

## BAB IV

### HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

#### A. Gambaran Umum Objek Penelitian

##### 1. Sejarah ShopeePay

ShopeePay merupakan *mobile payment* e-wallet yang tergabung dalam aplikasi marketplace Shopee. Shopee merupakan salah satu situs *e-commerce* yang didirikan oleh perusahaan SEA Group di Singapura. Perusahaan SEA Group berdiri pada sejak tahun 2009 oleh Forrest LI. Shopee pertama kalinya hadir yaitu di Singapura pada tahun 2015 yang kemudian melebarkan sayapnya ke beberapa negara tetangga seperti Malaysia, Thailand, Taiwan, Vietnam, dan Filipina, bahkan ke negara Indonesia. Shopee mulai memasuki pasar Indonesia yaitu pada akhir bulan Mei 2015 dan mulai beroperasi yaitu pada akhir Juni 2015.<sup>1</sup> Shopee merupakan sebuah platform belanja

---

<sup>1</sup> Azka Fikri, "Pengaruh Penggunaan ShopeePay Sebagai Dompet Digital Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa FEB USU", (Skripsi Fakultas

yang diadaptasikan untuk para pengguna dengan memberikan pengalaman belanja yang nyaman, aman, praktis, cepat dan dirancang dengan menyesuaikan untuk setiap wilayah.<sup>2</sup>

Shopeepay merupakan layanan pembayaran *mobile* yang sudah dapat digunakan oleh pengguna sebagai metode pembayaran online di platform Shopee sejak tahun 2018. Namun, perusahaan baru meresmikan Shopeepay yaitu pada hari Selasa, 25 Agustus 2020 yang dilakukan secara virtual.<sup>3</sup>

Shopeepay adalah fitur layanan uang elektronik yang dapat digunakan sebagai metode pembayaran online di aplikasi Shopee, maupun untuk pembayaran offline pada setiap Merchant Shopeepay dan dapat

---

Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sumatera Utara, 2021), <https://repositori.usu.ac.id>, diakses pada 18 April 2022, pukul 13.26 WIB, h. 34.

<sup>2</sup> “Shopee Careers”, <https://careers.shopee.co.id/about>, diakses pada 07 April 2022, pukul 21.13 WIB.

<sup>3</sup> Fahmi Bagas, “Shopeepay Resmi Hadir Sebagai Dompot Digital, Tawar Promo Voucher Belanja Rp 1”, <http://www.google.com/amp/s/nextren.grid.id/amp>, diakses pada 02 Mei 2022, pukul 21.38 WIB.

menyimpan pengembalian dana yang dapat digunakan untuk membayar pesanan pengguna berikutnya.<sup>4</sup>

### **Gambar 2. Logo Shopeepay**



*Sumber: <https://tirto.id/cara-top-up-saldo-shopeepay-via-atm-dan-m-banking-esAA>*

## **2. Fitur-fitur Shopeepay**

Fitur-fitur yang tersedia dalam Shopeepay dalam membantu setiap transaksi oleh pengguna, antara lain yaitu sebagai berikut: <sup>5</sup>

- a. Pembayaran dengan Scan Kode QR, pembayaran menggunakan scan Kode QR dapat dilakukan baik untuk pembayaran di toko, website, atau aplikasi Merchants.

---

<sup>4</sup> “Shopeepay”, <https://shopeepay.co.id/>, dikases pada 06 April 2022, pukul 10.00 WIB.

<sup>5</sup> “Shopeepay”, <https://shopeepay.co.id/>, dikases pada 06 April 2022, pukul 10.10 WIB.

- b. Pengisian saldo yang dapat dilakukan melalui transfer bank
- c. ShopeePay dapat digunakan untuk melakukan transfer ke rekening bank atau ke akun ShopeePay dengan gratis biaya admin dan tanpa batas transaksi.
- d. Fitur verifikasi ShopeePay
- e. ShopeePay sekitarmu bisa mendapatkan penawaran Voucher ShopeePay dan ShopeePay sekitarmu di merchants terdekat
- f. Fitur pembayaran aman, pengisian saldo, bayar, dan transfer saldo dilengkapi dengan PIN dapat menjaga keamanan akun.

## **B. Deskripsi Responden**

### **1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin**

Sampel penelitian yang berjumlah 69 responden jika dilihat dari karakteristik jenis kelamin, maka dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

**Table 4. Karakteristik Reponden Berdasarkan Jenis Kelamin**

Jenis Kelamin	Jumlah	Presentase
Perempuan	56	81,2%
Laki-laki	13	18,8%
<b>Total</b>	<b>69</b>	<b>100%</b>

Sumber : Data primer diolah, 2022

Berdasarkan data tabel diatas, dapat diketahui bahwa sebagian besar responden yaitu berjenis kelamin perempuan yang berjumlah 56 orang dengan presentase 81,2% dan selebihnya yaitu berjenis kelamin laki-laki yang berjumlah 13 orang dengan presentase 18,8%. Sehingga dengan hal ini menunjukkan bahwa mayoritas responden dalam penelitian ini yaitu berjenis kelamin perempuan.

## **2. Karakteristik Responden Berdasarkan Intensitas Menggunakan Layanan *Mobile payment* Shopeepay**

Sampel penelitian yang berjumlah 69 responden jika dilihat dari karakteristik responden berdasarkan

intensitas menggunakan layanan *mobile payment* ShopeePay, maka dilihat pada tabel dibawah ini:

**Table 5. Karakteristik Responden Berdasarkan Intensitas Menggunakan Layanan *Mobile Payment* ShopeePay**

Menggunakan	Jumlah	Presentase
Selalu	11	15,9%
Sering	41	59,5%
Kadang-kadang	17	24,6%
<b>Total</b>	<b>69</b>	<b>100%</b>

Sumber : Data primer diolah, 2022.

Berdasarkan data tabel di atas, dapat diketahui bahwa sebagian besar responden lebih sering menggunakan layanan *mobile payment* ShopeePay sebagai media transaksi yaitu sebanyak 41 responden dengan presentase 59,5%, 17 responden dengan presentase 24,6% kadang-kadang menggunakan *mobile payment* ShopeePay, dan 11 responden dengan presentase 15,9% yaitu dengan instensitas selalu

menggunakan *mobile payment* ShopeePay. Sehingga dengan hal ini menunjukkan bahwa mayoritas responden intensitas penggunaan *mobile payment* ShopeePay yaitu pada posisi sering menggunakan.

### 3. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Produk Atau Layanan *Mobile Payment* ShopeePay

Sampel penelitian yang berjumlah 69 orang responden jika dilihat berdasarkan jenis produk atau layanan *mobile payment* ShopeePay, maka dapat dilihat pada tabel berikut ini:

**Table 6. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Produk/Layanan *Mobile Payment* ShopeePay**

Jenis Produk	Jumlah	Presentase
Pulsa, Tagihan, dan Hiburan	8	11,6%
Food & Beverage	0	0%
Marketplace	22	31,9%
Supermarket	1	1,4%
Merchant	2	2,9%
Lebih dari 1	36	52,2%

Jenis Produk	Jumlah	Presentase
<b>Total</b>	<b>69</b>	<b>100%</b>

Sumber : Data primer diolah, 2022.

Berdasarkan data tabel di atas dapat diketahui bahwa, sebanyak 8 responden (11,6%) menggunakan *mobile payment* Shopeepay untuk pembayaran pulsa, tagihan, dan hiburan, 0 responden (0%) untuk food & Beverage, 22 reponden (31,9%) menggunakan *mobile payment* Shopeepay untuk transaksi pembayaran pada marketplace, 1 responden (1,4%) menggunakan layanan *mobile payment* Shopeepay untuk pembayaran di supermarket, 2 responden (2,9%) menggunakan *mobile payment* Shopeepay untuk pembayaran di Merchant, dan 36 responden (52,2%) menggunakan layanan *mobile payment* Shopeepay untuk pembayaran lebih dari satu transaksi. Sehingga dengan hal ini menunjukkan bahwa mayoritas responden menggunakan layanan *mobile peyment* shopeepay digunakan untuk



melakukan lebih dari satu (1) transaksi pembayaran produk.

#### **4. Karakteristik Responden Berdasarkan Pengeluaran Total Perbulan.**

Sampel penelitian yang berjumlah 69 orang responden jika dilihat berdasarkan pengeluaran total perbulan, maka dapat dilihat pada tabel berikut ini:

**Table 7. Karakteristik Responden Berdasarkan Pengeluaran Total Perbulan**

<b>Pengeluaran Perbulan</b>	<b>Jumlah</b>	<b>Presentase</b>
< Rp 300.000	52	75,4%
Rp 300.000 - Rp 600.000	14	20,3%
> Rp 600.000	3	4,3%
<b>Total</b>	<b>69</b>	<b>100%</b>

Sumber : Data primer diolah, 2022.

Berdasarkan data tabel di atas, jika dilihat berdasarkan pengeluaran total perbulan dapat diketahui sebanyak 52 responden (75,4%) pengeluaran perbulan yaitu kurang dari Rp 300.000,

14 responden (20,3%) dengan pengeluaran total perbulan yaitu sebesar Rp 300.000 – Rp 600.000, dan 3 responden (4,3%) dengan pengeluaran total perbulan yaitu lebih dari Rp 600.000. Sehingga dengan hal ini dapat diketahui bahwa, mayoritas responden pengeluaran total perbulan yaitu sebesar kurang dari Rp 300.000.

#### **5. Karakteristik Responden Berdasarkan Menggunakan Layanan *Mobile payment* ShopeePAY**

Sampel penelitian untuk 69 orang responden jika dilihat berdasarkan menggunakan layanan *mobile payment* ShopeePAY, maka dapat dilihat pada tabel berikut ini:

**Table 8. Karakteristik Responden Berdasarkan Menggunakan Layanan *Mobile payment* ShopeePAY**

<b>Menggunakan Mobile Paymeny dalam 2 Bulan</b>	<b>Jumlah</b>	<b>Presentase</b>
Ya	62	89,9%

<b>Menggunakan Mobile Paymenty dalam 2 Bulan</b>	<b>Jumlah</b>	<b>Presentase</b>
Tidak	7	10,1%
<b>Total</b>	<b>69</b>	<b>100%</b>

Sumber : Data primer diolah, 2022.

Berdasarkan dari data tabel di atas, jika dilihat berdasarkan menggunakan layanan *mobile payment* Shopeepay dalam dua (2) bulan terakhir ini menunjukkan bahwa, sebanyak 62 responden (89,9%) dalam dua bulan terakhir ini menggunakan layanan *mobile payment* Shopeepay, dan 7 responden (10,1%) dalam dua bulan terakhir tidak menggunakan layanan *mobile payment* Shopeepay. Sehingga, dengan hal ini menunjukkan bahwa mayoritas responden selama dua bulan terakhir ini menggunakan layanan *mobile payment* Shopeepay.

## C. Analisis Data

### 1. Statistik Deskriptif

Statistik deskriptif digunakan untuk mengumpulkan, menyusun, dan menyajikan ringkasan data penelitian. Analisis descriptive digunakan juga untuk mengonfirmasi nilai minimum, maksimum, mean, standar deviasi, dan menguji apakah data berdistribusi, normal atau tidak.<sup>6</sup> Hasil perhitungan statistik deskriptif yang telah diolah menggunakan SPSS 21 adalah sebagai berikut:

**Table 9. Statistik Deskriptif**

#### Descriptive Statistics

	N	Minimu m	Maximu m	Mean	Std. Deviation
PEOU	68	19	50	43.35	6.411
PU	68	42	80	66.66	9.993
Penggunaan	69	17	30	24.65	3.623

---

<sup>6</sup> Tony Wijaya, *Metodologi Penelitian Ekonomi dan Bisnis: Teori dan Praktik*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2013), h. 37.

Valid (listwise)	N	68				
---------------------	---	----	--	--	--	--

Sumber : Data diolah menggunakan SPSS 21

Berdasarkan data tabel diatas menampilkan hasil dari analisis statistik deskriptif yang dapat disimpulkan sebagai berikut:

- a. Variabel *perceived ease of use* sebanyak 68 responden mempunyai nilai minimum sebesar 19 dan maksimum 50. Maka penilaian terendah yang diberikan oleh responden adalah 19 dan penilaian paling tinggi yang diberikan oleh responden adalah 50. Nilai mean (rata-rata) sebesar 43.45 dan standar deviasi yaitu sebesar 6.411.
- b. Variabel *perceived usefulness* dengan responden sebanyak 68 orang mempunyai nilai minimum sebesar 42 dan maksimum 80. Maka penilaian terendah yang diberikan oleh responden adalah 42 dan penilaian paling tinggi yang diberikan oleh responden adalah 80. Nilai mean (rata-rata) yaitu

sebesar 66.66 dan standar deviasi yaitu sebesar 9.993.

- c. Variabel penggunaan dengan responden sebanyak 68 orang mempunyai nilai minimum sebesar 17 dan nilai maksimum 30. Maka penilaian terendah yang diberikan oleh responden adalah 17 dan penilaian paling tinggi yang diberikan oleh responden adalah 30. Nilai mean (rata-rata) yaitu sebesar 24.64 dan nilai standar deviasi yaitu sebesar 3.623.

## 2. Distribusi Jawaban Responden

Hasil data distribusi jawaban dari 69 responden pada semua pernyataan dengan instrumen penelitian *perceived ease of use*, *perceived usefulness*, dan penggunaan *mobile payment payment* ShopeePay yaitu sebagai berikut:

No Responden	<i>Perceived Ease of Use (X1)</i>	<i>Perceived Usefulness (X2)</i>	Penggunaan (Y)
1	47	79	28
2	50	77	29
3	47	69	29
4	36	54	18

<b>No Responden</b>	<b><i>Perceived Ease of Use (X1)</i></b>	<b><i>Perceived Usefulness (X2)</i></b>	<b>Penggunaan (Y)</b>
5	47	80	26
6	50	77	28
7	36	57	24
8	49	77	28
9	37	42	23
10	40	66	24
11	41	64	24
12	50	72	28
13	36	52	21
14	46	67	28
15	48	79	28
16	41	57	23
17	19	61	23
18	43	62	22
19	40	64	23
20	40	62	24
21	39	63	25
22	25	43	19
23	38	51	17
24	27	44	17
25	50	77	29
26	45	70	25
27	49	74	25
28	48	74	23
29	40	64	20
30	49	77	30
31	47	71	28
32	49	66	26
33	43	66	20
34	49	77	28
35	50	74	25
36	50	77	26

<b>No Responden</b>	<b><i>Perceived Ease of Use (X1)</i></b>	<b><i>Perceived Usefulness (X2)</i></b>	<b>Penggunaan (Y)</b>
37	44	57	21
38	47	71	29
39	36	61	24
40	47	75	27
41	49	80	28
42	41	64	22
43	40	64	20
44	40	64	29
45	48	75	30
46	36	55	19
47	34	57	19
48	40	66	25
49	41	70	25
50	49	75	28
51	40	56	23
52	47	60	24
53	48	80	29
54	50	80	30
55	43	62	25
56	49	76	30
57	47	75	26
58	50	80	28
59	45	69	22
60	47	79	25
61	40	53	17
62	50	80	29
63	37	49	19
64	40	59	23
65	50	61	27
66	41	60	23
67	44	66	23
68	47	68	23



No Responden	<i>Perceived Ease of Use (X1)</i>	<i>Perceived Usefulness (X2)</i>	Penggunaan (Y)
69	40	54	22

Sumber : Data primer diolah, 2022.

### 3. Uji Kelayakan Data

#### a. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur valid atau tidaknya suatu kuesioner penelitian yang digunakan dalam penelitian ini. Untuk mengetahui valid atau tidaknya suatu kuesioner dapat dilakukan dengan membandingkan hasil dari nilai  $r_{hitung}$  dengan  $r_{tabel}$  melalui hasil pengujian menggunakan korelasi *product moment*. Suatu pernyataan dapat dikatakan valid apabila hasil  $r_{hitung} > r_{tabel}$ . Kriteria validitas yang digunakan yaitu dengan  $n = 68$  pada taraf signifikansi 0,05 atau 5%,  $df = n - 2 = 69 - 2 = 67$ , maka  $r_{tabel}$  yang diperoleh yaitu sebesar 0,2369.

Uji validitas dilakukan pada masing-masing variabel yang digunakan dalam penelitian

ini yang terdiri dari variabel *Perceived Ease of Use*, *Perceived Usefulness*, dan Penggunaan *Mobile payment* Shopeepay. Adapun hasil pengujian validitas yang dilakukan dengan menggunakan SPSS 21 adalah sebagai berikut:

**Table 10. Hasil Uji Validitas Variabel *Perceived Ease of Use* (X1)**

Item	r hitung	r tabel	Keterangan
Pernyataan 1	0,840	0,2369	Valid
Pernyataan 2	0,868	0,2369	Valid
Pernyataan 3	0,751	0,2369	Valid
Pernyataan 4	0,722	0,2369	Valid
Pernyataan 5	0,785	0,2369	Valid
Pernyataan 6	0,911	0,2369	Valid
Pernyataan 7	0,837	0,2369	Valid
Pernyataan 8	0,870	0,2369	Valid
Pernyataan 9	0,861	0,2369	Valid
Pernyataan 10	0,771	0,2369	Valid

Sumber: Data diolah menggunakan SPSS 21

Dari hasil pengujian diatas menunjukkan hasil  $r_{hitung} > r_{tabel}$  pada semua butir pernyataan. Maka dengan hal ini dapat disimpulkan bahwa instrumen penelitian pada variabel *Perceived ease of use* (X1) dinyatakan valid.

**Table 11. Uji Validitas Veriabel *Perceived Usefulness* (X2)**

<b>Item</b>	<b>r hitung</b>	<b>r tabel</b>	<b>Keterangan</b>
Pernyataan 1	0,807	0,2369	Valid
Pernyataan 2	0,669	0,2369	Valid
Pernyataan 3	0,669	0,2369	Valid
Pernyataan 4	0,843	0,2369	Valid
Pernyataan 5	0,796	0,2369	Valid
Pernyataan 6	0,788	0,2369	Valid
Pernyataan 7	0,761	0,2369	Valid
Pernyataan 8	0,743	0,2369	Valid
Pernyataan 9	0,819	0,2369	Valid
Pernyataan 10	0,844	0,2369	Valid
Pernyataan 11	0,673	0,2369	Valid
Pernyataan 12	0,820	0,2369	Valid

Item	r hitung	r tabel	Keterangan
Pernyataan 13	0,866	0,2369	Valid
Pernyataan 14	0,741	0,2369	Valid
Pernyataan 15	0,844	0,2369	Valid
Pernyataan 16	0,818	0,2369	Valid

Sumber : Data diolah menggunakan SPSS 21

Dari hasil pengujian diatas menunjukkan bahwa hasil  $r_{hitung} > r_{tabel}$  pada semua butir pernyataan. Maka dengan hal ini dapat disimpulkan bahwa instrumen penelitian pada variabel *Perceived Usefulness* (X2) dinyatakan valid.

**Table 12. Uji Validitas Variabel Penggunaan**

(Y)

Item	r hitung	r tabel	Keterangan
Pernyataan 1	0,745	0,2369	Valid
Pernyataan 2	0,771	0,2369	Valid
Pernyataan 3	0,744	0,2369	Valid
Pernyataan 4	0,854	0,2369	Valid
Pernyataan 5	0,717	0,2369	Valid

Pernyataan 6	0,759	0,2369	Valid
--------------	-------	--------	-------

Sumber : Data diolah menggunakan SPSS 21

Dari hasil pengujian diatas menunjukkan hasil  $r_{hitung} > r_{tabel}$  pada semua butir pernyataan. Maka dengan hal ini dapat disimpulkan bahwa instrumen penelitian pada variabel *Perceived Usefulness* (X2) dinyatakan valid.

#### b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dilakukan bertujuan untuk mengetahui tingkat kestabilan suatu alat ukur. Hasil pengukuran yang dilakukan dapat dipercaya jika setelah dilakukan pengujian beberapa kali terhadap kelompok subyek atau responden yang sama dan berakhir pada hasil yang relatif sama.<sup>7</sup> Suatu pernyataan dapat dikatakan reliabel apabila nilai *Cronbach alpha*  $> 0.60$ .

Uji reliabilitas dilakukan pada masing-masing variabel yang digunakan dalam penelitian ini, yang terdiri dari variabel *perceived ease of*

---

<sup>7</sup> Tony Wijaya, *Metodologi Penelitian, ...*, h. 85.

*use, perceived usefulness*, dan penggunaa *mobile payment* Shopeepay. Adapun hasil dari pengujian reliabilitas yang dilakukan dengan menggunakan SPSS 21 adalah sebagai berikut:

### 13. Uji Reliabilitas Variabel *Perceived Ease of Use* (X1)

#### Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	69	100.0
	Excluded <sup>a</sup>	0	.0
	Total	69	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

#### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.947	.947	10

Sumber : Data diolah menggunakan SPSS 21

Berdasarkan hasil pengujian reliabilitas diatas menunjukkan bahwa dari N of Items (jumlah butir pernyataan kuesioner) sebanyak 10

butir pernyataan dengan nilai *Cronbach's alpha* sebesar 0,947 diartikan bahwa  $0,947 > 0,60$ . Maka dengan demikian dapat disimpulkan bahwa seluruh item pernyataan *perceived ease of use* dinyatakan reliabel, karena mempunyai nilai *Cronbach's alpha*  $> 0,60$ .

**Table 14. Uji Reliabilitas Variabel *Perceived Usefulness* (X2)**

**Case Processing Summary**

		N	%
Cases	Valid	69	100.0
	Excluded <sup>a</sup>	0	.0
	Total	69	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.957	.958	16

Sumber: Data diolah menggunakan SPSS 21

Berdasarkan data diatas menunjukkan bahwa dari N of Items (jumlah butir pernyataan kuesioner) sebanyak 16 butir pernyataan dengan nilai *Cronbach's alpha* sebesar 0,957 diartikan bahwa  $0,957 > 0,60$ . Maka dengan demikian dapat disimpulkan bahwa seluruh item pernyataan pada variabel *perceived usefulness* dinyatakan reliabel, karena mempunyai nilai *Cronbach's alpha*  $> 0,60$ .

**Table 15. Uji Reliabilitas Variabel**

**Penggunaan *Mobile payment* Shopeepay (Y)**

**Case Processing Summary**

		N	%
Cases	Valid	69	100.0
	Excluded <sup>a</sup>	0	.0
	Total	69	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.



### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.849	.860	6

Sumber : Data diolah menggunakan SPSS 21

Berdasarkan hasil uji reliabilitas diatas menunjukkan bahwa dari N of Items (jumlah butir pernyataan kuesioner) sebanyak 6 butir pernyataan dengan nilai *Cronbach's alpha* sebesar 0,849 diartikan bahwa  $0,849 > 0,60$ . Maka dengan demikian dapat disimpulkan bahwa seluruh item pernyataan pada variabel penggunaan *mobile payment* Shopeepay (*actual usage*) dinyatakan reliabel, karena mempunyai nilai *Cronbach's alpha*  $> 0,60$ .

#### 4. Uji Asumsi Klasik

##### a. Uji Normalitas

Uji normalitas merupakan suatu cara yang digunakan untuk menguji apakah nilai residual yang sudah distandarisasi pada model regresi terdistribusi normal atau tidak.<sup>8</sup> Pengujian normalitas dengan menggunakan uji Kolmogorov-Smirnov, sebagai dasar pengambilan keputusan dapat dilihat dari nilai signifikansi (Sig) > alpha (0,05), dengan hal ini data dapat dikatakan normal. Hasil uji normalitas yang dilakukan dengan uji Kolmogorov-Smirnov dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

---

<sup>8</sup> Suliyanto, *Ekonometrika Terapan*, .....h. 69.

**Table 16. Hasil Uji Normalitas****One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

		Unstandardized Residual
N		69
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.14649374
	Absolute	.085
Most Extreme Differences	Positive	.055
	Negative	-.085
Kolmogorov-Smirnov Z		.702
Asymp. Sig. (2-tailed)		.708

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Sumber : Data diolah menggunakan SPSS 21

Berdasarkan hasil uji normalitas dengan Kolmogorov-Smirnov di atas menunjukkan bahwa nilai Asymp.Sig yaitu sebesar 0,708 dapat diartikan nilai Asymp.Sig  $0,708 > 0,05$ . Dengan hal ini membuktikan bahwa semua data terdistribusi dengan normal, sehingga model regresi memenuhi asumsi normalitas.

### b. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi yang terbentuk terdapat korelasi yang tinggi atau tidak diantara variabel independen. Untuk mengetahui ada atau tidaknya masalah multikolinieritas dapat dilakukan dengan melihat nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) dari masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen. Apabila nilai VIF tidak melebihi dari 10 maka model dapat dikatakan tidak mengandung multikolinieritas.<sup>9</sup>

**Table 17. Hasil Uji Multikolinieritas**

Coefficients <sup>a</sup>								
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics		
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF	
1 (Constant)	4.451	1.892		2.352	.022			

<sup>9</sup> Suliyanto, *Ekonometrika Terapan: Teori & Aplikasi*,....., h. 81-82.

PEOU	.119	.068	.210	1.753	.084	.374	2.677
PU	.226	.043	.628	5.243	.000	.374	2.677

a. Dependent Variable: Penggunaan

Sumber : Data diolah menggunakan SPSS 21

Berdasarkan hasil data Coefficients diatas terlihat bahwa nilai Tolerance (TOL) pada variabel *Perceived Ease of Use* dan *Perceived Usefulness* yaitu sebesar 0,374, sedangkan untuk nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) pada variabel *Perceived Ease of Use* dan *Perceived Usefulness* yaitu sebesar 2,677. Dapat terlihat jika nilai TOL dan VIF memiliki hasil yang sama, hal ini dikarenakan model regresi hanya terdiri dari dua variabel independen (bebas), sehingga nilai X1 sama dengan X2.

Dari hasil perhitungan analisis menunjukkan bahwa nilai VIF masing-masing variabel dengan nilai 2,677 lebih kecil dari 10, sehingga dapat disimpulkan bahwa pada model regresi yang terbentuk tidak terjadi gejala multikolinieritas.

### c. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas dilakukan yaitu bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain.<sup>10</sup> Untuk mendeteksi ada atau tidaknya gejala heteroskedastisitas, maka dilakukan pengujian dengan menggunakan metode Rank Spearman dan selanjutnya dilakukan perbandingan antara nilai signifikansi dengan alpha. Apabila nilai signifikansi (Sig) > alpha (0.05) maka dapat dipastikan bahwa model tidak mengandung heteroskedastisitas dan begitupun sebaliknya, apabila nilai signifikansi (Sig) < alpha (0,05) maka dapat dipastikan bahwa model mengandung heteroskedastisitas. Adapun hasil uji heteroskedastisitas dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

---

<sup>10</sup> Linda Liyanto dan Marcus Remiasa, "Hubungan Antara,....., h. 4.

Table 18. Hasil Uji Heteroskedastisitas

			Correlations		
			Perceived Ease of Use	Perceived Usefulness	Unstandardized Residuals
Spearman's rho	Perceived Ease of Use	Correlation Coefficient	1.000	.827**	.090
		Sig. (2-tailed)	.	.000	.461
		N	69	69	69
	Perceived Usefulness	Correlation Coefficient	.827**	1.000	.016
		Sig. (2-tailed)	.000	.	.899
		N	69	69	69
Unstandardized Residual	Correlation Coefficient	.090	.016	1.000	
	Sig. (2-tailed)	.461	.899	.	
	N	69	69	69	

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

Sumber : Data diolah menggunakan SPSS 21

Berdasarkan hasil uji heteroskedastisitas dengan pengujian menggunakan Rank Spearman dapat diketahui bahwa nilai Sig. (2-tailed) pada variabel *Perceived Ease of Use* sebesar 0,461 > 0,05, sedangkan nilai Sig. (2-tailed) pada variabel *Perceived Usefulness* sebesar 0,899 > 0,05.

Sehingga dengan hal ini dapat disimpulkan bahwa pada variabel *Perceived Ease of Use* dan *Perceived Usefulness* tidak terjadi gejala heteroskedastisitas.

## **5. Analisis Regresi Linear Berganda**

Analisis regresi berganda digunakan untuk menguji pengaruh dua atau lebih variabel independen (*perceived ease of use* dan *perceived usefulness*) terhadap satu variabel dependen (penggunaan *mobile payment* ShopeePay). Untuk menganalisis ada atau tidaknya pengaruh antara variabel bebas dengan variabel terikat maka dibantu dengan penggunaan SPSS 21, adapun data dari hasil analisis regresi linear berganda yaitu sebagai berikut:



**Table 19. Hasil Analisis Regresi Linear Berganda**

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	4.451	1.892		2.352	.022
1 Perceived Ease Of Use	.119	.068	.210	1.753	.084
Perceived Usefulness	.226	.043	.628	5.243	.000

a. Dependent Variable: Penggunaan

Sumber : Data diolah menggunakan SPSS 21

Berdasarkan data tabel diatas memperoleh hasil regresi linear berganda yaitu:  $Y = 4,451 + 0,119 X_1 + 0,226 X_2$ , maka berdasarkan persamaan regresi berganda tersebut sehingga dapat di interprestasikan yaitu sebagai berikut:

- a. Nilai konstanta (nilai Y) yaitu sebesar 4,451, artinya dalam hal ini apabila variabel *perceived ease of use* (X1) dan *perceived usefulness* (X2) bernilai tetap maka penggunaan *mobile payment shopeepay* (Y) yaitu sebesar 4,451.

b. Penggunaan *mobile payment* ShopeePAY akan meningkat sebesar 0,119 satuan untuk setiap tambahan satu satuan X1 (*perceived ease of use*). Jadi apabila *perceived ease of use* bertambah sebesar satu satuan, maka penggunaan *mobile payment* ShopeePAY akan meningkat sebesar 0,119 satuan.

c. Penggunaan *mobile payment* ShopeePAY akan meningkat sebesar 0,226 satuan untuk setiap tambahan satu satuan X2 (*perceived usefulness*). Jadi, apabila *perceived usefulness* bertambah satu satuan, maka jumlah penggunaan *mobile payment* ShopeePAY akan bertambah sebesar 0,226 satuan

Sehingga berdasarkan interpretasi di atas menunjukkan bahwa *Perceived Ease of Use* dan *Perceived Usefulness* meningkat, maka hal ini akan diikuti oleh peningkatan pada penggunaan *mobile payment* ShopeePAY.

## 6. Uji Hipotesis

### a. Uji Statistik t ( Uji Signifikansi Parsial)

Uji statistik t digunakan untuk menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel independen (bebas) secara individual dalam menerangkan satu variabel dependen (terikat).<sup>11</sup> Dalam hal ini uji t digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya pengaruh antara satu variabel independen (*perceived ease of use, perceived usefulness*) terhadap variabel dependen (penggunaan *mobile payment* Shopeepay). adapun data dari hasil perhitungan uji statistik t yaitu sebagai berikut:

**Table 20. Hasil Uji Statistik t**

<b>Coefficients<sup>a</sup></b>					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	4.451	1.892		2.352	.022

<sup>11</sup> Mudrajad Kuncoro, *Metode Kuantitatif*,....., h. 105-106.

Perceived Ease Of Use	.119	.068	.210	1.753	.084
Perceived Usefulness	.226	.043	.628	5.243	.000

a. Dependent Variable: Penggunaan

Sumber : Data diolah menggunakan SPSS 21

Uji statistik t (uji signifikansi parsial) dilakukan dengan menggunakan pengujian dua pihak (*two tail*) dengan taraf signifikansi  $\alpha = 5\%$  atau 0,05. Adapun untuk mendapatkan nilai  $t_{tabel}$  yaitu menggunakan rumus  $t_{tabel} = t(\alpha/2; n-k-1) = 0,05/2; 69-2-1 = 0,025; 66 = 1,996$  maka dengan hal ini untuk nilai  $t_{tabel}$  sebesar 1,996. Berdasarkan data tabel di atas untuk mengetahui apakah masing-masing variabel independen secara parsial berpengaruh terhadap variabel dependen yaitu dapat dilihat sebagai berikut:

**1) Pengaruh Variabel *Perceived Ease Of Use* Terhadap Penggunaan *Mobile Payment* Shopeepay**

Berdasarkan hasil uji statistik t diatas diperoleh nilai signifikansi sebesar  $0,84 > 0,025$  dan nilai  $t_{hitung}$  yaitu sebesar 1,753 dan  $t_{tabel}$  sebesar 1,996 dapat diartikan bahwa nilai  $t_{hitung}$   $1,753 < t_{tabel}$  1,996, maka hal ini menunjukkan bahwa  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak. Sehingga hal ini dapat diartikan bahwa secara parsial *perceived ease of use* tidak berpengaruh secara signifikan terhadap penggunaan *mobile payment* Shopeepay, dan hipotesis yang berbunyi *perceived ease of use* berpengaruh signifikan terhadap penggunaan *mobile payment* shopeepay ditolak.

## 2) Pengaruh Variabel *Perceived Usefulness* Terhadap Penggunaan *Mobile Payment* Shopeepay

Berdasarkan hasil uji statistik t diatas diperoleh hasil nilai signifikansi sebesar 0,000 ini berarti  $0,000 < 0,025$  dan diperoleh nilai  $t_{hitung}$  untuk variabel *perceived usefulness* sebesar 5,243 sedangkan untuk nilai  $t_{tabel}$  yaitu sebesar 1,996. Maka diketahui bahwa nilai  $t_{hitung} 5,243 > t_{tabel} 1,996$ . Sehingga hal ini menunjukkan bahwa  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, artinya secara parsial *perceived usefulness* berpengaruh secara signifikan terhadap penggunaan *mobile payment* Shopeepay dan hipotesis yang berbunyi *perceived usefulness* berpengaruh signifikan terhadap penggunaan *mobile payment* Shopeepay diterima.

### b. Uji Statistik F (Uji Simultan)

Uji statistik F yaitu untuk menunjukkan terdapat atau tidaknya pengaruh pada seluruh variabel independen secara bersama-sama (simultan) terhadap variabel dependen.<sup>12</sup>

**Table 21. Hasil Uji Statistik F**

**ANOVA<sup>a</sup>**

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	573.129	2	286.565	60.367	.000 <sup>b</sup>
Residual	313.306	66	4.747		
Total	886.435	68			

a. Dependent Variable: Penggunaan

b. Predictors: (Constant), Perceived Usefulness, Perceived Ease Of Use

Sumber : Data diolah menggunakan SPSS 21

Uji Statistik F (uji simultan) dilakukan dengan taraf signifikansi  $\alpha = 5\%$  atau 0,05. Adapun untuk mendapatkan nilai  $F_{tabel}$  yaitu menggunakan rumus  $F_{tabel} = F(k ; n - k) = F(2 ; 69 - 2) = 3,13$ . Maka dapat diketahui bahwa nilai  $F_{tabel}$  sebesar

<sup>12</sup> Mudrajad Kuncoro, *Metode Kuantitatif*,....., h. 106-107

3,13. Hasil uji statistik F (Uji Simultan) dapat dilihat pada tabel diatas.

Berdasarkan hasil uji statistik F (uji simultan) diatas dapat diketahui bahwa  $F_{hitung}$  sebesar 60,367 dan  $F_{tabel}$  3,13 maka dapat diartikan bahwa  $F_{hitung}$  60,367 >  $F_{tabel}$  3,13 dan nilai signifikansi sebesar  $0,000 < 0,025$ . Sehingga hal ini menunjukkan bahwa  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, artinya secara simultan variabel *perceived ease of use* dan *perceived usefulness* berpengaruh signifikan terhadap penggunaan *mobile payment* Shopeepay dan hipotesis yang berbunyi *perceived ease of use* dan *perceived usefulness* secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap penggunaan *mobile payment* Shopeepay diterima.

**c. Koefisien Determinasi ( $R^2$ )**

Koefisien determinasi merupakan ukuran yang bertujuan dalam mengetahui kesesuaian



untuk ketetapan hubungan antara variabel bebas (*perceived ease of use* dan *perceived usefulness*) dengan variabel terikat (penggunaan *mobile payment* Shopeepay) dalam suatu persamaan regresi.<sup>13</sup> Adapun hasil dari perhitungan koefisien determinasi yaitu sebagai berikut:

**Table 22. Hasil Uji Koefisien Determinasi**

Model Summary					
Model	R	R Square	Adjusted Square	R	Std. Error of the Estimate
1	.804 <sup>a</sup>	.647	.636		2.17877

a. Predictors: (Constant), Perceived Usefulness, Perceived Ease Of Use

Sumber : Data dioalah menggunakan SPSS 21

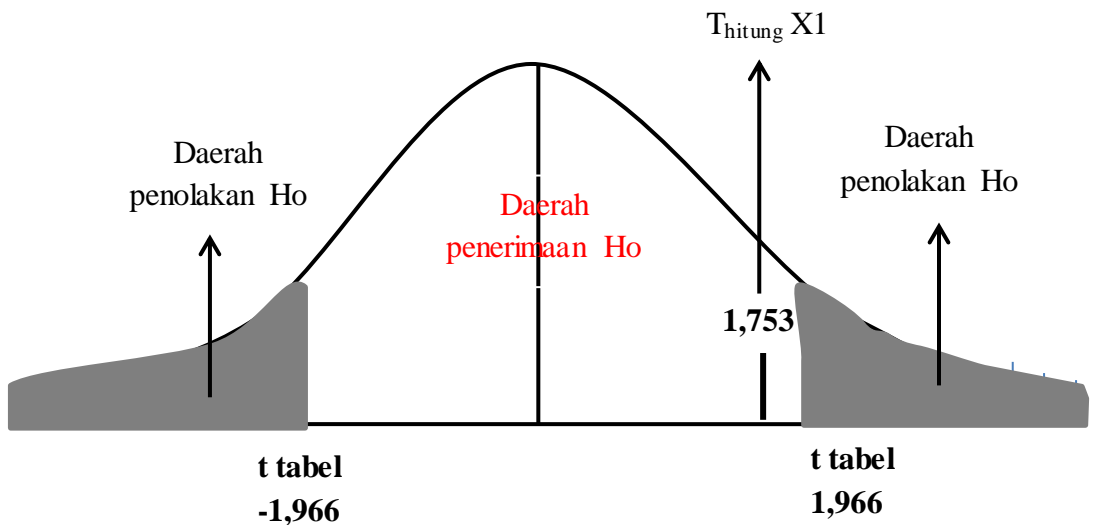
Berdasarkan hasil uji koefisien determinasi diatas diperoleh nilai R Square atau nilai koefisien determinasi ( $R^2$ ) yaitu sebesar 0,647 atau 64,7%, maka dapat diartikan bahwa variabel bebas yaitu *perceived ease of use* (X1) dan *perceived*

---

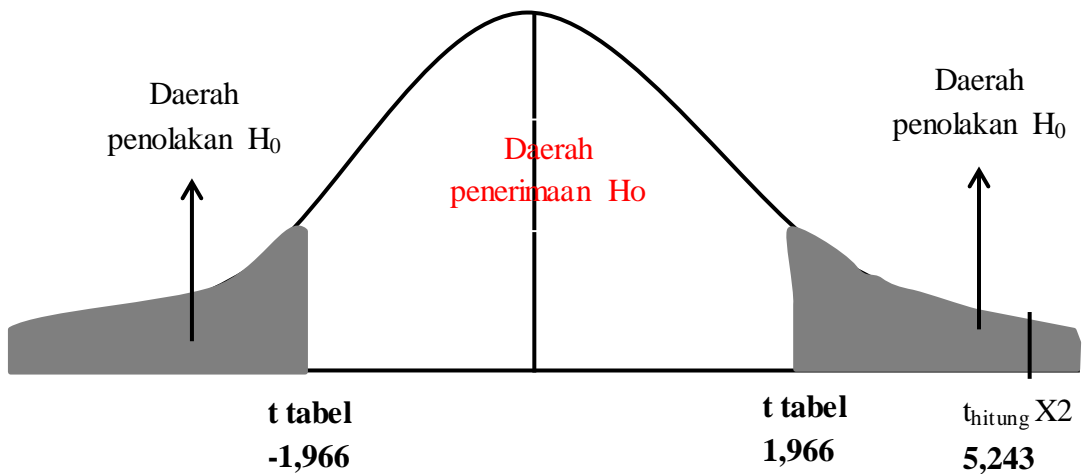
<sup>13</sup> Suharyadi & Purwanto S.K, *Statistik: untuk Ekonomi,.....*, h. 217.

*usefulness* (X2) mampu menerangkan 64,7% terhadap penggunaan *mobile payment* ShopeePay. Nilai yang di peroleh pada koefisien determinasi tergolong cukup besar dan menunjukkan bahwa variabel *perceived ease of use* dan *perceived usefulness* dapat menjelaskan dengan baik terhadap variabel terikat yaitu penggunaan *mobile payment* ShopeePay. Sedangkan untuk sebanyak 0,353 atau 35,3% (100 – 64,7%) dari variabel penggunaan *mobile payment* ShopeePay dapat dijelaskan oleh variabel yang tidak diukur dalam penelitian ini. Penggunaan tidak hanya diukur oleh dua variabel bebas yang diukur dalam penelitian ini tetapi juga dipengaruhi oleh beberapa variabel yang lainnya seperti pengetahuan produk, persepsi risiko, keamanan dan lain sebagainya yang tidak diukur dalam penelitian ini

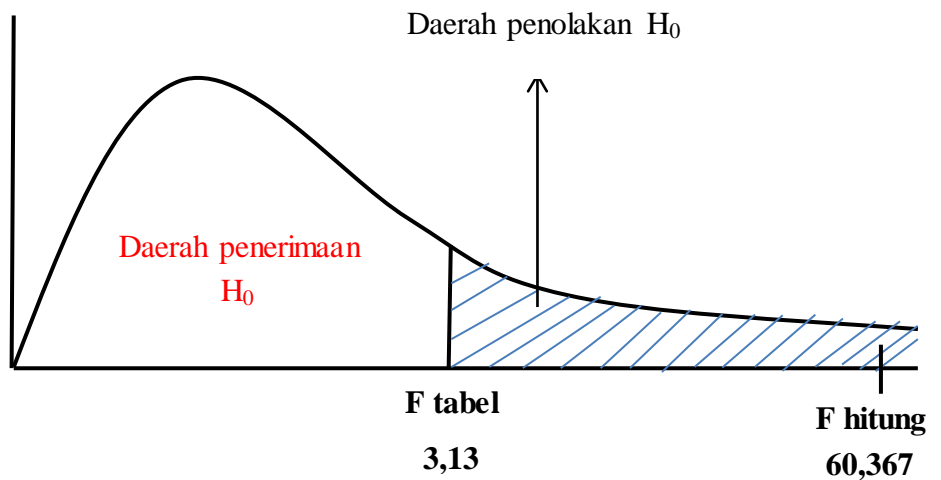
### Kurva Uji Hipotesis



Berdasarkan kurva diatas terlihat bahwa nilai  $t$  hitung  $X1$  variabel *perceived ease of use* sebesar  $1,753$  berada di daerah penerimaan  $H_0$ , dengan hal ini dapat diartikan bahwa  $t_{\text{hitung}} 1,753 < t_{\text{tabel}} 1,966$  maka hasil tersebut dapat simpulkan, secara parsial *perceived ease of use* tidak berpengaruh signifikan terhadap penggunaan *mobile payment* ShopeePAY.



Berdasarkan kurva diatas terlihat bahwa, variabel *perceived usefulness* (X2) dengan  $t_{\text{hitung}}$  sebesar 5,243 berada di daerah penolakan  $H_0$ , dapat diartikan bahwa  $t_{\text{hitung}} 5,243 > t_{\text{tabel}} 1,966$ . Maka hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa secara parsial *perceived usefulness* berpengaruh signifikan terhadap penggunaan *mobile payment* Shopeepay.



Berdasarkan kurva diatas terlihat bahwa nilai  $F_{\text{hitung}}$  sebesar 60,367 berada di daerah penolakan  $H_0$ , dimana hal tersebut dapat diartikan bahwa  $F_{\text{hitung}} 60,367 > F_{\text{tabel}} 3,13$ . Sehingga dapat disimpulkan bahwa secara simultan variabel *perceived ease of use* dan *perceived usefulness* berpengaruh signifikan terhadap penggunaan *mobile payment* Shopeepay.

## D. Pembahasan Hasil Penelitian

### 1. Pengaruh *Perceived Ease Of Use* Terhadap Penggunaan *Mobile Payment* ShopeePay.

Berdasarkan hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *Perceived ease of use* tidak berpengaruh signifikan terhadap penggunaan *mobile payment* ShopeePay. Diketahui nilai koefisien variabel *perceived ease of use* yaitu sebesar 0,119 menyatakan bahwa kenaikan satu satuan, penggunaan *mobile payment* ShopeePay akan meningkat sebesar 0,119 satuan. Hal ini berarti menunjukkan bahwa arah model tersebut adalah positif. Namun jika dilihat berdasarkan hasil uji statistik t, diperoleh nilai  $t_{hitung}$  yaitu sebesar 1,753 dan nilai  $t_{tabel}$  yaitu sebesar 1,996 berarti nilai  $t_{hitung}$   $1,753 < t_{tabel}$  1,996 dan nilai signifikansi yaitu sebesar  $0,84 > 0,025$ . Sehingga dapat diartikan bahwa  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak. Berdasarkan hasil uji hipotesis diatas dapat disimpulkan bahwa *perceived ease of use* tidak berpengaruh signifikan terhadap

penggunaan *mobile payment* ShopeePay. Sehingga hasil dari penelitian ini tidak mendukung hipotesis pertama yaitu *perceived ease of use* berpengaruh signifikan terhadap penggunaan *mobile payment* ShopeePay.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa, terdapatnya inovasi teknologi pada transaksi pembayaran yaitu dengan hadirnya *mobile payment* ShopeePay dan menjadikan transaksi menjadi lebih mudah, namun demikian hal ini tidak menjadikan mahasiswa relatif sering menggunakan *mobile payment* ShopeePay. Mahasiswa yang kurang sering menggunakan *mobile payment* ShopeePay disebabkan oleh beberapa kendala, seperti kesulitan dalam pengisian topup saldo, baik itu disebabkan karena layanan ShopeePay yang mengalami sistem error dan baik fitur-fitur yang disediakan oleh ShopeePay yang masih kurang bisa difahami oleh mahasiswa, hal tersebut menjadikan mahasiswa membutuhkan bantuan

orang lain dalam melakukan transaksi. Maka, ketika mahasiswa percaya atau meyakini saat menggunakan suatu teknologi membutuhkan usaha atau tidak memberikan kemudahan saat digunakan maka ia tidak akan meningkatkan dalam penggunaan *mobile payment* Shopeepay. Jika *perceived ease of use* rendah, maka penggunaan sistem teknologi akan semakin rendah juga.<sup>14</sup>

Hasil dari penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Gusni, Hurriyati, dan Dirgantari (2020), yang menunjukkan bahwa, *perceived ease of use* memiliki pengaruh positif terhadap *actual usage* Go-Pay. *Perceived ease of use* telah mendorong mahasiswa untuk senantiasa meningkatkan penggunaan aplikasi Go-pay dalam menunjang aktivitas sehari-harinya. Mahasiswa

---

<sup>14</sup> Alfath Prima dan Agung Kuswantoro, "Pengaruh Persepsi.....", h. 363.



cenderung akan rutin menggunakan aplikasi Go-Pay karena dapat diakses dengan mudah.<sup>15</sup>

## 2. Pengaruh *Perceived Usefulness* Terhadap Penggunaan *Mobile Payment* ShopeePay.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan dimana hasil uji regresi berganda, nilai koefisien *perceived usefulness* yaitu sebesar 0,226 menyatakan bahwa apabila *perceived usefulness* naik sebesar satu satuan, maka penggunaan *mobile payment* akan meningkat sebesar 0,226. Hal ini berarti menunjukkan bahwa arah model tersebut adalah positif. Berdasarkan hasil uji statistik diperoleh nilai  $t_{hitung}$  yaitu sebesar 5,243 sedangkan untuk nilai  $t_{tabel}$  yaitu sebesar 1,996. Hal ini dapat diartikan bahwa nilai  $t_{hitung}$   $5,243 > t_{tabel}$  1,996 dan nilai signifikansi yaitu sebesar  $0,000 < 0,025$ . Maka, hal ini menunjukkan bahwa  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Berdasarkan hasil uji hipotesis diatas dapat disimpulkan bahwa *perceived usefulness* berpengaruh

---

<sup>15</sup> Gusni, Ratih Hurriyati, dan Puspo Dewi Dirgantari, “Pengaruh *Perceived*,.....”, h. 29.

signifikan terhadap penggunaan *mobile payment* Shopeepay. Sehingga hasil dari penelitian ini mendukung hipotesis kedua yaitu *perceived usefulness* berpengaruh signifikan terhadap penggunaan *mobile payment* Shopeepay.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa ketika mahasiswa merasa *mobile payment* Shopeepay berguna dalam membantu aktivitas transaksi sehari-hari maka mahasiswa akan menggunakan dan semakin meningkatkan penggunaannya. Jika dilihat dari kegunaannya, ditemukan salah satu bentuk kegunaan *mobile payment* Shopeepay yang paling banyak dirasakan oleh mahasiswa jurusan Ekonomi Syariah, seperti transaksi menjadi lebih cepat terselesaikan dengan menggunakan *mobile payment* Shopeepay dibandingkan dengan mahasiswa melakukan transaksi pembayaran menggunakan uang tunai. Tersedianya fitur QR Code pada setiap merchant menjadikan transaksi lebih cepat tanpa harus mengantri terlalu

lama. Dengan menggunakan *mobile payment* shopeepay dapat menghemat waktu pada setiap melakukan transaksi pembayaran. Sehingga dengan berbagai kegunaan yang dirasakan oleh setiap mahasiswa jurusan Ekonomi Syariah, hal ini yang mempengaruhi intensitas atau frekuensi penggunaan yang dilakukan oleh mahasiswa menjadi lebih sering menggunakan *mobile payment* ShopeePay dalam membantu dan mendukung aktivitas transaksi pembayaran sehari-harinya.

Hasil dari penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Silva Cita Cania (2018) yang meneliti tentang penerimaan layanan mobile Go-Pay yang menunjukkan bahwa variabel persepsi manfaat berpengaruh positif dan signifikan terhadap penggunaan Go-Pay pada pelanggan. Semakin banyak manfaat yang dapat diterima oleh pelanggan maka hal ini akan meningkatkan penggunaan Go-Pay dan

menjadikan pelanggan tertarik untuk menggunakan Go-Pay secara terus menerus.<sup>16</sup>

Hasil penelitian inipun sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Yusoff (2009), yang menyatakan bahwa *perceived usefulness* berpengaruh positif dan signifikan terhadap penggunaan (*actual usage*).<sup>17</sup>

### **3. Pengaruh *Perceived Ease Of Use* dan *Perceived Usefulness* Terhadap Penggunaan *Mobile Payment* ShopeePay**

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa, berdasarkan nilai dari koefisien X1 yaitu sebesar 0,119 satuan, dapat diartikan bahwa *perceived ease of use* bertambah satu satuan maka penggunaan *mobile payment* ShopeePay akan bertambah sebesar 0,119 satuan dengan asumsi X2 tetap. Nilai dari koefisien X2 yaitu sebesar 0,226. Hal ini dapat

---

<sup>16</sup> Silva Cita Cania, "Faktor-faktor,.....", h. 64.

<sup>17</sup> Yusliza Mohd.Yusoff, dkk, "Individual Differences,.....", h.

diartikan bahwa apabila *perceived usefulness* naik sebesar satu satuan, maka penggunaan *mobile payment* akan meningkat sebesar 0,226 dengan asumsi  $X_1$  tetap. Jika dilihat dari hasil uji statistik menghasilkan  $F_{hitung}$  sebesar 60,367 dan  $F_{tabel}$  yaitu sebesar 3,13 maka dapat diartikan bahwa  $F_{hitung} 60,367 > F_{tabel} 3,13$  dan nilai signifikansi sebesar  $0,000 < 0,025$ . Sehingga hal ini menunjukkan bahwa  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Berdasarkan hasil uji hipotesis dapat disimpulkan bahwa *perceived ease of use* dan *perceived usefulness* secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap penggunaan *mobile payment* Shopeepay. Sehingga hasil dari penelitian ini mendukung hipotesis ketiga yaitu *perceived ease of use* dan *perceived usefulness* secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap penggunaan *mobile payment* Shopeepay.

Secara bersama-sama *perceived ease of use* dan *perceived usefulness* memiliki pengaruh signifikan

terhadap penggunaan *mobile payment* ShopeePay. Artinya, ketika mahasiswa percaya bahwa *mobile payment* ShopeePay berguna dan mudah digunakan dalam membantu aktivitas transaksi pembayaran serta berfungsi sesuai dengan keinginan mahasiswa, maka hal ini berpengaruh terhadap intensitas penggunaan *mobile payment* ShopeePay menjadi lebih sering digunakan oleh mahasiswa. Sehingga semakin tinggi *perceived ease of use* dan *perceived usefulness* maka penggunaan *mobile payment* ShopeePay oleh mahasiswa akan semakin baik.

Hasil dari penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Citra dan Kuswantoro (2020), hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa persepsi kegunaan dan persepsi kemudahan berpengaruh positif dan signifikan terhadap penggunaan SMARD. Nilai signifikansi yaitu sebesar 0,000 nilai tersebut menunjukkan lebih kecil dari 0,05. Maka dapat

diartikan  $0,000 < 0,05$  sehingga dapat dikatakan bahwa hipotesis ketiga diterima.<sup>18</sup>

Hasil penelitian inipun sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Davis (1989), yang menyatakan bahwa *perceived usefulness* dan *perceived ease of use* signifikan berkorelasi dengan penggunaan (*actual usage*).<sup>19</sup>

---

<sup>18</sup> Alfath Prima Citra dan Agung Kuswanto, “Pengaruh Persepsi,.....” h. 363.

<sup>19</sup> Fred D. Davis, “Perceived Usefulness,.....h. 329.