

**PENGARUH KEMUDAHAN, KEMANFAAT DAN KEPERCAYAAN TERHADAP
KEPUTUSAN PENGGUNAAN *EWALET* DALAM MELAKUKAN *TOP UP*
SHOPEEPAY MELALUI BSI**

(Studi Kasus Masyarakat Solo Raya)

SKRIPSI

**Diajukan Kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta
Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Guna
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi**



Oleh :

TIA AMELIA

NIM. 19.52.31.339

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN MAS SAID SURAKARTA**

2023

HALAMAN PERSETUJUAN

ANALISIS PENGARUH KEMUDAHAN, KEMANFAAT DAN KEPERCAYAAN
TERHADAP KEPUTUSAN PENGGUNAAN SHOPEEPAY (STUDI KASUS
MAHASISWA UIN RADEN MAS SAID SURAKARTA)

SKRIPSI

Diajukan Kepada
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta
Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Guna
Mengikuti Seminar Proposal Skripsi

Oleh :

TIA AMELIA
NIM. 19.52.31.339

Surakarta, 16 Maret 2023

Disetujui dan disahkan oleh:
Dosen Pembimbing Skripsi



Taufiq Wijaya, S.H.I., M.S.I
NIP. 19721218 200901 1 010

SURAT PERNYATAAN BUKAN PLAGIATRISME

Assalamu'alaikum Wr.wb.

Yang bertanda tangan dibawah ini :

NAMA : TIA AMELIA

NIM : 195231339

JURUSAN : PERBANKAN SYARI'AH

FAKULTAS : EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Menyatakan bahwa penelitian berjudul "Pengaruh persepsi kemudahan, kemanfaatan dan kepercayaan terhadap keputusan penggunaan shopeepay (Studi kasus Mahasiswa UIN Raden Mas Said Surakarta)".

Benar-benar bukan merupakan plagiasi dan belum pernah diteliti sebelumnya. Apabila dikemudian hari diketahui bahwa skripsi ini merupakan plagiasi, saya bersedia menerima sanksi peraturan berlaku.

Demikian surat ini dibuat dengan sungguh-sungguh untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Wassalamualaikum Wr.wb.

Surakarta, 25 September 2023



SURAT PERNYATAAN TELAH MELAKUKAN PENELITIAN

Assalamu'alaikum Wr.wb.

Yang bertanda tangan dibawah ini :

NAMA : TIA AMELIA

NIM : 195231339

JURUSAN : PERBANKAN SYARI'AH

FAKULTAS : EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Menyatakan bahwa penelitian berjudul "Pengaruh persepsi kemudahan, kemanfaatan dan kepercayaan terhadap keputusan penggunaan shopeepay (Studi kasus Mahasiswa UIN Raden Mas Said Surakarta)".

Dengan ini saya menyatakan bahwa benar-benar melakukan penelitian. Apabila dikemudian hari diketahui bahwa skripsi ini menggunakan data yang tidak sesuai dengan data yang sebenarnya, saya bersedia menerima sanksi peraturan berlaku.

Demikian surat ini dibuat dengan sungguh-sungguh untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Wassalamualaikum Wr.wb.

Surakarta, 25 September 2023



Taufiq Wijaya, S.H.I., M.S.I
Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta

NOTA DINAS

Hal : Skripsi
Sdr : Tia Amelia

Kepada Yang Terhormat
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta
Di Surakarta

Assalamu'alaikum Wr.Wb

Dengan hormat, bersama ini kami sampaikan bahwa setelah menelaah dan mengadakan perbaikan seperlunya, kami memutuskan bahwa skripsi saudara Farhan Prayoga, NIM : 195231339 yang berjudul : **"PENGARUH PRESEPSI KEMUDAHAN, KEMANFAATAN DAN KEPERCAYAAN TERHADAP KEPUTUSAN PENGGUNAAN SHOPEEPAY (STUDI KASUS MAHASISWA UIN RADEN MAS SAID)"** Sudah dapat dimunaqasahkan sebagai salah satu memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (SE) dalam bidang Perbankan Syari'ah. Oleh karena itu kami mohon agar skripsi tersebut segera dimunaqasahkan dalam waktu dekat. Demikian, atas dikabulkannya permohonan ini disampaikan terima kasih.
Wassalamualaikum Wr.Wb.

Sukoharjo, 25 September 2023

Dosen Pembimbing Skripsi



Taufiq Wijaya, S.H.I., M.S.I

NIP. 19721218 200901 1 010

PENGESAHAN

PENGESAHAN

**PENGARUH KEMUDAHAN, KEMANFAATAN DAN KEPERCAYAAN TERHADAP
KEPUTUSAN PENGGUNAAN *EWALET* DALAM MELAKUKAN *TOP UP*
SHOPEEPAY MELALUI BSI
(Studi Kasus Masyarakat Solo Raya)**

Oleh :

TIA AMELIA
NIM. 19.52.31.339

Telah dinyatakan lulus dalam ujian munaqasyah
pada hari Kamis Tanggal 05 Oktober 2023 M / 19 Rabiul Awal 1445 H dan dinyatakan
telah memenuhi persyaratan guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi

Dewan Penguji :

Penguji I (Merangkap Ketua Sidang)
Rais Sani Muharrami, S.E.I, M.EI
NIP. 19870828 201403 1 002

Penguji II
Ahmad Indarta, M.E.
NIP. 19890327 201810 1 171

Penguji III
Mufti Arief Arfiansyah, M.Ak.
NIP. 19890615 202012 1 006



Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta




Dr. M. Rahmawan Arifin, M.Si.
NIP. 19720304 200112 1 004

MOTTO

“Orang lain tidak akan bisa paham *struggle* dan masa sulit kita. Yang mereka tahu hanya bagian *success stories*. Berjuanglah untuk diri sendiri walaupun gak ada yang tepuk tangan. Kelak diri kita di masa depan akan sangat bangga dengan apa yang kita perjuangkan hari ini, tetap berjuang ya!”

(Tia Amelia)

“Setiap orang punya gilirannya sendiri-sendiri, bersabarlah dan tunggulah ! Dia akan datang secara alami”

(Gol D Roger)

One Piece Eps: 849

Masa depan ku adalah keputusan ku

(Monkey D Luffy)

One Piece Eps: 864

HALAMAN PERSEMBAHAN

“Ku Persembahkan Skripsi Ini Untuk Seseorang Yang Saya Sayangi Dan Saya
Cintai yang Selalu Mensupport Saya Dalam Keadaan Apapun, Terima Kasih
Teruntuk Kedua Orang Tua Saya Ayah Dan Ibu”

KATA PENGANTAR

Assalamu 'alaikum Wr.wb.

Penelitian ini berjudul "Pengaruh persepsi kemudahan, kemanfaatan dan kepercayaan terhadap keputusan penggunaan *e-wallet* dalam melakukan *top up* shopeepay melalui BSI (Studi kasus masyarakat Solo Raya)". Penulis menyadari sepenuhnya, telah banyak mendapatkan dukungan, bimbingan dan dorongan dari berbagai pihak yang telah menyumbangkan pikiran, waktu, tenaga dan sebagainya. Oleh karena itu, pada kesempatan ini dengan setulus hati penulis mengucapkan terimakasih kepada :

1. Prof . Dr. H. Mudhofir Abdullah , S.Ag., M.Pd, Rektor Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta.
2. Dr. M. Rahmawan Arifin, M.Si. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.
3. Budi Sukardi, S.E.I., M.S.i., Ketua Jurusan Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.
4. Rais Sani Muharrami, S.E.I, M.E.I Koordinator Jurusan Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.
5. Taufiq Wijaya, S.H.I., M.S.I Dosen Pembimbing skripsi yang telah memberikan banyak perhatian dan bimbingan selama penulis menyelesaikan skripsi.
6. Rais Sani Muharrami, S.E.I, M.E.I., Ahmad Indarta, M.E. Mufti Arief Arfiansyah, M.Ak., selaku dosen penguji yang telah memberi kritik, saran, dan bantuan kepada penulis selama proses penyusunan skripsi.
7. Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta yang telah memberikan bekal ilmu yang bermanfaat bagi penulis.
8. Kedua orang tua dan keluarga penulis terima kasih atas doa, cinta kasih, dukungan, dan dorongan yang telah diberikan.
9. Sahabat dan teman teman yang selalu menjadi pendengar terbaik dalam segala keluh kesah. Terhadap semuanya tiada kiranya penulis dapat membalasnya, hanya doa serta puji syukur kepada Allah SWT.

Wassalamu 'alaikum Wr. Wb.

Surakarta, 25 September
2023

Penulis

ABSTRACT

This study aims to analyze the effect of ease, expediency and trust on the decision to use ewalet in topping up through bsi. this study used quantitative methods by collecting data through questionnaires that were distributed to the population. the population in this study is to the people of solo raya. the data collection techniques used were initial observation and dissemination of questionnaires. In this study, researchers used Malhotra's theory to determine the sample, namely each indicator multiplied by 5. In this study it has an indicator of 18 so, 16×5 equals 80. So the sample in this study is 80. To analyze the data obtained, researchers use an application, namely SPSS 20.

The results of this study show: 1. Convenience has a positive and significant influence on the decision to use ewalet in topping up shopeepay through BSI in the people of Solo Raya. 2. Expediency has a positive and significant influence on the decision to use ewalet in topping up shopeepay to the people of Solo Raya. 3. Trust has a positive and significant effect on the decision to use ewalet in topping up shopeepay through BSI to the people of Solo Raya. The higher the value of convenience, usefulness and trust, the higher the value of the decision to use ewalet in topping up shopeepay through BSI.

Keywords : E-Walet, Top Up

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kemudahan, kemanfaatan dan kepercayaan terhadap keputusan penggunaan *ewalet* dalam melakukan top up melalui BSI. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan mengumpulkan data melalui kuisioner yang di sebarakan kepada populasi. Populasi pada penelitian ini yaitu kepada masyarakat Solo Raya. Teknik pengumpulan data yang digunakan yaitu observasi awal dan penyebaran kuisioner. Pada penelitian ini peneliti menggunakan teori Malhotra untuk menentukan sampel yaitu setiap indikator di kalikan dengan 5. Pada penelitian ini memiliki indikator 18 jadi, 16×5 sama dengan 80. Maka sampel pada penelitian ini yaitu 80. Untuk menganalisis data yang di peroleh peneliti menggunakan aplikasi yaitu SPSS 20.

Hasil penelitian ini menunjukkan: 1. Kemudahan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan *ewalet* dalam melakukan *top up* shopeepay melalui BSI pada masyarakat Solo Raya. 2. Kemanfaatan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan *ewalet* dalam melakukan *top up* shopeepay pada masyarakat Solo Raya. 3. Kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan *ewalet* dalam melakukan *top up* shopeepay melalui BSI pada masyarakat Solo Raya. Semakin tinggi nilai kemudahan, kemanfaatan dan kepercayaan maka semakin tinggi pula nilai keputusan penggunaan *ewalet* dalam melakukan *top up* shopeepay melalui BSI.

Kata Kunci: *Ewalet, Top Up*

DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
SURAT PERNYATAAN BUKAN PLAGIATRISME	iii
SURAT PERNYATAAN TELAH MELAKUKAN PENELITIAN	iii
NOTA DINAS.....	v
PENGESAHAN.....	vi
MOTTO	vii
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	viii
KATA PENGANTAR.....	ix
ABSTRACT	x
ABSTRAK.....	xi
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR GAMBAR.....	xvi
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.2. Identifikasi Masalah	7
1.3. Batasan Masalah.....	7
1.4. Rumusan Masalah	8
1.5. Tujuan Penelitian.....	8
1.6. Manfaat Penelitan.....	9
1.7. Sistematika Penulisan	10
BAB II LANDASAN TEORI.....	12
2.1. Kajian Teori.....	12
2.1.1. Technology Acceptance Model (TAM)	12
2.2. Keputusan Penggunaan	13
2.2.1. Pengertian Keputusan Penggunaan.....	13
2.2.2. Proses Pengambilan Keputusan Penggunaan	14
2.2.3. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Penggunaan	16

2.3. Kemudahan	18
2.3.1. Pengertian Kemudahan	18
2.3.2. Indikator Kemudahan.....	19
2.4. Kemanfaatan	19
2.4.1. Pengertian Kemanfaatan	19
2.4.2. Indikator Kemanfaatan.....	20
2.5. Kepercayaan	21
2.5.1. Pengertian Kepercayaan.....	21
2.5.2. Indikator Kepercayaan	21
2.6. Penelitian Terdahulu	22
2.8. Hipotesis	30
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	32
3.1. Jenis Penelitian.....	32
3.2. Tempat dan Waktu Penelitian.....	32
3.3. Populasi dan Sampel	33
3.4. Teknik Pengambilan Sampel	34
3.5. Teknik Pengumpulan Data	34
3.6. Variabel Penelitian.....	36
3.7. Definisi Operasional Variabel	37
3.8. Analisis Data.....	39
3.9. Uji Instrumen	39
3.11. Uji Ketetapan Model	43
3.12. Analisis Regresi Linier Berganda	45
3.13. Uji t.....	46
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	47
4.1 Temuan Hasil Penelitian	47
4.1.1. Deskripsi Responden.....	47
4.2. Pengujian dan Analisis Data.....	50
4.2.1 Uji Validitas	50
4.2.2 Uji Reliabilitas	54
4.3 Uji Asumsi Klasik.....	55
4.3.1 Uji Normalitas.....	55

4.3.2. Uji Multikolinearitas	56
4.3.3. Uji Heteroskedastisitas	57
4.4. Uji Ketetapan Model	58
4.4.1. Uji R.....	58
4.4.2. Uji F.....	59
4.5. Analisis Regresi Linier Berganda	60
4.6 Uji t.....	61
4.7. Pembahasan Hasil Analisis Data	63
BAB V PENUTUP	67
5.1 Kesimpulan.....	67
5.2 Keterbatasan Penelitian	68
5.3 Saran.....	68
DAFTAR PUSTAKA.....	69
LAMPIRAN	74

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian terdahulu.....	38
Tabel 2.2 Kerangka berfikir.....	46
Tabel 3.1 Skala likert.....	52
Tabel 3.2 Definisi operasional variabel.....	54
Tabel 4.1 Deskripsi responden berdasarkan jenis usia.....	65
Tabel 4.2 Deskripsi responden berdasarkan jenis kelamin.....	66
Tabel 4.3 Deskripsi responden berdasarkan prodi.....	67
Tabel 4.4 Hasil uji validitas kemudahan.....	70
Tabel 4.5 Hasil uji validitas kemanfaatan.....	70
Tabel 4.6 Hasil uji validitas kepercayaan.....	71
Tabel 4.7 Hasil uji validitas keputusan penggunaan.....	72
Tabel 4.8 Hasil uji reliabilitas.....	73
Tabel 4.9 Hasil uji one sample Kolmogorov-Smirnov.....	76
Tabel 4.10 Hasil uji multikolinearitas.....	77
Tabel 4.11 Hasil uji heteroskedastisitas.....	79
Tabel 4.12 Hasil uji R.....	80
Tabel 4.13 Hasil uji F.....	81
Tabel 4.14 Hasil uji regresi linier berganda.....	82
Tabel 4.15 Hasil uji T.....	84

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Metode pembayaran teranyak digunakan di Indonesia Pada Tahun 2022.....	18
Gambar.1.2 Pertumbuhan pengunjung shopeepay kuartal 1 hingga kuartal 2.....	19
Gambar 1.3 Jumlah E-Walet Yang Sering Digunakan di Indonesia pada Tahun 2022....	21
Gambar 4.1 Histogram.....	74
Gambar 4.2 Hasil uji normal P-P Plot.....	75
Gambar 4.3 Hasil uji heteroskedastisitas dengan scatterplot.....	78

DAFTAR LAMPIRAN

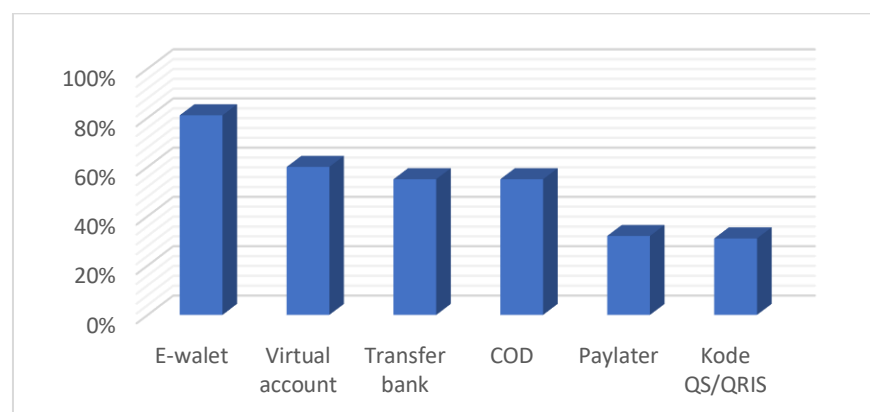
Lampiran 1 Blueprint.....	100
Lampiran 2 Kuisioner Penelitian.....	113
Lampiran 3 Tabulasi data responden.....	120
Lampiran 4 Hasil output SPSS.....	129
Lampiran 5 Jadwal penelitian.....	135
Lampiran 6 Turnitin.....	136

BAB I PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Bank Indonesia bersamaan dengan institusi yang terhubung pada pengguna sistem pembayaran digital Indonesia mengadakan suatu rencana gerakan nasional pada 14 Agustus 2014. Gerakan itu dikenal dengan nama Gerakan Nasional Non-Tunai (GNNT) guna memberikan dorongan pada masyarakat agar menjalankan kegiatan transaksi digital dengan pengurangan penggunaan uang tunai (*cashless society*) (www.bi.go.id). Terciptanya Gerakan Nasional Non-Tunai (GNNT) berfungsi untuk mempermudah masyarakat bertransaksi tanpa menyediakan uang berbentuk fisik. Berikut data pembayaran penggunaan paling banyak digunakan di Indonesia pada tahun 2022

**Gambar 1.1 Metode Pembayaran Paling Banyak Digunakan Di
Indonesia Pada Tahun 2022**

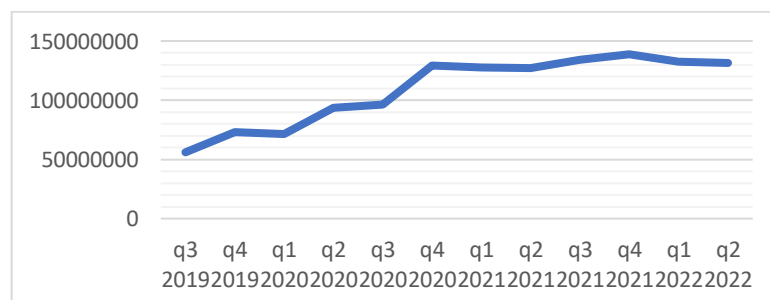


Sumber : East Ventures (EV)

Berdasarkan data gambar 1.1 pembayaran pada penggunaan *e-wallet* menjadi peringkat pertama atau pengguna terbanyak di Indonesia pada tahun 2022 yaitu sebanyak 81%. Peringkat kedua pembayaran yang banyak digunakan yaitu pembayaran pada *virtual account* sebanyak 60%, peringkat ketiga pembayaran yang banyak digunakan yaitu pembayaran pada transfer bank dan *COD* sebanyak 55%, lalu di ikuti dengan pembayaran pada *paylater* yaitu sebanyak 32% dan yang terakhir yaitu pembayaran pada kode QR/QRis sebanyak 31%.

Salah satu sistem pembayaran (*payment*) ataupun aplikasi yang menggunakan *e-wallet* yaitu pada shopeepay, Dengan adanya shopeepay, pengguna hanya melakukan *top-up* saldo pada shopeepay agar transaksi pembayaran dapat berlangsung. *E-Wallet* tersebut sebagai alat alternatif untuk pengguna sebagai alat pembayaran yang mempermudah pengguna. Berikut data jumlah pengunjung shopeepay perbulan (2019 kuartal 3 hingga 2022 kuartal 2)

Gambar.1.2 Pertumbuhan pengunjung shopeepay kuartal 1 2021 hingga kuartal 2 2022



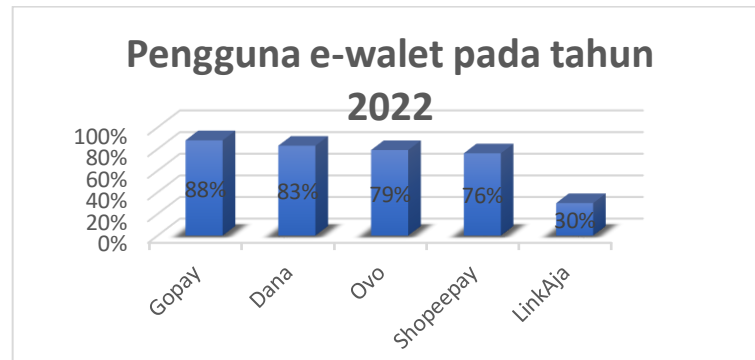
Sumber: <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/11/21/ini-pertumbuhan-pengunjung-shopee-sampai-kuartal-ii-2022>

Berdasarkan gambar pada 1.2 bahwa terdapat data yang dihimpun oleh iPrice, terdapat pada gambar di atas bahwa pengunjung pada shopeepay di tahun 2022 kuartal 2 memiliki jumlah pengunjung sebanyak 131,3 juta pengunjung perbulan. Sebelum pandemi, shopee memiliki pengunjung sebanyak 56 juta pada kuartal 3 2019 kemudian selama pandemi pengunjung terus bertambah, namun pengunjung shopeepay sempat menurun ketika masa pandemi pada 2 kuartel pertama tahun seperti terlihat di grafik. Secara kumulatif, dari tahun 2019 kuartal 3 sampai 2022 kuartal 2 jumlah pengunjung pada shopeepay sudah tumbuh sekitar 134%

Semakin meningkatnya pengguna shopeepay melakukan transaksi semakin tinggi pula terjadinya kejahatan. Dalam situs <https://validnews.id/ekonomi/marak-penipuan-online-shopee-berbagi-trik-menghindar> mengingatkan kepada pengguna agar lebih berhati hati jika ada permintaan kode di luar atas nama shopee yang bertujuan dapat menguras informasi dan rekening korban. Pada <https://mediakonsumen.com/2021/05/01/surat-pembaca/akun-shopee-dibajak-penipu-hampir-puluhan-juta-rupiah> terdapat korban yang sudah mengalami data dan rekening yang sudah di curi yang mengakibatkan kerugian hampir puluhan juta rupiah.

Penggunaan shopeepay mengalami peningkatan 134% sampai pada kuartal 2 tahun 2022, namun belum termasuk penggunaan *ewalet* terbanyak di Indonesia. Penggunaan shopeepay hanya mencapai urutan terbanyak nomor ke empat di Indonesia. Berikut data jumlah *ewalat* yang sering digunakan di Indonesia pada tahun 2022.

Gambar 1.3 Jumlah E-Walet Yang Sering Digunakan di Indonesia pada Tahun 2022



Sumber: Populix (2022)

Berdasarkan data 1.3 terdapat data bahwa penggunaan *e-wallet* terbanyak di Indonesia urutan peringkat pertama yaitu pada aplikasi Gopay dengan pengguna sebanyak 88%, dan urutan peringkat yang kedua yaitu pada aplikasi Dana dengan pengguna sebanyak 83%, dan urutan peringkat ketiga pengguna *e-wallet* terbanyak di Indonesia yaitu pada aplikasi Ovo dengan pengguna sebanyak 79%, selanjutnya pengguna *e-wallet* terbanyak di Indonesia yaitu pada aplikasi Ovo dan yang terakhir pengguna *e-wallet* pada aplikasi LinkAja yaitu hanya sebanyak 30%. Berdasarkan data tersebut membuktikan bahwa pengguna shopeepay belum menjadi pengguna terbanyak di Indonesia dikarenakan hanya menempati peringkat ke empat.

Metode pembayaran yang tersedia pada aplikasi shopee terdapat berbagai macam yaitu diantaranya COD, transfer bank, kartu kredit/debit dan bayar tunai di mitra/agen. Pada metode pembayaran melalui transfer bank salah satunya yaitu transfer melalui BSI. Pengguna dapat melakukan transaksi menggunakan BSI pada aplikasi shopee dengan jam operasional pada pukul 07:00 – 14:00, jika melakukan

transaksi di luar dari jam internasional maka transaksi akan di tunda dan akan di proses saat jam oprasional berlangsung.

Menurut Nasution (2004) persepsi kemudahan penggunaan di definisikan sebuah bentuk penilaian seorang yang mempermudah seseorang mengakses internet. Setelah kita menggunakan shpeepay dan merasa bahwa layanan yang di berikan mudah maka pengguna akan merasakan adanya manfaat saat menggunakan teknologi tersebut. Menurut Davis (1989), rasa yakin yang dimiliki oleh individu jika dia menerapkan teknologi dalam kinerjanya akan mengalami peningkatan disebut dengan kemanfaatan (*usefulness*).

Setelah shopeepay memberikan kemudahan dan kemanfaatan dalam penggunaan saat melakukan transaksi maka akan menyebabkan pengguna percaya terhadap teknologi ataupun transaksi yang akan di akses. Menurut Setyoparwati (2019) dalam *Journal of Business and Economics* (JABE) kepercayaan diartikan sebagai pedoman dasar yang berpengaruh pada konsumen saat menjalankan transaksi disosial media dengan jaringan internet.

Berdasarkan data observasi yang dijalankan oleh peneliti dengan pengujian awal yang dijalankan yaitu pada 10 masyarakat solo raya, bahwa sudah terdapat 7 masyarakat pengguna *e-walet* dalam melakukan *top up* shopeepay melalui BSI dan terdapat 3 masyarakat solo raya yang belum menggunakan *e-walet* dalam melakukan *top up* shopeepay melalui BSI .

Berdasarkan riset terdahulu oleh Wiwik Widayanti (2020) mengatakan bahwasanya diketahui adanya pengaruh secara signifikansi positif secara parsial dan simultan antar variabel kemudahan dan kemanfaatan pengunaa dengan

keputusan penggunaan. Selain itu, berdasar riset terdahulu yang dijalankan oleh Imam Syaiqoni, Feti Fatimah dan Jekti Rahayu (2023) menyatakan bahwa keputusan penggunaan berpengaruh terhadap persepsi kemudahan dan kemanfaatan.

Perbedaan riset yang saat ini dijalankan dan riset terdahulu yang dijalankan oleh Wiwik Widayanti (2020) terdapat pada variabel independent yaitu terdapat promosi, selain itu terdapat perbedaan pula pada Objek penelitian yaitu menggunakan aplikasi OVO, serta perbedaan penempatan pada penelitian widayanti yaitu berada di Depok. Selanjutnya perbedaan penelitian terdahulu yang di lakukan oleh Imam Syaiqoni, Feti Fatimah dan Jekti Rahayu (2023) terdapat pada variabel independent yang berbeda yaitu menggunakan variabel kenyamanan, selain itu pada penelitian ini memiliki perbedaan pada objek penelitian yaitu menggunakan objek penelitian pada layanan aplikasi *driver go-food*

Peneliti memilih masyarakat Solo Raya sebagai objek penelitian dikarenakan bahwa semakin banyaknya pengguna *e-walet* di Indonesia dan dapat berkemungkinan besar bahwa masyarakat Solo Raya menggunakan *e-walet* salah satunya yaitu menggunakan shopeepay. Terkait pemilihan lokasi di Solo Raya yaitu lokasi ini memiliki jaringan internet yang begitu luas yang memadai penggunaan *e-walet* semakin besar, maka berkemungkinan besar pula bahwa tingkat penggunaan aplikasi shopee pada masyarakat Solo Raya dapat mengaktifkan shopeepay.

Berdasarkan latar belakang diatas maka penulis membuat keputusan melakukan penelitian dengan judul yaitu “ **Analisis Pengaruh Kemudahan, Kemanfaatan Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Penggunaan *E-wallet* Dalam Melakukan *Top Up* Shopeepay Melalui BSI (Studi Kasus Masyarakat Solo Raya) ”**

1.2. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas maka penulis mampu mengidentifikasi berbagai masalah yang berhubungan dengan keputusan penggunaan *e-wallet* :

1. Masih banyaknya penggunaan *e-wallet* pada Gopay di bandingkan penggunaan *e-wallet* pada Shopeepay
2. Masih ada kejahatan saat pengguna menggunakan Shopeepay dalam melakukan transaksi

1.3. Batasan Masalah

Melihat beberapa masalah pada penelitian ini maka dibuat batasan mengenai masalah penelitian guna menghindarkan terjadinya penyimpangan masalah, sehingga penulis membuat Batasan masalah agar riset tetap fokus dan terarah. Maka riset ini dilakukan agar dapat dilihat sejauh mana dapat bermanfaat, sehingga dibuatlah batasan permasalahannya yaitu :

1. Penggunaan *ewallet* dalam melakukan *top up* Shopeepay melalui BSI khususnya pada masyarakat Solo Raya

2. Keputusan penggunaan pada shopeepay terhadap kemudahan, kemanfaatan dan kepercayaan

1.4. Rumusan Masalah

Berdasar pemaparan pernyataan dibagian sub bab sebelumnya, maka dibuatlah perumusan permasalahannya sebagai berikut :

1. Apakah kemudahan berpengaruh terhadap keputusan penggunaan *e-wallet* dalam melakukan *top up* shopeepay melalui BSI pada masyarakat Solo Raya?
2. Apakah kemanfaatan berpengaruh terhadap keputusan penggunaan *e-wallet* dalam melakukan *top up* shopeepay melalui BSI pada masyarakat Solo Raya?
3. Apakah kepercayaan berpengaruh terhadap keputusan penggunaan *e-wallet* dalam melakukan *top up* shopeepay melalui BSI pada masyarakat Solo Raya?

1.5. Tujuan Penelitian

Berdasar pada rumusan masalah, maka riset yang dilakukan bertujuan untuk:

1. Memahami keterkaitan variabel kemudahan terhadap keputusan penggunaan *e-wallet* dalam melakukan *top up* shopeepay melalui BSI pada masyarakat Solo Raya

2. Memahami keterkaitan variabel kemanfaatan terhadap keputusan penggunaan *e-wallet* dalam melakukan *top up* shopeepay melalui BSI pada masyarakat Solo Raya
3. Memahami keterkaitan variabel kepercayaan terhadap keputusan penggunaan *e-wallet* dalam melakukan *top up* shopeepay melalui BSI
4. pada masyarakat Solo Raya

1.6. Manfaat Penelitian

Berdasarkan tujuan riset yang dijabarkan oleh penulis, riset ini mempunyai manfaat yang dirasakan dan di terapkan dari hasil. Riset yang dijalankan dimaksudkan mampu memberi kebermanfaatan untuk pihak terkait, antara lain :

a. Bagi Akademis

Riset ini dimaksudkan mampu menyampaikan penjelasan tentang kemudahan, kemanfaatan dan kepercayaan terhadap penggunaan *e-wallet* dalam melakukan *top up* shopeepay melalui BSI dan bisa dijadikan informasi untuk riset berikutnya

b. Bagi Praktis

Riset ini diharapkan agar masyarakat Solo Raya lebih tau tentang *e-wallet* khususnya penggunaan *e-wallet* dalam melakukan *top up* shopeepay.

1.7. Sistematika Penulisan

Penulisan ini dibagi menjadi lima bab dengan sistematika pembahasan sebagai berikut :

BAB I PENDAHULUAN

Pada bab ini penulis membahas tentang lima sub bab yang mendasari penulisan membahas tentang pengaruh kemudahan, kemanfaatan dan kepercayaan terhadap keputusan penggunaan *e-wallet* dalam melakukan top up shopeepay melalui BSI. Bab ini terdiri dari identifikasi masalah, batasan masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, serta sistematika penulisan

BAB II LANDASAN TEORI

Pada bab ini penulis menyampaikan mengenai beberapa landasan teori, bab ini terdiri dari penelitian yang relevan, kerangka penelitian, dan selanjutnya disusun pengembangan hipotesis.

BAB III METODE PENELITIAN

Pada bab ini penulis memaparkan mengenai metode penelitian, adapun jenis metode penelitian yang digunakan pada penelitian ini yaitu metode kuantitatif, karena dalam penelitian ini data berupa angka dan analisis menggunakan

statistik selanjutnya bab ini terdiri dari tempat dan waktu penelitian, populasi dan sampel, Teknik pengambilan sampel, variable penelitian, definisi oprasional variable, dan analisis data.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisi mengenai hasil penelitiannya yaitu gambaran umum penelitian, analisis data, serta interpretasi hasil apakah hipotesis yang diujikan diterima atau tidak.

BAB V PENUTUP

Pada bab ini berisi mengenai kesimpulan penelitian, serta saran bagi penelitian selanjutnya.

BAB II

LANDASAN TEORI

2.1. Kajian Teori

2.1.1. Technology Acceptance Model (TAM)

Technology Acceptance Model (TAM), yang diperkenalkan oleh Davis pada tahun 1989 adalah suatu adaptasi dari *Theory of Reasoned Action (TRA)* yang dikhususkan untuk memodelkan penerimaan pemakai (*user acceptance*) terhadap teknologi. Berdasarkan teori Davis menjelaskan bahwa “Technology Acceptance Model (TAM) adalah suatu model untuk memprediksi dan menjelaskan bagaimana pengguna teknologi menerima dan menggunakan teknologi yang berkaitan dengan pekerjaan penggunaan.

Model ini dikembangkan kembali oleh beberapa peneliti seperti Szajna (1994), Igbaria et al. (1995) dan Venkatesh dan Davis (2000) dalam Jogiyanto (2007). Modifikasi model TAM dilakukan oleh Venkatesh dengan menambahkan variable *trust* dengan judul *Trustenhanced Technology Acceptance Model*, yang meneliti tentang hubungan antar variabel TAM dan *trust*. Modifikasi TAM lain yaitu *Trust and Risk in Technology Acceptance Model (TRITAM)* dilakukan oleh Lui and Jamieson dalam Jogiyanto (2007) menggunakan variabel kepercayaan dan resiko bersama variabel TAM.

Seiring perkembangan waktu, model TAM telah banyak mengalami modifikasi. Dengan begitu, alur TAM berubah menjadi persepsi kebermanfaatan (*Perceived Usefulness*) dan persepsi kemudahan (*Perceived Ease Of Use*). Persepsi

manfaat dan persepsi kemudahan memiliki hubungan untuk memprediksi sikap penerimaan pengguna (*Acceptance of IT*) terhadap teknologi informasi (Oktavianti, 2007). Faktor manfaat dan kemudahan mampu memprediksi penerimaan pengguna terhadap Sistem Informasi Perpustakaan. Pada penelitian ini, variabel yang digunakan yaitu persepsi kebermanfaatan (*perceived usefulness*), persepsi kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*) dan Penerimaan Sistem Informasi Pengolahan Data Statistik Rutin (*acceptance of SISR*).

2.2. Keputusan Penggunaan

2.2.1. Pengertian Keputusan Penggunaan

Menurut Machfoedz (2013), keputusan penggunaan suatu jasa ialah sebuah langkah evaluasi guna melakukan penilaian dengan memilih cara dari berbagai pilihan berdasarkan manfaat tertentu dengan menentukan keputusan yang menjadi hasil paling menguntungkan. Menurut Alma (2013: 96), keputusan penggunaan suatu layanan merupakan pilihan konsumen yang terpengaruh oleh teknologi, budaya, politik, ekonomi keuangan, lokasi, harga, bukti fisik, promosi, produk, orang dan proses, maka akan terbentuklah sikap para konsumen dalam menangani berbagai informasi dan layanan yang menghasilkan kesimpulan berupa jawaban yang tertera pada produk yang akan dibeli.

Dari penjelasan yang dipaparkan maka kesimpulan penulis bahwasanya pengertian keputusan penggunaan ialah suatu tahap atau proses yang bertujuan untuk mendapatkan produk yang dianggap bermanfaat sehingga menguntungkan bagi si pengguna dan di pengaruhi oleh lingkungan politik, budaya, ekonomi dan lokasi untuk pengguna mengambil keputusan penggunaan.

2.2.2. Proses Pengambilan Keputusan Penggunaan

Menurut Kotler and Armstrong (2008) penjabaran langkah pengambilan keputusan penggunaan yaitu :

1. Pengenalan Masalah (*Need Recognition*)

Langkah ini dijalankan ketika pengguna ataupun konsumen telah sadar terdapat sebuah masalah. Pengguna ataupun konsumen merasa terdapat sebuah kesenjangan antara kondisi actual dan berbagai kondisi yang tidak sesuai dengan keinginan. Keadaan ini diakibatkan pada rangsangan internal dan eksternal. Pemasar harus mengidentifikasi kondisi yang nantinya dapat menimbulkan masalah tertentu. Langkah ini dijalankan dengan melakukan pengumpulan data yang diperoleh dari berbagai konsumen, kemudian pemasar akan menjalankan langkah identifikasi rangsangan yang biasa dilakukan karena mampu meningkatkan minat pada produk tertentu. Setelah itu pemasar akan melakukan penyusunan strategi pemasaran yang dapat menarik minat para pengguna atau konsumen lainnya.

2. Pencarian informasi (*Information Search*)

Pengguna atau pun pembeli yang mempunyai harapan guna pemenuhan kebutuhan akan selalu mencari tahu informasi mengenai berbagai produk tertentu. Berdasar pada tingkatannya, maka terdapat dua macam hal dalam menjalankan pencarian informasi. Pertama, yaitu meningkatnya sikap perhatian yang dikenali dengan adanya sistem pencarian yang selalu aktif dijalankan, hal itu dijalankan dengan mendapatkan informasi dari berbagai macam sumber. Sumber yang diperoleh dibagi menjadi empat jenis, yaitu :

- a. Informasi secara pribadi: seperti kenalan, keluarga, tetangga, dan teman.
- b. Informasi secara komersil: seperti pajangan yang disediakan dalam toko, iklan, penjual, dan pengecer.
- c. Informasi diperoleh secara public: seperti media massa dan organisasi pemberi penilaian.
- d. Informasi pada sebuah pengalaman: seperti pengalaman pemakaian produk, penanganan, maupun pengkajian.

3. Evaluasi Alternatif (*Evaluation of Alternatives*)

Setelah mencari data, pengguna akan menentukan beberapa putusan terkait produk serupa. Alternatif cara ini dijalankan melewati berbagai langkah pada tahapan evaluasi tertentu. Beberapa konsep dasar juga dapat menjawab cara pemahaman dengan menggunakan langkah ini. Seperti halnya, langkah pertama yaitu karakteristik produk, dimana setiap konsumen akan melihat produk sebagai sekumpulan fitur atau karakteristik tertentu yang disesuaikan pada tingkat kebutuhannya.

4. Keputusan Penggunaan

Selama langkah evaluasi, pengguna melakukan preferensi pada berbagai macam merek yang dijadikan pilihan. Pengguna juga berniat membeli merek yang mereka sukai. Ketika target pembelian tercapai, kuantitas, jangka waktu dan metode pembayaran terpenuhi.

5. Perilaku Pasca Penggunaan

Kepuasan tergantung pada hubungan antara keinginan dan kinerja produk. Jika kinerja tidak mampu memenuhi keinginan maka konsumen akan merasakan kecewa, namun jika keinginan konsumen terpenuhi maka konsumen akan merasakan puas. Rasa ini akan menjadi penentu apakah nantinya konsumen akan melakukan pembelian kembali dan akan menjadi konsumen setia ataupun sebaliknya.

2.2.3. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Penggunaan

Menurut Kotler dan Amstrong (2013) dalam jurnal Ekonomi dan Pendidikan, hal yang mengakibatkan keputusan penggunaan yaitu:

1. Aspek budaya didalamnya terdapat kelas sosial dan subbudaya
2. Aspek sosial didalamnya terdapat status, keluarga, kelompok dan peran.
3. Aspek pribadi didalamnya terdapat konsep diri, usia, kepribadian, situasi ekonomi, tahap siklus hidup, pekerjaan, dan gaya hidup
4. Aspek psikologis didalamnya terdapat sikap, motivasi, kepercayaan, persepsi, dan pembelajaran.

Hal yang akan berpengaruh terhadap keputusan penggunaan dalam bertransaksi maupun berbelanja online yaitu :

1. Kemudahan

Menurut Yi, J, et al, (2014) dalam *Journal of Asian Scientific Research*, kemudahan merupakan factor penting yang berkembang pada perilaku dalam penggunaan dalam melakukan transaksi maupun berbelanja online. Jika mengakses system dapat dijangkau oleh semua orang serta

diberi fitur yang mudah maka pengguna akan lebih tertarik untuk melakukan transaksi ataupun berbelanja online khususnya pada layanan aplikasi link aja Syariah. Maka dari itu, kemudahan dalam bertransaksi dapat mempengaruhi keputusan penggunaan dalam berbelanja ataupun bertransaksi.

2. Kepercayaan

Menurut Corritore, C.L, et al (2003) di dalam *Journal of Human Computer Studies*, kepercayaan (*trust*) muncul sebagai elemen kunci kesuksesan dalam penjualan online . Kepercayaan merupakan factor yang penting keputusan penggunaan suatu jasa dalam melakukan transaksi. Jika pengguna sudah percaya terhadap produk maka pengguna tidak ragu lagi untuk melakukan transaksi lagi. Pengguna memiliki kepercayaan terhadap produk dan jasa berdasarkan pengalaman bertransaksi ataupun berbelanja terhadap produk tersebut sebelumnya.

3. Gaya hidup

Menurut Selvakumer, J.J and Raghavan (2017) dalam *Asian Pasific Journal of Research*, R, dan Ramayah, T, et al, (2010) dalam *Journal Business Strategy Series*, gaya hidup memiliki pengaruh terhadap keputusan penggunaan suatu jasa. Dengan memperkirakan gaya hidup dan hubungan dengan berbelanja online, para usaha bisnis online dapat memprediksi prospektif pembeli secara online dengan mudah.

4. Resiko keamanan

Menurut Chen (2009) di dalam Jurnal Manajemen dan Bisnis Sriwijaya dan Masoud, E.Y. (2013) dalam *Journal of Business and Management*, resiko keamanan berpengaruh negative terhadap keputusan penggunaan suatu jasa berbelanja online. Keamanan pada system merupakan masalah yang saat ini kurang di perhatikan oleh pengguna internet. Beberapa pengguna, ketika melakukan transaksi secara online maka pengguna akan mengakses web yang telah disediakan, beberapa pengguna tidak mengawatirkan kebocoran data pribadi.

2.3. Kemudahan

2.3.1. Pengertian Kemudahan

Menurut Fred Davis (1989) kemudahan dalam hal ini teknologi atau sistem dalam penggunaannya akan terlepas dari kesulitan dan tidak membutuhkan upaya. Jika sebuah sistem penggunaannya mudah, maka akan lebih banyak digunakan oleh masyarakat. Sehingga kemudahan yaitu pengguna memiliki kepercayaan penuh pada sistem teknologi informasi untuk meringankan pekerjaan yang dilakukannya.

Menurut (Nasution, 2004) persepsi kemudahan penggunaan diartikan mengenai tingkatan yang merepresentasikan seseorang tentang sejauh mana sistem teknologi informasi tidak memerlukan tingkatan kemampuan yang tinggi dalam penggunaannya. Dalam hal ini, maka berbagai kalangan berkeinginan agar mudah dan nyaman dalam menggunakan teknologi agar dapat memberi ulasan yang baik.

Berdasarkan penjelasan diatas dapat disimpulkan pengertian dari persepsi kemudahan merupakan perasaan pengguna atau penilaian si pengguna yang merasakan jika mengakses suatu teknologi tidak mengalami kesulitan akan tetapi merasakan nyaman dikarenakan mengakses teknologi tersebut sangat mudah dan tidak mempersulit pengguna. Dengan demikian pengguna akan terus mengakses teknologi penyediaan layanan yang tersedia.

2.3.2. Indikator Kemudahan

Menurut Vankatesh (2000), indikator kemudahan antara lain sebagai berikut:

- a. Interaksi seseorang dilakukan dengan jelas dan gampang dipahami disebut juga dengan *Clear and understandable*.
- b. Tidak memerlukan banyak usaha guna menggunakan suatu sistem disebut juga dengan *Does not require a lot of mental effort*.
- c. Mudah penggunaannya disebut juga dengan *Easy to use*.
- d. Mudah dioperasikan ketika ingin dilakukan sendiri disebut juga *Easy to get the system to do what they wants to do*.

2.4. Kemanfaatan

2.4.1. Pengertian Kemanfaatan

Menurut Fred Davis (1989), rasa yakin yang dimiliki oleh individu jika dia menerapkan teknologi dalam kinerjanya akan mengalami peningkatan disebut dengan kemanfaatan (*usefulness*). Keyakinan individu ketika mengambil keputusan disebut dengan persepsi manfaat. Jika seseorang meyakini bahwa

teknologi memberikan manfaat, maka dia akan terus menggunakannya, begitupun sebaliknya. Kemanfaatan adalah keyakinan seseorang agar kinerjanya mengalami peningkatan apabila menggunakan teknologi.

Berdasar pemaparan diatas maka kesimpulannya bahwa pengertian dari kemanfaatan pengguna merupakan seseorang yang menggunakan teknologi dan yakin akan manfaat yang akan di peroleh jika menggunakan teknologi tersebut dan merasakan ada keuntungan yang akan di dapat salah satunya yaitu bertambahnya prestasi ataupun meningkatkan kinerjanya jika menggunakan teknologi tersebut.

2.4.2. Indikator Kemanfaatan

Menurut Chin dan Todd dalam *journal of management information system quartely* kemanfaatan bisa dipecah jadi dua aspek, yaitu (1) Kemanfaatan dengan satu aspek, dan (2) kemanfaatan dengan estimasi dua aspek (kemanfaatan dan efektifitas). Kemanfaatan dengan estimasi satu aspek mencakup :

- a. *Makes job easir* disebut juga membuat pekerjaan lebih mudah
- b. *Usefull* disebut juga kebermanfaatan
- c. *Increase productivity* disebut juga meningkatkan produktifitas
- d. *Enchance efectiveness* diebut juga meningkatkan efektifitas
- e. *Improve job performance* disebut juga mengembangkan kinerja pekerjaan.

2.5. Kepercayaan

2.5.1. Pengertian Kepercayaan

Menurut Setyoparwati (2019) dalam *Journal of Business and Economics* (JABE) kepercayaan atau trust ialah salah satu pedoman utama yang dapat berpengaruh terhadap transaksi pada media internet yang dilakukan oleh pelanggan. Aspek penting dalam kepercayaan pada suatu perusahaan dengan diawali interaksi antara konsumen dan penjual yang bertransaksi melalui layanan website yang disediakan.

Berdasarkan penjelasan diatas maka kesimpulanya yaitu kepercayaan menjadi aspek penting dan mendasar dikarenakan menyangkut rasa atau perasaan percaya pengguna terhadap produk serta layanan dan fitur yang di sediakan . Semakin tingginya tingkat kepercayaan produk dan jasa serta layanan fitur yang tersedia maka akan berpengaruh baik pula terhadap perusahaan, dengan adanya perasaan percaya yang baik maka pengguna tidak ragu untuk melakukan transaksi online di karenakan kepercayaan merupakan factor terpenting di dalam menjalankan usaha berbasis online.

2.5.2. Indikator Kepercayaan

Menurut Mowen & Minor (2012) dimensi kepercayaan ada 3 indikator, diantaranya sebagai berikut.

1. konsisten
2. mengerti keinginan konsumen
3. komposisi informasi dengan kualitas produk kepercayaan konsumen

2.6. Penelitian Terdahulu

Riset yang telah dijalankan sebelumnya oleh peneliti mengenai Pengaruh kemudahan, kemanfaatan dan kepercayaan terhadap keputusan penggunaan mengara pada riset yang sudah dijalankan dahulu. mengacu kepada riset yang telah dilakukan sebelumnya. Dimana hasil riset terdahulu yang telah dijalankan oleh peneliti dengan topik yang sama diantaranya yaitu :

Tabel 2.1

Penelitian Terdahulu

No	Penulis (Tahun)	Judul Penelitian	Hasil Penelitian	Persamaan	Perbedaan
1	Siti Rodiah Rodiah, Inaya Sari Melati (2020) Journal Of Ekonomic Education And Entrepreneurship	Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Kemanfaatan, Risiko, dan Kepercayaan terhadap Minat Menggunakan E-wallet pada Generasi	Hasil penelitian memaparkan bahwasanya persepsi kemudahan penggunaan memiliki pengaruh positif terhadap minat menggunakan <i>e-wallet</i> . Persepsi manfaat berpengaruh positif terhadap minat	(1) Variabel independent yaitu kemudahan dan kemanfaatan (2) Sama sama meneliti E-Walet	(1) Variabel independent yaitu risiko (2) Variabel dependen yaitu minat menggunakan e-wallet (3) Populasi pada penelitian ini yaitu generasi minial di

	Vol. 1, No. 2, Tahun 2020	Milenial Kota Semarang	menggunakan <i>e-wallet</i> . Persepsi risiko berpengaruh negatif terhadap minat menggunakan <i>e-wallet</i> . Kepercayaan berpengaruh positif terhadap minat menggunakan <i>e-wallet</i> .		kota semarang
2	Wiwik Widayanti (2020) Jurnal Akuntansi dan Keuangan Vol. 7, No. 1 April 2020 P-ISSN 2355-2700	Pengaruh Kemanfa atan, Kemudah an Pengguna an dan Promosi terhadap Keputusa n Pengguna an E- wallet OVO di Depok	Riset ini memaparkan hasil adanya pengaruh pengaruh secara positif dan signifikansi baik secara parsial maupun bersama antar variable kemanfaatan, kemudahan penggunaan dengan promosi terhadap keputusan penggunaan e-wallet OVO.	(1) Variabel independent menggunakan kemanfaatan dan kemudahan (2) Variabel dependen yaitu keputusan penggunaan	(1) Objek penelitian menggunakan aplikasi OVO (2) Penempatan penelitian berada di Depok

	E-ISSN 2550-0139				
3	Aisyah, Yulfan Arif, Rina Sari, Fahri Ali (2020) Jurnal Ilmu Ekonomi Islam Vol. 06, No. 02, Tahun 2022	Determinan penggunaan e-wallet generasi milenial muslim Adapun variabel yang diuji meliputi persepsi kegunaan, persepsi kemanfaata n, persepsi risiko, dan persepsi keamanan.	Hasil riset memaparkan variabel persepsi kegunaan dan persepsi kemanfaatan ditemukan ada pengaruh positif dengan keputusan penggunaan bagi generasi milenial muslim. Adapun variabel persepsi risiko dan keamanan tidak ditemukan pengaruh dengan keputusan penggunaan e- wallet.	(1)Variabel pada penelitian ini menggunak an penggunaan E-Walet (2)Penguji yang dilakukan menggunak an SPSS (3)Variabel yang digunakan yaitu kemanfaata n	(1)Respond en pada penelitian ini yaitu pada responden solo raya (2)Variabel yang digunakan menggunak an presepsi keamanan dan presepsi risiko
4	Imam Syaiqoni, Feti Fatimah, Jekti Rahayu (2023)	Pengaruh presepsi kemudahan, kemanfaata n dan kenyamana n terhadap keputusan	Hasil pada riset ini menyatakan pada keputusan penggunaan GoFood terpengaruh oleh presepsi kemudahan,	(1)Variabel independent yang digunakan yaitukemud ahan dan	(1)Terdapat variabel independent yang berbeda yaitu

	Dynamic Management Journal Vol. 7, No. 1, Tahun 2023 ISSN (Online) 2580-2127	penggunaan Go-Food	kemanfaatan dan kenyamanan.	kemanfaatan (2)Variabel dependen yang digunakan yaitu keputusan penggunaan	kenyamanan (2)Meneliti layanan aplikasi driver go-food
5	Fitriani Latif, Dirwan (2020) Jurnal Ilmiah Akutansi Manajemen Vol. 3, No. 1,	Pengaruh Kemudahan , Promosi dan Kemanfaatan terhadap keputusan penggunaan uang digital	Hasil riset memaparkan faktor kemudahan dan kemanfaatan ada pengaruh positif dan signifikansi dengan keputusan penggunaan uang digital namun aktivitas promosi tidak signifikan memengaruhi keputusan penggunaan	(1)Variabel dependet yang digunakan yaitu Keputusan penggunaan uang digital	(1)Variabel independent yang digunakan yaitu kemudahan dan promosi

	Tahun 2020				
	ISSN : 2598-0696				
6	Faisal Fadillah, Dr.Hartono, S.E, M.M. & Dickdik Sodikin, SE., MM	Pengaruh kepercayaan ,manfaat, dan kemudahan terhadap keputusan penggunaan pada aplikasi LinkAja Telkom Jakarta	Hasil riset ini menunjukkan bahwa pada pengaruh Kepercayaan (X1) Terhadap Keputusan Penggunaan (Y) didapat hasil pemaparan variabel Kepercayaan ada pengaruh positif dan signifikansi dengan variabel Keputusan Penggunaan.	(1)Variabel dependent yang digunakan yaitu keputusan penggunaan (2)Variabel independent yang digunakan yaitu Kemudahan , manfaat dan kepercayaan	(1)Penelitian menggunakan layanan aplikasi LinkAja (2)Perbedaan pada populasi yaitu berada di Jakarta
	Jurnal Administrasi Bisnis				
	Vol. 2, No. 2, Tahun 2022, Hal. 277-285				
7	Ismulyana Djan, Siti Rubbiah	Pengaruh Kenyamanan dan Kepercayaan	Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif	(1)Terdapat variabel independent yaitu	(1)Terdapat variabel independent yang

	Adawiyah International Journal of Business and Economics Research Volume 9, Issue 4, August 2020, Pages: 263-269	n Terhadap Keputusan Pembelian Serta Pengaruhnya Terhadap Kepuasan Pelanggan	langsung Kenyamanan terhadap keputusan pembelian ($\gamma_{11}=0,743$), Kepercayaan terhadap kepuasan pelanggan ($\gamma_{22}=0,317$), dan keputusan pembelian terhadap kepuasan pelanggan ($\beta_{21}=0,554$). Ditemukan pengaruh positif secara tidak langsung Kenyamanan dengan Kepuasan Pelanggan pada Keputusan Pembelian ($\beta_{21}+\gamma_{11}=0,412$).	kepercayaan (2) Terdapat variabel dependen yaitu keputusan pembelian	berbeda yaitu (2) Terdapat variabel dependen yang berbeda yaitu kepuasan pelanggan
8	Setyo Ferry Wibowo, Elsyana Purnama Sari,	Pengaruh kepercayaan dan <i>brand image</i> terhadap keputusan pembelian	Hasil pengujian hipotesis menunjukkan: 1) didapat pengaruh positif dan signifikansi kepercayaan	(1) Variabel independent kepercayaan (2) Variabel dependen tentang	(1) Variabel independent berbeda yaitu <i>brand image</i>

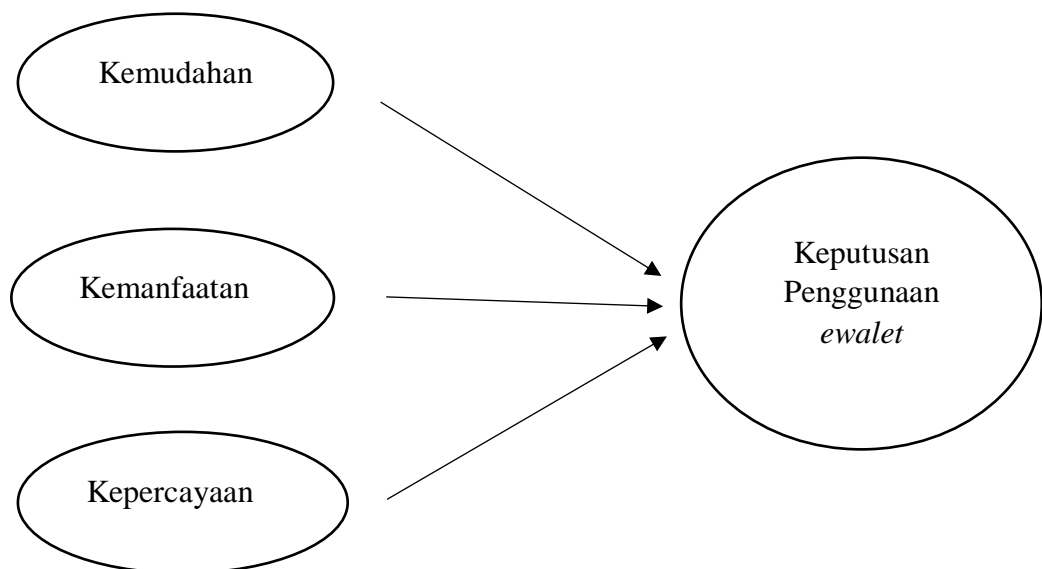
	Basrah Saidani Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia Vol. 8, No. 7, Tahun 2017	(Survei mobil Toyota di wilayah Jakarta)	dengan keputusan pembelian, 2) ada pengaruh positif dan signifikansi citra merek terhadap keputusan pembelian.	keputusan pembelian	(2)Meneliti pada mobil Toyota (3)Penempatan wilayah di Jakarta
9	Fitrah Anggardini, Siwi Dyah Ratnasari International Journal of Social Science And Human Research	Pengaruh Kualitas Layanan dan Kepercayaan terhadap Keputusan penggunaan berbelanja online di Shopee	Hasil pada riset memaparkan pada kualitas pelayanan dan kepercayaan dapat berpengaruh pengguna dalam membuat keputusan penggunaan.	(1)Variabel independent terdapat kepercayaan (2)Variabel dependen terdapat keputusan penggunaan (3)Sama sama meneliti shopee	(1)Variabel independent berbeda yaitu pada kualitas layanan

	Volume 05 Issue 09 September 2022				
10	Putu Oka Yudiantara International journal of health sciences e- ISSN:255 0-696X p- ISSN:255 0-6978	Peran Kepercayaan dalam Memediasi Pengaruh Persepsi Kegunaan dan Persepsi Kemudahan Penggunaan terhadap Keputusan Penggunaan Dompot Digital LinkAja	Menurut temuan penelitian ini, persepsi kegunaan didapat pengaruh positif dan signifikansi terhadap keputusan untuk menggunakan, persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh positif dan signifikansi terhadap keputusan untuk menggunakan	(1)Variabel independent terdapat kepercayaan dan kemudahan (2)Variabel dependen terdapat keputusan penggunaan	(1)Objek penelitian menggunakan layanan aplikasi Link Aja

2.7. Kerangka Penelitian

Dalam riset ini terdapat tiga variabel independent terdiri dari Kemudahan, Kemanfaatan dan Kepercayaan. Kemudian variabel dependennya yaitu keputusan penggunaan *ewalet* dalam melakukan top up shopeepay melalui BSI.

Tabel 2.2
Kerangka Berfikir



2.8. Hipotesis

2.8.1. Pengaruh Kemudahan dengan Keputusan Penggunaan

Menurut riset yang dijalankan oleh Wiwik Widayanti (2020) Kemudahan berpengaruh positif dengan keputusan penggunaan. Tidak hanya itu, berdasarkan riset terdahulu yang dijalankan oleh Imam Syaiqoni, Feti Fatimah, Jekti Rahayu (2023) Kemudahan berpengaruh terhadap keputusan penggunaan. Sesuai pada

berbagai hasil riset terdahulu, maka dibuat hipotesisnya kemudahan mempunyai pengaruh positif dengan keputusan penggunaan. Pengguna shopepay akan mengalami peningkatan jika aplikasinya mudah digunakan, begitupun sebaliknya.

H1: Kemudahan berpengaruh positif terhadap keputusan penggunaan.

2.8.2. Pengaruh Kemanfaatan dengan Keputusan Penggunaan

Terdapat pengaruh positif diantara keputusan penggunaan dengan variabel kemanfaatan, seperti yang dipaparkan oleh Wiwik Widayanti (2020). Berdasarkan pada riset yang sebelumnya maka hipotesis yang diambil yaitu kemanfaatan berpengaruh terhadap keputusan penggunaan. Tingginya minat pengguna shopepay salah satunya disebabkan oleh tingginya kebermanfaatan yang ditawarkan.

H2: Kemanfaatan berpengaruh positif terhadap keputusan penggunaan

2.8.3. Pengaruh Kepercayaan dengan Keputusan Penggunaan

Terdapat dampak positif diantara keputusan penggunaan dengan kepercayaan, seperti pemaparan Fadillah, Dr.Hartono, S.E, M.M. & Dickdick Sodikin, SE., MM (2022). Selain itu, pemaparan riset oleh Fitrah Anggardini, Siwi Dyah Ratnasari (2022) bahwa kepercayaan juga mempunyai pengaruh pada keputusan penggunaan. Sesuai dengan riset terdahulu maka penulis mengambil hipotesis bahwa kepercayaan memiliki pengaruh terhadap keputusan penggunaan.

H3: Kepercayaan berpengaruh positif terhadap keputusan penggunaan

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

3.1. Jenis Penelitian

Riset ini menerapkan jenis penelitian kuantitatif, dalam riset ini data yang dipakai berwujud angka dan analisis menggunakan statistik. Riset kuantitatif merupakan riset yang dijalankan dengan menerapkan teknik kuantitatif dengan datanya berupa angka dan bisa diimplikasi pada fenomena yang sedang diobservasi dengan pengujiannya didasar pada hubungan diantara variabel yang digunakan (Fauzi, Dencik, & Asiati, 2019) Tujuan riset ini yaitu untuk dilakukan pengujian dan penganalisisan diantara pengaruh kemudahan, kemanfaatan, kepercayaan terhadap keputusan penggunaan *ewallet* dalam melakukan top up shopeepay melalui BSI.

3.2. Tempat dan Waktu Penelitian

3.2.1. Tempat Penelitian

Tempat pada penelitian ini di lakukan di wilayah yaitu Solo Raya.

3.2.2. Waktu Penelitian

Waktu riset yang dijalankan mulai dari awal hingga selesainya riset yaitu dari bulan Januari 2023 hingga selesai.

3.3. Populasi dan Sampel

3.3.1. Populasi

Berdasarkan sugiono (1997), tentang populasi merupakan sekumpulan subyek maupun obyek riset dengan kategori tertentu yang akan diamati dan dianalisis oleh peneliti hingga diperoleh kesimpulannya. Dari pemaparan yang diketahui maka penulis mampu menarik kesimpulan populasi ialah suatu wilayah yang luas dan kelompok tertentu salah satunya yaitu obyek yang tertuju ke kuantitas dan karakteristik yang akan menjadi pusat perhatian pada suatu kajian. Populasi pada riset ini tidak di ketahui secara pasti, adapun populasi pada riset ini yaitu masyarakat Solo Raya.

3.3.2. Sampel

Berdasarkan pemaparan Sugiono (2019), berkaitan dengan bagian dari anggota yang diambil dari populasi yang akan menjadi subyek ataupun objek riset dikenal dengan sampel. Pada penelitian ini, populasi yang ingin di teliti tidak diketahui secara pasti, maka peneliti mengambil sampel menggunakan teori Malhotra. Menurut teori Malhotra dalam jurnal manajemen dan bisnis bahwasanya jumlah sampel yang nantinya akan diambil untuk diteliti akan dilakukan penentuan dengan cara jumlah indikator pernyataan setiap indikator akan dikalikan dengan 5, ataupun sebaliknya yaitu 5 dikalikan dengan pernyataan setiap jumlah variabel. Pada riset ini terdapat 16 pertanyaan dari 3 variabel, setelah itu 16 dikali 5 didapat hasil 80. Sehingga dari riset ini sampel yang akan dipakai yaitu 80 responden.

3.4. Teknik Pengambilan Sampel

Menurut Margono (2004), teknik sampling ialah suatu cara penentuan pengambilan sampel yang jumlahnya akan disesuaikan dengan besarnya sampel untuk dijadikan sumber data sebenarnya, dengan diperhatikan secara baik dilihat dari sifat dan juga populasi yang disebarkan supaya didapat sampel yang representatif.

Peneliti pada riset ini memberikan berbagai macam pertimbangan melalui pengambilan sampel secara terpilih yang akan menjadikan data sumber data sebenarnya. Langkah selanjutnya yaitu dengan melakukan pengambilan objek penelitian dengan sifat ataupun ciri ciri yaitu khususnya kepada responden yang di pilih yaitu kepada keputusan penggunaan *e-wallet* dalam melakukan *top up* shopeepay melalui BSI khususnya pada masyarakat Solo Raya.

3.5. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang dipakai dalam riset dilakukan dengan observasi awal pada penelitian serta kuesioner. Kuesioner merupakan penyebaran lembaran-lembaran yang berisi daftar pernyataan yang harus diisi oleh narasumber. Kuesioner ini berbentuk pernyataan ataupun pertanyaan baik secara terbuka maupun tertutup yang secara langsung diberi kepada responden (Sugiyono, 2018). Responden yang diteliti pada riset ini yaitu keputusan penggunaan *e-wallet* dalam melakukan top up shopeepay melalui BSI.

Ketika melakukan penyusunan kuesioner, setiap variabel yang digunakan direpresentasikan kedalam tolo ukur tertentu yang memiliki nilai, yang berupa skala

likert. Peneliti harus merumuskan pertanyaan mengenai bahasan penelitian lalu meminta kepada responden untuk memilih apakah mereka sangat setuju, setuju, tidak setuju, dan sangat tidak setuju.

Tabel 3.1
Skala Likert

No	Jenis Jawaban	Bobot
1	Sangat Setuju	5
2	Setuju	4
3	Netral	3
4	Tidak Setuju	2
5	Sangat tidak setuju	1

Jawaban yang telah diberi bobot akan dijumlah untuk setiap responden agar menjadi nilai skor penelitian terhadap variabel yang akan diteliti. Rentang skala penelitian untuk menentukan tanggapan responden yaitu menggunakan jumlah pada skor.

3.6. Variabel Penelitian

Berdasarkan penjelasan Sugiyono (2019), suatu atribut, ciri atau nilai seseorang, objek atau aktivitas yang melihatkan variasi tertentu yang dipilih oleh peneliti guna dipahami, dipelajari, dan diambil kesimpulannya disebut dengan variabel penelitian.

3.6.1. Variabel Dependen (Variabel Terikat)

Berdasarkan penjelasan Sugiyono (2018) tentang variabel yang diamati dalam riset dan termasuk kedalam variabel yang terpengaruh oleh variabel lainnya disebut dengan *dependent variable* dengan pelambangan huruf Y. Yang termasuk kedalam *dependent variable* dalam riset yaitu keputusan penggunaan *e-walet* pada shopeepay (Y)

3.6.2. Variabel Independen (Variabel Bebas)

Berdasarkan penjelasan Sugiyono (2018) variabel yang dijadikan pengaruh bagi *dependent variable* disebut dengan variabel bebas dengan pelambangan huruf X. Yang termasuk kedalam *independent variable* yaitu Kemudahan (X_1), Kemanfaatan (X_2) dan Kepercayaan (X_3)

3.7. Definisi Operasional Variabel

Tabel 3.2

Definisi Oprasional Variabel

Variabel	Definisi	Indikator
Kemudahan (X ₁) Venkatesh, V. (2000)	Kemudahan penggunaan didefinisikan sebagai penilaian seseorang tentang sejauh mana sistem teknologi informasi tidak memerlukan tingkatan kemampuan yang tinggi dalam penggunaannya.	<ol style="list-style-type: none"> 1. <i>Clear and understandable</i> 2. <i>Does not require a lot of mental effort</i> 3. <i>Easy to use</i> 4. <i>Easy to get the system to do what they wants to do</i>
Kemanfaatan (X ₂) Chin, W and Todd P. (1995)	kemanfaatan di definisikan sebagai keyakinan bahwa obyek mempunyai kemampuan dalam	<ol style="list-style-type: none"> 1. Lebih memudahkan pekerjaan 2. Bermanfaat 3. Meningkatkan produktifitas

	peningkatan prestasi kerja.	<ol style="list-style-type: none"> 4. Meningkatkan efektifitas 5. Meningkatkan kinerja.
Kepercayaan (X ₃) Mowen & Minor (2012)	Definisi kepercayaan bisa dikatakan kepercayaan semua hal atau informasi yang di ketahui oleh pengguna dan semua kesimpulan yang di buat oleh pengguna tentang atribut objek dan pemanfaatannya.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Konsisten 2. Mengerti keinginan konsumen 3. Komposisi informasi dengan kualitas produk 4. Kepercayaan konsumen
Keputusan Penggunaan (Y) Kotler & Armstrong, 2008	Definisi keputusan penggunaan suatu jasa bisa dikatakan jika pengguna sudah melakukan pembelian pada merek yang paling diminati, yang dipengaruhi pada dua	<ol style="list-style-type: none"> 1. Mencari informasi 2. Mengevaluasi produk 3. Merekomendasikan Kepada Orang Lain.

	aspek antara niat penggunaan dan keputusan penggunaan	
--	---	--

3.8. Analisis Data

Metode analisis data berisi mengenai pengujian data yang didapat dari hasil kuesioner yang dikumpulkan oleh peneliti lalu peneliti akan melakukan analisis data dengan bantuan aplikasi SPSS *for windows*.

3.8.1. Statistik Deskriptif

Data primer yang dikumpulkan peneliti akan dilakukan dengan menyebar kuesioner yang akan membentuk dari skala pengukuran. Menurut Sugiyono (2016), skala diartikan sebagai suatu perjanjian yang dijadikan acuan guna menjadi penentu panjang serta pendeknya interval suatu alat ukur, apabila alat ukur dipakai untuk mengukur maka akan mendapatkan data yang bersifat kuantitatif. Dalam riset ini peneliti akan memakai skala likert yang meliputi pengukuran sikap, pendapat, dan persepsi dengan menggunakan metode analisis data kuantitatif untuk mengetahui skor yang dihasilkan dari tanggapan responden.

3.9. Uji Instrumen

Menurut Sugiyono (2019), pengujian alat yang dipakai untuk pengukuran kevalidan dan reliabel tidaknya instrumen disebut dengan uji coba instrumen. Uji instrument sangatlah penting dilakukan karena dalam sebuah riset uji instrument

dijadikan sebagai alat pengumpulan data dalam sebuah penelitian. Terdapat dua uji instrument yaitu validitas dan reliabilitas.

3.9.1. Uji Validitas

Menurut Sugiyono (2018) menjelaskan bahwa uji validitas ialah kesamaan data yang dilakukan oleh peneliti pada data yang didapat secara langsung dan terjadi pada subyek penelitian. Manfaat uji validitas digunakan sebagai tolok ukur efektivitas dari instrumen yang digunakan dan berfungsi dalam mengetahui kelayakan pernyataan dalam kuisisioner.

Tatacara penentuan valid tidaknya melalui indikator, jika $df=n-2$ dan level signifikansi 0,05 atau 5% serta $r \text{ tabel} < r \text{ hitung}$.

1. apabila $r \text{ tabel} < r \text{ hitung}$, dapat dijelaskan bahwa pernyataan kuisisioner valid
2. apabila $r \text{ tabel} > r \text{ hitung}$, dapat dijelaskan bahwa pernyataan kuisisioner tidak valid
3. besarnya $r \text{ hitung}$ diketahui pada bagian *corrected item total correlation* dalam *SPSS for windows*.

3.9.2. Uji Reliabilitas

Pengujian reliabilitas menurut Sugiyono (2017), sejauh mana hasil setelah adanya pengukuran dengan memakai objek yang sama maka akan mendapatkan hasil yang sama. Pengujian reliabilitas pada riset ini dilakukan pada 80 responden pengguna *e-wallet* dalam melakukan top up shopeepay melalui BSI, kemudian

pengujian dilakukan dengan memakai pernyataan kuisisioner yang sudah dikatakan valid setelah dilakukan uji validitas. Perhitungan reliabilitas memakai *SPSS for windows*, pada kolom *Cronbach's Alpha* pada *Reliability Statistics*, dengan pemilihan kriteria berikut :

1. diketahui pernyataan kuisisioner reliabel, jika $r\text{-tabel} < r\text{-alpha}$, atau sebaliknya $r\text{-alpha} > r\text{-tabel}$.
2. diketahui $r\text{-alpha}$ bernilai negatif $< r\text{-tabel}$ sehingga pernyataan kuisisioner yang dipakai tidak reliabel. Hal ini dapat dilihat pada nilai Cronbach alpha yang mana diketahui instrument reliabel jika nilainya $> 0,06$, ataupun sebaliknya (Priyatno, 2013).

3.10. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik ialah suatu persyaratan supaya model suatu riset dapat disebut eksperimental dan sangat bagus bagi semua model regresi. Berhasil tidaknya uji asumsi klasik diantara variabel baik dependen maupun independen dilihat pada alat analisis yang dipakai guna menginterpretasikan secara akurat, efisien, dan terbatas dari berbagai kelemahan yang nantinya menjadi penyebab dari ditemukannya gejala asumsi klasik serta model regresi yang didapatkan berwujud model regresi yang mengeluarkan estimator linier yang tidak bias. Uji asumsi klasik mempunyai beberapa format penelitian yang akan dilakukan dalam riset ini. Uji asumsi klasik terdiri dari Uji Normalitas, Uji Multikolinieritas dan Uji Heterokedastisitas.

3.10.1. Uji Normalitas

Menurut Ghozali (2018) pengujian normalitas berguna untuk dilakukan pengujian agar dapat diketahui data yang dipakai terdistribusi normal ataupun tidak antar dependent variable dengan independent variable. Apabila memiliki nilai residual normal bisa disebut model regresi berada pada tingkatan baik. Pengujian ini pengimplementasiannya dengan metode rumus Kolmogorov-Smirnov dengan dasar tertentu, jika signifikansi Komogrov smirnov $< 0,05$ disebut data tidak normal, tetapi signifikansi Komogrov smirnov $> 0,05$ disebut data yang normal.

3.10.2. Uji Multikolinieritas

Pengujian ini berguna dalam memahami keterkaitan linier sempurna diantara dependent variable dengan independent variable. Jika tidak terjadi korelasi diantara independent variable maka pengujian disebut baik. Jika terdapat gejala multikolinieritas disebut data pengolahan tidak baik Model regresi baik yang harusnya digunakan dalam riset yaitu yang tidak terjadi korelasi satu dengan lainnya.

Jika ditemukan adanya korelasi maka variabel yang dipakai dalam riset dikatakan tidak ortogonal atau disebut dengan variabel yang mempunyai nilai hubungan dengan variabel lain nilainya sama dengan nol. Tolok ukur yang digunakan dalam pengujian untuk diketahui ada multikolinieritas atau tidak ada didapat dari perolehan nilai *Tolerance* beserta *Variance Inflation Factor* (VIF) yang tidak mencapai 0,01.

3.10.3. Uji Heterokedastisitas

Menurut Ghozali (2018) pengujian heteroskedastisitas bertujuan untuk mengetahui tingkat residual yang dihasilkan dengan berbagai *variance* yang digunakan, dari berbagai percobaan yang dilakukan. Data hasil pengujian dikatakan baik jika tidak terjadi heteroskedastisitas, yang bisa diketahui melewati uji glejser dengan mengetahui regresi diantara nilai absolut residual dengan *independent variable*. Yang mana dikatakan tidak terjadi heteroskedastisitas apabila mempunyai nilai signifikansi antar *independent variable* yang tidak mencapai 0,05.

3.11. Uji Ketetapan Model

3.11.1. Uji R²

Identifikasi Determinasi (R^2) diujikan guna dilakuka pengukuran tingkat besar tidaknya pengaruh yang dihasilkan variabel X (Kemudahan, Kemanfaatan dan Kepercayaan) dengan variabel Y (Keputusan Penggunaan Pada Pengguna *ewalet* pada Shopeepay). Nilai R^2 berkisar antara 0 dan 1, nilai R^2 yang dekat dengan 0 bisa dikatakan tingkat keterkaitan variabel bebas ketika menjelaskan variable terikat sangat sedikit.

Nilai R^2 yang mencapai 1 dikatakan bahwa variabel inependen hampir memberikan segala informasi yang berguna untuk variabel dependen. Maka dari itu buruk ataupun tidaknya hasil persamaan regresi ditentukan dari hasil nilai R^2 yang mempunyai besaran antara 0 dan 1. Hal itu dapat dijelaskan pada paparan berikut :

1. Semakin mencapai 0 besarnya nilai R^2 , semakin kecil pula keterkaitan variabel X terhadap Y.

2. Semakin mencapai 1 besarnya nilai R^2 , semakin besar pula keterkaitan variabel X terhadap Y.

3.11.2. Uji F

Uji statistic f bertujuan untuk mengenali apakah variabel-variabel independen (Kemudahan, Kemanfaatan, Kepercayaan) yang termasuk kedalam metode mempunyai pengaruh secara simultan dengan variabel dependen yang berupa Keputusan Penggunaan *e-wallet* dalam melakukan top up Shopeepay melalui BSI. Guna menjalankan pengujian hipotesis maka dipakailah statistic f dengan kategori penelitian berikut :

1. Quick look : apabila nilai $f > 4$ pada derajat 5%, sampai H_0 dapat ditolak.
 Dalam penjelasan lain jika H_a diterima, dimana memakai pernyataan bahwa semua variabel independen (Kemudahan, Kemanfaatan, Kepercayaan) secara bersama dan signifikansi berpengaruh pada variabel dependen (Keputusan Penggunaan Pada Pengguna Shopeepay).
2. Membandingkan f-hitung dengan f-tabel
 Diketahui $f_{tabel} < f_{hitung}$ dapat diketahui bahwa H_a diterima dan H_0 tidak diterima.
 Diketahui $f_{tabel} > f_{hitung}$ dapat diketahui bahwa H_a tidak diterima dan H_0 diterima.

3.12. Analisis Regresi Linier Berganda

Berdasarkan penjelasan dari (Ghozali, 2018) pengujian berfungsi untuk mengetahui besarnya pengaruh dan arah antara independent variable yaitu keputusan penggunaan (Y) dengan masing- masing dependent variable.

Pendeteksian variabel X dan Y yang akan diterapkan saat analisis regresi berganda dilakukan maka dibutuhkan software SPSS, kemudian hasil pengolahan akan dianalisis kemudian dilakukan interpretasi. Interpretasi pertama dilihat pada nilai F-Hitung, hal ini dilakukan karena Fhitung menjelaskan secara bersama-sama, yang berarti bahwa variabel $X_1, X_2, X_3, \dots, X_n$ secara bersama berpengaruh pada variabel Y.

Analisis ini dipakai untuk mencari tahu seberapa besar variabel independen yaitu Kemudahan (X_1), Kemanfaatan (X_2) dan Kepercayaan (X_3) terhadap terhadap variabel dependen yaitu Keputusan Penggunaan *e-wallet* pada Shopeepay melalui BSI(Y).

Adapun persamaan umum dari regresi linier berganda yaitu sebagai berikut

:

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + b_3 X_3 + \varepsilon$$

Keterangan:

Y = Keputusan Penggunaan *ewallet* pada Shopeepay

A = Konstanta

b = Koefisien Variabel Independen

$X_1 = (\text{Kemudahan})$

$X_2 = (\text{Kemanfaatan})$

$X_3 = (\text{Kepercayaan})$

$\varepsilon = \text{Error (tingkat kesalahan)}$

3.13. Uji t

Berdasarkan penjelasan dari (Ghozali, 2018) mengenai bentuk penujian untuk memahami rentang pengaruh yang ditimbulkan akibat dependent variable dengan independent variable. Indikator yang digunakan jika dikatakan dependent variable mempunyai pengaruh signifikansi parsial dengan independent variable yaitu melalui nilai signifikansi tidak mencapai 0,05 dan juga nilai $t_{\text{tabel}} < t_{\text{hitung}}$.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Temuan Hasil Penelitian

4.1.1. Deskripsi Responden

Karakteristik responden pada riset ini dibagi menjadi usia, jenis kelamin, domisili serta pekerjaan. Adapun uraian gambaran umum terkait karakteristik responden pada pengguna *e-wallet* dalam melakukan *top up* shopeepay melalui BSI sebagai berikut :

a. Karakteristik responden berdasarkan usia/umur

Berdasarkan karakteristik usia responden, berikut data pada tabel yang di peroleh pada penelitian ini.

Tabel 4.1
Deskripsi responden berdasarkan jenis usia

Usia	Jumlah	Presentase (%)
20-25 Tahun	43	53,75 %
26-30 Tahun	10	12,5 %
31-35 Tahun	12	15 %
36-40 Tahun	9	11,25 %
>41 Tahun	6	7,5 %
Total	80	100%

Berdasarkan data pada tabel diatas terdapat data responden terbanyak dengan hasil usia pada 20-25 tahun dengan jumlah 43 responden, kemudian di ikuti responden 31-35 tahun sebanyak 12 responden, 26-30 tahun sebanyak 10 responden, 36-40 tahun sebanyak 9 responden, <41 tahun sebanyak 6 responden.

b. Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin

Berdasarkan karakteristik jenis kelamin responden, berikut data pada tabel yang di peroleh pada penelitian ini.

Tabel 4.2

Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah	Presentase (100%)
Laki-Laki	26	32,5 %
Perempuan	54	67,5 %
Total	80	100%

Berdasarkan data pada tabel jenis kelamin di atas terdapat hasil jenis kelamin mayoritas terbanyak yaitu pada perempuan sebanyak 54 responden dan terdapat jenis kelamin pada laki-laki sebanyak 26 responden.

c. Karakteristik responden berdasarkan domisili

Berdasarkan karakteristik domisili, berikut data pada tabel yang di peroleh pada penelitian ini.

Tabel 4.3

Deskripsi Responden Berdasarkan Domisili

Domisili	Jumlah	Presentase (%)
Kec. Lawean	21	26,25%
Kec. Pasar Kliwon	12	15%
Kec. Banjarsari	14	17,5%
Kec. Jebres	18	22,5%
Kec. Banyuanyar	15	18,75%
Total	80	100%

Berdasarkan tabel di atas terdapat domisili yang paling banyak di dapatkan oleh peneliti yaitu pada Kec. Lawean sebanyak 21 responden, berikutnya yaitu pada Kec. Jebres sebanyak 18 responden, Kec. Banyuanyar sebanyak 15 responden, Kec. Banjarsari sebanyak 14 responden, Kec. Pasar Kliwon sebanyak 12 responden.

d. Karakteristik pekerjaan

Tabel 4.4

Deskripsi responden berdasarkan jenis pekerjaan

Pekerjaan	Jumlah	Presentase (%)
Pelajar/Mahasiswa	24	30 %
Wiraswasta	12	15 %
PNS	9	11,25 %
Karyawan Swasta	20	25 %
Lainnya	15	18,75 %
Total	80	100%

Berdasarkan tabel diatas terdapat data karakteristik pekerjaan terbanyak yaitu pada Pelajar/Mahasiswa sebanyak 24 responden, lalu di ikuti dengan karakteristik pekerjaan pada Karyawan Swasta sebanyak 20 responden, karakteristik pekerjaan lainnya sebanyak 15 responden, Wiraswasta sebanyak 12, PNS sebanyak 9 responden.

4.2. Pengujian dan Analisis Data

4.2.1 Uji Validitas

Uji Validitas pada penelitian berfungsi untuk dilakukan pengukuran mengenai valid atau tidak validnya suatu kuisioner. Kuisioner dapat dikatakan valid pada penelitian jika $R_{hitung} > R_{tabel}$. Uji validitas juga dapat dilihat pada nilai signifikansi serta dapat dilakukan dengan cara melakukan perbandingan antara

nilai pada Rhitung dan Rtabel. Untuk mengetahui Rtabel yaitu dengan cara mengambil nilai (n) pada sampel. Dimana sampel pada penelitian ini memiliki 80 responden maka $R_{tabel(n)} = \text{Sigifikansi } 5\%$ sehingga Rtabel pada penelitian ini yaitu $R_{tabel(80)} = 0,220$.

1. Kemudahan

Tabel 4.4

Hasil Uji Validitas Kemudahan

Pernyataan	Rhitung	Rtabel	Validitas
			Rhitung > Rtabel
X1.1	0,742	0,220	Valid
X1.2	0,779	0,220	Valid
X1.3	0,670	0,220	Valid
X1.4	0,583	0,220	Valid
X1.5	0,767	0,220	Valid
X1.6	0,792	0,220	Valid
X1.7	0,784	0,220	Valid
X1.8	0,762	0,220	Valid

Sumber: Data diolah SPSS 20, 2023

Berdasarkan hasil dari uji validitas yang sudah di lakukan, data tabel menunjukkan bahwasanya semua pertanyaan pada variabel Kemudahan (X1) dapat di katakan valid, dikarenakan setiap pertanyaan pada indikator memiliki nilai Rhitung > Rtabel yaitu sebesar 0,220.

2. Kemanfaatan

Tabel 4.5

Hasil Uji Validitas Kemanfaatan

Pernyataan	Rhitung	Rtabel	Validitas
			Rhitung > Rtabel
X2.1	0,791	0,220	Valid
X2.2	0,748	0,220	Valid
X2.3	0,824	0,220	Valid
X2.4	0,714	0,220	Valid
X2.5	0,845	0,220	Valid
X2.6	0,774	0,220	Valid
X2.7	0,791	0,220	Valid
X2.8	0,754	0,220	Valid
X2.9	0,810	0,220	Valid
X2.10	0,790	0,220	Valid

Sumber: Data diolah SPSS 20, 2023

Berdasarkan hasil dari uji validitas yang sudah di lakukan, data tabel menunjukkan bahwasanya semua pertanyaan pada variabel Kemanfaatan (X2) dapat di katakan valid, dikarenakan setiap pertanyaan pada indikator memiliki nilai Rhitung > Rtabel yaitu sebesar 0,220.

3. Kepercayaan

Tabel 4.6

Hasil Uji Validitas Kepercayaan

Pernyataan	Rhitung	Rtabel	Validitas
			Rhitung > Rtabel
X3.1	0,742	0,220	Valid
X3.2	0,828	0,220	Valid
X3.3	0,853	0,220	Valid
X3.4	0,856	0,220	Valid
X3.5	0,850	0,220	Valid
X3.6	0,841	0,220	Valid
X3.7	0,830	0,220	Valid
X3.8	0,798	0,220	Valid

Sumber: Data diolah SPSS 20, 2023

Berdasarkan hasil dari uji validitas yang sudah di lakukan, pada tabel diatas menunjukkan bahwa semua pertanyaan pada variabel Kepercayaan (X3) dapat di katakan valid, dikarenakan setiap pertanyaan pada indikator memiliki nilai Rhitung > Rtabel yaitu sebesar 0,220.

4. Keputusan Penggunaan

Tabel 4.7

Hasil Uji Validitas Keputusan Penggunaan

Pernyataan	Rhitung	Rtabel	Validitas
			Rhitung > Rtabel
Y1	0,687	0,220	Valid
Y2	0,859	0,220	Valid

Y3	0,887	0,220	Valid
Y4	0,890	0,220	Valid
Y5	0,896	0,220	Valid
Y6	0,873	0,220	Valid

Sumber: Data diolah SPSS 20, 2023

Berdasarkan hasil dari uji validitas yang sudah di lakukan, pada tabel diatas menunjukkan bahwa semua pertanyaan pada variabel Keputusan Penggunaan (Y) dapat di katakan valid, dikarenakan setiap pertanyaan pada indikator memiliki nilai Rhitung > Rtabel yaitu sebesar 0,220.

4.2.2 Uji Reliabilitas

Tabel 4.8

Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	<i>Alpha Cronbach</i>	Kriteria	Keterangan
Kemudahan	0,873	<i>Alpha Cronbach</i> >0,70 maka Reliabel	Reliabel
Kemanfaatan	0,930		Reliabel
Kepercayaan	0,933		Reliabel
Keputusan Penggunaan	0,924		Reliabel

Sumber: Data diolah SPSS 20, 2023

Berdasarkan hasil dari uji reliabilitas yang di lakukan, pada tabel diatas menunjukkan bahwa seluruh variabel pada penelitian memiliki nilai *Alpha Cronbach*

$>0,70$. Sehingga dapat di simpulkan pada hasil uji reliabilitas bahwa pertanyaan masing masing dari setiap variabel dapat dikatakan reliabel.

4.3 Uji Asumsi Klasik

4.3.1 Uji Normalitas

Uji Normalitas pada penelitian berfungsi untuk menguji sebuah data penelitian untuk mengetahui apakah data yang di peroleh dari penyebaran kuisioner ke sampel yang di hasilkan berdistribusi normal atau tidak. Jika nilai pada signifikansi $>$ pada $0,05$ maka distribusi dapat dikatakan dengan normal. Tetapi jika nilai pada signifikansi $<$ pada $0,05$ maka distribusi dapat dikatakan tidak normal.

Tabel 4.9
Hasil Uji One Sample Kolmogorov-Smirnov

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		Unstandardized Residual
N		80
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	0E-7
	Std. Deviation	1.91566883
Most Extreme Differences	Absolute	.135
	Positive	.112
	Negative	-.135
Kolmogorov-Smirnov Z		1.207
Asymp. Sig. (2-tailed)		.108
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		

Sumber: Data diolah SPSS 20, 2023

Berdasarkan tabel menunjukkan hasil uji *one sample Kolmogorov-smirnov test* di ketahui bahwa nilai signifikansi sebesar $0,108$. Disebut data normal jika nilai signifikansi $> 0,05$. Berdasarkan hasil pengujian didapatkan kesimpulan yaitu :

asumsi normalitas terpenuhi dan data terdistribusi normal. Hal ini dikarenakan nilai *probabilitas* dari *p-value* melebihi 0,05 yaitu 0,108.

4.3.2. Uji Multikolinearitas

Pengujian ini berfungsi dalam memahami keterkaitan linier sempurna diantara dependent variable dengan independent variable. Jika tidak terjadi korelasi diantara independet variable maka pengujian disebut baik. Jika terdapat gejala multikolinieritas, disebut data hasil pengolahan tidak baik.

Tolok ukur yang digunakan dalam pengujian untuk mengetahui terjadi multikolinieritas atau tidak yakni dari perolehan nilai Tolerance beserta Variance Inflation Factor (VIF) tidak mmencapai 0,01. Data pengujian ditunjukkan pada gambar dibawah :

Tabel 4.10
Hasil Uji Multikolinearitas

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	(Constant)		
	Kemudahan	.280	3.566
	Kemanfaatan	.318	3.148
	Kepercayaan	.237	4.213

Sumber: Data diolah SPSS 20, 2023

Berdasarkan hasil uji multikolinearitas data di atas dapat di simpulkan sebagai berikut yaitu :

- a. Variabel Kemudahan memperlihatkan bahwa nilai tolerance sebesar 0,280 > 0,100 dan nilai pada VIF sebesar 3,566 < 10 hingga bisa di simpulkan bahwa variabel pada kemudahan tidak terjadi multikolinearitas.
- b. Variabel kemanfaatan memperlihatkan bahwa nilai tolerance sebesar 0,318 > 0,100 dan nilai pada VIF sebesar 3,148 < 10 sehingga dapat di simpulkan bahwa variabel pada kemanfaatan tidak terjadi multikolinearitas
- c. Variabel kepercayaan memperlihatkan bahwa tolerance sebesar 0,237 > 0,100 dan nilai pada VIF sebesar 4,213 < 10 sehingga dapat di simpulkan bahwa variabel pada kepercayaan tidak terjadi multikolinearitas

4.3.3. Uji Heteroskedastisitas

Tabel 4.11

Hasil Uji Heteroskedastisitas dengan uji glejser

Model		T	Sig.
1	(Constant)	3.022	.003
	Kemudahan	-1.099	.275
	Kemanfaatan	-1.412	.162
	Kepercayaan	1.310	.194

Sumber: Data diolah SPSS 20, 2023

Berdasarkan hasil uji heteroskedastisitas dengan uji glejser dapat di simpulkan sebagai berikut :

- a. Variabel kemudahan memperlihatkan bahwa nilai signifikansi $0,275 > 0,05$ maka kesimpulannya bahwa model regresi pada variabel ini tidak terjadi heteroskedastisitas.
- b. Variabel kemanfaatan memperlihatkan bahwa nilai signifikansi $0,162 > 0,05$ maka kesimpulannya bahwa model regresi pada variabel ini tidak terjadi heteroskedastisitas.
- c. Variabel kepercayaan memperlihatkan bahwa nilai signifikansi $0,194 > 0,05$ maka kesimpulannya bahwa model regresi pada variabel ini dikatakan tidak terjadi heteroskedastisitas.

4.4. Uji Ketetapan Model

4.4.1. Uji R

Tabel 4.12

Hasil Uji R

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.887 ^a	.787	.779	1.953

a. Predictors: (Constant), Kepercayaan, Kemudahan, Kemanfaatan

Sumber: Data diolah SPSS 20, 2023

Berdasarkan hasil uji determinasi diatas hasil yang di dapatkan R sebesar 0,787 hingga didapat kesimpulan pada uji ini yaitu, bahwa kemudahan, kemanfaatan, kepercayaan, secara simultan berpengaruh terhadap keputusan penggunaan *e-wallet* dalam melakukan *top up* shopeepay melalui BSI sebesar 0,787

jika di presentase memiliki nilai sebesar 78,7%, sedangkan 21,3% terpengaruhi pada variabel lain ang tidak diikutsertakan dalam penelitian ini.

4.4.2. Uji F

Tabel 4.14
Hasil Uji Statistik F

Model		F	Sig.
1	Regression	93.637	.000 ^b
	Residual		
	Total		

Sumber: Data diolah SPSS 20, 2023

Berdasarkan hasil uji signifikansi simultan di atas memperlihatkan bahwa nilai uji statistik F sebesar 93,637 dan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$, maka dapat disimpulkan bahwa kemudahan, kemanfaatan, dan kepercayaan secara simultan (Bersama-sama) berpengaruh terhadap keputusan penggunaan *e-walet* dalam melakukan *top up* shopeepay melalui BSI.

4.5. Analisis Regresi Linier Berganda

Tabel 4.14
Hasil uji regresi linier berganda

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-6.714	1.719		-3.906	.000
	Kemudahan	.536	.112	.421	4.788	.000
	Kemanfaatan	.212	.059	.296	3.582	.001
	Kepercayaan	.214	.077	.264	2.763	.007

a. Dependent Variable: Keputusan Penggunaan

Sumber: Data diolah SPSS 20, 2023

Persamaan uji regresi linier berganda sebagai berikut:

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + b_3 X_3 + \varepsilon$$

$$Y = -6,714 + 0,536 X_1 + 0,212 X_2 + 0,214 X_3 + \varepsilon$$

Persamaan pada penelitian ini dapat di artikan sebagai berikut :

Konstanta (a) : Nilai a pada penelitian ini yaitu sebesar -6,714 nilai konstanta bernilai negative artinya jika skor kemudahan, kemanfaatan dan kepercayaan dianggap tidak ada atau sama dengan nol, maka nilai keputusan penggunaan *e-walet* juga akan semakin berkurang

Koefisien X1 : Nilai regresi X1 (Kemudahan) pada penelitian ini yaitu sebesar 0,536, bernilai positif artinya pengaruh kemudahan terhadap keputusan penggunaan *e-walet* adalah positif dan cukup kuat. Jika nilai kemudahan meningkat, maka keputusan penggunaan *e-walet*

dalam melakukan *top up* shopeepay melalui BSI pada Masyarakat Solo Raya juga meningkat.

Koefisien X2 : Nilai regresi X2 (Kemanfaatan) pada penelitian ini yaitu sebesar 0,212, bernilai positif artinya pengaruh kemanfaatan terhadap keputusan penggunaan *e-wallet* dalam melakukan *top up* shopeepay melalui BSI adalah positif dan cukup kuat. Jika nilai kemanfaatan meningkat, maka keputusan penggunaan *e-wallet* dalam melakukan *top up* pada masyarakat Solo Raya juga meningkat.

Koefisien X3 : Nilai regresi X3 (Kepercayaan) pada penelitian ini yaitu sebesar 0,214, bernilai positif artinya pengaruh kepercayaan terhadap keputusan penggunaan *e-wallet* dalam melakukan *top up* shopeepay melalui BSI adalah positif dan cukup kuat. Jika nilai kepercayaan meningkat, maka keputusan penggunaan *e-wallet* dalam melakukan *top up* shopeepay melalui BSI pada masyarakat Solo Raya juga meningkat.

4.6 Uji t

Uji t bertujuan untuk membuktikan terdapatnya pengaruh yang signifikan baik antara pengaruh kemudahan terhadap keputusan penggunaan *e-wallet*, pengaruh kemanfaatan terhadap keputusan penggunaan *e-wallet*, pengaruh kepercayaan terhadap keputusan penggunaan *e-wallet*. Variabel independent secara parsial berpengaruh signifikansi terhadap variabel dependen, dimana jika $T_{hitung} > T_{tabel}$ maka uji regresi dikatakan signifikan, atau melihat dari nilai

signifikan, jika nilai signifikan lebih kecil dari 0,05 maka secara parsial uji regresi dikatakan signifikan.

Tabel 4.15
Hasil Uji t

Model		T	Sig.
1	(Constant)	-3.906	.000
	Kemudahan	4.788	.000
	Kemanfaatan	3.582	.001
	Kepercayaan	2.763	.007

Sumber: Data diolah SPSS 20, 2023

Berdasarkan dari hasil yang diolah dari SPSS 20 diatas, dapat di simpulkan bahwa hasil uji statistik atau uji t sebagai berikut:

- a. Hasil uji t (parsial) menunjukkan bahwa nilai signifikansi pengaruh kemudahan terhadap keputusan penggunaan shopeepay yaitu sebesar 0,000 > 0,05 dan nilai Thitung 4,788 > Ttabel 0,220, maka H1 diterima yang berarti terdapat pengaruh kemudahaan terhadap keputusan penggunaan *e-walet*
- b. Hasil uji t (persal) menunjukkan bahwa nilai signifikansi pengaruh kemanfaatan terhadap keputusan penggunaan shopeepay yaitu sebesar 0,001 < 0,05 dan Thitung 3,582 > Ttabel 0,220, maka H1 diterima yang berarti terdapat pengaruh kemudahaan terhadap keputusan penggunaan *e-walet*.
- c. Hasil uji t (persal) menunjukkan bahwa nilai sinifikansi pengaruh kepercayaan terhadap keputusan penggunaan shopeepay yaitu sebesar 0,007

$< 0,05$ dan $R_{hitung} 2,763 > T_{tabel} 0,220$, maka H_1 diterima yang berarti terdapat pengaruh kepercayaan terhadap keputusan penggunaan *e-wallet*.

4.7. Pembahasan Hasil Analisis Data

4.7.1 Pengaruh persepsi kemudahan terhadap keputusan penggunaan *e-wallet* dalam melakukan *top up* shopeepay melalui BSI pada masyarakat Solo Raya

Berdasarkan hasil riset yang sudah dilakukan menunjukkan bahwa persepsi kemudahan memperoleh hasil dengan nilai positif t hitung sebesar 4,788 yang mana nilai tersebut $> t$ tabel yaitu 0,220. Kemudian signifikansi persepsi kemudahan menunjukkan nilai sebesar 0,00 yang berarti nilai tersebut tidak mencapai alpha yaitu 0,05. Hal ini memperlihatkan bahwa persepsi kemudahan berpengaruh terhadap keputusan penggunaan *e-wallet*. Hingga kesimpulannya bahwa persepsi kemudahan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan *e-wallet* dalam melakukan *top up* shopeepay melalui BSI pada masyarakat Solo Raya.

Hal ini menunjukkan bahwa apabila masyarakat Solo Raya menggunakan *e-wallet* dalam melakukan *top up* shopeepay melalui BSI lalu merasakan persepsi kemudahan dalam penggunaannya, dengan begitu segala bentuk kegiatan yang akan dilakukan mereka terasa lebih mudah. Semakin tinggi nilai kemudahan maka semakin tinggi pula nilai penggunaan pada shopeepay.

Dengan itu, menunjukkan bahwa pada aplikasi shopee di rancang dengan cara memudahkan agar pengguna mudah memahami saat melakukan transaksi pada shopeepay. Seperti teori Fred Davis (1989) kemudahan dalam hal ini teknologi atau

sistem dalam penggunaannya akan terlepas dari kesulitan dan tidak membutuhkan upaya. Jika sebuah sistem penggunaannya mudah, maka akan lebih banyak digunakan oleh masyarakat. Sehingga kemudahan yaitu pengguna memiliki kepercayaan penuh pada sistem teknologi informasi untuk meringankan pekerjaan yang dilakukannya.

Setelah pengguna mengambil keputusan dalam menggunakan shopeepay tersebut dikarenakan terdapat system yang memudahkan pengguna untuk bertransaksi maka pengguna akan memakainya secara terus menerus dan akan merekomendasikan kepada teman saudara ataupun keluarga. Seperti indikator yang terdapat pada keputusan penggunaan menurut Kotler & Armstrong, (2008) yaitu mencari informasi, mengevaluasi terhadap produk, merekomendasikan kepada orang lain setelah melakukan pembelian.

4.7.2. Pengaruh kemanfaatan terhadap keputusan penggunaan *e-wallet* dalam melakukan *top up* shopeepay melalui BSI pada masyarakat Solo Raya

Berdasarkan hasil riset yang dilakukan menunjukkan bahwa kemanfaatan menghasilkan nilai yang positif yaitu nilai t hitung sebesar 3,582 yang mana nilai tersebut $>$ t tabel yaitu 0,220. Kemudian nilai signifikansi kemanfaatan menunjukkan nilai 0,001 yang berarti nilai tersebut di bawah nilai alpha yaitu 0,05. Hal ini menunjukkan jika H_2 yang menyatakan kemanfaatan berpengaruh terhadap keputusan penggunaan *e-wallet* pada shopeepay. Hingga didapat kesimpulan bahwa

kemanfaatan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan *e-wallet* dalam melakukan *top up* shopeepay melalui BSI pada masyarakat Solo Raya.

Hal ini menunjukkan bahwa masyarakat Solo Raya menggunakan shopeepay kemudian merasakan adanya kemanfaatan dalam menggunakannya, maka pengguna akan mendapatkan kemanfaatan ataupun keuntungan salah satunya lebih efisien dalam melakukan transaksi. Semakin tinggi nilai kemanfaatan maka semakin tinggi pula nilai penggunaan *e-wallet* pada aplikasi shopee, ini menunjukkan bahwa menggunakan aplikasi shopee memiliki kemanfaatan yang dapat di miliki oleh pengguna. Seperti pada teori Fred Davis (1989) mendefinisikan kemanfaatan (*usefulness*) sebagai rasa yakin yang dimiliki oleh individu jika dia menerapkan teknologi dalam kinerjanya akan mengalami peningkatan disebut dengan kemanfaatan (*usefulness*).

Keyakinan individu ketika mengambil keputusan disebut dengan persepsi manfaat. Jika seseorang meyakini bahwa teknologi memberikan manfaat, maka dia akan terus menggunakannya, begitupun sebaliknya. Kemanfaatan adalah keyakinan seseorang agar kinerjanya mengalami peningkatan apabila menggunakan teknologi.

3.3 Pengaruh kepercayaan terhadap keputusan penggunaan *e-wallet* dalam melakukan *top up* shopeepay melalui BSI pada masyarakat Solo Raya

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan menunjukkan bahwa kepercayaan menghasilkan nilai yang positif yaitu nilai t hitung sebesar 2,763 yang mana nilai tersebut lebih besar dari nilai t tabel yaitu 0,220 Kemudian nilai signifikansi kemanfaatan menunjukkan nilai 0,007 yang mana nilai tersebut di bawah

nilai alpha yaitu 0,05. Hal ini menunjukkan jika H_3 yang menyatakan kepercayaan berpengaruh terhadap keputusan penggunaan *e-wallet* dalam melakukan *top up* shopeepay melalui BSI. Maka dapat ditarik kesimpulan bahwa kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan *e-wallet* dalam melakukan *top up* shopeepay melalui BSI pada masyarakat Solo Raya.

Hal ini menunjukkan bahwa apabila masyarakat Solo Raya menggunakan shopeepay lalu merasakan adanya kepercayaan dalam penggunaannya, maka secara tidak langsung pengguna sudah melakukan interaksi melalui aplikasi website yang telah di sediakan. Semakin tinggi nilai kepercayaan maka semakin tinggi pula nilai pengguna pada aplikasi shopee. Kepercayaan sangat penting untuk pengguna jika ingin menggunakan aplikasi yang akan digunakan. Jika pengguna sudah percaya pada aplikasi yang di sediakan maka pengguna tidak ragu lagi untuk melakukan transaksi kembali menggunakan aplikasi tersebut. Seperti Menurut Setyoparwati (2019) dalam Journal of Business and Economics (JABE) kepercayaan atau Trust merupakan salah satu dasar yang mempengaruhi pelanggan dalam bertransaksi di media internet. kepercayaan merupakan faktor yang penting dalam suatu perusahaan dengan di awali interaksi antara pengguna dan penjual yang bertransaksi melalui layanan website yang disediakan.

BAB V PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis data yang di uji secara sistematis maka dapat disimpulkan:

1. Kemudahan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan *ewalet* dalam melakukan *top up* shopeepay melalui BSI pada masyarakat Solo Raya. Hal ini dapat dilihat dari hasil analisis data penelitian ini pada uji t.
2. Kemanfaatan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan *ewalet* dalam melakukan *top up* shopeepay melalui BSI pada masyarakat Solo Raya. Hal ini dapat dilihat dari hasil analisis data penelitian ini pada uji t.
3. Kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan *ewalet* dalam melakukan *top up* shopeepay melalui BSI pada masyarakat Solo Raya. Hal ini dapat dilihat dari hasil analisis data penelitian ini pada uji t.

5.2 Keterbatasan Penelitian

Keterbatasan pada penelitian ini dapat di lengkapi ataupun di sempurnakan untuk peneliti selanjutnya, adapun keterbatasan pada penelitian ini yaitu:

1. Hanya terdapat tiga variabel pada penelitian ini yaitu kemudahan, kemanfaatan dan kepercayaan
2. Populasi dalam penelitian ini hanya mencakup wilayah Solo Raya

5.3 Saran

Berdasarkan hasil dari analisis data yang telah di lakukan, tentunya peneliti tidak terlepas dari kekurangan dan keterbatasan sehingga ada beberapa saran untuk penelitian selanjutnya yaitu:

1. Penelitian selanjutnya di harapkan untuk menambahkan variabel lainnya yang belum ada terdapat pada penelitian ini sehingga hasil penelitian dapat menambah wawasan baru kepada pembaca mengenai faktor yang mempengaruhi keputusan penggunaan.
2. Penelitian selanjutnya di harapkan dapat melakukan perbandingan pada *e-wallet* lainnya.
3. Penelitian selanjutnya di harapkan untuk memperluas wilayah yang akan di teliti

DAFTAR PUSTAKA

- Anggardini, Fitrah., dan Ratnasari. (2022). Pengaruh Kualitas Layanan dan Kepercayaan terhadap Keputusan penggunaan berbelanja online di Shopee. *International Journal of Social Science And Human Research*, Vol. 05, No. 09.
- Buchari, Alma. (2013). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.
- Chen, L. (2009). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Online. *Jurnal Manajemen dan Bisnis Sriwijaya*. Vol. 19, No.3.
- Chin, W., dan Todd, P. (1995). On The Use, Usefulness, And Ease Of Use Structural Equation Modeling in MIS Research: A Note of Caution. *Journal of management information system quarterly*. Vol. 9, No. 5.
- Corritore, C. L., & Wiedenbeck, S. (2003). On-line trust: concepts, evolving themes, a model. *Journal of Human Computer Studens*. Vol. 58, No. 6, 737-758.
- Firmantika, Badarudin. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Exterior Store Surabaya. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*.
- Davis, F. D. (1989). "Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology". *Journal Article* .Vol. 13 No. 5: pp319-339.

Duwi Priyatno. (2013). *Analisis Korelasi, Regresi, dan Multivariate Dengan SPSS*.

Yogyakarta : Gava Media.

Fadillah, Faisal., dan Sodikin, Dickdick. (2022). Pengaruh kepercayaan, manfaat, dan kemudahan terhadap keputusan penggunaan pada aplikasi LinkAja Telkom Jakarta. *Jurnal Administrasi Bisnis Vol. 2, No. 2, Hal. 277-285*

Fauzi, F. (2019). *Metodologi Penelitian Untuk Manajemen Dan Akuntansi*. Jakarta:

Salemba Empat

Ghozali, I. (2017). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*.

Semarang: Badan Penerbit UNDIP

Ghozali, Imam. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS*

25. Universitas Diponegoro: Semarang

Ismulyana Djan., dan Adawiyah, Siti. (2020). Pengaruh Kenyamanan dan

Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Serta Pengaruhnya Terhadap Kepuasan Pelanggan. *International Journal of Business and Economics Research, Vol. 9, No. 4, Hal: 263-269*

Kotler., dan Amstrong. (2008). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Jakarta : Erlangga

Kotler., dan Amstrong. (2013). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan

Penggunaan OVO Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta. *Jurnal Ekonomi & Pendidikan. Vol. 17, No. 1.*

Kotler, Philip, Armstrong., dan Garry. (2008). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Jakarta:

Erlangga.

- Latif, Fitriani., & Dirwan. (2020). Pengaruh Kemudahan, Promosi dan Kemanfaatan terhadap keputusan penggunaan uang digital. *Jurnal Ilmiah Akutansi Manajemen Vol. 3, No. 1.*
- Machfoedz, M. (2013). *Pengantar Pemasaran Modern*. Yogyakarta: Akademi Pemasaran Manajemen Pemasaran YPKPN.
- Margono. (2004). *Metodologi Penelitian Pendidikan*. Jakarta :Rineka Cipta.
- Masoud, E.Y. (2013). The effect of perceived risk on online shopping in Jordan. *European Journal of Business and Management. Vol. 5, No. 6.*
- Mowen John. C., dan Minor, Michael. (2002). *Perilaku Konsumen*. Jakarta : Erlangga.
- Mowen, John C., & Minor, Micheal. (2012). *Perilaku Konsumen*. Jakarta : Erlangga.
- Nasution, M.N. (2004). *Manajemen Jasa Terpadu*. Jakarta: PT Ghalia Indonesia.
- Ramayah, T., dan Azizah Omar. (2010). Consumer Lifestyles and Online Shopping Continuance Intention. *Business Strategy Series. Vol. 11, 227-243*
- Ribbink, D., Liljander, V., dan Streukens, S. (2004). Comfort your online customer : Quality, trust, and loyalty on the internet. *Managing Service Quality : An International Journal, 14(6), 446-456.*
- Rodiah, Siti. (2020). Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Kemanfaatan, Risiko, dan Kepercayaan Terhadap Minat Menggunakan E-wallet Pada Generasi

- Milenial Kota Semarang. *Journal of Economic Education and Entrepreneurship* 1(2):66-80.
- Selvakumar, J.J., dan Raghavan, N. R. (2017). Influencing of lifestyle and attitude on online shopping. *Asian Pacific Journal of Research. Vol. Issue L V.*
- Setyoparwati. (2019). Pengaruh Dimensi Kepercayaan (*Trust*) Terhadap Partisipasi (*Participation*) Pelanggan Wulan Rent Car. *Journal Of Applied Business and Economics (JABE) Vol. 6, No. 3, 259-273*
- Schiffman, Leon. (2007). *Perilaku Konsumen*. Jakarta: PT. Indeks
- Sugiono. (1997). *Metodologi Penelitian Administrasi*. Yogyakarta: Alfabeta.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: PT Alfabet
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : Alfabeta, CV.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : Alfabeta.
- Syaiqoni, Imam., dan Rahayu, Jekti. (2023). Pengaruh persepsi kemudahan, kemanfaatan dan kenyamanan terhadap keputusan penggunaan Go-Food. *Dynamic Management Journal, Vol. 7, No. 1.*
- Venkatesh, V. (2000). Determinants of Perceived Ease of Use: Integrating

- Control, Intrinsic Motivation, and Emotion into the Technology Acceptance Model. *Information Systems Research*, vol. 11, no. 4, pp. 342–365
- Wahyuni, Sri. (2013). *Panduan Praktis Biogas*. Jakarta: Penebar Swadaya
- Wibowo, Setyo Ferry,. dan Saidani, Basrah. (2017). Pengaruh kepercayaan dan *brand image* terhadap keputusan pembelian (Survei mobil Toyota di wilayah Jakarta). *Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia*, Vol. 8, No. 7.
- Widayanti, Wiwik. (2020). Pengaruh Kemanfaatan, Kemudahan Penggunaan dan Promosi terhadap Keputusan Penggunaan E-wallet. *Jurnal Akuntansi dan Keuangan*, Vol. 7, No. 1
- Yamit, Zulian. (2001). *Manajemen kualitas produk dan jasa*. Yogyakarta: Ekonisia
- Abdullah, J.L., dan Mohn Suberi. (2014). Perceived Usefulness and Trust Towards Consumer Behaviors: a Perspective of Consumer Online Shopping. *Journal of Asian Scientific Research*, Vol. 4, No. 10, 541-546
- Yudiantara, Putu Oka. (2022). Peran Kepercayaan dalam Memediasi Pengaruh Persepsi Kegunaan dan Persepsi Kemudahan Penggunaan terhadap Keputusan Penggunaan Dompot Digital LinkAja. *International journal of health sciences*, Vol. 5, No. 4, Hal 649-658
- Yulfan, Arif., Rina., dan Ali, Fahri. (2020). Determinan penggunaan e-wallet generasi milenial muslim. *Jurnal Ilmu Ekonomi Islam*, Vol. 06, No. 02.

LAMPIRAN

LAMPIRAN 1 BLUEPRINT

Lampiran Blueprint Sebelum Uji Validitas

Blueprint Kemudahan

No	Aspek	Indikator	No. Aitem		Jumlah Item
			F	UF	
1	Sistem jelas dan dimengerti	Clear and understandable	1,2		2
2	Interaksi dengan system	Does not require a lot of mental effort	3		1
3	Mudah digunakan	Easy to use	5,6	4	3
4	Sesuai keinginan	Easy to get the system to do what they wants to do	7,8		1
Total			8		8

Blueprint Kemanfaatan

No	Aspek	Indikator	No. Aitem		Jumlah Item
			F	UF	
1	pekerjaan mudah	makes job easier	9, 10		2
2	Bermanfaat	Usefull	11,12		2
3	produktifitas bertambah	Increase productivity	13, 14		2
4	Efektivitas	enchance effectiveness	15, 16		2
5	mengembangkan kinerja	improve job performance	17, 18		2
Total					10

Blueprint Kepercayaan

No	Aspek	Indikator	No. Aitem		Jumlah Item
			F	UF	
1	Akurat	Konsisten	19, 20		2
2	Terpenuhi keinginan	mengerti keinginan konsumen	21, 22		2
3	kualitas produk	komposisi informasi dengan kualitas produk kepercayaan konsumen	23, 24		2
Total					6

Blueprint Keputusan Penggunaan

No	Aspek	Indikator	No. Aitem		Jumlah Item
			F	UF	
1	Pengetahuan	Mencari informasi	25, 26		2
2	Penilaian	Mengevaluasi terhadap produk	27, 28		2
3	Menghimbau	Merekomendasikan Kepada Orang Lain Setelah Melakukan Pembelian.	29, 30		2
Total					6

Skala Sebelum Validitas

Kemudahan (X1)

No	Pernyataan	Alternatif Jawaban				
		SS	S	KS	TS	STS
<i>Clear and understandable</i>						
1	Saya merasa top up shopeepay melalui BSI mudah di mengerti					
2	Saya menggunakan dan melakukan top up shopeepay melalui BSI karena sistem pada aplikasi tersebut jelas					
<i>Does not require a lot of mental effort</i>						
1	Saya berintraksi dengan banyak orang untuk memahami fitur top up shopeepay melalui BSI					
2	Saya merasa sistem top up shopeepay melalui BSI sulit di pahami					
<i>Easy to use</i>						
1	Saya merasa sistem top up shopeepay melalui BSI mudah di gunakan					
2	Saya merasa dengan adanya top up shopeepay melalui BSI dapat mempermudah saya untuk bertransaksi					
<i>Easy to get the system to do what they wants to do</i>						
1	Saya merasa sistem top up shopeepay melalui BSI yang dioprasikan sesuai dengan kebutuhan saya					
2	Saya merasa top up shopeepay melalui BSI sudah sesuai dengan harapan saya					

Kemanfaatan (X2)

NO	Pernyataan	Alternatif Jawaban				
		SS	S	KS	TS	STS
<i>Makes job easier</i>						
1	Saya merasa dengan adanya transaksi top up shopeepay melalui BSI dapat mempermudah pekerjaan saya					
2	Saya merasa pekerjaan saya lebih efesiensi jika menggunakan transaksi top up shopeepay melalui BSI					
<i>Usefull</i>						

1	Top up shopeepay melalui BSI sangat bermanfaat bagi saya					
2	Top up shopeepay melalui BSI berguna untuk melakukan berbagai transaksi					
<i>Increase productivity</i>						
1	Saya merasa top up shopeepay melalui BSI dapat meningkatkan produktivitas dalam setiap saya bertransaksi					
2	Saya merasa top up shopeepay melalui BSI memberikan kenyamanan lebih saat bertransaksi					
<i>Enhance effectiveness</i>						
1	Saya merasa top up shopeepay melalui BSI dapat meningkatkan efektivitas dalam melakukan setiap transaksi					
2	Dengan adanya top up shopeepay melalui BSI, saya dapat melakukan transaksi dengan cepat					
<i>Improve job performance</i>						
1	Saya merasa top up shopeepay melalui BSI dapat meningkatkan kinerja saya					
2	Saya merasa top up shopeepay melalui BSI dapat mengembangkan kinerja pekerjaan saya					

Kepercayaan (X3)

No	Pernyataan	Alternatif Jawaban				
		SS	S	KS	TS	STS
Konsisten						
1	Saya merasa tindakan dalam layanan top up shopeepay melalui BSI sudah konsisten					
2	Performa system top up shopeepay melalui BSI sudah akurat dan spesifik					
Mengerti keinginan konsumen						
1	Sistem top up shopeepay melalui BSI sudah sesuai dengan keinginan saya					
2	Fitur top up shopeepay melalui BSI sudah sesuai dengan permintaan saya					
Komposisi informasi dengan kualitas produk						
1	Komposisi produk pada shopeepay sudah sesuai dengan harapan saya					
2	Komposisi produk pada shopeepay berkualitas dan baik di bandingkan aplikasi lainnya					
Kepercayaan konsumen						
1	Saya sudah yakin pada system layanan yang di gunakan dalam melakukan top up shopeepay melalui BSI					
2	Saya sudah percaya pada keamanan saat bertransaksi jika melakukan top up shopeepay melalui BSI.					

Keputusan Penggunaan (Y)

No	Pernyataan	Alternatif Jawaban				
		SS	S	KS	TS	STS
Informasi produk						
1	Saya mencari informasi tentang kemudahan, kemanfaatan, dan kepercayaan untuk memutuskan mengaktifkan dan melakukan top up shopeepay melalui BSI					
2	Saya mengaktifkan dan melakukan top up shopeepay melalui BSI dikarenakan mendapatkan informasi tentang kemudahan, kemanfaatan dan kepercayaan dari orang sekitar					
Mengevaluasi pada produk						

1	Saya selalu mengevaluasi tentang kemudahan, kemanfaatan dan kepercayaan terhadap pengguna sebelum melakukan keputusan penggunaan <i>ewalet</i> dalam melakukan top up shopeepay melalui BSI					
2	Saya mengevaluasi produk pada shopeepay dan memutuskan untuk menggunakan shopeepay					
Merekomendasikan kepada orang lain						
1	Saya merekomendasikan kepada orang lain bahwa system kemudahan, kemanfaatan dan kepercayaan dalam melakukan top up shopeepay melalui BSI sudah baik dan akurat					
2	Saya meyakinkan kepada orang lain bahwa system kemudahan, kemanfaatan dan kepercayaan dalam melakukan top up shopeepay melalui BSI sudah sesuai dengan keinginan saya					

X2.9	Pearson Correlation	.839**	.803**	.665**	.636**	.789**	.716**	.671**	.615**	1	.875**	.908**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000		,000	,000
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
X2.10	Pearson Correlation	.768**	.859**	.602**	.599**	.778**	.723**	.713**	.553**	.875**	1	.891**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000		,000
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
Total_X2	Pearson Correlation	.874**	.900**	.784**	.765**	.853**	.830**	.822**	.802**	.908**	.891**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50

Tabel Blueprint Sebelum Validitas Kepercayaan (x3)

		Correlations									
		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	X2.7	X2.8	Total_X3	
X3.1	Pearson Correlation	1	.802**	.427**	.400**	.481**	.276	.640**	.532**	.643**	
	Sig. (2-tailed)		,000	,002	,004	,000	,052	,000	,000	,000	
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	
X3.2	Pearson Correlation	.802**	1	.543**	.539**	.547**	.388**	.801**	.715**	.761**	
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000	,000	,005	,000	,000	,000	
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	
X3.3	Pearson Correlation	.427**	.543**	1	.956**	.855**	.763**	.608**	.733**	.908**	
	Sig. (2-tailed)	,002	,000		,000	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	
X3.4	Pearson Correlation	.400**	.539**	.956**	1	.841**	.856**	.608**	.748**	.920**	
	Sig. (2-tailed)	,004	,000	,000		,000	,000	,000	,000	,000	
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	
X3.5	Pearson Correlation	.481**	.547**	.855**	.841**	1	.796**	.629**	.735**	.900**	
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000		,000	,000	,000	,000	
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	
X3.6	Pearson Correlation	.276	.388**	.763**	.856**	.796**	1	.584**	.672**	.831**	
	Sig. (2-tailed)	,052	,005	,000	,000	,000		,000	,000	,000	
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	
X3.7	Pearson Correlation	.640**	.801**	.608**	.608**	.629**	.584**	1	.780**	.816**	

	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50
X3.8	Pearson Correlation	.532**	.715**	.733**	.748**	.735**	.672**	.780**	1	.870**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000		,000
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50
Total_X3	Pearson Correlation	.643**	.761**	.908**	.920**	.900**	.831**	.816**	.870**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50

Tabel Blueprint Sebelum Validitas Keputusan Penggunaan (Y)

		Correlations						
		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	Total_Y
Y.1	Pearson Correlation	1	.628**	.678**	.572**	.608**	.706**	.827**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000	,000	,000	,000
	N	50	50	50	50	50	50	50
Y.2	Pearson Correlation	.628**	1	.691**	.541**	.576**	.637**	.816**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000	,000	,000	,000
	N	50	50	50	50	50	50	50
Y.3	Pearson Correlation	.678**	.691**	1	.602**	.596**	.688**	.841**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000	,000	,000	,000
	N	50	50	50	50	50	50	50
Y.4	Pearson Correlation	.572**	.541**	.602**	1	.626**	.734**	.794**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000		,000	,000	,000
	N	50	50	50	50	50	50	50
Y.5	Pearson Correlation	.608**	.576**	.596**	.626**	1	.874**	.852**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000		,000	,000
	N	50	50	50	50	50	50	50
Y.6	Pearson Correlation	.706**	.637**	.688**	.734**	.874**	1	.919**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000		,000
	N	50	50	50	50	50	50	50
Total_Y	Pearson Correlation	.827**	.816**	.841**	.794**	.852**	.919**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	50	50	50	50	50	50	50

Berdasarkan tabel diatas, kita dapat menentukan valid atau tidak validnya suatu kuisioner ketika kita membandingkan Rhitung dan Rtabel. Jika Rhitung > Rtabel maka butir pertanyaan dalam kuisioner tersebut dapat di katakana valid. Dimana sampel pada penelitian ini memiliki 80 responden maka Rtabel(n)= Sigifikansi 5% sehingga Rtabel pada penelitian ini yaitu Rtabel(80)= 0,220. Berikut pernyataan setiap variabel perbandingan antara Rhitung dan Rtabel beserta keterangan.

Pernyataan Kemudahan (X1)

Pernyataan	Rhitung	Rtabel	Validitas
			Rhitung > Rtabel
X1.1	0,735	0,220	Valid
X1.2	0,858	0,220	Valid
X1.3	0,680	0,220	Valid
X1.4	0,133	0,220	Tidak Valid
X1.5	0,690	0,220	Valid
X1.6	0,798	0,220	Valid
X1.7	0,845	0,220	Valid
X1.8	0,819	0,220	Valid

Pernyataan Kemanfaatan (X2)

Pernyataan	Rhitung	Rtabel	Validitas
			Rhitung > Rtabel
X2.1	0,874	0,220	Valid
X2.2	0,900	0,220	Valid
X2.3	0,784	0,220	Valid

X2.4	0,765	0,220	Valid
X2.5	0,853	0,220	Valid
X2.6	0,830	0,220	Valid
X2.7	0,822	0,220	Valid
X2.8	0,802	0,220	Valid
X2.9	0,908	0,220	Valid
X2.10	0,891	0,220	Valid

Pernyataan Kepercayaan (X3)

Pernyataan	Rhitung	Rtabel	Validitas
			Rhitung > Rtabel
X3.1	0,643	0,220	Valid
X3.2	0,761	0,220	Valid
X3.3	0,908	0,220	Valid
X3.4	0,920	0,220	Valid
X3.5	0,900	0,220	Valid
X3.6	0,831	0,220	Valid
X3.7	0,816	0,220	Valid
X3.8	0,870	0,220	Valid

Pernyataan Keputusan Penggunaan (Y)

Pernyataan	Rhitung	Rtabel	Validitas
			Rhitung > Rtabel
Y1	0,827	0,220	Valid
Y2	0,816	0,220	Valid
Y3	0,841	0,220	Valid

Y4	0,794	0,220	Valid
Y5	0,852	0,220	Valid
Y6	0,919	0,220	Valid

Lampiran 2 Kuisoner Penelitian

KUSIONER PENELITIAN

Kepada Yth.

Saudara/i

Dengan Hormat

Sehubungan dengan penyusunan skripsi skripsi yang berjudul **“ANALISIS KEMUDAHAN, KEMANFAATAN DAN KEPERCAYAAN TERHADAP KEPUTUSAN PENGGUNAAN SHOPEEPAY (STUDI KASUS MAHASISWA RADEN MAS SAID)”**. Dengan ini saya Tia Amelia dari Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta, memohon kepada Saudara/i untuk berkenan mengisi kuisisioner ini.

Dengan demikian, saya berharap dapat memberikan jawaban sejujur jujurnya. Setiap informasi yang diberikan, akan saya jamin kerahasiaannya. Atas perhatian dan kesediaan anda menjadi partisipan dalam penelitian ini, saya ucapkan terimakasih.

Hormat saya

Tia Amelia

Data Responden

Sebelum menjawab pertanyaan dalam kuisisioner ini, mohon Saudara/i mengisi data berikut terlebih dahulu. **(Jawaban yang diberikan akan dirahasiakan)**

Nama :

Jenis Kelamin :

Umur :

Prodi :

User name akun Dana :

Petunjuk Pengisian

Kuisisioner ini terdiri dari berbagai pernyataan yang mungkin sesuai dengan pengalaman Bapak/Ibu/Saudara dalam menghadapi situasi sehari-hari. Terdapat lima pilihan jawaban yang disediakan untuk setiap pernyataan, yaitu:

1. STS : Sangat tidak setuju
2. TS : Tidak setuju
3. N : Netral
4. S : Setuju
5. SS : Sangat setuju

Selanjutnya, diminta untuk menjawab dengan cara memberi tanda centang (√) yang sesuai dengan pengalaman Bapak/Ibu/Saudara. Tidak ada jawaban yang benar ataupun salah, karena itu isilah dengan sesungguhnya, yaitu berdasarkan jawaban pertama yang terlintas dalam pikiran.

Kemudahan (X1)

No	Pernyataan	Alternatif Jawaban				
		SS	S	KS	TS	STS
<i>Clear and understandable</i>						
1	Saya merasa top up shopeepay melalui BSI mudah di mengerti					
2	Saya menggunakan dan melakukan top up shopeepay melalui BSI karena sistem pada aplikasi tersebut jelas					
<i>Does not require a lot of mental effort</i>						
1	Saya berintraksi dengan banyak orang untuk memahami fitur top up shopeepay melalui BSI					
2	Saya merasa sistem top up shopeepay melalui BSI mudah di pahami					
<i>Easy to use</i>						
1	Saya merasa sistem top up shopeepay melalui BSI mudah di gunakan					
2	Saya merasa dengan adanya top up shopeepay melalui BSI dapat mempermudah saya untuk bertransaksi					
<i>Easy to get the system to do what they wants to do</i>						
1	Saya merasa sistem top up shopeepay melalui BSI yang dioprasikan sesuai dengan kebutuhan saya					
2	Saya merasa top up shopeepay melalui BSI sudah sesuai dengan harapan saya					

Kemanfaatan (X2)

NO	Pernyataan	Alternatif Jawaban				
		SS	S	KS	TS	STS
<i>Makes job easier</i>						
1	Saya merasa dengan adanya transaksi top up shopeepay melalui BSI dapat mempermudah pekerjaan saya					
2	Saya merasa pekerjaan saya lebih efesiensi jika menggunakan transaksi top up shopeepay melalui BSI					
<i>Usefull</i>						
1	Top up shopeepay melalui BSI sangat bermanfaat bagi saya					

2	Top up shopeepay melalui BSI berguna untuk melakukan berbagai transaksi					
<i>Increase productivity</i>						
1	Saya merasa top up shopeepay melalui BSI dapat meningkatkan produktivitas dalam setiap saya bertransaksi					
2	Saya merasa top up shopeepay melalui BSI memberikan kenyamanan lebih saat bertransaksi					
<i>Enchance effectiveness</i>						
1	Saya merasa top up shopeepay melalui BSI dapat meningkatkan efektivitas dalam melakukan setiap transaksi					
2	Dengan adanya top up shopeepay melalui BSI, saya dapat melakukan transaksi dengan cepat					
<i>Improve job performance</i>						
1	Saya merasa top up shopeepay melalui BSI dapat meningkatkan kinerja saya					
2	Saya merasa top up shopeepay melalui BSI dapat mengembangkan kinerja pekerjaan saya					

Kepercayaan (X3)

No	Pernyataan	Alternatif Jawaban				
		SS	S	KS	TS	STS
Konsisten						
1	Saya merasa tindakan dalam layanan top up shopeepay melalui BSI sudah konsisten					
2	Performa system top up shopeepay melalui BSI sudah akurat dan spesifik					
Mengerti keinginan konsumen						
1	Sistem top up shopeepay melalui BSI sudah sesuai dengan keinginan saya					
2	Fitur top up shopeepay melalui BSI sudah sesuai dengan permintaan saya					
Komposisi informasi dengan kualitas produk						
1	Komposisi produk pada shopeepay sudah sesuai dengan harapan saya					
2	Komposisi produk pada shopeepay berkualitas dan baik di bandingkan aplikasi lainnya					

Kepercayaan konsumen					
1	Saya sudah yakin pada system layanan yang di gunakan dalam melakukan top up shopeepay melalui BSI				
2	Saya sudah percaya pada keamanan saat bertransaksi jika melakukan top up shopeepay melalui BSI.				

Keputusan Penggunaan (Y)

No	Pernyataan	Alternatif Jawaban				
		SS	S	KS	TS	STS
Informasi produk						
1	Saya mencari informasi tentang kemudahan, kemanfaatan, dan kepercayaan untuk memutuskan mengaktifkan dan melakukan top up shopeepay melalui BSI					
2	Saya mengaktifkan dan melakukan top up shopeepay melalui BSI dikarenakan mendapatkan informasi tentang kemudahan, kemanfaatan dan kepercayaan dari orang sekitar					
Mengevaluasi pada produk						
1	Saya selalu mengevaluasi tentang kemudahan, kemanfaatan dan kepercayaan terhadap pengguna sebelum melakukan keputusan penggunaan <i>ewallet</i> dalam melakukan top up shopeepay melalui BSI					
2	Saya mengevaluasi produk pada shopeepay dan memutuskan untuk menggunakan shopeepay					
Merekomendasikan kepada orang lain						
1	Saya merekomendasikan kepada orang lain bahwa system kemudahan, kemanfaatan dan kepercayaan dalam melakukan top up shopeepay melalui BSI sudah baik dan akurat					
2	Saya meyakinkan kepada orang lain bahwa system kemudahan, kemanfaatan dan kepercayaan dalam melakukan top up shopeepay melalui BSI sudah sesuai dengan keinginan saya					

Lampiran 3 Tabulasi Data Responden

Persepsi Kemudahan

NO	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	X1.8	Total X1
1	5	5	5	4	5	5	5	5	39
2	5	5	5	5	5	5	5	4	39
3	4	4	5	4	4	3	4	3	31
4	5	4	4	5	5	5	4	3	35
5	5	4	5	4	4	5	5	5	37
6	4	4	3	4	4	4	5	4	32
7	5	5	5	5	5	5	5	5	40
8	4	4	5	5	5	5	4	5	37
9	3	3	3	3	3	3	3	3	24
10	5	5	3	4	5	5	4	4	35
11	3	4	3	4	4	3	3	3	27
12	4	4	4	5	4	4	4	4	33
13	4	4	4	5	4	4	4	4	33
14	4	4	4	4	4	4	4	4	32
15	3	4	4	4	4	3	2	4	28
16	4	4	4	5	4	4	4	4	33
17	5	5	5	4	5	5	5	5	39
18	3	2	4	4	2	3	3	2	23
19	4	4	3	4	5	5	4	4	33
20	5	5	4	5	5	5	5	5	39
21	5	3	4	3	3	4	3	3	28
22	5	4	3	3	4	4	4	4	31
23	5	5	5	5	5	5	5	3	38
24	5	5	5	4	4	5	5	5	38
25	5	5	5	5	5	5	5	5	40
26	4	4	2	5	4	4	4	4	31
27	4	4	3	1	4	4	3	2	25
28	4	3	3	4	3	4	4	3	28
29	5	5	5	1	5	5	5	5	36
30	4	4	3	5	4	4	3	3	30
31	4	4	3	3	4	2	4	3	27
32	3	3	4	4	4	3	3	3	27
33	4	4	3	4	4	4	4	3	30
34	5	5	5	5	5	5	5	5	40
35	5	5	4	5	4	4	5	4	36

36	5	3	5	4	3	4	4	5	33
37	5	5	4	4	4	4	4	3	33
38	5	5	3	4	4	5	3	4	33
39	4	4	4	4	4	4	4	4	32
40	4	4	4	4	4	4	4	4	32
41	5	5	3	5	5	4	4	3	34
42	3	3	3	3	3	3	2	3	23
43	4	4	3	4	4	4	4	4	31
44	3	3	3	3	4	4	3	3	26
45	4	4	4	4	4	4	4	4	32
46	4	3	3	3	3	3	3	4	26
47	4	3	4	5	4	4	4	4	32
48	4	4	4	4	4	4	4	4	32
49	5	5	5	5	5	5	5	5	40
50	4	4	3	4	4	3	4	2	28
51	4	4	4	4	4	4	4	4	32
52	4	2	4	3	4	4	4	4	29
53	4	4	4	4	5	4	4	4	33
54	4	4	4	4	4	4	4	4	32
55	5	4	3	4	4	4	4	4	32
56	4	4	4	4	4	4	4	4	32
57	4	4	3	4	4	4	4	4	31
58	5	4	3	5	4	4	4	4	33
59	4	4	4	4	5	5	5	5	36
60	4	4	4	4	4	4	4	4	32
61	4	4	4	4	4	4	4	4	32
62	4	4	4	5	4	4	4	5	34
63	4	4	4	4	4	4	4	4	32
64	3	4	5	3	3	5	5	3	31
65	4	4	4	4	4	4	4	4	32
66	5	4	4	4	5	5	4	4	35
67	5	5	5	5	5	5	5	5	40
68	4	5	5	4	4	4	4	5	35
69	4	3	3	3	3	4	3	2	25
70	5	4	4	5	4	4	4	5	35
71	4	5	5	5	4	5	4	5	37
72	4	4	4	4	4	4	4	4	32
73	5	5	5	5	5	5	4	4	38
74	4	4	3	4	4	4	4	4	31

30	3	3	4	4	4	4	4	5	3	3	37
31	3	3	2	5	2	3	4	3	3	2	30
32	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
33	4	3	4	2	2	4	3	4	4	3	33
34	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
35	4	5	3	3	3	4	4	4	3	3	36
36	5	3	5	4	3	3	4	3	4	5	39
37	3	3	4	4	3	3	4	4	4	4	36
38	4	3	4	5	3	4	3	4	3	3	36
39	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
40	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
41	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	32
42	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	31
43	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	39
44	4	3	3	4	3	3	3	4	3	3	33
45	4	3	3	4	4	4	3	4	4	4	37
46	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
47	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	41
48	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
49	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
50	3	2	4	2	3	3	5	5	5	5	37
51	3	3	4	4	4	4	4	4	3	3	36
52	4	5	4	3	3	4	4	3	4	4	38
53	4	5	5	4	4	4	5	4	4	4	43
54	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
55	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
56	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
57	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
58	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	38
59	3	3	3	3	3	4	4	5	4	4	36
60	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
61	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
62	4	4	5	4	3	4	5	4	5	4	42
63	4	4	4	4	3	3	4	4	3	3	36
64	5	4	4	3	2	2	5	5	3	3	36
65	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
66	4	4	4	5	4	4	4	5	2	2	38
67	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
68	4	5	5	4	4	5	4	4	4	4	43

69	4	3	4	4	4	4	4	4	3	4	38
70	5	5	4	4	5	4	4	5	5	4	45
71	5	4	5	4	5	5	4	4	5	5	46
72	4	4	5	5	5	3	4	5	4	4	43
73	4	4	4	5	5	5	5	5	5	4	46
74	5	4	5	5	5	4	4	4	4	4	44
75	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	49
76	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
77	4	5	4	5	5	4	4	5	4	5	45
78	4	4	4	3	3	4	3	4	3	3	35
79	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
80	5	4	5	4	5	5	5	5	5	3	46

Variabel Kepercayaan

No	X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5	X3.6	X3.7	X3.8	Total
1	4	5	5	5	5	5	5	5	39
2	4	5	5	5	4	5	4	5	37
3	3	3	4	4	3	4	4	3	28
4	3	3	3	3	4	4	4	4	28
5	5	5	5	5	5	5	5	5	40
6	3	2	4	3	3	3	3	4	25
7	5	5	5	5	5	5	5	5	40
8	5	4	4	5	5	5	5	5	38
9	3	3	3	3	3	3	3	3	24
10	4	4	4	4	4	4	4	4	32
11	3	3	3	3	3	3	3	3	24
12	4	4	4	4	4	3	4	4	31
13	4	4	4	4	4	4	4	4	32
14	4	4	4	4	4	4	4	4	32
15	3	3	3	4	4	3	3	4	27
16	3	3	3	3	3	3	3	4	25
17	5	5	5	5	5	5	5	5	40
18	3	4	3	2	3	3	2	3	23
19	4	4	4	3	4	3	4	4	30
20	4	5	5	5	5	5	5	5	39
21	4	3	3	3	4	4	4	4	29
22	3	3	3	4	4	4	4	4	29
23	3	4	4	4	3	3	3	4	28

24	5	5	5	5	5	5	4	4	38
25	5	5	5	5	5	5	5	5	40
26	3	4	4	4	4	3	4	4	30
27	4	4	4	4	2	4	2	4	28
28	3	3	3	3	2	2	3	3	22
29	3	5	5	5	5	5	5	5	38
30	4	4	3	3	3	4	4	4	29
31	2	4	3	3	3	4	4	4	27
32	3	3	3	4	4	3	3	3	26
33	3	3	3	3	3	2	3	4	24
34	5	5	5	5	5	5	5	5	40
35	3	5	5	5	5	5	5	5	38
36	4	3	5	4	3	2	4	4	29
37	3	4	4	4	4	3	4	4	30
38	4	4	4	4	5	4	4	3	32
39	4	4	4	4	4	4	4	4	32
40	4	4	4	4	4	4	4	4	32
41	3	3	3	3	3	3	3	3	24
42	3	3	3	4	3	3	4	2	25
43	4	4	4	4	4	4	4	4	32
44	3	3	3	3	3	3	3	4	25
45	4	4	3	3	3	3	3	3	26
46	3	3	3	3	2	4	3	2	23
47	4	4	5	4	4	4	4	4	33
48	4	4	4	4	4	4	4	4	32
49	5	5	5	5	5	5	5	5	40
50	2	2	2	2	2	3	4	4	21
51	4	4	4	3	3	3	3	4	28
52	4	4	4	3	3	4	4	4	30
53	4	3	4	4	4	4	4	4	31
54	4	4	4	4	4	4	4	4	32
55	3	3	3	4	4	4	3	3	27
56	4	4	4	4	4	4	4	4	32
57	3	4	4	4	4	4	4	4	31
58	4	3	4	3	3	3	3	3	26
59	4	4	3	3	3	3	3	3	26
60	3	3	3	3	4	3	3	3	25
61	4	4	4	4	4	4	4	4	32
62	5	4	4	3	4	4	5	5	34

63	3	3	3	3	4	3	3	3	25
64	4	4	3	4	3	4	5	5	32
65	4	2	4	4	4	4	4	4	30
66	4	4	4	4	4	4	4	5	33
67	5	5	5	5	5	5	5	5	40
68	4	5	4	4	4	4	4	4	33
69	3	3	3	4	3	3	3	3	25
70	4	4	4	5	5	4	5	5	36
71	4	5	5	4	4	5	4	5	36
72	5	4	5	4	4	4	4	5	35
73	4	4	4	4	5	5	5	5	36
74	4	4	4	4	4	4	4	5	33
75	3	5	4	4	4	5	5	5	35
76	4	5	4	4	4	4	5	5	35
77	4	5	5	4	4	5	3	3	33
78	4	4	4	4	4	4	4	4	32
79	4	4	4	4	4	4	4	4	32
80	4	4	5	5	5	3	4	4	34

Variabel Keputusan Penggunaan

No	Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y6	Total
1	5	5	5	5	5	5	30
2	4	4	5	5	5	5	28
3	4	3	4	3	4	3	21
4	4	4	4	4	3	3	22
5	5	5	5	5	5	5	30
6	3	4	4	3	3	3	20
7	5	5	5	5	5	5	30
8	4	4	5	5	4	5	27
9	3	3	3	3	3	3	18
10	4	4	4	4	4	4	24
11	3	3	3	3	3	3	18
12	3	3	3	3	4	4	20
13	4	4	4	4	4	4	24
14	4	4	4	4	4	4	24
15	4	4	4	4	5	4	25
16	3	3	3	3	3	3	18
17	5	5	4	4	5	4	27

18	4	3	3	3	2	3	18
19	5	3	5	4	3	3	23
20	4	5	5	5	5	5	29
21	4	4	3	3	4	3	21
22	3	4	4	4	4	4	23
23	4	4	3	5	4	4	24
24	5	5	5	5	5	4	29
25	5	5	5	5	5	5	30
26	4	4	4	3	4	4	23
27	4	4	4	4	4	3	23
28	3	2	3	3	2	3	16
29	5	5	5	5	5	5	30
30	4	4	4	4	4	4	24
31	4	1	1	1	1	2	10
32	3	3	4	4	4	3	21
33	3	3	3	2	3	3	17
34	5	5	5	5	5	5	30
35	4	3	2	5	3	4	21
36	4	3	5	4	4	4	24
37	5	4	4	4	5	4	26
38	3	4	3	3	3	4	20
39	4	4	4	4	4	4	24
40	4	4	4	4	4	4	24
41	3	3	3	3	3	3	18
42	2	4	2	3	4	4	19
43	4	4	4	4	4	4	24
44	3	3	3	3	3	3	18
45	3	3	3	3	2	3	17
46	3	2	3	3	3	3	17
47	4	4	4	4	4	4	24
48	4	4	4	4	4	4	24
49	4	4	4	4	4	4	24
50	4	4	2	2	2	2	16
51	2	4	4	4	4	4	22
52	3	4	4	4	4	4	23
53	4	4	4	4	4	4	24
54	4	4	4	4	5	4	25
55	4	4	4	4	3	3	22
56	4	4	4	4	4	4	24

57	4	4	4	4	4	4	24
58	4	4	3	3	3	3	20
59	3	3	3	3	3	3	18
60	3	4	4	4	4	3	22
61	4	4	4	4	4	4	24
62	3	4	4	5	5	5	26
63	3	3	3	3	3	3	18
64	4	4	3	4	3	2	20
65	4	4	4	4	4	4	24
66	4	4	4	4	4	4	24
67	5	5	5	5	5	5	30
68	4	4	5	4	4	5	26
69	3	3	3	3	3	3	18
70	4	4	4	4	5	5	26
71	4	4	5	5	4	5	27
72	5	4	5	5	5	5	29
73	5	5	5	4	4	4	27
74	4	4	4	4	4	4	24
75	5	5	4	4	5	4	27
76	4	5	5	5	5	5	29
77	3	4	4	5	5	4	25
78	4	4	4	4	4	4	24
79	4	4	4	4	4	4	24
80	5	5	5	4	4	5	28

Lampiran 4 Hasil Output SPSS

1. Hasil Uji Reabilitas

Variabel Persepsi Kemudahan

Item-Total Statistics				
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X1.1	28.51	14.304	.662	.857
X1.2	28.68	13.589	.724	.849
X1.3	28.84	14.087	.548	.869
X1.4	28.65	14.509	.432	.883
X1.5	28.64	14.158	.692	.854
X1.6	28.63	13.883	.720	.851
X1.7	28.74	13.690	.704	.852
X1.8	28.84	13.328	.661	.856

Variabel Kemanfaatan

Item-Total Statistics				
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X2.1	36.18	27.766	.741	.922
X2.2	36.33	27.615	.682	.925
X2.3	36.16	27.150	.777	.920
X2.4	36.13	27.604	.636	.927
X2.5	36.31	26.167	.796	.918
X2.6	36.23	27.746	.718	.923
X2.7	36.18	28.070	.743	.922
X2.8	36.08	27.918	.693	.924
X2.9	36.24	26.968	.757	.921
X2.10	36.33	26.880	.728	.922

Variabel Kepercayaan

Item-Total Statistics				
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X3.1	27.31	21.281	.668	.931
X3.2	27.19	20.078	.768	.924
X3.3	27.15	20.129	.803	.921
X3.4	27.19	20.205	.808	.921
X3.5	27.21	19.815	.796	.922
X3.6	27.21	19.891	.784	.923
X3.7	27.15	20.306	.774	.924
X3.8	27.03	20.531	.732	.927

Variabel Keputusan Penggunaan

Item-Total Statistics				
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Y.1	19.39	13.582	.574	.934
Y.2	19.39	12.342	.796	.908
Y.3	19.38	11.655	.828	.903
Y.4	19.38	11.807	.835	.902
Y.5	19.38	11.427	.839	.902
Y.6	19.41	12.094	.813	.905

2. Hasil Uji Reabilitas

Variabel Presepsi Kemudahan

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.874	8

Variabel Kemanfaatan

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.930	10

Variabel Kepercayaan

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.933	8

Variabel Keputusan Penggunaan

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.924	6

3. Hasil Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		80
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	0E-7
	Std. Deviation	1.91566883
Most Extreme Differences	Absolute	.135
	Positive	.112
	Negative	-.135
Kolmogorov-Smirnov Z		1.207
Asymp. Sig. (2-tailed)		.108
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		

Uji Multikolinearitas

Coefficients ^a								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
		1	(Constant)	-6.714				
	Kemudahan	.536	.112	.421	4.788	.000	.280	3.566
	Kemanfaatan	.212	.059	.296	3.582	.001	.318	3.148
	Kepercayaan	.214	.077	.264	2.763	.007	.237	4.213

a. Dependent Variable: Keputusan Penggunaan

Uji Heteroskedastisitas dengan uji glejser

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
		1	(Constant)	4.215		
	Kemudahan	-.100	.091	-.230	-1.099	.275
	Kemanfaatan	-.068	.048	-.277	-1.412	.162
	Kepercayaan	.082	.063	.298	1.310	.194

a. Dependent Variable: ABS_RES

4. Hasil Uji Hipotesis

Uji R

Model Summary			
R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
.887 ^a	.787	.779	1.953

a. Predictors: (Constant), Kepercayaan, Kemudahan, Kemanfaatan

Uji F

ANOVA^a

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	1071.574	3	357.191	93.637	.000 ^b
Residual	289.913	76	3.815		
Total	1361.488	79			

a. Dependent Variable: Keputusan Penggunaan

Uji t

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	-6.714	1.719		-3.906	.000
Kemudahan	.536	.112	.421	4.788	.000
Kemanfaatan	.212	.059	.296	3.582	.001
Kepercayaan	.214	.077	.264	2.763	.007

a. Dependent Variable: Keputusan Penggunaan

