Konsumen diberikan informasi akurat atau tidaknya. Kualitas produk yang dijual, bisa dipercaya atau tidak.

E-Security

Keamanan saat bertransaksi dan keamanan data dari sisi personal konsumen sebagai pengguna dan pelaku transaksi terjaga dan tidak membiarkan data bocor ke pihak yang tidak berwenang juga sangat penting. 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[26]. 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[27]. Indikator e-security adalah sebagai berikut[28]:

Jaminan keamanan

Jaminan keamanan elektronik mengacu pada perlindungan perangkat digital dan sistem elektronik dari berbagai ancaman dan bahaya. Hal ini menyoroti berbagai teknologi, tindakan, dan kebijakan yang dimaksudkan untuk menegakkan integritas, kerahasiaan, dan ketersediaan informasi elektronik.

Kerahasiaan data

Kerahasiaan data adalah memastikan bahwa hanya orang atau sistem yang memiliki izin yang dapat melihat, membaca, atau menggunakan data tersebut. Tujuan kerahasia data adalah untuk mengurangi kehilangan data, yang dapat terjadi akibat kesalahan manusia, serangan siber, atau peretasan.

Terjaminnya transaksi

Terjaminnya transaksi berupaya memastikan bahwa setiap transaksi yang dilakukan secara elektronik aman, terlindungi, dan bebas dari risiko pencurian atau bahaya lainnya.

Bukti transaksi

Bukti transaksi mengacu pada catatan atau rekaman yang menunjukkan bahwa suatu transaksi elektronik telah terjadi dan sesuai dengan apa yang telah disepakati.

Kerangka Konseptual

□ Perceived Ease Of Use

Perceived Ease Of Use

□
H1

□
□ Keputusan penggunaan

Keputusan penggunaan

□ E-Trust

E-Trust

H2

□
□ E-Security

E-Security
H3

Gambar 1. Kerangka Konseptual

Hipotesis

Menurut klaim diatas, berikut ini adalah deskripsi dari hipotesis penelitian:

H1 : Perceived ease of use

berpengaruh terhadap keputusan penggunaan GoPay pada generasi z
H2 : E-trust berpengaruh terhadap keputusan penggunaan GoPay pada generasi z
H3 : E-security berpengaruh terhadap keputusan penggunaan GoPay

pada generasi z

III. 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[29]. Populasi adalah faktor terpenting dalam menentukan ukuran sampel[30]. Populasi dalam penelitian ini terdiri dari masyarakat yang sebelumnya telah menggunakan marketplace GoPay. Teknik yang digunakan adalah non probability sampling dengan purposive sampling[31]. Ukuran sampel dalam penelitian ini didasarkan pada pernyataan Hair karena ukuran populasi tidak diketahui secara pasti[30]. Menurut Hair et al, akan sulit untuk mendapatkan kecocokan yang layak jika ukuran sampel terlalu besar. Oleh karena itu, dikatakan bahwa ukuran sampel minimal adalah 5–10 dikali variabel indikator.

Keterangan:

n = Jumlah sampel minimum

k = Jumlah indikator pada konstruk dengan indikator

$$\begin{aligned} \text{Sampel} &= n \times k \\ &= 15 \times 8 \\ &= 120 \end{aligned}$$

Berdasarkan data rumusan tersebut, maka jumlah sampel penelitian ini adalah sekitar 120 orang yang menggunakan GoPay[30]. Dalam penelitian ini menggunakan data kuantitatif dan sumber data yang digunakan adalah data primer, yaitu data yang diperoleh dari sumbernya langsung[32].

Metode pengumpulan data menggunakan kuesioner yang disebarakan melalui media sosial. Pengukuran penelitian menggunakan skala likert dengan skor antara 1 sampai 5, dimana 1 menunjukkan bahwa sangat tidak setuju dan 5 menunjukkan sangat setuju [33]. Data pada penelitian ini dianalisis menggunakan metode PLS (Partial Least Square)–SEM (StructuralEquationModelling)dengan dukungan software SmartPLS3.0. Analisis tersebut mampu memuji hubungan dengan bersamaan pada kompleks yang meliputi sejumlah indikator, konstruksi, maupun model hubungan. Metode ini menunjukkan penyelesaian juga pada kondisi yang mana ukuran sampel secara kecil maupun terbatas, terdapatnya data yang hilang juga model tersebut tersusun pada berbagai konstruksi juga berbagai item. Standar pengujian pada analisis ini dilaksanakan dalam dua tahap yaitu ujimodelpengukuran(outer model)danujistruktural(inner model) [33].Uji model pengukuran (outer model) dilakukan untuk mengevaluasi hubungan antar indikator.



Pengujian validitas dan reliabilitas dilakukan untuk memastikan bahwa setiap indikator mampu merepresentasikan variabel laten secara akurat dan konsisten. Validitas konvergen dinyatakan terpenuhi apabila nilai loading factor melebihi 0,70 dan Average Variance Extracted (AVE) berada di atas 0,50. Sementara itu, uji reliabilitas dilakukan dengan menilai konsistensi internal melalui nilai Cronbach's Alpha (CA), Composite Reliability (CR), dan Rho_A.

Ketiga ukuran tersebut dinyatakan reliabel apabila masing-masing memiliki nilai lebih besar dari 0,70.Uji model struktural (inner model) bertujuan untuk menguji hubungan antar variabel. Dalam uji ini, hubungan antar variabel diuji berdasarkan hipotesis yang telah diajukan. Nilai R-Square juga menjadi indikator penting dalam model struktural (inner model).



IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

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 diukur. 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 [33]. 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.

Tabel 2 Nilai Outer Loading SmartPLS

	Perceived Ease Of Use	(X1) E-Trust	(X2)	E-Security	Keputusan Penggunaan	(X3)	(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)

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 [33]. 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)

Validitas Diskriminan (Discriminant Validity)

Uji validitas diskriminan dilakukan dengan mengamati nilai cross loading. Setiap indikator dikatakan valid apabila memiliki nilai cross loading > 0,70 [33]. Suatu konstruk dianggap memenuhi kriteria discriminant validity jika nilai loading masing-masing indikator terhadap variabelnya lebih tinggi dibandingkan dengan nilai loading terhadap variabel lain [33]. 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	Keputusan Penggunaan (X3)	(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)

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 [33]. 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

Cronbach's alpha Composite reliability (rho_a) Composite reliability (rho_c)

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 : Output Smart-PLS data diolah (2025)

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.

□

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 [33].

Tabel 6 Hasil Uji R-Square

R-square R-square adjusted

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.

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 $> 0,35$ [33].

Tabel 7 Hasil Uji F-Square

	Keputusan Penggunaan (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.

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 (α) 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 $< 0,05$ [33].

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



upp.fewarmadewa.ac.id

https://upp.fewarmadewa.ac.id/file_proposal/2231121013.pdf

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. Indikator perceived ease of use yang paling dominan adalah Clear and understandable. Dalam hal ini, informasi yang ada didalam aplikasi GoPay dibuat secara jelas sehingga membuat konsumen semakin yakin untuk menggunakan GoPay. Hal ini mendorong pengguna untuk terus menggunakan E-Wallet.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian lain yang menyatakan bahwa perceived ease of use berpengaruh terhadap keputusan penggunaan[11]. 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.

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. Indikator e-trust yang paling dominan adalah integritas, yang mencerminkan sejauh mana GoPay mampu memberikan informasi yang akurat, transparan, dan dapat dipercaya kepada penggunanya.



doi.org | Pengaruh Kepemimpinan, Kompetensi, dan Motivasi Kerja Terhadap Kinerja Perusahaan Melalui Kinerja Karyawan (Studi Kasus Pt Antika Anggrek Ragunan, Jakarta...)

<https://doi.org/10.15408/saj.v5i1.42301>

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian lain yang menyatakan bahwa e-trust berpengaruh terhadap keputusan penggunaan[13]. 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.

Hipotesis Ketiga : E-Security




upp.fewarmadewa.ac.id


https://upp.fewarmadewa.ac.id/file_proposal/2231121013.pdf

Berpengaruh Terhadap Keputusan Penggunaan

Berdasarkan hasil analisis membuktikan bahwa e-security berpengaruh terhadap keputusan penggunaan GoPay

 **repository.stei.ac.id** | PENGARUH KEAMANAN, PROMOSI DAN LOYALITAS PELANGGAN TERHADAP KEPUTUSAN PENGGUNAAN GOPAY PADA KARYAWAN PT. BAKRIE PANG...
http://repository.stei.ac.id/2502/1/2115000054_Artikel%20Indonesia_2020..pdf

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. Indikator e-security yang paling dominan adalah kerahasiaan data, yang menggambarkan sejauh mana GoPay mampu menjaga dan melindungi informasi pribadi penggunanya dari akses pihak yang tidak berwenang.

 **doi.org** | Pengaruh Kepemimpinan, Kompetensi, dan Motivasi Kerja Terhadap Kinerja Perusahaan Melalui Kinerja Karyawan (Studi Kasus Pt Antika Anggrek Ragunan, Jakarta...
<https://doi.org/10.15408/saj.v5i1.42301>

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian lain yang menyatakan bahwa e-security berpengaruh terhadap keputusan penggunaan[15]. 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.

V. 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. Temuan ini menunjukkan bahwa semakin mudah aplikasi GoPay digunakan, maka semakin tinggi pula kecenderungan pengguna untuk memilih serta memanfaatkannya dalam berbagai transaksi digital.



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. Kemudian, 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.



Indikator yang paling menonjol ialah kerahasiaan data, yang menegaskan betapa pentingnya perlindungan informasi pribadi dari kemungkinan penyalahgunaan. Secara keseluruhan, hasil penelitian menunjukkan bahwa kemudahan penggunaan, tingkat kepercayaan, dan keamanan adalah tiga faktor utama yang mempengaruhi keputusan generasi Z dalam memakai GoPay. Ketiga faktor tersebut bekerja saling melengkapi dalam membangun rasa percaya sekaligus loyalitas pengguna terhadap layanan dompet digital ini.

Dengan terus meningkatkan aspek kemudahan, keandalan, dan keamanan, GoPay berpeluang mempertahankan serta menguatkan posisinya sebagai salah satu e-wallet terkemuka di Indonesia.