

ANALISIS PENERIMAAN LAYANAN E-WALLET SHOPEEPAY MENGGUNAKAN METODE TECHNOLOGY ACCEPTANCE MODEL (TAM)

Ari Wibowo¹, Fauzan Purma Ramadhan²

¹Fakultas Ilmu Komputer, Universitas Dinamika Bangsa, Jambi, Indonesia

²Fakultas Teknologi Informasi, Universitas Riau Indonesia, Rengat, Indonesia

*Corresponding E-mail: bowojmb201@email.com

ARTICLE INFO

Article history:

Received: 05 November 2024

Revised: 08 December 2024

Accepted: 21 December 2024



This is an open access article under the [CC BY-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/) license.

Copyright © 2022 by Author. Published by Universitas Riau Indonesia

ABSTRACT

ShopeePay is one of the most popular digital wallet service applications used by digital wallet users in Indonesia. The problem raised in this study is, does the perception of ease of use affect the trust of users in Jambi City who use the ShopeePay e-wallet service, whether the perceived usefulness affects the trust of users in Jambi City who use the ShopeePay e-wallet service, whether trust affects the behavioral intentions of users in Jambi City. Jambi City that uses the ShopeePay e-wallet service, how is the user acceptance of the ShopeePay e-wallet service in Jambi City. The hypothesis proposed is that perceived ease of use and perceived usefulness affect trust, and trust affects behavioral intentions. The method used is the Technology Acceptance Model (TAM). This method aims to measure user acceptance of the application. The variables used in this study are perceived ease of use, perceived usefulness, and trust as independent variables and behavioral intention as the dependent variable. The results of this study indicate that the variable that influences behavioral intention is the variable of trust. If user trust is increased, it will increase along with user behavioral intentions in using the ShopeePay application. So it can be concluded that the ShopeePay e-wallet service has been well received by its users.

Keywords: *Technology Acceptance Model, Perceived Ease of Use, Perceived Usefulness, Trust, Behavioral Intention*

1. PENDAHULUAN

Faktor yang tidak kalah penting dalam penerimaan teknologi dompet elektronik selain persepsi kemanfaatan (*perceived usefulness*) dan persepsi penggunaan (*perceived ease of use*) yaitu faktor kepercayaan dari konsumen dan calon konsumen. Di dalam konteks *mobile payment*, *mobile costumers* merasa tidak yakin dengan vendor dan output dari transaksi yang terjadi pada *mobile handset*. Menurut Setiawan [1]. Analisis atau analisa berasal dari bahasa Yunani kuno “*Analusis*” yang berarti melepaskan. Analisis terbentuk dari dua suku kata, yaitu “*ana*” yang berarti kembali, dan “*luein*” yang berarti melepas, yang digabung berarti melepas kembali atau menguraikan. Mujiati & Sukadi [2] mendefinisikan analisis sebagai berikut: “Analisis dapat didefinisikan sebagai penguraian dari suatu sistem informasi yang utuh ke dalam bagian-bagian komponennya dengan maksud untuk mengidentifikasi dan mengevaluasi permasalahan, kesempatan, hambatan yang terjadi dan kebutuhan yang di harapkan sehingga dapat di usulkan perbaikannya”.

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) [3], analisis merupakan penyelidikan terhadap suatu peristiwa (karangan, perbuatan, dan sebagainya) untuk mengetahui keadaan yang sebenarnya (sebab-musabab, duduk perkaranya, dan sebagainya). Istilah *Financial Technology (fintech)* muncul pada era teknologi modern yang sangat terikat pada internet saat ini di mana sebagian besar masyarakat sudah tidak asing dengan istilah tersebut. Internet sendiri sudah bukan hal yang asing lagi bagi masyarakat di Indonesia. Pengguna internet di seluruh dunia sudah mencapai angka sekitar 4,5 milyar orang pada tahun 2020 di mana Indonesia

sendiri merupakan bagian dari jumlah pengguna tersebut yang menempati posisi peringkat yang cukup tinggi dengan jumlah pengguna 174 juta orang [4]. Menurut Purba dkk. [5] *fintech* adalah hasil dari kombinasi layanan keuangan dan teknologi yang mengubah model bisnis konvensional menjadi moderat, yang awalnya.

Pengguna internet di seluruh dunia sudah mencapai angka sekitar 4,5 milyar orang pada tahun 2020 di mana Indonesia sendiri merupakan bagian dari jumlah pengguna tersebut yang menempati posisi peringkat yang cukup tinggi dengan jumlah pengguna 174 juta orang [6]. *e-wallet* berupa aplikasi yang berbasis di server dan dalam proses pemakaiannya memerlukan sebuah koneksi terlebih dulu dengan penerbitnya dibalik sisi lain dompet digital dapat di artikan pengganti atau alternatif dari dompet saku yang kita gunakan untuk menyimpan uang ataupun kartu ATM hanya dengan menggunakan smartphone kita bisa melakukan transaksi atau pembayaran dimana saja bahkan tidak perlu lagi keluar rumah hanya untuk melakukan pembayaran karena hal tersebut kini bisa dilakukan dari rumah dengan *e-wallet* [7].

Shopee telah memasuki wilayah diseluruh Indonesia bahkan dikota kecil sekaligus. Penjual berani untuk menawarkan produk-produknya di Shopee dan konsumen lebih memilih dan tertarik dengan Shopee sebagai tempat Belanja Online [8]. Salah satu pembayaran pada Shopee adalah layanan Shopeepay. Terdapat beberapa cara praktis untuk melakukan pembayaran pada Shopee, yaitu Kartu Debit/ Kredit; Transfer; Akulaku; i.Saku; Alfamart; Kredivo; Bayar di Tempat (COD); OneKlik; ShopeePay; dan ShopeePay Later. Adapun ShopePay merupakan uang elektronik yang dimanfaatkan menjadi metode transaksi online yang ada di aplikasi Shopee, juga metode transaksi offline di merchant Shopeepay. Penelitian Riady dan Ginting [9].

Tujuan dari TAM adalah untuk memberikan penjelasan tentang faktor-faktor penentu penerimaan komputer yang bersifat umum, yang mampu menjelaskan perilaku pengguna di berbagai teknologi komputasi pengguna akhir dan populasi pengguna, sementara pada saat yang sama keduanya terlalu pelit dan secara teori dapat dibenarkan secara teori [10]. TAM menggunakan dua keyakinan yang spesifik yaitu persepsi kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*), di mana persepsi tersebut berkaitan dengan persepsi pengguna tentang jumlah upaya yang diperlukan untuk menggunakan sistem, dan persepsi manfaat (*perceived usefulness*), yang merupakan persepsi pengguna tentang tingkat penggunaan sistem yang dapat meningkatkan kemampuan kinerja pengguna [11].

ShopeePay Kecenderungan seseorang untuk memilih melakukan atau tidak melakukan suatu pekerjaan. Behavioral intention merupakan variabel laten endogen yang dinotifikasi dengan Y. Selanjutnya sikap dioperasionalkan berdasarkan faktor yang membentuk behavioral intention menurut Fishbein dan Ajzen [12]. Kemudahan yang dirasakan mempengaruhi sikap individu dalam 2 (dua) mekanisme, yaitu self-efficacy dan instrumentality [13]. Self-efficacy dikembangkan oleh Bandura [14] yang menjelaskan, bahwa sebuah sistem semakin mudah digunakan akan semakin meningkatkan self-efficacy pengguna.

Kemudahan penggunaan yang dirasakan juga memberikan kontribusi secara instrumental dalam memperbaiki kinerja seseorang. Semakin mudah penggunaan suatu sistem informasi, berarti lebih sedikit upaya yang harus dilakukan seseorang untuk dapat meningkatkan kinerjanya menggunakan sistem informasi.

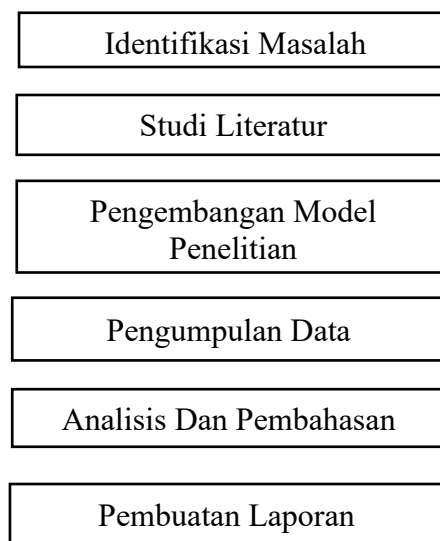
Kerangka TAM memiliki lima variabel penting dalam model ini yang dapat membantu menjelaskan diterimanya sebuah sistem teknologi baru dalam masyarakat, yaitu persepsi tentang kemudahan penggunaan (*Perceived ease of use*), persepsi terhadap kemanfaatan (*Perceived usefulness*), perilaku untuk tetap menggunakan (*Behavioral Intention To Use*), dan kondisi nyata penggunaan sistem (*Actual System Usage*) [15]. Mukherjee & Nath [16] dalam artikel penelitiannya telah mengajukan 14 bagaimana mekanisme *trust* antara konsumen dan

bank dalam pelayanan elektronik perbankan sebaiknya dibangun. Dalam kajian yang mereka lakukan, mereka menemukan bahwa nasabah dan bank seharusnya membagi nilai-nilai yang sama begitu juga komitmen dalam hubungan diantara keduanya perlu dibangun dan dipertahankan dengan baik. Skala likert digolongkan ke dalam skala ordinal.

2. METODE

Tahapan Penelitian

Kerangka kerja penelitian merupakan langkah-langkah yang akan dilakukan dalam melakukan penyelesaian masalah yang akan dibahas dalam penelitian. Untuk membantu penulis dalam melakukan penelitian ini, maka perlu adanya penyusunan mengenai kerangka kerja penelitian (framework) guna memperjelas tahapan-tahapan atau sistematika yang akan dilakukan. Adapun kerangka kerja dalam penelitian ini yaitu sebagai berikut:



Gambar 1. Kerangka Kerja Penelitian

Berdasarkan kerangka kerja penelitian yang telah digambarkan diatas, maka dapat diuraikan pembahasan masing-masing tahap dalam penelitian adalah sebagai berikut :

1. Identifikasi Masalah

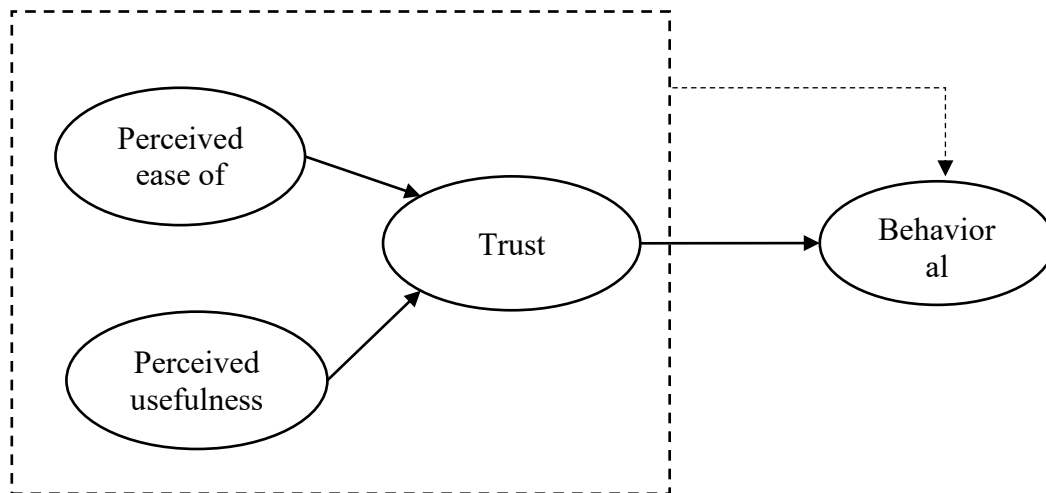
Pada tahap ini, penulis menentukan objek penelitian yang akan diteliti lalu menetapkan masalah yang ingin dianalisis pada objek penelitian. Penentuan metode yang akan digunakan untuk menganalisis objek penelitian juga akan ditentukan pada tahapan ini. Dalam penelitian ini, penulis menentukan aplikasi E-wallet (dompet digital) sebagai objek penelitian yang akan diteliti, dengan berfokus pada analisis untuk mendapatkan gambaran akan penerimaan pengguna dan faktor-faktor keterimaan aplikasi terhadap pengguna. Metode yang akan digunakan adalah metode TAM (*Technology Acceptance Model*) yang mengukur keterimaan suatu website atau aplikasi.

2. Studi Literatur

Pada tahapan ini, penulis mempelajari dan memahami teori-teori yang relevan dengan masalah yang akan diteliti. Technology Acceptance Model (TAM) yang digunakan sebagai metode untuk menganalisis layanan *e-wallet* ShopeePay yang memiliki beberapa masalah pada aplikasinya yaitu, tentang transfer saldo ShopeePay sering terjadi kesalahan, sering bermasalah pada saat ingin login ke aplikasi, sistem verifikasi untuk meng-upgrade akun sering bermasalah, dan permasalahan pada pembaruan aplikasi dirasa sesuai dengan tujuan metode TAM itu sendiri, yaitu untuk mengetahui penerimaan aplikasi dari beberapa masalah yang sudah disebutkan.

3. Pengembangan Model Penelitian

Pada tahapan ini, penulis mengembangkan model atau instrument penelitian yang akan digunakan sebagai alat bantu untuk mengumpulkan data. Pengembangan model penelitian dilakukan terlebih dahulu dengan melakukan perancangan konstruk berdasarkan TAM.



Gambar 2. Model Konseptual

4. Pengumpulan Data

Pengumpulan data adalah proses pengumpulan dan pengukuran informasi mengenai variabel-variabel yang diamati dengan cara sistematis yang memungkinkan seseorang menjawab pertanyaan penelitian yang di ajukan. Pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan kuisisoner yang diisi oleh sampel dari populasi yang telah ditetapkan yaitu pengguna layanan *e-wallet* ShopeePay pada wilayah Kota Jambi. Peneliti menggunakan instrumen penelitian untuk mendapatkan data yang akurat dengan menguji validitas dan reliabilitasnya. Waktu pengumpulan data bervariasi sesuai dengan data yang dikumpulkan. Data mengenai kerusakan dan komplain petugas pencacahan dilaporkan setiap hari setelah melakukan kegiatan pencacahan. Pada tahapan menggunakan teknik penarikan sampel, serta pengentrian data juga dilakukan pencatatan. Statistik dari raw data yang dihasilkan pada saat tabulasi juga dikumpulkan untuk melihat kualitas data. Pengumpulan data dilakukan dengan menyebarkan kuisisoner online. Setelah seluruh kegiatan pencacahan di lapangan selesai dilaksanakan.

5. Analisis Dan Pembahasan

Setelah data terkumpul, maka peneliti mengolah data dengan menggunakan SPSS (*Statistical Package for the Social Science*) dan melakukan analisis terhadap data tersebut untuk menjawab rumusan masalah dan hipotesis yang diajukan, dengan menggunakan statistik. Kemudian hasil analisis dapat disajikan dalam bentuk tabel.

1) Tabulasi Data

Pada tabulasi data kuesioner yang telah dikembalikan oleh responden diseleksi kelengkapan pengisiannya, hanya kuesioner yang terisi lengkap yang dipergunakan, data yang sudah diseleksi diberi kode sesuai dengan variabel dan klasifikasi variabel, dan selanjutnya ditabulasi menggunakan perangkat lunak Microsoft Excel.

2) Metode SPSS (*Statistical Product for Service Solutions*)

Setelah melakukan pengumpulan data, peneliti akan melakukan analisis data berdasarkan hasil observasi dengan membuat pertanyaan kuisisoner dengan bantuan aplikasi SPSS dan dengan melakukan perhitungan pada hasil kuesioner menggunakan rumus yang sesuai. Setelah kuesioner disebarkan, selanjutnya dilakukan analisis terhadap data-data yang telah dikumpulkan.

6. Pembuatan Laporan

Pada tahap ini penulis membuat laporan akhir mengenai hasil penelitian ke dalam bentuk skripsi yang di dalamnya memuat apa yang penulis lakukan dalam mencapai tujuan dan hasil penelitian tersebut. Di mana, pembuatan laporan ini memiliki struktur bahasa yang baik secara sistematis serta tahap penelitian di lakukan oleh penulis dapat di buktikan secara ilmiah.

Metode Pengumpulan Data

1. Metode Angket

Kuisisioner merupakan Teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. Kuisisioner yang digunakan oleh peneliti sebagai instrument penelitian, metode yang digunakan adalah kuisisioner tertutup. Instrument kuisisioner harus diukur validitas dan reabilitas datanya sehingga penelitian tersebut menghasilkan data yang valid dan reliable. Instrument yang valid berarti instrument tersebut dapat dipergunakan untuk mengukur apa yang sebenarnya diukur, sedangkan instrument yang reliable adalah instrument yang apabila digunakan beberapa kali untuk mengukur objek yang sama akan menghasilkan data yang sama pula.

2. Populasi, Sampel, dan Tekning Samplig

a. Populasi

Pada penelitian ini populasi yang digunakan adalah pengguna (*user*) dari layanan e-wallet ShopeePay. Dalam penelitian ini jumlah populasi tidak diketahui, maka untuk memudahkan penentuan jumlah sampel yang diambil ditentukan dengan teknik pengambilan sampel non-probability sampling (tidak seluruh populasi diambil).

b. Metode dan teknik pengambilan sampel

Teknik yang penulis gunakan dalam pengambilan sampel ini adalah teknik non-probability sampling, kategori purposive [17]. Tingkat keyakinan dalam penelitian ini ditentukan sebesar 95% maka nilai $Z_{\alpha/2}$ adalah 1.96, standar deviasi populasi sebesar 25% dan tingkat kesalahan penarikan sampel sebesar 5% maka dari perhitungan rumus tersebut dapat diperoleh sampel yang dibutuhkan yaitu :

Selang kepercayaan 95% $\rightarrow$ Derajat kepercayaan = $1 - \alpha = 9$

$\alpha = 5\% \rightarrow \alpha/2 = 2.5\% \rightarrow Z_{2.5\%} = Z_{0.025} = 1.96$

$$n = \left(\frac{(Z_{\alpha/2}) \cdot \sigma}{e} \right)^2$$

$$n = \left(\frac{(1.96 \cdot 0.25)}{5\%} \right)^2$$

$$n = 96,04 \text{ dibulatkan menjadi } 100$$

Berdasarkan perhitungan diatas sampel yang menjadi responden dalam penelitian ini yang sudah dibulatkan menjadi 100 responden. Hal ini dilakukan untuk mempermudah dalam pengolahan data dan untuk hasil pengujian yang lebih baik.

Operasional dan Pengukuran Variable

Definisi Operasional Variabel penelitian yang telah ditentukan akan digunakan sebagai acuan dalam pembuatan kuisisioner yang akan dijawab oleh responden. Adapun variabel-variabel yang digunakan adalah persepsi kemudahan kegunaan (*Perceived Ease of Use*), persepsi manfaat (*Perceived Usefulness*), kepercayaan (*Trust*), niat perilaku pengguna (*Behavioral Intention*).

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

ShooperPay memiliki Fitur terbaru adalah fitur PayLater. Layanan ini merupakan layanan pinjaman yang disediakan oleh Shopee untuk pelanggannya yang ingin berbelanja namun bayarnya nanti, alias cicilan tanpa kartu kredit. Cicilan yang diberikan beragam, mulai dari 3 bulan, 6 bulan, sampai 12 bulan, tergantung dari kesanggupan pengguna. Demi kenyamanan, kamu perlu melakukan pengaktifan atau verifikasi data agar bisa menikmati layanan PayLater.

Gambaran Umum Aplikasi

Shopee telah memasuki wilayah diseluruh Indonesia bahkan dikota kecil sekaligus. Penjual berani untuk menawarkan produk-produknya di Shopee dan konsumen lebih memilih dan tertarik dengan Shopee sebagai tempat Belanja Online. Salah satu pembayaran pada Shopee adalah layanan Shopeepay. Terdapat beberapa cara praktis untuk melakukan pembayaran pada Shopee, yaitu Kartu Debit/ Kredit; Transfer; Akulaku; i.Saku; Alfamart; Kredivo; Bayar di Tempat (COD); OneKlik; ShopeePay; dan ShopeePay Later. Adapun ShopeePay merupakan uang elektronik yang dimanfaatkan menjadi metode transaksi online yang ada di aplikasi Shopee, juga metode transaksi offline di merchant Shopeepay.

Fitur layanan yang berasal dari aplikasi Shopee seperti Shopeepay dibutuhkan fitur yang lengkap agar kebutuhan pengguna dapat melakukan transaksi bisa terpenuhi dan memiliki keamanan yang tinggi saat menggunakan aplikasi e-wallet. Fitur merupakan suatu produk yang digunakan sebagai fungsi dengan karakteristik yang berbeda. Fitur menjadi kunci penting bagi perusahaan agar mereka dapat membandingkan produknya dengan produk pesaing. Dengan adanya berbagai fitur layanan yang digunakan oleh para konsumen yang sesuai dengan kebutuhannya yang akan dimiliki agar merasa puas dengan penggunaannya guna produk yang diinginkan.

Fitur ShopeePay

1. Pengisian Saldo

Fitur layanan pertama yang bisa kamu rasakan adalah pengisian saldo. Layaknya dompet digital, kamu juga perlu mengisi saldo dompet digital Shopee untuk bisa bertransaksi ke berbagai merchant. Saldo bisa diisi hingga maksimal Rp2.000.000. Namun, untuk akun yang telah terverifikasi, saldo bisa diisi hingga Rp10.000.000.

2. Fitur Pembayaran Transaksi Online

Tujuan utama didirikannya adalah untuk memfasilitasi alat pembayaran antara pembeli dan juga penjual. Pembeli tidak perlu lagi repot-repot mesti transfer dari bank atau ATM untuk melakukan pembayaran, cukup gunakan ShopeePay saja, pembayaran jadi lebih cepat dan efisien.

3. Fitur Pembayaran Transaksi Offline Merchant Yang Bekerja Sama

Selain pembelian di aplikasi Shopee, dompet digital satu ini juga bisa digunakan untuk bekerja sama dengan Shopee. Umumnya merchant tersebut adalah kafe, coffeeshop, atau restaurant yang telah menyediakan pembayaran digital yang biasanya menyediakan *barcode* untuk selanjutnya di-*scan*. Contoh merchant yang telah bekerja sama dengan Shopee di antaranya: Alfamart, Superindo, McD, KFC, J&T, JNE, Citilink, Starbucks, Burger King, Yoshinoya, Bakmi GM, Solaria, Lawson, CFC, dan lainnya

4. Transfer saldo

Saldo dari dompet digital Shopee juga bisa dikirimkan ke sesama pengguna. Caranya juga cukup mudah, cukup cantumkan saja nomor Shopee teman kamu.

5. Tarik Dana Ke Rekening Bank

Selain transfer ke sesama pengguna, kamu juga bisa melakukan tarik tunai atau transfer ke rekening bank. Fitur ini tapi bisa dinikmati bila akun kamu telah terverifikasi.

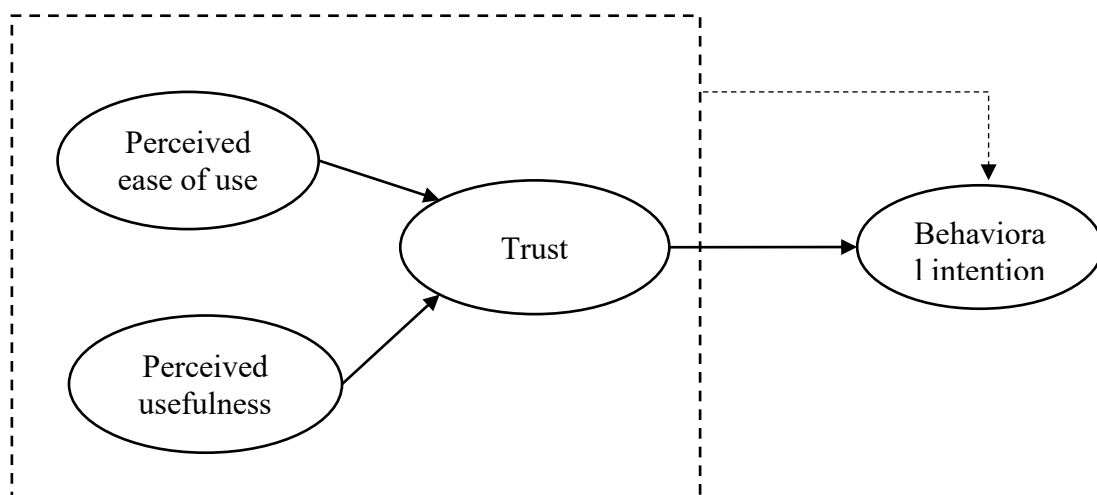
6. Shopee Paylater

Fitur terbaru adalah fitur PayLater. Layanan ini merupakan layanan pinjaman yang disediakan oleh Shopee untuk pelanggannya yang ingin berbelanja namun bayarnya nanti, alias cicilan tanpa kartu kredit. Cicilan yang diberikan beragam, mulai dari 3 bulan, 6 bulan, sampai 12 bulan, tergantung dari kesanggupan pengguna. Demi kenyamanan, kamu perlu melakukan pengaktifan atau verifikasi data agar bisa menikmati layanan PayLater.

Pengembangan Model Penelitian Dan Hipotesis

Pada penelitian ini, variable yang digunakan yaitu berdasarkan variabel yang telah ditetapkan oleh Davis, model penelitian yang digunakan pada metode Technology Acceptance Model (TAM) ini dapat dilihat pada gambar 4.1 dibawah ini. Pada penelitian ini, terdapat 4 (empat) variabel yang digunakan. Adapun variabel yang digunakan yaitu *perceived usefulness*, *perceived ease of use*, *trust*, *behavioral intention*.

Seperti yang telah dijelaskan pada pendahuluan penelitian ini bertujuan untuk mengetahui perilaku seseorang dalam menggunakan teknologi dan untuk mengetahui faktor apa saja yang mempengaruhi minat pengguna menggunakan layanan dompet digital ShopeePay di Kota Jambi. Gambar 4.1 dibawah menunjukkan model penelitian yang akan digunakan pada penelitian ini untuk mengukur faktor apa saja yang mempengaruhi minat pengguna menggunakan layanan dompet digital ShopeePay. Berikut model konseptual penelitian dan hipotesis yang dibangun pada penelitian ini :



Gambar 3. Model Konseptual

Hipotesis yang dibangun adalah :

H1 : Persepsi kemudahan kegunaan (*Perceived Ease of Use*) tidak berpengaruh positif terhadap kepercayaan (*Trust*).

H2 : Persepsi manfaat (*Perceived Usefulness*) tidak berpengaruh positif terhadap kepercayaan (*Trust*).

H3 : Kepercayaan (*Trust*) tidak berpengaruh positif terhadap niat perilaku pengguna (*Behavioral Intention*).

H4 : Persepsi Kemudahan Penggunaan (*Perceived Ease of Use*), Persepsi Manfaat (*Perceived Usefulness*), dan Kepercayaan (*Trust*) secara simultan tidak berpengaruh positif terhadap niat perilaku pengguna (*Behavioral Intention*).

Profil Responden

Pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan kuesioner *online* dari google formulir yang disebarakan pada tanggal 18 Januari 2022 sampai tanggal 21 Januari 2022. Teknik penyebaran kuesioner menggunakan media social Whatsapp. Butir pernyataan yang diberikan

pada kuesioner adalah 12 pernyataan yang diajukan. Kuesioner kemudian disebarikan kepada pengguna e-wallet ShopeePay di Kota Jambi. Sebanyak 102 responden yang telah memberikan respon kepada kuesioner yang telah disebarikan.

Sistem pada kuesioner yang disebarikan menggunakan logika *if*, dimana pada pertanyaan pertama jika responden menjawab pernah, maka akan melanjutkan mengisi profil responden dan jika responden menjawab tidak pernah, maka tidak akan melanjutkan ke pengisian profil responden, melainkan langsung menuju ke bagian terimakasih. Dikarenakan ada beberapa responden yang menjawab belum pernah, maka respon dari responden tersebut akan dieliminasi. Ada 2 responden yang mengisi jawaban belum pernah pada pertanyaan pertama, maka 2 jawaban responden tersebut akan dieliminasi dan hanya 100 respon dari responden yang datanya akan dilanjutkan pada uji berikutnya.

Hasil Analisis

1. Uji Validitas

Uji validitas adalah uji yang dilakukan untuk mengukur data yang diambil dinyatakan kevalidannya atau kesahihannya. Instrumen yang digunakan pada penelitian harus berupa instrumen yang valid. Instrumen yang valid berarti dapat mengukur apa yang seharusnya diukur. Penelitian ini menggunakan instrumen berupa kuesioner yang merupakan instrumen bersifat notes, sehingga hanya perlu memenuhi validitas konstruk saja. Untuk hasil uji validitas yang dilakukan di SPSS dapat dilihat pada tabel 5.5 di bawah ini :

Tabel 1. Hasil Uji Validitas

No	Variabel	r Hitung	r Tabel	Keterangan
1	Perceived of Usefulness			
	X1.1	0,578	0,1966	Valid
	X1.2	0,789	0,1966	Valid
	X1.3	0,671	0,1966	Valid
	Total X1	1	0,1966	Valid
2	Perceived Ease of Use			
	X2.1	0,775	0,1966	Valid
	X2.2	0,770	0,1966	Valid
	X2.3	0,781	0,1966	Valid
	Total X2	1	0,1966	Valid
3	Trust			
	X3.1	0,802	0,1966	Valid
	X3.2	0,762	0,1966	Valid
	X3.3	0,766	0,1966	Valid
	Total X3	1	0,1966	Valid
4	Behavioral Intention			
	Y.1	0,797	0,1966	Valid
	Y.2	0,737	0,1966	Valid
	Y.3	0,689	0,1966	Valid
	Total Y	1	0,1966	Valid

Dari hasil uji validitas yang terdapat pada tabel di atas, terlihat bahwa semua indikator variabel yang diukur memiliki nilai r hitung $> 0,1966$, sehingga dapat disimpulkan untuk semua indikator variabel pada kuesioner dalam penelitian ini memiliki nilai yang valid maka dari itu dapat dikatakan bahwa keterangan pada variabel ini dapat dijelaskan dengan hitungan variabel yang ada pada tabel tersebut.

2. Uji Reliabilitas

Sebuah *scale* atau instrumen pengukur data dan data yang dihasilkan reliabel atau andal apabila instrumen memunculkan hasil yang sama secara konsisten setiap kali dilakukan

pengukuran. Reliabilitas sendiri sebenarnya adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator indikator dari variabel atau konstruk. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau andal ketika jawaban responden terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Maka semakin tinggi tingkat reliabilitas suatu instrument maka semakin stabil pula alat pengukur tersebut. Dalam SPSS diberikan fasilitas untuk mengukur reliabilitas dengan uji statistik Cronbach Alpha (α), suatu konstruk atau variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai $\alpha > 0,60$.

Tabel 2. Hasil Uji Reliabilitas

Variable	Nilai Alpha Hitung (α)	Nilai Alpha Tabel	Keterangan
Perceived of Usefulness	0,660	0,60	Tinggi
Perceived Ease of Use	0,668	0,60	Tinggi
Trust	0,669	0,60	Tinggi
Behavioral Intention	0,617	0,60	Tinggi

3. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik bertujuan untuk mengetahui kondisi data yang digunakan dalam penelitian. Hal tersebut dilakukan untuk mendapatkan model analisis yang tepat. Dalam penelitian ini untuk mengolah hasil data penelitian menggunakan Analisis Inferensial (kuantitatif) di mana dalam analisis tersebut menggunakan program SPSS. Analisis data yang dilakukan dengan bantuan metode Regresi Linear berganda, namun sebelum melakukan analisis regresi linear berganda, digunakan uji asumsi klasik yang meliputi uji normalitas, uji multikoleniaritas, dan uji heteroskedastisitas.

4. Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk mengetahui apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Dalam penelitian ini, hasil pengujian menggunakan uji skewness & kurtosis.

Tabel 3.3 Hasil Uji Normalitas

Skewness			Kurtosis		
Statisti	Std.	Hasil	Statistic	Std.	Hasil
c	Error		Error	Error	
-.473	.241	-1,962	.314	.478	0.657
-.438	.241	-1,817	-.392	.478	-0.820
-.373	.241	-1,547	-.259	.478	-0.541
-.270	.241	-1,120	-.590	.478	-1,234

Uji Skewness & Kurtosis adalah salah satu cara menguji apakah data berdistribusi normal atau tidak. Cara melihat data berdistribusi normal atau tidak adalah dengan membagi nilai pada kolom statistic dan std.error, rentang nilai data berdistribusi normal adalah -2 dan 2. Dari tabel di atas dapat dilihat data tidak lebih dari -2 dan 2, maka dapat disimpulkan bahwa semua data berdistribusi normal.

5. Uji Multikoleniaritas

Uji heteroskedastisitas digunakan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Ketika *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain berbeda, inilah yang disebut dengan heteroskedastisitas. Untuk menganalisisnya, dalam penelitian ini menggunakan uji spearman dengan melihat nilai signifikansi atau Sig. (2-tailed) lebih besar dari 0,05 maka

dapat dikatakan bahwa tidak terjadi masalah heteroskedastisitas. Hasil pengujian heteroskedastisitas dari penelitian ini dapat dilihat dari tabel berikut :

Tabel 4. Hasil Uji Multikoleniaritas

Coefficients ^a		Collinearity Statistics	
Model		Tolerance	VIF
1	(Constant)		
	X1	.625	1.601
	X2	.424	2.360
	X3	.392	2.550

a. Dependent Variable: Y

Dari tabel di atas dapat dilihat nilai pada tabel *tolerance* > 0,10 dan pada tabel VIF < 10,00, maka dapat disimpulkan model regresi di atas terjadi gejala multikolinearitas.

6. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas digunakan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Ketika *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain berbeda, inilah yang disebut dengan heteroskedastisitas. Untuk menganalisisnya, dalam penelitian ini menggunakan uji Glejser dengan cara meregresikan absolut nilai residual sebagai variabel independen dengan variabel independen, jika probabilitasnya di atas tingkat kepercayaan 5% atau 0,05 maka tidak terdapat heteroskedastisitas. Hasil pengujian heteroskedastisitas dari penelitian ini dapat dilihat dari tabel berikut :

Tabel 5 Hasil Uji Skewness & Kurtosis
Correlations

			X1	X2	X3	Unstandardized Residual
Spearman's rho	X1	Correlation Coefficient	1.000	.548**	.596**	.062
		Sig. (2-tailed)	.	.000	.000	.540
		N	100	100	100	100
	X2	Correlation Coefficient	.548**	1.000	.785**	.062
		Sig. (2-tailed)	.000	.	.000	.539
		N	100	100	100	100
	X3	Correlation Coefficient	.596**	.785**	1.000	.091
		Sig. (2-tailed)	.000	.000	.	.367
		N	100	100	100	100
Unstandardized Residual		Correlation Coefficient	.062	.062	.091	1.000
		Sig. (2-tailed)	.540	.539	.367	.
		N	100	100	100	100

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Berdasarkan tabel di atas terdapat nilai signifikan seluruh variabel independen >0,05, maka dapat ditarik kesimpulan semua variabel bebas dari heteroskedastisitas

7. Uji Hipotesis

Secara statistik setidaknya ini dapat diukur dari nilai koefisien determinasi, nilai F statistik dan nilai statistik t. perhitungan statistik disebut signifikan secara statistik apabila nilai uji statistiknya berada dalam daerah kritis (daerah dimana H_0 ditolak), sebaliknya disebut tidak signifikan bila nilai uji statistiknya berada dalam daerah H_0 diterima.

Uji F pada dasarnya dilakukan untuk mengetahui signifikansi hubungan antar semua variabel bebas dan variabel terikat, apakah variabel bebas yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh bersama-sama terhadap variabel terikat. Untuk menentukan adanya hubungan antar variabel dapat dilihat dari nilai F hitung $>$ F tabel atau nilai sig $<$ 0,05.

Uji t dilakukan untuk menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel independen secara individual dalam menerangkan variasi variabel independen. Koefisien Determinasi (R^2) pada intinya mengukur sejauh mana kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel independen. Untuk menentukan adanya hubungan antar variabel dapat dilihat dari nilai sig $<$ 0,05 atau nilai t hitung $>$ t tabel.

Untuk melihat persepsi kemudahan penggunaan (*Perceived Ease of Use*), persepsi manfaat (*Perceived Usefulness*), kepercayaan (*Trust*), terhadap niat pengguna (*Behavioral Intention*) dapat dilihat dalam tabel hasil pengujian sebagai berikut :

Tabel 6. Hasil Uji t X1, X2, dan X3 terhadap Y
Coefficients^a

Model		t	Sig.
1	(Constant)	3.073	.003
	X1	.215	.830
	X2	3.719	.000
	X3	3.730	.000

a. Dependent Variable: Y

H1 :

H_0 (diterima) : Persepsi kemudahan kegunaan (*Perceived Ease of Use*) tidak berpengaruh positif terhadap kepercayaan (*Trust*).

H_a (ditolak) : Persepsi kemudahan kegunaan (*Perceived Ease of Use*) berpengaruh positif terhadap kepercayaan (*Trust*).

Hasil pada tabel di atas menunjukkan nilai sig. 0,830 $>$ 0,05 dan nilai t hitung 0,215 $>$ t tabel 1,660, maka dapat disimpulkan bahwa H_a ditolak dan H_0 diterima yang berarti bahwa tidak terdapat hubungan antara persepsi kemudahan penggunaan (*Perceived Ease of Use*) terhadap kepercayaan (*Trust*).

H2 :

H_0 (ditolak): Persepsi manfaat (*Perceived Usefulness*) tidak berpengaruh positif terhadap kepercayaan (*Trust*).

H_a (diterima): Persepsi manfaat (*Perceived Usefulness*) berpengaruh positif terhadap kepercayaan (*Trust*).

Hasil pada tabel di atas menunjukkan nilai sig. 0,000 $<$ 0,05 dan nilai t hitung 3,719 $>$ t tabel 1,660, maka dapat disimpulkan bahwa H_a diterima dan H_0 ditolak yang berarti bahwa terdapat hubungan antara persepsi kemudahan penggunaan (*Perceived Ease of Use*) terhadap kepercayaan (*Trust*).

H3 :

H_0 (ditolak): Kepercayaan (*Trust*) tidak berpengaruh positif terhadap niat perilaku pengguna (*Behavioral Intention*).

H_a (diterima): Kepercayaan (*Trust*) berpengaruh positif terhadap niat perilaku pengguna (*Behavioral Intention*).

Hasil pada tabel di atas menunjukkan nilai sig. $0,000 < 0,05$ dan nilai t hitung $3,730 > t$ tabel 1,660, maka dapat disimpulkan bahwa H_a diterima dan H_o ditolak yang berarti bahwa terdapat hubungan antara kepercayaan (*Trust*) terhadap terhadap niat perilaku pengguna (*Behavioral Intention*).

Tabel 6. Hasil Uji F
ANOVA^a

Model		F	Sig.
1	Regression	40.918	.000 ^b
	Residual		
	Total		

a. Dependent Variable: Y

b. Predictors: (Constant), X3, X1, X2

H4 :

H_o : Persepsi Kemudahan Penggunaan (*Perceived Ease of Use*), Persepsi Manfaat (*Perceived Usefulness*), dan Kepercayaan (*Trust*) secara simultan tidak berpengaruh positif terhadap niat perilaku pengguna (*Behavioral Intention*).

H_a : Persepsi Kemudahan Penggunaan (*Perceived Ease of Use*), Persepsi Manfaat (*Perceived Usefulness*), dan Kepercayaan (*Trust*) secara simultan berpengaruh positif terhadap niat perilaku pengguna (*Behavioral Intention*).

Hasil uji tabel di atas menunjukkan nilai F hitung $40,918 > F$ tabel 2,70 dan nilai sig. $0,000 < 0,05$, maka dapat disimpulkan bahwa semua variabel indepeneden (*Perceived Ease of Use*, *Perceived Usefulness*, *Trust*) secara simultan berpengaruh terhadap variabel dependennya (*Behavioral Intention*).

8. Pembahasan

Hasil dari pengujian hipotesis menunjukkan dari 5 hipotesis yang diajukan, 4 hipotesis diterima dan 1 hipotesis ditolak.

H1 menunjukkan hasil persepsi kemudahan penggunaan (*Perceived Ease of Use*) secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap kepercayaan (*Trust*) pengguna layanan e-wallet ShopeePay di Kota Jambi.

H2 menunjukkan hasil Persepsi manfaat (*Perceived Usefulness*) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepercayaan (*Trust*) pengguna layanan e-wallet ShopeePay di Kota Jambi.

H3 menunjukkan hasil kepercayaan (*Trust*) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap niat pengguna (*Behavioral Intention*) pengguna layanan e-wallet ShopeePay di Kota Jambi.

H4 menunjukkan hasil persepsi kemudahan penggunaan (*Perceived Ease of Use*), Persepsi manfaat (*Perceived Usefulness*) , dan kepercayaan (*Trust*) secara simultan berpengaruh signifikan terhadap niat pengguna (*Behavioral Intention*) pengguna layanan e-wallet ShopeePay di Kota Jambi.

4. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Variabel Persepsi kemudahan kegunaan (*Perceived Ease of Use*) tidak berpengaruh secara signifikan terhadap Kepercayaan (*Trust*) dibuktikan dengan nilai t hitung 0,215 > t tabel 1,660 dan sig. 0,830 > 0,05.
2. Variabel Persepsi manfaat (*Perceived Usefulness*) berpengaruh secara signifikan terhadap Kepercayaan (*Trust*) dibuktikan dengan nilai t hitung 3,719 > t tabel 1,660 dan nilai sig. 0,000 < 0,05.
3. Variabel Kepercayaan (*Trust*) berpengaruh secara signifikan terhadap niat perilaku pengguna (*Behavioral Intention*) dibuktikan dengan nilai t hitung 3,730 > t tabel 1,660 dan nilai sig. 0,000 < 0,05.
4. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa faktor mafaat berpengaruh terhadap kepercayaan, sedangkan faktor kepercayaan berpengaruh terhadap niat pengguna hanya faktor kemudahan yang tidak berpengaruh terhadap kepercayaan. Jadi dapat disimpulkan bahwa layanan e-wallet ShopeePay sudah diterima dengan baik oleh penggunanya

5. REFERENCES

- [1] Setiawan, Bayu. , (2020), *Pengaruh Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan, Pengaruh Social, Dan Kepercayaan Terhadap Minat Perilaku Penggunaan Teknologi E Wallet Dengan Pendekatan Technology Acceptance Model (TAM) (Studi Pada Pengguna Layanan E Wallet DANA Di Bandar Lampung)*. Bandar Lampung : Universitas Lampung.
- [2] Davis, F. (1989). Perceived Usefulness, Perceviend Ease of Use, and User Acceptance of Technology. *Management Informasi System*, 13(3), 319- 340
- [3] Venkatesh, V., & Davis, F. D. (1996). A model of the antecedents of perceived ease of use: Development and test. *Decision sciences*, 27(3), 451-481.
- [4] Mujiati, H., & Sukadi. (2016). A simple method for studying low-gravity sloshing frequencies. *Analisis Dan Perancangan Sistem Informasi Stok Obat Pada Apotek Arjowinangun*, 4, 11. <https://doi.org/10.1098/rspa.2003.1154>.
- [5] <https://www.google.com/amp/s/kbbi.web.id/analisis.html>
- [6] Ramadhan, B. (2020). Data Internet di Indonesia dan Perilakunya Tahun 2020. Retrieved February 17, 2020, from Teknoia website: <https://teknoia.com/data-internet-di-indonesia-dan-perilakunya880c7bc7cd19>
- [7] Purba, J., Hery, H., & Lestari, V. (2019). Financial Technology Readiness: Strategic Innovation Management in the Service Industry 4.0. (October). <https://doi.org/10.4108/eai.30-7-2019.2287760>
- [8] Mulyana, A., & Wijaya, H. (2018). Perancangan E-Payment System pada E-Wallet Menggunakan Kode QR Berbasis Android. *Komputika: Jurnal Sistem Komputer*, 7(2), 63-69.
- [9] Nurzanah, I., & Sosianika, A. (2019). Promosi Penjualan dan Minat Beli: Penerapan Modifikasi Technology Acceptance Model di E-Marketplace Shopee Indonesia . *Lokakarya Riset Industri dan Seminar Nasional* , 706-714
- [10] Riady, H. S., & Ginting, D. B. (2015). Analisis Pengaruh Persepsi Teknologi Informasi, Resiko, Kepercayaan dan Fitur Layanan Terhadap Minat Ulang Nasabah dalam Menggunakan E-Banking Studi Kasus Pada PT Bank BPRKS Bandung. *Media Infomatika*, Vol 14 (2).
- [11] Davis, F. (1989). Perceived Usefulness, Perceviend Ease of Use, and User Acceptance of Technology. *Management Informasi System*, 13(3), 319- 340
- [12] Venkatesh, V., & Davis, F. D. (1996). A model of the antecedents of perceived ease of use: Development and test. *Decision sciences*, 27(3), 451-481.

- [13] Ajzen, I., & Fishbein, M. (1975). A Bayesian analysis of attribution processes. *Psychological bulletin*, 82(2), 261.
- [14] Bandura, A. (1982). Self-efficacy mechanism in human agency. *American psychologist*, 37(2), 122.
- [15] Gafen, D., Karahanna, E., dan Straub D. W. 2003. “*Trust and TAM in online shopping : An Integrated Model*”. *University of Georgia*.
- [16] Mukherjee, A., and Nath, P. (2003). A model of trust in online relationship banking. *International Journal of Bank Marketing*, 21(1), 5-15.
- [17] Riduwan dan Akdon, “Rumus dan Data dalam Analisis Statistika.” Bandung : Alfabeta, pp. 239-245, 2013.