

ANALISIS PENGARUH KEMUDAHAN, KEGUNAAN DAN TINGKAT RESIKO TERHADAP KEPUTUSAN MASYARAKAT SUKOHARJO MENGGUNAKAN SHOPEEPAY

Mufti Arief Arfiansyah

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta
muftiarief@staff.uinsaid.ac.id

Defi Vebriani

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta
defivebriani@gmail.com

Afifatul Makarim

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta
afifatulmakarim@gmail.com

Abstract

In today's digital era, information progress is spreading fast and getting more advanced. Technology transfer can control various elements of people's habits that impact daily activities. The use of social media by mobile phones is increasing every year. The annual increase causes various innovations, one of which is financial technology or fintech. An example of fintech that is often used today is the ShopeePAY e-wallet. The purpose of this analysis is to understand the impact of convenience, usability & risk on the certainty of using ShopeePAY in the Sukoharjo Regency area. This form of study uses prime data. How to take samples with cluster random sampling. The total sample is 100 respondents by providing an online questionnaire in the form of a G-Form. Multiple linear regression with SPSS 23 is used for data processing. Simultaneous research on usage decisions. It is known that the results of the research that the researchers conducted were that perceived convenience had no significant impact on the decision to use shopeepay, then perceived usefulness had an effect on using shopeepay, and perceived risk had an effect on decisions on using shopeepay in the community in Sukoharjo. The results of the validity test are declared valid, and the reliability test is declared reliable.

Keywords: TAM, perceived convenience, perceived usability, perceived risk, decision to use shopeepay.

Abstrak

Di zaman digital saat ini kemajuan informasi tersebar cepat dan makin maju. peralihan teknologi bisa menguasai beragam unsur kebiasaan masyarakat yang berdampak pada aktivitas harian. Pemakaian media sosial oleh handphone semakin meningkat setiap tahunnya. Kenaikan tahunan menyebabkan berbagai inovasi, salah satunya adalah teknologi keuangan atau fintech. Contoh fintech yang sering digunakan saat ini adalah e-wallet ShopeePAY. Maksud dari analisis ini ialah guna memahami imbas convenience, usability & risk akan kepastian penggunaan ShopeePAY di wilayah Kabupaten Sukoharjo. Bentuk kajian ini menggunakan data primer. Cara mengambil sampel dengan cluster random sampling. Total sampel adalah 100 responden dengan memberikan angket secara online dalam bentuk G-Form. Regresi linier berganda dengan SPSS 23 digunakan untuk pengolahan data. Riset simultan terhadap keputusan penggunaan. Diketahui hasil dari penelitian yang peneliti lakukan ialah persepsi kemudahan berdampak tidak signifikan pada keputusan pemakaian shopeepay, kemudian pada persepsi kegunaan berpengaruh terhadap penggunaan shopeepay, dan persepsi risiko berpengaruh terhadap keputusan penggunaan shopeepay pada masyarakat di Sukoharjo. Hasil dari uji validitas dinyatakan valid, dan uji reliabilitas dinyatakan reliabel.

Kata kunci: TAM, persepsi kemudahan, persepsi kegunaan, persepsi risiko, keputusan penggunaan shopeepay.

PENDAHULUAN

Di era digital saat ini, teknologi tersebar cepat dan makin maju. Perubahan teknologi berpengaruh terhadap aspek kehidupan masyarakat yang berdampak pada aktivitas harian. Sekarang ini sudah marak teknologi digital yang memakai internet. Internet adalah salah satu server yang bisa terhubung dengan suatu sistem komunikasi. Masyarakat telah

mengenal dan memakai internet untuk sarana berkomunikasi serta mencari informasi. Pengguna HP dapat dengan mudah membuka internet. Melalui smartphone pemakaian internet semakin meningkat setiap tahunnya. Kenaikan tahunan menyebabkan berbagai inovasi, salah satunya fintech.

Salah satu penerapan teknologi yang berkaitan dengan keuangan atau finance adalah

financial technology akibatnya dapat menciptakan barang dan mampu menawarkan layanan pembayaran. Saat ini Indonesia telah membangun berbagai bentuk infrastruktur fisik dan digital yang memudahkan masyarakat untuk berbisnis. Salah satu inovasi dalam menggunakan fintech untuk mendukung kegiatan bisnis adalah penciptaan berbagai alat digital. Alat pembayaran digital menggunakan media elektronik dalam format berbasis server. Saat menggunakan alat digital, koneksi internet diperlukan untuk melakukan transaksi.

Perkembangan teknologi informasi yang cukup menonjol pada saat ini adalah perkembangan alat pembayaran. Saat ini alat pembayaran tunai atau tunai mulai digantikan dengan alat pembayaran non tunai. Masyarakat mulai merasa bahwa penggunaan uang tunai kurang efisien. Oleh karena itu, Bank Indonesia mulai menjalankan program Gerakan Nasional Tanpa Uang Tunai (GNNT), yang juga dikenal sebagai Cash Less Society, yang bertujuan agar masyarakat Indonesia mulai menggunakan uang tunai lebih sedikit dan beralih ke pembayaran tanpa uang tunai. Menurut (Aulia & Suryanawa, 2019), langkah pengurangan pemakaian cash dalam kesepakatan pembayaran tak mengatur peralihan skema, namun merujuk pada perubahan watak, adat, dan kepatuhan terhadap kebijakan Bank Indonesia 18/40/PBI/2016 tentang Penyelenggaraan Proses negosiasi dalam Pembayaran.

Riset terdahulu yang dilakukan oleh Mawardani & Dwijayanti, (2021) tentang *persepsi kemudahan penggunaan dan promosi cashback pada minat mahasiswa dalam menggunakan dompet digital shopeepay*. Penelitian ini bersifat deskriptif dan menerapkan pendekatan kuantitatif. Kemiripan penelitian ini adalah objek penelitian juga merupakan penelitian tentang penggunaan ShopeePay. Namun beda ulasan terdahulu dengan ulasan ini ialah objek

penelitian sebelumnya adalah mahasiswa angkatan 2017-2020 sedangkan objek penelitian ini adalah masyarakat Kabupaten Sukoharjo.

Pratama, (2021) meneliti tentang *analisis pengguna shopeepay dan gopay pada masa pandemic covid-19 dengan model TAM*, penelitian ini menggunakan data kuantitatif dengan menggunakan aplikasi Smart PLS 3. Penelitian ini adalah sama-sama menggunakan teori TAM, jumlah responden sama sama berjumlah 100. Sedangkan perbedaannya dengan penelitian ini adalah penelitian sebelumnya meneliti dua aplikasi sekaligus sedangkan penelitian ini hanya meneliti satu aplikasi saja, serta persepsi kemudahan pada penelitian sebelumnya berpengaruh positif sedangkan penelitian ini persepsi kemudahannya berpengaruh negatif.

Seharusnya masyarakat di Kabupaten Sukoharjo sudah menggunakan ShopeePay tetapi pada penelitian ini kenyataannya masih banyak masyarakat yang belum menggunakan ShopeePay.

LANDASAN TEORI

ShopeePay termasuk dalam e-commerce, serangkaian teknologi, aplikasi, dan usaha yang mempertemukan perseroan/individu menjadi klien untuk transaksi online, peralihan produk, dan pergantian keterangan via Internet/TV, web, atau lain sebagainya adalah pengertian dari Ecommerce/perdagangan elektronik.

Pada tahun 1994 e-commerce diperkenalkan untuk pertama kalinya ketika web banner pertama kali digunakan di halaman situs web untuk tujuan promosi dan phishing. Ecommers ditandai dengan melakukan transaksi online. Contoh ecommer yang paling populer adalah situs belanja online yakni ShopeePay.

Indikator TAM salah perilaku yang menggambarkan pemanfaatan pemakaian technology informasi yang dipengaruhi oleh

kemudahan penggunaan dan kegunaan. Kemudahan penggunaan dan faedah pada pendapat ini dilihat bagaimana keyakinan diri dalam menggunakan teknologi terkini. Keyakinan itu lantas menjadi perangai pribadi tentang pemakaian serta terkait dengan tujuan untuk menerapkan teknologi tersebut (Davis, 2013).

Menurut Rahayu 2016 TAM memiliki beberapa kelebihan serta beberapa kelemahan.

Kelebihan dari TAM adalah:

1. TAM adalah model perilaku dengan keunggulan merespon kegagalan dalam adopsi sistem karena keengganan pengguna untuk menggunakannya.
2. TAM sudah banyak diuji dengan berbagai macam penelitian serta mayoritas hasil penelitian menunjukkan bahwa TAM merupakan model yang baik.
3. TAM adalah bentuk yang simpel dibandingkan dengan yang lain dan model yang valid.
4. TAM digunakan atas dasar teori yang sudah kuat.

Sedangkan kelemahan TAM adalah

1. TAM tidak memiliki control perilaku, dalam penelitian ini.
2. TAM kebanyakan cuma memakai system teknologi informasi,
3. TAM hanya berbagi informasi yang sangat umum tentang minat perilaku penggunaan terhadap penerimaan teknologi informasi,
4. TAM tidak pernah mempertimbangkan mengenai perbedaan kultur
5. TAM tidak sepenuhnya menjelaskan adakah hubungan antar variabel didalam model atau tidak.

Persepsi menurut Kotler & Keller (2016) teknik seseorang dalam menentukan, menafsirkan, serta mengatur segala informasi yang ada untuk menciptakan citra real world. Kesan yang timbul dalam diri pribadi tak hanya

bersumber menurut stimulus material, melainkan pada jaringan antar stimulus yang mengitari melalui keadaan di mana seseorang memilikinya. Tiap orang mempunyai taksiran yang berlainan akan sasaran yang serupa akibatnya pemahaman amat menguasai akhlak aktualnya sebagai pelanggan.

Persepsi Kemudahan

Rahmad et al, (2017) kemudahan yang dirasakan adalah sejauh mana insan berkeyakinan jika menggunakan komposisi spesifik bisa menghindarkan individu dari upaya. Hartono berpendapat dalam, (Nadia & Wiryawan, 2022) ada lima indeks guna mengukur kenyamanan yang dirasakan yaitu kemudahan penggunaan yang dirasakan, kemudahan kontrol, kemudahan pemahaman, dan fleksibilitas.

Persepsi Kegunaan

Kegunaan yang dirasakan dapat dipahami sejauh mana individu yakin dengan menggunakan komponen tertentu akan menolong mereka menambah performa dan prestasi kerja mereka (Tyas et al., 2019) Perceived Usefulness juga merupakan konsep yang menjelaskan pengukuran suatu kepercayaan yang dimana dilihat dari para penggunanya apakah akan mendatangkan suatu manfaat atau tidak.

Menurut William & Tjokrosaputro (2021) persepsi yang ada atas kegunaan yang telah dirasakan itu nantinya akan dikelompokkan jadi dua kelompok, yaitu: Manfaat yang dirasakan pengguna dengan mengevaluasi banyak faktor di tempat kerja lebih mudah untuk ditangani nanti, mendapat manfaat dari evaluasi tersebut dan dapat meningkatkan efisiensi kerja dan meningkatkan kinerja; keunggulan dari kedua faktor tersebut berupa indikator kegunaan yang mengandung dimensi yang lebih sederhana, berguna serta dapat meningkatkan produktifitas. Adapun perkiraan yang kedua ini meliputi suatu dimensi peningkatan efektivitas dan pengembangan kinerja.

Persepsi Resiko

Menurut (Priambodo & Prabawani, 2015) Persepsi resiko merupakan persepsi yang dimiliki oleh pengguna mengenai ketidak pastian serta dampak yang tak pernah diharapkan ketika melaksanakan aktivitas. Persepsi Risiko bisa diartikan sebagai keraguan yang ditemui customer saat mereka tidak bisa melihat peluang yang hendak berlangsung sebab ketetapan pengadaan yang dijalankan. Maka dari itu bisa dikatakan bahwa persepsi risiko tak sanggup melihat kegunaan dalam waktu lama, kerugian atau laba yang berlebihan, ketidak nyamanan, produk mungkin tidak berfungsi seperti yang diharapkan. (Suryani, 2013) Terdapat beberapa indicator yang dipakai sebagai pengukur persepsi resiko bagi (Pavlou, 2003):

1. Dalam bentuk resiko tertentu
2. Mendapati kenaikan.
3. Dugaan jika bermasalah.

METODOLOGI Tenik Analisis

Teknik kajian statistik yang dipakai pada ulasan ini adalah teknik analisis Kuantitatif terhadap hasil pengumpulan informasi Keputusan penggunaan ShopeePay Pada Masyarakat di Kabupaten Sukoharjo.

Perhitungan data yang dilangsungkan di ulasan ini memakai software SPSS. Program aplikasi dengan kemampuan analisis statistik yang tinggi dan sistem manajemen data dalam lingkungan grafis dengan menu deskriptif yang simple sehingga mudah di pahami dalam mengoperasikannya merupakan pengertian dari SPSS. Software analisis statistic ini lebih umum digunakan karena beberapa keunggulan yaitu:

- a. Dapat mencari data dari bermacam bentuk yang telah ada, misal di dBase, Lotus, Text File. Data yang terdapat pada bermacam bentuk data bisa terus dipakai guna diselidiki.
- b. Bentuk data mudah dipahami.

- c. Menyajikan penjelasan lebih valid dengan membagikan kode alasan apabila kedapatan Missing data.
- d. Gampang dioperasikan

Tempat, Waktu dan Subjek Penelitian

Riset ini dilakukan di Kabupaten Sukoharjo. Masa penelitian dilaksanakan pada Desember 2022. Subjek penelitian kami adalah masyarakat di Kabupaten Sukoharjo. Jenis Penelitian menggunakan penelitian kuantitatif primer yang menjelaskan keterkaitan antar variabel menggunakan eksperimen hipotesis.

Populasi dan sampel

Anggota penelitian ini adalah pengguna shopeepay di Kabupaten Sukoharjo. Lalu untuk sampel kami menggunakan 100 sampel yang kami peroleh dengan Teknik sampling dan jumlah sampel penelitian ini menggunakan rumus Slovin dengan tingkat *cut off* sebanyak 10% (0,1), sebagai berikut:

keterangan :

n= jumlah sampel
N= Populasi
e= margin of error

$$n = N / (1+(N \times e^2))$$

$$n = 911.966 / (1+(911.966 \times 0,1^2))$$

$$n = 911.966 / (1+(911.966 \times 0,01))$$

$$n = 911.966 / (1+9.119,66)$$

$$n = 911.966 / 9.120,66$$

$$n = 99,989$$

Perhitungan tersebut didapatkan 99,989 sampel yang kemudian dibulatkan menjadi 100 sampel. Sampel ini diambil pada pengguna shopeepay di Kabupaten Sukoharjo. Teknik sampling yang dipakai pada penelitian ini ialah *random sampling*, dimana Teknik tersebut merupakan teknik pengumpulan sampel yang memberikan setiap unsur (anggota) populasi giliran yang sama untuk ditetapkan sebagai anggota sampel (Sugiyono, 2018).

Teknik yang digunakan yaitu Cluster random sample. Ketika peneliti membagi populasi menjadi beberapa kelompok berdasarkan kelas atau karakteristik alam. Misalnya pembagian penduduk Sukoharjo menurut ciri-ciri alam, yaitu menurut wilayah geografis kecamatan.

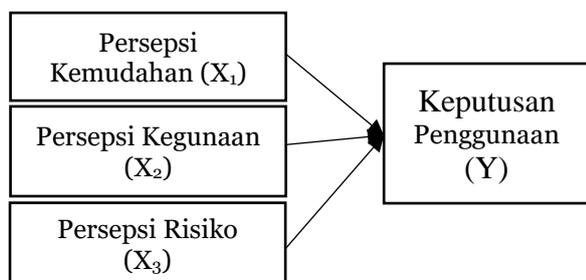
Pengembangan Instrumen

Pada riset ini menggunakan data kuantitatif primer. Data ini didapat dengan penyebaran kuisisioner yang sudah diisi oleh responden. Dalam kuisisioner tersebut terdapat pernyataan-pernyataan mengenai variabel yang ingin diteliti yaitu pengaruh *kemudahan, kegunaan dan tingkat risiko* terhadap keputusan penggunaan. Penelitian ini mempergunakan Likert Scale 1-5 dengan opsi Sangat Tidak Setuju (STS), Tidak Setuju (TS) Netral (N), Setuju (S) dan Sangat Setuju (SS). Berikut tabelnya:

Tabel 1.
Skala Penilaian Instrumen

No	Alternatif Jawaban	Skor
1.	Sangat Tidak Setuju	1
2.	Tidak Setuju	2
3.	Netral	3
4.	Setuju	4
5.	Sangat Setuju	5

Variabel yang digunakan pada riset ini meliputi beberapa variabel yaitu variabel kemudahan sebagai X_1 , variabel kegunaan sebagai X_2 , dan variabel tingkat risiko sebagai X_3 dan keputusan penggunaan sebagai Y atau variabel terikat.



Gambar 1.
Skema Kerangka Penelitian

Uji Hipotesis

Penelitian ini menerapkan beberapa metode uji yaitu Uji Asumsi Klasik, Validitas,

Reliabilitas, Uji determinan, Uji t. Dengan memakai teori TAM ditambah variabel persepsi resiko.

Berdasarkan gambar diatas, maka didapatkan hasil asumsi sebagai berikut:

- H_1 : Persepsi Kemudahan pengguna ShopeePay berakibat mengenai Keputusan penggunaan ShopeePay Pada Masyarakat di Kabupaten Sukoharjo.
- H_2 : Persepsi Kegunaan ShopeePay berdampak kepada keputusan penggunaan ShopeePay pada masyarakat di Kabupaten Sukoharjo.
- H_3 : Persepsi Resiko ShopeePay berimbas pada Keputusan penggunaan ShopeePay pada Masyarakat di Kabupaten Sukoharjo.

Tabel 2.
Operasionalisasi Variabel

Variabel	Indikator
Kemudahan (X_1)	Mudah Ditelaah Jelas & Bisa dimengerti Mudah untuk dipakai Fleksibel
Kegunaan (X_2)	Meningkatkan Efektifitas Meningkatkan Performa kerja Bermanfaat Menyederhanakan proses kerja
Risiko (X_3)	Waktu yang terpakai Gangguan kinerja Keadaan sistem keamanan Jaminan keamanan
Keputusan Penggunaan (Y)	Keputusan Penggunaan Lebih efektif Konsisten Pengoperasian mudah Nyaman saat digunakan

HASIL PENELITIAN

Hasil Uji Validitas

Uji validitas ini dinyatakan valid apabila setiap item pernyataan pada variabel memiliki nilai Sig < 0.05. Hasil uji validitas menyatakan keseluruhan item pernyataan tentang kemudahan, kegunaan, tingkat risiko, dan keputusan penggunaan ShopeePay secara keseluruhan bernilai signifikan < 0.05 yaitu 0.000. menunjukkan bahwa skala yang digunakan dalam penelitian ini valid.

Hasil Uji Reliabilitas

Suatu variabel disebut reliabel apabila nilai koefisien Cronbach's Alpha > 0.05. (Ghozali, 2016)

Tabel 3.
Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Standar	Cronbach's Alpha
Persepsi Kemudahan (X1)	0.60	0.836
Persepsi Kegunaan (X2)	0.60	0.869
Persepsi Risiko (X3)	0.60	0.710
Keputusan Penggunaan (Y)	0.60	0.911

Sumber: Data SPSS 23 Diolah, (2022)

Hasil uji reliabilitas diatas menunjukkan angka koefisien Cronbach's Alpha > 0.60, maka uji kali ini bisa disebut reliabel.

Uji Asumsi Klasik

Yang pertama adalah uji normalitas, uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi variabel penghalang atau residual mempunyai peredaran normal. (Ghozali, 2005)

Hasil Uji Normalitas

Tabel 4.
Hasil Uji Normalitas
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.90073606
Most Extreme Differences	Absolute	.083
	Positive	.083
	Negative	-.078
Test Statistic		.083
Asymp. Sig. (2-tailed)		.085 ^c

- a. Test distribution is Normal.
- b. Calculated from data.
- c. Lilliefors Significance Correction.

Sumber: Data SPSS 23 Diolah (2022)

Dapat disimpulkan bahwa residual menyebar normal jika nilai Asymp. Sig. < 0.05 begitupun sebliknya. Dan hasil dari uji normalitas metode kolmogrov semirnov diperoleh hasil sebesar 0.085 dengan demikian terdistribusi normal.

Hasil Uji Multikolinearitas

Uji Multikolineritas ini mempunyai tujuan yaitu guna menguji apakah model regresi dijumpai ada atau tidaknya hubungan antar variabel bebas (independent).

Tabel 5.
Hasil Uji Multikolinearitas

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta				Tolerance	VIF
1	(Constant)	-.132	1.661			-.080	.937		
	Kemudahan	.185	.128	.110		1.447	.151	.328	3.044
	Kegunaan	.887	.136	.553		6.526	.000	.264	3.784
	Risiko	.638	.128	.318		4.988	.000	.466	2.148

a. Dependent Variable: Keputusan Penggunaan

Sumber: Data SPSS 23 Diolah (2022)

Syarat:

1. Apabila nilai tolerance dikatakan > 0.10 berarti tidak terjadi multikolinearitas.
2. Apabila nilai VIF dikatakan < 10.00 berarti tidak terjadi multikolinearitas.

Hasil dari multikolinearitas diatas diperoleh nilai toleran sejumlah 0,466 serta VIF sebesar 2,148 yang berarti keduanya tidak menunjukan terjadinya multikolinearitas.

Hasil Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas ini bertujuan untuk menguji apakah terdapat ketidaksamaan varians pada model regresi dari residual satu pengamatan kepengamatan lainnya.

Tabel 6.
Hasil Uji Heteroskedastisitas

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		t	Sig.
		B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	-.157	1.027			-.153	.879
	Kemudahan	.039	.079	.084		.494	.622
	Kegunaan	.157	.084	.355		1.871	.064
	Risiko	-.153	.079	-.276		-1.933	.056

a. Dependent Variable: RES_2

Sumber : Data SPSS 23 Diolah (2022)

Pada uji heteroskedastisitas memakai uji glejser memiliki hasil yaitu memperlihatkan bahwa variabel kemudahan memiliki sigma 0.622 artinya tak kedapatan heteroskedastisitas, variabel kegunaan memiliki besaran sigma 0,064 artinya tidak terjadi heteroskedastisitas, variabel risiko memiliki hasil sigma. 0,056 yang artinya tak terjadi heteroskedastisitas.

Hasil Uji Keofisien Daterminasi

Menurut (Ghozali, 2016) Uji koefisien determinasi digunakan untuk memperkirakan berapa jauh kesanggupan bentuk pada saat menggambarkan macam komponen terikat.

Tabel 7.
Uji Koefisien Determinasi
Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.904 ^a	.818	.812	1.93021

a. Predictors: (Constant), Risiko, Kemudahan, Kegunaan

b. Dependent Variable: Keputusan Penggunaan

Sumber: Data SPSS Diolah (2022)

Berdasarkan Tabel 7, diketahui nilai Adjusted R² adalah 0,812 berarti 81.2% dari keputusan penggunaan ShopeePay pada masyarakat di kabupaten sukoharjo dijelaskan oleh faktor indenpenden yang tertera di penelitian dan lebihnya senilai 18.8% dijelaskan oleh faktor lain yang tidak terdapat dalam penelitian ini.

Hasil Uji Parsial

Manfaat Uji t dilakukan adalah guna menguji pengaruh yang terdapat pada variable indenpenden terhadap variable terikat. Dengan melihat nilai Thitung yang dibandingkan dengan t tabel dan sig 0.05.

Tabel 8.
Hasil Uji t

Variable Indenpenden	t	Sig
Persepsi Kemudahan	1.447	0,151
Persepsi Kegunaan	6.526	0,000
Persepsi Risiko	4.988	0,000

Berdasarkan table diatas kesimpulannya adalah:

1. Pengaruh Persepsi Kemudahan terhadap Keputusan Penggunaan ShopeePay
Terlihat jika nilai sigma $0.151 > 0,05$ dan Thitung $1.447 < 1,984$ hasilnya adalah H₁ ditolak yang artinya tidak ada pengaruh antara variabel X₁ terhadap variabel Y.
2. Pengaruh Persepsi Kegunaan terhadap Keputusan Penggunaan ShopeePay
Diketahui bahwa nilai sigma $0.000^b < 0,05$, dan t hitung $6.526 > 1.984$ hasilnya adalah H₂ diterima yang berarti terdapat pengaruh antara variabel X₂ terhadap variabel Y.
3. Pengaruh Persepsi Risiko terhadap Keputusan Penggunaan ShopeePay
Diketahui nilai sigma $0.000^b < 0,05$ dan nilai t hitung $4.988 > 1,984$, hasilnya adalah H₃

diterima yang berarti terdapat pengaruh antara variabel X₃ terhadap variabel Y.

PEMBAHASAN

Kemudahan (X₁) Berpengaruh terhadap Keputusan Penggunaan ShopeePay Pada Masyarakat di Sukoharjo (Y).

Berdasarkan analisis yang telah dilakukan peneliti mendapatkan kesimpulan bahwa pengaruh Persepsi Kemudahan terhadap keputusan penggunaan ShopeePay pada masyarakat di Sukoharjo diperoleh skor sigma sebesar $0.151 > 0.05$ yang artinya variabel persepsi kemudahan di tolak atau tidak berakibat penting pada Keputusan Penggunaan ShopeePay.

Sehingga bisa dinyatakan bahwa masyarakat menganggap saat memakai ShopeePay mereka tidak mendapati kemudahan saat transaksi. Hasil survey tersebut sama dengan hasil penelitian yang dilakukan (Ambarwati, 2019) mengatakan bahwa persepsi kemudahan berdampak tidak signifikan pada keputusan pemakaian Go-Pay.

Kegunaan (X₂) Berpengaruh terhadap Keputusan Penggunaan ShopeePay Pada Masyarakat di Sukoharjo (Y).

Pada survey yang sudah dilakukan mendapatkan hasil jika ada pengaruh positif signifikan pada variabel kegunaan terhadap keputusan penggunaan ShopeePay, dibuktikan dengan nilai sig sebesar $0.000 < 0.05$. hasil tersebut menunjukkan bahwa semakin besar persepsi masyarakat tentang kegunaan atau manfaat yang didapat maka semakin besar pula ketertarikan masyarakat untuk bertransaksi menggunakan ShopeePay.

Hasil penelitian ini sama dengan yang dilakukan oleh Nadia & Wiryawan (2022) yang menyatakan bahwa pada statistik uji t untuk variabel perceived usefulness diperoleh nilai t hitung sebesar 5,614 dengan nilai koefisien regresi sebesar 0,468, Oleh karena itu, penelitian ini berhasil membuktikan hipotesis

pertama bahwa “perceived usefulness berpengaruh positif terhadap kesediaan menggunakan e-wallet ShopeePay”.

Risiko (X_3) Berpengaruh terhadap Keputusan Penggunaan ShopeePay Pada Masyarakat di Sukoharjo (Y).

Berdasarkan analisis yang telah dilakukan pengaruh Persepsi Tingkat Risiko terhadap keputusan penggunaan ShopeePay pada masyarakat di Sukoharjo didapat skor sig sejumlah $0.000^b < 0.05$ artinya variabel persepsi Tingkat Risiko di terima atau berimbas signifikan dengan Keputusan Penggunaan ShopeePay. Hasil ini selaras dengan penelitian yang dilaksanakan (Haryani, 2019) yang menunjukkan pengaruh tingkat resiko terhadap keputusan penggunaan ShopeePay diterima.

SIMPULAN

Penelitian yang dilakukan ini memiliki tujuan guna mengetahui pengaruh kemudahan, kegunaan, dan risiko terhadap keputusan penggunaan Shopeepay pada masyarakat di Kabupaten Sukoharjo. Menurut hasil dari penelitian yang telah dipaparkan diatas, maka peneliti mendapatkan kesimpulan seperti dibawah ini:

1. Persepsi kemudahan penggunaan yang dirasakan tidak berpengaruh pada keputusan penggunaan ShopeePaay di Kabupaten Sukoharjo.
2. Persepsi kegunaan berpengaruh terhadap keputusan penggunaan ShopeePaay di Kabupaten Sukoharjo.
3. Persepsi Risiko berpengaruh terhadap keputusan penggunaan ShopeePaay di Kabupaten Sukoharjo.

REFERENSI

Ambarwati, D. (2019). Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Dan Persepsi Kepercayaan Terhadap Keputusan Penggunaan Go-Pay Pada Mahasiswa STIE Aub Surakarta. *Jurnal Bisnis dan Ekonomi*, 6(1), 88-103.

Aulia, N., & Suryanawa, I. K. (2019). Pengaruh Persepsi Kegunaan dan Kemudahan Penggunaan Pada Minat Penggunaan Quick Response Code dalam Transaksi Keuangan. *E-Jurnal Akuntansi*, 28(3), 1749.
<https://doi.org/10.24843/eja.2019.v28.i03.p08>

Davis, F. D. (2013). *Information Technology Introduction*. 13(3),319-340.

Ghozali, I. (2005). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 23* (Cet. VIII). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Haryani, D. S. (2019). Pengaruh Persepsi Risiko Terhadap Keputusan Pembelian Online Di Tanjungpinang. *Jurnal Dimensi*, 8(2),198-209.
<https://doi.org/10.33373/dms.v8i2.2155>

Kotler & Keller. (2016). *Capturing Marketing Insights* (Electronic Version). In *Marketing Management*.

Mawardani, F., & Dwijayanti, R. (2021). Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan Dan Promosi Cashback Terhadap Minat Mahasiswa Dalam Menggunakan Dompot Digital Shopeepay Pada Aplikasi Shopee. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 9(3),1455-1463.

Nadia, G., & Wiryawan, D. (2022). Pengaruh Persepsi Kegunaan dan Persepsi Kemudahan Terhadap Niat Penggunaan E-Wallet ShopeePay (Studi Pada Pengguna ShopeePay di Bandar Lampung). *REVENUE: Jurnal Manajemen Bisnis Islam*, 3(2),185-198.
<https://doi.org/10.24042/revenue.v3i2.13486>

Pavlou, P. A. (2003). *Consumer Acceptance of Electronic Commerce: Integrating Trust and Risk with the Technology Acceptance Model*. 7(3),69-103.

Pratama, R. A. (2021). Analisis Pengguna Shopeepay Dan Gopay Pada Masa Pandemi Covid-19 Dengan Model Tam. *Jurnal Informatika dan Rekayasa Perangkat Lunak*, 2(4),1-10.
<http://jim.teknokrat.ac.id/index.php/informatika/article/view/1606%0Ahttp://jim.teknokrat.ac.id/index.php/informatika/article/download/1606/504>

Priambodo, S., & Prabawani, B. (2015). Pengaruh

Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan, dan Persepsi Risiko Terhadap Minat Menggunakan Layanan Uang Elektronik (Studi Kasus Pada Masyarakat Di Kota Semarang). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 5(2),127-135.

- Rahmad, A. D., Astuti, E. S., & Riyadi. (2017). Pengaruh Kemudahan Terhadap Kepercayaan dan Penggunaan SMS Banking (Studi pada Mahasiswa Jurusan Administrasi Bisnis Universitas Brawijaya). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 43(1),36-43.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif* (Cet. 1). Alfabeta.
- Suryani, T. (2013). *Perilaku Konsumen Implementasi pada Strategi Pemasaran* (ed. 1. cet.). Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Tyas, E. I., Darma, E. S., P., A., & M. (2019). *Pengaruh Perceived Usefulness , Perceived Ease of Use, Perceived Enjoyment dan Actual Usage Terhadap Penerimaan Teknologi Informasi : Studi Empiris Pada Karyawan Bagian Akuntansi dan Keuangan Baitul Maal Wa Tamwil Wilayah Daerah Istimewa Yogyakarta*. *JAB*, 1(1), 25-35.
- William, G., & Tjokrosaputro, M. (2021). Persepsi Kegunaan Dan Promosi Untuk Memprediksi Niat Penggunaan E-Wallet: Sikap Sebagai Variabel Mediator. *Jurnal Muara Ilmu Ekonomi dan Bisnis*, 5(1), 74.
<https://doi.org/10.24912/jmieb.v5i1.999>