

Analisis Minat Konsumen terhadap Aplikasi E-Wallet dalam Bertransaksi Dengan Menggunakan Kerangka Technology Acceptance Model

Zaenul Ma'ruf, Adhimas Wisnuyudo, Agrian Dwi Lesmana, Samsudin

Magister Sistem Informasi, STIMIK LIKMI Bandung

Correspondence email: marufzaenal999@gmail.com, adhimas93@ymail.com,

agriandwilesmana@gmail.com, syamsudintof@gmail.com

Abstract. *This study aims to determine the factors that influence the interest in using e-wallet by adopting the Technology Acceptance Model (TAM). The independent variables in this study were Perceived Benefits (X1), Perceptions of Ease (X2) and Security (Y), while the dependent variable was Interest in Use (Y). The population in this study were all e-wallet users in Dago, Bandung with a sample of 190 based on purposive sampling. This research uses multiple linear regression analysis tool with the help of SPSS software for Windows V26. The results of this study indicate that Perception of Benefits (X1) has a positive and significant effect on Purchase Intention (Y), Perception of Ease (X2) has a positive and significant effect on Intention to Use (Y) and Security (X3) has a positive and significant effect on Intention to Use.*

Keywords: *Perceived Usefulness; Perceived Ease of Use; Security, Intention to Use.*

PENDAHULUAN

Dompot digital (*e-wallet*) adalah dompet yang tidak memiliki wujud fisik namun berwujud digital. Hal ini sebagai salah satu imbas dari berkembangnya teknologi informasi dan sebagai bantuk dari digitalisasi kepada hampir seluruh aspek kehidupan. Dengan adanya *e-wallet* sendiri, para penggunanya tidak perlu membawa dompet fisik dengan uang tebal yang cenderung merepotkan. Penggunaan *e-wallet* sendiri di Indonesia lebih besar jika dibandingkan dengan penggunaan kartu kredit. 29% transaksi di *e-commerce* sendiri di Indonesia dilakukan dengan menggunakan *e-wallet*. Persentase tersebut merupakan yang tertinggi di Asia Tenggara yang mana di urutan kedua adalah Singapura dan Filipina dengan persentase sebesar 20% (www.databoks.katadata.co.id, 2022). Adanya rendahnya penggunaan kredit yang beralih kepada *e-wallet* adalah dikarenakan besarnya populasi yang tidak dilayani (*unbanked*) atau kurang dilayani bank (*underbank*) sehingga dengan adanya *e-wallet* menambah opsi pembayaran mudah tanpa harus memiliki rekening bank.

Technology Acceptance Model (TAM) merupakan prediksi dengan model dari perilaku individu dalam penerimaan sebuah teknologi dengan mengacu pada minat penggunaannya (Davis et al., 1989). Konstruk utama dalam TAM adalah persepsi kemudahan dalam penggunaan teknologi (*perceived ease of use*) dan persepsi manfaat penggunaan (*perceived usefulness*) (Jogiyanto, 2017). Selain dengan adanya TAM, terdapat kemandirian yang dapat menjadi prediktor dari minat penggunaan pengguna (Umaningsih & Wardani, 2020). Kotler & Keller (2016) memaparkan bahwa minat penggunaan adalah keputusan akhir dari diri pelanggan, yang mana dalam konsep penelitian ini adalah pengguna teknologi, mengenai produk tertentu yang telah dipilih. Minat penggunaan juga dapat menjadi faktor pendorong bagi individu dalam melakukan tindakan tertentu seperti penggunaan teknologi. Persepsi manfaat atau *perceived usefulness* adalah konstruk yang berada pada diri pengguna, yang mana dirinya yakin dengan penggunaan teknologi tertentu akan bisa meningkatkan kinerjanya (Davis et al., 1989). Sehingga dengan adanya penggunaan teknologi, hal tersebut akan memudahkan pengguna dalam melakukan aktivitas. Apabila dalam perbandingan dengan dompet fisik, penggunaan *e-wallet* akan dapat memudahkan transaksi pengguna.

Perceived ease of use (persepsi kemudahan) merupakan tolak ukur dari rasa percaya para pengguna teknologi bahwasanya penggunaan teknologi tersebut akan dapat meringankan pengguna tersebut dari usaha berlebih dan juga dalam penggunaannya (Davis et al., 1989). Dengan adanya *e-wallet* pengguna tidak perlu memperlakukan nominal yang akan diberikan kepada penjual ketika bertransaksi. Alasannya adalah dengan adanya *e-wallet* memungkinkan pengguna untuk bertransaksi sesuai dengan nominal yang diperlukan. Keamanan dalam bertransaksi menjadi penting dikarenakan *e-wallet* sendiri memiliki peran selayaknya dompet fisik. Sebagai penyimpanan uang yang digunakan pembayar. Sehingga para pengguna akan memikirkan aspek keamanan dalam sistem *e-wallet*. Keamanan sendiri adalah persepsi pengguna atas keamanan dalam bertransaksi, baik dalam hal penipuan atau peling tidak deteksi jika akan terjadi tindakan penipuan pada pengguna sistem dengan dasar teknologi informasi (Pranoto & Setianegara, 2020).

Penelitian Latief & Nur (2019) dan Pranoto & Setianegara (2020) mengungkapkan bahwa persepsi manfaat memiliki pengaruh yang bersifat positif serta signifikan atas minat penggunaan. Namun penelitian Budiastuti & Muid (2020) dan Destianti et al. (2019) menunjukkan bahwasanya variabel persepsi manfaat tidak memiliki pengaruh atas variabel minat penggunaan. Penelitian Budiastuti & Muid (2020) dan Latief & Nur (2019) menunjukkan hasil bahwasanya memiliki pengaruh yang bersifat positif serta signifikan atas variabel minat penggunaan

penggunaan. Sedangkan Destianti et al. (2019) menunjukkan hasil dari penelitiannya bahwa persepsi kemudahan tidak dapat memberikan pengaruh atas minat penggunaan. Penelitian Pranoto & Setianegara (2020) menunjukkan bahwasanya variabel persepsi kemudahan memiliki pengaruh yang bersifat negatif dan juga signifikan atas minat penggunaan. Penelitian Novitasari & Sari (2019); Pranoto & Setianegara (2020); dan Umaningsih & Wardani (2020) menunjukkan bahwasanya variabel keamanan memiliki pengaruh yang bersifat positif serta positif atas variabel minat penggunaan teknologi.

Kajian Pustaka

Technology Acceptance Model

Technology Acceptance Model (TAM) atau Model Penerimaan Teknologi pada awalnya diperkenalkan oleh Davis, Bagozzi & Warshaw pada tahun 1989 sebagai pengembangan analisis dan pemahaman atas faktor-faktor yang mampu memberikan pengaruh pada penerimaan suatu teknologi. TAM sendiri telah menjadi model teoritis yang mampu memberikan penjelasan dan juga prediksi perilaku pengguna dalam menerima teknologi informasi dalam minat penggunaannya (Jogiyanto, 2017).

Minat Penggunaan

Minat sendiri adalah merupakan perasaan tertarik dari pengguna kepada suatu teknologi (Novitasari & Sari, 2019). Sehingga ketika seorang pengguna telah melakukan penilaian terfokus pada suatu teknologi, dan dalam hasilnya menunjukkan bahwa teknologi tersebut layak digunakan, maka akan menimbulkan minat penggunaan. Budiastuti & Muid (2020) memaparkan indikator dari minat penggunaan adalah sebagaimana berikut: (1) ritensi dari aplikasi *e-wallet* yang digunakan; (2) pemberian penawaran oleh *e-wallet*; (3) penggunaan ulang di waktu yang akan datang; (4) pemberian rekomendasi kepada orang sekitar; dan (5) rasa nyaman, senang dan puas atas *e-wallet*.

Perceived Usefulness (Persepsi Manfaat)

Jogiyanto (2017) memaparkan persepsi manfaat sebagai ukuran pengguna dalam mempercayai penggunaan teknologi akan dapat meningkatkan kinerjanya. Dengan adanya penggunaan dari sebuah teknologi, hal tersebut akan mengurangi aktivitas fisik. Dalam kasus penelitian ini, penggunaan dompet fisik menjadi tidak diperlukan dengan adanya *e-wallet*. Budiastuti & Muid (2020) memaparkan indikator dari persepsi manfaat adalah sebagaimana berikut: (1) efektifitas dan efisiensi; (2) membandingkan biaya transaksi; (3) pencarian atas informasi tentang *e-wallet*; (3) jual beli yang lebih lancar dengan *e-wallet*; dan (4) perhitungan transaksi yang lebih teliti dengan *e-wallet*.

Perceived Ease of Use (Persepsi Kemudahan)

Persepsi kemudahan dapat dikatakan sebagai tolak ukuran rasa percaya para pengguna dalam keyakinannya bahwasanya dengan adanya penggunaan teknologi akan membebaskan dirinya dari usaha berlebih (Jogiyanto, 2017). Sehingga dengan adanya persepsi kemudahan, hal tersebut menjadi salah satu tahap pengguna dalam menggunakan *e-wallet*. Jika pengguna yakin bahwa dengan penggunaannya akan memudahkan, hal tersebut akan memunculkan niat penggunaan. Budiastuti & Muid (2020) memaparkan bahwa indikator dari persepsi kemudahan adalah sebagaimana berikut: (1) efektifitas dan efisiensi; (2) membandingkan biaya transaksi; (3) pencarian atas informasi *e-wallet*; (4) kelancaran proses jual beli; (5) waktu yang dapat dihemat; dan (6) tingkat ketelitian dari kalkulasi dan transaksi di *e-wallet*.

Keamanan

Novitasari & Sari (2019) memaparkan bahwa keamanan merupakan tingkat keamanan ketika melakukan transaksi dalam *e-wallet*. Faktor keamanan menjadi penting dikarenakan menjadi salah satu pertimbangan pengguna dalam memutuskan minat penggunaan suatu *e-wallet*. Novitasari & Sari (2019) memaparkan indikator dari keamanan adalah sebagaimana berikut: (1) jaminan keamanan; dan (2) kerahasiaan data.

Pengaruh Persepsi Manfaat terhadap Minat Penggunaan

Manfaat dari penggunaan teknologi adalah kepercayaan pengguna bahwa dengan menggunakan teknologi akan bisa mendapatkan kinerja yang lebih baik. Sehingga jika pengguna memiliki persepsi bahwa penggunaan *e-wallet* dapat memudahkan dalam bertransaksi, hal tersebut tentu akan menimbulkan minat penggunaan. Sehingga dapat diasumsikan bahwasanya persepsi manfaat memiliki pengaruh kepada variabel minat penggunaan. Asumsi tersebut sesuai dengan penelitian Latief & Nur (2019) dan Pranoto & Setianegara (2020) yang menunjukkan bahwa persepsi manfaat berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan. Berdasarkan hal tersebut maka hipotesis pertama penelitian ini adalah sebagaimana berikut:

H1 : Persepsi manfaat berpengaruh terhadap minat penggunaan.

Pengaruh Persepsi Kemudahan terhadap Minat Penggunaan

Persepsi kemudahan menggambarkan pola pikir dari pengguna yang beranggapan bahwasanya penggunaan atas sebuah teknologi bisa membuat pengguna lebih mudah dalam hal usaha berlebih. Dalam penggunaannya, *e-wallet* dapat mempermudah pengguna dalam usaha membayar ataupun transaksi dengan nominal sebagaimana yang perlu dibayarkan. Dengan menggunakan *e-wallet* pengguna dapat bertransaksi dengan nominal yang sama dengan keperluan pembayaran. Adanya kondisi terbebas dari usaha yang ditawarkan tersebut menjadi pertimbangan pengguna dalam munculkan perasaan minat untuk melakukan penggunaan *e-wallet*. Sehingga, asumsi peneliti bahwasanya variabel persepsi kemudahan bisa memberikan pengaruh atas variabel minat penggunaan. Asumsi tersebut didukung dengan penelitian Budiastuti & Muid (2020) dan Latief & Nur (2019) yang menunjukkan bahwa persepsi kemudahan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan. Sehingga hipotesis kedua dalam penelitian ini adalah sebagaimana berikut:

H2 : Persepsi kemudahan berpengaruh terhadap minat penggunaan.

Pengaruh Keamanan terhadap Minat Penggunaan

Keamanan informasi dalam transaksi *e-wallet* merupakan minimumnya penipuan atau setidaknya pendeteksian dalam sistem yang berbasis informasi. Selain itu data pengguna juga menjadi hal yang dipertimbangkan dalam penggunaan *e-wallet* dikarenakan terhubungnya berbagai identitas pengguna dengan akun *e-wallet* seperti nomor telepon, NIK, pekerjaan dsb. Apabila teknologi *e-wallet* dapat menawarkan keamanan baik dari transaksi ataupun informasi pengguna, maka pengguna akan merasa aman dan kecenderungan untuk berminat dalam penggunaan *e-wallet* akan meningkat. Asumsinya adalah bahwasanya variabel keamanan memiliki pengaruh atas variabel minat penggunaan. Asumsi tersebut sesuai penelitian Novitasari & Sari (2019) dan Pranoto & Setianegara (2020) yang menunjukkan bahwasanya variabel keamanan memiliki pengaruh yang bersifat positif dan juga signifikan atas minat penggunaan. Didasarkan pada pemaparan peneliti, maka hipotesis ketiga penelitian adalah:

H3 : Pengaruh keamanan terhadap minat penggunaan.

METODE

Metode kuantitatif berdasarkan jenis data skala ordinal digunakan dalam penelitian. Apabila dilihat dari perolehan data, jenis data penelitian ini adalah primer dikarenakan didapatkan langsung dari para responden penelitian. Lebih lanjut, seluruh pengguna *e-wallet* dengan domisili Dago, Bandung adalah populasi penelitian dengan jumlah pasti yang tidak diketahui. Sehingga penentuan sampel akan mengacu pada perkalian jumlah indikator dengan 5 sampai 10 (Hair et al, 2014). Indikator penelitian ini adalah sejumlah 19, sehingga jika dikalikan dengan 10 terdapat sebanyak 190 sampel. Teknik penentuan sampel *purposive sampling* adalah penentuan kriteria dasar dari peneliti agar sampel penelitian dapat merepresentasikan populasi secara akurat (Sugiyono, 2017). Lebih lanjut, kriteria sampel penelitian ini adalah sebagaimana berikut: (1) berusia minimal 17 tahun; (2) berdomisili di dago, bandung; (3) menggunakan *e-wallet* secara aktif; dan (4) pernah bertransaksi dengan menggunakan *e-walle* dalam kurun waktu 1 bulan terakhir. Analisis regresi linier berganda digunakan pada penelitian dikarenakan jumlah variabel independen lebih dari 1 dan pengolahannya dibantu oleh perangkat lunak SPSS untuk Windows V26. Lebih lanjut, Penilitia ini menggunakan variabel dependen Minat Konsumen (Y) dengan variabel independen Persepsi Manfaat (X1), Persepsi Kemudahan (X2) dan Keamanan (X3).

HASIL

Pengujian validitas merupakan uji yang dilakukan untuk mengetahui apakah setiap item dari kuesioner telah mampu menggambarkan variabel penelitian. Dalam penelitian ini uji untuk melihat valid atau tidaknya kuesioner penelitian mengadopsi teknik *Pearson Correlation*. Penggunaan taraf signifikansi 5% dan 190 sampel, maka didapatkan nilai r tabel sebesar 0,1424. Didasarkan kepada hasil uji validitas, diketahui bahwasanya setiap nilai signifikansi $< 0,05$ dan nilai r hitung $> 0,1424$. Lebih lanjut, bisa diartikan bahwasanya tiap-tiap item kuesioner penelitian telah valid (Ghozali, 2018). Uji reliabilitas merupakan uji yang dengan tujuan pengujian agar dapat diketahuinya konsistensi dari responden jika memberikan jawaban pada penelitian ulang dilakukan.

Tabel 1
Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Nilai Alpha	Keterangan
Manfaat	0,951	Reliabel
Kemudahan	0,911	Reliabel
Keamanan	0,903	Reliabel
Minat	0,931	Reliabel

Sumber: data olahan

Tabel 1. dapat diketahui Bahwasanya tiap-tia nilai *alpha* yang didapatkan adalah > 0,6. Sehingga berdasarkan hasil tersebut dapat dikatakan bahwa data penelitian telah reliabel. Pengujian normalitas adalah pengujian pada model regresi agar dapat diketahuinya distribusi data apakah sudah normal atau tidak (Ghozali, 2018). Tabel 2. dapat diketahui bahwasanya nilai signifikansi yang didapatkan adalah sebesar 0,057 > 0,05. Sehingga dapat dikatakan bahwa data penelitian telah berdistribusi normal.

Tabel 2
Hasil Uji Normalitas

Unstandardized Residual	
N	190
Test Statistic	0,040
Asymp. Sig. (2-tailed)	0,200

Sumber: data olahan

Tabel 3
Hasil Uji Multikolinieritas

Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
1 (Constant)		
Manfaat	0,139	7,177
Kemudahan	0,111	9,014
Keamanan	0,135	7,428

Sumber: data olahan

Tabel 3 dapat diketahui bahwasanya masing-masing nilai Tolerance > 0,100 dan masing-masing nilai VIF < 10,00. Sehingga bisa diambil kesimpulan bahwasanya di dalam model regresi penelitian terbebas dari gejala multikolinieritas. Tabel 4 diketahui bahwa setiap nilai signifikansi yang didapatkan adalah > 0,05. Sehingga dapat dikatakan bahwa model penelitian telah terbebas dari gejala heterokedastisitas

Tabel 4
Hasil Uji Heterokedastisitas

Model	t	Sig.
1 (Constant)	5,898	0,000
Manfaat	0,880	0,380
Kemudahan	-0,209	0,835
Keamanan	-1,119	0,264

Sumber: data olahan

Tabel 5
Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients
	B	Std. Error	Beta
(Constant)	0,784	0,504	
Manfaat	0,214	0,056	0,279
Kemudahan	0,378	0,068	0,451
Keamanan	0,284	0,093	0,226

Sumber: data olahan

Tabel 5. maka didapatkan persamaan regresi sebagaimana berikut:

$$Y = 0,279PM + 0,451PK + 0,226KMN$$

Interpretasi dari persamaan tersebut adalah sebagaimana berikut:

1. Nilai beta daripada pengaruh variabel persepsi manfaat atas variabel minat penggunaan menunjukkan nilai sebesar 0,279 yang bernilai positif. Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel persepsi manfaat memiliki pengaruh yang bersifat positif atas variabel minat penggunaan.
2. Nilai beta daripada pengaruh variabel kemudahan atas variabel minat penggunaan sebesar 0,451 dengan indikasi pengaruh yang bersifat positif. Sehingga bisa diambil kesimpulan bahwasanya pengaruh dari variabel persepsi

kemudahan atas minat penggunaan adalah positif. Selain itu nilai beta ini merupakan yang terbesar yang mengindikasikan pengaruh dari persepsi kemudahan adalah dominan jika dibandingkan dengan pengaruh persepsi manfaat dan keamanan.

3. Nilai beta variabel keamanan terhadap minat penggunaan adalah sebesar 0,226 yang bernilai positif. Sehingga bisa ditarik kesimpulan bahwasanya variabel keamanan memiliki pengaruh yang bersifat positif atas variabel minat penggunaan. Selain itu nilai beta ini merupakan terkecil yang mengindikasikan pengaruh keamanan terhadap minat penggunaan adalah terkecil jika dibandingkan dengan persepsi manfaat dan persepsi kemudahan.

Tabel 6
Hasil Uji t

Model	t	Sig.
1 (Constant)	1,555	0,122
Manfaat	3,827	0,000
Kemudahan	5,529	0,000
Keamanan	3,050	0,003

Sumber: data olahan

Tabel 6 besaran nilai t tabel adalah 1,97253. Interpretasi dari hasil uji tersebut adalah sebagaimana berikut:

1. Variabel persepsi manfaat atas minat penggunaan menunjukkan hasil t hitung sebesar 3,827 serta signifikansi atau nilai Sig. adalah 0,000. Kesimpulannya adalah bahwasanya t hitung > t tabel serta signifikansi atau Sig. < 0,05. Dapat diartikan dari hasil tersebut adalah bahwa variabel persepsi manfaat memiliki pengaruh yang bersifat positif dan signifikan atas variabel minat penggunaan. Selain itu juga bisa ditarik kesimpulan bahwasanya variabel persepsi manfaat mampu menjadi prediktor daripada minat penggunaan *e-wallet*. Lebih lanjut, berdasarkan hipotesis yang telah dirumuskan maka H1 diterima.
2. Variabel persepsi kemudahan atas variabel minat penggunaan menunjukkan hasil t hitung sebesar 5,529 disertai signifikansinya adalah 0,000. Sehingga bisa disimpulkan bahwasanya nilai t hitung > t tabel dengan nilai signifikansi < 0,05. Artinya adalah bahwasanya variabel persepsi kemudahan memiliki pengaruh yang bersifat positif serta signifikan atas minat penggunaan. Selain itu juga bisa ditarik kesimpulan bahwasanya variabel persepsi kemudahan mampu menjadi prediktor daripada minat penggunaan *e-wallet*. Lebih lanjut, berdasarkan hipotesis yang telah dirumuskan maka H2 diterima.
3. Variabel keamanan terhadap minat penggunaan menunjukkan hasil t hitung sebesar 3,050 serta nilai signifikansi adalah senilai 0,003. Artinya adalah bahwa variabel keamanan memiliki pengaruh yang bersifat positif serta signifikan atas minat penggunaan. Selain itu juga dapat disimpulkan bahwa variabel keamanan mampu menjadi prediktor daripada minat penggunaan *e-wallet*. Lebih lanjut, berdasarkan hipotesis yang telah dirumuskan maka H3 diterima.

Tabel 7
Hasil Uji F

Model	df	F	Sig.
Regression	3	389,639	0,000
Residual	186		
Total	189		

Sumber: data olahan

Tabel 7 dapat diketahui nilai F hitung yang didapat dari pengujian F statistik sebesar 389,639 dengan nilai signifikansi sebesar 0,000. Sehingga bisa disimpulkan bahwasanya nilai F hitung > F tabel (2,65). Maka kesimpulannya adalah bahwa variabel Persepsi Manfaat (X1), Persepsi Kemudahan (X2) dan Keamanan (X3) berpengaruh signifikan secara simultan terhadap Minat Penggunaan (Y).

Tabel 8
Hasil Uji R²

R	R Square	Adjusted R Square
0,929	0,863	0,861

Sumber: data olahan

Tabel 8 hasil pengujian koefisien determinasi (R^2) diketahui bahwasanya besaran koefisien determinasi (R^2) adalah 0,863. Sehingga pengaruh dari variabel Persepsi Manfaat (X1), Persepsi Kemudahan (X2) dan Keamanan (X3) terhadap Minat Penggunaan (Y) adalah sebesar 0,863 atau sebesar 86,3%. Sisanya sebesar 13,7% dipengaruhi oleh variabel lain di luar penelitian yang telah dilakukan.

Pengaruh Persepsi Manfaat terhadap Minat Penggunaan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel persepsi manfaat berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan. Alasannya adalah dikarenakan nilai t hitung $>$ t tabel dan nilai signifikansi $<$ 0,05. Hasil dari penelitian ini sesuai dengan penelitian Latief & Nur (2019) dan Pranoto & Setianegara (2020) yang juga menunjukkan hasil yang sama. Alasannya adalah dikarenakan karena para pengguna *e-wallet* di Dago, Bandung cenderung menggunakan *e-wallet* untuk melakukan transaksi pembayaran jual beli daring dan pengiriman uang/transfer. Sehingga dengan adanya *e-wallet* para pengguna bisa bertransaksi dengan tanpa bertemu secara langsung dengan penjual. Pengguna dapat melakukan hal lain yang lebih produktif ketika berbelanja di tengah kegiatan bekerja.

Pengaruh Persepsi Kemudahan terhadap Minat Penggunaan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel persepsi kemudahan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan. Alasannya adalah dikarenakan nilai t hitung $>$ t tabel dan nilai signifikansi $<$ 0,05. Hasil dari penelitian ini sesuai dengan penelitian Budiastuti & Muid (2020) dan Latief & Nur (2019) yang juga menunjukkan hasil penelitian sama. Alasannya adalah dengan adanya *ewallet*, para pengguna tidak perlu melakukan usaha khusus untuk datang ke ATM ataupun ke toko langsung untuk melakukan pembayaran. Dengan adanya *e-wallet* para pengguna juga tidak perlu menyesuaikan nominal yang perlu dibayarkan atau menyimpan kembalian pembayaran. Penjual juga tidak perlu menyiapkan uang dengan nominal kecil.

Pengaruh Keamanan terhadap Minat Penggunaan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel keamanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan. Alasannya adalah dikarenakan nilai t hitung $>$ t tabel dan nilai signifikansi $<$ 0,05. Hasil dari penelitian ini sesuai dengan penelitian Pranoto & Setianegara (2020) dan Umaningsih & Wardani (2020) yang juga menunjukkan hasil penelitian sama. Keamanan transaksi menadikan pengguna tidak perlu mengkhawatirkan identitas pribadi atau hal yang bersifat pribadi bocor kepada pihak yang dapat merugikan. Alasan inilah yang kemudian dapat memunculkan minat penggunaan *e-wallet*.

SIMPULAN

Penelitian ini mengungkapkan bahwa (1) Persepsi Manfaat (X1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Penggunaan (Y); (2) Persepsi Kemudahan (X2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Penggunaan (Y); dan (3) Keamanan (X3) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Penggunaan (Y).

DAFTAR PUSTAKA

- Budiastuti, A. D. P., & Muid, D. 2020. Analisis Faktor-Faktor Pengaruh Minat Penggunaan Sistem Informasi Akuntansi Berbasis E-Commerce Pada Aplikasi Shopee Dengan Menggunakan Technology Acceptance Model (TAM). *Diponegoro Journal of Accounting*, 9(4), 1–10.
- Davis, F. D., Bagozzi, & Warshaw. 1989. Perceived Usefulness, Perceived Easy of Use and User Acceptance of Information Technology. *MIS Quarterly*, 13(3), 318–339.
- Destianti, A. E., Hidayat, A. R., & Srisusilawati, P. 2019. Analisis Faktor Pengaruh Teori Technology Acceptance Model Dan Theory of Planned Behavior Terhadap Pengguna Produk E-Money (Go-Pay) (Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Syariah Prodi Hukum Ekonomi Syariah Fakultas Syariah Angkatan 2015-2016 Universitas Is. *Jurnal Keuangan Dan Perbankan Syariah*, 5(2), 312–319. <https://doi.org/2460-2159>
- Ghozali. 2018. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25*. (9 ed.). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hair et al. 2014. *Multivariate Data Analysis*. Pearson Education Limited.
- Jogiyanto, H. 2017. *Analisis dan Desain (Sistem Informasi Pendekatan Terstruktur Teori dan Praktek Aplikasi Bisnis)*. Andi.
- Kotler, P., & Keller, K. L. 2016. *Manajemen Pemasaran* (15th ed.). Pearson Education, Inc.
- Latief, F., & Nur, Y. 2019. Technology Acceptance Model (TAM) Terhadap Minat Konsumen Sistem Pembayaran Gopay Pada Layanan Gojek. *Bongaya Journal of Research in Management*, 2(2), 1–11.
- Novitasari, & Sari, M. A. 2019. Analisis Faktor-Faktor Yang Berpengaruh Terhadap Minat Beli Konsumen Online Di Marketplace. *Jurnal EKonomi Bisnis*, 18(2), 97–108.
- Pranoto, M. O., & Setianegara, R. G. 2020. Analisis Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Dan Keamanan

- Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Mobile Banking (Studi Kasus Pada PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk Kantor Cabang Semarang Pandanaran). *Keunis Majalah Ilmiah*, 8(1), 1–9.
- Sugiyono. 2017. *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Alfabeta.
- Umaningsih, W. P., & Wardani, D. K. 2020. Pengaruh Persepsi Kemudahan, Fitur Layanan Dan Keamanan Terhadap Niat Menggunakan E-Money. *Jurnal Akuntansi Dan Ekonomi*, 5(3), 113–119. <https://doi.org/10.29407/jae.v5i3.14057>
- www.databoks.katadata.co.id. 2022. *Penggunaan Dompot Digital di E-Commerce Indonesia Tertinggi di Antara Negara ASEAN*. Wwww.Databoks.Katadata.Co.Id. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/03/21/penggunaan-dompot-digital-di-e-commerce-indonesia-tertinggi-di-antara-negara-asean>