

## **Pengaruh Persepsi Manfaat dan Persepsi Kemudahan Terhadap Minat Menggunakan *E-Wallet* dan Persepsi Kemudahan Dimediasi oleh Kepercayaan (Kasus Di Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta)**

Jessica Novitawati<sup>1</sup>, Algifari<sup>2</sup>

<sup>1,2</sup> STIE YKPN Yogyakarta, Yogyakarta

DOI: 10.15294/baej.v4i2.70526

### **Info Artikel**

#### ***Sejarah Artikel:***

Diterima, 25 Mei 2023  
Disetujui, 2 Juni 2023  
Dipublikasikan, 1 September 2023

#### ***Keywords:***

*Perceived usefulness, perceived ease of use, interest in using e-wallet, trust.*

### **Abstrak**

Penelitian ini bertujuan menguji pengaruh persepsi manfaat dan persepsi kemudahan terhadap minat masyarakat provinsi DIY bertransaksi menggunakan *e-wallet*. Penelitian ini juga menguji kepercayaan memediasi pengaruh persepsi kemudahan terhadap minat masyarakat provinsi DIY menggunakan *e-wallet*. Populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat pengguna *e-wallet* di provinsi DIY. Teknik pengambilan sampel menggunakan metode *purposive sampling* dengan jumlah sampel sebanyak 107 responden. Pengumpulan data pada penelitian ini menggunakan kuesioner yang disebar dalam bentuk *Google Form* dengan kriteria responden yaitu usia 20 tahun sampai dengan 40 tahun dan pernah menggunakan *e-wallet* untuk bertransaksi. Hipotesis pada penelitian ini diuji menggunakan model Macro Hayes pada program SPSS. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa persepsi manfaat dan persepsi kemudahan berpengaruh positif terhadap minat menggunakan *e-wallet*. Kepercayaan mampu memediasi pengaruh persepsi kemudahan terhadap minat menggunakan *e-wallet* masyarakat di provinsi DIY.

#### ***Abstract***

*The aims of this study is to examine the effect of perceived usefulness and perceived ease of use on interest in using e-wallet of the people of province DIY. This study also examines the ability of trust to mediate the effect of perceived ease on the interest of the people of DIY in using e-wallet. The population in this study is the people who using e-wallet in the province of DIY. The sampling technique used purposive sampling method with a total sample of 107 respondents. Data collection in this study used a questionnaire distributed in the form of a Google Form with the criteria of respondents being aged 20 to 40 years and had used e-wallet for transactions. The hypothesis in this study was tested using the Macro Hayes model in the SPSS program. The results of this study indicate that perceived usefulness and perceived ease have a positive effect on interest in using e-wallet. Trust is able to mediate the effect of perceived ease on interest in using e-wallet people in the province of DIY.*

## PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi yang semakin canggih yang terjadi hingga saat ini diikuti dengan berkembangnya sistem informasi berdampak pada perkembangan sistem pembayaran untuk memenuhi kebutuhan transaksi yang cepat, mudah, dan aman terpercaya. Perkembangan teknologi dalam transaksi dapat dilihat dari sistem pembayaran yang digunakan. Pada umumnya, transaksi pembayaran terdiri dari dua jenis, yaitu secara tunai atau non tunai. Semakin canggihnya sistem teknologi yang digunakan untuk bertransaksi mampu menggantikan peran uang tunai yang sebelumnya menjadi alat pembayaran sehari-hari, ke dalam bentuk pembayaran non tunai atau secara elektronik dengan dinilai lebih cepat, aman terpercaya, dan mudah dalam penggunaannya. Oleh karena itu, Bank Indonesia berharap dengan meningkatnya penggunaan alat pembayaran elektronik atau non tunai di Indonesia ini, beban penggunaan uang tunai dapat dikurangi, sehingga perekonomian masyarakat menjadi semakin efisien (Bank Indonesia, 2006).

Kehadiran alat pembayaran elektronik telah menarik perhatian pihak perbankan atau perusahaan untuk melakukan terobosan-terobosan baru guna meningkatkan kepuasan penggunanya. Pengguna alat pembayaran elektronik membutuhkan alat pembayaran yang mudah, praktis, aman, dan terpercaya dalam melakukan transaksi. Untuk memenuhi kebutuhan tersebut perbankan atau perusahaan menciptakan dari alat pembayaran non tunai, yakni dalam bentuk pembayaran elektronik. Inovasi yang diciptakan oleh bank atau perusahaan dari sistem pembayaran yang praktis dan mudah digunakan ini adalah berupa *e-wallet*. Produk *e-wallet* berbentuk *server* atau

biasanya disebut aplikasi pada *smartphone* yang dipergunakan sebagai alat transaksi oleh penggunanya (Diptha, 2017).

Pada tanggal 14 Agustus 2014 Bank Indonesia (BI) telah menyerukan Gerakan Nasional Non Tunai (GNNT) untuk menciptakan sistem pembayaran yang aman, efisien, dan lancar. GNNT ini juga diharapkan dapat meminimalisasi kendala atau persoalan-persoalan dalam melakukan transaksi pembayaran secara tunai, seperti uang yang tidak diterima karena dalam kondisi rusak atau tidak layak beredar. GNNT juga diharapkan dapat memberikan manfaat bagi masyarakat untuk tidak perlu membawa uang dalam jumlah yang berlebih sehingga penggunaan uang non tunai ini dinilai lebih ekonomis. Dengan demikian, keberadaan GNNT akan mampu mengoptimalkan daya guna transaksi dalam mencegah terjadinya kesalahan perhitungan atau *human error* dan juga dapat mewujudkan ekosistem *cashless society*.

Keberadaan *e-wallet* merupakan suatu respon bagi kebutuhan masyarakat untuk melakukan pembayaran berskala kecil atau *micropayment* secara cepat dan berbiaya murah. Dana yang telah tersimpan secara elektronik ini bisa langsung digunakan tanpa dibebani biaya tambahan. Selain itu, *e-wallet* dapat digunakan untuk bertransaksi sebagai pengganti alat pembayaran tunai di beberapa negara. Penggunaan *e-wallet* secara meluas berdampak pada pengurangan transaksi menggunakan uang tunai, terutama untuk transaksi pembayaran yang bersifat kecil atau *micropayment* dan penggunaan *e-wallet* mampu mempermudah pelacakan transaksi dengan hasil yang akurat (Rachmadi, 2017).

Aplikasi *e-wallet* mempunyai potensi untuk berkembang sehingga dapat dipergunakan pada bermacam-macam transa-

transaksi ekonomi di masyarakat. Perkembangan penduduk usia produktif yang terjadi di Indonesia akan membutuhkan *e-wallet* dalam bertransaksi. Hasil penelitian yang dilakukan oleh Jayani (2019) menunjukkan pengguna internet di Indonesia pada tahun 2018 sebanyak 95,2 juta, tumbuh 13,3% dari tahun 2017 yang sebanyak 84 juta jiwa. Pada tahun 2019 jumlah pengguna internet di Indonesia tumbuh 12,6% dibandingkan tahun 2018, yaitu menjadi 107,2 juta pengguna. Menurut informasi sebelumnya, menunjukkan jumlah penduduk di Indonesia sebagian besar telah memahami atau mendalami mempraktikkan internet. (Wijaya, 2018).

Pertanyaan yang sering muncul adalah faktor apa saja yang menjadi daya tarik masyarakat menggunakan *e-wallet*? Penelitian tentang faktor-faktor yang menentukan ketertarikan masyarakat telah banyak dilakukan. Putra *et. al.* (2022) meneliti tentang perbandingan dampak *promotion mix* terhadap keputusan penggunaan *digital wallet* pada *e-marketplace* Tokopedia dan Shopee. Hasil penelitian tersebut menyimpulkan *promotion mix* berpengaruh terhadap penggunaan layanan *digital wallet*.

Penelitian Pratama dan Saputra (2019) menyimpulkan bahwa persepsi kemudahan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan *e-wallet*. Hasil penelitian sejalan dengan hasil penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Yogananda dan Dirgantara (2017) bahwa persepsi kemudahan dalam menggunakan *e-wallet* membuat pengguna *e-wallet* berminat untuk menggunakannya. Karena *e-wallet* dirasa mudah untuk dioperasikan sebagai alat pembayaran bertransaksi secara online atau non tunai. Selain itu, juga mudah untuk dipelajari dan dipahami

cara menggunakannya. Hasil penelitian Febrilla *et. al.* (2020) juga menjelaskan bahwa aplikasi *e-wallet* yang digunakan oleh seseorang dan dimiliki seseorang, sangat mudah dalam mengoperasikannya. Oleh karena itu, muncul minat seseorang untuk menggunakan aplikasi *e-wallet* semakin meningkat.

Hasil penelitian oleh Priambodo dan Prabawani (2016) kasus pada masyarakat Semarang menunjukkan bahwa persepsi kemudahan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan layanan *e-wallet*. Artinya hasil penelitian tersebut menjelaskan bahwa terdapat manfaat dan kemudahan dalam penggunaan *e-wallet* saat bertransaksi di berbagai *merchant* yang telah mendukung fasilitas atau layanan penggunaan *e-wallet* dan adanya kemudahan saat melakukan *top-up* atau isi ulang pada *e-wallet* tersebut. Hasil penelitian Utami dan Kusumawati (2017) pada mahasiswa STIE Ahmad Dahlan Jakarta menyimpulkan bahwa kemudahan berpengaruh terhadap minat mahasiswa menggunakan *e-money*.

Kepercayaan dalam menggunakan *e-wallet* sangat penting dalam melakukan transaksi pembayaran. Kepercayaan yang kuat perlu dibangun mulai dari awal dan dapat dibuktikan. Kepercayaan mempunyai beberapa faktor diantaranya adalah kemampuan, *benevolence*, dan integritas. Dalam mengatasi adanya persepsi yang muncul, pengguna *e-wallet* mempunyai kepercayaan yang kuat. Walaupun pengguna *e-wallet* percaya adanya risiko, namun di sisi lain kepercayaan tersebut akan mendorong pengguna *e-wallet* tetap menggunakan *e-wallet* (Priyono, 2017). Sehingga, dapat disimpulkan bahwa semakin tinggi tingkat kepercayaan yang diberikan oleh penyedia *e-wallet*, maka kepercayaan

yang dimiliki oleh konsumen terhadap minat bertransaksi menggunakan *e-wallet* juga semakin meningkat.

Persepsi kemudahan memungkinkan bahwa pengguna *e-wallet* dapat menggunakan *e-wallet* untuk bertransaksi karena kemudahannya dalam pengoperasian. Namun demikian kemudahan bisa saja tidak berdampak langsung terhadap minat masyarakat menggunakan *e-wallet*. Faktor kepercayaan masyarakat terhadap penggunaan *e-wallet* syarat agar kemudahan menggunakan *e-wallet* tersebut dapat mendorong minat masyarakat menggunakan *e-wallet*. Beberapa hasil penelitian sebelumnya menyimpulkan bahwa persepsi kemudahan dan kepercayaan berpengaruh langsung terhadap minat menggunakan *e-wallet*. Pada penelitian ini peneliti menduga persepsi kemudahan menggunakan *e-wallet* untuk bertransaksi selain berpengaruh langsung, juga dapat berpengaruh tidak langsung terhadap minat menggunakan *e-wallet* melalui persepsi kepercayaan. Persepsi kepercayaan dalam bertransaksi menggunakan *e-wallet* sebagai syarat persepsi kemudahan yang akan menimbulkan minat menggunakan *e-wallet*.

Penelitian yang telah dilakukan sebelumnya menggunakan persepsi kemudahan, persepsi manfaat, dan persepsi kepercayaan sebagai faktor-faktor yang mempengaruhi minat masyarakat menggunakan *e-wallet*. Sebagian besar hasil penelitian tersebut menyimpulkan bahwa persepsi kemudahan, persepsi manfaat, dan kepercayaan berpengaruh terhadap minat masyarakat menggunakan *e-wallet*. Penelitian ini mencoba mengeksplorasi dugaan bahwa persepsi kemudahan tidak saja berpengaruh langsung terhadap minat masyarakat menggunakan *e-wallet* untuk bertransaksi, tetapi juga dapat ber-

pengaruh tidak langsung melalui kepercayaan. Masyarakat mempersepsikan *e-wallet* mudah untuk digunakan memerlukan kepercayaan agar dapat menimbulkan minat masyarakat menggunakan *e-wallet* tersebut.

Penelitian ini berlokasi di Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta. Provinsi DIY merupakan salah satu daerah otonom setingkat provinsi yang berada di Indonesia. Provinsi DIY beribukota di Yogyakarta. Provinsi tersebut memiliki jumlah penduduk 3,68 juta jiwa. Sedangkan jumlah penduduk usia produktif mencapai 69% dari keseluruhan jumlah penduduk provinsi DIY. Provinsi DIY juga merupakan daerah tujuan merantau bagi pelajar, mahasiswa, dan pekerja, karena provinsi tersebut terdapat banyak sekolah, perguruan tinggi baik negeri maupun swasta, dan juga perkantoran. Provinsi DIY banyak ditempati oleh masyarakat usia produktif yang merupakan golongan masyarakat senang mencoba hal-hal baru dalam bertransaksi *cashless* seperti menggunakan aplikasi *e-wallet*. Berdasarkan alasan tersebut maka masyarakat provinsi DIY menjadi obyek yang menarik untuk penelitian tentang faktor-faktor yang mempengaruhi minat masyarakat menggunakan *e-wallet*.

golongan masyarakat senang mencoba hal-hal baru dalam bertransaksi *cashless* seperti menggunakan aplikasi *e-wallet*. Berdasarkan alasan tersebut maka masyarakat provinsi DIY menjadi obyek yang menarik untuk penelitian tentang faktor-faktor yang mempengaruhi minat masyarakat menggunakan *e-wallet*.

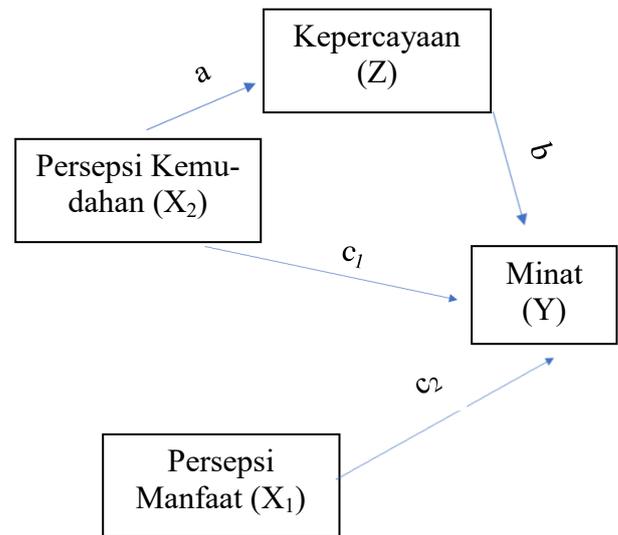
## METODE

Ruang lingkup penelitian ini adalah masyarakat yang berada di Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta yang menggunakan

*e-wallet* sebagai alat untuk bertransaksi untuk kegiatan sehari-hari. Adapun variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah variabel persepsi manfaat ( $X_1$ ) dan variabel persepsi kemudahan ( $X_2$ ) sebagai variabel independen, dan variabel minat menggunakan *e-wallet* ( $Y$ ) sebagai variabel dependen, dan juga variabel kepercayaan ( $Z$ ) sebagai variabel mediasi. Penelitian ini ditujukan pada masyarakat yang berada di Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta dengan usia minimal 20 tahun sampai dengan 40 tahun dan berdomisili atau sedang bertempat tinggal di Daerah Istimewa Yogyakarta. Waktu penelitian ini dimulai pada tanggal 11 Maret – 31 Maret 2022.

Data penelitian secara langsung diperoleh dengan cara menyebarkan kuesioner melalui *google form* kepada masyarakat yang berada di Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta yang tentunya menggunakan *e-wallet*. Dalam menyusun kuesioner, penelitian ini menggunakan Skala *Likert*. Skala *Likert* dapat mengukur sikap, persepsi atau pendapat seseorang terhadap suatu objek atau fenomena tertentu. Kuesioner dalam penelitian ini disebarkan kepada responden melalui *google form* dengan menggunakan media sosial, seperti WhatsApp dan Instagram. Kriteria responden untuk mengisi kuesioner penelitian ini adalah masyarakat yang berada di Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta yang tentunya menggunakan *e-wallet* dan berusia 20 tahun sampai dengan 40 tahun.

Model statistik yang digunakan untuk membuktikan hipotesis penelitian ini menggunakan model Macro Hayes. Hubungan antara variabel independen ( $X$ ), variabel mediasi ( $Z$ ), dan variabel dependen ( $Y$ ) dinyatakan sebagai berikut:



**Gambar 1. Model Penelitian**

Pengaruh tidak langsung relatif  $X_2$  terhadap  $Y$  melalui  $Z$ :

$$Z = a \cdot b$$

Pengaruh langsung relatif  $X$  terhadap  $Y$ :

$$Y = \begin{cases} c_1 \\ c_2 \end{cases}$$

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Tabel 1 menyajikan karakteristik responden yang digunakan dalam penelitian ini.

**Tabel 1. Karakteristik Responden**

		Jumlah	Persen
Jenis Kelamin	Pria	51	47,7%
	Wanita	56	52,3%
Usia (Tahun)	20 – 25	59	55,1%
	26 – 30	12	11,2%
	31 – 35	22	20,6%
	36 – 40	14	13,1%
Domisili	Kota	49	45,8%
	Sleman	30	28,0%
	Gunungkidul	7	6,5%

	Kulon Progo	5	4,7%
	Bantul	16	15,0%
Pekerjaan	Pelajar/Mahasiswa	57	53,3%
	PNS	9	8,4%
	Swasta	17	15,9%
	Lain-lain	25	13,9%

Sumber : Data diolah 2023

Berdasarkan data yang disajikan Tabel 1 menunjukkan responden yang berjenis kelamin perempuan lebih sering menggunakan *e-wallet* sebagai alat untuk bertransaksi. Hal tersebut dibuktikan dari jumlah responden perempuan yang lebih banyak dari pada laki-laki yaitu berjumlah 56 responden, sedangkan responden yang berjenis kelamin laki-laki diperoleh dengan jumlah 51 responden. Berdasarkan sampel tersebut penggunaan *e-wallet* di Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta didominasi oleh responden berusia 20-25 tahun yaitu sebanyak 59 orang atau 55,1%. Berikutnya responden berusia 31-35 tahun sebanyak 22 orang atau 20,6%. Responden yang berusia 26-30 tahun berjumlah 12 orang atau 11,2% dan responden yang berusia 36-40 tahun dengan jumlah 14 orang atau 13,1%.

Responden berdasar lokasi berdomisili menunjukkan mayoritas pengguna *e-wallet* pada responden berasal dari Kota Yogyakarta yang berjumlah 49 orang atau 45,8%. Selain itu, responden yang berasal dari Kabupaten Sleman berjumlah 30 orang atau 28,0%. Hal tersebut memungkinkan bahwa fasilitas transaksi menggunakan *e-wallet* yang dapat dimanfaatkan oleh penggunaanya lebih banyak tersedia di Kota Yogyakarta dan Kabupaten Sleman, sehingga *merchant* yang telah menyediakan transaksi yang dapat dilakukan dengan menggunakan *e-wallet* lebih banyak

ditemukan di daerah tersebut.

Responden berdasar pekerjaan terdapat keberagaman dari kelompok pekerjaan responden. Pekerjaan responden yang paling dominan dalam penggunaan *e-wallet* di Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta yaitu pelajar atau mahasiswa dengan jumlah yang didapatkan sebanyak 57 orang dari total keseluruhan responden yang berjumlah 107 orang atau dapat dikatakan sebesar 53,3%, dan selain pelajar/mahasiswa berjumlah 50 responden atau 46,7%.

Uji kualitas data penelitian dilakukan melalui uji validitas dan reliabilitas instrument penelitian. Tabel 2 menyajikan nilai statistik uji validitas instrumen penelitian. Uji signifikansi dilakukan dengan cara melihat atau membandingkan nilai  $r$  hitung terhadap nilai  $r$  tabel dengan  $df$  (*degree of freedom*) =  $n-2$ . Pada penelitian ini menggunakan sampel sebanyak 107 orang, sehingga  $df = 107-2$  maka hasil yang didapatkan yaitu 105. Nilai  $r$  tabel pada signifikansi 5% (0,05) adalah 0,190. Jika nilai  $r$  hitung lebih besar dari 0,190, maka pernyataan atau pertanyaan kuesioner dinilai valid.

**Tabel 2. Hasil Uji Validitas Instrumen**

Variabel	Indikator	$r$ hitung	Keterangan
Persepsi Manfaat (X1)	X1.1	0,773	Valid
	X1.2	0,822	Valid
	X1.3	0,779	Valid
	X1.4	0,682	Valid
	X1.5	0,736	Valid
Persepsi Kemudahan (X2)	X2.1	0,714	Valid
	X2.2	0,689	Valid
	X2.3	0,722	Valid
	X2.4	0,565	Valid

	X2.5	0,701	Valid
Persepsi Manfaat (Y1)	Y1	0,719	Valid
	Y2	0,684	Valid
	Y3	0,712	Valid
	Y4	0,738	Valid
	Y5	0,733	Valid
Persepsi Kepercayaan (Z)	Z1	0,805	Valid
	Z2	0,773	Valid
	Z3	0,696	Valid
	Z4	0,812	Valid
	Z5	0,725	Valid

Sumber : Data diolah 2023

Tabel 2 menunjukkan nilai r semua indikator pada semua variabel bernilai lebih dari r kritis ( $r_{hitung} > r_{kritis}$ ) menunjukkan bahwa indikator pada semua variabel adalah valid. Dengan demikian semua indikator dapat menjelaskan variabelnya dan data penelitian ini valid untuk menguji hipotesis penelitian.

Tabel 3 menyajikan nilai statistik uji reliabilitas instrumen penelitian untuk mengetahui konsistensi jawaban responden. Uji reliabilitas pada setiap variabel menggunakan hasil dari *Cronbach's alpha* yang diperoleh dari pengujian menggunakan SPSS. Hasil *Cronbach's alpha* yang lebih besar dari 0,60 menunjukkan instrument penelitian adalah reliabel.

**Tabel 3. Hasil Uji Reliabilitas Instrumen**

Variabel	Cronbach's Alpha	Keterangan
Persepsi Manfaat (X1)	0,815	Reliabel

**Tabel 4. Nilai Statistik Uji F dan Koefisien Determinasi ( $R^2$ )**

R	$R^2$	MSE	F(HC3)	df1	df2	p
0,6306	0,3977	0,1655	40,9075	3	103	0,0000

Sumber : Data diolah 2023

Tabel 4 di atas menunjukkan bahwa nilai F hitung sebesar 40,9075 dengan nilai probabilitas 0,0000. Nilai probabilitas 0,0000 kurang dari 0,05 menunjukkan bahwa

Persepsi Kemudahan (X2)	0,701	Reliabel
Persepsi Minat Menggunakan (Y)	0,763	Reliabel
Persepsi Kepercayaan (Z)	0,817	Reliabel

Sumber : Data diolah 2023

Nilai *Cronbach's Alpha* semua variabel penelitian yang disajikan pada Tabel 3 lebih dari 0,6 menunjukkan responden konsisten dalam menjawab semua pertanyaan yang disajikan pada kuesioner penelitian ini. Dengan demikian instrumen yang digunakan pada penelitian ini adalah reliabel.

Tabel 4 menyajikan nilai statistik uji F dan nilai koefisien determinasi ( $R^2$ ) model penelitian. Uji simultan atau uji F digunakan untuk menguji kemampuan semua variabel independen dalam menjelaskan variasi nilai variabel dependen. Hipotesis nol ( $H_0$ ) uji F menyatakan semua variabel independen dalam model regresi tidak mampu menjelaskan variasi nilai variabel dependen. Sedangkan hipotesis alternatif ( $H_A$ ) uji F menyatakan semua variabel independen dalam model regresi mampu menjelaskan variasi nilai variabel dependen. Uji F pada penelitian ini menggunakan tingkat probabilitas 0,05.

wa persepsi kemudahan, persepsi manfaat, kepercayaan mampu menjelaskan minat masyarakat di Provinsi DIY menggunakan *e-wallet*. Besarnya kemampuan persepsi kemudahan, persepsi

manfaat, kepercayaan dalam menjelaskan minat masyarakat di Provinsi DIY menggunakan *e-wallet* adalah 63,06%. Sedangkan sisa sebesar 36,94 persen tidak dapat dijelaskan oleh persepsi manfaat, persepsi kemudahan, dan variabel kepercayaan.

Hipotesis penelitian ini dibuktikan melalui uji t. Rumusan hipotesis nol ( $H_0$ ) pada uji t menyatakan bahwa variabel independen tidak berpengaruh positif terhadap

variabel dependen. Sedangkan rumusan hipotesis alternatif ( $H_a$ ) pada uji t menyatakan bahwa variabel independen berpengaruh positif terhadap variabel dependen. Uji t pada penelitian ini menggunakan tingkat signifikansi 5%. Hipotesis nol ditolak apabila nilai probabilitas uji t kurang dari 0,05. Tabel 5 menyajikan nilai statistik uji t untuk masing-masing variabel independen.

**Tabel 5. Nilai Statistik Uji Parsial (Uji T)**

Variabel	Koefisien	SE(HC3)	t	p	LLCI	ULCI
Konstanta	0,7978	0,3164	2,5211	0,0132	0,1702	1,4253
Persepsi Manfaat (X1)	0,2368	0,0972	2,4361	0,0166	0,0364	0,4645
Persepsi Kemudahan (X2)	0,2505	0,1079	2,3205	0,0223	0,1409	0,4907
Persepsi Kepercayaan (Z)	0,3158	0,0882	3,5803	0,0166	0,0440	0,4296

Sumber : Data diolah 2023

### **Pengaruh Persepsi Manfaat terhadap Minat masyarakat menggunakan *E-Wallet***

Hipotesis pertama menyatakan persepsi manfaat berpengaruh positif terhadap minat masyarakat provinsi DIY menggunakan *e-wallet*. Nilai t statistik variabel  $X_1$  adalah 2,4361 dengan nilai probabilitas 0,0166. Nilai probabilitas 0,0166 kurang dari 0,05 menunjukkan variabel  $X_1$  berpengaruh terhadap variabel Y. Dengan demikian kesimpulan uji t adalah persepsi manfaat berpengaruh positif terhadap minat menggunakan *e-wallet* di Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta. Artinya, semakin bermanfaat dalam menggunakan *e-wallet* sebagai alat untuk bertransaksi, maka semakin tinggi pula minat masyarakat di Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta yang beralih dari sistem pembayaran tunai menjadi non tunai, yaitu menggunakan *e-wallet* dalam aktivitas perekonomian sehari-hari.

Hipotesis pertama penelitian ini **terbukti**.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Priyono (2017) yang menyatakan bahwa persepsi manfaat berpengaruh terhadap intensitas penggunaan dompet digital. Hasil tersebut juga sesuai dengan penelitian yang sudah dilakukan oleh Priambodo dan Prabawani (2016) bahwa persepsi manfaat berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan layanan uang elektronik. Begitu juga dengan hasil penelitian yang dilakukan dalam Studi Kasus Pada Pengguna Jasa Commuterline di Jakarta yang menyatakan bahwa persepsi manfaat berpengaruh dan signifikan terhadap minat menggunakan *e-money*. Hal itu dikarenakan terdapatnya manfaat dalam hal bertransaksi menggunakan *e-wallet* diberbagai *merchant* yang telah mendukung proses transaksi dengan menggunakan *e-*

wallet dan bermanfaat saat melakukan *top up* atau isi ulang pada *e-wallet* tersebut. Semakin bermanfaat *e-wallet* digunakan sebagai alat untuk bertransaksi, maka minat seseorang untuk menggunakan *e-wallet* juga semakin tinggi.

### **Pengaruh Persepsi Kemudahan terhadap Minat masyarakat menggunakan E-Wallet**

Hipotesis ke dua menyatakan bahwa persepsi kemudahan berpengaruh positif terhadap minat masyarakat provinsi DIY menggunakan *e-wallet*. Nilai t statistik variabel  $X_2$  adalah 2,3205 dengan nilai probabilitas 0,0223. Nilai probabilitas 0,0223 kurang dari 0,05 menunjukkan variabel  $X_2$  berpengaruh terhadap variabel Y. Dengan demikian kesimpulan uji t adalah Persepsi Kemudahan Berpengaruh Positif terhadap Minat Menggunakan *E-Wallet* di Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta. Artinya, semakin mudahnya mengoperasikan *e-wallet* untuk bertransaksi, maka semakin tinggi pula minat masyarakat di Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta yang beralih dari sistem pembayaran tunai menjadi non tunai, yaitu menggunakan *e-wallet* dalam aktivitas perekonomian sehari-hari. Hipotesis kedua penelitian ini **terbukti**.

Hasil penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian terdahulu yang dilakukan

oleh Utami dan Kusumawati (2017) menyimpulkan persepsi kemudahan berpengaruh secara signifikan terhadap minat mahasiswa dalam menggunakan *e-money*. Kesimpulan yang sama dari hasil penelitian Pratama dan Saputra (2019) menyatakan bahwa persepsi kemudahan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan uang elektronik. Hasil dari penelitian tersebut dapat dipahami bahwa terdapatnya kemudahan dalam hal bertransaksi menggunakan *e-wallet* diberbagai *merchant* yang telah mendukung proses transaksi dengan menggunakan *e-wallet* dan kemudahan saat melakukan *top up* atau isi ulang pada *e-wallet* tersebut. Semakin mudah *e-wallet* digunakan sebagai alat untuk bertransaksi, maka minat seseorang untuk menggunakan *e-wallet* juga semakin tinggi.

### **Kepercayaan memediasi pengaruh Persepsi Kemudahan terhadap Minat masyarakat menggunakan E-Wallet**

Hipotesis ke tiga menyatakan bahwa kepercayaan memediasi pengaruh persepsi kemudahan terhadap minat masyarakat provinsi DIY menggunakan *e-wallet*. Tabel 6 menyajikan nilai uji statistik pengaruh tidak langsung persepsi kemudahan terhadap minat menggunakan *e-wallet*.

**Tabel 6. Nilai Statistik Efek Tidak Langsung**

	<b>Effect</b>	<b>BootSE</b>	<b>BootLCL</b>	<b>BootUCL</b>
Z	0,1019	0,0547	0,0154	0,2243

Sumber : Data diolah 2023

Nilai koefisien pengaruh tidak langsung persepsi kemudahan ( $X_2$ ) terhadap minat (Y) melalui kepercayaan (Z) sebesar 0,1019 dengan nilai BootULCI sebesar 0,0154 dan BootULCI sebesar 0,2243. Pada interval BootLLCI sebesar 0,0154 dan Boot

-ULCI sebesar 0,2243 tidak terdapat nilai 0. Ini menunjukkan variabel Z memediasi pengaruh  $X_2$  terhadap Y. Dengan demikian kesimpulan pengujian ini menyatakan bahwa variabel Kepercayaan mampu memediasi pengaruh persepsi kemudahan terhadap

minat menggunakan *e-Wallet* di provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta. Artinya, kepercayaan secara tidak langsung mampu mempengaruhi persepsi kemudahan atau mampu memediasi persepsi kemudahan terhadap minat menggunakan *e-wallet* di Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta. Hipotesis ketiga penelitian ini **terbukti**. Pada penelitian ini memperoleh bukti empiris bahwa kepercayaan merupakan variabel mediasi parsial pengaruh persepsi kemudahan terhadap minat masyarakat provinsi DIY menggunakan *e-wallet*. Artinya, persepsi kemudahan dapat berpengaruh langsung terhadap minat menggunakan *e-wallet* di provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta dan dapat juga berpengaruh tidak langsung terhadap minat menggunakan *e-wallet* melalui kepercayaan.

## SIMPULAN

Penelitian ini merumuskan tiga hipotesis. Hipotesis pertama menyatakan bahwa persepsi manfaat berpengaruh positif terhadap minat menggunakan *e-wallet* di Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta. Penelitian ini memperoleh bukti empiris persepsi manfaat berpengaruh positif terhadap minat masyarakat provinsi DIY menggunakan *e-wallet*. Artinya, semakin bermanfaat dalam menggunakan *e-wallet* sebagai alat untuk bertransaksi, maka semakin tinggi pula minat masyarakat di Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta yang beralih dari sistem pembayaran tunai menjadi non tunai, yaitu menggunakan *e-wallet* dalam aktivitas perekonomian sehari-hari. Penelitian ini juga menemukan bukti empiris persepsi kemudahan berpengaruh positif terhadap minat masyarakat provinsi DIY menggunakan *e-wallet*. Artinya, semakin mudahnya mengoperasikan *e-wallet* untuk bertransaksi, maka semakin tinggi pula

minat masyarakat di Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta yang beralih dari sistem pembayaran tunai menjadi non tunai, yaitu menggunakan *e-wallet* dalam aktivitas perekonomian sehari-hari. Temuan empiris ke tiga penelitian ini adalah kepercayaan mampu memediasi persepsi kemudahan terhadap minat menggunakan *e-wallet* di Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta. Artinya, kepercayaan secara tidak langsung mampu mempengaruhi persepsi kemudahan atau mampu memediasi persepsi kemudahan terhadap minat menggunakan *e-wallet* di Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta (*partial mediation*).

Keterbatasan penelitian ini adalah kepercayaan hanya memediasi diduga memediasi persepsi kemudahan saja dalam mempengaruhi minat masyarakat provinsi DIY menggunakan *e-wallet*. Sedangkan persepsi manfaat tidak dianalisis pengaruh tidak langsung terhadap minat menggunakan *e-wallet* melalui kepercayaan. Dengan demikian peneliti menyarankan untuk penelitian berikutnya selain menambah faktor yang secara teori dan hasil penelitian sebelumnya berpengaruh terhadap minat menggunakan *e-wallet*, juga menguji pengaruh tidak langsung faktor-faktor tersebut melalui kepercayaan.

## DAFTAR PUSTAKA

- Badan Pusat Statistik Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta. (2022). Dalam Angka Tahun 2021.
- Bank Indonesia. (2021). Peraturan Bank Indonesia Tentang Uang Elektronik. <https://www.bi.go.id/id/publikasi/peraturan/Pages/PBI-200618.aspx>. Diakses 28 Febuari 2022
- Baron, R. M., & Kenny, D. A. (1986). The Moderator–Mediator Variable Dis-

- inction in Social Psychological Research: Conceptual, Strategic, and Statistical Considerations. *Journal of Personality and Social Psychology*, 51 (6), 1173–1182.
- Davis, F., & Davis, F. (1989). Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology. *MIS Quarterly*, 13(3), 319-339.
- Diptha, K. A. S. (2017). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Tingkat Kepuasan Karyawan Dalam Menggunakan Uang Elektronik Kartu FLAZZ BCA di Lingkungan Anantara Seminyak Resort - Bali. *Jurnal Pendidikan Ekonomi Undiksha*, Vol. 9 No. 1, 167–176.
- Febriana, I., Pratiwi, S. P., & Djatikusumo, I. (2020). Minat Penggunaan *Cashless Payment System* – Dompot Digital Pada Mahasiswa di FE UNJ. *JRMSI - Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia*, Vol. 11 No. 1, 1–19.
- Jayani, D. H. (2019). Indonesia Peringkat Kelima Dunia dalam Jumlah Pengguna Internet <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2019/09/11/indonesia-peringkat-kelima-dunia-dalam-jumlah-pengguna-internet>. Diakses 28 Februari 2022.
- Nabilah, F. N. (2018). Pengaruh Harga dan Kepercayaan Konsumen Memediasi Kualitas Website Terhadap Niat Pembelian Ulang Tiket Hotel Traveloka di Surabaya. *Manajemen STIE Perbanas*, 1-23.
- Pratama, A. B., & Suputra, I. D. G. D. (2019). Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan, dan Tingkat Kepercayaan Pada Minat Menggunakan Uang Elektronik. (*Skripsi*, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana).
- Pratiwi, M. T., Indriani, F., & Sugiarto, J. (2017). Analisis Pengaruh *Technology Readiness* Terhadap Minat Menggunakan Tcash di Kota Semarang. *Jurnal Bisnis Strategi*, Vol. 26 No. 1, 76–88.
- Priambodo, S., & Prabawani, B. (2016). Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Dan Persepsi Risiko Terhadap Minat Menggunakan Layanan Uang Elektronik (Studi Kasus pada Masyarakat di Kota Semarang). *Skripsi*.
- Priyono, A. (2017). Analisis Pengaruh *Trust* dan *Risk* dalam Penerimaan Teknologi Dompot Elektronik GOPAY. *Jurnal Siasat Bisnis*, Vol. 21, 88–106.
- Putra, IGWSC *et. al.* (2022). Perbandingan Pengaruh *Promotion Mix* Terhadap Keputusan Penggunaan *Digital Wallet* Pada *E-Marketplace* Tokopedia Dan Shopee. *Bisma: Jurnal Bisnis dan Manajemen*. Vol. 16 No. 1: 1-9.
- Rachmadi, U. (2017). *Karakteristik Uang Elektronik Dalam Sistem Pembayaran*. 134–166.
- Ramadhani, R. R. (2010). Persepsi *Stakeholders Internal* terhadap *Akuntabilitas* dan *Transparansi Laporan Keuangan Universitas* Sebelas Maret Pasca Ditetapkan Sebagai Badan Layanan Umum (Studi Kasus pada Laporan Keuangan Tahun 2009). *Skripsi*.
- Utami, S. S., & Kusumawati, B. (2017). Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Minat Penggunaan E-Money (Studi pada Mahasiswa STIE Ahmad Dahlan Jakarta).

- Wijaya, C. (2018). Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan, Kualitas Informasi Terhadap Kepuasan Konsumen Melalui Keputusan Pembelian Produk Fashion Di Lazada. Vol. 6 No. 2.
- Yogananda, A. S., & Dirgantara, I. M. B. (2017). Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Kepercayaan dan Persepsi Risiko terhadap Minat Untuk Menggunakan Instrumen Uang Elektronik. (*Doctoral Dissertation*, Fakultas Ekonomika dan Bisnis).
- Wong, D. (2017). Pengaruh *Ability*, *Benevolence* dan *Integrity* terhadap Trust, serta Implikasinya terhadap Partisipasi Pelanggan *E-Commerce*: Studi Kasus pada Pelanggan *E-Commerce* di UBM. *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis (JRMB)* Fakultas Ekonomi UNIAT, Vol. 2, 155–168.