

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Objek Penelitian

1. Profil Perusahaan *Shopee*

PT Shopee International Indonesia merupakan salah satu anak perusahaan dari Sea Group yang dulunya bernama Garena. Berdiri pada tahun 2015 dan berpusat di kota Singapura, *Shopee* merupakan anak perusahaan yang bergerak dibidang *e-commerce* dan dipimpin oleh Chris Feng. Perusahaan *Shopee* sendiri tidak hanya ada di Indonesia, tetapi juga tersebar luas di beberapa negara lain seperti Malaysia, Vietnam, Thailand, Filipina, China, Taiwan bahkan sampai dengan Brazil. *Shopee* juga memiliki dua akses yang bisa digunakan untuk berbelanja, yakni melalui *website* resminya dan juga melalui aplikasi *Shopee* yang bisa diunduh melalui *Apps Store* atau *Play Store*.¹

Pada awalnya *Shopee* merupakan perusahaan yang mengambil pasar *customer to customer* atau C2C. Akan tetapi seiring dengan berjalannya waktu, *Shopee* mulai mengalami

¹Meri Puspita, "Sejarah *Shopee*, Model Bisnis dan Visi Misinya," <https://pojoksosmed.com>, diakses pada tanggal 11 Mei 2022, pukul 17.30 WIB.

perubahan menjadi *business to customer* sejak diluncurkannya *Shopee Mall* pada tahun 2017 dan beralih sebagai *platform* toko *online* atau distributor resmi *Shopee*. Dengan lebih dari 70 layanan kurir di seluruh wilayah oprasionalnya. Bahkan, di tahun yang sama pula yakni pada tahun 2017, *Shopee* juga memiliki jasa pengiriman sendiri yang bernama *Shopee Express*. *Shopee Express* ini dapat digunakan oleh beberapa penjual atau toko terpilih yang dipilih oleh *Shopee*.¹

Selain fitur belanja dan *Shopee Express*, *Shopee* juga memiliki beberapa layanan lainnya. Layanan yang tersedia seperti *Shopee Food*, *Shopee Mall*, *Shopee Supermarket*, *Shopee Games*, *Shopee Pinjam*, *ShopeePay*, *ShopeePay Later*, *Sea Bank* untuk menabung dan masih banyak lainnya. Bahkan sampai saat ini pun *Shopee* terus meningkatkan inovasinya dan memperbanyak fitur-fitur bermanfaat lainnya agar para penggunaannya semakin nyaman dalam menggunakan aplikasinya.

Shopee memiliki logo dan warna yang sangat khas sekali. Logo *Shopee* terdiri dari gambar keranjang yang artinya

¹ Meri Puspita, "Sejarah *Shopee*, Model Bisnis dan Visi Misinya," <https://pojoksosmed.com>, diakses pada tanggal 11 Mei 2022, pukul 17.30 WIB.

sebagai keranjang belanjaan para penggunanya serta huruf ‘S’ yang merupakan simbol dari *Shopee* itu sendiri. Logo *Shopee* memiliki warna orange yang diartikan sebagai warna yang hangat, menarik perhatian dan mampu meningkatkan minat pembelinya.

Gambar 1.4 Logo *Shopee*



Sumber. [Shopee.com](https://shopee.com)

2. Layanan *ShopeePay*

ShopeePay merupakan salah satu layanan dompet digital yang tersedia dalam aplikasi *Shopee*. *ShopeePay* dapat digunakan untuk melakukan pembayaran produk yang dibeli melalui *marketplace Shopee* atau pada beberapa *merchant* tertentu yang memang sudah bekerja sama dengan pihak *Shopee*. Pada mulanya layanan *ShopeePay* ini hanya tersedia di negara Singapura saja, tetapi seiring berkembangnya

perusahaan *Shopee* kini layanan *ShopeePay* sudah tersedia pula di Indonesia.

Mengutip dari Beritasatu.com, *Country Brand Manager Shopee* yakni Rezki Yanuar mengatakan bahwa *ShopeePay* telah mengantongi izin Bank Indonesia (BI) sejak akhir 2018 untuk diselenggarakannya layanan *ShopeePay* ini. Sehingga tepat pada Januari 2019 *Shopee* resmi meluncurkan layanan *ShopeePay* sebagai dompet digital mereka guna memudahkan para penggunanya dalam melakukan transaksi pembayaran saat berbelanja *online*.²

Sebagai salah satu alat transaksi pembayaran digital, *ShopeePay* tentunya memiliki beragam layanan dan fitur yang menarik. Hal ini tentu saja dilakukan demi kenyamanan penggunanya ketika melakukan transaksi pembayaran dengan menggunakan layanan *ShopeePay*. Adapun beberapa fitur menarik yang disediakan oleh layanan *ShopeePay* yaitu meliputi:³

²Herman, "Raih Izin BI, Shopee Resmi Hadirkan *ShopeePay*," <https://www.beritasatu.com>, Dakses pada tanggal 14 Mei 2022 pukul 19.44 WIB.

³Anonim, "Bagaimana Sejarah Dan Layanan *ShopeePay* Serta Apa Saja Kelebihan Dan Kekurangannya," <https://www.sukmaconvert.com>, diakses pada 14 Mei 2022, pukul 19.02 WIB.

- a. Melakukan pembayaran transaksi di *platform Shopee* secara cepat dan mudah
- b. Layanan transfer saldo *ShopeePay* kepada sesama teman pengguna
- c. Mendapatkan *voucher* gratis ongkir (ongkos kirim) pada saat berbelanja di *Shopee*
- d. Bisa transfer ke semua bank gratis tanpa potongan admin
- e. Mendapatkan *cashback* yang disediakan khusus pengguna layanan *ShopeePay*.

Meskipun layanan *ShopeePay* memiliki beberapa fitur yang menarik seperti diatas, nyatanya tetap saja layanan *ShopeePay* ini juga memiliki beberapa kekurangan. Adapun kelebihan dan kekurangan layanan *ShopeePay* adalah sebagai berikut:

- a. Kelebihan *ShopeePay*

Adapun kelebihan yang diberikan oleh layanan *ShopeePay* kepada penggunanya dapat berupa:⁴

- 1) Transaksi menjadi lebih cepat dan efisien

⁴Anonim, "Bagaimana Sejarah Dan Layanan *ShopeePay* Serta Apa Saja Kelebihan Dan Kekurangannya," <https://www.sukmaconvert.com>, diakses pada 14 Mei 2022, pukul 19.05 WIB.

- 2) Adanya fitur *password* pada layanan *Shopee* dan pin yang harus digunakan pada setiap melakukan transaksi pembayaran menjadikan lebih aman.
- 3) Transfer antar bank dengan menggunakan *ShopeePay* tidak dikenakan biaya admin.
- 4) Pengisian saldo atau *top-up ShopeePay* yang mudah karena bisa via *merchant Shopee* atau via *m-banking*
- 5) Mendapatkan *voucher cashback* pada transaksi tertentu yang nantinya dapat digunakan untuk membeli kebutuhan lainnya di *Shopee*
- 6) Banyak pula promo menarik lainnya yang hanya ditawarkan kepada pengguna layanan *ShopeePay*.

Dengan banyaknya keuntungan dan promo menarik lainnya, maka tak heran apabila kebanyakan pengguna *Shopee* lebih memilih melakukan transaksi pembayaran dengan menggunakan layanan *ShopeePay*.

b. Kekurangan *ShopeePay*

Adapun kekurangan layanan *ShopeePay* adalah sebagai berikut:⁵

- 1) Seringkali sistem layanan mengalami gangguan dan *error* saat digunakan.
- 2) Pencairan dana *ShopeePay* ke rekening bank membutuhkan waktu yang cukup lama.
- 3) Tidak bisa melakukan transfer saldo kepada aplikasi lain selain aplikasi *Shopee*.

c. Logo *ShopeePay*

Adapun logo dari *ShopeePay* adalah sebagai berikut:

Gambar 2.4. Logo *ShopeePay*



Sumber. Kumparan.com

⁵Anonim, "Bagaimana Sejarah Dan Layanan *ShopeePay* Serta Apa Saja Kelebihan Dan Kekurangannya," <https://www.sukmaconvert.com>, diakses pada 14 Mei 2022, pukul 19.13 WIB.

B. Penyajian Data

Pada bagian ini penulis akan menyajikan data yang diperoleh dari lapangan semasa penelitian berlangsung. Berdasarkan pada metode penelitian yang telah ditentukan sebelumnya, yakni dengan menggunakan metode penelitian kuantitatif dengan menggunakan kuesioner *online* berbentuk *Google Form* yang disebarakan melalui *Whatsapp* kepada para responden. Penyebaran kuesioner dilakukan sebagai salah satu cara untuk mendapatkan data primer dari sebuah penelitian. data hasil penelitian yang didapatkan berupa hasil jawaban responden mengenai setiap pernyataan yang ada dalam kuesioner. Berikut dibawah ini tabel data dari responden dalam penelitian.

1. Deskripsi Identitas Responden

Identitas responden merupakan salah satu komponen yang diperhitungkan dalam sebuah penelitian. hal ini diperlukan dalam menjelaskan jawaban dari kuesioner yang diberikan kepada responden. Sampel dalam penelitian ini berjumlah 65 responden. Data identitas responden meliputi jenis kelamin, jurusan kuliah, memiliki aplikasi *Shopee* serta menggunakan layanan *ShopeePay*, pernah melakukan *top-up ShopeePay* dan

pernah melakukan transaksi pembayaran menggunakan *ShopeePay*. Data identitas yang diperoleh penelitian adalah sebagai berikut:

a. Jenis Kelamin

Hasil pengolahan data pada penelitian ini menunjukkan bahwa responden didominasi oleh responden yang berjenis kelamin perempuan dengan hasil sebanyak 40 responden (60,5%). Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa yang paling berminat dalam menggunakan layanan *ShopeePay* adalah kaum perempuan. Hal ini bisa dikarenakan perempuan lebih sering melakukan transaksi pembayaran menggunakan layanan *ShopeePay* dalam belanja *online* ataupun transaksi lainnya yang memang masih bisa menggunakan layanan *ShopeePay* sebagai alat pembayarannya karena memudahkan dalam transaksi dan praktis serta lebih efisien. Sedangkan hasil penelitian responden yang berjenis kelamin laki-laki hanya sebesar 25 responden (39,5%). Dimana hal ini dikarenakan responden laki-laki merasa masih khawatir mengenai *top-up* saldo dan keamanan data penggunaannya.

Tabel deskripsi karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin disajikan pada tabel berikut.

Tabel 1.4 Identitas Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

| No | Jenis Kelamin | Jumlah | Persentase |
|-------|---------------|--------|------------|
| 1. | Laki-laki | 26 | 39,5% |
| 2. | Perempuan | 40 | 60,5% |
| Total | | 65 | 100% |

Sumber. Hasil Pengolahan Data (2022)

b. Jurusan Kuliah

Karena responden penelitian ini memang ditujukan pada mahasiswa jurusan Ekonomi Syariah Tahun 2019, maka hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa keseluruhan responden sebanyak 65 responden (100%) merupakan mahasiswa jurusan Ekonomi Syariah Tahun 2019. Responden menggunakan layanan *ShopeePay* karena memudahkan dalam melakukan transaksi pembayaran serta mempersingkat waktu dalam bertransaksi sehingga lebih efisien. Berikut dibawah tabel deskripsi responden berdasarakan Jurusan Ekonomi Syariah.

Tabel 2.4 Identias Responden Berdasarkan Jurusan Kuliah

| Jumlah Responden | Jurusan | Persentase |
|------------------|-----------------|------------|
| 65 | Ekonomi Syariah | 100% |

Sumber. Hasil Pengolahan Data (2022)

c. Memiliki Aplikasi *Shopee* Dan Menggunakan Layanan *ShopeePay*

Hasil penelitian menunjukkan bahwa sebanyak 65 responden (100%) memiliki aplikasi *Shopee* dan pernah menggunakan layanan *ShopeePay* sebagai alat transaksi pembayaran digital. Menurut responden dengan adanya layanan *ShopeePay* memudahkan mereka dalam melakukan pembayaran pada saat berbelanja *online*. Berikut dibawah tabel penyajian datanya.

Tabel 3.4 Identitas Responden Berdasarkan Memiliki Aplikasi *Shopee* dan Menggunakan Layanan *ShopeePay*

| Jumlah Responden | Memiliki <i>Shopee</i> dan Menggunakan <i>ShopeePay</i> | Persentase |
|------------------|---|------------|
| 65 | Iya | 100% |

Sumber. Hasil Pengolahan Data (2022)

d. Pernah Melakukan *Top-up ShopeePay*

Responden yang dibutuhkan dalam penelitian ini pada dasarnya memang mahasiswa yang menggunakan layanan *ShopeePay* dan pernah melakukan *top-up* saldo *ShopeePay*. Sehingga dari hasil pengolahan data yang dilakukan hasilnya menunjukkan bahwa sebanyak 65 responden (100%) pernah setidaknya sekali melakukan *top-up* saldo *ShopeePay*. Responden juga mengatakan bahwa pada

awalnya mereka ragu mengenai keamanan *ShopeePay* dan takut saldonya menghilang secara tiba-tiba, tapi setelah mencoba sendiri nyatanya saldo yang mereka simpan di *ShopeePay* tetap aman dan justru lebih memudahkan mereka dalam melakukan transaksi pembayaran pada saat belanja *online*.

Tabel 4.4 Identitas Responden Berdasarkan Pernah Melakukan *Top-Up ShopeePay*

| Jumlah Responden | Pernah Melakukan <i>Top-Up ShopeePay</i> | Persentase |
|------------------|--|------------|
| 65 | Iya | 100% |

Sumber. Hasil Pengolahan Data (2022)

- e. Pernah Melakukan Pembayaran Menggunakan Layanan *ShopeePay*

Hasil pengolahan data menunjukkan bahwa sebanyak 65 reponden (100%) pernah melakukan transaksi pembayaran dengan menggunakan layanan *ShopeePay*. Alasan mereka menggunakan layanan *ShopeePay* karena lebih memudahkan mereka dalam transaksi dan menjadikan merek lebih efisien dalam hal waktu dan tenaga.

Tabel 5.4 Identitas Responden Berdasarkn Pernah Melakukan Transaksi Pembayaran Menggunakan *ShopeePay*

| Jumlah Responden | Pernah Melakukan | Persentase |
|------------------|------------------|------------|
|------------------|------------------|------------|

| | | |
|----|---|------|
| | transaksi pembayaran menggunakan <i>ShopeePay</i> | |
| 65 | Iya | 100% |

Sumber. Hasil Pengolahan Data (2022)

2. Deskripsi Data Variabel Penelitian

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan melalui penyebaran kuesioner *online* terhadap 65 responden, ditemukan jawaban responden terhadap masing-masing variabel dengan rentang skor 5-1 sebagaimana dilampirkan pada bagian lampiran. Dibawah ini akan dijelaskan satu persatu mengenai variabel dalam penelitian ini.

a. Variabel Kemudahan Akses (X1)

Kemudahan akses tentunya menjadi fitur utama yang ditawarkan oleh layanan *ShopeePay* guna menarik minat penggunaannya. Menurut Jogiyanto kemudahan akses adalah sejauh mana seseorang yakin bahwa pada saat menggunakan suatu sistem atau teknologi tertentu maka akan terbebas dari usaha karena mudah dipelajari, mudah dipahami dan mudah dalam pengoperasiannya.⁶ Variabel kemudahan akses terdiri dari tiga indikator, yang tiap indikatornya berisikan dua item pernyataan yang diajukan dalam kuesioner penelitian. Hasil

⁶Jogiyanto, *Sistem Informasi*,, h. 115.

dari pendistribusian pernyataan tersebut termasuk kedalam variabel Kemudahan Akses (X1).

1) Mudah Dipahami dan Dipelajari (*Easy to Learn*)

Indikator pertama dalam variabel Kemudahan Akses adalah mudah dipelajari dan dipahami (*easy to learn*). Dimana dalam hal ini, *ShopeePay* yang merupakan salah satu teknologi *digital payment* yang sangat marak digunakan oleh semua kalangan khususnya kalangan anak muda yaitu mahasiswa. Tentunya menjadi hukum yang wajib apabila kemudahan pengoprasian dan mudah digunakan menjadi fitur utama yang ditawarkan.

Tabel 6.4 Hasil Frekuensi Jawaban Responden Indikator Mudah Dipahami Dan Dipelajari (*Easy to Learn*)

| Item | 5 | | 4 | | 3 | | 2 | | 1 | | Jumlah | |
|------|---|-----|----|------|----|------|----|------|---|-----|--------|-----|
| | f | % | f | % | f | % | f | % | f | % | Total | % |
| X1.1 | 3 | 4,6 | 34 | 52,3 | 16 | 24,6 | 11 | 16,9 | 1 | 1,5 | 65 | 100 |
| X1.2 | 4 | 6,3 | 6 | 9,2 | 30 | 46,2 | 24 | 36,9 | 1 | 1,5 | 65 | 100 |

Sumber. Hasil Pengolahan Data (2022)

Indikator mudah dipahami dan dipelajari (*easy to learn*) terdiri dari dua item pernyataan, yakni sebagai berikut:

a) Item Saya Tidak Mengalami Kesulitan Dalam Mengakses Layanan *ShopeePay* (X1. 1)

Pada item saya tidak mengalami kesulitan dalam mengakses layanan *ShopeePay* (X1.1) sebanyak 3 responden (4,6%) menyatakan sangat setuju, sebanyak 34 responden (52,3%) menyatakan setuju, sebanyak 16 responden (24,6%) menyatakan kurang setuju, sebanyak 11 responden (16,9%) menyatakan tidak setuju, dan sebanyak 1 responden (1,5%) menyatakan sangat tidak setuju. Dari jawaban tersebut terlihat bahwa mayoritas responden setuju apabila pada saat mengakses layanan *ShopeePay* mereka tidak mengalami kesulitan yang berarti.

b) Item Kemudahan Layanan *ShopeePay* Membuat Saya Beralih Dari Transaksi Pembayaran Tunai Menjadi Non-tunai (X1. 2)

Pada item kemudahan layanan *ShopeePay* membuat saya beralih dari transaksi pembayaran

tunai menjadi non-tunai (X1. 2) diperoleh hasil bahwa sebanyak 4 responden (6,2%) menyatakan sangat setuju, sebanyak 6 responden (9,2%) menyatakan setuju, sebanyak 30 responden (46,2%) menyatakan kurang setuju, sebanyak 24 responden (36,9%) menyatakan tidak setuju dan sebanyak 1 responden (1,5%) menyatakan sangat tidak setuju. Dari hasil perolehan jawaban tersebut terlihat bahwa pernyataan kurang setuju dan tidak setuju memiliki skor yang paling besar. Hal ini mengindikasikan bahwa meskipun layanan *ShopeePay* memberikan kemudahan nyatanya masih belum bisa menggantikan transaksi menggunakan uang tunai dalam kehidupan sehari-hari.

2) Mudah Dikelola (*Controllable*)

Indikator kedua dalam variabel Kemudahan Akses (X1) selanjutnya adalah mudah dikelola (*controllable*). Mudah dikelola berarti teknologi atau

sistem yang digunakan dapat digunakan atau dikelola sesuai kebutuhan penggunanya.

Tabel 7.4 Hasil Frekuensi Jawaban Responden Indikator Mudah Dikelola (*Controllable*)

| Item | 5 | | 4 | | 3 | | 2 | | 1 | | Jumlah | |
|------|---|-----|----|------|----|------|----|------|---|-----|--------|-----|
| | f | % | f | % | f | % | f | % | f | % | Total | % |
| X1.3 | 3 | 4,6 | 49 | 75,4 | 4 | 6,2 | 9 | 13,8 | 0 | 0 | 65 | 100 |
| X1.4 | 2 | 3,1 | 13 | 20,0 | 27 | 41,5 | 22 | 33,8 | 1 | 1,5 | 65 | 100 |

Sumber. Hasil Pengolahan Data (2022)

Indikator mudah dikelola terdiri dari dua item pernyataan, yakni sebagai berikut:

a) Item Saya Bisa Mengatur Jumlah Transaksi Saya Dengan Menggunakan Layanan *ShopeePay* (X1.3)

Pada item saya bisa mengatur jumlah transaksi saya dengan menggunakan layanan *ShopeePay* (X1.3) diperoleh hasil bahwa sebanyak 3 responden (4,6%) menyatakan sangat setuju, sebanyak 49 responden (75,4%) menyatakan setuju, sebanyak 4 responden (6,2%) menyatakan kurang setuju, sebanyak 9 responden (13,8%) menyatakan tidak setuju dan sebanyak 0 responden (0%) sangat tidak

setuju. Hal ini terlihat bahwa mayoritas responden merasa setuju bahwa dengan adanya layanan *ShopeePay* mereka bisa mengatur dan mengelola jumlah transaksi yang mereka lakukan.

b) Item Layanan *ShopeePay* Bisa Digunakan Dan Dikelola Oleh Semua Kalangan (X1. 4)

Pada item layanan *ShopeePay* bisa digunakan dan dikelola oleh semua kalangan (X1. 4) diperoleh hasil jawaban bahwa sebanyak 2 responden (3,1%) menyatakan sangat setuju, sebanyak 13 responden (20,0%) menyatakan setuju, sebanyak 27 responden (41,5%) menyatakan kurang setuju, sebanyak 22 responden (33,8%) menyatakan tidak setuju, dan sebanyak 1 responden (1,5%) menyatakan sangat tidak setuju. Mayoritas jawaban responden berada pada pilihan kurang setuju, responden mengungkapkan bahwa kadang kala mereka merasa sulit mengelola layanan *ShopeePay* karena sistem terkadang *error*. Selain itu, pada saat melakukan pendaftaran, layanan *ShopeePay* cukup memiliki

banyak langkah dan proses sehingga para responden berpikir bahwa tidak semua kalangan mampu mengelola layanan *ShopeePay*.

3) Dapat Digunakan Dimana Saja Dan Kapan Saja (*Flexible*)

Indikator ketiga adalah dapat digunakan dimana saja dan kapan saja (*flexible*). Sebagai salah satu alat pembayaran digital atau *digital payment*, fitur fleksibel yang bisa digunakan kapan saja dan dimana saja menjadi salah satu fitur yang wajib dimiliki oleh setiap aplikasi *digital payment*, begitupun dengan *ShopeePay*. Hal ini wajar saja mengingat sifat manusia yang selalu menginginkan hal yang praktis dan cepat maka transaksi pembayaran secara *online* yang fleksibel tentunya menjadi pilihan yang menarik.

Tabel 8.4 Hasil Frekuensi Jawaban Responden Indikator Dapat Digunakan Dimana Saja Dan Kapan Saja (*Flexible*)

| Item | 5 | | 4 | | 3 | | 2 | | 1 | | Jumlah | |
|----------|---|-----|----|------|----|------|---|------|---|-----|--------|-----|
| | f | % | f | % | f | % | f | % | f | % | Total | % |
| X1. 5 | 4 | 6,2 | 38 | 58,5 | 15 | 23,1 | 7 | 10,8 | 1 | 1,5 | 65 | 100 |
| X1. 6 | 2 | 3,1 | 34 | 52,3 | 23 | 35,4 | 6 | 9,2 | 0 | 0 | 65 | 100 |

Sumber. Hasil Pengolahan Data (2022)

Indikator ini terdiri dari dua item pernyataan, yaitu:

a) Transaksi Pembayaran Menggunakan *ShopeePay* Tidak Terikat Oleh Waktu Dan Dapat Dilakukan Dimana Saja Dan Kapan Saja (X1. 5)

Pada item transaksi pembayaran menggunakan *ShopeePay* tidak terikat oleh waktu dan dapat dilakukan dimana saja dan kapan saja (X1. 5) diperoleh jawaban bahwa sebanyak 4 responden (6,2%) menyatakan sangat setuju, sebanyak 38 responden (58,5%) menyatakan setuju, sebanyak 15 responden (23,1%) menyatakan kurang setuju, sebanyak 7 responden (10,8%) menyatakan tidak setuju dan sebanyak 1 responden (1,5%) menyatakan sangat tidak setuju. Hasil jawaban yang diperoleh menunjukkan bahwa mayoritas responden setuju bahwa transaksi pembayaran dengan menggunakan layanan *ShopeePay* bisa dilakukan dimana saja dan kapan saja.

b) Item Saya Merasa Transaksi Menggunakan Layanan *ShopeePay* Lebih Praktis Dan Fleksibel Daripada Menggunakan Uang Tunai (X1. 6)

Pada item saya merasa transaksi menggunakan layanan *ShopeePay* lebih praktis dan fleksibel daripada menggunakan uang tunai (X1. 6) diperoleh hasil bahwa sebanyak 2 responden (3,1%) menyatakan sangat setuju, sebanyak 34 responden (52,3%) menyatakan setuju, sebanyak 23 responden (35,4%) menyatakan kurang setuju, sebanyak 6 responden (9,2%) menyatakan tidak setuju dan sebanyak 0 responden (0%) sangat tidak setuju. Skor terbesar ada pada jawaban setuju, hal ini mengindikasikan responden setuju bahwa dengan menggunakan layanan *ShopeePay* transaksi pembayaran yang mereka lakukan jauh terasa lebih mudah dan fleksibel karena bisa digunakan dimana saja dan kapan saja.

b. Variabel Keamanan (X2)

Keamanan tentunya menjadi salah satu fitur wajib yang harus disediakan oleh setiap layanan *digital payment* atau dompet digital, begitupun dengan layanan *ShopeePay*. Menurut Budi Rahardjo keamanan adalah bagaimana sistem dapat mencegah terjadinya penipuan (*cheating*) atau paling tidak mampu mendeteksi akan adanya penipuan pada sistem informasi.⁷ Variabel keamanan dalam penelitian ini memiliki tiga indikator yang pada setiap indikatornya memiliki dua item pernyataan yang disajikan dalam tabel kuesioner.

1) Tingkat Kepercayaan Keamanan

Indikator pertama dalam variabel keamanan adalah tingkat kepercayaan keamanan, dimana dalam hal ini layanan *ShopeePay* sebagai alat pembayaran digital harus bisa memberikan rasa aman bagi para penggunanya saat mereka sedang melakukan transaksi ataupun saat menyimpan dana saldo mereka di layanan *ShopeePay*. Karena semakin aman sebuah layanan

⁷Budi Rahardjo, *Keamanan, ...*, h. 1

dompet digital, maka akan semakin meningkatkan minat seseorang untuk menggunakannya.

Tabel 9.4 Hasil Frekuensi Jawaban Responden Indikator Tingkat Kepercayaan Keamanan

| Item | 5 | | 4 | | 3 | | 2 | | 1 | | Jumlah | |
|------|---|-----|----|------|----|------|---|------|---|---|--------|-----|
| | f | % | f | % | f | % | f | % | f | % | Total | % |
| X2.1 | 1 | 1,5 | 30 | 46,2 | 26 | 40,0 | 8 | 12,3 | 0 | 0 | 65 | 100 |
| X2.2 | 1 | 1,5 | 30 | 46,2 | 28 | 43,1 | 6 | 9,2 | 0 | 0 | 65 | 100 |

Sumber. Hasil Pengolahan Data (2022)

Indikator ini terdiri dari dua item pernyataan, yaitu:

a) Saya Merasa Aman Ketika Memberikan Informasi Pribadi Saya Untuk Proses Verifikasi Layanan *ShopeePay* (X2. 1)

Pada item saya merasa aman ketika memberikan informasi pribadi saya untuk proses *verifikasi* layanan *ShopeePay* (X2. 1) diperoleh hasil jawaban responden sebanyak 1 responden (1,5%) menyatakan sangat setuju, sebanyak 30 responden (46,2%) menyatakan setuju, sebanyak 26 responden (40,0%) responden menyatakan kurang setuju, sebanyak 8 responden (12,3%) menyatakan tidak setuju dan sebanyak 0 responden (0%) sangat tidak setuju. Dari

hasil jawaban responden, mayoritas memilih setuju, hal ini mengindikasikan bahwa pada saat responden melakukan proses *verifikasi* data pribadi mereka merasa aman dan percaya bahwa data pribadi mereka tersimpan dengan baik pada layanan *ShopeePay*.

b) Saya Menggunakan Layanan *ShopeePay* Karena Sudah Terpercaya Dan Digunakan Banyak Orang (X2. 2)

Pada item saya menggunakan layanan *ShopeePay* karena sudah terpercaya dan digunakan banyak orang (X2. 2), sebanyak 1 responden (1,5%) menyatakan sangat setuju, sebanyak 30 responden (46,2%) menyatakan setuju, sebanyak 28 responden (43,1%) menyatakan kurang setuju, sebanyak 6 responden (9,2%) menyatakan tidak setuju dan 0 responden (0%) sangat tidak setuju. Hasil menunjukkan bahwa responden mayoritas setuju dengan pernyataan kuesioner. Hal ini berarti responden merasa percaya dan merasa aman

menggunakan layanan *ShopeePay* karena sudah banyak yang menggunakan layanan *ShopeePay* sebagai alat untuk transaksi pembayaran belanja *online*.

2) Kerahasiaan Data Perusahaan Dan Penggunaanya

Indikator kedua dari variabel keamanan adalah kerahasiaan data perusahaan dan penggunaannya. Dalam hal ini layanan *ShopeePay* harus bisa menjamin mengenai data dari penggunanya, mulai dari identitas pribadi sampai dengan jumlah saldo dan transaksi yang dilakukan oleh penggunanya, sehingga pengguna tidak merasa khawatir pada saat melakukan transaksi ataupun menyimpan dananya di *ShopeePay*.

Tabel 10.4 Hasil Frekuensi Jawaban Responden Indikator Kerahasiaan Data Perusahaan Dan Penggunaanya

| Item | 5 | | 4 | | 3 | | 2 | | 1 | | Jumlah | |
|----------|---|-----|----|------|----|------|----|------|---|---|--------|-----|
| | f | % | f | % | f | % | f | % | f | % | Total | % |
| X2. 3 | 2 | 3,1 | 12 | 18,5 | 41 | 63,1 | 10 | 15,4 | 0 | 0 | 65 | 100 |
| X2. 4 | 2 | 3,1 | 26 | 40,0 | 37 | 56,9 | 0 | 0 | 0 | 0 | 65 | 100 |

Sumber. Hasil Pengolahan Data (2022)

Terdapat dua item pernyataan dalam indikator ini, yaitu:

a) Saya Merasa Yakin Bahwa Kerahasiaan Data Transaksi Pengguna Layanan *ShopeePay* Terlindungi (X2. 3)

Pada item saya merasa yakin bahwa kerahasiaan data transaksi pengguna layanan *ShopeePay* terlindungi (X2. 3) didapatkan hasil bahwa sebanyak 2 responden (3,1%) menyatakan sangat setuju, sebanyak 12 responden (18,5%) menyatakan setuju, sebanyak 41 responden (63,1%) menyatakan kurang setuju, sebanyak 10 responden (15,4%) menyatakan tidak setuju dan 0 responden (0%) sangat tidak setuju. Mayoritas suara jatuh pada pilihan kurang setuju karena responden merasa bahwa mereka masih belum yakin sepenuhnya terkait kerahasiaan data transaksi yang terjamin.

b) Saya Merasa Yakin Bahwa Perusahaan Akan Merahasiakan Data Saldo Pengguna Yang Tersimpan Dilayanan *ShopeePay* (X2. 4)

Pada item saya merasa yakin bahwa perusahaan akan merahasiakan data saldo pengguna yang tersimpan dilayanan *ShopeePay* (X2. 4) diperoleh hasil jawaban responden bahwa sebanyak 2 responden (3,1%) menyatakan sangat setuju, sebanyak 26 responden (40,0%) menyatakan setuju, sebanyak 37 responden (56,9%) menyatakan kurang setuju dan 0 responden untuk tidak setuju dan sangat tidak setuju. Jawaban kurang setuju mendapatkan skor paling besar, hal ini mengindikasikan bahwa mayoritas responden masih merasa kurang yakin bahwa data terkait saldo *ShopeePay* yang tersimpan akan terjamin keamanan dan kerahasiaan datanya.

3) Tingkat Keamanan Terjamin

Indikator ketiga variabel keamanan adalah tingkat keamanan. Keamanan tentunya menjadi salah satu hal penting yang harus dimiliki oleh layanan *ShopeePay*. Semakin amannya layanan *ShopeePay* maka tentunya semakin menarik minat masyarakat untuk menggunakannya. Begitupun sebaliknya, apabila

keamanannya masih belum terjamin, tidak menutup kemungkinan bahwa konsumen akan berpikir dua kali untuk menggunakannya atau malah memilih menggunakan yang lain.

Tabel 11.4 Hasil Frekuensi Jawaban Responden Indikator Tingkat Keamanan Terjamin

| Item | 5 | | 4 | | 3 | | 2 | | 1 | | Jumlah | |
|------|---|-----|----|------|----|------|----|------|---|-----|--------|-----|
| | f | % | f | % | f | % | f | % | f | % | Total | % |
| X2.5 | 2 | 3,1 | 41 | 63,1 | 18 | 27,7 | 4 | 6,2 | 0 | 0 | 65 | 100 |
| X2.6 | 3 | 4,6 | 19 | 29,2 | 26 | 40,0 | 12 | 18,5 | 5 | 7,7 | 65 | 100 |

Sumber. Hasil Pengolahan Data (2022)

Item pernyataannya terdiri atas:

a) Saya Merasa Aman Bertransaksi Menggunakan Layanan *ShopeePay* Karena Sudah Terdaftar Di OJK (X2. 5)

Pada item saya merasa aman bertransaksi menggunakan layanan *ShopeePay* karena sudah terdaftar di OJK (X2. 5) diperoleh hasil bahwa sebanyak 2 responden (3,1%) menyatakan sangat setuju, sebanyak 41 responden (63,1%) menyatakan setuju, sebanyak 18 responden (27,7%) menyatakan kurang setuju, sebanyak 4 responden (6,2%)

menyatakan tidak setuju dan 0 responden (0%) sangat tidak setuju. Mayoritas responden setuju bahwa mereka merasa aman saat menggunakan *ShopeePay* ketika melakukan transaksi pembayaran karena *ShopeePay* berada dibawah pengawasan OJK.

b) Saya Yakin Saldo Yang Tersimpan Di Layanan *ShopeePay* Akan Aman Dari Gangguan *Hacker* (X2. 6)

Pada item saya yakin saldo yang tersimpan dilayanan *ShopeePay* akan aman dari gangguan *hacker* (X2. 6) diperoleh hasil jawaban bahwa sebanyak 3 responden (4,6%) menyatakan sangat setuju, sebanyak 19 responden (29,2%) menyatakan setuju, sebanyak 26 responden (40,0%) menyatakan kurang setuju, sebanyak 12 responden (18,5%) menyatakan tidak setuju dan 0 responden (0%) sangat tidak setuju. Skor nilai terbesar berada pada pilihan kurang setuju, ini menandakan bahwa mayoritas responden masih merasa khawatir dan

takut apabila mereka menyimpan saldo dana di *ShopeePay* bisa mengalami pencurian dan peretasan data oleh *hacker*.

c. Variabel Minat Penggunaan

Minat penggunaan biasanya berkaitan dengan kelayakan sebuah aplikasi apakah sudah memenuhi kriteria konsumen atau belum. Biasanya seorang konsumen menilai apakah aplikasi *digital payment* tersebut layak digunakan atau tidak berdasarkan fiturnya yang mudah serta keamanannya yang terjamin. Dibawah ini disajikan tabel terkait hasil pendistribusian pernyataan mengenai minat penggunaan responden terhadap layanan *ShopeePay*.

1) Berminat Untuk Menggunakan

Indikator pertama dalam variabel minat penggunaan (Y) adalah berminat untuk menggunakan. Semakin mudah dan bermanfaatnya aplikasi layanan *ShopeePay*, maka akan semakin menarik minat konsumen untuk terus menggunakannya.

Tabel 12.4 Hasil Frekuensi Jawaban Responden Indikator Berminat Untuk Menggunakan

| Item | 5 | 4 | 3 | 2 | 1 | Jumlah |
|------|---|---|---|---|---|--------|
|------|---|---|---|---|---|--------|

| | f | % | f | % | f | % | f | % | f | % | Total | % |
|------|---|-----|----|------|----|------|---|-----|---|---|-------|-----|
| Y. 1 | 2 | 3,1 | 38 | 58,5 | 19 | 29,2 | 6 | 9,2 | 0 | 0 | 65 | 100 |
| Y. 2 | 3 | 4,6 | 32 | 49,2 | 28 | 43,1 | 2 | 3,1 | 0 | 0 | 65 | 100 |

Sumber. Hasil Pengolahan Data (2022)

Indikator ini memiliki dua item Pernyataan, yaitu:

a) Saya Berminat Menggunakan Layanan *ShopeePay* Karena Fiturnya Bermanfaat (Y. 1)

Pada item saya berminat menggunakan layanan *ShopeePay* karena fiturnya bermanfaat (Y. 1) diperoleh hasil jawaban responden sebesar 2 responden (3,1%) menyatakan sangat setuju, sebesar 38 responden (58,5%) menyatakan setuju, sebesar 19 responden (29,2%) menyatakan kurang setuju, sebesar 6 responden (9,2%) menyatakan tidak setuju dan 0 responden (0%) sangat tidak setuju. Dari tabel jawaban responden diatas dapat terlihat bahwa mayoritas responden merasa setuju bahwa layanan *ShopeePay* memberikan mereka fitur yang sangat bermanfaat dan akhirnya minat responden dalam menggunakan layanan *ShopeePay* pun meningkat.

b) Saya Berminat Menggunakan *ShopeePay* Karena Memudahkan Transaksi Pembayaran (Y. 2)

Pada item saya berminat menggunakan *ShopeePay* karena memudahkan transaksi pembayaran (Y. 2) diperoleh jawaban responden sebanyak 3 responden (4,6%) menyatakan sangat setuju, sebanyak 32 responden (49,2%) menyatakan setuju, sebanyak 28 responden (43,1%) menyatakan kurang setuju, sebanyak 2 responden (3,1%) menyatakan tidak setuju dan 0 responden (0%) menyatakan sangat tidak setuju. Dari hasil tersebut dapat dilihat bahwa mayoritas setuju dengan item pernyataan. Hal ini menandakan para responden setuju bahwa adanya *ShopeePay* lebih memudahkan mereka dalam melakukan transaksi pembayaran dan menjadi alasan mereka berminat menggunakan *ShopeePay*.

2) Selalu Menggunakan

Indikator kedua dalam variabel minat penggunaan adalah selalu menggunakan. Kemudahan yang diberikan serta keamanan yang ditawarkan oleh *ShopeePay* membuat konsumen cenderung lebih memilih untuk menggunakan *ShopeePay* dalam bertransaksi karena bisa dilakukan dimana saja dan kapan saja sesuai dengan kebutuhan konsumen itu sendiri.

Tabel 13.4 Hasil Frekuensi Jawaban Responden Indikator Selalu Menggunakan

| Item | 5 | | 4 | | 3 | | 2 | | 1 | | Jumlah | |
|------|---|-----|----|------|----|------|----|------|---|---|--------|-----|
| | f | % | f | % | f | % | f | % | f | % | Total | % |
| Y. 3 | 3 | 4,6 | 20 | 30,2 | 36 | 55,4 | 6 | 9,2 | 0 | 0 | 65 | 100 |
| Y. 4 | 1 | 1,5 | 35 | 53,8 | 13 | 20,0 | 16 | 24,6 | 0 | 0 | 65 | 100 |

Sumber. Hasil Pengolahan Data (2022)

Indikator ini memiliki dua item pernyataan, yaitu:

a) Saya Selalu Menggunakan Layanan *ShopeePay*

Dalam Transaksi Pembayaran Sehari-Hari (Y. 3)

Pada item saya selalu menggunakan layanan *ShopeePay* dalam transaksi pembayaran sehari-hari (Y. 3) didapatkan hasil jawaban bahwa sebanyak 3 responden (4,6%) menyatakan sangat setuju, sebanyak 20 responden (30,2%) menyatakan setuju,

sebanyak 36 responden (55,4%) menyatakan kurang setuju, sebanyak 6 responden (9,2%) menyatakan tidak setuju dan 0 responden (0%) sangat tidak setuju. Hasil menunjukkan bahwa mayoritas responden kurang setuju dengan pernyataan item karena mereka masih tetap menggunakan uang tunai dalam kehidupan sehari-hari.

b) Saya Selalu Menggunakan Layanan *ShopeePay* Karena Memberikan Banyak Keuntungan Dalam Setiap Transaksi (Y. 4)

Pada item saya selalu menggunakan layanan *ShopeePay* karena memberikan banyak keuntungan dalam setiap transaksi (Y. 4) diperoleh hasil jawaban bahwa sebanyak 1 responden (1,5%) menyatakan sangat setuju, sebanyak 35 responden (53,8%) menyatakan setuju, sebanyak 13 responden (20,0%) menyatakan kurang setuju, sebanyak 16 responden (24,6%) menyatakan tidak setuju dan 0 responden (0%) sangat tidak setuju. Dari hasil tabel diatas menunjukkan bahwa mayoritas responden setuju

dengan pernyataan item ini bahwa dengan menggunakan *ShopeePay* sebagai alat transaksi, mereka mendapatkan banyak sekali manfaat dan keuntungan.

3) Penggunaan Berlanjut

Indikator ketiga dalam variabel minat penggunaan adalah penggunaan berlanjut. Maksud dari variabel ini adalah pengguna atau konsumen berminat menggunakannya terus menerus bahkan sampai dimasa depan, selain itu pengguna juga berniat untuk merekomendasikan *ShopeePay* kepada orang lain.

Tabel 14.4 Hasil Frekuensi Jawaban Responden Indikator Penggunaan Berlanjut

| Item | 5 | | 4 | | 3 | | 2 | | 1 | | Jumlah | |
|------|---|-----|----|------|----|------|---|------|---|---|--------|-----|
| | f | % | f | % | f | % | f | % | f | % | Total | % |
| Y. 5 | 2 | 3,1 | 44 | 67,7 | 10 | 15,4 | 9 | 13,8 | 0 | 0 | 65 | 100 |
| Y. 6 | 1 | 1,5 | 32 | 49,2 | 23 | 35,4 | 9 | 13,8 | 0 | 0 | 65 | 100 |

Sumber. Hasil Pengolahan Data (2022)

Item pernyataan dari indikator ini adalah:

a) Saya Akan Terus Menggunakan Layanan *ShopeePay* Dimasa Depan (Y. 5)

Pada item saya akan terus menggunakan layanan *ShopeePay* dimasa depan (Y. 5) diperoleh hasil bahwa sebanyak 2 responden (3,1%) menyatakan sangat setuju, sebanyak 44 responden (67,7%) menyatakan setuju, sebanyak 10 responden (15,4%) menyatakan kurang setuju, sebanyak 9 responden (13,8%) menyatakan tidak setuju dan 0 responden (0%) sangat tidak setuju. Mayoritas responden menyatakan setuju dengan item ini karena layanan *ShopeePay* jelas sangat memudahkan mereka dalam melakukan transaksi pembayaran dan hal ini juga akan terus dilakukan secara berulang karena memang dimasa depan nanti kemungkinan transaksi pembayaran secara digital akan menjadi salah satu kegiatan yang tidak terpisahkan dalam kehidupan manusia.

**b) Saya Merekomendasikan Layanan ShopeePay
Kepada Teman-Teman Saya (Y. 6)**

Pada item saya merekomendasikan layanan *ShopeePay* kepada teman-teman saya (Y. 6) diperoleh hasil bahwa sebanyak 1 responden (1,5) menyatakan sangat setuju, sebanyak 32 responden (49,2%) menyatakan setuju, sebanyak 23 responden (35,4%) menyatakan kurang setuju, sebanyak 9 responden (13,8%) menyatakan tidak setuju dan sebanyak 0 responden (0%) sangat tidak setuju. Hasil jawaban ini mengindikasikan bahwa mayoritas responden akan merekomendasikan *ShopeePay* kepada teman-teman mereka sebagai alat transaksi pembayaran digital karena *ShopeePay* memberikan banyak sekali manfaat bagi mereka.

C. Teknik Analisis Data

1. Uji Instrumen Data

Adapun teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu:

a. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengetahui apakah pernyataan-pernyataan kuesioner yang digunakan hasilnya valid atau relevan. Untuk mengetahui validitas setiap item pernyataan dalam kuesioner penelitian dapat dilihat pada kolom r_{hitung} dan r_{tabel} . Jika r_{hitung} lebih besar dari r_{tabel} maka pernyataan tersebut dianggap valid. Nilai r_{tabel} dengan $df = n-2$, yaitu $65-2=63$, sehingga nilai r_{tabel} pada taraf signifikansi 5% adalah 0,244. jika nilai $r_{hitung} > 0,244$ maka item pernyataan dianggap valid.

1) Uji Validitas Variabel Kemudahan Akses (X1)

Pada instrumen kuesioner untuk variabel kemudahan akses (X1) dalam penelitian ini dilakukan pada 65 responden dengan r_{tabel} sebesar 0,244. hasil uji validitas variabel kemudahan akses (X1) disajikan dalam tabel berikut:

Tabel 15.4 Hasil Uji Validitas Variabel Kemudahan Akses (X1)

| Pernyataan | r_{hitung} | r_{tabel} | Keterangan |
|------------------|--------------|-------------|------------|
| Pernyataan X1. 1 | 0,571 | 0,244 | Valid |
| Pernyataan X1. 2 | 0,751 | | Valid |
| Pernyataan X1. 3 | 0,526 | | Valid |
| Pernyataan X1. 4 | 0,693 | | Valid |
| Pernyataan X1. 5 | 0,696 | | Valid |
| Pernyataan X1. 6 | 0,713 | | Valid |

Sumber.Pengolahan Data (2022)

Berdasarkan tabel diatas, dapat dilihat bahwa dari 6 item pernyataan kuesioner untuk variabel kemudahan akses (X1) yang telah di uji validitas datanya, hasilnya adalah r_{hitung} lebih besar dari r_{tabel} yakni 0,244. maka dengan ini dapat disimpulkan bahwa 6 item kuesioner mengenai variabel kemudahan akses dinyatakan valid.

2) Uji Validitas Variabel Keamanan (X2)

Uji validitas instrumen kuesioner untuk variabel keamanan (X2) dalam penelitian ini dilakukan pada 65 responden dengan r_{tabel} sebesar 0,244. hasilnya disajikan dalam tabel berikut:

Tabel 16.4 Hasil Uji Validitas Variabel Keamanan (X2)

| Pernyataan | r_{hitung} | r_{tabel} | Keterangan |
|------------------|--------------|-------------|------------|
| Pernyataan X2. 1 | 0,712 | 0,244 | Valid |
| Pernyataan X2. 2 | 0,537 | | Valid |
| Pernyataan X2. 3 | 0,756 | | Valid |
| Pernyataan X2. 4 | 0,659 | | Valid |
| Pernyataan X2. 5 | 0,555 | | Valid |
| Pernyataan X2. 6 | 0,750 | | Valid |

Sumber. Hasil Pengolahan Data (2022)

Berdasarkan tabel diatas, dapat dilihat bahwa dari 6 item pernyataan kuesioner untuk variabel keamanan (X2) yang telah di uji validitas datanya, hasilnya adalah r_{hitung} lebih besar dari r_{tabel} yakni 0,244. maka dengan ini dapat

disimpulkan bahwa 6 item kuesioner mengenai variabel keamanan dinyatakan valid.

3) Uji Validitas Variabel Minat Penggunaan (Y)

Pada instrumen kuesioner untuk variabel minat penggunaan (Y) dalam penelitian ini dilakukan pada 65 responden dengan r_{tabel} sebesar 0,244. hasil uji validitas variabel minat penggunaan (Y) disajikan dalam tabel berikut:

Tabel 17.4 Hasil Uji Validitas Variabel Minat Penggunaan (Y)

| Pernyataan | r_{hitung} | r_{tabel} | Keterangan |
|-----------------|--------------|-------------|------------|
| Pernyataan Y. 1 | 0,614 | 0,244 | Valid |
| Pernyataan Y. 2 | 0,687 | | Valid |
| Pernyataan Y. 3 | 0,732 | | Valid |
| Pernyataan Y. 4 | 0,664 | | Valid |
| Pernyataan Y. 5 | 0,722 | | Valid |
| Pernyataan Y. 6 | 0,501 | | Valid |

Sumber. Hasil Pengolahan Data (2022)

Berdasarkan tabel diatas, dapat dilihat bahwa dari 6 item pernyataan kuesioner untuk variabel minat penggunaan (Y) yang telah di uji validitas datanya, hasilnya adalah r_{hitung} lebih besar dari r_{tabel} yakni 0,244. maka dengan ini dapat disimpulkan bahwa 6 item kuesioner mengenai variabel minat penggunaan dinyatakan valid.

b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk mengukur sejauh mana jawaban responden tetap konsisten dari waktu ke waktu. Reliabilitas instrumen penelitian dalam penelitian ini diuji dengan memakai koefisien *croanbach alpha* untuk mengetahui seberapa baik item-item dalam kuesioner berhubungan satu sama lainnya. Suatu variabel dinyatakan reliabel apabila memiliki nilai *croanbach alpha* $> 0,70$.

Tabel 18.4 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Kemudahan Akses (X1)

| Nilai <i>Croanbach's Alpha</i> | Jumlah Item Kuesioner |
|--------------------------------|-----------------------|
| 0,737 | 6 |

Sumber. Hasil Pengolahan Data (2022)

1) Uji Relibilitas Variabel Kemudahan Akses (X1)

Berdasarkan tabel diatas, pengujian reliabilitas terhadap 6 item pernyataan kuesioner pada variabel kemudahan akses (X1) didapatkan hasil *croanbach alpha* sebesar 0,737 yang mana hasil ini lebih besar dari 0,70, sehingga dapat disimpulkan bahwa 6 item pernyataan kuesioner kemudahan akses (X1) didalam penelitian ini dinyatakan *reliabel*.

Tabel 19.4 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Keamanan (X2)

| Nilai <i>Croanbach's Alpha</i> | Jumlah Item Kuesioner |
|--------------------------------|-----------------------|
| 0,733 | 6 |

Sumber. Hasil Pengolahan Data (2022)

2) Uji Reliabilitas Variabel Keamanan (X2)

Berdasarkan tabel diatas, pengujian reliabilitas terhadap 6 item pernyataan kuesioner pada variabel keamanan (X2) didapatkan hasil *croanbach alpha* sebesar 0,733 yang mana hasil ini lebih besar dari 0,70, sehingga dapat disimpulkan bahwa 6 item pernyataan kuesioner keamanan (X2) didalam penelitian ini dinyatakan *reliabel*.

Tabel 20.4 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Minat Penggunaan (Y)

| Nilai <i>Croanbach's Alpha</i> | Jumlah Item Kuesioner |
|--------------------------------|-----------------------|
| 0,729 | 6 |

Sumber. Hasil Pengolahan Data (2022)

3) Uji Reliabilitas Variabel Minat Penggunaan (Y)

Berdasarkan tabel diatas, pengujian reliabilitas terhadap 6 item pernyataan kuesioner pada minat penggunaan (Y) didapatkan hasil *croanbach alpha* sebesar 0,733 yang mana

hasil ini lebih besar dari 0,70, sehingga dapat disimpulkan bahwa 6 item pernyataan kuesioner minat penggunaan (Y) didalam penelitian ini dinyatakan *reliabel*.

2. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan untuk menguji apakah dalam model regresi variabel penggunaan atau residual memiliki distribusi normal atau tidak. Penelitian ini melakukan uji normalitas dengan menggunakan uji *Kolmogorov Smirnof*. Jika terdapat signifikansi $> 0,05$ maka hasilnya data terdistribusi dengan normal, jika nilai signifikansi $< 0,05$ maka data tidak terdistribusi dengan normal. Hasil uji normalitas penelitian ini adalah sebagai berikut:

Tabel 21.4 Hasil Uji Normalitas *Kolmogorov Smirnof*

| Nilai Sig. <i>Kolmogorov Smirnof</i> |
|--------------------------------------|
| 0,200 |

Sumber. Hasil Pengolahan Data (2022)

Berdasarkan tabel diatas, diperoleh hasil besarnya *Kolmogorov Smirnof* adalah 0,200. Nilai signifikansi ini

lebih besar dari 0,05. Maka dapat dikatakan bahwa residual data terstandarisasi dan memenuhi asumsi normalitas.

b. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas. Dalam penelitian ini gejala multikolinearitas dilihat dari nilai *Tolerance* dan *Variance Inflation Factor* (VIF). Ada tidaknya gejala multikolinearitas apabila nilai VIF yang didapat <10 dan memiliki nilai *tolerance* $>0,1$. Hasil uji multikolinearitas pada penelitian ini yaitu:

Tabel 22.4 Hasil Uji Multikolinearitas

| Nilai <i>Tolerance</i> | Nilai VIF |
|------------------------|-----------|
| 0,397 | 2,518 |
| 0,397 | 2,518 |

Sumber. Hasil Pengolahan Data (2022)

Berdasarkan tabel diatas, dapat dilihat bahwa nilai *tolerance* kedua variabel $>0,1$ atau nilai VIF <10 . variabel kemudahan akses (X1) memiliki nilai *tolerance* sebesar $0,397 > 0,1$ dengan nilai VIF sebesar $2,518 < 10$. Variabel keamanan (X2) memiliki nilai *tolerance* sebesar $0,397$ dan VIF

sebesar $2,518 < 10$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa penelitian ini tidak terjadi multikolinearitas.

c. Uji Heteroskedastisitas

Uji ini bertujuan untuk menguji apakah model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual satu pengamat ke pengamat yang lain. Apabila hasil signifikansi lebih dari 0,05 maka tidak terjadi gejala heteroskedastisitas. Dalam penelitian ini untuk mengetahui adanya heteroskedastisitas dengan menggunakan uji *Glesjer*. Hasilnya sebagai berikut:

Tabel 23.4 Hasil Uji Heteroskedastisitas Dengan Uji Glesjer

| Variabel | Nilai Sig. |
|----------------------|------------|
| Kemudahan Akses (X1) | 0,711 |
| Keamanan (X2) | 0,290 |

Sumber. Hasil Pengolahan Data (2022)

Berdasarkan tabel diatas, hasil pengujian heteroskedastisitas dapat dilihat bahwa nilai signifikansi pada masing-masing variabel lebih dari 0,05. Hal ini menandakan bahwa tidak terjadinya hubungan heteroskedastisitas pada variabel penelitian.

d. Uji Autokorelasi

Tabel 25.4 Hasil Uji Autokorelasi Dengan *Durbin-Watson*

| |
|----------------------------|
| Nilai <i>Durbin-Watson</i> |
| 1,765 |

Sumber. Hasil Pengolahan Data (2022)

Penelitian dikatakan tidak terdapat gejala autokorelasi apabila nilai *durbin-watson* terletak antara du sampai dengan $(4-du)$. Dari tabel didapat bahwa nilai *durbin-watson* 1,765. dimana $k(2)$ dan $n(65)$. Dengan demikian: $du=1,662 < 1,765 < 4-du(2,338)$. hal ini berarti tidak terdapat gejala autokorelasi karena nilai *durbin-watson* berada diantara nilai du dan $4-du$.

3. Uji Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda menghasilkan tabel koefisien yang menunjukkan pengaruh variabel independen kemudahan akses (X_1) dan keamanan (X_2) terhadap minat penggunaan (Y).

Hasilnya adalah sebagai berikut:

Tabel 26.4 Hasil Uji Regresi Linear Berganda

| Nama | Nilai b (Koefisien Regresi) |
|---------------------------|-----------------------------|
| Konstanta | 4,256 |
| Kemudahan Akses (X_1) | 0,529 |
| Keamanan (X_2) | 0,235 |

Sumber. Hasil Pengolahan Data (2022)

Dari tabel diatas dapat disusun model persamaan regresi linier ganda pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

$$Y = 4,256 + 0,529X_1 + 0,235X_2 + e$$

Model persamaan regresi linier berganda hasil penelitian dijelaskan sebagai berikut:

- a. Nilai konstanta sebesar $\alpha = 4,256$, menunjukkan bahwa minat penggunaan *digital payment ShopeePay* memiliki pengaruh yang positif dan signifikan.
- b. Nilai koefisien $X_1(b_1)$ sebesar 0,529 menunjukkan bahwa variabel kemudahan akses berpengaruh positif terhadap variabel minat penggunaan atau jika nilai kemudahan akses ditingkatkan sebesar satu satuan maka nilai minat penggunaan meningkat sebesar 0,529 satuan.
- c. Nilai koefisien $X_2(b_2)$ sebesar 0,235 menunjukkan bahwa variabel keamanan berpengaruh positif terhadap variabel minat penggunaan atau jika nilai keamanan ditingkatkan sebesar satu satuan maka nilai minat penggunaan meningkat sebesar 0,235 satuan.

4. Pengujian Hipotesis

a. Uji Parsial (Uji t)

Uji t digunakan untuk mengetahui apakah masing-masing variabel bebas yakni kemudahan akses (X1) dan keamanan (X2) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat yaitu minat penggunaan (Y). Kriterianya adalah sebagai berikut:

- 1) Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka terdapat pengaruh pada variabel X terhadap variabel Y maka hipotesis diterima.
- 2) Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka tidak terdapat pengaruh pada variabel X terhadap variabel Y maka hipotesis ditolak.

Tabel 27.4 Uji Parsial (Uji t)

| Variabel | Nilai t | Nilai Sig. |
|----------------------|---------|------------|
| Kemudahan Akses (X1) | 4,966 | 0,000 |
| Keamanan (X2) | 2,067 | 0,043 |

Sumber. Hasil Pengolahan Data (2022)

Pengujian hipotesis dilakukan dua kali sesuai dengan hipotesis yang diajukan, yakni sebagai berikut:

- 1) Pengajuan Hipotesis 1: Pengaruh Kemudahan Akses (X1) Terhadap Minat Penggunaan *Digital Payment ShopeePay* (Y)

Nilai t_{hitung} untuk variabel kemudahan akses (X1) adalah 4,966 atau lebih besar dari t_{tabel} (1,998) dan nilai signifikansinya $0,000 < 0,05$, maka dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh pada variabel X1 terhadap variabel Y.

2) Pengajuan Hipotesis 2: Pengaruh Keamanan (X1) Terhadap Minat Penggunaan *Digital Payment ShopeePay* (Y)

Nilai t_{hitung} pada variabel keamanan (X2) adalah 2,067 atau lebih besar dari t_{tabel} (1,998) dan nilai signifikannya $0,043 < 0,05$, maka dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh pada variabel X2 terhadap variabel Y.

b. Uji Simultan (Uji F)

Uji F digunakan untuk mengetahui pengaruh seluruh variabel independen yaitu kemudahan akses (X1) dan keamanan (X2) secara bersama-sama atau simultan terhadap variabel dependen minat penggunaan (Y). Kriteria pengambilan keputusannya sebagai berikut:

- 1) Jika tingkat signifikansi lebih besar 0,05 maka variabel X1 dan X2 secara simultan tidak berpengaruh terhadap variabel Y.
- 2) Jika tingkat signifikansi lebih kecil dari 0,05 maka variabel X1 dan X2 secara simultan berpengaruh terhadap variabel Y.
- 3) Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka variabel X1 dan X2 secara simultan berpengaruh terhadap variable Y.
- 4) Jika $F_{hitung} < F_{tabel}$ maka variabel X1 dan X2 secara simultan tidak berpengaruh terhadap variabel Y.

Tabel 28.4 Uji Simultan (Uji F)

| Variabel | Nilai F_{hitung} | Nilai F_{tabel} | Nilai Sig. |
|---------------------------------------|--------------------|-------------------|------------|
| Kemudahan Akses (X1) Keamanan (X2) | 56,499 | 3,15 | 0,000 |

Sumber. Hasil Pengolahan Data (2022)

- 3) Pengujian Hipotesis 3: Pengaruh Kemudahan Akses dan Keamanan Terhadap Minat Penggunaan *Digital Payment ShopeePay*.

Berdasarkan tabel hasil uji F diatas menunjukkan bahwa nilai F_{hitung} sebesar $56,499 >$ nilai F_{tabel} yaitu 3,15 dan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$. maka dapat disimpulkan

bahwa variabel X1 dan X2 secara simultan berpengaruh terhadap variabel Y.

c. Uji Koefisien Determinasi

Koefisien *Goodness of Fit* (R^2) atau koefisien determinasi digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan variabel bebas dalam menerangkan variasi variabel terikat dan menentukan seberapa besar pengaruh kemudahan akses dan keamanan terhadap minat penggunaan *digital payment ShopeePay*. Tabelnya adalah sebagai berikut:

Tabel 29.4 Koefisien Determinasi

| |
|-------------|
| Nilai R^2 |
| 0,646 |

Sumber. Hasil Pengolahan Data (2022)

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat bahwa nilai R^2 atau koefisien determinasi diperoleh sebesar 0,646 atau 64,6%. Artinya sebesar 64,6% variabel minat penggunaan *digital payment ShopeePay* dipengaruhi oleh variabel bebas penelitian ini yaitu kemudahan akses (X1) dan keamanan (X2). Sedangkan sisanya yaitu sebesar 35,4% variabel minat penggunaan *digital payment ShopeePay* akan dipengaruhi

oleh variabel bebas lainnya yang tidak dibahas dalam penelitian ini.

D. Pembahasan

1. Variabel Kemudahan Akses (X1) Berpengaruh Signifikan Terhadap Minat Penggunaan *Digital Payment ShopeePay* (Y)

Berdasarkan hasil uji t (parsial) pengaruh kemudahan akses terhadap minat penggunaan *digital payment ShopeePay* diperoleh hasil yaitu nilai signifikansi t_{hitung} untuk kemudahan akses (X1) adalah sebesar $0,000 < 0,05$ dan t_{hitung} sebesar $4,966 > t_{tabel}$ 1,998 maka dapat disimpulkan bahwa variabel kemudahan akses berpengaruh signifikan terhadap minat penggunaan. Artinya, ketika kemudahan akses mampu meningkatkan manfaatnya maka minat penggunaannya pun akan meningkat. Hal ini mengindikasikan bahwa semakin seseorang merasa yakin dan percaya bahwa *digital payment ShopeePay* mudah digunakan, maka akan semakin tinggi pula minat mereka untuk menggunakannya. Jogiyanto mengatakan bahwa jika seseorang percaya dan yakin bahwa pada saat menggunakan suatu sistem dia akan terbebas dari usaha karena mudah dipelajari, mudah dipahami dan mudah dioperasikan maka dia

akan terus menerus menggunakannya. Hal ini sejalan dengan fitur yang disediakan oleh *digital payment ShopeePay*. *ShopeePay* memberikan penggunanya manfaat yang luar biasa efisien dan fleksibel karena penggunanya dapat menggunakan layanan *ShopeePay* kapan saja dan dimana saja.⁸

Berdasarkan dari jawaban beberapa responden yang diperoleh dari beberapa indikator variabel kemudahan akses seperti mudah dipahami dan dipelajari, fleksibel dan mudah untuk dikelola atau dikendalikan responden memiliki minat penggunaan yang cukup tinggi terhadap *digital payment ShopeePay*. Hal ini sejalan dengan teori yang dikemukakan oleh Venkatesh dan Morris bahwa kemudahan bisa menjadi reaksi potensial untuk meningkatkan penerimaan yang pada akhirnya berujung menggunakan.⁹

Maka dari itu, apabila *digital payment ShopeePay* memberikan kemudahan dan manfaat yang lebih baik, didorong dengan dilakukannya strategi promosi ataupun inovasi untuk memperluas penggunaan transaksi menggunakan *ShopeePay*, maka minat penggunaan juga akan terus bertambah. Hal ini

⁸Jogiyanto, *Sistem Informasi,*, h. 115

⁹Venkatesh, V., dan Michael G. Morris, "*Why Don't Men... ..*", 119

sejalan dengan penelitian terdahulu dan memperkuat hasil penelitian. Andi Mulyadi dalam penelitiannya yang berjudul ‘Pengaruh Kemudahan Dan Persepsi Kemanfaatan Terhadap Minat Konsumen Menggunakan Layanan *Go-Pay* (Studi Kasus Mahasiswa Pengguna Layanan *Go-Pay* di Universitas Pelita Bangsa)’. Hasil penelitiannya menunjukkan bahwa persepsi kemudahan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat konsumen dalam menggunakan layanan *Go-pay*. Artinya semakin meningkatnya persepsi kemudahan maka akan semakin meningkat pula minat konsumen dalam menggunakan layanan *Go-pay*.¹⁰

2. Variabel Keamanan (X2) Berpengaruh Signifikan Terhadap Minat Penggunaan *Digital Payment ShopeePay* (Y)

Dari hasil uji parsial (uji t) mengenai pengaruh keamanan terhadap minat penggunaan *digital payment ShopeePay* diperoleh hasil bahwa nilai t_{hitung} sebesar $2,067 > t_{tabel}$ 1,998 dengan nilai signifikansi sebesar $0,043 < 0,05$ maka dari hasil tersebut dapat ditarik kesimpulan bahwa hipotesis diterima, artinya variabel keamanan (X2) secara parsial

¹⁰Andi Mulyadi, “Pengaruh Kemudahan Dan Persepsi Kemanfaatan Terhadap Minat Konsumen Menggunakan Layanan *Go-Pay* (Studi Kasus Mahasiswa Pengguna Layanan *Go-Pay* di Universitas Pelita Bangsa)”, Skripsi, (Bekasi: Universitas Pelita Bangsa, 2019), h. 68.

berpengaruh signifikan terhadap variabel minat penggunaan *digital payment ShopeePay* (Y). Hal ini menunjukkan bahwa ketika keamanan dalam menggunakan *digital payment ShopeePay* mengalami kenaikan ataupun penurunan, maka akan berpengaruh terhadap minat penggunaan *digital payment ShopeePay*.

Dari hasil jawaban responden pada item kuesioner yang telah disebar, menurut responden keamanan menjadi salah satu alasan mengapa mereka berminat menggunakan *digital payment ShopeePay*. Hal ini sejalan dengan teori Budi Rahardjo yang mengungkapkan bahwa keamanan sistem adalah sejauh mana sebuah sistem mampu mendeteksi atau mencegah terjadinya penipuan (*cheating*) ataupun kebocoran data. Apabila sebuah sistem aplikasi sudah memiliki sistem keamanan yang baik maka dapat meningkatkan rasa percaya para penggunanya, yang pada akhirnya hal ini juga berefek pada minat penggunaan konsumen yang semakin besar untuk menggunakan sistem aplikasi tersebut.¹¹

¹¹Budi Rahardjo, *Keamanan, ...*, h. 1.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Ahbarul Aufy Falaahuddin dan Widiartanto dengan judul ‘Pengaruh Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan, Dan Keamanan Terhadap Minat Beli Pengguna Aplikasi *Mobile KAI Acces* (Studi Pada Pengguna Aplikasi *Mobile KAI Access* Semarang) dimana hasil penelitian mereka adalah keamanan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap minat beli pengguna aplikasi *Mobile KAI Acces*.¹²

3. Variabel Kemudahan Akses (X1) Dan Keamanan (X2) Berpengaruh Secara Signifikan Terhadap Minat Penggunaan *Digital Payment ShopeePay* (Y)

Berdasarkan hasil pengujian simultan (uji F) mengenai kemudahan akses (X1) dan keamanan (X2) terhadap minat penggunaan *digital payment ShopeePay* (Y) didapatkan hasil bahwa nilai $F_{hitung} 56,499 > F_{tabel} 3,15$ dengan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$ maka dapat disimpulkan bahwa hipotesis diterima. Artinya variabel kemudahan akses (X1) dan keamanan

¹²Ahbarul Aufy Falaahuddin & Widiartanto, “Pengaruh Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan, Dan Keamanan Terhadap Minat Beli Pengguna Aplikasi *Mobile KAI Acces* (Studi Pada Pengguna Aplikasi *Mobile KAI Access* Semarang)”, *Jurnal Administrasi Bisnis*, Vol. 9 No 3, Universitas Diponegoro, h. 299.

(X2) secara simultan berpengaruh signifikan terhadap variabel minat penggunaan *digital payment ShopeePay* (Y).

Variabel minat penggunaan menurut Jogiyanto adalah keinginan seseorang dalam mendapatkan atau melakukan sesuatu yang timbul setelah menerima rangsangan dari objek yang dilihatnya. Dari ketertarikan itu akan memunculkan keinginan untuk membeli, mencoba menggunakannya dan berujung pada dapat memiliki produk tersebut. Hal ini sejalan dengan hasil jawaban responden dalam item kuesioner indikator minat penggunaan. Dimana mereka memiliki kecenderungan untuk menggunakan dan merekomendasikan *digital payment ShopeePay* kepada orang lain.¹³

Dari hasil jawaban responden, mayoritas para responden setuju terkait kemudahan akses dan keamanan menjadi faktor utama mereka berminat menggunakan aplikasi *digital payment ShopeePay*. Dari kedua faktor tersebut, kemudahan penggunaan memiliki dominasi yang lebih besar apabila dibandingkan dengan keamanan. Hal ini dapat dilihat pada nilai regresi linier masing-masing variabel dimana nilai regresi linier variabel

¹³ Jogiyanto, *Sistem Informasi*,, h. 117.

kemudahan akses memiliki nilai sebesar 0,529 dan keamanan memiliki nilai regresi sebesar 0,235. Hal ini menunjukkan bahwa kemudahan akses memiliki pengaruh signifikan positif yang lebih kuat. Aspek-aspek yang menjadikan kemudahan akses lebih kuat pengaruhnya menurut para responden adalah berkaitan dengan penggunaannya saat melakukan transaksi pembayaran. Mudah digunakan, fleksibel karena bisa dilakukan dimana saja dan kapan saja, efisiensi waktu dan biaya karena tidak ada potongan admin pada saat transfer ke bank, serta banyaknya promo yang disediakan juga menjadi hal yang menarik minat para konsumen pertama kali dibandingkan dengan sistem keamanannya terlebih dahulu. Karena sering berjalannya waktu, kenyamanan yang dirasakan pada saat menggunakan layanan *ShopeePay* semakin terasa, lalu dikarenakan tidak ada kendala yang berarti pula dari segi keamanan sistem seperti hilangnya dana saldo yang tersimpan ataupun data identitas pribadi yang disalahgunakan membuat *ShopeePay* menjadi salah satu aplikasi *digital payment* menjadi populer dan banyak digunakan.

Penelitian ini sejalan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Adinda Niken Saraswati dengan judul ‘Pengaruh Persepsi Kemudahan Dan Persepsi Keamanan Terhadap Minat Penggunaan *E-Money* Dikalangan Generasi *Milenial* (Studi Pada Masyarakat Kecamatan Medan Baru)’ hasil penelitian ini menunjukkan bahwa persepsi kemudahan dan persepsi keamanan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap minat penggunaan *e-money*.¹⁴

¹⁴Adinda Niken Saraswati, “Pengaruh,”, h. 106.