

**PENGARUH PERCEIVED EASE OF USE DAN PERCEIVED
USEFULNESS TERHADAP KEPUTUSAN PENGGUNAAN SHOPEEPAY
SEBAGAI DIGITAL PAYMENT (STUDI KASUS : PADA MAHASISWA
PERBANKAN SYARIAH ANGKATAN 2021 UIN SJECH M. DJAMIL
DJAMBEK BUKITTINGGI)**

Tasya Aulia Rahmi¹, Hesi Eka Puteri², Yuwarman Mansur³, Bustamar⁴

^{1,2,3,4}Universitas Islam Negeri Sjech M.Djamil Djambek Bukittinggi

Email : tasyaauliarahmi215@gmail.com¹, hesiekaputeri@uinbukittinggi.ac.id²,
yuwarmanmansur@gmail.com³, bustamar@uinbukittinggi.ac.id⁴

Abstrak

Penulisan skripsi ini ditujukan untuk memahami tentang seberapa berpengaruh Kemudahan dalam menggunakan dan keuntungan yang dirasakan dari pemanfaatan shopeepay sebagai digital payment di kalangan mahasiswa perbankan syariah angkatan 2021. Latar Belakang penulis memilih judul ini karena mempertimbangkan beberapa aspek yang relevan dengan penggunaan teknologi pembayaran digital saat ini. Skripsi ini menerapkan metode kuantitatif dengan menggunakan teknik analisis deskriptif untuk mengevaluasi informasi yang diperoleh berdasarkan jawaban dari partisipan. Data sekunder diperoleh melalui jurnal, buku serta karya ilmiah. Subjek dalam penelitian ini adalah mahasiswa jurusan perbankan syariah angkatan 2021 dan sampel sebanyak 116. Metode yang diaplikasikan untuk analisis data meliputi pengujian validitas, pengujian reliabilitas, pengujian normalitas, pengujian multikolinearitas, pengujian heteroskedastisitas, uji regresi linier berganda, pengujian F (secara bersamaan), pengujian t (secara terpisah), dan pengujian determinasi R^2 . Temuan dari penelitian ini yaitu kemudahan penggunaan memberikan dampak positif dan signifikan terhadap penggunaan shopeepay sebagai pembayaran digital. Ini bisa dilihat nilai signifikan variabel X_1 bernilai $0,005 < 0,05$ sedangkan $t_{hitung} 2,869 > t_{tabel} 1,980$ yang berarti H_1 diterima dan H_0 ditolak. Manfaat yang dirasakan memberikan dampak baik yang besar terhadap adopsi shopeepay sebagai cara pembayaran digital. Pada nilai yang signifikan variabel X_2 bernilai $0,001 < 0,05$ sedangkan $t_{hitung} 23,159 > t_{tabel} 1,980$ yang menunjukkan H_2 diterima sementara H_0 ditolak. Pada uji F terdapat nilai signifikan $0,001 < 0,05$ yang tercatat H_0 ditolak sedangkan H_3 diterima.

Kata Kunci: Kemudahan Penggunaan Yang Dialami, Manfaat Yang Dirasakan, ShopeePay Sebagai Pembayaran Digital.

Abstract

This research intends to identify the influence of how easy and useful the student believe ShopeePay is on its adoption as a digital payment among Islamic banking students from the 2021 batch. The foundation of this study is centered around the relevance of digital payment technology usage. This research employs a numerical approach and descriptive analysis

technique to analyze the information gathered from the responses of participants answers. Additional information was collected from magazines, literature and research articles. The demographic examined in this research consist of student from the Islamic banking program of 2021, amounting to a total of 116 participants. The analytical methods wmployed for the data include tests for validity, reability, normality, multicollinearity, and heteroscedasticity, along with multiple linear regression, F-tests (simultaneous), T-tests (partial), and the R2 determination test. Finding from this research reveal that the perceived ease of use positively and significantly effect on the use of ShopeePay as a digital payment option, with a significant value of $0.005 < 0.05$ and $t\text{-count } 2.869 > t\text{-table } 1.980$, meaning $H1$ is accepted and H_0 is rejected. Perceived usefulness also has a positive and significant effect on the use of ShopeePay as a digital payment, with a significant value of $0.001 < 0.05$ and $t\text{-count } 23.159 > t\text{-table } 1.980$, meaning $H2$ is accepted and H_0 is rejected. The F-test results show significance level of 0,001.

Keywords: *Perceived Simplicity Of Use, Perceived Usefulness, ShopeePay As An Online Payment Method.*

PENDAHULUAN

Dukungan akses internet dan kemajuan pada sektor teknologi berhasil membentuk inovasi dalam bentuk pelayanan keuangan berbentuk teknologi informasi. Seiring dengan perkembangan era industri, masyarakat Indonesia kini menjalani kehidupan yang tak terpisahkan dari kemajuan teknologi. Berkembangnya teknologi dan digitalisasi tidak mampu dihindari dan hampir setiap aspek kehidupan sehari-hari kini bergantung pada teknologi. Dengan kemajuan dan kecanggihan teknologi semua aktivitas atau kegiatan yang dilakukan individu menjadi sangat mudah dan juga cepat. Pertumbuhan teknologi dan informasi telah memicu perubahan pesat di era digital yang menyediakan kemudahan bagi masyarakat dalam menjalankan rutinitas mereka.

Sistem pembayaran digital telah berkembang pesat dari metode manual menuju era yang sepenuhnya digital dengan sistem pembayaran elektronik. Penggunaan ponsel kini semakin membantu masyarakat dalam mengimplementasikan metode pembayaran elektronik. Salah satu dampak positif dari kemajuan teknologi terhadap perekonomian Indonesia adalah transformasi dalam sistem pembayaran saat ini. Penerapan berbagai teknologi canggih saat ini dapat menawarkan pilihan lain untuk sistem pembayaran berbasis uang tunai.

Transaksi digital adalah inovasi dalam transaksi keuangan di zaman sekarang. Ada banyak keuntungan dari pembayaran digital, seperti efisiensi waktu, akses yang lebih mudah, peningkatan

loyalitas pengguna, serta biaya administrasi yang lebih rendah. Di sisi lain, ada pula kelemahan dari pembayaran digital, seperti potensi penyalahgunaan ancaman terhadap privasi, ketergantungan pada jaringan internet serta isu berkaitan dengan sistem aplikasi. Munculnya metode pembayaran digital sebagai salah satu opsi transaksi di zaman digital saat ini merupakan hasil perkembangan kecerdasan buatan, karena bisa digunakan dalam berbagai kegiatan dan kebutuhan terutama dalam proses pembayara yang dikenal sebagai pembayaran digital. Pembayaran digital adalah transaksi yang dilakukan secara online dan merupakan salah satu fitur yang disediakan oleh paper. id untuk mempermudah proses pembayaran dan akses terhadap semua paket transaksi.

Banyaknya layanan pembayaran digital yang ada di Indonesia menyebabkan persaingan diantara penyedia e-money semakin sengit. Oleh karena itu, penyedia layanan e- money perlu terus meningkatkan sistem yang ada pada aplikasi mereka agar tetap digunakan oleh masyarakat. Salah satu contoh adalah fitur e- money pada shopee, yaitu shopeepay. Pengguna akan memberikan penilaian mencoba fitur ini untuk pertama kali, Jika

mereka merasakan kemudahan dan manfaat, maka kepuasan akan muncul dan mereka akan cenderung terus untuk menggunakan. Dengan cara ini, individu akan terdorong untuk mencari informasi lebih lanjut dan membagikan pengalaman mereka baik yang baik maupun yang kurang baik, mengenai barang atau layanan yang mereka pakai.

Berdasarkan survei Jakpat, tahun 2023 Berikut tabel pengguna dompet digital pada tahun 2023:

Tabel 1.1
Jumlah dompet digital yang diminati
oleh pengguna untuk promosi tahun
2023

Nama Data	Nilai
Gopay	71%
OVO	70%
DANA	61%
ShopeePay	60%
LinkAja	27%

Sumber: Databoks.katadata.co.id

Pada tabel 1.1 tercatat, persentase pemakaian shopeepay tercatat menurun menjadi 60% hal ini disebabkan shopeepay memiliki pengaruh besar terhadap kepercayaan masyarakat pada manfaat dan kegunaan yang dirasakan serta persaingan dengan *e-commerce* lainnya.

Pengguna Shopeepay sangat digemari oleh mahasiswa dikarenakan mahasiswa menjadi target utama bagian dengan adanya kemajuan teknologi pada saat ini apalagi dengan adanya dompet digital Shopeepay yang pastinya semua mahasiswa mengetahui hal tersebut. Beragam penawaran menarik dan kemudahan yang disediakan untuk pengguna Shopeepay mendorong sejumlah pengguna shopee untuk mengaktifkan akun Shopeepay mereka. Selain memenuhi kebutuhan kuliah, mahasiswa juga melakukan kegiatan konsumsi untuk mempercantik penampilan dengan membeli berbagai barang, seperti pakaian, aksesoris, serta produk kosmetik. Hal ini mengindikasikan bahwa keperluan manusia tidak terbatas hanya pada kebutuhan pokok makanan pakaian dan tempat tinggal. Model hidup mahasiswa kini cenderung bersifat konsumtif, dengan penekanan pada penampilan dan mengikuti tren terkini. Mahasiswa seringkali merasa dorongan untuk membeli barang-barang baru, yang dapat mempengaruhi cara mereka berbelanja serta perilaku konsumsi mereka, di samping semakin tingginya minat terhadap penggunaan dompet digital,

Karena faktor-faktor tersebut, Shopeepay menjadi pilihan banyak orang

dan memberikan kepuasan kepada para pengguna, sehingga mereka terus menggunakan Shopeepay. Walaupun metode pembayaran melalui Shopeepay menawarkan kemudahan, terdapat juga beberapa kelemahan yang mempengaruhi keputusan konsumen. Tidak semua pemakai bisa menambah saldo Shopeepay, terutama bagi pelanggan yang menggunakan aplikasi shopee dan tinggal di daerah pedesaan, karena di tempat tinggal lokasi mereka tidak ada penyedia jasa untuk melakukan pengisian ulang saldo. Kekurangan lain yang ada adalah digunakan untuk pembayaran lain di luar shopee saja, hal itu membuat para konsumen enggan untuk mengisi Shopeepay sangat merepotkan. Alur sederhana untuk belanja online yaitu membuat transaksi lalu bayar, tetapi ketika kita menggunakan Shopeepay alurnya akan sedikit lebih panjang yaitu mengisi saldo Shopeepay dan hal itu memakan waktu dan tenaga untuk bertransaksi menggunakan Shopeepay. Terdapat sejumlah faktor yang berpengaruh terhadap ketertarikan terhadap pemanfaatan sistem pembayaran Shopeepay sebagai metode pembayaran digital. Peneliti mengarahkan perhatian pada dua faktor variabel yang dapat mempengaruhi ketertarikan dalam

menggunakan shopeepay sebagai metode pembayaran digital, yaitu pandangan kemudahan penggunaan dan pandangan kegunaan

TINJAUAN PUSTAKA

1. Perceived Ease of Use

Kemudahan penggunaan ditentukan oleh seberapa banyak konsumen merasa jika bahwa kemudahan dalam memakai sistem tersebut dapat membuat minat untuk menggunakan serta memahami fitur- fitur yang ada dalam sistem tersebut. Kombinasi antara kemudahan bagi pengguna dan instruksi yang jelas tentang cara menggunakan dompet digital akan membangun kepercayaan konsumen dan membuktikan keandalan penyedia layanan dalam menggunakan sistem berbasis web.

Menurut teori TAM (*Technology Acceptance Model*), kemudahan yang dirasakan oleh pengguna didefinisikan sebagai seberapa besar harapan pengguna terhadap sistem yang tidak menyulitkan dan berkaitan dengan perasaan mereka tentang jumlah usaha fisik serta mental yang dibutuhkan untuk mengoperasikan sistem tertentu. Indikator Perceived Ease Of Use dapat diidentifikasi sebagai berikut :

a. Mudah Dipelajari

Seseorang yang bisa dengan cepat mempelajari sebuah teknologi menunjukkan bahwa mereka menganggap teknologi tersebut mudah untuk digunakan. Sebaliknya, jika seseorang kesulitan dalam mempelajari teknologi, maka mereka akan menganggap teknologi itu sulit digunakan.

b. Mudah Dipahami

Seseorang yang merasa bahwa sebuah teknologi gampang dipahami cenderung menganggap teknologi tersebut mudah untuk digunakan. Di sisi lain, jika seseorang merasa kesulitan dalam memahami teknologi, mereka akan menganggapnya sulit untuk digunakan.

c. Tanpa Kesulitan

Seseorang yang merasa bahwa teknologi dapat digunakan dengan gampang akan menganggapnya mudah digunakan. Sebaliknya, jika suatu teknologi tidak mampu digunakan dengan cara yang sederhana, maka orang akan menilai bahwa teknologi tersebut tidak mudah digunakan.

d. Mudah Digunakan

Ketika seseorang merasa bahwa sebuah teknologi gampang digunakan, mereka akan memiliki pandangan positif terhadapnya. Namun, jika mereka merasa teknologi tersebut sulit untuk digunakan, keyakinan mereka terhadap teknologi itu akan menurun. Semakin besar kemudahan penggunaan, yang dirasakan oleh pengguna aplikasi, maka minat untuk menggunakan juga akan semakin besar.

2. Perceived Usefulness

Perceived usefulness dapat diartikan ketika pengguna percaya bahwa sistem informasi teknologi dapat meningkatkan kinerja dan hasil pekerjaan mereka, sistem informasi teknologi dianggap bermanfaat oleh pengguna karena keyakinan mereka bahwa sistem tertentu dapat meningkatkan kinerja dan performa mereka. Perceived usefulness dijelaskan sebagai pandangan tentang manfaat dari suatu tindakan dalam memanfaatkan sistem teknologi. Dianggap bermanfaat adalah salah satu faktor yang memotivasi orang untuk memanfaatkan layanan teknologi. Perceived usefulness menunjukkan seberapa besar seseorang merasa bahwa pemakaian suatu sistem

mampu membantu dan mempermudah tugas yang dilakukan untuk Perceived usefulness sebagai berikut:

a. Bekerja dengan cepat

Seorang pengguna bisa menyelesaikan tugasnya dengan lebih cepat jika memanfaatkan teknologi, yang akan membuatnya merasa bahwa teknologi tersebut bermanfaat. Sebaliknya, jika seseorang menggunakan teknologi yang tidak membantu mempercepat pekerjaan, keyakinannya terhadap teknologi itu akan berkurang.

b. Bermanfaat

Seorang pengguna merasa teknologi yang digunakannya dalam pekerjaannya memberikan manfaat, yang menandakan peningkatan keyakinan terhadap teknologi itu. Namun, jika pengguna merasa bahwa teknologi yang dipakai tidak ada faedahnya, maka keyakinan terhadap teknologi itu akan menurun.

c. Efektivitas

Seorang pengguna mampu mengerjakan tugasnya dengan efektif melalui teknologi. Hal ini membuat individu tersebut percaya akan kegunaan teknologi tersebut. Sebaliknya, apabila penggunaan

teknologi tidak mampu meningkatkan efektivitas kerja, maka kepercayaan terhadap teknologi itu akan hilang.

d. Lebih Mudah

Apabila seseorang pengguna merasa bahwa penggunaan teknologi membuat prosesnya lebih mudah, maka keyakinannya terhadap teknologi tersebut akan meningkat.

e. Kinerja

Seorang pengguna akan merasakan adanya peningkatan dalam kinerja berkat bantuan teknologi. Dalam hal ini, individu akan menganggap teknologi tersebut bermanfaat. Namun, jika mereka merasa kinerja mereka tidak bertambah baik saat memakai teknologi tertentu, maka mereka tidak akan melihat teknologi itu sebagai sesuatu yang berguna untuk pekerjaan mereka.

3. Digital Payment

Pembayaran digital adalah transaksi yang berlangsung secara online dengan menggunakan perangkat lunak dan jaringan akun virtual. Pembayaran digital adalah sebuah inovasi dalam proses pembayaran di zaman sekarang dan telah menjadi

populer di berbagai lapisan masyarakat. Berbagai kelebihan digital payment yakni mengefisienkan waktu, kemudahan akses, meningkatkan loyalitas, biaya administrasi yang rendah.

Kelemahan dari pembayaran digital salah satu pilihan layanan transaksi pada zaman digitalisasi merupakan produk kecerdasan buatan yang paling maju, disebabkan kemampuannya untuk beradaptasi dengan berbagai aspek aktivitas dan kebutuhan. Perubahan peran uang tunai sebagai sarana transaksi telah bertransformasi menjadi bentuk tanpa uang langsung dengan berbagai jenis media dan sistem pembayaran digital yang tersedia. Ada beberapa indikator pada pembayaran digital:

- a. Kemudahan saat menggunakan pembayaran dalam bentuk digital.
- b. Akses yang mudah dalam menggunakan untuk melakukan transaksi digital di setiap waktu dan lokasi.
- c. Keuntungan yang bisa diperoleh individu yang menggunakan metode pembayaran digital, baik secara daring maupun luring.

4. Shopeepay

Shopeepay merupakan sebuah aplikasi untuk dompet digital dan uang elektronik yang bisa dilakukan untuk melakukan transaksi dan menyimpan uang yang dikembalikan. Shopeepay bisa dimanfaatkan sebagai cara pembayaran baik secara daring di aplikasi shopee ataupun secara luring di tok- took yang menerima shopeepay

Tentu saja hal ini bertujuan untuk memberikan kenyamanan saat melakukan transaksi pembayaran melalui layanan shopeepay. Berikut beberapa fitur menarik yang ditawarkan oleh shopeepay :

- a. Melaksanakan transaksi pembayaran di shopee dengan cara yang cepat dan simple.
- b. menawarkan layanan untuk mengirimkan saldo shopeepay kepada mengirimkan seluruh teman pengguna.
- c. Memberikan *voucher* gratis ongkir saat berbelanja di shopee.
- d. Menawarkan *cashback* yang khusus untuk pengguna layanan shopeepay biaya administrasi.
- e. Menyediakan *cashback* khusus bagi pengguna layanan shopeepay

METODE PENELITIAN

Jenis studi yang diterapkan dalam studi ini merupakan studi penelitian yang menggunakan metode kuantitatif. Ini didasarkan pada paham positivism dan dipakai untuk menginvestigasi populasi atau sampel spesifik. Pengamatan data dalam bentuk kuantitatif dilakukan dengan memanfaatkan survei yang diberikan kepada para partisipan dan diolah dengan bantuan SPSS untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan dengan pengukuran skala likert. Dalam studi ini, peneliti berusaha untuk mengetahui seberapa besar dampak kemudahan penggunaan dan kegunaan penggunaan pada keputusan menggunakan shopeepay sebagai metode pembayaran digital. Sumber informasi dalam studi ini meliputi data utama yang didapat dari subjek penelitian dilakukan dengan menyebarkan kuesioner kepada mahasiswa dari program studi perbankan syariah angkatan 2021 di UIN Sjech M. Djamil Djambek Bukittinggi. Data tambahan merujuk pada informasi yang diperoleh atau dikumpulkan oleh peneliti dari sumber- sumber yang telah ada sebelumnya. Dalam peneltian ini data sekunder meliputi data yang didapatkan dari jurnal, buku, dan karya ilmiah yang relevan dengan penelitian ini.

Teknik pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan *teknik stratified random sampling*, dimana sampel yang diambil 30% dari jumlah populasi. Dengan jumlah sampel 116 dari 384 jumlah populasi.

Tabel 3.1

Definisi Operasional Variabel

Jenis Variabel	Definisi Variabel	Indikator
<i>Perceived Ease Of Use</i> (Persepsi Kemudahan Penggunaan yang dirasakan)	Kemudahan dalam penggunaan merupakan keyakinan individu pada suatu sistem yang bisa mempengaruhi keetertarikan mereka untuk memakai sistem teknologi informasi. Tingkat kepercayaan seseorang bahwa memakai suatu sistem tertentu tidak menimbulkan kesulitan atau memerlukan usaha yang signifikan.	1. Teknologi informasi gampang untuk dipahami. 2. Transaksi menjadi lebih cepat 3. Teknologi informasi mudah dioperasikan 4. Meningkatkan produktivitas
<i>Perceived Usefulness</i> (Persepsi Manfaat)	Manfaat Penggunaan adalah seorang pengguna percaya bahwa memakai teknologi tersebut bisa memberikan keuntungan yang dapat memperbaiki performa.	1. Bekerja Dengan Cepat adalah seorang pengguna yang dapat menyelesaikan tugasnya dengan lebih cepat. 2. Bermanfaat adalah seorang pengguna yang merasakan keefektifan saat memanfaatkan teknologi untuk tugasnya. 3. Efektivitas adalah seorang pengguna yang mampu menyelesaikan tugasnya dengan efisien dengan bantuan teknologi 4. Lebih Mudah adalah pengguna yang merasa bahwa penggunaan teknologi membuat perjalanan mereka lebih mudah, sehingga mereka akan mempercayai teknologi tersebut. 5. Kinerja adalah seorang pengguna yang merasa bahwa kinerja mereka meningkat dengan adanya teknologi.
ShopeePay		1. Persepsi mengenai kemudahan penggunaan 2. Pandangan tentang manfaat. 3. Promosi merupakan suatu perkenalan untuk memajukan dagangan usaha.

Pendekatan untuk menganalisis data diterapkan pada studi ini memakai model regresi linear berganda. Metode ini dipilih karena mampu memberikan

kesimpulan yang jelas mengenai dampak masing-masing dari dua variabel independen, baik secara terpisah maupun bersamaan. Sebelum menganalisis hasil regresi, penting untuk melakukan pemeriksaan terhadap data penelitian terlebih dahulu. Tujunnya adalah untuk memastikan relevansi model yang digunakan dapat dianggap relevan. Pengujian yang dilakukan mencakup pengujian awal seperti validitas, reliabilitas, normalitas, multikolinearitas, dan pengujian hipotesis dilakukan melalui pengujian F, t, dan koefisien determinasi (R²).

Formulasi didalam analisis regresi linear berganda yaitu :

$$Y = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + e$$

Keterangan :

Y : Variabel dependen (Loyalitas Nasabah Tabungan Mudharabah)

β_0 : Nilai konstan

β_1 : Koefisien regresi X.1

β_2 : Koefisien regresi X.2

X1: Pengalaman Pemasaran

X2: Kualitas Pelayanan

e : Error

HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Pra Penelitian

1. Uji Validitas

Pengujian dilaksanakan untuk menentukan apakah kuesioner tersebut akurat atau tidak. Sebuah kuesioner valid ketika pertanyaannya ataupun pernyataan tersebut dapat menerangkan suatu hal yang diukur dalam kuesioner, data validasi bisa diukur melalui perbandingan r_{hitung} terhadap r_{tabel} , jika:

- $r_{hitung} > r_{tabel}$ (dalam taraf sign 5%) dapat dikatakan kuesioner dinyatakan valid
- $r_{hitung} < r_{tabel}$ (dalam taraf sign 5%) dapat dikatakan kuesioner tidaklah sah

Tabel 4.1 Pengujian Validitas

Variabel	Komponen Pernyataan	r Hitung	r Tabel	Ket
Perceived Ease of Use (X1)	X1.1	0,814	0.182	Valid
	X1.2	0,782	0.182	Valid
	X1.3	0,830	0.182	Valid
	X1.4	0,858	0.182	Valid
	X1.5	0,776	0.182	Valid
	X1.6	0,812	0.182	Valid
	X1.7	0,821	0.182	Valid
Perceived Usefulness (X2)	X2.1	0,775	0.182	Valid
	X2.2	0,838	0.182	Valid
	X2.3	0,853	0.182	Valid
	X2.4	0,814	0.182	Valid
	X2.5	0,843	0.182	Valid
	X2.6	0,764	0.182	Valid
	X2.7	0,859	0.182	Valid
ShopeePay (Y)	Y.1	0,818	0.182	Valid
	Y.2	0,858	0.182	Valid
	Y.3	0,828	0.182	Valid
	Y.4	0,801	0.182	Valid
	Y.5	0,842	0.182	Valid
	Y.6	0,848	0.182	Valid

Sumber : Output Pengolahan Informasi

Utama Tahun 2025

Tabel 4.1 menunjukkan bahwa variabel penggunaan yang dirasakan, kegunaan yang dirasakan dan shopeepay memiliki nilai r hitung yang melebihi r tabel. Dengan demikian, bisa diambil kesimpulan bahwa semua komponen dianggap valid.

2. Uji Reliabilitas

Pengujian ini dilakukan bertujuan mengevaluasi ketergantungan kuesioner. Jika kuesioner dapat menghasilkan pengukuran yang stabil atau tidak berubah ubah, maka kuesionernya dapat dikatakan bisa diandalkan. Pengujian statistik *Cronbach Alpha* dipergunakan dalam pengujian reliabilitas. Pengujian dapat dikatakan andal ketika :

- Nilai *Cronbach's Alpha* > taraf signifikannya 60 % atau 0,60 dimana kuesioner dapat dinyatakan reliabel
- Nilai *Cronbach's Alpha* < taraf signifikannya 60 % atau 0,60 dimana kuesioner dapat dinyatakan tidak reliabel

Tabel 4.2 Pengujian Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha Variabel	Keterangan
Persepsi Kemudahan Penggunaan (X1)	0,914	Reliabel
Persepsi Manfaat Penggunaan (X2)	0,919	Reliabel
ShopeePay Sebagai Digital Pymnt (Y)	0,911	Reliabel

Sumber : Output Pengolahan Informasi

Utama Tahun 2025

Tabel 4.2 diatas diketahui nilai dari *Cronbach's Alpha* variabel pengaruh kemudahan yang dirasakan terhadap keputusan untuk menggunakan shopeepay sebagai pembayaran digital persepsi kemudahan penggunaan dan persepsi manfaat penggunaan pada keputusan pemakaian shopeepay sebagai digital payment memiliki nilai *Cronbach's Alpha* besar dari 0,60. Bisa dikatakan variabel tersebut dikatakan reliabel.

3. Uji Normalitas

Uji ini diperuntukkan dalam penentuan data dari variabel yang dimiliki mendekati populasi pendistribusian normal ataupun tidak. Pada penelitian yang dilakukan penulis akan menguji masing-masing variabel menggunakan analisis statistik *non parametrik One-Sample Kolmogorov-Smirnov*. Adapun cara dalam mengetahui datanya terdistribusikan secara normal ataupun tidak yakni melihat angka yang terletak di Asymp. Sig. (2-tailed). Acuan berdasarkan angka signifikan ini ada dua yaitu:

- Data terdistribusikan normal ketika nilai signifikansinya $(p) > 0,05$
- Data tidak terdistribusikan normal ketika nilai signifikansinya $(p) < 0,05$

Tabel 4.3 Pengujian Normalitas

			Unstandardized Residual
N			116
Normal Parameters ^{a,b}	Mean		,0000000
	Std. Deviation		,89235581
Most Extreme Differences	Absolute		,081
	Positive		,075
	Negative		-,081
Tests Statistic			,081
Asymp. Sig. (2-tailed) ^c			,058
Monte Carlo Sig. (2-tailed) ^a	Sig.		,057
	99% Confidence Interval	Lower Bound	,051
		Upper Bound	,063

Sumber : Output Pengolahan Informasi
Utama Tahun 2025

Berdasarkan hasil uji menggunakan metode *Kolmogorov-smirnov* diketahui nilai Asymp. Sig (2-tailed) sebesar 0,58 yang mana lebih besar dari 0,05. Maka dapat disimpulkan bahwa uji tes normalitas penelitian terdistribusi normal.

4. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas dipergunakan didalam mengkaji model regresi dalam menentukan adanya hubungan diantara variabel independenya. Multikolinearitas terlihat dari nilai *tollerance* dan *Variance Inflation Factor (VIF)*. Acuan untuk penentuan hipotesis yang diambil didalam uji multikolinearitas adalah:

- Ketika nilai toleransi $< 0,10$ dan $VIF > 10,00$, sehingga terjadinya multikolinearitas.

- b. Ketika nilai toleransi $>0,10$ dan $VIF < 10,00$, sehingga tidak terjadinya multikolinearitas.

Tabel 4.4 Pengujian Multikolinearitas

Model			Collinearity Statistics	
			Tolerance	VIF
1	Persepsi Penggunaan	Kemudahan	,347	2,882
	Persepsi Penggunaan	Manfaat	,347	2,882

Sumber : Output Pengolahan Informasi
Utama Tahun 2025

Berdasarkan output pengujian multikolinearitas yang ditampilkan tolerance tercatat 0,347 melebihi tinggi dari 0,1. Sedangkan itu nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) adalah 2,882 yang berada di bawah 10,00. Dengan demikian diambil kesimpulan tidak ada multikolinearitas antara variabel dependen dalam bentuk regresi.

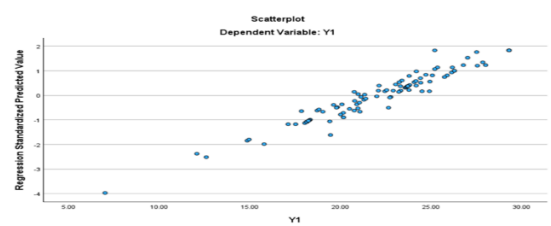
5. Uji Heteroskedastisitas

Pengujiannya melalui penyebaran varians residual yang tersebar-sebar serta tidak mempunyai suatu pola, uji heteroskedastisitas menentukan apakah terjadinya ketidaksamaan bentuk-bentuk dari residual satu pengamatan kepengamatan berikutnya. Sumber yang dipergunakan dalam menentukan hipotesis uji ini adalah

- a. Ketika pola tersebut tidak jelas, seperti plot titik yang penyebarannya

tersebar diatas dan dibawah angka nol dalam *Regression Studentized Residual* dapat terjadinya homokedastisitas

- b. Ketika adanya pola tertentu, seperti adanya plot titik membentuk sebuah pola tertentu yang teratur akan menandakan terjadinya heteroskedastisitas.



**Gambar 4.1 Hasil dari Uji
Heteroskedastisitas**

Sumber: Output Pengolahan Informasi
Utama Tahun 2025

Didasarkan hasilnya pada gambar tersebut diketahui plot titik-titik tersebar tidak beraturan diatas dan juga di bawah angka nol dari *Regression Studentized Residual*. Jadi disimpulkan pada pengujian ini tidak adanya masalah heteroskedastisitas.

Uji Regresi Linear Berganda

Pengujian regresi linear berganda dalam studi ini dipergunakan supaya dapat mengukur pengaruh variabel persepsi

kemudahan dan persepsi kegunaan pada shopeepay sebagai pembayaran digital.

**Tabel 4.5 Pengujian Analisis Regresi
Linier Berganda**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	2,314	486		4,758	<,001
Perceived Ease of Use	,084	,029	,109	2,869	,005
Perceived Usefulness	,673	,029	,881	23,159	<,001

Sumber : Output Pengolahan Informasi
Utama Tahun 025

Dilihat pada tabel tersebut didapati persamaan dari regresi linier berganda yakni

$$Y = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + e$$

$$Y = 21,067 + 0,174 X_1 + 0,301 X_2 + e$$

Didasarkan hasil dari regresi tersebut maka :

- Nilai dari konstanta (α) adalah 2,314 yang merupakan angka positif. Ini menunjukkan apabila variabel independen berada di angka 0 % atau tidak adanya modifikasi, maka nilai shopeepay sebagai digital payment 2,314.
- Nilai koefisien persepsi kemudahan (X_1) tercatat positif yaitu 0,84. Ini menunjukkan bahwa jika terjadi peningkatan 1% dalam persepsi kemudahan maka shopeepay sebagai

digital payment akan tumbuh besar 0,84 atau 84% dengan asumsi variabel lain tidak ada perubahan. Kesimpulannya bahwa semakin tinggi tingkat pandangan tentang kemudahan yang diterima, maka shopeepay sebagai digital payment akan semakin meningkat. Dan juga sebaliknya jika tingkat persepsi kemudahan ini menurun, maka akan semakin menurun shopeepay sebagai digital payment.

- Nilai koefisien Perceived Usefulness (X_2) tercatat positif yaitu 0,673. Ini membuktikan apabila persepsi kegunaan mengalami kenaikan 1% jadi shopeepay sebagai digital payment akan naik 0,673 atau 67,3 dengan anggapan bahwa faktor independen lainnya dianggap konstan. Dapat disimpulkan bahwa semakin naik tingkat perceived usefulness yang diberikan maka semakin meningkatnya shopeepay sebagai digital payment. Dan sebaliknya, ketika kualitas layanan yang disediakan semakin buruk, maka tingkat penggunaan shopeepay sebagai metode pembayaran digital juga akan menurun.

Uji Hipotesis

1. Uji Simultan (Uji F)

Pengujian ditujukan supaya dapat menentukan besaran variabel bebas secara bersamaan mempengaruhi terhadap variabel yang bergantung. Tipe pengujiannya yang digpergunakan dalam ujii simultan :

- Ketika $F_{hitung} > F_{tabel}$ atau $sign < 0,05$ sehingga terdapatnya pengaruh secara bersamaan variabel independen bebas terhadap variabel terikatnya
- Ketika $F_{hitung} < F_{tabel}$ atau $sign > 0,05$ sehingga tidak terdapatnya pengaruh secara bersamaan variabel bebas pada variabel terikatnya.

Tabel 4.7 Pengujian F

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1522,446	2	761,223	939,326	<,001 ^b
	Residual	91,574	113	,810		
	Total	1614,020	115			

Sumber: Hasil Pengolahan Data Primer Tahun 2025

Dalam analisis ini, dilakukan dengan penetapan level signifikan sebesar 0,05 atau sebesar 5%. Berdasarkan tabel statistik yang ada, nilai F yang dihitung adalah 939,326. Sementara itu, nilai F tabel ditentukan dengan mengacu pada level kepercayaan $95\% \alpha = 5\%$ atau 0,05. $df1 = k$ (Jumlah variabel bebas) dan $df2 = n - k - 1$

(dimana menunjukkan jumlah partisipan dan k merujuk pada jumlah variabel bebas). Dengan demikian, $df = 2$ dan $df2 = 116 - 2 - 1 = 113$, maka didapatn nilai F tabel adalah 3.08.

Dapat diambil kesimpulan bahwa $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($939,326 > 3.08$) dengan level signifikansi $0,001 < 0,05$, artinya H_0 ditolak dan H_a diterima. Sehingga dapat dijelaskan bahwa baik variabel persepsi kemudahan maupun persepsi kegunaan mempunyai efek baik dan signifikan secara parsial pada ShopeePay sebagai digital payment pada mahasiswa perbankan syariah Angkatan 2021 UIN Sjech M.djamil Djambek Bukittinggi.

2. Uji Parsiial (Uji t)

Uji statistik t merupakan salah bentuk cara memeriksa kebenaran hipotesis yang diajukan oleh peneliti, dengan tujuan menilai dampak variabel independen terhadap variabel dependen. Dengan syarat hipotesis yang diajukan dapat diterima apabila t hitung lebih tinggi dari t tabel atau $sign < 0,05$ yang berarti tidak ada pengarruh secara parsial antara variabel trrikat dan variabel bebas

Tabel 4.6 Uji T

Modell	Unstandarreded Coefficients		Standarrdized Coefficients		Sig.
	B	Std. Error	Beta	T	
1 (Constan)	2,314	486		4,758	<,001
Perceived Ease of Use	,084	,029	,109	2,869	,005
Perceived Usefulness	,673	,029	,881	23,159	<,001

Sumber: Hasil Pengolahan Data Primer
Tahun 2025

a. Pengujian Hipotesis Pertama (X.1)

Dengan tingkat signifikan 0,05 maka didapatkan $\alpha = 5\% : 2 = 2,5\%$ atau 0,025 (Dua Arah) dan df dengan perhitungan $df = n - k - 1$ (diketahui n adalah total partisipan). Sehingga diperoleh $df = 116 - 2 - 1 = 113$. Maka diperoleh t_{tabel} adalah 1,980. Berdasarkan informasi yang tercantum tabel diatas, diperoleh bahwa nilai t hitung untuk variabel kemuhan penggunaan yang terasa (XI) mencapai 2,869 dengan angka signifikansi 0,005 kecil dari 0,05 di mana nilai t tabel adalah 2,869 dan lebih besar daripada 1,980. Oleh karena itu H_{a2} diterima sedangkan H_{o2} ditolak. Dengan demikian, bahwa variabel X2 memiliki pengaruh yang signifikan secara parsial pada shopeepay sebagai digital payment.

b. Uji Hipotesis Kedua (X2)

Dengan tingkat signifikan 0,05 maka didapatkan $\alpha = 5\% : 2 = 2,5\%$ atau 0,025 (Dua Arah) dan df dihitung dengan dengan perhitungan $df = n - k - 1$ (dimana n adalah total partisipan). Sehingga didapatkan $df = 116 - 2 - 1 = 113$. Maka t tabel yang dihasilkan adalah 1,980. Berdasarkan informasi yang tercantum pada tabel sebelumnya, nilai t hitung untuk variabel Perceived Usefulness (X2) sebesar 23,159 dengan nilai signifikannya $0,001 < 0,05$ dan t tabel adalah 1,980 ($23,159 > 1,980$). Maka H_{a3} diterima sedangkan H_{o3} tidak diterima. Dari sini disimpulkan bahwa variabel perceived usefulness memiliki pengaruh yang signifikan secara individual pada shopeepay sebagai digital payment.

3. Uji Koefisien Determinan (R^2)

Uji koefisien determinasi bermaksud melihat seberapa jauh potensi dalam menjelaskan perbedaan dari variabel yang bergantung. Nilai dari koefisien determinan (R^2) berkisar dalam rentang 0-1. Hasil analisis koefisien determinan bisa ditemukan pada tabel berikut :

Tabel 4.8 Hasil Pengujian Koefisien Determinan (R^2)

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.971 ^a	.943	.942	90,022

Sumber: Output Pengolahan Informasi Utama Tahun 2025

Berdasarkan tabel yang ada, dengan Adjusted R Square nilai 0,943 atau 94,3% yang memiliki arti bahwa variabel variabel persepsi kemudahn dan persepsi kegunaan untuk menerangkan variabel ShopeePay sebagai digital payment sebesar 94,3% sedangkan 0,57% lainnya diterangkan oleh variabel independen yang tidak ada pada model regresi yang dipakai pada penelitian ini.

Pembahasan

1. Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan Shopeepay Sebagai Digital Payment

Berdasarkan informasi yang terdapat pada tabel sebelumnya diperoleh bahwa t hitung X_1 bernilai 2,869 signifikannya $0,005 < 0,05$ dan $t \text{ hitung} > t \text{ tabel}$ ($2,869 > 1,980$). Jadi H_{a1} diterima sedangkan H_{o1} ditolak. Bisa diambil kesimpulan bahwa pengaruh signifikan variabel persepsi kemudahan penggunaan secara parsial terhadap keputusan penggunaan Shopeepay sebagai digital payment dikalangan

mahasiswa program studi perbankan syariah angkatan 2021 UIN Sjech M.Djamil Djambek Bukittinggi.

Berdasarkan Teori TAM (*Technology Acceptance Model*), kemudahan pemakaian yang dirasakan diartikan sebagai tingkat harapan pengguna agar sistem berfungsi tanpa hambatan, terkait dengan bagaimana perasaan mereka menggunakan sistem sistem tertentu. Dikatakan bahwa persepsi mengenai kemudahan dalam penggunaan memberikan dampak yang positif terhadap niat untuk menggunakan suatu sistem. Semakin simpel suatu sistem untuk dijalankan, semakin mudah juga bagi orang untuk memahaminya. *Innovation Diffusion Theory* (IDT) oleh Everett M. Rogers, menjelaskan bagaimana inovasi bisa diterima seiring waktu dengan mengkaji proses inovasi dan keputusan yang berpengaruh pada adopsi inovasi di kalangan anggota suatu sistem sosial. Rogers, daam teori difusi inovasi menjelaskan bahwa kompleksitas mencerminkan seberapa besar pengguna merasakan kerumitan dari suatu teknologi baru, yang menunjukkan sejauh mana kemudahan penggunaan teknologi tersebut.

Temuan ini selaras pada studi yang berjudul "Dampak Persepsi Kemudahan

Penggunaan, Kepercayaan dan Literasi Keuangan Terhadap Pemanfaatan ShopeePay di Masyarakat Bengkulu” yang mengungkapkan adanya dampak positif yang signifikan dari judul

2. Pengaruh Persepsi Kegunaan Terhadap Keputusan Penggunaan Shopeepay Sebagai Digital Payment

Menurut informasi yang disajikan dalam tabel di atas, nilai hitung untuk variabel *perceived usefulness* (X2) mencapai 23,159 dengan tingkat signifikannya $0,001 < 0,05$ dimana t tabel menunjukkan tabel (23,159 > 1,980). Maka H_{a2} diterima sedangkan H_{o2} ditolak. Jadi ada dampak yang signifikan dari variabel kegunaan yang dirasakan secara parsial terhadap pilihan untuk menggunakan shopeepay sebagai digital.

Pada teori ECM (*Expectation Confirmation Model*) setelah pengguna teknologi mendapatkan lebih banyak manfaat dari teknologi yang mereka pakai, hal ini akan mendorong mereka untuk terus menggunakan teknologi itu. *Expectation Confirmation Model* atau ECM, teori ini diperluas oleh Bhattacharjee, untuk mengeksplorasi niat pengguna dan menambahkan “*perceived usefulness*” dari model penerimaan teknologi. Ketika

pengguna merasa puas terhadap sistem informasi, dan mempunyai sikap positif dalam menggunakan sistem, itu akan meningkatkan niat kelanjutan penggunaannya. di mana teori ini menitikberatkan pada kepuasan *satisfaction* pengguna, di mana teori ini fokus pada kepuasan pengguna, dengan kepuasan yang dipengaruhi oleh bagaimana pengguna memandang kegunaan dan konfirmasi. Ini berarti bahwa jika teknologi dianggap bermanfaat bagi masyarakat, maka pengguna akan merasakan tingkat kepuasan yang tinggi, karena semua kebutuhan mereka dapat terpenuhi melalui pemanfaatan teknologi tersebut.

Temuan dari studi ini mendukung hasil riset yang dilakukan yang berjudul “Dampak Persepsi Manfaat Ketertarikan Menggunakan Uang e- wallet Shopeepay di Kota Madiun” yang menyatakan adanya variabel persepsi kegunaan secara terpisah memiliki dampak yang signifikan serta positif terhadap ketertarikan untuk menggunakan kembali e- wallet shopeepay di Madiun.

3. Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan dan Persepsi Kegunaan Terhadap Keputusan Penggunaan

Shopeepay Sebagai Digital Payment

Berdasarkan hasil uji F yang dilakukan yaitu uji terhadap variabel persepsi kemudahan dan persepsi kegunaan pada shopeepay sebagai digital payment. Dapat disimpulkan bahwa $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($939,326 > 3.08$) dengan taraf signifikansi $0,001 < 0,05$, artinya H_0 tidak diterima dan H_a diterima. Dengan kata lain, dapat dikatakan bahwa variabel kemudahan penggunaan yang dirasakan dan kegunaan yang dirasakan memiliki pengaruh positif dan signifikan secara bersamaan terhadap pemanfaatan shopeepay sebagai metode pembayaran digital.

Temuan dari studi ini sejalan dengan studi yang digunakan oleh Wulan Noor Anisa tentang "Dampak Pandangan Tentang Kemudahan, Kegunaan, dan Kepercayaan Terhadap Minat Menggunakan Shopeepay Sebagai Media Pembayaran" yang menunjukkan bahwa persepsi mengenai kemudahan, keuntungan, dan kepercayaan memiliki dampak positif terhadap ketertarikan menggunakan transaksi shopeepay.

Model penerimaan teknologi (TAM) adalah suatu teori yang berkaitan dengan pemakaian sistem teknologi informasi yang

memiliki dampak besar dan sering dipakai untuk menguraikan bagaimana seseorang menerima pemakaian sistem teknologi informasi. TAM seringkali diterapkan untuk meneliti hubungan antara manusia dan penerimaan teknologi. Model ini mengandalkan dua elemen puncak yaitu kegunaan yang dirasakan kemudahan penggunaan yang diasakan untuk meramalkan penerimaan sistem informasi. Kedua elemen ini sangat krusial dalam kerangka kerja TAM.

4. Analisis Digital Payment Pada Perspektif Syariah

Pembayaran digital syariah merupakan layanan transaksi elektronik yang sesuai dengan hukum keuangan syariah, termasuk menjauhi riba, gharar, dan maysir. Berbagai upaya telah dikerjakan oleh lembaga keuangan syariah dan perusahaan teknologi untuk mengembangkan aplikasi yang sesuai dengan prinsip syariah, layanan perbankan online yang mengikuti aturan syariah, platform e-commerce yang menjamin keterbukaan dan keadilan pada proses transaksinya.

DSN-MUI Indonesia telah menerbitkan sebuah keputusan yang menyangkut uang digital, dinyatakan sebagai alat transaksi yang resmi, syaratnya

adalah memenuhi sejumlah kriteria, yaitu diterbitkan berdasarkan total dana yang disimpan secara elektronik di suatu platform yang terdaftar, dimana total uang digital yang dikelola oleh penerbit tidak dianggap sebagai simpanan sesuai dengan peraturan yang mengatur uang digital dan digunakan sebagai alat transaksi. Status dompet digital sebagai tempat penyimpanan uang digital diizinkan

Digital payment ini diperbolehkan oleh OJK dimana OJK mengatur dan memonitor layanan digital payment melalui beberapa peraturan. Salah satu regulasi pentingnya adalah PJOK Nomor 12 Tahun 2018 mengenai pelaksanaan layanan perbankan digital oleh bank umum tentang Penyelenggaraan Layanan Perbankan Digital oleh Bank Umum, yang selanjutnya diperbaharui dengan PJOK Nomor 21 Tahun 2023 mengenai Layanan Digital oleh bank umum

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan dari analisis olahan data yang sudah diproses dan penjelasan yang telah disampaikan disampaikan sebelumnya, kesimpulan dari penelitian ini dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil pengujian secara terpisah dapat disimpulkan bahwa

variabel kemudahan penggunaan yang dirasakan memberikan dampak positif dan signifikan pada penggunaan Shopeepay sebagai digital payment di kalangan mahasiswa perbankan syariah angkatan 2021 UIN Sjech M.Djamil Djambek Bukittinggi. Hal ini menunjukkan bahwa pengaruh kemudahan dalam pembayaran sistem teknologi yang terjadi secara langsung mempengaruhi tingkat keputusan penggunaan secara signifikan.

2. Berdasarkan hasil pengujian secara terpisah dapat disimpulkan bahwa variabel kegunaan pengguna yang dirasakan memberikan dampak positif dan signifikan terhadap penggunaan Shopeepay sebagai digital payment. Ini menampakkan bahwa kegunaan serta manfaat yang dirasakan oleh pengguna memberikan dampak yang besar terhadap keputusan pengguna Shopeepay sebagai digital payment.
3. Berdasarkan hasil pengujian secara simultan dapat disimpulkan bahwa variabel kemudahan penggunaan dan kegunaan penggunaan memberikan dampak positif dan signifikan

terhadap penggunaan shopeepay sebagai digital payment. Ini terbukti dari pengolahan pengujian F, dimana nilai F- hitung melebihi nilai F yang terdapat di tabel.

4. Pembayaran digital yang sesuai dengan syariah adalah jenis layanan transaksi yang mengikuti aturan keuangan syariah. DSN-MUI Indonesia telah menerbitkan keputusan yang terkait dengan uang digital. Mengacu pada (DSN-MUI) No. 116/DSN-MUI/IX/2017 mengenai uang elektronik syariah, dompet digital diizinkan untuk digunakan sebagai tempat penyimpanan uang digital.

Saran

Dalam penelitian ini peneliti menyadari ada keterbatasan peneliti dalam melakukan penelitian yakni dari sisi variabel yang peneliti hanya membahas 3 variabel sebagaimana banyak indikator yang dapat mempengaruhi keputusan penggunaan shopeepay sebagai digital payment. Serta dari lingkup peneliti hanya pada tingkat mahasiswa. Untuk para peneliti di masa depan diharapkan dapat melaksanakan penelitian dengan menambahkan variasi variabel serta dapat memperluas caku.

DAFTAR PUSTAKA

- Mamik. (2015). *“Metodologi Kuantitatif”*. Sidoarjo: Zifatma Publisher
- Soetam Rizky Wicaksono. (2022). *Teori Dasar Technology Acceptance*. Malang: Jawa Timur
- Ariqah, H., Meuthia, R. F., & Djefris, D. (2023). Pengaruh Perceived usefulness, Perceived ease of use dan Perceived of risk Pada Minat Penggunaan ShopeePay di Kota Padang (Studi Kasus Pada Mahasiswa Politeknik Negeri Padang. *Jurnal Akuntansi, Bisnis dan Ekonomi*, 2. no 1, 184-193.
- Brahanta, G. P., & Wardhani, N. I. (2021). Pengaruh Persepsi Kebemfaatan, Kemudahan, Resiko Terhadap Minat Menggunakan Ulang ShopeePay di Surabaya. *Jurnal Sains Manajemen*, 7.no 2, 98.
- Kurnia, R. A., & Tandijaya, T. N. (2023). Pengaruh Perceived Ease Of Use, Perceived Usefulness, Security dan Trust Terhadap Intention To Use Aplikasi Jago. *Jurnal Manajemen Pemasaran Vol 17, No 1*, 17, 66.
- Maulana, R., & Soraya, I. (2024). Pengaruh Perceived Ease Of Use, Kepercayaan dan Literasi Keuangan. *Jurnal*

Ekonomi & Ekonomi Syariah Vol 7 No 1, Januari 2024, 7, 640-654.

Monica, F., & Japarianto, E. (2022). Analisa Pengaruh Perceived Ease Of Use dan Melalui Perceived Enjoyment Terhadap Behavior Intention Pada Digital Payment. *Jurnal Manajemen Pemasaran, Vol 16. no 1*, 138.

Naufalia, V. (2022). Pengaruh Digital Payment dan E-Service Quality Terhadap Perilaku Konsumtif Pada Pengguna Shopee Wilayah DKI Jakarta. *Jurnal Pariwisata, Bisnis Digital dan Manajemen, Vol 1. no1*, 3.

Permatasari, S. V., & Yunita, R. (2023). Pengaruh Persepsi Manfaat dan Spiritual Marketing Pada Minat Menggunakan Uang E-Wallet Shopee di Kota Madiun. *Jurnal Ekonomi Syariah, Vol 5 No 1*.

Prayudi, I. G. (2022). *Persepsi Kemudahan Penggunaan Dan Kegunaan Untuk Membangun Kepercayaan Dan Niat Menggunakan*