

PENGARUH PERSEPSI KEMUDAHAN PENGGUNAAN DAN KEAMANAN TERHADAP MINAT MENGGUNAKAN MELALUI KEPERCAYAAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING (Studi Empiris Pada *E-Wallet* GoPay Di Kota Madiun)

Nurul Jamiah¹⁾, Hari Purwanto²⁾, Metik Asmike³⁾

¹Universitas PGRI Madiun

nuruljamiah40@gmail.com

²Universitas PGRI Madiun

hari.purwanto@unipma.ac.id

³Universitas PGRI Madiun

smikemetik@gmail.com

Abstract

This study aims to prove empirically the Perceptions of Ease of Use and Safety on Interest in Using through Trust as an intervening variable. This type of research is associative with a quantitative approach. The population in this study is the community in Koat Madiun. The number of samples in this study was 384 samples. The data processing technique uses validity test, reliability test, classical assumption test, path analysis t test, Sobel test, and coefficient of determination. The results showed that (1) Perception of Ease of Use had a positive and significant effect on GoPay E-Wallet Trust. (2) Security has a positive and significant effect on GoPay E-Wallet Trust. (3) Perception of Ease of Use has a positive and significant effect on Interest in Using GoPay's E-Wallet. (4) Security has a positive and significant effect on Interest in Using GoPay E-Wallet. (5) trust has a positive and significant effect on Interest in Using GoPay E-Wallet. (6) Trust can mediate Perception of Ease of Use towards Interest in Using GoPay E-Wallet. (7) Trust can mediate security for Interest in Using GoPay E-Wallet.

Keywords: *Perception of Ease of Use, Security, Trust, Interest in Using.*

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk membuktikan secara empiris dari Persepsi Kemudahan Penggunaan dan Keamanan terhadap Minat Menggunakan melalui Kepercayaan sebagai variabel intervening. Jenis penelitian ini adalah asosiatif dengan pendekatan kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat di Koat Madiun. Jumlah sampel pada penelitian ini adalah 384 sampel. Teknik pengolahan data menggunakan uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, path analisis uji t, uji sobel, dan koefisien determinasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa (1) Persepsi Kemudahan Penggunaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepercayaan *E-Wallet* GoPay. (2) Keamanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepercayaan *E-Wallet* GoPay. (3) Persepsi Kemudahan Penggunaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Menggunakan *E-Wallet* GoPay. (4) Keamanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Menggunakan *E-Wallet* GoPay. (5) kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Menggunakan *E-Wallet* GoPay. (6) Kepercayaan dapat memediasi Persepsi Kemudahan Penggunaan terhadap Minat Menggunakan *E-Wallet* GoPay. (7) Kepercayaan dapat memediasi keamanan terhadap Minat Menggunakan *E-Wallet* GoPay.

Kata Kunci : Persepsi Kemudahan Penggunaan, Keamanan, Kepercayaan, Minat Menggunakan

PENDAHULUAN

Keberadaan era digital yang kini terjadi, membuat teknologi yang berkembang mempunyai peranan yang begitu penting sebab mampu meringankan tiap individu untuk menjalankan berbagai kegiatan. Teknologi yang memiliki peranan positif ini mampu meningkatkan pemahaman masyarakat dengan luas. Peranan dari teknologi mampu berkembang dengan pesatnya karena terdukung dengan jaringan internet. Melalui teknologi juga dapat memudahkan dalam proses transaksi yang menggunakan sistem pembayaran melalui teknologi pula, sehingga mampu mengganti pembayaran yang sebelumnya menggunakan uang tunai menjadi non tunai.

Pada penggunaan seperti ini dapat memberi kemudahan dan keefisienan. Ekonomi dalam perkembangan teknologi seperti ini diharuskan untuk melakukan pembaharuan juga, sebab uang dan teknologi mempunyai keterkaitan yang lumayan erat serta dengan terdukung pada pemakaian internet untuk memudahkan dalam berkehidupan sehari-hari yang mampu diakses dengan *smartphone* atau elektronik lain.

Bertambahnya pemakai internet dalam kisaran lumayan banyak menyebabkan berbagai macam hal-hal baru seperti dompet elektronik yang membentuk pola pembayaran baru. Bergesernya model transaksi tidak terlepas dari pergerakan tren mulai dari barter, uang kertas, ATM, kartu kredit serta dompet elektronik. Penggunaan uang kertas adalah alat pembayaran lama dan sampai sekarang masih digunakan. Uang tunai sebagai alat pembayaran sekarang sudah mulai terganti dengan adanya uang non tunai. Banyaknya perusahaan yang ikut andil pada dompet digital bisa memberikan keuntungan bagi masyarakat. Banyak promo dan poin yang diberikan membuat konsumen tertarik dengan hal-hal yang diberikan. Menandakan peran *E-Wallet* masih tahap awal yang berkonsentrasi di perkotaan dengan jaringan cepat.

GoPay disebut sebagai *electronic money bank server* atau *E-Wallet* yang diprakarsai oleh PT. Aplikasi Karya Anak Bangsa (Gojek). Alasan perusahaan ini hadir di Indonesia yakni sebagai alat dalam memberi kemudahan bagi pengguna yang ingin merasakan transaksi dengan bebas. Terdapat berbagai manfaat dan fungsi dari *E-Wallet* GoPay seperti mampu menjalankan beraneka macam transaksi pembayaran di seluruh layanan yang ada dalam aplikasi GoJek, tempat makan, tempat belanja, penjualan internet, dan berbagai transaksi pembayaran pulsa dan tagihan lain.

Penelitian ini adalah adanya hasil penelitian sebelumnya. Hasil penelitian Inayah (2020) yang memperlihatkan persepsi kemudahan pengguna mempunyai kepengaruh yang berkelanjutan pada minat pemakaian *e-wallet*. Selanjutnya oleh Rahayu et al., (2015) memperlihatkan persepsi kemudahan penggunaan

memiliki pengaruh negatif pada minat pemakaian. Hasil penelitian dari Robaniyah & Kurnianingsih, (2021) yang berjudul pengaruh persepsi manfaat, kemudahan penggunaan dan keamanan terhadap minat menggunakan aplikasi OVO menjelaskan bahwa persepsi manfaat, kemudahan penggunaan dan keamanan secara positif dan signifikan serta secara simultan memberi pengaruh pada minat pemakaian aplikasi OVO di wilayah Solo Raya. Hasil penelitian oleh Sati & Ramaditya (2020) yang berjudul pengaruh persepsi manfaat, persepsi kemudahan penggunaan, kepercayaan dan persepsi risiko terhadap minat menggunakan *E-Money* menyatakan bahwa kepercayaan tidak mempengaruhi minat penggunaan E-Money pada konsumen Metland Card.

KAJIAN TEORI DAN PENGEMBANGAN HIPOTESA

Persepsi Kemudahan Penggunaan

Davis, (1989) mengemukakan persepsi kemudahan penggunaan merupakan suatu hal yang mengacu pada sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan sistem tertentu akan bebas dari usaha. Pernyataan tersebut selaras dengan Ernawati & Noersanti, (2020) persepsi kemudahan penggunaan disebut sebagai rasa yakin individu saat memakai teknologi terdapat rasa kemudahan sehingga tidak mengalami rasa keberatan ketika terdapat teknologi yang baru lagi. Keadaan seperti ini biasanya pemakai melakukan adopsi teknologi itu dengan mudah. Persepsi ini mempunyai pengaruh terhadap perilaku dan perbuatan, yaitu semakin tinggi persepsi seseorang tentang kemudahan penggunaan suatu sistem, semakin tinggi tingkat teknologi informasi yang digunakan.

Persepsi kemudahan ini membuat kepercayaan individu bahwa sistem teknologi membuat usaha menjadi lebih mudah dan tidak menggunakan usaha yang besar dalam penggunaannya Susilo, Wahyu Tri, (2017). Teknologi yang membuat individu merasakan kemudahan dalam penggunaannya maka bisa diartikan sebagai sebuah kemudahan bagi pengguna teknologi tersebut. Persepsi kemudahan penggunaan teknologi dompet digital diartikan menjadi suatu rasa yakin jika pemakai pengguna diberikan kemudahan untuk melakukan transaksi dengan menggunakan teknologi ini. Hal ini membuat suatu teknologi sangat penting ketika akan ditawarkan kepada konsumen dikarenakan jika suatu teknologi tidak memiliki standar kemudahan kemungkinan akan adanya penolakan oleh masyarakat dalam menggunakan teknologi tersebut sehingga tidak ada yang memakai teknologi yang ditawarkan.

Keamanan

Keamanan merupakan sebuah perlindungan dari ancaman yang dapat menciptakan kondisi, keadaan, atau kejadian yang menimbulkan penyalahgunaan data, penipuan, modifikasi data Efendi & Rahmiati, (2020). Keamanan dalam suatu teknologi dengan terjaminnya privasi informasi dan pemahaman teknologi

untuk pengguna akan menjadikan pengguna percaya untuk menggunakan teknologi dan bertransaksi. Keamanan informasi dapat diidentifikasi sebagai perlindungan informasi yang dapat meminimalisir resiko dari berbagai ancaman. Keamanan dapat terwujud dengan adanya pemahaman pengguna terkait teknologi, menerapkan prosedur yang sesuai dengan kebijakan serta berfungsi untuk memberikan keamanan dari pengguna Irawan & Affan, (2020).

Otariza (2019) mengemukakan keamanan sistem informasi disebut sebagai perusahaan dalam memberi keamanan pada banyaknya informasi terhadap ancaman yang kemungkinan akan ada. Selanjutnya menurut Sayar & Wolfe (2007) mengemukakan keamanan dan privasi disebut sebagai faktor yang menjadi pertimbangan pemakai sebab dalam menentukan pemakaian teknologi supaya terbebas dari kerugian ekonomi. Menurut Tsiakis & Sthephanides, (2005) mengemukakan keamanan ialah serangkaian program dan langkah-langkah yang diterapkan untuk memberi bukti sumber informasi dan memastikan integritas serta privasi informasi.

Kepercayaan

Kepercayaan disebut sebagai produk dari hasil dua pelaku pada suatu penukaran dengan yang lebih memperhatikan pembiayaan dan pemanfaatan dari suatu tindakan yang selaras yang sudah diatur. Secara umum kepercayaan yakni *belief*, rasa, atau keinginan pada orang lain yang berupa sesuatu yang menjadi ahli, andal, dan perhatian orang lainnya Bailia et al., (2014).

Kepercayaan disebut sebagai rasa yakin jika individu akan memperoleh sesuatu yang diharapkan pada mitra pertukaran Chulaifi & Setyowati, (2018). Kepercayaan terdiri dari kemauan individu untuk melakukan suatu tingkah laku sebab rasa yakin bila mitranya akan memberi sesuatu yang dia inginkan dan keinginannya ini secara umum dipunyai suatu individu bahwa perkataan, janji, ataupun pernyataan seseorang mampu terpercaya. Selanjutnya Kotler & Philip, (2016) mengemukakan kepercayaan disebut sebagai kehendak perusahaan dalam mengandalkan mitra bisnis. Aji et al., (2020) melihat konsep kepercayaan selaras dengan mutu, kesetiaan, perhatian, dan janji yang ditepati.

Minat Menggunakan

Kotler (2012) mengemukakan minat disebut sebagai sesuatu yang ada sesudah mendapat dorongan yang berasal melalui pengamatan produk, kemudian muncul keinginan pada produk tersebut dan muncul rasa ingin memilikinya. Djamarah (2008) menyampaikan minat menjadi rasa cenderung individu dalam melihat dan mengingat berbagai kegiatan secara berkelanjutan dalam keadaan bahagia. Selanjutnya Ramadhan et al., (2016) mengemukakan minat dianggap sebagai situasi individu pada lingkup yang memungkinkan subjektif, begitu pula pada kaitan dalam individu tersebut dengan suatu tingkah laku.

Ernawati & Noersanti, (2020) menyampaikan minat pada pemakaian teknologi informasi ialah rasa ingin dari individu untuk memakai teknologi informasi secara berkelanjutan dan memiliki asumsi jika individu tersebut dapat mengaksesnya. Kholid & Soemarso, (2018) menyampaikan arti minat menjadi rasa cenderung individu dalam menjalankan perilaku terhadap bidang tertentu. Selanjutnya Robaniyah et al., (2021) menyatakan minat memakai yakni aktivitas dan asuan individu yang mengarah pada suatu objek sebab terasa ada dorongan dan menjalankan tindakan untuk memperoleh suatu sasaran.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Analisis kuantitatif ini bertujuan untuk membuktikan adanya pengaruh persepsi kemudahan penggunaan dan keamanan terhadap minat menggunakan melalui kepercayaan. Penelitian ini bertujuan mengetahui pengaruh antara variabel independen terhadap variabel dependen melalui variabel intervening. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer yang didapat melalui responden atau kuesioner yang di sebar melalui google form. Sampel pada penelitian ini menggunakan teknik non probability sampling dengan metode purposive sampling.

Variabel dependen yang digunakan dalam penelitian ini adalah keputusan pembelian. Dalam penelitian ini menggunakan software IBM SPSS version 24 sebagai alat untuk pengolahan data yang diperoleh melalui respon dari seorang responden..

HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis Deskriptif

Penelitian ini memperlihatkan keseluruhan responden yang berjumlah 384 yang terdiri atas 96 responden (25%) berjenis kelamin laki-laki dan 288 responden (75%) berjenis kelamin perempuan. Responden dalam penelitian ini didominasi usia 22 – 26 tahun (70,4 %). Mayoritas responden dalam penelitian ini berpendidikan terakhir SMA/Sederajat sebanyak 325 (84,4%). Dan pekerjaan responden dalam penelitian ini adalah pelajar/mahasiswa sebanyak 171 (44,4%).

Analisis Statistik

Uji Validitas

Tabel 1. Hasil Uji Validitas Variabel Persepsi Kemudahan Penggunaan (X1)

Pernyataan	Rhitung	Rtabel	Keterangan
-------------------	----------------	---------------	-------------------

Pernyataan X1.1	0,710	0,113	VALID
Pernyataan X1.2	0,719	0,113	VALID
Pernyataan X1.3	0,707	0,113	VALID
Pernyataan X1.4	0,746	0,113	VALID
Pernyataan X1.5	0,756	0,113	VALID
Pernyataan X1.6	0,743	0,113	VALID

Berdasarkan tabel 2 dapat dilihat hasil uji validitas menunjukkan variabel persepsi kemudahan penggunaan (X1) semua pernyataan kuesioner disebut valid karena $r_{hitung} > r_{tabel}$ yaitu 0,113. Hal ini selaras pada teori yang ada, sehingga diperoleh simpulan bahwasanya 6 pernyataan yang digunakan variabel Persepsi Kemudahan Penggunaan dapat dinyatakan Valid.

Tabel 2 Hasil Uji Validitas Variabel Keamanan (X2)

Pernyataan	Rhitung	Rtabel	Keterangan
Pernyataan X2.1	0,738	0,113	VALID
Pernyataan X2.2	0,734	0,113	VALID
Pernyataan X2.3	0,776	0,113	VALID
Pernyataan X2.4	0,812	0,113	VALID

Berdasarkan tabel 2 dapat dilihat variabel keamanan (X2) semua pernyataan kuesioner dikatakan valid karena $r_{hitung} > r_{tabel}$ yaitu 0,113. Hal ini selaras pada teori yang ada, sehingga diperoleh simpulan bahwasanya 4 butir pernyataan yang digunakan untuk variabel keamanan dapat dinyatakan valid.

Tabel 3 Hasil Uji Validitas Variabel Kepercayaan (Z)

Pernyataan	Rhitung	Rtabel	Keterangan
Pernyataan Z1.1	0,717	0,113	VALID

Pernyataan Z1.2	0,733	0,113	VALID
Pernyataan Z1.3	0,725	0,113	VALID
Pernyataan Z1.4	0,717	0,113	VALID
Pernyataan Z1.5	0,709	0,113	VALID
Pernyataan Z1.6	0,773	0,113	VALID

Berdasarkan tabel 3 dapat dilihat variabel kepercayaan (Z) semua pernyataan kuesioner dinyatakan valid sebab $r_{hitung} > r_{tabel}$ yaitu 0,113. Hal ini selaras pada teori yang ada, sehingga diperoleh simpulan bahwasanya 6 butir pernyataan yang digunakan dengan variabel kepercayaan dapat dinyatakan valid.

Tabel 4 Hasil Uji Validitas Variabel Minat Menggunakan (Y)

Pernyataan	Rhitung	Rtabel	Keterangan
Pernyataan Y.1	0,736	0,113	VALID
Pernyataan Y.2	0,723	0,113	VALID
Pernyataan Y.3	0,729	0,113	VALID
Pernyataan Y.4	0,759	0,113	VALID
Pernyataan Y.5	0,741	0,113	VALID
Pernyataan Y.6	0,757	0,113	VALID

Berdasarkan tabel 4 dapat dilihat variabel Minat Menggunakan (Y) seluruh pernyataan kuesioner dikatakan valid sebab $r_{hitung} > r_{tabel}$ yaitu 0,113. Hal ini selaras pada teori yang ada, sehingga diperoleh simpulan bahwasanya 6 butir pernyataan yang digunakan dengan variabel Minat Menggunakan dapat dinyatakan valid.

Uji Reliabilitas

Tabel 5 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Persepsi Kemudahan Penggunaan (X1)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N Of Items

0,825

6

Berdasarkan tabel 5 dapat dilihat reliabilitas pada 6 butir pernyataan kuesioner variabel persepsi kemudahan penggunaan (X1) diperoleh hasil $0,825 > 0,70$. Hasil ini membuktikan bahwa variabel Persepsi Kemudahan Penggunaan terbukti reliabel.

Tabel 6 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Keamanan (X2)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N Of Items
0,763	4

Berdasarkan tabel 6 dapat dilihat reliabilitas pada 4 butir pernyataan kuesioner variabel keamanan (X2) diperoleh hasil $0,763 > 0,70$. Hal ini membuktikan bahwa variabel keamanan terbukti reliabel.

Tabel 7 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Kepercayaan (Z)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N Of Items
0,823	6

Berdasarkan tabel 7 dapat dilihat reliabilitas pada 6 Item pernyataan kuesioner variabel Kepercayaan (Z) diperoleh hasil $0,823 > 0,70$. Hal ini membuktikan bahwa variabel Kepercayaan terbukti reliabel.

Tabel 8 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Minat Menggunakan (Y)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N Of Items
0,835	6

Berdasarkan tabel 8 dapat dilihat reliabilitas terhadap 6 item pernyataan kuesioner variabel Minat Menggunakan (Y) diperoleh hasil $0,835 > 0,70$. Hal ini membuktikan bahwa variabel Minat Menggunakan terbukti reliabel.

Uji Asumsi Klasik

Uji Multikolinieritas

Tabel 9 Model 1 dan 2 Uji Multikolieritas

Variabel Terikat	Variabel Bebas	Tolerance	VIF	Keterangan
Kepercayaan	Persepsi	0,358	2,790	Tidak Terjadi Multikolinieritas
	Kemudahan Penggunaan			
	Keamanan	0,358	2,790	Tidak Terjadi Multikolinieritas
Minat Menggunakan	Persepsi	0,316	3,169	Tidak Terjadi Multikolinieritas
	Kemudahan Penggunaan			
	Keamanan	0,276	3,618	Tidak Terjadi Multikolinieritas
	Kepercayaan	0,322	3,105	Tidak Terjadi Multikolinieritas

Berdasarkan tabel 9 diperlihatkan tiap variabel mempunyai nilai Tolerance > 0,10 dan VIF < 10 selaras pada yang telah yang ditetapkan, maka diperoleh simpulan persamaan regresi tidak ditemui adanya korelasi antar variabel bebas dari multikolinieritas.

Uji Autokorelasi

Tabel 10 Hasil Uji Autokorelasi Tahap 1
Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,823 ^a	,678	,676	2,22043	2,040

a. Predictors: (Constant), Keamanan (X2), Persepsi Kemudahan Penggunaan (X1)

b. Dependent Variable: Kepercayaan (Z)

Berdasarkan tabel 10 Hasil memperlihatkan nilai $dU = 1,842$ yang didapat dari tabel *Durbin-Watson* dengan statistik 5% (0,05) dan $4 - dU = 4 - 1,842 = 2,158$. Maka $dU < d < 4 - dU$ yaitu $1,842 < 2,040 < 2,158$, sehingga diperoleh simpulan tidak ada autokorelasi dalam penelitian ini.

Tabel 11 Hasil Uji Autorelasi Tahap 2

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,843 ^a	,711	,708	2,13355	2,077

a. Predictors: (Constant), Kepercayaan (Z), Persepsi Kemudahan Penggunaan (X1), Keamanan (X2)

b. Dependent Variable: Minat Menggunakan (Y)

Berdasarkan tabel 11 Hasil memperlihatkan nilai $dU = 1,842$ yang didapat dari tabel Durbin-Watson dengan statistik 5% (0,05) dan $4 - dU = 4 - 1,842 = 2,158$. Sehingga $Du < d < 4 - dU$ yaitu $1,842 < 2,077 < 2,158$, sehingga diperoleh simpulan tidak ada autokorelasi pada penelitian ini.

Uji Heterokedastisitas

Tabel 12 Hasil Uji Heterokedastisitas ke Z

Variabel	Nilai Signifikan Hitung	Batas Ketentuan	Keterangan
Persepsi Kemudahan Penggunaan (X1)	0,63	0,05	Tidak Terjadi Heterokedastisitas
Keamanan (X2)	0,63	0,05	

Tabel 13 Hasil Uji Heterokedastisitas ke Y

Variabel	Nilai Signifikan Hitung	Batas Ketentuan	Keterangan
Persepsi Kemudahan Penggunaan (X1)	0,056	0,05	Tidak Terjadi Heterokedastisitas
Keamanan (X2)	0,597	0,05	
Kepercayaan (Z)	0,257	0,05	

Hasil uji Heterokedastisitas pada kedua tabel diatas terlihat dalam penelitian mempunyai nilai signifikan lebih dari 0,05 maka model regresi pada penelitian ini tidak ada gejala Heterokedastisitas.

Uji Normalitas

Tabel 14 Hasil Normalitas Model 1

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

Unstandardized Residual

N		384
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	3,45335376
Most Extreme Differences	Absolute	,092
	Positive	,075
	Negative	-,092
Test Statistic		,092
Asymp. Sig. (2-tailed)		,053 ^c

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

Berdasarkan tabel 14 Model 1 bahwa ini signifikansi kolmogorov-smirnov 0,053 atau lebih besar dari 0,05. Sehingga hasil Uji Normalitas yaitu nilai residual berdistribusi normal.

Tabel 15 Hasil Normalitas Model 2

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		384
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	1,40606758
Most Extreme Differences	Absolute	,101
	Positive	,106
	Negative	-,101
Test Statistic		,101
Asymp. Sig. (2-tailed)		,067 ^c

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

Berdasarkan tabel 15 Model 2 memperlihatkan nilai signifikansi kolmogorov-smirnov 0,067 atau lebih besar dari 0,05. Sehingga hasil uji normalitas yaitu nilai residual berdistribusi normal.

Analisis Jalur (Path Analysis)

Persamaan Regresi Pertama

Tabel 16

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,823 ^a	,678	,676	2,22043

a. Predictors: (Constant), Keamanan (X2), Persepsi Kemudahan Penggunaan (X1)

b. Dependent Variable: Kepercayaan (Z)

Tabel 17

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	4,806	,718		6,694	,000
X1	,335	,047	,349	7,193	,000
X2	,715	,067	,517	10,637	,000

a. Dependent Variable: Kepercayaan (Z)

Didasarkan R^2 pada tabel 16 yaitu sebesar 0,678 menjelaskan bahwa persepsi kemudahan penggunaan (X1) dan brand keamanan (X2) pada kepercayaan (Z) sebesar 67,8% dan sisanya sebesar 32,2% yakni kontribusi dari variabel lain yang bukan berasal dari penelitian. Selanjutnya nilai $e1$ mampu diperoleh menggunakan rumus $e1 = \sqrt{(1 - 0,678)} = 0,322$.

Persamaan Regresi Kedua

Tabel 18

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,843 ^a	,711	,708	2,13355

a. Predictors: (Constant), Kepercayaan (Z), Persepsi Kemudahan Penggunaan (X1), Keamanan (X2)

b. Dependent Variable: Minat Menggunakan (Y)

Tabel 19

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	3,029	,729		4,153	,000
X1	,115	,048	,118	2,406	,017
X2	,446	,074	,318	6,055	,000
Z	,471	,049	,465	9,559	,000

a. Dependent Variable: Minat Menggunakan (Y)

Besarnya R² pada tabel 18 yakni 0,711 maknanya kontribusi dari pengaruh persepsi kemudahan penggunaan (X1), keamanan (X2) terhadap kepercayaan (Z) 71,1% sisanya 28,9 adalah kontribusi variabel yang tidak ada pada penelitian. Selanjutnya pada nilai e^2 telah diketahui melalui rumus $e^2 = \sqrt{1 - 0,711} = 0,289$.

Uji Hipotesis

Uji t

Tabel 20 Hasil Uji t Model 1

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	4,806	,718		6,694	,000
X1	,335	,047	,349	7,193	,000
X2	,715	,067	,517	10,637	,000

a. Dependent Variable: Kepercayaan (Z)

Berdasarkan tabel 20 dapat dilihat bahwa t_{hitung} persepsi kemudahan penggunaan (X1) sebanyak 7,193 yang artinya lebih besar dari t_{tabel} sebanyak (7,193 > 1,966) dan nilai signifikan sebanyak (0,000 < 0,05), yang artinya persepsi kemudahan penggunaan mempunyai pengaruh positif signifikan pada kepercayaan dan t_{hitung} keamanan (X2) sebesar 10,637 yang berarti lebih besar dari t_{tabel} sebesar (10,637 > 1,966) dan nilai signifikan sebanyak (0,000 < 0,05), yang berarti keamanan memiliki pengaruh signifikan pada kepercayaan.

Tabel 21 Hasil Uji t Model 2

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	3,029	,729		4,153	,000
X1	,115	,048	,118	2,406	,017
X2	,446	,074	,318	6,055	,000
Z	,471	,049	,465	9,559	,000

a. Dependent Variable: Minat Menggunakan (Y)

Berdasarkan tabel 21 dapat dilihat bahwa t_{hitung} variabel persepsi kemudahan penggunaan (X1) sebesar 2,406 yang berarti lebih besar dari t_{tabel} sebesar 1,966 (2,406 > 1,966) dengan nilai signifikan 0,017 < 0,05 maka secara parsial positif dan signifikan terhadap minat menggunakan, artinya persepsi

kemudahan penggunaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan kemudian t_{hitung} variabel keamanan (X2) sebesar 6,055 yang berarti lebih besar dari t_{tabel} 1,966 ($6,055 > 1,966$) dan nilai signifikan $0,000 < 0,05$ maka secara parsial berpengaruh positif signifikan terhadap minat menggunakan, yang berarti jika keamanan selalu terjadi peningkatan selanjutnya variabel minat menggunakan *E-Wallet* GoPay juga akan semakin terjadi peningkatan dan t_{hitung} variabel kepercayaan (Z) sebesar 9,559 yang berarti lebih besar dari t_{tabel} sebanyak 1,966 ($9,559 > 1,966$) dengan nilai signifikan $0,000 < 0,05$ sehingga secara parsial positif dan signifikan pada minat menggunakan, yang berarti jika kepercayaan makin meningkat maka variabel minat menggunakan *E-Wallet* GoPay juga semakin tinggi.

Uji Sobel

Tabel 22 Uji Signifikasi Pengaruh Tidak Langsung (Mediasi)

		Coefficients ^a				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
Model		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	4,806	,718		6,694	,000
	X1	,335	,047	,349	7,193	,000
	X2	,715	,067	,517	10,637	,000

a. Dependent Variable: Kepercayaan (Z)

Tabel 23 Uji Signifikasi Pengaruh Tidak Langsung (Mediasi)

		Coefficients ^a				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
Model		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	3,029	,729		4,153	,000
	X1	,115	,048	,118	2,406	,017
	X2	,446	,074	,318	6,055	,000
	Z	,471	,049	,465	9,559	,000

a. Dependent Variable: Minat Menggunakan (Y)

Berdasarkan tabel diatas menunjukkan hasil perhitungan sobel test didapatkan dari nilai sobel test statistics sebesar 5, 7253 > 1,966 dan nilai signifikan sebanyak 0,000 atau kurang dari 0,05. Dengan demikian diperoleh simpulan kepercayaan memberi mediasi pengaruh persepsi kemudahan penggunaan terhadap minat menggunakan dan hasil perhitungan sobel test

didapatkan dari nilai sobel test statistics sebesar $7,1421 > 1,966$ dan nilai signifikan sebanyak $0,000$ atau kurang dari $0,05$. Dengan demikian diperoleh simpulan kepercayaan terjadi mediasi pengaruh keamanan pada minat menggunakan.

Uji R^2 (Koefisien Determinasi)

Tabel 24 Hasil Uji R Model 1

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,823 ^a	,678	,676	2,22043

a. Predictors: (Constant), Keamanan (X2), Persepsi Kemudahan Penggunaan (X1)
b. Dependent Variable: Minat Menggunakan (Z)

Berdasarkan tabel 24 besar nilai koefisien determinasi atau R Square yakni sebanyak $0,678$ atau $67,8\%$. Maknanya variabel Z kepercayaan mendapat pengaruh sebanyak $67,8\%$ dari variabel X1 dan X2 sedangkan sisanya $32,2\%$ mendapat pengaruh dari variabel diluar variabel bebas.

Tabel 25 Hasil Uji R Model 2

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,843 ^a	,711	,708	2,13355

a. Predictors: (Constant), Kepercayaan (Z), Persepsi Kemudahan Penggunaan (X1), Keamanan (X2)
b. Dependent Variable: Minat Menggunakan (Y)

Berdasarkan tabel 25 tersebut besar nilai koefisien determinasi atau R Square yakni sebanyak $0,711$ atau $71,1\%$. Hasil ini memperlihatkan variabel Y minat menggunakan mendapat pengaruh sebanyak $71,1\%$ oleh variabel X1, X2, dan Z lalu sisanya yaitu $28,9\%$ dipengaruhi oleh variabel diluar variabel bebas.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Didasarkan hasil analisis data yang sudah dikumpulkan melalui kuesioner yang sudah disebar terkait Pengaruh Persepsi Kemudahan

Penggunaan dan Keamanan Terhadap Minat Menggunakan Melalui Kepercayaan Sebagai Variabel Intervening (Studi Empiris Pada *E-Wallet* GoPay Di Kota Madiun), maka diperoleh simpulan sebagai berikut:

1. Persepsi Kemudahan Penggunaan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepercayaan. Yang berarti ketika persepsi kemudahan penggunaan mengalami kenaikan akan membuat konsumen percaya untuk menggunakan teknologi tersebut.
2. Keamanan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepercayaan. Yang berarti bila keamanan yang diberikan teknologi makin meningkat maka konsumen makin mempercayai untuk memakai teknologi tersebut.
3. Persepsi kemudahan penggunaan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan. Yang berarti bila kemudahan penggunaan makin meningkat maka akan menyebabkan konsumen minat untuk memakai produk tersebut.
4. Keamanan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan. Yang berarti bila keamanan pada teknologi makin meningkat maka akan konsumen semakin memiliki minat untuk menggunakan teknologi itu.
5. Kepercayaan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan. Artinya jika kepercayaan konsumen terhadap teknologi meningkat maka akan membuat konsumen berminat untuk menggunakan teknologi tersebut.
6. Kepercayaan dapat memediasi persepsi kemudahan penggunaan terhadap minat menggunakan pada *E-Wallet* GoPay. Dapat disimpulkan bahwa nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($5,7253 > 1,966$) dengan taraf signifikan 0,05 sebesar 1,966 maka dapat disimpulkan bahwa kepercayaan memediasi pengaruh persepsi kemudahan terhadap minat menggunakan.
7. Kepercayaan dapat memediasi keamanan terhadap minat menggunakan pada *E-Wallet* GoPay. Dapat disimpulkan bahwa nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($7,1421 > 1,966$) dengan taraf signifikan 0,05 sebesar 1,966 maka dapat disimpulkan bahwa kepercayaan memediasi pengaruh keamanan terhadap minat menggunakan.

Saran

1. Bagi Perusahaan

Bagi pihak *E-Wallet* GoPay, diharapkan hasil penelitian ini dapat memberikan masukan dan informasi bagi masyarakat dalam mempertimbangkan langkah kebijakan perbaikan perusahaan dalam menentukan strategi pemasaran dan untuk mempertahankan pelanggan.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya
 - a. Cakupan wilayah yang digunakan penelitian selanjutnya diharapkan semakin meluas sehingga terdapat penyamarataan.
 - b. Penelitian selanjutnya dapat menambah variabel lain terkait kepercayaan ketika akan menggunakan *E-Wallet* GoPay.
 - c. Penelitian selanjutnya bisa melakukan perbandingan pada objek alat transaksi yang tidak sama sehingga hasil penelitiannya dapat berkembang.
 - d. Hasil penelitian ini dapat diterapkan sebagai referensi penelitian berikutnya, sebagai tinjauan pustaka serta sumber referensi bagi penelitian yang memiliki minat meneliti tentang persepsi kemudahan penggunaan, keamanan terhadap minat menggunakan melalui kepercayaan sebagai variabel intervening.

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad, & Pambudi, B. S. (2013). *Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Keamanan Dan Ketersediaan Fitur Terhadapminat Ulang Nasabah Bank Dalam Menggunakan Internet Banking (Studi Pada Program Layanan Internet Banking Bri)*. Journal of Chemical Information and Modeling, 53(9).
- Aji, D. S. K., Setyawati, S. M., & Rahab, R. (2020). Analisis Pengaruh *Religiosity, Service Quality Dan Image Terhadap Customer Loyalty Dengan Trust Sebagai Mediasi* Dimas Setiyo Kusuma Aji 1* , Sri Murni Setyawati 2 , Rahab Rahab 1 1. Jurnal Ekonomi, Bisnis Dan Akuntansi (JEBA), 22(1).
- Amijaya, G. R. (2010). *Pengaruh Persepsi Teknologi Informasi, Kemudahan, Resiko Dan Fitur Layanan Terhadap Minat Ulang Nasabah Bank Dalam Menggunakan Internet Banking*. In Interfaces (Vol. 30). UNIVERSITAS DIPONEGORO.
- Chulaifi, M. I., & Setyowati, E. (2018). *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Konsumen Jasa Travel Umrah dan Haji Pada PT. Sebariz Warna Berkah Di Surabaya*. Jurnal Hasil Penelitian LPPM Untag Surabaya, 03(01).
- Efendi, A.-, & Rahmiati, R.-. (2020). *Persepsi keamanan, persepsi privasi, pengalaman serta kepercayaan terhadap belanja online*. Jurnal Kajian Manajemen Bisnis, 9(1). <https://doi.org/10.24036/jkmb.10890000>
- Ernawati, N., & Noersanti, L. (2020). *Pengaruh Persepsi Manfaat, Kemudahan Penggunaan Dan Kepercayaan Terhadap Minat Penggunaan Pada Aplikasi Ovo. Pengaruh Persepsi Manfaat, Kemudahan Penggunaan Dan Kepercayaan Terhadap Minat Penggunaan Pada Aplikasi Ovo*.
- Hadi, S., & Novi, N. (2015). *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Penggunaan Layanan Mobile Banking*. Optimum: Jurnal Ekonomi Dan Pembangunan, 5(1), 55. <https://doi.org/10.12928/optimum.v5i1.7840>

- Irawan, D., & Affan, M. W. (2020). *Pengaruh Privasi dan Keamanan Terhadap Niat Menggunakan Payment Fintech*. *Jurnal Kajian Akuntansi*, 4(1). <https://doi.org/10.33603/jka.v4i1.3322>
- Dewi, N. M. A. P., & Warmika, I. G. K. (2016). *Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh persepsi kemudahan penggunaan, persepsi manfaat dan persepsi resiko terhadap niat menggunakan*. *E-Jurnal Manajemen Unud*, 5(4).
- Kholid, F. I., & Soemarso, E. D. (2018). *Analisis Pengaruh Keamanan, Kemudahan Penggunaan, Kepercayaan Nasabah Dan Kebermanfaatan Terhadap Minat Menggunakan E-Banking Pada Pt Bank Bni Syariah Kcp Magelang*. *Jurnal Sains Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, 8(2).
- Kotler, P. (2012). *Kotler on marketing*. Simon and Schuster.
- Kotler, & Philip. (2016). *Marketing Management*. Harlow, Essex Pearson Education Limited.
- Kusuma, H., & Susilowati, D. (2007). *Determinan Pengadopsian Layanan Internet Banking: Perspektif Konsumen Perbankan Daerah Istimewa Yogyakarta*. *JAAI*, 11(2).
- Novita, N. N. S. L., & Giantari, I. G. A. K. (2016). *Peran Sikap dalam Memediasi Pengaruh Perceived Usefulness terhadap Niat Menggunakan Internet Banking di Kota Denpasar*. Udayana University.
- Pratama, A. B., & Suputra, I. D. G. D. (2019b). *Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan, dan Tingkat Kepercayaan Pada Minat Menggunakan Uang Elektronik*. *E-Jurnal Akuntansi*, 27(2), 927–953.
- 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.
- Putra, I. P. A. P. A., Sukaatmadja, I. P. G., & Giantari, I. G. A. . (2016). *Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Risiko, Terhadap Kepercayaan dan Niat Beli E-Ticket pada Situs Traveloka*. *E-Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Universitas Udayana* 5.9, 9, 3007–3030.
- Rahmawati, N., Permadi, L. A., & Rinuastuti, B. H. (2021). *the Influence of Attraction, Location, and Service Quality on Revisit Intention To Sesaot Rural Tourism*. *Jurnal Magister Manajemen Unram*, 10(1A), 43–57. <https://doi.org/10.29303/jmm.v10i1a.636>
- Ramadhan, A. F., Prasetyo, A. B., & Irviana, L. (2016). *Persepsi Mahasiswa Dalam Menggunakan E-money*. *Jurnal Dinamika Ekonomi & Bisnis*, 13(2).
- Robaniyah, L., Kurnianingsih, H., Studi Manajemen, P., *Tinggi Ilmu Ekonomi Surakarta, S., & Tengah, J. (2021). Pengaruh Persepsi Manfaat, Kemudahan Penggunaan Dan Keamanan Terhadap Minat Menggunakan Aplikasi Ovo*. *Journal IMAGE*, 10(1), 53–62.
- Romadhotul, I. (2020). *Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Kemanfaatan, Dan Promosi Terhadap Minat Penggunaan Uang Elektronik Pada Masyarakat (Studi Kasus Di Wilayah Kota Purwokerto)*.

Iain Purwokerto.

- Sati, R. A. S., & Ramaditya, B. B. A. (2020). *Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Kepercayaan Dan Persepsi Risiko Terhadap Minat Menggunakan E-Money (Studi Kasus Pada Konsumen Yang Menggunakan Metland Card)*
- Susilo, Wahyu Tri, maya ariyanti dan sumrahadi. (2017). *Pengaruh Daya Tarik Promosi, Persepsi Kemudahan, Persepsi Kemanfaatan, dan Harga Terhadap Minat Beli E-Toll Card Mandiri*. E-Proceeding of Management, 4(1).
- Susilo, W., Ariyanti, M., & Sumrahadi, S. (2017). *Pengaruh Daya Tarik Promosi, Persepsi Kemudahan, Persepsi Kemanfaatan Dan Harga Terhadap Minat Beli E-toll Card Bank Mandiri*. EProceedings of Management, 4(1).
- Umaningsih, W. P., & Wardani, D. K. (2020). *Pengaruh Persepsi Kemudahan, Fitur Layanan, Dan Keamanan Terhadap Niat Menggunakan E-Money*. JAE (JURNAL AKUNTANSI DAN EKONOMI), 5(3), 113–119.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25* (B.P.U. Diponegoro
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (Alfabeta(ed)).