

**ANALISIS FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT
MENGUNAKAN SHOPEEPAY PADA MAHASISWA PERGURUAN
TINGGI DI SURAKARTA**



SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Tugas-Tugas dan Syarat-Syarat
Memperoleh Gelar Sarjana Akuntansi Program Studi Akuntansi

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Surakarta

Disusun Oleh :

ARDELIA ARDINE NOVIANTI

21210048

PROGRAM STUDI S1 AKUNTANSI

SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI SURAKARTA

2025

**ANALISIS FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT
MENGUNAKAN SHOPEEPAY PADA MAHASISWA PERGURUAN
TINGGI DI SURAKARTA**



SKRIPSI

**Diajukan Untuk Memenuhi Tugas-Tugas dan Syarat-Syarat
Memperoleh Gelar Sarjana Akuntansi Program Studi Akuntansi**

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Surakarta

Disusun Oleh :

ARDELIA ARDINE NOVIANTI

21210048

PROGRAM STUDI S1 AKUNTANSI

SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI SURAKARTA

2025

HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Ardelia Ardine Novianti
NIM : 21210048
Program Studi : Akuntansi
Judul : Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Minat Menggunakan
Shopeepay Pada Mahasiswa Perguruan Tinggi Di
Surakarta

Disetujui dan Disahkan

Hari : Kamis
Tanggal : 12 Desember 2024

PENGESAHAN SKRIPSI

Pembimbing



Dewi Ika Octavia, S.E., M.Si

NIDN. 0607109501

Mengetahui,

Ketua STIE Surakarta



Aditya Liliyan, S.M.B., M.M

NIDN. 0606118902

HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Ardelia Ardine Novianti
NIM : 21210048
Program Studi : Akuntansi
Judul : Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Minat Menggunakan
Shopeepay Pada Mahasiswa Perguruan Tinggi Di
Surakarta

Skripsi ini telah diuji dan dipertahankan dihadapan tim penguji skripsi Sekolah
Tinggi Ilmu Ekonomi Surakarta (STIE Surakarta) dan diterima untuk persyaratan
gelar Sarjana Akuntansi.

Pada Hari : Jum'at

Tanggal : 31 Januari 2025

Tim Penguji

Tanda Tangan

Penguji 1 : Dewi Ika Octavia, S.E., M.Si.

()

Penguji 2 : Eko Triyanto, S.E., M.M., M.Ak.

()

Mengetahui,

Ketua STIE Surakarta



Aditya Lilivan, S.M.B., M.M

NIDN. 0606118902

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi saya yang berjudul :
**ANALISIS FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT MENGGUNAKAN
SHOPEEPAY PADA MAHASISWA PERGURUAN TINGGI DI
SURAKARTA**

Tidak pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu Perguruan Tinggi lain dan tidak terdapat keseluruhan atau sebagian tulisan orang lain yang saya akui seolah olah sebagai tulisan saya sendiri tanpa memberikan pengakuan pada penulis aslinya. Apabila dikemudian hari saya terbukti melakukan tindak menyalin atau meniru tulisan orang lain seolah olah hasil pemikiran saya sendiri, gelar dan sarjana yang telah diberikan oleh perguruan tinggi batal saya terima.

Surakarta, 11 Desember 2024

Yang Memberi Pernyataan



Ardelia Ardine Novianti

MOTTO

“Janganlah engkau bersedih, sesungguhnya Allah bersama kita”.

(Q.S At-taubah:40)

“Allah tidak mengatakan hidup ini mudah. Tetapi Allah berjanji, bahwa sesungguhnya bersama kesulitan ada kemudahan”.

(Q.S Al-Insyirah:5-6)

“Terlambat bukan berarti gagal, cepat bukan berarti hebat. Terlambat bukan menjadi alasan untuk menyerah, setiap orang memiliki proses yang berbeda. Percaya proses itu yang paling penting, karena Allah telah mempersiapkan hal baik dibalik kata proses yang kamu anggap rumit”.

(Edwar Satria)

“Selalu ada harga dalam sebuah proses. Nikmati saja lelah-lelah itu. Lebarakan lagi rasa sabar itu. Semua yang kau investasikan untuk menjadikan dirimu serupa yang kau impikan, mungkin tidak akan selalu berjalan lancar. Tapi gelombang-gelombang itu yang nanti bisa kau ceritakan”.

(Boy Chandra)

KATA PENGANTAR

Segala puji dan ucapan rasa syukur saya panjatkan kepada Allah SWT. atas berkat rahmat serta hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Analisis Fakto Yang Mempengaruhi Minat Menggunakan *Shopeepay* Pada Mahasiswa Perguruan Tinggi Di Surakarta”.

Suksesnya penyusunan skripsi ini telah mendapatkan banyak dukungan serta bantuan dari berbagai pihak. Penulis mengucapkan terima kasih kepada :

1. Bapak Aditya Liliyan, S.M.B., M.M., Selaku Ketua STIE Surakarta.
2. Bapak Muhammad Syihabuddin, S.Hum., Selaku Wakil Ketua 1 STIE Surakarta.
3. Bapak Arif Nugroho Rachman, S.E., M.M., M.Ak., Selaku Pembimbing Akademik.
4. Ibu Dewi Ika Octavia, S.E., M.Si., Selaku Dosen Pembimbing Skripsi. Senantiasa selalu memberikan arahan, koreksi, saran dan motivasi serta bimbingan kepada penulis.
5. Bapak dan Ibu Dosen serta Karyawan STIE Surakarta.

Surakarta, 11 Desember 2024



Ardelia Ardine Novianti

PERSEMBAHAN

Dengan mengucapkan puji syukur atas kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan hidayahnya sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi dengan judul “ANALISIS FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT MENGGUNAKAN SHOPEEPAY PADA MAHASISWA PERGURUAN TINGGI DI SURAKARTA”.

Dalam proses penyusunan skripsi ini tentunya tidak lepas dari bimbingan, bantuan serta dukungan dari berbagai pihak, sehingga penulis dapat memecahkan permasalahan yang muncul. Dalam kesempatan ini penulis mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Allah SWT atas segala nikmat dan rahmat serta karunia pertolongan-Nya selama penulis menyusun skripsi.
2. Mama saya, seseorang yang sudah melahirkan saya. Terimakasih atas perjuangan, kerja keras, pengorbanan dan kasih sayang yang telah diberikan. Terimakasih telah mendoakan, mendidik, memotivasi, memberikan dukungan hingga saya mampu menyelesaikan studi saya sampai meraih gelar sarjana.
3. Ayah saya, terimakasih sudah hadir dan melengkapi peran yang selama ini hilang. Terimakasih atas perjuangan dan kerja keras selama ini, terimakasih telah mendoakan, mendidik, memotivasi, memberikan dukungan hingga saya mampu menyelesaikan studi saya sampai meraih gelar sarjana.
4. Alm. Ayah yang pasti sudah tenang dan bahagia disana. Semoga Allah SWT melapangkan kubur dan menempatkan ayah ditempat yang paling mulia disini Allah SWT. Terimakasih sudah pernah hadir dan menemani saya sampai umur sepuluh tahun. Banyak hal menyakitkan yang sudah saya lalui tanpa sosok ayah, dihajar kenyataan yang terkadang tidak sejalan.
5. Eyang kakung saya, terimakasih atas kerja keras selama ini, terimakasih telah mendoakan, memotivasi, memberikan dukungan hingga saya mampu menyelesaikan studi saya dan sekarang saya bisa meraih gelar sarjana.

6. Adik saya, Rifky Hendra Putra. Yang selalu menjadi alasan saya untuk segera menyelesaikan skripsi ini. Terimakasih atas doa dan dukungannya untuk menyelesaikan skripsi tepat waktu.
7. Diri sendiri, yang telah bertahan sampai saat ini dan berjuang hingga sejauh ini. Mampu mengendalikan diri dari berbagai tekanan diluar keadaan dan tidak pernah memutuskan untuk menyerah sesulit apapun proses penyusunan skripsi ini dengan menyelesaikan sebaik dan semaksimal mungkin, ini merupakan salah satu pencapaian yang patut dibanggakan untuk diri sendiri. Terimakasih atas perjuangan dan kesabarannya sampai di titik menyelesaikan skripsi ini.
8. Saudara saya, Nadhea Ayu Nariswari. Terimakasih sudah menjadi pendengar yang baik. Terimakasih sudah bersedia menjadi tempat untuk berkeluh kesah. Terimakasih karena selalu memberikan dukungan disaat suka dan duka. Terimakasih karena sudah menjadi penguat disaat saya merasa ingin menyerah. Terimakasih sudah menjadi tempat bertukar cerita tentang skripsi ini.
9. Keluarga besar saya yang selalu memberikan dukungan dan motivasi serta wejangan-wejangan yang menguatkan tekad ntuk menyelesaikan skripsi tepat waktu.
10. Sahabat saya, Woro Ulfa Malinda. Terimakasih telah mendukung, mendengarkan keluh kesah, memberikan semangat, dan menghibur saya. Terimakasih sudah selalu bersedia diajak kemanapun disaat saya sedang tidak baik-baik saja.
11. Sahabat Girls Squad (Afifah, Putri, Woro, dan Ulfa). Terimakasih telah mendukung, mendengarkan keluh kesah, dan memberikan semangat kepada saya selama ini
12. Seseorang yang selalu mengenalkan makanan-makanan viral kepada saya, Agizza Salwa Nabila. Terimakasih telah mendukung dan memberikan semangat selama ini. Terimakasih sudah bersedia menemani saya menonton konser dan sudah bersedia diajak kemana saja disaat saya sedang tidak baik-baik saja.

13. Ibu Psikolog saya, Yhonia Faiqotusshofia. Terimakasih telah mendukung, memberikan semangat, dan sudah mendengarkan keluh kesah saya selama ini.
14. Seseorang yang menjadi partner mengerjakan skripsi saya, Anatasia Widya Rosana dengan NIM 21218003. Terimakasih sudah mau menemani saya mengerjakan skripsi ini dari awal sampai dititik ini. Terimakasih sudah bersedia menjelaskan dengan sabar disaat saya kurang paham dan terimakasih sudah memberikan semangat kepada saya selama ini.
15. Sahabat SIA (Anatasia, Mitha, Mutiara, Riris, dan Tera). Terimakasih telah hadir, memberikan banyak ilmu berharga dan memberikan kebahagiaan selama ini. Terimakasih atas dukungan dan kerjasamanya selama ini.
16. Seseorang yang pernah menjadi teman kerja saya dan sekarang menjadi teman kuliah saya, Anggita Meyla Putri dengan NIM 21220011. Terimakasih atas dukungan dan kerjasamanya selama ini.
17. Sahabat SMK saya (Galuh dan Salma). Terimakasih telah mendukung dan memberikan semangat kepada saya selama ini.
18. Kakak saya, Elitha Astriyani dan Setiyawati. Terimakasih atas dukungan serta memberikan doa dan nasehat yang luar biasa selama ini.
19. Seseorang yang belum bisa saya tuliskan namanya dengan jelas disini, namun sudah tertulis jelas di *Lauhul Mahfudz* untuk saya. Terimakasih sudah menjadi sumber motivasi penulis dalam menyelesaikan skripsi ini sebagai salah satu bentuk saya dalam memantaskan diri. Karena penulis percaya bahwa sesuatu yang ditakdirkan menjadi milik kita akan menuju kepada kita bagaimanapun caranya.
20. Teman UKM EO Infinity Rainbows. Terimakasih atas dukungannya selama ini.
21. Teman-teman mahasiswa angkatan 2021, utamanya dari Program Studi Akuntansi. Terimakasih untuk kebersamaan selama dikampus, dukungan, dan kerjasamanya selama menempuh pendidikan serta penyelesaian penyusunan skripsi ini.

Penulis telah berupaya semaksimal mungkin dalam penyusunan skripsi ini, namun sebagai manusia tidak luput dari kesalahan dan kekhilafan. Oleh karena itu dengan penuh rasa rendah hati penulis menerima kritikan dan saran yang sifatnya membangun. Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat kepada pembacanya. Aamiin.

Surakarta, 11 Desember 2024



Ardelia Ardine Novianti

DAFTAR ISI

<u>HALAMAN JUDUL</u>	i
<u>HALAMAN JUDUL DALAM</u>	i
<u>HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI</u>	ii
<u>HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI</u>	iii
<u>PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI</u>	iv
<u>MOTTO</u>	v
<u>KATA PENGANTAR</u>	vi
<u>PERSEMBAHAN</u>	vii
<u>DAFTAR ISI</u>	xi
<u>DAFTAR TABEL</u>	xiv
<u>DAFTAR GAMBAR</u>	xv
<u>DAFTAR LAMPIRAN</u>	xvi
<u>ABSTRAK</u>	xvii
<u>ABSTRACT</u>	xviii
<u>BAB I PENDAHULUAN</u>	1
<u>A. Latar Belakang</u>	1
<u>B. Rumusan Masalah</u>	10
<u>C. Tujuan Penelitian</u>	11
<u>D. Manfaat Penelitian</u>	11
1. <u>Manfaat Teoritis</u>	11
2. <u>Manfaat Praktis</u>	11

BAB II <u>TINJAUAN PUSTAKA</u>	13
A. <u>Kajian Pustaka</u>	13
1. <u>Technology Acceptance Model (TAM)</u>	13
2. <u>Kemudahan</u>	14
3. <u>Kemanfaatan</u>	15
4. <u>Kepercayaan</u>	16
5. <u>Minat</u>	18
6. <u>Shopeepay</u>	19
B. <u>Penelitian Terdahulu</u>	20
C. <u>Kerangka Berpikir</u>	23
D. <u>Hipotesis</u>	24
BAB III <u>METODOLOGI PENELITIAN</u>	29
A. <u>Objek Peneltian</u>	29
B. <u>Pendekatan dan Jenis Penelitian</u>	29
C. <u>Sumber Data</u>	30
D. <u>Populasi dan Sampel</u>	30
1. <u>Populasi</u>	30
2. <u>Sampel</u>	31
E. <u>Teknik Pengumpulan Data</u>	33
1. <u>Studi Pustaka</u>	33
2. <u>Wawancara</u>	33
3. <u>Kuesioner</u>	34
F. <u>Definisi Operasional Variabel</u>	34
G. <u>Teknik Analisis Data</u>	36
1. <u>Uji Instrumen Data</u>	36

2. <u>Metode Analisis Data</u>	37
BAB IV <u>ANALISIS PEMBAHASAN</u>	43
A. <u>Deskripsi Objek Penelitian</u>	43
B. <u>Deskripsi Responden</u>	43
1. <u>Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin</u>	43
2. <u>Deskripsi Responden Berdasarkan Usia</u>	44
3. <u>Deskripsi Responden Berdasarkan Perguruan Tinggi</u>	45
4. <u>Deskripsi Responden Berdasarkan Program Studi</u>	46
C. <u>Analisis dan Pembahasan</u>	47
1. <u>Uji Instrumen Data</u>	47
2. <u>Metode Analisis Data</u>	49
D. <u>Pembahasan</u>	58
1. <u>Pengaruh Kemudahan terhadap Minat Menggunakan <i>Shopeepay</i></u>	59
2. <u>Pengaruh Kemanfaatan terhadap Minat Menggunakan <i>Shopeepay</i></u>	60
3. <u>Pengaruh Kepercayaan Terhadap Minat Menggunakan <i>Shopeepay</i></u>	61
BAB V <u>PENUTUP</u>	63
A. <u>Kesimpulan</u>	63
B. <u>Saran</u>	63
1. <u>Bagi peneliti selanjutnya</u>	63
2. <u>Bagi <i>Shopeepay</i></u>	64
DAFTAR PUSTAKA	65
LAMPIRAN	70

DAFTAR TABEL

<u>Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu</u>	20
<u>Tabel 3. 1 Jumlah Mahasiswa Aktif.....</u>	31
<u>Tabel 3. 2 Definisi Operasional</u>	35
<u>Tabel 4. 1 Berdasarkan Jenis Kelamin Responden</u>	44
<u>Tabel 4. 2 Berdasarkan Usia Responden.....</u>	44
<u>Tabel 4. 3 Berdasarkan Perguruan Tinggi.....</u>	45
<u>Tabel 4. 4 Berdasarkan Program Studi</u>	47
<u>Tabel 4. 5 Hasil Uji Validitas.....</u>	48
<u>Tabel 4. 6 Hasil Uji Reliabilitas.....</u>	49
<u>Tabel 4. 7 Hasil Uji Normalitas</u>	51
<u>Tabel 4. 8 Hasil Uji Multikolinearitas.....</u>	52
<u>Tabel 4. 9 Hasil Uji Heteroskedastisitas Spearman rho</u>	53
<u>Tabel 4. 10 Hasil Uji Analisis Linier Berganda</u>	54
<u>Tabel 4. 11 Hasil Uji Simultan (F).....</u>	55
<u>Tabel 4. 12 Hasil Uji Parsial (T)</u>	56
<u>Tabel 4. 13 Hasil Uji Koefisien Determinasi/R².....</u>	58

DAFTAR GAMBAR

<u>Gambar 1. 1 Tingkat Penetrasi Internet Berdasarkan Generasi</u>	2
<u>Gambar 1. 2 <i>E-Wallet</i> Yang Disukai Konsumen</u>	5
<u>Gambar 1. 3 Survei Pengguna Dompet Digital.....</u>	6
<u>Gambar 2. 1 Kerangka Berpikir</u>	23
<u>Gambar 4. 1 Hasil Uji Normalitas.....</u>	50

DAFTAR LAMPIRAN

<u>Lampiran 1. Kuesioner Penelitian</u>	70
<u>Lampiran 2. Hasil Tabulasi Data</u>	74
<u>Lampiran 3. Hasil Uji Validitas</u>	79
<u>Lampiran 4. Hasil Uji Reliabilitas</u>	81
<u>Lampiran 5. Hasil Uji Normalitas</u>	82
<u>Lampiran 6. Hasil Uji Multikolinearitas</u>	83
<u>Lampiran 7. Hasil Uji Heteroskedastisitas</u>	84
<u>Lampiran 8. Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda</u>	84
<u>Lampiran 9. Hasil Uji Simultan (F)</u>	84
<u>Lampiran 10. Hasil Uji Parsial (T)</u>	85
<u>Lampiran 11. Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)</u>	85

ANALISIS FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT MENGGUNAKAN SHOPEEPAY PADA MAHASISWA PERGURUAN TINGGI DI SURAKARTA

Ardelia Ardine Novianti

21210048

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kemudahan, kemanfaatan, dan kepercayaan terhadap minat menggunakan ShopeePay pada mahasiswa perguruan tinggi di Surakarta. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif dengan menggunakan data primer melalui kuesioner. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik purposive sampling dengan perhitungan rumus *slovin* dengan jumlah sampel sebanyak 100 responden, dari populasi yang berjumlah 382.775 mahasiswa aktif perguruan tinggi yang ada di Surakarta. Teknik pengolahan data yang memanfaatkan software SPSS menggunakan uji instrumen data, uji asumsi klasik, analisis regresi linier berganda, dan uji hipotesis. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kemudahan dan kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan *ShopeePay*, sedangkan kemanfaatan tidak berpengaruh terhadap minat menggunakan *ShopeePay* pada mahasiswa perguruan tinggi di Surakarta.

Kata Kunci: Kemudahan, Kemanfaatan, Kepercayaan, Minat menggunakan, dan *ShopeePay*.

ANALYSIS OF FACTORS INFLUENCING INTEREST IN USING SHOPEEPAY AMONG UNIVERSITY STUDENTS IN SURAKARTA

Ardelia Ardine Novianti

21210048

ABSTRACT

This study aims to determine the influence of convenience, usefulness, and trust on interest in using ShopeePay in college students in Surakarta. The method used in this study is a quantitative method using primary data through questionnaires. The sampling technique in this study uses a purposive sampling technique with the calculation of *the slovin* formula with a sample of 100 respondents, from a population of 382,775 active university students in Surakarta. Data processing techniques that utilize SPSS software use data instrument tests, classical assumption tests, multiple linear regression analysis, and hypothesis tests. The results of this study show that convenience and trust have a significant effect on interest in using *Shopeepay*, while usefulness has no effect on interest in using *Shopeepay* in college students in Surakarta.

Keywords: Convenience, Utility, Trust, Interest in using, and *Shopeepay*.

BAB I

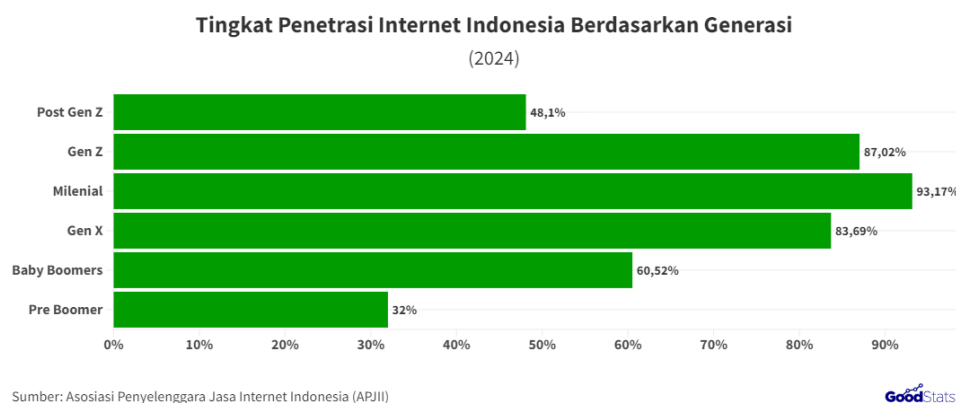
PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Pertumbuhan ekonomi di Indonesia kini mengalami kenaikan yang cukup baik dibandingkan dengan tahun sebelumnya dan dapat dilihat dari kenaikan produktivitas masyarakat serta adanya ekspansi menuju negara yang lebih maju. Pertumbuhan juga terus berjalan bersama dengan meningkatnya jumlah penduduk, kekayaan alam, serta teknologi yang terus berkembang (Dewiswarga, 2023).

Salah satu yang berkembang pesat di era global ini yaitu kemajuan teknologi yang dibawai oleh internet. Menurut Abrilia & Sudarwanto (2020) dalam penggunaan sistem informasi server yang paling sering digunakan dan paling efisien adalah internet. Internet tidak asing lagi bagi semua kalangan mulai dari anak-anak hingga dewasa. Internet sangat bermanfaat didalam kehidupan manusia, mulai digunakan untuk keperluan pribadi seperti berbelanja secara online, mempermudah pekerjaan manusia, bahkan pemilik bisnis pun dan perusahaan besar sangat memerlukan internet. Karena pekerjaan dari yang mudah hingga rumit sekalipun semua dapat dikerjakan dan dapat dikendalikan jika menggunakan internet, selain itu dalam memasarkan produk sekalipun perusahaan dapat mengandalkan internet dalam berbagai bidang kehidupannya. Maka dengan ini pada saat sekarang tidak ada masyarakat yang tidak menggunakan internet, karena jika mereka tidak dapat menggunakan

internet, maka akan tertinggal jauh dengan cepatnya perkembangan yang modern ini. Menurut survei Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) mencatat pengguna internet di Indonesia tahun 2023 sebesar 78,19% atau mencapai 215.626.156 jiwa dari total populasi sebesar 275.773.901 jiwa (APJII, 2023).



Gambar 1. 1 Tingkat Penetrasi Internet Berdasarkan Generasi

Sumber: Yonatan, 2024

Pada grafik tersebut, terlihat bahwa Millennial memiliki tingkat penggunaan internet tertinggi pada tahun 2024. Generasi yang lahir pada tahun 1981 hingga tahun 1996 memiliki tingkat penggunaan internet tertinggi, mencapai 93,17%. Nilai ini lebih tinggi dibandingkan dengan tingkat penggunaan internet Gen Z yang sebesar 87,02%. Tingkat penggunaan internet di kalangan Gen X juga cukup tinggi, hampir setara dengan Gen Z di angka 83,69. Hal ini menunjukkan bahwa kedua generasi tersebut dapat beradaptasi dengan cepat, meskipun tidak lahir di era awal penggunaan internet yang pesat di Indonesia. Secara nasional, tingkat penggunaan internet di tahun 2024 mencapai 79,5% dari total populasi. Generasi Pre Boomer yang

lahir sebelum tahun 1945 mencatatkan tingkat penggunaan internet terendah, yaitu 32%. Sementara itu, Post Gen Z yang lahir setelah tahun 2013 juga menunjukkan nilai penggunaan internet yang rendah, sebesar 48,1% pada tahun 2024 (Yonatan, 2024).

Perkembangan teknologi terus tumbuh dengan pesat, Indonesia menjadi salah satu negara yang ikut andil dan berpengaruh terhadap perkembangan tersebut. Seiring dengan pertumbuhan teknologi yang mengglobal, perkembangan ini berdampak pada setiap bidang dan sektor, termasuk sektor pemerintah, sosial budaya, industri, pendidikan, perbankan, dan keuangan. Karena kemajuan teknologi mengikuti kemajuan ilmu pengetahuan, kemajuan dan pertumbuhan teknologi tidak dapat dihindari. Kemajuan teknologi dan peningkatan di bidang ini telah menghasilkan inovasi yang telah meningkatkan keberadaan manusia, seperti penyediaan banyak kemudahan untuk semua aktivitas manusia. Kemajuan teknologi informasi telah menghasilkan banyak keuntungan karena inovasi-inovasi yang diciptakan dalam sepuluh tahun terakhir, terutama di sektor perbankan, keuangan, dan ekonomi (Dewiswarga, 2023).

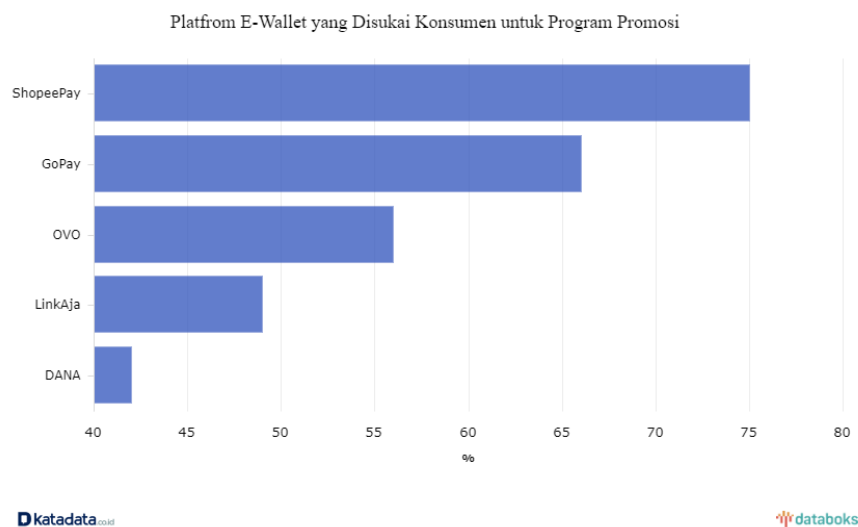
Di era digital perkembangan teknologi dan ilmu pengetahuan melaju pesat sehingga menghasilkan teknologi, inovasi, dan kebiasaan baru dimasyarakat salah satunya adalah sektor ekonomi, dimana terdapat perubahan cara bertransaksi yang awalnya pembayaran dilakukan secara tunai kini menggunakan pembayaran non tunai. Masyarakat yang sebelumnya menggunakan uang tunai (*cash based*) kini mulai memahami dan

menggunakan pembayaran non tunai untuk berbagai transaksi pembayaran. Salah satu jenis alat pembayaran non tunai yang saat ini sedang berkembang di Indonesia adalah dompet digital atau biasa disebut dengan *electronic wallet* atau *E-Wallet*. *E-Wallet* adalah salah satu bentuk *Fintech* (*Financial Technology*) yang memanfaatkan media internet dan digunakan sebagai salah satu alternatif metode pembayaran. *E-Wallet* muncul untuk memberikan kemudahan dan kenyamanan untuk setiap kalangan dengan teknologi yang saat ini sangat mudah untuk diakses. *E-Wallet* ini menjadi sebuah trend dikarenakan banyak perusahaan *start-up* yang menggunakan *E-Wallet* tersebut dimana dalam layanan ini pengguna bisa melakukan transaksi tanpa menggunakan uang tunai. Pembelian baik secara offline maupun online dapat dilakukan dengan menggunakan saldo yang terdapat di akun *E-Wallet* tersebut. Dompet elektronik (*E-Wallet*) sendiri merupakan fitur yang diciptakan untuk memudahkan dalam transaksi pembayaran secara elektronik (Dewiswarga, 2023).

Penggunaan aplikasi dompet digital telah meningkat pesat dalam beberapa tahun terakhir, terutama dikalangan mahasiswa. Menurut Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII), kalangan ibu rumah tangga, pekerja, dan pelajar di Indonesia memiliki tingkat penetrasi internet tertinggi. Mahasiswa menghabiskan lebih banyak waktunya dengan gadget untuk melihat produk terbaru yang tersedia di situs belanja *online* seperti *e-commerce* dan *marketplace*. Mereka merupakan konsumen yang banyak melakukan aktifitas jual-beli di pasaran. Mahasiswa mulai beralih

menggunakan produk tersebut dalam segala transaksi karena perkembangan teknologi khususnya pada *fintech* (Nawawi, 2020).

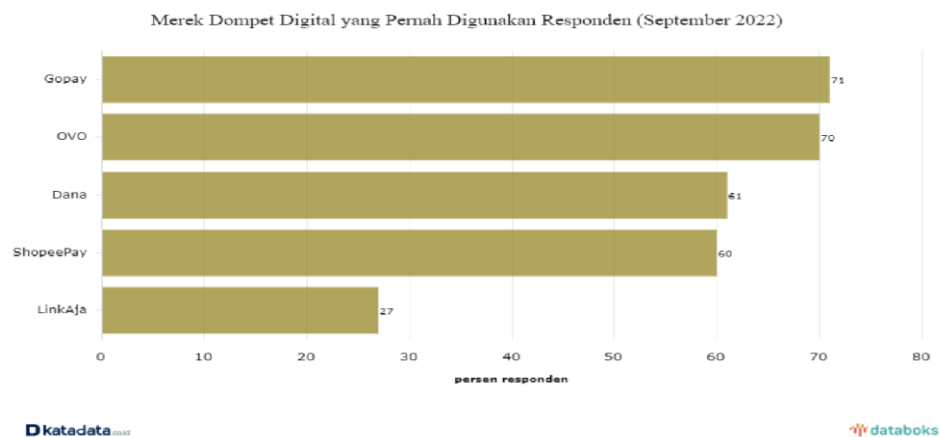
Semakin tumbuh dan berkembangnya dunia digital, membuat *e-commerce* yang tersebar di Indonesia yaitu *shopee*, ikut menciptakan layanan dompet digital milik sendiri pada aplikasinya. Aplikasinya disebut dengan *Shopeepay*, tentu penggunaanya sangat memudahkan dan memberi kenyamanan pada pengguna. Promo dan kemudahan membuat banyak masyarakat beralih dari menggunakan uang tunai sebagai transaksi menjadi dompet digital berbasis *server*. *Shopeepay* digunakan sebagai langkah alternatif dalam transaksi dan pengembalian dana pengguna.



Gambar 1. 2 E-Wallet Yang Disukai Konsumen

Sumber: Annur, 2021

Hasil survei pada tahun 2021 menunjukkan bahwa *Shopeepay* menjadi *E-Wallet* paling favorit bagi pengguna di Indonesia untuk mencari beragam program promosi. Tercatat, persentasenya mencapai 75%. *Gopay* menempati urutan kedua sebagai *E-Wallet* yang banyak disukai pengguna untuk mencari promosi, dengan persentase mencapai 66%. Diposisi ketiga ada *OVO* dengan persentase 56%. Selanjutnya *LinkAja* dan *DANA* diposisi keempat dan kelima dengan memiliki persentase masing-masing 49% dan 42%.



Gambar 1. 3 Survei Pengguna Dompot Digital

Sumber: Ahdiat, 2023

Data diatas merupakan hasil survei pengguna dompet digital pada tahun 2023, hasil survei yang dilakukan pada tahun 2021 menunjukkan bahwa *Shopeepay* menempati posisi teratas sebagai *E-Wallet* yang disukai konsumen. Namun dalam survei yang dilakukan pada tahun 2023, *Shopeepay* masih berada diposisi lima besar, tetapi mengalami penurunan peringkat menjadi urutan keempat. Dompot digital yang banyak digunakan pada tahun 2023 adalah *Gopay*, dengan proporsi pengguna mencapai 71%. Namun, *Gopay* bersaing sangat ketat dengan *OVO*, yang juga memiliki proporsi pengguna

sebesar 70%. Sementara, Dana, *Shopeepay*, dan LinkAja proporsinya lebih sedikit. Pengguna DANA mencapai 61%, *Shopeepay* mencapai 60%, dan LinkAja hanya 27%.

Mahasiswa aktif program studi akuntansi dan manajemen pada perguruan tinggi yang ada di Surakarta termasuk kedalam golongan generasi Z dan Y yang banyak menggunakan internet terutama untuk penggunaan dompet digital. Mahasiswa terutama yang berasal dari program studi akuntansi dan manajemen memiliki literasi keuangan yang bagus, pengetahuan ekonomi yang mendalam, dan memiliki kesadaran ekonomi yang cukup tinggi yang didapatkannya dari mengikuti pengajaran mata kuliah, seminar, sampai dengan pelatihan dengan topik ekonomi terutama penggunaan dompet digital *Shopeepay*.

Keputusan mahasiswa dalam menggunakan aplikasi dompet digital dipengaruhi oleh berbagai faktor. Maka diperlukan analisis faktor yang mempengaruhi minat penggunaan *Shopeepay*. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis faktor apa saja yang mempengaruhi keputusan mahasiswa dalam menggunakan *Shopeepay*. Dalam penelitian ini didukung oleh teori TAM, berdasarkan artikel yang ditulis oleh Soetam Rizky Wicaksono (2022) bahwa pada teori TAM menunjukkan faktor yang mempengaruhi seseorang dalam menerima adanya suatu teknologi dalam hal ini yaitu minat menggunakan *Shopeepay*. Faktor tersebut antara lain, kemudahan, kemanfaatan, dan kepercayaan (Wicaksono, 2022).

Hasil wawancara dengan beberapa mahasiswa program studi akuntansi Universitas Negeri Surakarta (UNS) salah satunya bernama Icha, terkait penggunaan *Shopeepay*, menyampaikan bahwa *Shopeepay* merupakan metode pembayaran yang mudah digunakan untuk bertransaksi bagi penggunanya, seperti pengoperasian pada setiap fitur serta proses transaksi yang tidak rumit dan cepat membuktikan bahwa kemudahan penggunaan menjadi alasan yang mempengaruhi minat menggunakan *Shopeepay*. Namun mereka juga menyebutkan bahwa terdapat kelemahan pada *Shopeepay*, yaitu bagi pemula mungkin tidak merasakan kemudahannya karena fitur layanan yang cukup banyak didalamnya sehingga membuat pemula menjadi sedikit bingung. Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh Abrilia & Sudarwanto (2020) menyatakan bahwa kemudahan secara positif dan signifikan memiliki pengaruh terhadap minat menggunakan *E-Wallet* pada aplikasi DANA di Surabaya, sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Anjasari & Pamikatsih (2023) menjelaskan bahwa kemudahan tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat penggunaan *Shopeepay*.

Hasil wawancara dengan 5 mahasiswa dari Universitas Terbuka dengan program studi manajemen yang salah satunya bernama Linda menyatakan bahwa salah satu pertimbangan minat menggunakan *Shopeepay* adalah manfaat, karena untuk menggunakan suatu produk, pengguna tentu akan memilih berdasarkan seberapa banyak manfaat dan keuntungan yang didapat, seperti ketersediaan potongan harga, *voucher* gratis ongkir maupun *cashback*. Hasil penelitian yang dilakukan oleh Anjasari & Pamikatsih (2023)

menjelaskan bahwa persepsi manfaat memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap minat penggunaan *Shopeepay* pada masyarakat Surakarta, sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Fitriawibowo & Kusumawati (2024) mempunyai hasil yang menunjukkan bahwa kemanfaatan tidak berpengaruh terhadap minat penggunaan sistem pembayaran *Shopeepay* sebagai dompet digital.

Hasil wawancara dengan 5 mahasiswa dari Universitas Muhammadiyah Surakarta (UMS) dengan program studi akuntansi yang salah satunya bernama Putri mengungkapkan bahwa kepercayaan merupakan salah satu faktor minat menggunakan *Shopeepay*, kepercayaan ini seperti keamanan transaksi, pengguna cenderung lebih memilih *Shopeepay* karena pengguna merasa bahwa data dan informasi pribadi mereka terlindungi dari potensi risiko dan penyalahgunaan. Reputasi *platform* yang baik pun dapat meningkatkan rasa percaya mereka terhadap metode pembayaran ini. Hasil penelitian dari Gustiana & Agustina (2023) menyatakan bahwa kepercayaan berpengaruh terhadap minat penggunaan aplikasi DANA, sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Hanifah & Mukhlis (2022) mempunyai hasil bahwa kepercayaan tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat penggunaan layanan *Shopeepay*.

Berdasarkan penjelasan latar belakang diatas maka dapat disimpulkan bahwa dengan meningkatnya pertumbuhan ekonomi dan perkembangan teknologi di Indonesia menghasilkan teknologi, inovasi, dan kebiasaan baru dimasyarakat terutama dikalangan mahasiswa dalam melakukan transaksi,

yaitu yang awalnya pembayaran banyak dilakukan secara tunai kini menggunakan pembayaran non tunai. *Shopeepay* sebagai metode pembayaran digital sangat dibutuhkan perannya karena dapat memicu perkembangan sektor keuangan. Berdasarkan uraian latar belakang di atas masih terdapat hasil penelitian yang tidak konsisten sehingga penulis tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul “ANALISIS FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT MENGGUNAKAN *SHOPEEPAY* PADA MAHASISWA PERGURUAN TINGGI DI SURAKARTA”.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan dari latar belakang diatas, maka dapat dibuat suatu perumusan masalah sebagai berikut:

1. Apakah kemudahan berpengaruh signifikan terhadap minat mahasiswa dalam menggunakan *Shopeepay* ?
2. Apakah kemanfaatan berpengaruh signifikan terhadap minat mahasiswa dalam menggunakan *Shopeepay* ?
3. Apakah kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap minat mahasiswa dalam menggunakan *Shopeepay* ?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang terdapat pada pernyataan diatas, tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Mengetahui apakah kemudahan berpengaruh signifikan terhadap minat mahasiswa dalam menggunakan *Shopeepay*.
2. Mengetahui apakah kemanfaatan berpengaruh signifikan terhadap minat mahasiswa dalam menggunakan *Shopeepay*.
3. Mengetahui apakah kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap minat mahasiswa dalam menggunakan *Shopeepay*.

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Adapun manfaat yang diharapkan dalam penelitian ini untuk memberikan pengetahuan bagi masyarakat luas terkait bagaimana perkembangan dan pertumbuhan ekonomi di Indonesia kaitannya dengan penggunaan *Shopeepay* sebagai alat transaksi pembayaran.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi Penulis

- 1) Mendapatkan pemahaman baru mengenai apakah kemudahan mempengaruhi minat menggunakan *Shopeepay*.
- 2) Mendapatkan pemahaman baru mengenai apakah kemanfaatan mempengaruhi minat menggunakan *Shopeepay*.

- 3) Mendapatkan pemahaman baru mengenai apakah kepercayaan mempengaruhi minat menggunakan *Shopeepay*.
- 4) Penelitian ini dapat digunakan sebagai syarat kelulusan dalam perkuliahan Program Studi Akuntansi Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Surakarta.

b. Bagi Instansi Terkait

Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan referensi perpustakaan Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Surakarta mengenai judul “Analisis Faktor yang Mempengaruhi Minat Menggunakan *Shopeepay* pada Mahasiswa Perguruan Tinggi di Surakarta”.

c. Bagi Pembaca

Penelitian ini diharapkan dapat memperluas pengetahuan dan pemahaman mengenai faktor yang dapat mempengaruhi minat menggunakan *Shopeepay*.

d. Bagi Pengguna

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi yang berguna bagi pengguna mengenai layanan *Shopeepay* dan menjadi bahan untuk meningkatkan literasi keuangan guna membangun kesadaran untuk memanfaatkan non-tunai yang lebih praktis dan efisien.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Kajian Pustaka

1. *Technology Acceptance Model (TAM)*

Technology Acceptance Model (TAM) pertama kali diperkenalkan oleh Fred Davis pada tahun 1986. TAM merupakan pengembangan lebih lanjut dari *Theory of Reasoned Action (TRA)*. Teori populer yang sering digunakan untuk menjelaskan mengapa suatu teknologi dapat diterima adalah TAM. TAM pertama kali dirancang untuk menjelaskan bagaimana pengguna menerima suatu teknologi baru. Namun seiring dengan perkembangan teknologi, TAM juga digunakan dalam berbagai konteks teknologi. Sejak Fred Davis pertama kali memperkenalkan TAM pada tahun 1986, TAM terus berkembang dan terus mengalami peningkatan (Wicaksono, 2022).

TAM menambahkan dua konstruk utama ke dalam model TRA, dua konstruk tersebut adalah kemanfaatan (*perceived usefulness*) dan kemudahan menggunakan (*perceived ease of use*). Pada tahun 2008, Venkatesh dan Bala mengembangkan TAM 3 yang menambahkan variabel baru yaitu *Trust* (kepercayaan) (Wicaksono, 2022). Manfaat dan kemudahan adalah dua faktor yang mempengaruhi niat perilaku untuk menggunakan suatu teknologi tertentu. Manfaat adalah sejauh mana pengguna percaya bahwa menggunakan suatu teknologi akan

meningkatkan kinerjanya, sedangkan kemudahan diartikan sebagai sejauh mana pengguna percaya bahwa suatu teknologi mudah dipahami dan mudah digunakan. Manfaat yang dirasakan oleh suatu individu akan secara langsung mempengaruhi minat terhadap penggunaan suatu teknologi (Syirod, 2023).

Berdasarkan penjelasan diatas diketahui kedua variabel TAM dapat menjelaskan aspek berperilaku pengguna. Dengan melihat manfaat dan kemudahan penggunaan dapat menambahkan minat menggunakan sistem tersebut. Oleh karena itu, kemudahan dan kemanfaatan dapat dijadikan tolak ukur untuk menerima suatu teknologi informasi. Jika teknologi informasi tersebut mudah digunakan maka akan lebih sedikit usaha yang harus dilakukan dalam meningkatkan kinerjanya menggunakan teknologi informasi. Begitu pula jika semakin banyak manfaat yang dirasakan pengguna, maka akan memberikan pengaruh lebih besar dalam menggunakan teknologi informasi (Nisa, 2023).

2. Kemudahan

Kemudahan penggunaan merupakan tingkat keyakinan seseorang bahwa teknologi mudah digunakan. Kemudahan didefinisikan sejauh mana seorang individu percaya bahwa menggunakan suatu teknologi tertentu akan bebas dari usaha yang besar. Dari definisi tersebut penulis menyimpulkan bahwa kemudahan merupakan suatu kepercayaan tentang pengambilan keputusan. Kemudahan penggunaan merupakan keyakinan

seseorang untuk beranggapan bahwa sistem mudah digunakan (Nisa, 2023).

Kemudahan mempunyai makna tanpa adanya kesulitan atau terbebaskan dari kesulitan. Kemudahan penggunaan merupakan tingkat dimana seseorang percaya bahwa menggunakan sistem tertentu akan bebas dari usaha. Maka dari itu, kemudahan penggunaan ini merujuk pada kepercayaan individu bahwa setiap sistem ini membantu dan tidak memerlukan upaya serta biaya yang besar dalam penggunaannya (Nisa, 2023). Menurut Kumalasari (2022) indikator kemudahan meliputi :

- a) Mudah untuk digunakan.
- b) Mudah dipahami.
- c) Mudah dioperasikan.
- d) Fleksibel.

3. Kemanfaatan

Manfaat merupakan penilaian subjektif terhadap keuntungan yang diberikan oleh teknologi. Manfaat diyakini menjadi faktor penentu dasar penerimaan pengguna teknologi. Manfaat merupakan suatu keyakinan pengguna pada saat mengambil keputusan bahwa menggunakan teknologi informasi akan memberikan manfaat sehingga menimbulkan minat untuk menggunakan teknologi tersebut. Menurut Jogiyanto (2017) mendefinisikan kemanfaatan adalah kepercayaan seseorang dalam menggunakan teknologi dapat meningkatkan kinerja pekerjaannya (Baihaqi, 2023).

Kemanfaatan menunjukkan penilaian subjektif dari manfaat yang ditawarkan oleh aplikasi untuk mempermudah mendapatkan jasa yang diinginkannya. Kemanfaatan didefinisikan sebagai sejauh mana seseorang meyakini bahwa sistem informasi tertentu akan meningkatkan kinerjanya. Jika pengguna dapat menyelesaikan pekerjaannya secara lebih produktif dengan menggunakan suatu teknologi terbaru maka mereka akan cenderung menggunakannya (Wulansari, 2022). Menurut Wulansari (2022) terdapat beberapa indikator untuk mengukur kepercayaan sebagai berikut:

- a) Mampu menyelesaikan pekerjaannya secara lebih produktif.
- b) Mampu menyelesaikan pekerjaannya secara lebih cepat.
- c) Mampu menyelesaikan pekerjaannya secara lebih baik.
- d) Memberikan kemudahan saat bertransaksi.

4. Kepercayaan

Kepercayaan (*Trust*) didefinisikan sebagai kesediaan satu pihak untuk menerima resiko dari tindakan pihak lain berdasarkan harapan bahwa pihak lain akan melakukan tindakan penting untuk pihak yang mempercayainya, terlepas dari kemampuan untuk mengawasi dan mengendalikan tindakan pihak yang dipercaya. Kepercayaan dapat didefinisikan sebagai kesediaan pengguna untuk mengandalkan mitra bisnis (Lestari, 2021).

Kepercayaan tergantung pada sejumlah faktor interpersonal dan antar organisasi, seperti kompetensi perusahaan, integritas, kejujuran, dan

kebaikan yang dirasakan oleh pengguna. Dari definisi tersebut, dapat diartikan bahwa kepercayaan merupakan tingkat keyakinan yang dimiliki seseorang terhadap suatu teknologi setelah menggunakannya. Jika semakin rendah minat pengguna dalam menggunakan *Shopeepay*, artinya semakin rendah juga tingkat kepercayaan pengguna dalam menggunakan *Shopeepay*, demikian sebaliknya jika semakin meningkat minat pengguna dalam menggunakan *Shopeepay*, artinya tingkat kepercayaan pengguna juga semakin meningkat dalam menggunakan *Shopeepay* (Gustiana & Agustina, 2023).

Kepercayaan adalah keinginan seseorang untuk menerima ketidakpastian di atas keyakinan bahwa tindakan yang dilakukan mampu memenuhi keinginannya. Kepercayaan sebagai penilaian hubungan seseorang dengan orang lain yang akan melakukan transaksi tertentu sesuai dengan harapan dalam sebuah lingkungan yang penuh ketidakpastian (Lestari, 2021). Menurut Kotler & Keller (2016) terdapat beberapa indikator untuk mengukur kepercayaan sebagai berikut:

a) Integritas

Merupakan persepsi pengguna bahwa perusahaan mengikuti prinsip-prinsip yang dapat diterima seperti menepati janji, berperilaku sesuai etika dan jujur.

b) Kebaikan hati (Bevenolence)

Yang didasarkan pada besarnya kepercayaan kemitraan yang memiliki tujuan dan motivasi yang menjadi kelebihan untuk

organisasi lain pada saat kondisi yang baru muncul, yaitu kondisi dimana komitmen terbentuk.

c) Keterbukaan

Keadaan dimana tidak menyukai kerahasiaan dan kurangnya transparansi dalam melaksanakan tugasnya, dengan demikian diperlukan sikap keterbukaan dan transparansi anatara kedua belah pihak agar terciptanya kepercayaan (Awwal 2024).

5. Minat

Minat adalah keinginan seseorang terhadap sesuatu untuk mengetahui dan mempelajari maupun membuktikan lebih lanjut. Minat merupakan rasa ketertarikan pada suatu hal tanpa ada paksaan dan merasa senang untuk mempelajarinya. Minat merupakan sesuatu yang mendorong perilaku atau menggabungkan sikap dan pengakuan terhadap suatu layanan. Minat menggunakan merupakan faktor yang mengukur keberhasilan penerimaan suatu teknologi informasi. Minat dapat dipengaruhi oleh faktor internal maupun eksternal (Wulansari, 2022).

Menurut Jogiyanto (2017) minat adalah keinginan yang timbul dari dorongan spiritual individu untuk berperilaku. Minat menggunakan *Shopeepay* adalah sesuatu yang timbul dalam diri pengguna atas dasar keinginan pengguna menggunakan *Shopeepay* secara sukarela (Baihaqi 2023). Menurut Kumalasari (2022) terdapat beberapa indikator untuk mengukur tingkat minat menggunakan yaitu:

- a) Dengan adanya promosi.
- b) Dengan adanya kemudahan.
- c) Dengan adanya manfaat.
- d) Efektif dan efisien.

6. Shopeepay

Shopeepay merupakan salah satu metode pembayaran yang tersedia di Aplikasi *Shopee*. *Shopeepay* ini termasuk dalam *E-Wallet* berbasis server yang terpasang pada *smartphone* pengguna. Melalui *Shopee Marketplace* atau dari *merchant* tertentu yang telah bekerja sama dengan *Shopee*, pengguna dapat menggunakan *Shopeepay* untuk membayar barang yang telah dibelinya. Fitur-fitur *Shopeepay* dapat meningkatkan pengalaman pengguna secara keseluruhan karena fitur *Shopeepay* dirancang dengan baik. Minat menggunakan suatu layanan akan meningkat jika pengguna mengalami pengalaman positif.

Shopee secara resmi meluncurkan *Shopeepay* sebagai dompet digital pada Januari 2019 dan dirancang untuk memudahkan transaksi pembayaran saat berbelanja *online* karena *Shopeepay* memiliki banyak layanan dan fitur menarik yang tidak ada di dompet digital lainnya. Beberapa fitur menarik yang ditawarkan oleh metode pembayaran *Shopeepay* adalah sebagai berikut (Rismawati, 2024):

- a) Melakukan pembayaran transaksi di *Platform Shopee* secara cepat dan mudah.

- b) Layanan transfer saldo *Shopeepay* kepada sesama teman pengguna.
- c) Bisa transfer ke semua bank gratis tanpa potongan admin.
- d) Mendapatkan *voucher* gratis ongkir (ongkos kirim) pada saat berbelanja di *Shopee*.
- e) Mendapatkan *cashback* yang tersedia khusus pengguna layanan *Shopeepay*.

B. Penelitian Terdahulu

Penyusunan penelitian ini merujuk pada penelitian terdahulu yang mendukung penelitian ini, yaitu:

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu

No.	Nama	Judul Penelitian	Variabel Penelitian	Hasil
1.	Lestari (2021).	Pengaruh Persepsi Kemudahan, Persepsi Kemanfaatan dan Kepercayaan Terhadap Minat Penggunaan Gopay.	Variabel Independen: Persepsi kemudahan, persepsi kemanfaatan, dan kepercayaan. Variabel Dependen: Minat Penggunaan	Hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi kemudahan, persepsi kemanfaatan, dan kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan Gopay.
2.	Hanifah & Mukhlis (2022).	Pengaruh Efektivitas, Hedonis, Kemanfaatan, dan Kepercayaan Terhadap Minat	Variabel Independen: Efektivitas, hedonis, kemanfaatan, dan	Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel efektivitas, hedonis, dan kemanfaatan

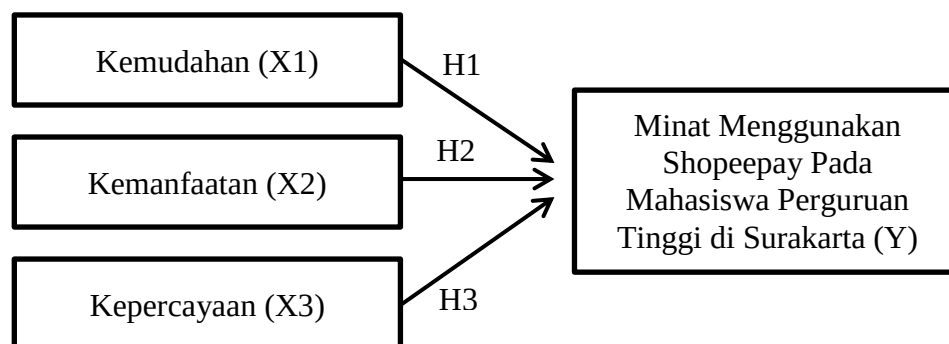
		Mahasiswa Universitas Negeri Malang Menggunakan Layanan <i>Shopeepay</i> : Pendekatan Technology Acceptance Model.	kepercayaan. Variabel Dependen: Minat penggunaan <i>Shopeepay</i> .	memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat penggunaan layanan <i>Shopeepay</i> . Sedangkan variabel kepercayaan tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap minat penggunaan layanan <i>Shopeepay</i> .
3.	Baihaqi (2023).	Pengaruh Persepsi Kemudahan dan Manfaat Terhadap Penggunaan Sistem Pembayaran Non Tunai <i>Shopee</i> .	Variabel Independen: Persepsi kemudahan dan persepsi kemanfaatan. Variabel Dependen: Sistem pembayaran non tunai <i>Shopee</i>	Hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi manfaat, persepsi kemudahan penggunaan memiliki dampak yang berpengaruh positif dan signifikan, sedangkan persepsi risiko memiliki dampak yang berpengaruh negatif dan signifikan terhadap minat penggunaan dompet digital di kalangan mahasiswa Yogyakarta.
4.	Rosita <i>et al.</i> , (2024).	Pengaruh Persepsi Kemudahan, Kepercayaan,	Variabel Independen: Persepsi kemudahan,	Hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi kemudahan,

		Efektivitas, dan Fitur Penggunaan Terhadap Minat Menggunakan Financial Teknologi (Fintech) Pada Aplikasi <i>Shopeepay</i> .	kepercayaan, efektivitas, dan fitur penggunaan. Variabel Dependen: Minat menggunakan.	kepercayaan, efektivitas, dan fitur penggunaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan Fintech <i>Shopeepay</i> .
5.	Damayanti & Dwiridotjahjono (2024).	Pengaruh Persepsi Kemanfaatan, Kemudahan, Risiko, Dan Fitur Layanan Terhadap Minat Menggunakan Dompot Digital <i>Shopeepay</i> Sebagai Alat Pembayaran Di Aplikasi <i>Shopee</i> .	Varaibel Independen: Persepsi kemanfaatan, persepsi kemudahan, persepsi risiko, dan fitur layanan. Variabel Dependen: Minat menggunakan.	Hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi kemanfaatan, persepsi kemudahan, persepsi risiko, dan fitur layanan secara simultan berpengaruh positif signifikan terhadap minat menggunakan.
6.	Anjasari & Pamikatsih (2023).	Pengaruh Persepsi Kemudahan, Persepsi Manfaat, Dan Promosi Terhadap Minat Penggunaan <i>Shopeepay</i> Pada Masyarakat Di Kota Surakarta.	Variabel Independen: Persepsi kemudahan, persepsi manfaat, dan promosi. Variabel Dependen: Minat penggunaan <i>Shopeepay</i> .	Hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi manfaat dan promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan <i>Shopeepay</i> . Sedangkan persepsi kemudahan tidak berpengaruh signifikan terhadap minat penggunaan <i>Shopeepay</i> .

7.	Gustiana & Agustina (2023).	Pengaruh Kemudahan Dan Kepercayaan Terhadap Minat Penggunaan Aplikasi DANA Pada Mahasiswa Program Studi Akuntansi STIE Nasional Banjarmasin.	Variabel Independen: Kemudahan dan Kepercayaan. Variabel Dependen: Minat penggunaan DANA.	Hasil penelitian menunjukkan bahwa kemudahan dan kepercayaan berpengaruh terhadap minat penggunaan aplikasi DANA pada mahasiswa program studi akuntansi STIE Nasional Banjarmasin.
----	-----------------------------	--	--	--

C. Kerangka Berpikir

Berdasarkan studi penelitian terdahulu serta kajian teori, maka dibuat kerangka pemikiran sebagai berikut:



Gambar 2. 1 Kerangka Berpikir

Dalam penelitian ini, variabel independen yang digunakan adalah kemudahan (X1), kemanfaatan (X2), kepercayaan (X3). Variabel independen tersebut berpotensi dalam memberikan dampak terhadap variabel dependen. Variabel dependen adalah variabel yang nilainya diukur untuk mengetahui apakah ada perubahan atau perbedaan yang terjadi akibat adanya pengaruh

pada variabel independen. Variabel dependen yang digunakan dalam penelitian ini adalah minat menggunakan *Shopeepay*.

D. Hipotesis

Hipotesis adalah penjelasan sementara tentang perilaku, fenomena atau sebuah permasalahan tertentu yang akan terjadi atau telah terjadi, karena jawaban yang diberikan baru berdasarkan teori relevan. Belum berdasarkan fakta yang diperoleh melalui pengumpulan data dan kuesioner yang telah diuji kebenarannya (Avisha, 2024). Dari penjelasan di atas, dapat diperoleh beberapa hipotesis sebagai berikut:

1. Pengaruh Kemudahan Terhadap Minat Menggunakan *Shopeepay* pada Mahasiswa Perguruan Tinggi di Surakarta

Kemudahan adalah keyakinan individu atau pengguna dalam menggunakan teknologi untuk meningkatkan kelancaran dan kemudahan dalam melakukan transaksi atau aktivitas. Menurut Jogiyanto (2019) kemudahan merupakan keyakinan seseorang untuk menggunakan teknologi tanpa membutuhkan banyak usaha untuk mengoperasikannya. Apabila teknologi mudah digunakan, maka pengguna akan cenderung untuk menggunakan teknologi tersebut (Rosita *et al.*, 2024).

Penggunaan suatu teknologi akan dikatakan mudah apabila tahapan yang perlu dilakukan tidak banyak dan sederhana sehingga nyaman digunakan. Hal ini sesuai dengan teori *Technology Accepted Model (TAM)* untuk menganalisis pengaruh kemudahan terhadap minat menggunakan

Shopeepay. *Shopeepay* dirancang agar mudah dipahami dan digunakan, sehingga mengurangi kebutuhan pengguna untuk belajar cara menggunakan sistem tersebut. Pengguna *Shopeepay* lebih memilih metode pembayaran ini karena mereka merasa sistem pembayaran *Shopeepay* sangat mudah digunakan. Hal ini menunjukkan bahwa kemudahan menggunakan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat menggunakan *Shopeepay* (Syirod 2023).

Penelitian yang dilakukan oleh Damayanti & Dwiridotjahjono (2024) menunjukkan bahwa variabel kemudahan berpengaruh positif signifikan terhadap minat menggunakan dompet digital *Shopeepay*. Penelitian yang dilakukan oleh Safitri (2023) menyatakan bahwa variabel kemudahan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan dompet elektronik. Berdasarkan uraian di atas, dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

H1: Kemudahan berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan Shopeepay pada mahasiswa perguruan tinggi di Surakarta.

2. Pengaruh Kemanfaatan Terhadap Minat Menggunakan Shopeepay pada Mahasiswa Perguruan Tinggi di Surakarta

Kemanfaatan (*perceived usefulness*) adalah suatu keyakinan seseorang terhadap seberapa jauh penggunaan teknologi akan memberikan manfaat dalam meningkatkan kinerjanya. Semakin sering seseorang

seseorang menggunakan teknologi tertentu, maka semakin besar manfaat yang dirasakan oleh individu tersebut. Kemanfaatan adalah keyakinan yang mempengaruhi bagaimana seseorang memutuskan apakah suatu sistem informasi dapat meningkatkan produktivitas ketika digunakan (Kelah, 2020).

Manfaat menjadi salah satu faktor pengukuran penerimaan teknologi. Manfaat merupakan suatu kondisi dimana pengguna bergantung pada teknologi tersebut untuk membantu dan meningkatkan kinerja pengguna sehingga timbul rasa puas. Hal ini sesuai dengan pendekatan teori *Technology Accepted Model (TAM)* untuk menganalisis bagaimana kemanfaatan mempengaruhi minat menggunakan *Shopeepay*. Dalam teori TAM menunjukkan bahwa kemanfaatan merupakan konstruk yang paling penting dalam mempengaruhi penggunaan suatu sistem teknologi informasi. Penggunaan *Shopeepay* memberikan manfaat lebih yang dapat memperlancar segala macam transaksi, sehingga mempengaruhi minat menggunakan *Shopeepay*. Hal ini menunjukkan bahwa kemanfaatan penggunaan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat menggunakan *Shopeepay* (Wulansari, 2022).

Penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Hanifah & Mukhlis (2022) menunjukkan bahwa variabel kemanfaatan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat penggunaan layanan *Shopeepay*. Penelitian yang dilakukan oleh Anjasari & Pamikatsih (2023) juga menunjukkan bahwa kemanfaatan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat

penggunaan *Shopeepay*. Berdasarkan uraian di atas, dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

H2: Kemanfaatan berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan *Shopeepay* pada mahasiswa perguruan tinggi di Surakarta.

3. Pengaruh Kepercayaan Terhadap Minat Menggunakan *Shopeepay* pada Mahasiswa Perguruan Tinggi di Surakarta

Kepercayaan adalah suatu penilaian hubungan dengan orang lain yang melakukan transaksi tertentu sesuai dengan harapan dalam sebuah lingkungan yang penuh ketidakpastian. Kepercayaan dapat didefinisikan sebagai ketersediaan pengguna dalam menggunakan sistem tersebut. Kepercayaan adalah penilaian seorang individu setelah memperoleh, memproses, dan mengumpulkan informasi kemudian akan menghasilkan berbagai penilaian dan anggapan. Hal tersebut dapat disimpulkan bahwa kepercayaan merupakan tingkat keyakinan seseorang terhadap suatu produk setelah menggunakannya (Gustiana and Agustina, 2023).

Kepercayaan merupakan salah satu alasan pengguna untuk menggunakan *Shopeepay*, karena jika semakin kecil kepercayaan yang dirasakan dalam menggunakan *Shopeepay* maka semakin kecil juga minat menggunakan *Shopeepay*, demikian sebaliknya jika semakin besar kepercayaan yang dirasakan seseorang dalam menggunakan *Shopeepay* maka semakin besar juga minat menggunakan *Shopeepay*. Hal ini sesuai

dengan teori *Technology Accepted Model (TAM)* untuk menganalisis apakah kepercayaan mempengaruhi minat menggunakan *Shopeepay*. Kepercayaan pengguna yaitu ketika satu pihak bersedia menerima resiko dari pihak lain berdasarkan keyakinan dan harapan bahwa pihak lain bertindak sesuai yang diharapkan, meskipun kedua belah pihak belum mengenal satu sama lain (Ardianto and Azizah, 2021).

Penelitian yang dilakukan oleh Pratama (2022) menjelaskan bahwa kepercayaan berpengaruh positif signifikan terhadap minat bertransaksi menggunakan dompet digital *Shopeepay* dan penelitian yang dilakukan oleh Rosita *et al.*, (2024) juga mempunyai hasil bahwa kepercayaan berpengaruh terhadap minat menggunakan *fintech Shopeepay*. Berdasarkan uraian di atas, dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

H3: Kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan Shopeepay pada mahasiswa perguruan tinggi di Surakarta.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti digunakan untuk mengetahui pengaruh kemudahan, kemanfaatan, dan kepercayaan terhadap minat menggunakan *Shopeepay* pada mahasiswa perguruan tinggi di Surakarta. Berikut hasil kesimpulan pada penelitian.

- a. Kemudahan berpengaruh terhadap minat menggunakan *Shopeepay* pada mahasiswa perguruan tinggi di Surakarta.
- b. Kemanfaatan tidak berpengaruh terhadap minat menggunakan *Shopeepay* pada mahasiswa perguruan tinggi di Surakarta.
- c. Kepercayaan berpengaruh terhadap minat menggunakan *Shopeepay* pada mahasiswa perguruan tinggi di Surakarta.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian, pembahasan, dan kesimpulan, peneliti memiliki beberapa saran yang kiranya dapat memberikan dampak yang bermanfaat serta dapat menjadi pertimbangan pihak-pihak yang terkait. Berikut saran yang dapat disampaikan.

1. Bagi peneliti selanjutnya
 - a. Diharapkan dapat mengeksplorasi lebih jauh terhadap objek penelitian ini, khususnya yang berkaitan dengan pengaruh kemudahan,

kemanfaatan, dan kepercayaan terhadap minat menggunakan metode pembayaran *Shopeepay* pada mahasiswa perguruan tinggi di Surakarta dan bisa menambahkan variabel lainnya agar memperoleh hasil yang lebih baik, karena selain variabel kemudahan, kemanfaatan, dan kepercayaan masih banyak variabel lain yang dapat mempengaruhi minat menggunakan *Shopeepay*.

- b. Keterbatasan dalam penelitian ini yaitu variabelnya sudah banyak diteliti.

2. Bagi *Shopeepay*

- a. *Shopeepay* diharapkan mampu mempertahankan dan meningkatkan kemudahan dengan memperbaiki fitur-fitur yang dapat lebih memudahkan pengguna menggunakan *Shopeepay*.
- b. Variabel yang tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat menggunakan adalah kemanfaatan, oleh karena itu disarankan kepada manajemen *Shopeepay* lebih meningkatkan manfaat dari *Shopeepay* tersebut.
- c. *Shopeepay* diharapkan mampu mempertahankan dan meningkatkan kepercayaan konsumen melalui kebenaran informasi yang diberikan mengenai biaya tambahan saat melakukan transaksi.

DAFTAR PUSTAKA

- Abrilia, Nurya Dina, and Tri Sudarwanto. 2020. "Pengaruh Persepsi Kemudahan Dan Fitur Layanan Terhadap Minat Menggunakan E-Wallet Pada Aplikasi Dana Di Surabaya." *Jurnal Pendidikan Tata Niaga* 8 (3): 1006–12. <https://doi.org/https://doi.org/10.26740/jptn.v8n3.p1006-1012>.
- Ahdiat, Adi. 2023. "Survei Pengguna Dompot Digital: Gopay Dan OVO Bersaing Ketat." Databoks. 2023. <https://databoks.katadata.co.id/teknologi-telekomunikasi/statistik/6dbd888ba54ceb6/survei-pengguna-dompot-digital-gopay-dan-ovo-bersaing-ketat>.
- Alviano, Muhammad Raihan. 2020. "Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Mahasiswa Terhadap Minat Penggunaan Ulang E-Wallet Pada Masa Pandemi Covid-19." *JAKA (Jurnal Akuntansi Universitas Islam Indonesia*. <http://publikasi.dinus.ac.id/index.php/jaka/article/view/5412%0Ahttp://publikasi.dinus.ac.id/index.php/jaka/article/download/5412/2621>.
- Anjasari, Putri Avrinia, and Tri Ratna Pamikatsih. 2023. "Pengaruh Persepsi Kemudahan, Persepsi Manfaat Dan Promosi Terhadap Minat Penggunaan Shopeepay Pada Masyarakat Di Kota Surakarta." *SENTRI: Jurnal Riset Ilmiah* 2 (8): 3293–3303. <https://doi.org/10.55681/sentri.v2i8.1396>.
- Annur, Cindy Mutia. 2021. "Platfrom E-Wallet Yang Disukai Konsumen Untuk Program Promosi." Databoks. 2021. <https://databoks.katadata.co.id/teknologi-telekomunikasi/statistik/3bf1ba00dcac011/shopeepay-jadi-e-wallet-paling-favorit-konsumen-untuk-kejar-promo>.
- APJII. 2023. "Survei APJII Pengguna Internet Di Indonesia Tembus 215 Juta Orang." 2023. <https://apjii.or.id/berita/d/survei-apjii-pengguna-internet-di-indonesia-tembus-215-juta-orang>.
- Ardianto, Khowin, and Nurul Azizah. 2021. "Analisis Minat Penggunaan Dompot Digital Dengan Pendekatan Technology Acceptance Model (TAM) Pada Pengguna Di Kota Surabaya." *Jurnal Pengembangan Wiraswasta* 23 (1): 13. <https://doi.org/10.33370/jpw.v23i1.511>.
- Avisha, Virgi. 2024. "Determinan Minat Penggunaan QRIS Pada UMKM Sektor Kuliner Kota Surakarta." Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Surakarta.

- Awwal, Aldy Yanuar. 2024. "Pengaruh Faktor Kemudahan, Kepercayaan, Dan Fitur Layanan Terhadap Keputusan Mahasiswa Untuk Menggunakan Aplikasi Dompot Digital (Studi Kasus Mahasiswa FEBI UIN PROF. K.H. SAIFUDDIN ZUHRI PURWOKERTO)." *Repository.Uinsaizu.Ac.Id*. Universitas Islam Negeri Profesor Kiai Haji Saifuddin Zuhri Purwokerto. https://repository.uinsaizu.ac.id/23362/1/Aldy_Yanuar_Awwal_Pengaruh_Faktor_Kemudahan%2C_Kepercayaan%2C_dan_Fitur_Layanan_Terhadap_Keputusan_Mahasiswa_Untuk_Menggunakan_Aplikasi_Dompot_Digital.pdf.
- Baihaqi, Garlic. 2023. "Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Risiko Terhadap Minat Penggunaan Uang Elektronik (Studi Kasus Pada Mahasiswa Yogyakarta)." Universitas Islam Indonesia. <https://dspace.uui.ac.id/handle/123456789/45436>.
- Damayanti, Affiva Lindi, and Jojok Dwiridotjahjono. 2024. "Pengaruh Persepsi Kemanfaatan, Kemudahan, Risiko, Dan Fitur Layanan Terhadap Minat Menggunakan Dompot Digital ShopeePay Sebagai Alat Pembayaran Di Aplikasi Shopee." *Management Studies and Entrepreneurship Journal* 5 (2): 4714–24. <https://journal.yrpiiku.com/index.php/msej/article/view/4808>.
- Dewiswarga, Chandra. 2023. "Analisis Penggunaan Shopee Pay Terhadap Pertumbuhan Ekonomi (Studi Kasus Pada CV DB KLIK Semarang)." Universitas Semarang. <https://eskripsi.usm.ac.id/detail-B21A-3159.html>.
- Fitriawibowo, Winda Ayu, and Eny Kusumawati. 2024. "Minat Penggunaan Sistem Pembayaran ShopeePay Sebagai Dompot Digital." *INNOVATIVE: Journal Of Social Science Research* 4 (1): 4710–19. <https://doi.org/https://doi.org/10.31004/innovative.v4i1.8411>.
- Gustiana, Rara, and Ruslinda Agustina. 2023. "Pengaruh Kemudahan Dan Kepercayaan Terhadap Minat Penggunaan Aplikasi Dana Pada Mahasiswa Program Studi Akuntansi Stie Nasional Banjarmasin." *DINAMIKA EKONOMI Jurnal Ekonomi Dan Bisnis* 16 (1): 72–89. <https://doi.org/10.53651/jdeb.v16i1.414>.
- Hanifah, Taruni Rislal, and Imam Mukhlis. 2022. "Pengaruh Efektivitas, Hedonis, Kemanfaatan, Dan Kepercayaan Terhadap Minat Mahasiswa Universitas Negeri Malang Menggunakan Layanan ShopeePay: Pendekatan Technology Acceptance Model." *E-Jurnal ECOBISMA* 9 (2): 69–83. <https://doi.org/https://doi.org/10.36987/ecobi.v9i2.2711>.
- Jogiyanto, Hartono M. 2017. "Sistem Informasi Keperilakuan." *Yogyakarta, Andi Offset*.

- Kelah, Novrita Debora. 2020. "Pengaruh Promosi, Persepsi Kemudahan, Dan Persepsi Manfaat Terhadap Minat Menggunakan E-Wallet (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Hasanuddin." Universitas Hasanuddin. http://repository.unhas.ac.id/id/eprint/522/2/A21116328_skripsi_28-08-20201-3.pdf.
- Kumalasari, Susanti. 2022. "Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan Dan Persepsi Kegunaan Terhadap Minat Menggunakan Shopeepay Bagi Mahasiswa PBS UIN RMS Surakarta." Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta. https://eprints.iain-surakarta.ac.id/3606/1/FullTeks_185231095.pdf.
- Lahagu, Rudi, Sulistyandari, and Intan Diane Binangkit. 2023. "Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Risiko Terhadap Minat Penggunaan Uang Elektronik." *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Merdeka EMBA* 2 (1): 104–16. <https://jom.umri.ac.id/index.php/emba/article/view/843/229>.
- Lestari, Puji. 2021. "Pengaruh Persepsi Kemudahan, Persepsi Kemanfaatan Dan Kepercayaan Terhadap Minat Penggunaan Gopay (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Lampung)." Universitas Lampung. <http://digilib.unila.ac.id/id/eprint/60805>.
- Nawawi, Hizbul Hadi. 2020. "Penggunaan E-Wallet Di Kalangan Mahasiswa." *Emik* 3 (2): 189–205. <https://doi.org/10.46918/emik.v3i2.697>.
- Nisa, Yessy Faren. 2023. "Pengaruh Fitur Layanan, Keamanan Dan Kemudahan Penggunaan E-Wallet Terhadap Transaksi Mahasiswa Menggunakan E-Wallet Aplikasi Dana." *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952. Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung. <https://repository.radenintan.ac.id/29318/1/BAB12DAPUS.pdf>.
- Paramita, Lariza Putri. 2020. "Tingkat Dan Determinan Tranparansi Pada Situs WEB Pemerintah Kota Dan Kabupaten Di Indonesia." Universitas Islam Indonesia. https://dspace.uui.ac.id/bitstream/handle/123456789/23805/16312090_LarizaPutriParamita.pdf.
- Paramita, Ratna Wijayanti Daniar, Noviansyah Rizal, and Riza Bahtiar Sulistyan. 2021. *Metode Penelitian Kuantitatif*. 3rd ed. Lumajang: Widya Gama Press. <http://repository.itbwigalumajang.ac.id/id/eprint/1073>.

- Pratama, Inggrit Dayu. 2022. "Pengaruh Promosi, Kepercayaan, Kemudahan, Dan Manfaat Terhadap Minat Bertransaksi Menggunakan Dompot Digital ShopeePay." Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Yogyakarta. [http://repositorybaru.stieykpn.ac.id/300/1/Ringkasan Skripsi Inggrit Dayu Pratama 111830041.pdf](http://repositorybaru.stieykpn.ac.id/300/1/Ringkasan_Skripsi_Inggrit_Dayu_Pratama_111830041.pdf).
- Raharja, Novita. 2022. "Pengaruh Current Ratio, Return On Equity, Debt to Equity Ratio Terhadap Return Saham Perusahaan Food and Beverages Di BEI Tahun 2015-2019." Universitas Katolik Soegijapranata Semarang. <https://repository.unika.ac.id/29493/>.
- Ramadhani, Vania Nova. 2024. "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pendapatan UMKM Kuliner Di Kota Surakarta." Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Surakarta.
- Rismawati. 2024. "Pengaruh Persepsi Manfaat Dan Kemudahan Terhadap Minat Penggunaan Aplikasi Shopee Pay Pada Mahasiswa FEB UNISMUH Makassar." Universitas Muhammadiyah Makassar. https://digilibadmin.unismuh.ac.id/upload/40686-Full_Text.pdf.
- Rosita, Ida, Heri Prabowo, Hawik Ervina Indiworo, and Sutrisno. 2024. "Pengaruh Persepsi Kemudahan, Kepercayaan, Efektivitas, Dan Fitur Penggunaan Terhadap Minat Menggunakan Financial Teknologi (Fintech) Pada Aplikasi ShopeePay." *Jurnal Riset Rumpun Ilmu Ekonomi* 3 (1): 57–70. <https://doi.org/10.55606/jurrie.v3i1.2716>.
- Safitri, Linda Eka Ayu. 2023. "Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Manfaat, Dan Kepercayaan Terhadap Minat Penggunaan Dompot Elektronik (E-Wallet) (Studi Empiris Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Semarang)." *Skripsi*. Universitas Semarang. <https://eskripsi.usm.ac.id/detail-B21A-3196.html>.
- Sahir, Syafrida Hafni. 2022. *Metodologi Penelitian*. Edited by Try Koryati. 1st ed. Jogjakarta: KBM Indonesia. www.karyabaktimakmur.co.id.
- Saragih, Nurhayati, and Agustina Massora. 2021. "Pengaruh Lingkungan Kerja Dan Kompensasi Terhadap Kepuasan Kerja Serta Dampaknya Pada Kinerja Karyawan Di PT. Jatisari Sri Rejeki." *Jurnal Manajemen FE-UB* 9 (1): 102–25.
- Sari, Avita Kumala. 2024. "Determinan Minat Penggunaan QRIS Pada UMKM Kuliner Di Pengging." Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Surakarta.

- Sugiyono. 2013. *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R & D*. 19th ed. Bandung.———. 2018. *Metode Penelitian Kuantitatif*. 1st ed. Bandung: Alfabeta.
- Syirod, Mohamad Agil. 2023. “Pengaruh Persepsi Kemudahan Dan Manfaat Terhadap Penggunaan Sistem Pembayaran Non Tunai Shopee.” Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung. [http://repository.radenintan.ac.id/33007/%0Ahttp://repository.radenintan.ac.id/33007/1/Skripsi_Mohamad Agil Syirod_Revisi Pak Ali bab 1-2.pdf](http://repository.radenintan.ac.id/33007/%0Ahttp://repository.radenintan.ac.id/33007/1/Skripsi_Mohamad%20Agil%20Syirod_Revisi%20Pak%20Ali%20bab%201-2.pdf).
- Wicaksono, Soetam Rizky. 2022. *Teori Dasar Technology Acceptance Model*. Malang: CV. Seribu Bintang. <https://doi.org/10.5281/zenodo.7754254>.
- Wulansari, Evrida Dini. 2022. “Pengaruh Persepsi Kemudahan, Fitur Layanan Dan Persepsi Manfaat Terhadap Minat Menggunakan Dana (Studi Kasus Pada Masyarakat Desa Sarirejo Kaliwungu, Kendal).” Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang. <https://eprints.walisongo.ac.id/id/eprint/17115>.
- Yonatan, Agnes Z. 2024. “Penggunaan Internet Di Kalangan Siswa Semakin Marak, Ini Tujuan Utamanya.” GoodStats. 2024. https://goodstats.id/article/penggunaan-internet-di-kalangan-siswa-semakin-marak-ini-tujuan-utamanya-kLS6W?utm_campaign=read-infinite&utm_medium=infinite&utm_source=internal.
- Zhafirah, Haya Zahra. 2023. “Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Penggunaan E-Money (Studi Kasus Mahasiswa Fakultas Bisnis Dan Ekonomika UII Angkatan (2019).” *Journal GEEJ*. Universitas Islam Indonesia. <https://dspace.uui.ac.id/handle/123456789/47560>.

LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner Penelitian

ANALISIS FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT MENGUNAKAN SHOPEEPAY PADA MAHASISWA PERGURUAN TINGGI DI SURAKARTA

Assalamu'alaikum Wr. Wb

Dengan Hormat,

Perkenalkan saya Ardelia Ardine Novianti, mahasiswa STIE Surakarta semester 7 program studi akuntansi. Saat ini saya sedang melakukan penelitian dengan judul “Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Minat Menggunakan *Shopeepay* Pada Mahasiswa Perguruan Tinggi di Surakarta”

Penelitian ini menggunakan kuesioner sebagai alat pengumpulan data primer. Oleh karena itu, saya memohon dengan hormat ketersediaan saudara/i berkenan meluangkan waktu sejenak untuk mengisi atau memberikan jawaban atas beberapa pertanyaan terkait dengan penelitian ini.

Dalam kuesioner ini tidak ada jawaban salah, namun saya hanya memohon agar saudara/i menjawab seluruh pertanyaan dengan ketentuan. Kuesioner pada penelitian ini ditujukan kepada para pengguna *Shopeepay* pada mahasiswa perguruan tinggi di Surakarta dengan kriteria sebagai berikut:

1. Mahasiswa aktif perguruan tinggi di Surakarta dengan prodi akuntansi dan manajemen.
2. Pernah bertransaksi menggunakan *Shopeepay*.

Seluruh data akantejaga kerahasiaannya dan hanya akan digunakan untuk kepentingan penelitian. Atas perhatian dan ketersediaan waktunya, saya ucapkan terima kasih.

Hormat saya,

Ardelia Ardine Novianti

Petunjuk Pengisian Kuesioner

Pilihlah pada kolom jawaban yang paling menunjukkan kebenaran pernyataan dibawah ini berdasarkan penelitian

1. Sangat Tidak Setuju (STS)
2. Tidak Setuju (TS)
3. Netral (N)
4. Setuju (S)
5. Sangat Setuju (SS)

a. Identifikasi Responden

1. Nama lengkap
2. Jenis kelamin
 - Laki-laki
 - Perempuan
3. Usia
 - 17 – 22 Tahun
 - 23 – 30 Tahun
 - >34 Tahun
4. Perguruan Tinggi
 - Universitas Sebelas Maret
 - Universitas Terbuka
 - Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta
 - Universitas Dharma Aub Surakarta
 - Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Atma Bhakti
 - Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Surakarta
 - Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Wijaya Mulya
 - Universitas Duta Bangsa Surakarta
 - Universitas Islam Batik
 - Universitas Setia Budi
 - Universitas Slamet Riyadi
 - Universitas Surakarta
 - Universitas Tunas Pembangunan Surakarta
 - Universitas Muhammadiyah Surakarta
5. Program Studi
 - Akuntansi
 - Manajemen
 - Lainnya...
6. Apakah anda menggunakan Shopeepay ?
 - Iya (jika iya, silahkan lanjutkan)
 - Tidak

b. Variabel Penelitian

Kemudahan

No.	Pertanyaan	Pilihan				
		STS	TS	N	S	SS
1.	Saya merasa metode pembayaran Shopeepay mudah digunakan dalam bertransaksi.					
2.	Saya merasa metode pembayaran Shopeepay mudah dipahami.					
3.	Saya merasa metode pembayaran Shopeepay sebagai alternatif pengganti uang tunai yang mudah dibawa kemana-mana.					
4.	Saya merasa penggunaan metode pembayaran Shopeepay lebih fleksibel daripada uang tunai					

Sumber: (Kumalasari 2022)

Kemanfaatan

No.	Pertanyaan	Pilihan				
		STS	TS	N	S	SS
1.	Saya merasa Shopeepay menjadikan pekerjaan lebih produktif.					
2.	Saya merasa Shopeepay menjadikan pekerjaan lebih cepat selesai.					
3.	Saya merasa Shopeepay mampu menyelesaikan pekerjaan secara lebih baik.					
4.	Saya merasa Shopeepay memberikan kemudahan saat bertransaksi.					

Sumber: (Wulansari 2022)

Kepercayaan

No.	Pertanyaan	Pilihan				
		STS	TS	N	S	SS
1.	Saya merasa Shopeepay memberikan kebenaran informasi saat bertransaksi.					
2.	Saya merasa Shopeepay sering memberikan keuntungan bagi pengguna.					
3.	Saya merasa Shopeepay memberikan keterbukaan mengenai biaya tambahan saat melakukan transaksi.					

Sumber: (Awwal 2024)

Minat Menggunakan

No.	Pertanyaan	Pilihan				
		STS	TS	N	S	SS
1.	Dengan adanya promosi yang menarik membuat saya berminat menggunakan Shopeepay					
2.	Saya berminat menggunakan fitur Shopeepay karena kemudahan penggunaannya					
3.	Menurut saya kemanfaatan yang ada dalam Shopeepay membuat saya berminat untuk menggunakannya					
4.	Saya berminat menggunakan Shopeepay karena efektif dan efisien dimasa yang akan datang					

Sumber: (Kumalasari 2022)