PENGARUH PERSEPSI KEMUDAHAN PENGGUNAAN, PERSEPSI MANFAAT, PERSEPSI RISIKO, KEPERCAYAAN, DAN KEAMANAN TERHADAP MINAT PENGGUNAAN LAYANAN *FINTECH E-WALLET* SHOPEEPAY PADA GENERASI Z DI KABUPATEN SLEMAN

SKRIPSI

Disusun Oleh :

Nama : Tiara Khairunisa Dwi Fortuna

Nomor Mahasiswa : 19311376

Jurusan : Manajemen

Bidang Peminatan : Keuangan

FAKULTAS BISNIS DAN EKONOMIKA

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

YOGYAKARTA

2023

HALAMAN JUDUL

PENGARUH PERSEPSI KEMUDAHAN PENGGUNAAN, PERSEPSI MANFAAT, PERSEPSI RISIKO, KEPERCAYAAN, DAN KEAMANAN TERHADAP MINAT PENGGUNAAN LAYANAN *FINTECH E-WALLET* "SHOPEEPAY" PADA GENERASI Z DI KABUPATEN SLEMAN

SKRIPSI

Ditulis dan diajukan untuk memenuhi syarat ujian akhir guna memperoleh gelar Sarjana Strata-1 pada Program Studi Manajemen, Fakultas Bisnis dan Ekonomika, Universitas Islam Indonesia



Disusun Oleh :

Nama : Tiara Khairunisa Dwi Fortuna

Nomor Mahasiswa : 19311376

Jurusan : Manajemen

Bidang Peminatan : Keuangan

FAKULTAS BISNIS DAN EKONOMIKA

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

YOGYAKARTA

2023

HALAMAN PENGESAHAN

PENGARUH PERSEPSI KEMUDAHAN PENGGUNAAN, PERSEPSI MANFAAT, PERSEPSI RISIKO, KEPERCAYAAN, DAN KEAMANAN TERHADAP MINAT PENGGUNAAN LAYANAN *FINTECH E-WALLET* SHOPEEPAY PADA GENERASI Z DI KABUPATEN SLEMAN

Nama	: Tiara Khairunisa Dwi Fortuna
Nomor Mahasiswa	: 19311376
Program Studi	: Manajemen
Bidang Peminatan	: Keuangan

Yogyakarta, 18 Januari 2024

Telah disetujui dan disahkan oleh

Dosen Pembimbing



Dr. Drs. Sutrisno, M.M.

BERITA ACARA UJIAN TUGAS AKHIR

TUGAS AKHIR BERJUDUL

PENGARUH PERSEPSI KEMUDAHAN PENGGUNAAN, PERSEPSI MANFAAT, PERSEPSI RISIKO, KEPERCAYAAN, DAN KEAMANAN TERHADAP MINAT PENGGUNAAN LAYANAN FINTECH E-WALLET SHOPEEPAY PADA GENERASI Z DI KABUPATEN SLEMAN

Disusun oleh : Tiara Khairunisa Dwi Fortuna

Nomor Mahasiswa : 19311376

Telah dipertahankan didepan Tim Penguji dan dinyatakan Lulus
pada hari, tanggal: Jum'at, 01 Maret 2024

Penguji/Pembimbing TA : Sutrisno, Dr., Drs., M.M.

Penguji : Bagus Panuntun, S.E., M.B.A.

Mengetahui
Dekan Fakultas Bisnis dan Ekonomika
Universitas Islam Indonesia



Johan Arifin, SE., M.Si., Ph.D.

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

FAKULTAS
BISNIS DAN EKONOMIKA

Gedung Prof. Dr. Ace Partadiredja
Universitas Islam Indonesia
Condong Catur Depok Yogyakarta 55283
T. (0274) 881546, 885376
F. (0274) 882589
E. fbe@uii.ac.id
W. fbe.uii.ac.id

BERITA ACARA UJIAN TUGAS AKHIR/SKRIPSI

Bismillahirrahmanirrahim,

Pada Semester Genap 2023/2024, hari Jum'at, tanggal 01 Maret 2024, Program Studi Manajemen Fakultas Bisnis dan Ekonomika UII telah menyelenggarakan Ujian Tugas Akhir yang disusun oleh:

Nama	: Tiara Khairunisa Dwi Fortuna
No. Mahasiswa	: 19311376
Judul Tugas Akhir	: Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Manfaat, Persepsi Risiko, Kepercayaan, dan Keamanan Terhadap Minat Penggunaan Layanan Fintech E-wallet ShopeePay Pada Generasi Z di Kabupaten Sleman
Pembimbing	: Sutrisno, Dr., Drs., M.M.

Berdasarkan hasil evaluasi Tim Dosen Penguji Tugas Akhir, maka Tugas Akhir tersebut dinyatakan:

Lulus Ujian Tugas Akhir

Nilai : A/B

Referensi : Layak ditampilkan di Perpustakaan

Tim Penguji:

Ketua Tim : Bagus Panuntun, S.E., M.B.A.

Anggota Tim : Sutrisno, Dr., Drs., M.M.

Yogyakarta, 07 Maret 2024

Ketua Program Studi Manajemen,

Abdur Rafik, SE., M.Sc.
NIK. 133110105

SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME

"Saya yang bertanda tangan di bawah ini menyatakan bahwa skripsi ini telah ditulis dengan sungguh-sungguh dan tidak ada bagian yang dikategorikan dalam tindakan plagiasi seperti yang dimaksud dalam buku pedoman penelitian skripsi Program Studi Manajemen FBE UII. Apabila di kemudian hari terbukti bahwa pernyataan ini tidak benar saya sanggup menerima hukuman/sanksi apapun sesuai peraturan yang berlaku"

Yogyakarta, 22 Januari 2024



Tiara Khairunisa Dwi Fortuna

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr.Wb

Alhamdulillahi Rabbil 'Aalamiin, segala puji dan syukur atas kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan Rahmat dan karunia-Nya, dan Sholawat serta salam kita haturkan kepada junjungan umat islam Baginda Nabi Muhammad SAW, sehingga penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir Skripsinya yang berjudul **"Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Manfaat, Persepsi Risiko, Kepercayaan, dan Keamanan Terhadap Minat Penggunaan Layanan *Fintech E-wallet* ShopeePay Pada Generasi Z di Kabupaten Sleman".**

Skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat dalam memperoleh gelar Sarjana Strata-1 pada Program Studi Manajemen, Fakultas Bisnis dan Ekonomika, Universitas Islam Indonesia. Penyusunan skripsi ini dapat selesai berkat bantuan dan do'a dari berbagai pihak, untuk itu penulis mengucapkan terima kasih kepada pihak-pihak yang telah memberikan bimbingan, arahan, motivasi serta dukungan sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik. Ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya penulis tujukan kepada:

1. Allah SWT yang telah senantiasa memberikan kemudahan, kelancaran, rahmat dan karunia-Nya kepada penulis berupa kesehatan dan akal sehat, sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir skripsi ini dengan baik.
2. Bapak Dr. Drs. Sutrisno, M.M selaku dosen pembimbing yang telah membimbing penulis dengan penuh kesabaran, selalu memberikan dukungan kepada penulis, dan memberikan masukan serta arahan dari awal proses bimbingan hingga pengerjaan skripsi selesai. Terima kasih atas ilmu dan bimbingan yang telah Bapak berikan.
3. Bapak Prof Fathul Wahid, ST., M.Si., Ph.D selaku Rektor Universitas Islam Indonesia.
4. Bapak Johan Arifin, S.E., M.Si., Ph.D selaku Dekan Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Islam Indonesia.
5. Bapak Arif Hartono, S.E., M.Ec., Ph.D selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Islam Indonesia.
6. Bapak Abdur Rafik, SE., M.Sc selaku Ketua Program Studi Manajemen Program Sarjana.
7. Seluruh dosen Jurusan Manajemen serta karyawan Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Islam Indonesia atas ilmu dan bantuan yang diberikan selama masa perkuliahan yang ditempuh oleh penulis.

8. Kedua orang tua penulis Bapak Tri Paryanto dan Ibu Puji Ningsih (Almh), yang selalu memberikan do'a serta dukungan yang tiada henti agar penulis dapat meraih kesuksesan, mengajarkan kepada penulis arti dari sebuah kesabaran dan keikhlasan. Terima kasih atas kasih sayang yang tidak pernah putus, memberikan perhatian dan nasihat kepada penulis. Teruntuk Bapak Tri Paryanto, terima kasih karena telah menjadi seorang ayah yang hebat, kuat dan selalu berjuang demi anak-anaknya serta menjadi ayah terbaik di dunia.
9. Seluruh keluarga besar penulis yang ada di Lombok dan Jogja atas do'a dan support yang diberikan kepada penulis.
10. Kakak dan adik tercinta Rizta dan Kaka, serta kucing-kucing kesayangan penulis Kiyo, Kiki, Shiro, Cilo, Cimot, Acil, Jahe, Abboy, Nono, Uil, Theo, Otoy, Empi, Leo, Mici, Owi dan Cubby yang selalu menemani penulis. Terima kasih telah menjadi penghibur, penyemangat disaat lelah, dan selalu memberikan do'a dan dukungan.
11. Sahabat-sahabat penulis semasa SMK Sekar, Nanda, Elfry, dan Shania. Terima kasih telah menemani dan berjuang bersama dibangku sekolah, menjadi saudara tempat berbagi cerita, tawa dan canda hingga saat ini serta memberikan semangat, semoga kita tetap menjadi sahabat selamanya.
12. Sahabat-sahabat penulis semasa kuliah Dinda, Fadhila, Yasmin, Nadia, Fifah, dan Ruma, yang memberikan semangat dan support.
13. Mbak Astri dan Mbak Erina, terima kasih karena telah membantu mengajarkan, memberikan saran dan masukan untuk membuat skripsi dengan baik, semoga mbak Astri dan Mbak Erina sukses selalu dan diberi rezeki yang berlimpah oleh Allah SWT.
14. Teman-teman angkatan 2019 yang bersama-sama berjuang untuk menyelesaikan skripsi dan seluruh pihak-pihak yang tidak dapat penulis sebutkan namanya satu persatu.

Selaku penulis saya menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan karena keterbatasan pengetahuan dan pengalaman dari penulis. Sehingga, kritik dan saran yang membangun sangat diharapkan. Selaku penulis, saya juga memohon maaf atas segala kekurangan dan keterbatasan pada skripsi ini, saya berharap agar skripsi ini dapat bermanfaat bagi pihak-pihak yang membutuhkan dan dapat digunakan sebagaimana mestinya. Terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr.Wb

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL i
HALAMAN PENGESAHAN ii
BERITA ACARA UJIAN TUGAS AKHIR iii
SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME v
KATA PENGANTAR vi
DAFTAR ISI viii
DAFTAR TABEL xi
DAFTAR GAMBAR xii
DAFTAR LAMPIRAN xiii
ABSTRAK xiv
ABSTRACT xv
BAB I PENDAHULUAN 1
1.1 Latar Belakang 1
1.2 Rumusan Masalah 9
1.3 Tujuan Penelitian 9
1.4 Manfaat Penelitian 9
BAB II LANDASAN TEORI DAN KAJIAN PUSTAKA 11
2.1 Landasan Teori 11
2.1.1 Financial Technology (Fintech) 11
2.1.2 Technology Acceptance Model (TAM) 13
2.1.3 Minat Penggunaan layanan fintech e-wallet 14
2.1.4 Persepsi Kemudahan Penggunaan 15
2.1.5 Persepsi Manfaat 15
2.1.6 Persepsi Risiko 16
2.1.7 Kepercayaan 16
2.1.8 Keamanan 17
2.2 Kajian Pustaka 17
2.3 Hipotesis Penelitian 31
2.3.1 Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan Terhadap Minat Penggunaan Fintech E-wallet. 31
2.3.2 Pengaruh Persepsi Manfaat Terhadap Minat Penggunaan Fintech E-wallet. 31
2.3.3 Pengaruh Persepsi Risiko Terhadap Minat Penggunaan Fintech E-wallet 32
2.3.4 Pengaruh Kepercayaan Terhadap Minat Penggunaan Fintech E-wallet. 32

2.3.5 Pengaruh Keamanan Terhadap Minat Penggunaan Fintech E-wallet. 33
BAB III METODE PENELITIAN 34
3.1 Jenis Penelitian dan Sumber Data 34
3.2 Populasi dan Sampel Penelitian 34
3.3 Metode Pengumpulan data 35
3.4 Definisi dan Pengukuran Variabel 35
3.4.1 Variabel Dependen 35
3.4.2 Variabel Independen 36
3.5 Uji Validitas 38
3.6 Uji Reliabilitas 39
3.7 Uji Asumsi Klasik 39
3.7.1 Uji Normalitas 39
3.7.2 Uji Multikolinearitas 39
3.7.3 Uji Heteroskedastisitas 40
3.8 Analisis Regresi Berganda 40
3.9 Uji Hipotesis 41
3.9.1 Uji T (parsial) 41
3.9.2 Uji F (simultan) 41
3.9.3 Uji Koefisien Determinasi (R^2) 42
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN 43
4.1 Gambaran Umum Pengambilan Data 43
4.2 Karakteristik Responden 43
4.2.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin 43
4.2.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia 44
4.2.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Kecamatan 44
4.2.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan 45
4.2.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan 46
4.3 Statistik Deskriptif 46
4.4 Hasil Uji Validitas 48
4.5 Hasil Uji Reliabilitas 49
4.6 Hasil Uji Asumsi Klasik 50
4.6.1 Uji Normalitas 50
4.6.2 Uji Multikolinearitas 51
4.6.3 Uji Heteroskedastisitas 51
4.7 Analisis Regresi Linear Berganda 52

4.8 Pengujian Hipotesis 54
4.8.1 Uji t (Parsial) 54
4.8.2 Uji f (Simultan) 55
4.8.3 Uji Koefisien Determinasi (R^2) 56
4.9 Pembahasan Hasil Penelitian 56
4.9.1 Pengaruh persepsi kemudahan penggunaan terhadap minat penggunaan layanan *fintech e-wallet* ShopeePay 56
4.9.2 Pengaruh persepsi manfaat terhadap minat penggunaan layanan *fintech e-wallet* ShopeePay 57
4.9.3 Pengaruh persepsi risiko terhadap minat penggunaan layanan fintech e-wallet ShopeePay. 58
4.9.4 Pengaruh kepercayaan terhadap minat penggunaan layanan fintech e-wallet ShopeePay 59
4.9.5 Pengaruh keamanan terhadap minat penggunaan layanan fintech e-wallet ShopeePay 60
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN 62
5.1 Kesimpulan 62
5.2 Keterbatasan Penelitian 63
5.3 Implikasi dan Saran 64
DAFTAR PUSTAKA 64
LAMPIRAN 70

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Jurnal Penelitian Terdahulu 19

Tabel 3. 1 Indikator Variabel Minat Penggunaan Layanan Fintech E-Wallet 36
Tabel 3. 2 Indikator Variabel Persepsi Kemudahan Penggunaan 36
Tabel 3. 3 Indikator Variabel Persepsi Manfaat 37
Tabel 3. 4 Indikator Variabel Persepsi Risiko 37
Tabel 3. 5 Indikator Variabel Kepercayaan 38
Tabel 3. 6 Indikator Variabel Keamanan 38

Tabel 4. 1 Hasil Pengumpulan Data 43
Tabel 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin 43
Tabel 4. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia 44
Tabel 4. 4 Karakteristik Responden Berdasarkan Kecamatan 44
Tabel 4. 5 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan 45
Tabel 4. 6 Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan 46
Tabel 4. 7 Hasil Statistik Deskriptif 46
Tabel 4. 8 Hasil Uji Validitas 48
Tabel 4. 9 Hasil Uji Reliabilitas 49
Tabel 4. 10 Hasil Uji Normalitas 50
Tabel 4. 11 Hasil Uji Multikolinearitas 51
Tabel 4. 12 Hasil Uji Heteroskedastisitas 52
Tabel 4. 13 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda 52
Tabel 4. 14 Hasil Uji t 54
Tabel 4. 15 Hasil Uji f 55
Tabel 4. 16 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2) 56

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Jumlah uang elektronik yang beredar 2
Gambar 1. 2 E-wallet yang paling sering digunakan di Indonesia 3
Gambar 1. 3 Seberapa sering generasi Z di Kabupaten Sleman dalam menggunakan Gopay.. 4
Gambar 1. 4 E-wallet lain yang digunakan selain Gopay 4
Gambar 2. 1 Konsep Technology Acceptance Model (TAM) 13

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian..... 70
Lampiran 2 Uji Validitas dan Uji Reliabilitas 76
Lampiran 3 Uji Asumsi Klasik 80
Lampiran 4 Analisis Data..... 81
Lampiran 5 Statistik Deskriptif..... 83
Lampiran 6 Tabulasi Data Responden 84

PENGARUH PERSEPSI KEMUDAHAN PENGGUNAAN, PERSEPSI MANFAAT, PERSEPSI RISIKO, KEPERCAYAAN DAN KEAMANAN TERHADAP MINAT PENGGUNAAN LAYANAN FINTECH E-WALLET SHOPEEPAY PADA GENERASI Z DI KABUPATEN SLEMAN

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh dari variabel persepsi kemudahan penggunaan, persepsi manfaat, persepsi risiko, kepercayaan dan keamanan terhadap minat penggunaan layanan *fintech e-wallet* ShopeePay pada generasi Z di Kabupaten Sleman. Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu data primer dengan menggunakan pendekatan kuantitatif. Pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling*, jumlah sampel yang digunakan adalah 100 generasi Z di Kabupaten Sleman yang menggunakan layanan fintech e-wallet ShopeePay untuk bertransaksi. Dalam penelitian ini data diolah/diuji dengan menggunakan program IBM SPSS *statistic* 23. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial variabel persepsi kemudahan penggunaan dan persepsi manfaat berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat pengunaan layanan *fintech e-wallet* ShopeePay pada generasi Z di Kabupaten Sleman, sedangkan variabel persepsi risiko, kepercayaan dan keamanan tidak berpengaruh signifikan terhadap minat penggunaan layanan *fintech e-wallet* ShopeePay pada generasi Z di Kabupaten Sleman.

Kata Kunci : Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Manfaat, Persepsi Risiko, Kepercayaan, Keamanan, Minat Penggunaan Layanan Fintech E-Wallet ShopeePay.

THE INFLUENCE OF PERCEIVED EASE OF USE, PERCEIVED USEFULNESS, PERCEIVED RISK, TRUST AND SECURITY ON INTEREST IN USING SHOPEEPAY E-WALLET FINTECH SERVICES IN THE Z GENERATION IN SLEMAN REGENCY

ABSTRACT

This study aims to determine the influence of the variables perceived ease of use, perceived usefulness, perceived risk, trust and security on interest in using ShopeePay e-wallet fintech service among the Z generation in Sleman Regency. The data source used in this study is primary data using a quantitative approach. Sampling in this study used a purposive sampling technique, the number of samples used was 100 Z generations in Sleman Regency who used the ShopeePay e-wallet fintech service for transactions. In this study, the data was processed/tested using the IBM SPSS statistics 23 program. The results of this study showed that partially the variables perceived ease of use and perceived usefulness have a positive and significant effect on interest in using ShopeePay e-wallet fintech services among the Z generation in Sleman Regency, while the variables Perceived of risk, trust and security do not have a significant effect on interest in using ShopeePay e-wallet fintech service among the Z generation in Sleman Regency.

Keywords : Perceived Ease of Use, Perceived Usefulness, Perceived Risk, Trust, Security, Interest of Use ShopeePay E-Wallet Fintech Services.

BAB I
PENDAHULUAN

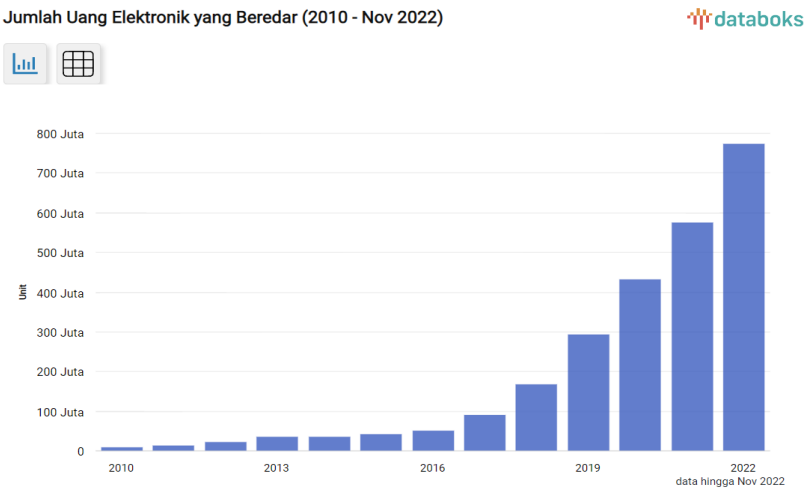
1.1 Latar Belakang

Teknologi terus berkembang seiring dengan tuntutan zaman, kemajuan teknologi seperti di era digital saat ini sangat mempengaruhi kebutuhan di berbagai aspek kehidupan masyarakat termasuk dalam melakukan transaksi, hal ini dikarenakan dengan menggunakan teknologi semuanya dirasa lebih mudah, efektif dan efisien. Perkembangan teknologi membuat cara bertransaksi pada masyarakat mengalami perubahan yang pada awalnya konvensional menjadi moderat, fenomena yang terjadi di kehidupan masyarakat pada era digital saat ini yaitu perubahan kebiasaan dalam melakukan proses transaksi yang pada awalnya melakukan pembayaran secara tunai (*cash*) menjadi non tunai (*cashless*), fenomena ini disebut sebagai fenomena *cashless society* (sikapiuangmu.ojk.go.id, 2023). Selain mempengaruhi aspek kehidupan di masyarakat, perkembangan teknologi juga mempengaruhi sistem perekonomian, khususnya pada bidang keuangan yang mulai menerapkan ekonomi digital, berbagai perusahaan jasa keuangan digital saling bersaing untuk membuat inovasi dan strategi yang tepat agar kredibilitas perusahaannya tetap terjaga (Tanoto, *et.al.*, 2021). Sebuah inovasi teknologi yang berkembang pada bidang keuangan adalah *Financial Technology.*

Financial Technology (*fintech*) merupakan sebuah gabungan antara jasa keuangan dengan teknologi yang mengubah model bisnis dari konvensional menjadi moderat, yang pada awalnya kegiatan bertransaksi dilakukan secara tatap muka namun saat ini dengan adanya *fintech* kegiatan transaksi dapat dilakukan hanya dengan hitungan detik saja tanpa harus bertemu secara langsung (bi.go.id, 2023). Fintech mencakup seluruh layanan dan produk keuangan yang disediakan oleh Lembaga keuangan (Arner et.al, 2015). Salah satu jenis produk *fintech* yang digunakan oleh sebagian besar masyarakat Indonesia adalah sistem pembayaran non tunai berupa uang elektronik, dasar hukum penyelenggaraan *fintech* mengenai uang elektronik diatur didalam Peraturan Bank Indonesia No. 18/17/PBI/2016. Uang elektronik merupakan alat pembayaran berbentuk elektronik yang jumlah uangnya disimpan di dalam media elektronik tertentu, berdasarkan media penyimpanannya, uang elektronik terbagi menjadi dua, yang pertama yaitu *e-money* berbasis *chip/*kartu dan kedua yaitu *e-wallet* berbasis server (bi.go.id, 2023). Perkembangan uang elektronik di Indonesia tergolong sangat cepat, hal

tersebut dapat dilihat dari jumlah uang elektronik yang beredar di Indonesia yang terus mengalami peningkatan dari tahun ke tahun (Yogananda, A.S., & Dirgantara, I.M.B., 2017).

Gambar 1. 1 Jumlah uang elektronik yang beredar



Sumber: *katadata.co.id*

Gambar 1.1 diatas merupakan data dari Bank Indonesia yang dipublikasikan oleh katadata yang menyatakan bahwa jumlah uang elektronik yang beredar hingga November 2022 telah mencapai 772,57 juta unit, jumlah tersebut meningkat sebesar 34,28% dari tahun sebelumnya. Dalam data tersebut, berdasarkan media penyimpanannya, volume *e-money* berbasis *chip*/kartu yaitu sebanyak 89,09 juta unit, sedangkan volume *e-wallet* berbasis server yaitu sebanyak 683,47 juta unit (katadata.co.id., 2023). Peningkatan jumlah uang elektronik yang beredar setiap tahunnya telah membuktikan bahwa masyarakat Indonesia sudah mulai beralih untuk menggunakan uang elektronik sebagai sistem pembayaran dalam bertransaksi terutama *e-wallet* (Pratiwi & Sofwan, 2022).

E-wallet merupakan salah satu klasifikasi *fintech* pada sektor *payment*, *e-wallet* menjadi salah satu alternatif transaksi pembayaran digital yang paling popular, diminati, dan telah menjadi tren di masyarakat Indonesia saat ini, hal tersebut dikarenakan *e-wallet* menawarkan kepraktisan, kemudahan, dan kenyamanan dalam penggunaannya, *sehingga e-wallet* dirasa lebih efektif dan efisien digunakan sebagai alat untuk melakukan proses transaksi. *E-wallet* merupakan aplikasi yang terhubung melalui Internet, yang digunakan untuk menyimpan uang dalam bentuk elektronik (Widiyanti, 2020). Dapat disimpulkan bahwa *E-*

wallet merupakan metode pembayaran berbasis *fintech* (*mobile payment*) yang terhubung melalui jaringan internet dan memiliki tujuan yaitu untuk memudahkan setiap penggunanya dalam menyimpan uang elektronik secara digital.

Gambar 1. 2 E-wallet yang paling sering digunakan di Indonesia

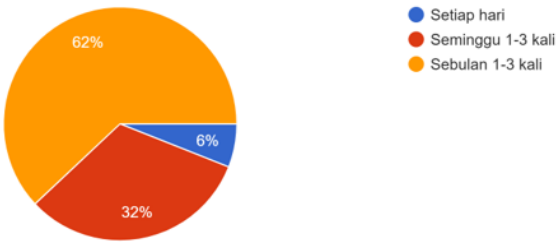


Sumber: *goodstats.id*

Gambar 1.2 diatas merupakan hasil survei yang dilakukan Populix dan dipublikasikan oleh Goodstats.id, menunjukkan bahwa terdapat 5 aplikasi *e-wallet* yang paling sering digunakan oleh masyarakat Indonesia, diantaranya yaitu Gopay, OVO, Dana, ShopeePay dan Link Aja. Berdasarkan hasil survei tersebut Gopay menempati posisi teratas sebagai *e-wallet* yang paling sering digunakan oleh masyarakat di Indonesia (goodstats.id, 2023).

Dalam penelitian ini, peneliti melakukan mini survei atau observasi awal melalui google form kepada 50 generasi Z yang menggunakan *e-wallet* Gopay di sekitar Kabupaten Sleman, peneliti memilih generasi Z di Kabupaten Sleman sebagai subyek dalam penelitian ini karena belum banyak penelitian yang fokus untuk menjadikan generasi Z di Kabupaten Sleman sebagai subyek penelitian dalam meneliti faktor-faktor yang dapat mempengaruhi minat penggunaan layanan fintech dalam menggunakan *e-wallet*. Generasi Z merupakan generasi digital yang lahir pada rentang tahun 1996-2010, generasi Z memiliki pemahaman yang baik terhadap perkembangan teknologi, telah terbiasa pada perubahan teknologi, dan terbiasa menggunakan berbagai aplikasi digital, generasi Z tumbuh bersamaan dengan adanya inovasi teknologi sehingga mereka sudah terbiasa mengenal layanan *fintech*, *generasi Z* cenderung memiliki pola hidup cashless atau menggunakan penggunaan teknologi keuangan digital sebagai alat transaksi (kumparan.com, 2024).

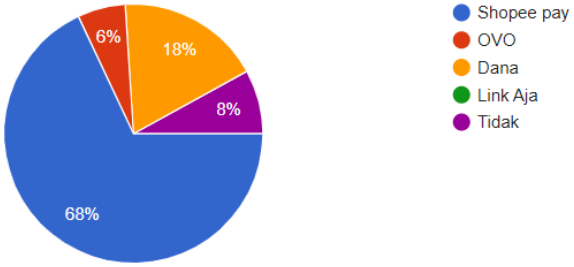
Gambar 1. 3 Seberapa sering generasi Z di Kabupaten Sleman dalam menggunakan Gopay



Sumber: Data diolah (2023)

Gambar 1.3 diatas merupakan hasil mini survei yang dilakukan oleh peneliti pada 50 generasi Z di Kabupaten Sleman yang menggunakan Gopay, peneliti menemukan bahwa sebesar 62% atau sebanyak 31 responden memilih menggunakan Gopay dalam sebulan 1-3 sekali, kemudian 32% atau sebanyak 16 responden memilih menggunakan Gopay seminggu 1-3 kali, dan hanya 6% atau sebanyak 3 responden yang memilih menggunakan Gopay setiap hari, dalam hal ini peneliti berpendapat bahwa generasi Z di Kabupaten Sleman justru terbilang jarang dan tidak terlalu sering menggunakan Gopay sebagai *digital payment*.

Gambar 1. 4 E-wallet lain yang digunakan selain Gopay



Sumber: Data diolah (2023)

Gambar 1.4 diatas merupakan hasil mini survei *e-wallet* lain yang digunakan selain Gopay, pada data tersebut diperoleh hasil yaitu sebesar 68% atau sebanyak 34 dari 50 responden justru memilih lebih sering menggunakan ShopeePay dibandingkan Gopay sebagai alat transaksi *digital payment*, hal tersebut dikarenakan sebagian besar responden tidak memilih gopay sebagai pilihan utama dalam bertransaksi, kemudian sebesar 18% atau sebanyak 9 responden memilih menggunakan Dana, sebesar 8% atau sebanyak 4 responden tidak menggunakan *e-wallet* lain selain Gopay, dan sebesar 6% atau sebanyak 3 responden memilih untuk menggunakan OVO. Dalam hal ini peneliti memilih *fintech e-wallet* ShopeePay

sebagai obyek penelitian karena berdasarkan pra survey yang peneliti lakukan, peneliti menemukan bahwa *e-wallet* ShopeePay banyak dipilih dan digunakan oleh sebagian besar generasi Z di Kabupaten Sleman sebagai alat transaksi pembayaran dibandingkan dengan keempat e-wallet lainnya. Meskipun banyak dipilih namun data tersebut masih belum menjelaskan penyebab tingginya penggunaan layanan *fintech e-wallet* ShopeePay pada generasi Z di Kabupaten Sleman, misalnya apakah disebabkan karena kemudahan dalam penggunaannya, manfaat yang didapatkan, risiko yang dirasakan, kepercayaan mereka terhadap *e-wallet* tersebut atau karena keamanan yang dirasakan oleh mereka terhadap sistem keamanan *e-wallet* tersebut. Sehingga sangat menarik jika peneliti dapat meneliti mengenai masalah fenomena tersebut.

ShopeePay merupakan layanan uang elektronik yang digunakan sebagai metode pembayaran online pada aplikasi Shopee (shopeepay.co.id, 2023), ShopeePay secara resmi diluncurkan pada November 2018 dan telah mendapatkan lisensi resmi dari Bank Indonesia (BI) berdasarkan Surat Bank Indonesia No. 20/293/DKSP/Srt/B tanggal 8 Agustus 2018. ShopeePay merupakan bagian dari SeaMoney yang merupakan pemimpin pada industri hiburan digital, e-commerce, dan keuangan digital di Asia Tenggara termasuk Indonesia, Saat ini, ShopeePay telah hadir di lebih dari 500 Kota dan Kabupaten di Indonesia, selain itu ShopeePay juga akan terus memperluas penerimaannya agar dapat lebih banyak menjangkau penggunanya (fintech.id, 2023)

Berkembangnya e-wallet di kalangan masyarakat merupakan salah satu bentuk dari kemudahan yang tercipta karena kemajuan teknologi, namun tidak semua munculnya tekonologi dapat diterima mudah oleh masyarakat, karena dibutuhkan penyesuaian dan waktu untuk memahami teknologi baru yang sedang berkembang, dan yang perlu diketahui juga adalah bahwa persepsi maupun sikap yang menimbulkan minat pada setiap individu terhadap penggunaan suatu teknologi itu berbeda-beda. Dalam hal ini, sektor keuangan perlu terlebih dahulu memahami mengenai tingkat penerimaan individu terhadap penggunaan teknologi pada layanan keuangan (Chong, T.P, *et.al*, 2019). Untuk memahami sikap setiap individu dalam menerima teknologi ketika bertransaksi menggunakan fintech (e-wallet) atau *digital payment system* maka digunakan pendekatan yaitu Technology Acceptance Model (TAM) dengan tujuan untuk memperoleh hubungan yang positif terhadap minat penggunaan layanan fintech (Suwwunipoth, 2016).

Technology Acceptance Model (TAM) merupakan salah satu teori yang paling umum digunakan untuk menjelaskan mengenai penerimaan individu terhadap penggunaan suatu teknologi. Teori TAM dikembangkan oleh Davis (1989), terdapat dua variabel utama dalam teori ini yang menentukan penerimaan individu terhadap penggunaan teknologi diantaranya yaitu persepsi kemudahan penggunaan dan persepsi manfaat (Sunarya, 2022). Pada penelitian ini peneliti juga menambahkan variabel-variabel lainnya seperti yang telah disarankan oleh peneliti sebelumnya seperti risiko, kepercayaan dan keamanan, sehingga dalam penelitian ini peneliti akan menguji 5 variabel independen diantaranya yaitu pengaruh persepsi kemudahan penggunaan, persepsi manfaat, persepsi risiko, kepercayaan dan keamanan untuk mengetahui bagaimana pengaruhnya terhadap minat penggunaan fintech e-wallet ShopeePay pada generasi milenial di Kabupaten , dalam hal ini minat penggunaan digunakan sebagai variabel dependen.

Persepsi kemudahan penggunaan merupakan keyakinan pada diri pengguna mengenai kemudahan yang dirasakan dalam menggunakan teknologi (Rodiah & Melati 2020), Persepsi kemudahan pada penggunaan e-wallet meliputi kemudahan layanan ketika bertransaksi, dan kemudahan pada saat melakukan top-up (Paramitha & Mahyuni, 2022) semakin mudah e-wallet digunakan dalam bertransaksi maka minat seseorang untuk menggunakan e-wallet juga akan semakin meningkat. Penelitian yang dilakukan oleh Nelyumna, *et.al* (2022) menunjukkan hasil bahwa persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap minat masyarakat Jabodetabek dalam menggunakan fintech (e-wallet), sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Kinanti & Mukhlis (2022) menunjukkan hasil bahwa persepsi kemudahan penggunaan tidak berpengaruh terhadap minat penggunaan e-wallet ShopeePay.

Persepsi manfaat merupakan salah satu faktor yang dapat mempengaruhi minat masyarakat dalam menggunakan e-wallet, masyarakat akan cenderung berminat untuk menggunakan e-wallet apabila teknologi yang digunakan dapat memberikan manfaat ketika melakukan transaksi, semakin masyarakat merasakan manfaat pada teknologi e-wallet, maka masyarakat akan semakin sering untuk menggunakan e-wallet Paramitha & Mahyuni (2022). Penelitian yang dilakukan oleh Nelyumna, *et.al* (2022) menunjukkan hasil bahwa persepsi manfaat berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat masyarakat Jabodetabek dalam menggunakan fintech (e-wallet), sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Pratiwi & Sofwan (2022) menunjukkan hasil bahwa persepsi manfaat tidak berpengaruh terhadap minat menggunakan fintech ShopeePay.

Dalam menggunakan teknologi pada bidang keuangan seperti e-wallet sebagai pembayaran non-tunai, tentunya terikat dari risiko yang harus dipertimbangkan oleh masyarakat sebagai pengguna, sehingga persepsi risiko juga dapat menentukan minat pengguna e-wallet (Priyono, 2017). Persepsi risiko merupakan ketidakpastian dan suatu konsekuensi yang tidak diinginkan oleh masyarakat sebagai pengguna e-wallet dalam bertransaksi (Rodiah & Melati, 2020). Dalam penggunaan teknologi keuangan, persepsi risiko merupakan faktor yang perlu untuk dipertimbangkan, risiko yang menjadi perhatian yaitu seperti terjadinya pembobolan saldo e-wallet melalui data pribadi pengguna (Paramitha & Mahyuni, 2022), tentunya hal tersebut menjadi faktor yang perlu dipertimbangkan oleh pengguna dalam memilih e-wallet sebagai alat transaksi secara online. Semakin tinggi tingkat persepsi risiko maka semakin berkurang minat pengguna dalam menggunakan e-wallet, sebaliknya semakin rendah persepsi risiko maka akan semakin meningkat minat pengguna dalam menggunakan layanan e-wallet. Penelitian yang dilakukan oleh Kinanti & Mukhlis (2022) menunjukkan hasil bahwa persepsi risiko berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan e-wallet ShopeePay, kemudian penelitian yang dilakukan oleh Nelyumna, *et.al* (2022) menunjukkan hasil bahwa persepsi risiko berpengaruh negatif signifikan terhadap minat penggunaan e-wallet, dan penelitian yang dilakukan oleh Pratiwi & Sofwan (2022) menunjukkan hasil bahwa persepsi risiko tidak berpengaruh terhadap minat menggunakan e-wallet ShopeePay.

Kepercayaan merupakan salah faktor yang dapat memunculkan minat masyarakat dalam menggunakan layanan e-wallet, masyarakat yang menaruh kepercayaan dalam menggunakan layanan keuangan digital (e-wallet) maka akan menganggapnya sebagai dampak positif. Jika kepercayan masyarakat pada penggunaan layanan keuangan tinggi, maka masyarakat akan cenderung merasa puas sehingga minat dalam menggunakan e-wallet semakin meningkat (Nizar & Yusuf, 2022). Penelitian yang dilakukan oleh Nizar & Yusuf (2022), menunjukkan hasil bahwa kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan aplikasi dompet digital Link aja, sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Hanifah & Mukhlis (2022) menunjukkan hasil bahwa kepercayaan tidak berpengaruh signifikan terhadap minat penggunaan e-wallet.

Persepsi keamanan juga merupakan salah satu faktor yang dapat mendorong minat masyarakat untuk menggunakan *e-wallet*. Persepsi keamanan merupakan sejauh mana masyarakat sebagai pengguna layanan keuangan digital (*e-wallet*) yakin bahwa teknologi

tersebut aman untuk digunakan (Khoiriyah, et.al., 2023). Keamanan dapat membantu membantu pengguna dalam membangun kepercayaan, mengembangkan sikap dan memunculkan niat positif untuk mengadopsi suatu inovasi teknologi. Semakin baik sistem keamanan yang dimiliki oleh perusahaan penyedia layanan *fintech e-wallet* dalam menjaga informasi pribadi penggunanya, maka akan semakin tinggi pengguna dalam menggunakan layanan fintech e-wallet (Aditya & Mahyuni, 2022). Penelitian yang dilakukan oleh Aditya & Mahyuni (2022) menunjukkan hasil bahwa persepsi keamanan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap minat generasi milenial di provinsi Bali dalam menggunakan fintech, sedangkan penelitian yang dilakukkan oleh Sukmawati, K & Kowanda, D (2022) & Ananda, P & Nuriyah, A (2023) menunjukkan hasil bahwa persepsi keamanan tidak berpengaruh minat penggunaan *e-wallet*.

Minat menggunakan e-wallet merupakan keinginan dan ketertarikan seseorang untuk menggunakan layanan *fintech* (e-wallet) sebagai alat transaksi keuangan digital. Penulis menggunakan variabel minat penggunaan e-wallet karena penggunaan layanan *fintech digital payment* seperti e-wallet harus terus dikembangkan mengingat berbagai perusahaan jasa keuangan digital saling bersaing untuk membuat inovasi dan strategi yang tepat agar kredibilitas perusahaannya tetap terjaga (Tanoto, *et.al.*, 2021).

Penggunaan *digital payment e-wallet* yang terus meningkat telah menunjukkan tingginya minat masyarakat dalam menggunakan teknologi keuangan. Minat yang ada didalam diri setiap individu dalam menggunakan teknologi merupakan suatu hal yang penting, karena persepsi maupun sikap yang menimbulkan minat individu terhadap penggunaan suatu teknologi itu berbeda-beda, selain itu adanya *gap research* pada hasil penelitian-penelitian terdahulu membuat penelitian tentang minat penggunaan *e-wallet* menjadi topik yang menarik untuk penelitian selanjutnya, dimana akan dilakukan penelitian lebih lanjut mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi minat menggunakan *e-wallet*, dengan begitu peneliti tertarik untuk melakukan penelitian yang ditulis dalam bentuk skripsi yang berjudul **"Pengaruh persepsi kemudahan penggunaan, persepsi manfaat, persepsi risiko, kepercayaan, dan keamanan terhadap minat menggunakan *fintech e-wallet* ShopeePay pada generasi Z di Kabupaten Sleman".**

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah di jelaskan di atas, maka rumusan masalah yang akan dikaji pada penelitian ini diantaranya sebagai berikut:

1. Apakah persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh terhadap minat menggunakan *fintech e-wallet* "ShopeePay" pada generasi Z di Kabupaten Sleman?
2. Apakah persepsi manfaat berpengaruh terhadap minat menggunakan *fintech e-wallet* "ShopeePay" pada generasi Z di Kabupaten Sleman?
3. Apakah persepsi risiko berpengaruh terhadap minat menggunakan *fintech e-wallet* "ShopeePay" pada generasi Z di Kabupaten Sleman?
4. Apakah kepercayaan berpengaruh terhadap minat menggunakan *fintech e-wallet* "ShopeePay" pada generasi Z di Kabupaten Sleman?
5. Apakah keamanan berpengaruh terhadap minat menggunakan *fintech e-wallet* "ShopeePay" pada generasi Z di Kabupaten Sleman?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah diatas, maka tujuan dari dilakukannya penelitian ini diantaranya sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh persepsi kemudahan penggunaan terhadap minat menggunakan fintech e-wallet "ShopeePay" pada generasi Z di Kabupaten Sleman.
2. Untuk mengetahui pengaruh persepsi manfaat terhadap minat menggunakan fintech e-wallet "ShopeePay" pada generasi Z di Kabupaten Sleman.
3. Untuk mengetahui pengaruh persepsi risiko terhadap minat menggunakan fintech e-wallet "ShopeePay" pada generasi Z di Kabupaten Sleman.
4. Untuk mengetahui pengaruh kepercayaan terhadap minat menggunakan fintech e-wallet "ShopeePay" pada generasi Z di Kabupaten Sleman.
5. Untuk mengetahui pengaruh keamanan terhadap minat menggunakan fintech e-wallet "ShopeePay" pada generasi Z di Kabupaten Sleman.

1.4 Manfaat Penelitian

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan diharapkan agar dapat memberikan manfaat bagi berbagai pihak, yaitut:

1. Bagi Penulis

   Penelitian ini diharapkan dapat menjadi pembelajaran, menambah wawasan, pengetahuan, dan pemahaman penulis mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi minat generasi Z di Kabupaten Sleman dalam bertransaksi menggunakan E-wallet (ShopeePay).

2. Bagi Pengguna E-wallet

   Penelitian ini diharapkan dapat menambah pamahaman pada pengguna E-wallet ShopeePay, bahwa E-wallet merupakan alat transaksi pada sistem pembayaran non-tunai (cashless) berbasis server yang tidak terlepas dari berbagai kendala sehingga dipedapat memberikan banyak manfaat, kemudahan, dan kepraktisan bagi para pengguna.

3. Bagi Peneliti Lainnya

   Penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan referensi bagi peneliti lainnya yang tertarik untuk meneliti topik yang sama dengan penelitian ini.

BAB II
LANDASAN TEORI DAN KAJIAN PUSTAKA

2.1 Landasan Teori

2.1.1 Financial Technology (Fintech)

Financial Technology (fintech) Financial Technology (fintech) merupakan sebuah gabungan antara jasa keuangan dengan teknologi yang mengubah model bisnis dari konvensional menjadi moderat, produk fintech biasanya berupa suatu sistem yang dibuat untuk menjalankan mekanisme transaksi keuangan yang spesifik (bi.go.id, 2023). Berkembangnya fintech di berbagai sektor, membuat Bank Indonesia mengklasifikasikan fintech dalam 4 jenis, diantaranya yaitu:

1. Crowdfunding dan Peer to Peer (P2P) Lending

   Merupakan jenis fintech yang menggunakan bantuan teknologi informasi untuk menghadirkan layanan pinjam meminjam uang dengan mudah, dimana penyedia hanya menyediakan sarana yang memungkinkan pencari modal dan investor untuk melakukan proses pinjam meminjam secara online, sehingga mudah diakses kapan saja dan dimana saja. Sebagai contoh yaitu seperti Kredivo, dan Pinjam.co.
2. Market Aggregator

   Merupakan situs jasa pembanding produk keuangan yang mengumpulkan dan mengoleksi informasi data finansial untuk disediakan kepada para pengguna, sehingga pengguna dapat membandingkan dan mengambil keputusan produk keuangan yang paling terbaik. Sebagai contoh yaitu seperti CekAja dan Cermati.
3. Risk and Investment Management.

   Merupakan perencana keuangan dalam bentuk digital yang dapat membantu pengguna untuk mengetahui kondisi keuangan serta melakukan perencanaan keuangan secara mudah dan cepat. Contoh perusahaaan fintech pada jenis klasifikasi ini yaitu seperti Financialku.com.
4. Payment, Settlement, and Clearing

   Merupakan klasifikasi fintech yang berada dalam ranah Bank Indonesia dan bertujuan untuk memudahkan dan mempercepat masyarakat dalam melakukan proses pembayaran atau transaksi via online. Contohnya yaitu seperti e-wallet dan payment getaway (financialku.com, 2023).

Otoritas Jasa Keuangan (OJK) sesuai dengan kewenangannya seperti yang telah diatur di dalam UU no 21 tahun 2011 telah menyiapkan regulasi untuk mengatur serta mengawasi perkembangan jenis usaha sektor jasa keuangan yang menggunakan *financial technology* (*fintech*), regulasi *fintech* berdasarkan peraturan yang di buat oleh OJK yaitu pada nomor 77/POJK.01/2016 yaitu tentang Layanan Pinjam Meminjam Uang Dengan Basis Teknologi Informasi, regulasi memiliki tujuan untuk melindungi individu terkait dengan keamanan dana dan data, mengelola Perusahaan *fintech*, mencegah terjadinya pencucian uang, dan mendokumentasikan kegiatan terorisme (sikapiuangmu.ojk.go.id, 2023).

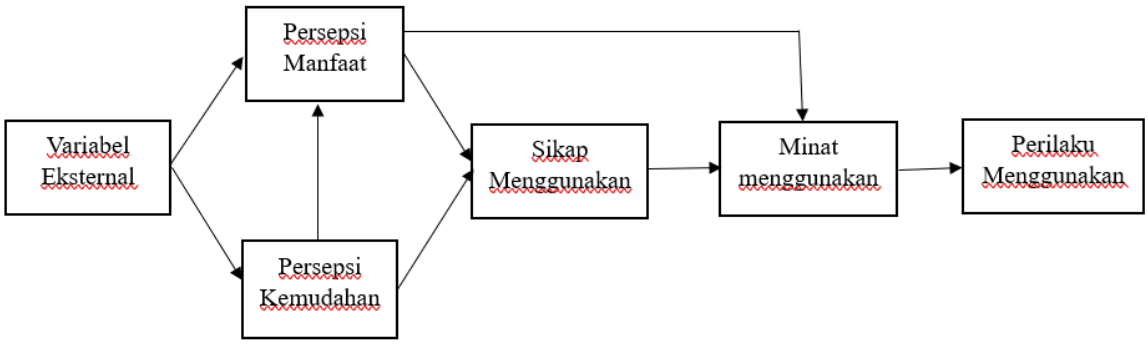
Regulasi fintech juga diatur oleh Bank Indonesia (BI) pada Peraturan Bank Indonesia nomor 18/40/PBI/2016 tentang Penyelenggaraan Pemrosesan Transaksi Pembayaran, regulasi ini memiliki tujuan agar dapat memenuhi kebutuhan di Masyarakat termasuk pada bidang jasa serta sistem pembayaran, cakupan dari regulasi ini meliputi diantaranya yaitu penyelenggara dan pemrosesan transaksi pembayaran, persetujuan dan perizinan dalam penyelenggaraan transaksi pembayaran, penyerahan izin penyelenggara jasa, sanksi, larangan dan lain sebagainya. Kemudian yang kedua yaitu Peraturan Bank Indonesia nomor 19/12/PBI/2017 tentang Penyelenggaraan Teknologi Finansial, regulasi ini memiliki tujuan untuk mendukung terciptanya stabilitas pada sistem keuangan, stabilitas moneter, sistem pembayaran yang lancar,efisien, dan aman (bi.go.id, 2023). Dengan adanya regulasi *fintech*, maka seluruh Masyarakat dapat terbantu dalam memilih jenis usaha sektor keuangan yang tepat untuk memenuhi kebutuhannya.

Perkembangan fintech sangat popular bagi masyarakat terutama para generasi milenial yang dalam kehidupan sehari-hari tidak terlepas dari gadget atau smartphone, dan merupakan generasi yang memiliki pemahaman yang baik terkait dengan perkembangan teknologi. Salah satu pengembangan inovasi fintech dalam penelitian ini yaitu e-wallet. E-wallet merupakan metode sistem pembayaran elektronik atau transaksi menggunakan aplikasi yang terhubung dalam jaringan internet (berbasis server) (Widiyanti, 2020). E-wallet bertujuan untuk memberikan kemudahan dan kepraktisan pada masyarakat dalam melakukan proses transaksi. Adanya inovasi fintech (e-wallet) dirasa lebih efektif digunakan, selain itu e-wallet juga mampu mendorong fenomena cashless society pada masyarakat demi mengurangi uang tunai yang beredar, namun, tidak dapat dipungkiri juga bahwa penggunaan uang tunai masih tetap menjadi pilihan sebagian masyarakat ketika melakukan transaksi.

2.1.2 Technology Acceptance Model (TAM)

Technology Acceptance Model (TAM) merupakan salah satu model yang dianggap sangat berpengaruh dan umumnya digunakan untuk menggambarkan penerimaan setiap individu terhadap penggunaan suatu sistem teknologi, karena model TAM sederhana dan mudah untuk diterapkan (Nasir, 2021). Model TAM adalah salah satu model yang paling umum digunakan dalam penelitian mengenai pengadopsian atau penggunaan sistem teknologi, karena dianggap sebagai model yang tepat untuk mengevaluasi perilaku individu dalam menggunakan FinTech secara umum (Stewart dan Jürjens, 2018). *Technology Acceptance Model* (TAM) dikembangkan oleh Davis (1989) yang menjelaskan bahwa perilaku dilakukan karena seseorang mempunyai minat atau keinginan untuk melakukannya (Sunarya, 2022).

Gambar 2. 1 Konsep Technology Acceptance Model (TAM)



Sumber: Davis (1989)

Gambar 2.1 diatas merupakan konsep dari Technology Acceptance Model (TAM) yang dikembangkan oleh Davis (1989), terdapat enam konstruk yang mempengaruhi penerimaan suatu teknologi, diantaranya yaitu sebagai berikut:

1. Variabel eksternal

   Dalam konsep model TAM, variabel eksternal digunakan untuk mengembangkan model dengan menambahkan beberapa variabel lainnya yang dapat menerangkan lebih lanjut mengenai penerimaan seseorang dalam menggunakan teknologi.
2. Persepsi Manfaat

   Merupakan sejauh mana seseorang percaya bahwa dalam menggunakan suatu teknologi akan meningkatkan kinerja pekerjaannya.
3. Persepsi Kemudahan penggunaan

Merupakan sejauh mana seseorang percaya bahwa dalam menggunakan suatu teknologi akan bebas dari usaha yang keras,

4. Sikap Menggunakan

   Merupakan perasaan positif atau negatif yang dihasilkan pada saat seseorang menggunakan suatu teknologi, sikap menggunakan ditentukan berdasarkan persepsi manfaat dan persepsi kemudahan dalam menggunakan teknologi tersebut.

5. Minat Menggunakan

   Merupakan suatu keinginan atau ketertarikan seseorang ketika melakukan suatu perilaku tertentu. Seseorang akan melakukan suatu perilaku jika mempunyai keinginan atau atau ketertarikan untuk melakukannya.

6. Perilaku Menggunakan

   Merupakan tindakan yang dilakukan oleh seseorang dalam menggunakan suatu system teknologi.

Terdapat dua variabel utama yang digunakan dalam teori TAM yang menjadi faktor penentu untuk menganalisis penerimaan seseorang terhadap penggunaan teknologi diantaranya yaitu persepsi manfaat (*perceived usefulness*) dan kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*). Selain menggunakan faktor persepsi manfaat dan kemudahan penggunaan terhadap minat menggunakan fintech, pada penelitian ini peneliti menambahkan variabel eksternal dalam kerangka model TAM yaitu faktor persepsi risiko, kepercayaan dan keamanan seperti saran dari peneliti sebelumnya, untuk mengetahui pengaruh persepsi risiko, kepercayaan, dan keamanan terhadap minat dalam menggunakan fintech e-wallet.

2.1.3 Minat Penggunaan layanan fintech e-wallet

Minat merupakan keinginan dalam diri seseorang untuk melakukan sesuatu, minat bersifat tidak tetap sehingga minat dapat berubah-ubah sesuai dengan apa yang diinginkan seseorang, minat dalam diri seseorang timbul melalui beberapa proses seperti rasa tertarik atau rasa senang terhadap sesuatu, dan kebutuhan. Minat menggunakan e-wallet merupakan keinginan dan ketertarikan seseorang untuk menggunakan layanan fintech (e-wallet) sebagai alat transaksi keuangan digital. Indikator minat menggunakan fintech e-wallet yang digunakan pada penelitian ini adalah indikator menurut Jogiyanto (2007), diantaranya yaitu sebagai berikut:

1. Keinginan untuk menggunakan
2. Selalu mencoba menggunakan

3. Terus menggunakan di masa yang akan datang.

2.1.4 Persepsi Kemudahan Penggunaan

Persepsi kemudahan penggunaan merupakan salah satu pertimbangan pengguna dalam menggunakan layanan financial technology (Nizar & Yusuf, 2022). Menurut Davis (1989), persepsi kemudahan penggunaan adalah sejauh mana seseorang percaya bahwa dalam menggunakan suatu sistem tertentu akan bebas dari usaha. Persepsi kemudahan penggunaan merupakan keyakinan didalam diri pengguna mengenai kemudahan yang dirasakan dalam menggunakan teknologi (Rodiah & Melati, 2020). Adapun indikator yang digunakan sebagai tolak ukur pada variable persepsi kemudahan penggunaan menurut Venkatesh & Davis (2000) diantaranya yaitu sebagai berikut:

1. Sistem jelas dan mudah dimengerti (clear and understandable)
2. Tidak memerlukan banyak usaha (does not require a lot mental effort)
3. Mudah digunakan (easy to use)
4. Mudah dioperasikan sesuai dengan keinginan (easy to get the sistem to do whats user wants to do)

2.1.5 Persepsi Manfaat

Persepsi manfaat didefinisikan sebagai persepsi pengguna mengenai potensi positif yang akan diterima ketika menggunakan fintech (Ryu, H.S, 2018). Persepsi manfaat merupakan salah satu faktor yang dipertimbangkan oleh masyarakat dalam menggunakan layanan sistem pembayaran digital, masyarakat akan menggunakan suatu teknologi jika masyarakat mengetahui manfaat postif yang akan didapatkan atas penggunaan teknologi tersebut (Ernawati & Noersanti, 2020). Menurut Davis (1989), persepsi manfaat adalah sejauh mana seseorang percaya bahwa dalam menggunakan sistem tertentu akan meningkatkan kinerja pekerjaannya. Seseorang akan berminat untuk menggunakan e-wallet apabila e-wallet tersebut dapat menawarkan dan memberikan manfaat dalam melakukan transaksi. Persepsi manfaat memiliki pengaruh yang sangat kuat terhadap minat seseorang dalam menggunakan layanan fintech e-wallet (Aydin & Burnaz, 2016). Adapun indikator yang digunakan sebagai tolak ukur pada variable persepsi manfaat menurut Venkatesh dan Davis (2000) diantaranya sebagai berikut:

1. Sistem bermanfaat (the system is usfully)
2. Meningkatkan produktivitas (increase productivity)
3. Meningkatkan Efektivitas (effectiveness)

4. Meningkatkan kinerja pekerjaan (job performance)

2.1.6 Persepsi Risiko

Persepsi Risiko merupakan suatu persepsi tentang ketidakpastian dan kemungkinan adanya konsekuensi negatif yang tidak diinginkan dari menggunakan produk atau layanan (Featherman & Pavlou, 2002). Persepsi risiko didefinisikan sebagai persepsi pengguna mengenai ketidakpastian dan kemungkinan konsekuensi negatif yang akan diterima terkait dengan penggunaan fintech (Ryu, H.S, 2018). Dalam penggunaan teknologi, khususnya dalam bidang teknologi keuangan atau dalam hal ini yaitu e-wallet sebagai pembayaran non-tunai, tentunya terikat dengan risiko yang harus dipertimbangkan, semakin tinggi risiko yang dipersepsikan oleh pengguna e-wallet, maka akan dapat mengurangi minat pengguna dalam menggunakan e-wallet (Paramitha & Mahyuni, 2022). Persepsi risiko memiliki peranan yang kuat untuk mengurangi minat pengguna dalam bertransaksi menggunakan uang elektronik (e-wallet) sehingga persepsi risiko dimungkinkan akan berpengaruh negatif pada minat konsumen dalam menggunakan produk layanan fintech (Yogananda & Dirgantara, 2017). Adapun indikator yang digunakan sebagai tolak ukur pada variable persepsi risiko menurut Pavlou (2003) diantaranya yaitu sebagai berikut:

1. Berupa adanya risiko tertentu
2. Mengalami kerugian
3. Pemikiran bahwa berisiko

2.1.7 Kepercayaan

Kepercayaan merupakan salah satu faktor penting dalam penggunaan teknologi, Kepercayaan pada layanan system pembayaran digital (e-wallet) memiliki pengaruh yang cukup besar pada minat pengguna dalam melakukan transaksi (Pratiwi & Sofwan, 2022). Kepercayaan merupakan penilaian atas hubungan antara seseorang dengan orang lain ketika melakukan transaksi tertentu (Pavlou, 2003). Kepercayaan adalah keyakinan seseorang kepada pihak lain bahwa pihak lain tersebut dapat dipercayai sesuai dengan apa yang diharapkan. Kepercayaan dapat membantu pengguna untuk mengatasi kekhawatiran yang dihadapinya dalam mengadopsi suatu layanan keuangan digital. Semakin tinggi tingkat kepercayaan pengguna terhadap penyedia layanan e-wallet maka semakin tinggi pula minat untuk menggunakannya. Adapun indikator yang digunakan sebagai tolak ukur pada variable kepercayaan menurut Mayer, Davis & Schoorman (1995), diantaranya sebagai berikut:

1. Kemampuan (Ability)

Mengacu pada kompetensi dan karakteristik dari penyedia layanan

2. Kebaikan hati (Benevolence)

   Keinginan dalam memberikan kepuasan yang saling menguntungkan diantara kedua belah pihak.

3. Integritas (Integrity)

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

2.1.8 Keamanan

Keamanan merupakan faktor yang dapat mendorong minat seseorang untuk menggunakan e-wallet. Keamanan sangat penting untuk dipertimbangkan karena sebagai jaminan privasi pada pengguna e-wallet. Keamanan dalam e-wallet perlu dipertimbangkan oleh pengguna untuk melindungi dari ancaman kejahatan dalam bidang teknologi. Saat melakukan transaksi keuangan, keamanan itu sangat penting untuk meminimalkan kekhawatiran saat melakukan transaksi atau pembayaran secara online. Keamanan pengguna dapat diatasi dengan teknologi perlindungan, ketika keamanan dapat diterima sesuai dengan apa yang diharapkan oleh pengguna, maka pengguna akan bersedia untuk membuka informasi pribadinya dan akan menggunakan e-wallet dengan perasaan aman dan tenang (Sukmawati & Kowanda, 2022). Adapun indikator yang digunakan sebagai tolak ukur pada variable keamanan menurut Waspada, I (2012) diantaranya sebagai berikut:

1. Tidak khawatir memberikan informasi
2. Percaya bahwa informasi dilindungi
3. Percaya bahwa keamanan uang yang tersimpan di dalam e-wallet atau uang elektronik terjamin pada saat transaksi.

2.2 Kajian Pustaka

Dalam kajian Pustaka terdapat beberapa penelitian terdahulu yang digunakan sebagai acuan pada penelitian ini, diantaranya adalah sebagai berikut:

Nelyumna, *et.al* (2022) melakukan penelitian dengan judul Pengaruh penggunaan fintech (e-wallet) terhadap minat masyarakat dalam pembayaran online akibat pemberlakuan pembatasan kegiatan masyarakat. Dengan menggunakan variabel dependen yaitu minat menggunakan fintech (e-wallet) dan variabel independen yaitu persepsi manfaat, persepsi kemudahan penggunaan, dan persepsi risiko. Kesimpulan dari hasil penelitian ini adalah

variabel persepsi manfaat dan persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan fintech (e-wallet), sedangkan variabel persepsi risiko berpengaruh negatif signifikan terhadap minat menggunakan fintech (e-wallet).

Utami, M.K (2021) melakukan penelitian dengan judul Pengaruh Kepercayaan, Kegunaan, Keamanan Terhadap Minat Menggunakan Mobile Payment Linkaja Dengan Kemudahan Sebagai Variable Mediasi (Studi pada Mahasiswa di Yogyakarta). Dengan menggunakan variabel dependen yaitu minat menggunakan mobile payment LinkAja, variabel independen kepercayaan, kegunaan, dan keamanan, serta variabel mediasi yaitu kemudahan. Kesimpulan dari hasil penelitian ini adalah variabel kepercayaan, kegunaan, keamanan dan kemudahan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan mobile payment LinkAja.

Rodiah & Melati (2020) melakukan penelitian dengan judul Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Kemanfaatan, Risiko, dan Kepercayaan terhadap Minat Menggunakan E-wallet pada Generasi Milenial Kota Semarang. Dengan menggunakan variabel dependen yaitu minat menggunakan e-wallet, dan variabel independen yaitu persepsi kemudahan penggunaan, persepsi kemanfaatan, persepsi risiko dan kepercayaan. Kesimpulan dari hasil penelitian ini adalah variabel persepsi kemudahan penggunaan, persepsi kemanfaatan, dan kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan e-wallet pada generasi milenial di Kota Semarang, sedangkan variabel persepsi risiko berpengaruh negatif dan signifikan terhadap minat menggunakan e-wallet pada generasi milenial di Kota Semarang.

Aditya, T., Mahyuni, L.P. (2022) melakukan penelitian dengan judul Pengaruh literasi keuangan, persepsi kemudahan, manfaat, keamanan dan pengaruh sosial terhadap minat penggunaan fintech. Dengan menggunakan variabel dependen yaitu minat penggunaan fintech dan variabel independen yaitu literasi keuangan, persepsi kemudahan penggunaan, manfaat, keamanan, pengaruh sosial. Kesimpulan dari hasil penelitian ini adalah variabel literasi keuangan, persepsi manfaat, persepsi kemudahan penggunaan, pengaruh sosial, dan keamanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan fintech.

Tabel 2. 1 Jurnal Penelitian Terdahulu

No	Peneliti dan Tahun Penelitian	Judul Penelitian	Tujuan Penelitian	Variabel Penelitian	Hasil Penelitian
1	Nelyumna*, et.al* (2022)	Pengaruh penggunaan fintech (e-wallet) terhadap minat masyarakat dalam pembayaran online akibat pemberlakuan pembatasan kegiatan Masyarakat	Untuk mengetahui pengaruh persepsi manfaat, persepsi kemudahan penggunaan, dan persepsi risiko pada minat penggunaan FinTech (dompet elektronik).	Variabel Dependen: Minat masyarakat Jabodetabek dalam menggunakan fintech (e-wallet). Variabel Independen: Persepsi manfaat, persepsi kemudahan penggunaan, dan persepsi risiko.	Berpengaruh positif dan signifikan: Persepsi manfaat, persepsi kemudahan penggunaan. Berpengaruh negatif dan signifikan: Persepsi risiko.
2	Ariningsih *et.al* (2022)	Intention to Use E-wallet Dilihat dari *Perceived Usefulness*, *Perceived Ease of Use*, *Perceived Security*, dan *Trust*	Untuk mengetahui factor-faktor yang mempengaruhi *intention to use e-wallet*	Variabel Dependen: *Intention to use e-wallet* Variabel Independen: *Perceived Usefulness*, *Perceived Ease of Use*, *Perceived Security*, dan *Trust*	Berpengaruh positif dan signifikan: *Perceived Usefulness*, *Perceived Ease of Use, dan Trust* Tidak berpengaruh signifikan: *Perceived Security*
3	Utami, M.K (2021)	Pengaruh Kepercayaan, Kegunaan, Keamanan Terhadap Minat Menggunakan Mobile	Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kepercayaan,	Variabel Dependen: Minat menggunakan. Variabel Independen:	Berpengaruh positif dan signifikan: Kepercayaan, Kegunaan, Keamanan dan Kemudahan.

No	Peneliti dan Tahun Penelitian	Judul Penelitian	Tujuan Penelitian	Variabel Penelitian	Hasil Penelitian
		Payment Linkaja Dengan Kemudahan Sebagai Variable Mediasi (Studi pada Mahasiswa di Yogyakarta).	kegunaan, keamanan dan kemudahan sebagai variable mediasi terhadap minat menggunakan mobile payment LinkAja.	Kepercayaan, Kegunaan, Keamanan, dan Kemudahan.	
4	Rodiah, S., Melati, I.S. (2020)	Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Kemanfaatan, Risiko, dan Kepercayaan terhadap Minat Menggunakan E-wallet pada Generasi Milenial Kota Semarang.	Untuk mengetahui pengaruh persepsi kemudahan penggunaan, persepsi kemanfaatan, persepsi risiko dan kepercayaan terhadap minat menggunakan e-wallet pada generasi milenial Kota Semarang	Variabel Dependen: Minat menggunakan e-wallet pada generasi milenial. Variabel Independen: Persepsi kemudahan penggunaan, Persepsi kemanfaatan, Persepsi risiko, dan Kepercayaan.	Berpengaruh positif dan signifikan: Persepsi kemudahan penggunaan, persepsi kemanfaatan, dan kepercayaan. Berpengaruh negatif: Persepsi risiko.
5	Chandra, M.B ., Kohardinata, C (2021)	Dampak persepsi manfaat dan persepsi risiko terhadap fintech continuance intention pada e-wallet	Untuk mengetahui pengaruh persepsi manfaat dan persepsi risiko terhadap fintech continuance intention pada e-wallet	Variabel Dependen: Intention pada e-wallet Variabel Independen: persepsi manfaat dan persepsi risiko	Berpengaruh positif dan signifikan: Persepsi Manfaat Tidak berpengaruh signifikan: Persepsi risiko

No	Peneliti dan Tahun Penelitian	Judul Penelitian	Tujuan Penelitian	Variabel Penelitian	Hasil Penelitian
6	Aditya, T., Mahyuni, L.P. (2022)	Pengaruh literasi keuangan, persepsi kemudahan, manfaat, keamanan dan pengaruh sosial terhadap minat penggunaan fintech.	Untuk memberikan hasil pengujian secara empiris faktor - faktor yang mempengaruhi minat generasi milenial di provinsi Bali dalam menggunakan fintech.	Variabel Dependen: Minat generasi milenial di provinsi Bali dalam menggunakan fintech. Variabel Independen: Literasi keuangan, Persepsi kemudahan penggunaan, Manfaat, Keamanan, Pengaruh sosial.	Berpengaruh positif dan Signifikan: Literasi keuangan, persepsi manfaat, persepsi kemudahan penggunaan, pengaruh sosial, dan keamanan.
7	Ananda, P & Nuriyah, A (2023)	Determinan Minat Generasi Milenial Pada Penggunaan Sistem Pembayaran E-Wallet Layanan Syariah LinkAja.	Untuk mengetahui apakah persepsi manfaat, persepsi kenyamanan, persepsi keamanan, literasi keuangan syariah berpengaruh terhadap minat menggunakan sistem pembayaran e-wallet Layanan LinkAja Syariah.	Variabel Dependen: Minat menggunakan Layanan LinkAja Syariah. Variabel Independen: Persepsi kemudahan, persepsi manfaat, persepsi keamanan, literasi keuangan syariah	Berpengaruh positif dan signifikan: Persepsi manfaat, Literasi keuangan syariah Tidak berpengaruh: Persepsi kemudahan, persepsi keamanan.

No	Peneliti dan Tahun Penelitian	Judul Penelitian	Tujuan Penelitian	Variabel Penelitian	Hasil Penelitian
8	Karim, M.W, *et al* (2020)	Factors Influencing the Use of E-wallet as a Payment Method among Malaysian Young Adults	Penelitian ini bertujuan untuk menguji faktor-faktor yang mempengaruhi generasi muda Malaysia menggunakan e-wallet sebagai metode pembayaran dengan menerapkan model penerimaan teknologi yang diperluas (TAM)	Variabel Dependen: Behavioral intention to use e-wallet. Variabel Independen: Perceived usefulness, perceived ease of use and privacy and security.	Berpengaruh positif dan signifikan: Perceived usefulness, perceived ease of use and privacy and security
9	Daragmeh, A., Lentner, C., & Sági, J (2021)	FinTech payments in the era of COVID-19: Factors influencing behavioral intentions of "Generation X" in Hungary to use mobile payment	Untuk mengevaluasi faktor-faktor yang mempengaruhi niat perilaku Generasi X Hungaria dalam menggunakan layanan pembayaran seluler selama pandemi.	Variabel Dependen: Behavioral intentions to use mobile payment system. Variabel Independen: Subjective norms, perceived ease of use, perceived usefulness, and perceived COVID-19 risk.	Berpengaruh signifikan: Subjective norms, perceived usefulness, and perceived COVID-19 risk Tidak berpengaruh signifikan: Perceived ease of use

No	Peneliti dan Tahun Penelitian	Judul Penelitian	Tujuan Penelitian	Variabel Penelitian	Hasil Penelitian
10	Hanifah, T.R., Mukhlis, I. (2022).	Pengaruh Efektivitas, Hedonis, Kemanfaatan, dan Kepercayaan Terhadap Minat Mahasiswa Universitas Negeri Malang Menggunakan Layanan Shopee Pay	Untuk mengetahui pengaruh efektivitas, hedonis, kemanfaatan, dan kepercayaan terhadap minat mahasiswa Universitas Negeri Malang dalam menggunakan layanan ShopeePay.	Variabel Dependen: Minat mahasiswa Universitas Negeri Malang dalam menggunakan layanan ShopeePay. Variabel Independen: Efektivitas, Hedonis, Kemanfaatan, Kepercayaan	Berpengaruh Signifikan: Efektivitas, hedonis, dan kemanfaatan Tidak berpengaruh signifikan: Kepercayaan
11	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	Untuk menguji pengaruh manfaat yang dirasakan, persepsi kemudahan penggunaan, kepercayaan dan persepsi risiko terhadap minat penggunaan instrument uang elektronik.	Variabel Dependen: Minat penggunaan uang elektronik Variabel Independen: Persepsi Manfaat, Persepsi kemudahan penggunaan, Kepercayaan, Persepsi risiko	Berpengaruh positif dan signifikan: Persepsi manfaat, persepsi kemudahan penggunaan dan kepercayaan. Berpengaruh negatif dan signifikan: Persepsi risiko
12	Paramitha, N,M,A,M., Mahyuni, L,P. (2022).	Preferensi Generasi Milenial Dalam Menggunakan E-Wallet Di Kota Denpasar.	Untuk membuktikan secara empiris pengaruh persepsi kemudahan, persepsi manfaat dan persepsi	Variabel Dependen: Minat menggunakan. Variabel Independen:	Berpengaruh signifikan: Persepsi kemudahan dan persepsi manfaat.

No	Peneliti dan Tahun Penelitian	Judul Penelitian	Tujuan Penelitian	Variabel Penelitian	Hasil Penelitian
			risiko terhadap minat generasi milenial dalam menggunakan dompet digital.	Persepsi kemudahan, Persepsi manfaat, Persepsi risiko.	Tidak berpengaruh signifikan: Persepsi risiko
13	Sunarya, I.M. (2022)	Pengaruh faktor persepsi terhadap minat penggunaan layanan dompet digital (e-wallet) melalui pendekatan teori technology acceptance model (tam)	Untuk menganalisis pengaruh faktor persepsi terhadap minat penggunaan layanan dompet digital (e-wallet) melalui pendekatan theory technology acceptance model (TAM).	Variabel Dependen: Minat dan perilaku penggunaan dompet digital (e-wallet). Variabel Independen: Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, Perceived Trust, Social Influence, Promotion	Berpengaruh positif: Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, Perceived Trust, Social Influence, Promotion.
14	Lim, H.L *et al* (2022)	Factors Affecting Users' Behavorial Intention Toward Touch 'N Go E-Wallet in Malaysia.	Untuk mempelajari niat perilaku loyalitas pengguna terhadap dompet elektronik Touch 'n Go	Variabel dependen: Behavorial intention Variabel independen: Perceived usefulness, perceived ease of use, perceived security, perceived trust, social influence	Berpengaruh signifikan: Perceived ease of use, perceived security, social influence Tidak berpengaruh signifikan: Perceived trust, perceived usefulness

No	Peneliti dan Tahun Penelitian	Judul Penelitian	Tujuan Penelitian	Variabel Penelitian	Hasil Penelitian
15	Kurnianingsih, W *et al* (2022)	ShopeePay Mobile Payment Adoption Analysis Using The UTAUT Model approach (Case study at Amikom University Yogyakarta).	Untuk menganalisis penggunaan mobile payments ShopeePay menggunakan pendekatan UTAUT.	Variabel Dependen: Interest in mobile payment ShopeePay adoption Variabel Independen: Perceived risk, perceived trust, self-efficacy, effort expectancy, performance expectancy, social influence	Berpengaruh signifikan: Perceived risk, self-efficacy, effort expectancy, Tidak berpengaruh signifikan: Perceived trust, performance expectancy, social influence
16	Halim, N.A.A *et al* (2022)	Understanding the determinants of e-wallet continuance usage intention in Malaysia.	Untuk menyelidiki faktor-faktor penentu niat penggunaan e-wallet di Malaysia.	Variabel dependen: Intention to continue use e-wallet Variabel Independen: Perceived usefulness, satisfaction, attitude, price benefit, trust, habit, operational constraints	Berpengaruh signifikan: Satisfaction, attitude, price benefit, habit, operational constraints Tidak berpengaruh signifikan: Perceived usefulness, trust
17	Nizar, A.M., Yusuf, A. (2022).	Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan dan Kepercayaan Terhadap Minat Menggunakan	Untuk mengetahui pengaruh persepsi kemudahan penggunaan dan	Variabel Dependen: Minat menggunakan aplikasi dompet digital LINKAJA.	Berpengaruh positif dan signifikan:

No	Peneliti dan Tahun Penelitian	Judul Penelitian	Tujuan Penelitian	Variabel Penelitian	Hasil Penelitian
		Aplikasi Dompet Digital LinkAja	kepercayaan terhadap minat menggunakan aplikasi dompet digital LINKAJA.	Variabel Independen: Persepsi kemudahan penggunaan dan kepercayaan.	Persepsi kemudahan penggunaan dan kepercayaan.
18	Osman, S, *et.al* (2021)	Factors Influencing the Use of E-Wallet among Millennium Tourist	Untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi niat menggunakan E Wallet di kalangan wisatawan milenial	Variabel Dependen: Behavorial Intention Variabel Independen: Perceived usefulness, perceived ease of use, perceived credibility, and social influence	Berpengaruh positif dan signifikan: Perceived usefulness, perceived ease of use, and social influence Berpengaruh negatif dan signifikan: Perceived credibility
19	Khoiriyah et.al (2023).	Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Dan Persepsi Keamanan Terhadap Minat Menggunakan Financial Technology Pada Aplikasi Dana	Untuk menentukan pengaruh manfaat yang dirasakan, dirasakan kenyamanan, dan keamanan yang dirasakan atas minat dalam menggunakan teknologi keuangan melalui e-wallet dengan aplikasi DANA di Kecamatan Ajung.	Variabel Dependen: Minat menggunakanFintech pada aplikasi DANA Variabel Independen: Persepsi manfaat, Persepsi kemudahan dan Persepsi keamanan.	Berpengaruh positif dan signifikan: Persepsi manfaat, Persepsi kemudahan dan Persepsi keamanan.

No	Peneliti dan Tahun Penelitian	Judul Penelitian	Tujuan Penelitian	Variabel Penelitian	Hasil Penelitian
20	Sukmawati, K & Kowanda, D (2022)	Keputusan Penggunaan E-Wallet Gopay Berdasarkan Pengaruh Keamanan, Persepsi Kemudahan Dan Persepsi Manfaat	Untuk mengetahui pengaruh keamanan, persepsi kemudahan dan persepsi manfaat terhadap keputusan pengguna untuk menggunakan layanan uang elektronik.	Variabel Dependen: Keputusan Penggunaa Variabel Independen: Keamanan, Persepsi kemudahan, dan Persepsi manfaat	Berpengaruh; Persepsi kemudahan dan persepsi manfaat. Tidak berpengaruh: Keamanan
21	Kinanti, S,A dan Mukhlis, I. (2022)	Analisis pengaruh faktor persepsi terhadap minat penggunaan e-wallet shopeepay	Untuk melihat pengaruh dari persepsi kemudahan, persepsi kebermanfaatan dan persepsi risiko terhadap minat penggunaan e-wallet shopeepay	Variabel Dependen: Minat penggunaan e-wallet Shopeepay. Var Independen: Persepsi kemudahan, Persepsi kebermanfaatan, Persepsi risiko	Berpengaruh positif dan signifikan: Persepsi kebermanfaatan dan Persepsi risiko. Tidak berpengaruh: Persepsi kemudahan.
22	Pratiwi, S., & Sofwan, A. (2022).	Pengaruh Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, Perceived Risk Dan Trust Terhadap Minat Menggunakan Fintech Shopeepay.	Untuk mengetahui pengaruh Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, Perceived Risk dan Trust terhadap Minat Menggunakan Fintech ShopeePay.	Variabel Dependen: Minat Menggunakan Fintech ShopeePay. Variabel Independen: Perceived Usefulness, Perceived Ease of	Berpengaruh positif dan signifikan: Perceived Ease of Use dan Trust. Tidak berpengaruh: Perceived Usefulness dan Perceived Risk.

No	Peneliti dan Tahun Penelitian	Judul Penelitian	Tujuan Penelitian	Variabel Penelitian	Hasil Penelitian
				Use, Perceived Risk, Trust.	
23	Ong, V., & Nuryasman, M.N (2022)	Pengaruh Persepsi Risiko, Persepsi Kemudahan, Dan Literasi Keuangan Terhadap Minat Penggunaan Linkaja	Untuk mengetahui pengaruh dari persepsi risiko, persepsi kemudahan, dan literasi keuangan terhadap minat penggunaan LinkAja	Variabel Dependen: Minat penggunaan Link Aja. Variabel Independen: Persepsi risiko, Persepsi kemudahan dan Literasi keuangan.	Berpengaruh positif dan signifikan: Persepsi risiko dan Literasi keuangan Tidak berpengaruh; Persepsi kemudahan
24	Nag, A.K., & Gilitwala, B (2019)	E-Wallet-Factors Affecting Its intention to use	Untuk mengetahui pengaruh faktor terhadap niat menggunakan E-Wallet.	Variabel Dependen: Intention to use E-Wallet Variabel Independen: Perceived usefulness, perceived ease of use, security/privacy confidence, social influence and trustworthiness	Berpengaruh signifikan: Perceived usefulness, perceived ease of use, security/privacy confidence, social influence and trustworthiness
25	Ming, K.L.Y, *et.al* (2020)	Factor Affecting Adoption of E-Wallet in Sarawak.	Untuk menguji faktor-faktor yang mempengaruhi	Variabel Dependen: the users' adoption of E-wallet.	Berpengaruh positif: Perceived usefulness, perceived ease of use, and rewards

No	Peneliti dan Tahun Penelitian	Judul Penelitian	Tujuan Penelitian	Variabel Penelitian	Hasil Penelitian
			adopsi layanan E-wallet di Sarawak.	Variabel Independen: Perceived usefulness, perceived ease of use, perceived risk, and Rewards.	Berpengaruh negatif: Perceived risk
26	Lim, T.K., Xin, L.Z., & Mei, K.Y (2021)	Factor Influencing Consumer's Intention to Use E-wallets	Untuk mengetahui faktor yang mempengaruhi niat konsumen menggunakan e-wallet.	Variabel Dependen: Behavorial intention to use e-wallet. Variabel Independen: perceived usefulness, perceived ease of use, attitude toward using, and social influence.	Berpengaruh positif: perceived usefulness, perceived ease of use and attitude toward using Berpengaruh negatif: Social influence
27	Yong, I., Wong, T., & Lim, P (2021)	Intention To Use E-Wallet Amongst The University Students In Klang Valley	Untuk menyelidiki dan menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi niat menggunakan e-wallet di kalangan mahasiswa di Klang Valley	Variabel Dependen: Intention to Use E-wallet. Variabel Independen: Perceived usefulness, perceived ease of use, perceived economic risk, perceived privacy	Berpengaruh positif dan signifikan: Perceived usefulness, perceived ease of use, perceived economic risk, perceived privacy risk, and perceived trust.

No	Peneliti dan Tahun Penelitian	Judul Penelitian	Tujuan Penelitian	Variabel Penelitian	Hasil Penelitian
				risk, and perceived trust.	

Penelitian ini berbeda dengan penelitian sebelumnya, adapun yang menjadi perbedaan antara penelitian ini dengan penelitian sebelumnya adalah terletak pada hasil hipotesis penelitian, subyek penelitian dan pada penelitian ini juga menggabungkan kelima variabel independen yang sebelumya belum pernah diteliti secara bersamaan oleh penelitian sebelumnya. Subyek pada penelitian ini berfokus pada generasi Z di Kabupaten Sleman yang merupakan pengguna layanan *fintech e-wallet* ShopeePay dan penelitian ini menggunakan kelima variabel independen diantaranya yaitu persepsi kemudahan penggunaan, persepsi manfaat, persepsi risiko, kepercayaan dan keamanan.

2.3 Hipotesis Penelitian

2.3.1 Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan Terhadap Minat Penggunaan Fintech E-wallet.

Persepsi kemudahan penggunaan merupakan sejauh mana seseorang percaya bahwa dalam menggunakan suatu sistem tertentu akan bebas dari usaha (Davis, 1989). Apabila generasi milenial sebagai pengguna meyakini bahwa layanan fintech e-wallet dirasa sulit dalam penggunaannya, maka minat mereka dalam menggunakan layanan *fintech e-wallet* akan semakin berkurang. Namun sebaliknya, apabila mereka menyakini bahwa layanan *fintech e-wallet* dirasa mudah, tidak rumit, dan praktis dalam penggunaannya, maka minat mereka dalam menggunakan layanan *fintech e-wallet* juga akan semakin meningkat.

Menurut penelitian yang dilakukan oleh Nelyumna, *et.al* (2022) variabel persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap minat menggunakan *fintech e-wallet*. Selain itu, menurut penelitian lainnya yang dilakukan oleh Rodiah & Melati (2020) menunjukkan hasil bahwa variabel persepsi kemudahan penggunaan juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan *fintech e-wallet*.

H1: Persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh positif terhadap minat penggunaan layanan *fintech e-wallet* ShopeePay pada generasi Z di Kabupaten Sleman.

2.3.2 Pengaruh Persepsi Manfaat Terhadap Minat Penggunaan Fintech E-wallet.

Persepsi manfaat merupakan sejauh mana seseorang percaya bahwa dalam menggunakan sistem tertentu akan meningkatkan kinerja pekerjaannya (Davis, 1989). Jika generasi milenial merasa percaya bahwa dalam menggunakan layanan fintech e-wallet dapat bermanfaat dalam kehidupan sehari-hari mereka, terutama pada kegiatan bertransaksi, maka mereka akan cenderung berminat untuk menggunakannya. Namun sebaliknya, jika mereka merasa percaya bahwa dalam menggunakan layanan *fintech e-wallet* kurang bermanfaat maka

mereka tidak akan berminat untuk menggunakannya. Semakin mereka merasakan manfaat pada *e-wallet* dalam hal meningkatkan kinerja dan efektivitas, maka mereka akan cenderung berminat untuk menggunakan *e-wallet*.

Menurut penelitian yang dilakukan oleh Nelyumna, *et.al* (2022) variabel persepsi manfaat berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan *fintech e-wallet*. Selain itu menurut penelitian yang dilakukan oleh Aditya & Mahyuni (2022) menunjukkan hasil bahwa variabel persepsi manfaat juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan *fintech e-wallet*.

H2: Persepsi manfaat berpengaruh positif terhadap minat penggunaan layanan *fintech e-wallet* ShopeePay pada generasi Z di Kabupaten Sleman.

2.3.3 Pengaruh Persepsi Risiko Terhadap Minat Penggunaan Fintech E-wallet.

Persepsi risiko merupakan ketidakpastian dan kemungkinan suatu konsekuensi yang tidak diinginkan oleh generasi milenial sebagai pengguna e-wallet dalam bertransaksi (Rodiah & Melati, 2020). Dalam penggunaan teknologi keuangan (fintech), persepsi risiko merupakan faktor yang perlu untuk dipertimbangkan oleh para pengguna dalam memilih layanan fintech e-wallet sebagai alat transaksi secara online. Maraknya risiko seperti misalnya peretasan data, dan pembobolan saldo juga menjadi salah satu pertimbangan bagi generasi milenial sebagai pengguna produk fintech salah satunya yaitu e-wallet (Rodiah & Melati, 2020). Semakin tinggi risiko yang dipersepsikan oleh pengguna, maka akan dapat mengurangi minat pengguna dalam menggunakan layanan fintech e-wallet, namun sebaliknya, semakin rendah risiko yang di persepsikan oleh pengguna, maka akan dapat meningkatkan minat pengguna dalam menggunakan layanan fintech e-wallet (Paramitha & Mahyuni, 2022).

Menurut penelitian yang dilakukan oleh Nelyumna, *et.al* (2022) variabel persepsi risiko berpengaruh negatif signifikan terhadap minat penggunaan e-wallet. Selain itu menurut penelitian yang dilakukan oleh Rodiah & Melati (2020) menunjukkan hasil bahwa variabel persepsi risiko juga berpengaruh negatif terhadap minat menggunakan fintech e-wallet.

H3: Persepsi risiko berpengaruh negatif terhadap minat penggunaan layanan *fintech e-wallet* ShopeePay pada generasi Z di Kabupaten Sleman.

2.3.4 Pengaruh Kepercayaan Terhadap Minat Penggunaan Fintech E-wallet.

Kepercayaan merupakan keyakinan pada diri pengguna bahwa perusahaan jasa layanan fintech (e-wallet) yang dipercayai akan memenuhi segala kewajibannya dengan baik dan sesuai dengan yang diharapkan oleh pengguna. Kepercayaan pada layanan fintech sistem pembayaran

digital (*e-wallet*) memiliki pengaruh yang cukup besar pada minat pengguna dalam melakukan transaksi (Pratiwi & Sofwan, 2022). Semakin tinggi tingkat kepercayaan masyarakat terhadap penggunaan layanan keuangan tinggi, maka masyarakat akan cenderung merasa puas sehingga minat masyarakat dalam menggunakan *e-wallet* juga akan semakin meningkat.

Menurut penelitian yang dilakukan oleh Nizar & Yusuf (2022) variabel kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan *fintech e-wallet*, selain itu penelitian yang dilakukan oleh Utami, M.K (2021) menunjukkan hasil bahwa variabel kepercayaan juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan *fintech e-wallet*.

H4: Kepercayaan berpengaruh positif terhadap minat penggunaan layanan *fintech e-wallet* ShopeePay pada generasi Z di Kabupaten Sleman.

2.3.5 Pengaruh Keamanan Terhadap Minat Penggunaan Fintech E-wallet.

Keamanan memang menjadi faktor yang penting dalam melakukan transaksi secara digital. Keamanan membantu pengguna dalam membangun kepercayaan, mengembangkan sikap dan memunculkan niat positif untuk mengadopsi suatu inovasi teknologi. Keamanan merupakan sejauh mana masyarakat sebagai pengguna layanan keuangan digital (*e-wallet*) yakin bahwa teknologi tersebut aman untuk digunakan (Khoiriyah, *et.al.*, 2023). Semakin baik sistem keamanan yang dimiliki oleh perusahaan penyedia layanan *fintech e-wallet* dalam menjaga informasi pribadi para penggunanya, maka akan semakin tinggi minat pengguna dalam menggunakannya.

Menurut penelitian yang dilakukan oleh Utami, M.K (2021) bahwa keamanan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap minat generasi milenial dalam menggunakan *fintech e-wallet*. Selain itu menurut penelitian yang dilakukan oleh Khoiriyah, *et.al* (2023) menunjukkan hasil bahwa variabel keamanan juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan *fintech e-wallet*.

H5: Keamanan berpengaruh positif terhadap minat penggunaan layanan *fintech e-wallet* ShopeePay pada generasi Z di Kabupaten Sleman.

BAB III
METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian dan Sumber Data

Penelitian ini merupakan jenis penelitian kausal komparatif *(causal comparative research)*, hal tersebut disebabkan karena penelitian kausal komparatif merupakan penelitian yang menggambarkan mengenai sebab dan akibat antara dua variabel maupun lebih. Penelitian ini menggambarkan hubungan antara variabel independen yang terdiri dari persepsi kemudahan penggunaan, persepsi manfaat, persepsi risiko, kepercayaan, dan keamanan terhadap variabel dependen yaitu minat penggunaan layanan fintech e-wallet ShopeePay. Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu data primer dengan menggunakan metode kuantitatif berupa angka atau data yang diangkakan.

3.2 Populasi dan Sampel Penelitian

Menurut Sugiyono (2016) populasi merupakan wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang memiliki kualitas dan karakteristik tertentu yang telah ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari lalu kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini yaitu seluruh generasi Z di Kabupaten Sleman yang sedang atau pernah menggunakan layanan fintech e-wallet ShopeePay sebagai alat transaksi pembayaran non tunai (*cashless*). Dipilihnya responden generasi Z yang berada di Kabupaten Sleman dalam penelitian ini karena berdasarkan pra survey yang peneliti lakukan, sebagian besar generasi Z di Kabupaten Sleman merupakan pengguna layanan fintech e-wallet ShopeePay sebagai alat untuk bertransaksi.

Menurut Sugiyono (2016) sampel merupakan bagian dari jumlah dan karakteristik yang miliki oleh populasi. Perhitungan jumlah sampel pada penelitian ini dilakukan dengan menggunakan rumus Hair, rumus Hair digunakan karena ukuran populasi yang belum diketahui secara pasti. Hair et.al (1998) menyarankan bahwa jumlah sampel yang diambil yaitu minimal 5 dikali jumlah indikator yang digunakan dalam penelitian, ukuran sampel yang sesuai adalah antara 100-200. Adapun jumlah sampel dalam penelitian ini adalah 100 generasi Z yang didapat dari jumlah indikator sebanyak 20 dikali 5. Teknik pengambilan sampel yang dilakukan adalah menggunakan teknik *purposive sampling* karena peneliti mempunyai pertimbangan tertentu dalam pengambilan sampel dengan menggunakan kriteria yaitu sebagai berikut;

1. Generasi Z di Kabupaten Sleman
2. Sedang menggunakan layanan fintech e-wallet ShopeePay sebagai metode transaksi pembayaran

3.3 Metode Pengumpulan data

Metode pengumpulan data yang dilakukan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan angket/kuesioner yang telah disusun. Adapun tujuan pengumpulan data menggunakan kuesioner bertujuan untuk mengukur variabel independen dan dependen dalam penelitian ini. Responden akan diminta untuk menjawab beberapa pertanyaan yang telah disediakan oleh peneliti sesuai dengan pendapat dari responden. Penyebaran kuesioner akan dilakukan melalui sosial media seperti Whatsapp, Line, Telegram, dan Instagram dalam bentuk Google Form. Seluruh instrumen pada kuesioner akan diukur menggunakan skala Likert dengan nilai/skor 1 sampai 5. Alternatif jawaban dari penilaian kuesioner tersebut adalah sebagai berikut:

Skala 1: Sangat Tidak Setuju (STS)
Skala 2: Tidak Setuju (TS)
Skala 3: Ragu-Ragu (RG)
Skala 4: Setuju (S)
Skala 5: Sangat Setuju (SS)

3.4 Definisi dan Pengukuran Variabel

Penelitian ini menggunakan dua jenis variabel dimana Minat Penggunaan Layanan Fintech E-wallet ShopeePay merupakan variabel dependen, sedangkan Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Manfaat, Persepsi risiko, Kepercayaan, dan Keamanan merupakan variabel independen. Adapun penjelasan definisi operasional mengenai variabel tersebut diantaranya yaitu sebagai berikut.

3.4.1 Variabel Dependen

1. Minat Penggunaan layanan fintech e-wallet ShopeeePay

   Minat menggunakan e-wallet ShopeePay merupakan keinginan dan ketertarikan pengguna untuk menggunakan layanan fintech e-wallet ShopeePay sebagai alat transaksi keuangan digital. Berikut adalah indikator variabel minat penggunaan layanan fintech e-wallet.

Tabel 3. 1 Indikator Variabel Minat Penggunaan Layanan Fintech E-Wallet

Variabel	Indikator	Butir Nomor	Sumber
Minat Penggunaan Layanan Fintech e-wallet "ShopeePay"	1. Keinginan untuk menggunakan 2. Selalu mencoba menggunakan 3. Terus menggunakan di masa yang akan datang. (Jogiyanto, 2007)	1,2,3,4,5,6	Rodiah (2020), Fatmawati (2022), Wijayanti (2017)

3.4.2 Variabel Independen

1. Persepsi Kemudahan Penggunaan

Persepsi kemudahan penggunaan merupakan perasaan pengguna mengenai sejauh mana pengguna percaya bahwa layanan fintech e-wallet ShopeePay mudah untuk digunakan, dipelajari dan tidak membutuhkan banyak usaha. Berikut adalah indikator variabel persepsi kemudahan penggunaan.

Tabel 3. 2 Indikator Variabel Persepsi Kemudahan Penggunaan

Variabel	Indikator	Butir Nomor	Sumber
Persepsi Kemudahan Penggunaan (*Perceived ease of use*)	1. Sistem jelas dan mudah dimengerti (*clear and understandable*) 2. Tidak memerlukan banyak usaha (*does not require a lot mental effort*) 3. Mudah digunakan (*easy to use*) 4. Mudah dioperasikan sesuai dengan keinginan (*easy to get the sistem to do whats user wants to do)* (Venkatesh & Davis, 2000)	7,8,9,10,11,12,13,14	Kim et.al (2010), Rany (2023), Rodiah (2020), Hinati (2019), Fatmawati (2022), Zakkiyah (2020)

2. Persepsi Manfaat

Persepsi manfaat merupakan keyakinan dalam diri pengguna bahwa dengan menggunakan layanan fintech e-wallet ShopeePay akan memberikan manfaat ketika melakukan transaksi keuangan, meningkatkan produktivitas dan efektivitas, serta meningkatkan kinerja pekerjaannya. Berikut adalah indikator variabel persepsi manfaat.

Tabel 3. 3 Indikator Variabel Persepsi Manfaat

Variabel	Indikator	Butir Nomor	Sumber
Persepsi Manfaat (*Perceived Usefullness*)	1. Sistem bermanfaat (*the system is usfully*) 2. Meningkatkan produktivitas (*increase productivity*) 3. Meningkatkan Efektivitas (*effectiveness*) 4. Meningkatkan kinerja pekerjaan (*job performance*) (Venkatesh & Davis, 2000)	15,16,17,18, 19,20,21,22	Kim et.al (2010), Rodiah (2020), Rany, A (2023), Zakkiyah (2020)

3. Persepsi Risiko

Persepsi Risiko merupakan persepsi mengenai ketidakpastian dan kemungkinan adanya konsekuensi negatif yang tidak diinginkan oleh pengguna ketika menggunakan layanan fintech e-wallet ShopeePay. Berikut adalah indikator variabel persepsi Risiko.

Tabel 3. 4 Indikator Variabel Persepsi Risiko

Variabel	Indikator	Butir Nomor	Sumber
Persepsi Risiko (*Perceived Risk*)	1. Kekhawatiran berupa adanya risiko tertentu 2. Mengalami kerugian 3. Pemikiran bahwa berisiko (Pavlou, 2003)	23,24,25,26, 27,28	Rodiah (2020), Fatmawati, N (2022), Nuriyuha (2022)

4. Kepercayaan

Kepercayaan adalah keyakinan seseorang kepada pihak lain bahwa pihak lain tersebut dapat dipercayai sesuai dengan apa yang diharapkan. Kepercayaan pada diri pengguna dapat membantu pengguna untuk mengatasi kekhawatiran yang dihadapinya

dalam mengggunakan layanan fintech e-wallet ShopeePay. Berikut adalah indikator variabel kepercayaan.

Tabel 3. 5 Indikator Variabel Kepercayaan

Variabel	Indikator	Butir Nomor	Sumber
Kepercayaaan (*Trust*)	1. Kemampuan (*ability*) 2. Kebaikan hati (*benevolence*) 3. Integritas (*integrity*) (Mayer, Davis & Schoorman, 1995)	29,30,31,32, 33,34	Rodiah (2020), Hinati (2019)

5. Keamanan

Keamanan merupakan faktor yang dapat mendorong minat seseorang untuk menggunakan e-wallet. Keamanan sangat penting untuk dipertimbangkan karena sebagai jaminan privasi pada pengguna e-wallet. Keamanan pada layanan fintech e-wallet ShopeePay perlu dipertimbangkan oleh pengguna untuk melindungi dari ancaman kejahatan. Berikut adalah indikator variabel keamanan.

Tabel 3. 6 Indikator Variabel Keamanan

Variabel	Indikator	Butir Nomor	Sumber
Keamanan (*Security*)	1. Tidak khawatir memberikan informasi 2. Percaya bahwa informasi dilindungi 3. Percaya bahwa keamanan uang yang ada di dalam e-wallet atau uang elektronik terjamin pada saat transaksi. (Waspada, 2012)	35,36,37,38, 39,40	Rany (2023), Hinati (2019), Arisa (2023)

3.5 Uji Validitas

Uji validitas merupakan sebuah uji yang bertujuan untuk mengetahui valid atau tidaknya data kuesioner dalam penelitian. Kuesioner penelitian dapat dinyatakan valid apabila pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut (Ghozali, 2018). Pembuktian uji validitas instrumen yang digunakan dalam

penelitian ini diuji menggunakan program pengolahan data IBM SPSS *Statistic* 23, nilai validitas akan dicari dengan taraf kesalahan sebesar 0,05 atau 5% dengan pengambilan keputusan pengujian validitas sebagai berikut:

1. Jika r hitung > r tabel maka kuesioner yang digunakan sebagai alat ukur penelitian dinyatakan valid atau dapat digunakan dalam penelitian.
2. Jika r hitung < r tabel maka kuesioner yang digunakan sebagai alat ukur penelitian dinyatakan tidak valid atau tidak dapat digunakan dalam penelitian.

3.6 Uji Reliabilitas

Uji reabilitas merupakan sebuah uji yang digunakan untuk mengetahui tingkat konsistensi suatu alat ukur, sehingga dapat digunakan untuk mengukur variabel penelitian. Kuesioner penelitian dapat dikatakan reliabel apabila jawaban responden terhadap pernyataan konsisten dari waktu ke waktu (Ghozali, 2018). Untuk mengukur reliabilitas variabel dilakukan dengan menggunakan uji statistik Cronbach Alpha (α), dengan dasar pengambilan keputusan pengujian reliabilitas sebagai berikut:

1. Jika nilai Cronbach alpha > 0,6 maka kuesioner tersebut dinyatakan reliabel
2. Jika nilai Cronbach alpha < 0,6 maka kuesioner dinyatakan tidak reliabel

3.7 Uji Asumsi Klasik

3.7.1 Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan untuk menguji apakah didalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal (Ghozali, 2018). Persamaan regresi dapat dikatakan baik jika mempunyai data variabel bebas dan data variabel terikat berdistribusi mendekati normal. Uji normalitas dalam penelitian ini menggunakan uji statistik Kolmogorov-Smirnov Test. Alat uji ini digunakan untuk memberikan angka-angka yang lebih detail untuk menguatkan apakah terjadi normalitas atau tidak dari data-data yang digunakan. Data dikatakan normal jika nilai signifikansi uji Kolmogorov-Smirnov > 0,05 (Ghozali, 2018).

3.7.2 Uji Multikolinearitas

Uji Multikolinearitas dilakukan untuk menguji apakah didalam model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel independen atau tidak. Model regresi yang baik seharusnya menunjukkan bahwa tidak terjadi korelasi diantara variabel independen (Ghozali, 2018). Untuk mengetahui terjadi atau tidaknya multikolonieritas didalam model regresi, maka

pengujian multikolinearitas dilakukan dengan melihat nilai *Tolerance* dan *Variance Inflation Factor* (VIF). Jika nilai *Tolerance* > 0,100 dan nilai VIF < 10,00 maka dinyatakan tidak terjadi multikolinearitas, sedangkan jika nilai *Tolerance* < 0,100 dan nilai VIF > 10,00 maka dinyatakan terjadi multikolinearitas.

3.7.3 Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas dilakukan untuk menguji apakah didalam model regresi terjadi perbedaan varians dari residual satu pengamat ke pengamat yang lain. Jika variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lainnya tetap, maka disebut homokedastisitas, namun apabila pengamatan tersebut berbeda maka disebut heterokedastisitas. Model regresi yang baik seharusnya homoskedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas (Ghozali, 2018). Untuk mengetahui terjadi atau tidaknya heteroskedastisitas didalam model regresi maka pengujian heteroskedastisitas dilakukan dengan menggunakan uji Glejser. Uji Glejser digunakan untuk mengetahui apakah model regresi memiliki indikasi heteroskedastisitas dengan cara meregresikan semua variabel bebas (*independent*) terhadap nilai mutlak residualnya. Jika nilai signifikansi antara variabel independen dengan nilai mutlak residual > 0,05 maka dinyatakan tidak terjadi heteroskedastisitas, sedangkan jika nilai signifikansi antara variabel independen dengan nilai mutlak residual < 0,05 maka dinyatakan terjadi heteroskedastisitas.

3.8 Analisis Regresi Berganda

Metode analisis dalam penelitian ini menggunakan analisis regresi berganda (Multiple Regression Analysis) untuk mengukur hubungan antara dua variabel atau lebih. Analisis regresi linear berganda digunakan untuk mengetahui arah dan seberapa besar pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen (Ghozali, 2018). Penelitian ini menggunakan lima variabel independen, sehingga rumus model regresi yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

$$MIN = \alpha + \beta_1 PKP + \beta_2 PM + \beta_3 PR + \beta_4 KP + \beta_5 KA + e$$

Keterangan:

MIN = Minat menggunakan fintech e-wallet ShopeePay

α = konstanta

β_1 = Koefisien regresi persepsi kemudahan penggunaan

β_2 = Koefisien regresi persepsi manfaat

β_3 = Koefisien regresi persepsi risiko

β_4 = koefisien regresi kepercayaan

β_5 = Koefisien regresi keamanan

PKP = Persepsi kemudahan penggunaan

PM = Persepsi manfaat

PR = Persepsi risiko

KP = Kepercayaan

KA = Keamanan

e = *error term*

3.9 Uji Hipotesis

Pengujian hipotesis dalam penelitian ini menggunakan Uji t, Uji F, dan menguji koefisien determinasi (R2).

3.9.1 Uji T (parsial)

Uji t (parsial) adalah uji hipotesis penelitian yang digunakan untuk mengetahui besarnya pengaruh dari masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen (Gozali, 2018). Berikut adalah kriteria penggunaan uji t pada saat tingkat $\alpha = 5\%$ (0,05)

1) Jika nilai signifikansi < 0,05 maka hipotesis diterima, dan mendapatkan pengaruh yang signifikan antara variabel independen secara individual terhadap variabel dependen (H0 ditolak dan Ha diterima).
2) Jika nilai signifikansi > 0,05 maka hipotesis ditolak, dan mendapatkan pengaruh yang tidak signifikan antara variabel independen secara individual terhadap variabel dependen (H0 diterima Ha ditolak).

3.9.2 Uji F (simultan)

Uji F digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen berpengaruh secara bersama-sama (simultan) terhadap variabel dependen (Ghozali, 2018). Dengan kriteria sebagai berikut:

1) Jika nilai F hitung > F tabel dengan tingkat nilai signifikannya < 0,05, maka hal ini menunjukkan bahwa variabel independen berpengaruh secara bersama-sama (simultan) terhadap variabel dependen.

2) Jika nilai F hitung < F tabel dengan tingkat nilai signifikannya > 0,05, maka hal ini menunjukkan bahwa variabel independen tidak berpengaruh secara bersama-sama (simultan) terhadap variabel dependen.

3.9.3 Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi digunakan untuk mengukur kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen (Ghozali, 2018). Nilai koefisien determinasi memiliki range antara nol dan satu ($0 < R^2 < 1$). Jika nilai R^2 semakin tinggi atau mendekati 1 maka pengaruhnya semakin baik, sedangkan jika nilai R^2 semakin rendah atau mendekati 0 maka pengaruhnya semakin buruk, atau variabel independen secara keseluruhan tidak dapat menjelaskan variabel dependen.

BAB IV
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Pengambilan Data

Data yang digunakan pada penelitian ini merupakan data primer yang diperoleh dengan menyebar kuesioner kepada responden melalui social media seperti Whatsapp, Line, Telegram, dan Instagram dalam bentuk Google Form. Adapun teknik pengambilan sampel yang dilakukan adalah menggunakan teknik *purposive sampling* karena peneliti mempunyai pertimbangan tertentu dalam pengambilan sampel yaitu generasi Z di Kabupaten Sleman yang sedang atau pernah menggunakan layanan fintech e-wallet ShopeePay sebagai alat transaksi. Berikut adalah rangkuman hasil pendataan survei yang disajikan pada tabel 4.1.

Tabel 4. 1 Hasil Pengumpulan Data

Keterangan	Jumlah
Kuesioner yang dibagikan	100
Kuesioner yang Kembali	100
Kuesioner yang tidak dapat diproses (tidak menjawab pernyataan dengan lengkap)	0
Kuesioner yang dapat diolah	100

Sumber: Data primer yang diolah, 2023.

4.2 Karakteristik Responden

4.2.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Berikut ini adalah jumlah responden serta besarnya presentase responden berdasarkan jenis kelamin yang disajikan pada tabel 4.2 dibawah ini:

Tabel 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah Responden	Persentase
Perempuan	78	78%
Laki-laki	22	22%
Total	100	100%

Sumber: Data primer yang diolah, 2023.

Berdasarkan tabel diatas, dapat diketahui bahwa jumlah responden yang berjenis kelamin perempuan yaitu sebanyak 78 responden dengan persentase 78% dan jumlah responden yang berjenis kelamin laki-laki yaitu sebanyak 22 responden dengan persentase

22%. Jika dilihat dari total keseluruhan, diketahui bahwa responden perempuan lebih unggul dibandingkan dengan responden laki-laki.

4.2.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Berikut ini adalah jumlah responden serta besarnya presentase responden berdasarkan usia yang disajikan pada tabel 4.3 dibawah ini:

Tabel 4. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Usia	Jumlah Responden	Persentase
20-25	93	93%
26-30	6	6%
31-35	0	0%
36-43	1	1%
Total	100	100%

Sumber: Data primer yang diolah, 2023.

Berdasarkan tabel 4.3 diatas, dapat diketahui bahwa jumlah responden dengan usia antara 20-25 tahun yaitu sebanyak 93 responden dengan persentase 93%, kemudian jumlah responden dengan usia antara 26-30 tahun yaitu sebanyak 6 responden dengan persentase 6%, responden dengan usia 31-35 tahun sebanyak 0 responden dengan persentase 0%, dan responden dengan usia 36-43 yaitu sebanyak 1 responden dengan persentase 1%. Berdasarkan hasil tersebut diketahui bahwa responden yang paling dominan mengisi kuesioner paling banyak adalah responden dengan rentang usia 20-25 tahun.

4.2.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Kecamatan

Berikut ini adalah jumlah responden serta besarnya presentase responden berdasarkan kecamatan yang disajikan pada tabel 4.4 dibawah ini:

Tabel 4. 4 Karakteristik Responden Berdasarkan Kecamatan

Kecamatan	Jumlah Responden	Persentase
Berbah	4	4%
Cangkringan	4	4%
Depok	25	25%
Godean	1	1%
Kalasan	14	14%
Minggir	1	1%
Mlati	2	2%
Moyudan	2	2%
Ngaglik	18	18%
Ngemplak	8	8%

Prambanan	2	2%
Sleman	17	17%
Tempel	1	1%
Turi	1	1%
Total	100	100%

Sumber: Data primer yang diolah, 2023.

Berdasarkan tabel 4.4 diatas, dapat diketahui bahwa jumlah responden yang mengisi kuesioner terbanyak adalah berasal dari Kecamatan Depok yaitu sebanyak 25 responden dengan persentase sebesar 25%, kemudian Kecamatan Ngaglik sebanyak 18 responden dengan persentase 18%, Kecamatan Sleman sebanyak 17 responden dengan persentase sebesar 17%, Kecamatan Kalasan sebanyak 14 responden dengan persentase sebesar 14%, Kecamatan Ngemplak sebanyak 8 responden dengan persentase 8%, Kecamatan Berbah dan Cangkringan sebanyak 4 responden dengan persentase 4%, Kecamatan Mlati, Moyudan, dan Prambanan sebanyak 2 responden dengan persentase sebesar 2%, Kecamatan Godean, Minggir, Tempel dan Turi sebanyak 1 responden dengan persentase 1% dan Kecamatan Gamping, Pakem dan Seyegan sebanyak 0 responden dengan persentase 0%.

4.2.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

Berikut ini adalah jumlah responden serta besarnya presentase responden berdasarkan pekerjaan yang disajikan pada tabel 4.5 dibawah ini:

Tabel 4. 5 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

Pekerjaan	Jumlah Responden	Persentase
Pelajar/Mahasiswa	49	49%
Pegawai Swasta	25	25%
Pegawai Negeri	3	3%
Wirausaha	7	7%
Lainnya	16	16%
Total	100	100%

Sumber: Data primer yang diolah, 2023.

Berdasarkan tabel 4.5 diatas, dapat diketahui bahwa responden yang paling banyak mengisi kuesioner ini sebagian besar adalah pelajar/mahasiswa yaitu sebanyak 49 responden dengan persentase sebesar 49%. Responden yang bekerja sebagai pegawai swasta sebanyak 25 responden dengan persentase sebesar 25%. Responden yang bekerja lainnya yaitu sebanyak 16 responden dengan persentase 16%. Responden yang bekerja sebagai wiraswasta yaitu sebanyak 7 responden dengan persentase sebesar 7%. Dan responden yang bekerja sebagai pegawai negeri yaitu sebanyak 3 responden dengan persentase sebesar 3%.

4.2.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan

Berikut ini adalah jumlah responden serta besarnya presentase responden berdasarkan penghasilan yang disajikan pada tabel 4.6 dibawah ini:

Tabel 4. 6 Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan

Penghasilan	Jumlah Responden	Persentase
< Rp 1.000.000	37	37%
Rp 1.000.000 - Rp 3.000.000	46	46%
Rp 3.000.000 - Rp 5.000.000	14	14%
> Rp 5.000.000	3	3%
Total	100	100%

Sumber: Data primer yang diolah, 2023.

Berdasarkan tabel 4.6 diatas, dapat diketahui bahwa jumlah responden dengan penghasilan < Rp 1.000.000 yaitu sebanyak 37 responden dengan persentase sebesar 37%. Responden dengan penghasilan Rp 1.000.000 - Rp 3.000.000 sebanyak 46 responden dengan persentase sebesar 46%. Responden dengan penghasilan Rp 3.000.000 - Rp 5.000.000 sebanyak 14 responden dengan persentase sebesar 14%. Dan responden dengan penghasilan > Rp 5.000.000 sebanyak 3 responden dengan persentase sebesar 3%.

4.3 Statistik Deskriptif

Tabel 4. 7 Hasil Statistik Deskriptif

Variabel	N	Min	Max	Mean	Std. Dev
Persepsi Kemudahan Penggunaan (PKP)	100	12	40	34,2800	5,28401
Persepsi Manfaat (PM)	100	8	40	32,9900	5,72518
Persepsi Resiko (PR)	100	6	30	19,5000	5,85429
Kepercayaan (KP)	100	6	30	24,2600	4,01165
Keamanan (KA)	100	6	30	22,5200	4,05388
Minat Penggunaan *Fintech E-Wallet* "ShopeePay" (MIN)	100	6	30	24,1900	4,41690

Sumber: Data primer diolah menggunakan SPSS 23, 2023.

Berdasarkan hasil dari statistik deskriptif pada tabel diatas, berikut adalah penjelasannya:

1. Pada variabel persepsi kemudahan penggunaan (PKP) didapatkan nilai *Minimum* sebesar 12, nilai *Maximum* sebesar 40, nilai *Mean* sebesar 34,2800, dengan nilai Standar Devisiasi yaitu 5,28401. Pada variabel ini membuktikan bahwa nilai *Mean* lebih besar dibandingkan nilai Standar Devisiasi, dan memperlihatkan bahwa hal

tersebut sangat baik, sehingga penyebaran data menunjukkan hasil yang normal dan tidak menyebarkan bias pada data.

2. Pada variabel persepsi manfaat (PM) didapatkan nilai *Minimum* sebesar 8, nilai *Maximum* sebesar 40, nilai *Mean* sebesar 32,9900, dengan nilai Standar Devisiasi yaitu 5,72518. Pada variabel ini membuktikan bahwa nilai *Mean* lebih besar dibandingkan nilai Standar Devisiasi, dan memperlihatkan bahwa hal tersebut sangat baik, sehingga penyebaran data menunjukkan hasil yang normal dan tidak menyebarkan bias pada data.
3. Pada variabel persepsi risiko (PR) didapatkan nilai *Minimum* sebesar 6, nilai *Maximum* sebesar 30, nilai *Mean* sebesar 19,5000, dengan nilai Standar Devisiasi yaitu 5,85429. Pada variabel ini membuktikan bahwa nilai *Mean* lebih besar dibandingkan nilai Standar Devisiasi, dan memperlihatkan bahwa hal tersebut sangat baik, sehingga penyebaran data menunjukkan hasil yang normal dan tidak menyebarkan bias pada data.
4. Pada variabel kepercayaan (KP) didapatkan nilai *Minimum* sebesar 6, nilai *Maximum* sebesar 30, nilai *Mean* sebesar 24,2600, dengan nilai Standar Devisiasi yaitu 4,01165. Pada variabel ini membuktikan bahwa nilai *Mean* lebih besar dibandingkan nilai Standar Devisiasi, dan memperlihatkan bahwa hal tersebut sangat baik, sehingga penyebaran data menunjukkan hasil yang normal dan tidak menyebarkan bias pada data.
5. Pada variabel keamanan (KA) didapatkan nilai *Minimum* sebesar 6, nilai *Maximum* sebesar 30, nilai *Mean* sebesar 22,5200, dengan nilai Standar Devisiasi yaitu 4,05388. Pada variabel ini membuktikan bahwa nilai *Mean* lebih besar dibandingkan nilai Standar Devisiasi, dan memperlihatkan bahwa hal tersebut sangat baik, sehingga penyebaran data menunjukkan hasil yang normal dan tidak menyebarkan bias pada data.
6. Pada variabel minat penggunaan fintech e-wallet "ShopeePay" (MIN) didapatkan nilai *Minimum* sebesar 6, nilai *Maximum* sebesar 30, nilai *Mean* sebesar 24,1900, dengan nilai Standar Devisiasi yaitu 4,41690. Pada variabel ini membuktikan bahwa nilai *Mean* lebih besar dibandingkan nilai Standar Devisiasi, dan memperlihatkan bahwa hal tersebut sangat baik, sehingga penyebaran data menunjukkan hasil yang normal dan tidak menyebarkan bias pada data.

4.4 Hasil Uji Validitas

Uji validitas merupakan sebuah uji yang bertujuan untuk mengetahui valid atau tidaknya data kuesioner dalam penelitian. Kuesioner penelitian dapat dinyatakan valid apabila pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut (Ghozali, 2018). Uji validitas instrumen yang digunakan dalam penelitian ini diuji menggunakan program pengolahan data IBM SPSS *Statistic* 23, nilai validitas akan dicari dengan taraf kesalahan sebesar 0,05 atau 5% yang berarti jika r hitung > r tabel maka kuesioner yang digunakan sebagai alat ukur penelitian dinyatakan telah valid atau layak digunakan. Adapun rumus untuk mencari r tabel adalah df = (N-2), sehingga dalam uji validitas ini ditemukan df = 30-2 dengan nilai signifikansi 0,05 (5%).

Tabel 4. 8 Hasil Uji Validitas

Variabel	Item Pernyataan	R hitung	R tabel	Kesimpulan
Persepsi Kemudahan Penggunaan (PKP)	PKP 1	0,776	0,361	Valid
	PKP 2	0,863	0,361	Valid
	PKP 3	0,631	0,361	Valid
	PKP 4	0,845	0,361	Valid
	PKP 5	0,817	0,361	Valid
	PKP 6	0,733	0,361	Valid
	PKP 7	0,715	0,361	Valid
	PKP 8	0,912	0,361	Valid
Persepsi Manfaat (PM)	PM 1	0,740	0,361	Valid
	PM 2	0,906	0,361	Valid
	PM 3	0,906	0,361	Valid
	PM 4	0,892	0,361	Valid
	PM 5	0,825	0,361	Valid
	PM 6	0,874	0,361	Valid
	PM 7	0,839	0,361	Valid
	PM 8	0,700	0,361	Valid
Persepsi Risiko (PR)	PR 1	0,679	0,361	Valid
	PR 2	0,821	0,361	Valid
	PR 3	0,714	0,361	Valid
	PR 4	0,843	0,361	Valid
	PR 5	0,892	0,361	Valid
	PR 6	0,749	0,361	Valid
Kepercayaan (KP)	KP 1	0,707	0,361	Valid
	KP 2	0,893	0,361	Valid
	KP 3	0,874	0,361	Valid
	KP 4	0,819	0,361	Valid

	KP 5	0,842	0,361	Valid
	KP 6	0,646	0,361	Valid
Keamanan (KA)	KA 1	0,763	0,361	Valid
	KA 2	0,784	0,361	Valid
	KA 3	0,766	0,361	Valid
	KA 4	0,795	0,361	Valid
	KA 5	0,760	0,361	Valid
	KA 6	0,690	0,361	Valid
Minat Penggunaan Fintech E-Wallet "ShopeePay" (MIN)	MIN 1	0,803	0,361	Valid
	MIN 2	0,923	0,361	Valid
	MIN 3	0,873	0,361	Valid
	MIN 4	0,828	0,361	Valid
	MIN 5	0,918	0,361	Valid
	MIN 6	0,818	0,361	Valid

Sumber: Data primer yang diolah, 2023.

Berdasarkan hasil uji validitas pada tabel diatas, dapat diketahui bahwa seluruh variabel menunjukkan nilai r hitung > r tabel, yang berarti bahwa seluruh pernyataan pada kuesioner yang digunakan dalam penelitian ini dinyatakan valid atau layak digunakan untuk mengukur variabel yang ingin diukur.

4.5 Hasil Uji Reliabilitas

Uji reabilitas merupakan sebuah uji yang digunakan untuk mengetahui tingkat konsistensi suatu alat ukur, sehingga dapat digunakan untuk mengukur variabel penelitian. Untuk mengukur reliabilitas variabel dilakukan dengan menggunakan uji statistik *Cronbach Alpha* (α), jika nilai *Cronbach Alpha* > 0,60 maka variabel penelitian dapat dikatakan reliabel. Berikut ini adalah hasil dari uji reliabilitas:

Tabel 4. 9 Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	*Cronchbach's Alpha*	Kriteria	Hasil
Minat Menggunakan Layanan Fintech E-Wallet ShopeePay (MIN)	0,929	>0,60	Reliabel
Persepsi Kemudahan Penggunaan (PKP)	0,913	>0,60	Reliabel
Persepsi Manfaat (PM)	0,936	>0,60	Reliabel
Persepsi Risiko (PR)	0,874	>0,60	Reliabel
Kepercayaan (KP)	0,886	>0,60	Reliabel
Keamanan (KA)	0,837	>0,60	Reliabel

Sumber: Data primer yang diolah, 2023.

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa nilai cronchbach's alpha untuk variabel minat menggunakan layanan fintech e-wallet ShopeePay yaitu sebesar 0,929. Variabel persepsi kemudahan penggunaan yaitu sebesar 0,913. Variabel persepsi manfaat yaitu sebesar 0,936. Variabel persepsi risiko yaitu sebesar 0,874. Variabel kepercayaan yaitu sebesar 0,886. Dan variabel keamanan yaitu sebesar 0,837. Dari hasil uji reliabilitas tersebut dapat disimpulkan bahwa seluruh butir pernyataan atau sebanyak 40 butir pernyataan pada kuesioner penelitian ini reliabel karena didapatkan nilai cronchbach's alpha pada semua variabel >0,6. Hal ini menunjukkan bahwa setiap item/butir pernyataan yang digunakan akan dapat memperoleh data yang konsisten.

4.6 Hasil Uji Asumsi Klasik

4.6.1 Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan untuk menguji apakah didalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal atau tidak (Ghozali, 2018). Uji normalitas dalam penelitian ini menggunakan uji statistik Kolmogorov-Smirnov Test yang diolah dengan IBM SPSS 23. Uji tersebut digunakan untuk memberikan angka-angka yang lebih detail untuk menguatkan apakah terjadi normalitas atau tidak dari data-data yang digunakan Adapun data dapat dikatakan normal jika nilai signifikansi uji Kolmogorov-Smirnov > 0,05.

Tabel 4. 10 Hasil Uji Normalitas

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters[a,b]	Mean	.0000000
	Std. Deviation	.208679842
Most Extreme Differences	Absolute	.084
	Positive	.057
	Negative	-.084
Test Statistic		.084
Asymp. Sig. (2-tailed)		.078[c]

Sumber: Data primer diolah menggunakan SPSS 23, 2023.

Berdasarkan tabel diatas, setelah dilakukan uji normalitas dengan menggunakan uji statistic Kolmogorov-Smirnov Test, diperoleh nilai Asymp. Sig. (2-tailed) yang yaitu sebesar

0,078 > 0,05, sehingga dapat disimpulkan bahwa data yang digunakan telah berdistribusi secara normal, karena nilai signifikansi yang didapat lebih besar dari 0,05.

4.6.2 Uji Multikolinearitas

Uji Multikolinearitas dilakukan untuk menguji apakah didalam model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel independen atau tidak. Pengujian multikolinearitas dilakukan dengan melihat nilai *Tolerance* dan *Variance Inflation Factor* (VIF). Jika nilai *Tolerance* > 0,100 dan nilai VIF < 10,00 maka dinyatakan tidak terjadi multikolinearitas, sedangkan jika nilai *Tolerance* < 0,100 dan nilai VIF > 10,00 maka dinyatakan terjadi multikolinearitas.

Tabel 4. 11 Hasil Uji Multikolinearitas

Variabel	*Tolerance*	VIF	Kesimpulan
Persepsi Kemudahan penggunaan (PKP)	0,364	2,745	Tidak terjadi gejala multikolinearitas
Persepsi Manfaat (PM)	0,246	4,060	Tidak terjadi gejala multikolinearitas
Persepsi Risiko (PR)	0,916	1,091	Tidak terjadi gejala multikolinearitas
Kepercayaan (KP)	0,249	4,021	Tidak terjadi gejala multikolinearitas
Keamanan (KA)	0,532	1,880	Tidak terjadi gejala multikolinearitas

Sumber: Data primer diolah menggunakan SPSS 23, 2023

Berdasarkan hasil uji multikolinearitas pada tabel diatas, dapat diketahui bahwa seluruh variabel independen yang digunakan dalam penelitian memiliki nilai *Tolerance* > 0,100 dan nilai VIF < 10,00, sehingga dapat disimpulkan bahwa pada data tersebut tidak terjadi gejala multikolinearitas.

4.6.3 Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas dilakukan untuk menguji apakah didalam model regresi terjadi perbedaan varians dari residual satu pengamat ke pengamat yang lain. Model regresi yang baik seharusnya homoskedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas (Ghozali, 2018). Pengujian heteroskedastisitas dilakukan dengan menggunakan uji Glejser. Jika nilai signifikansi antara variabel independen dengan nilai mutlak residual > 0,05 maka dinyatakan tidak terjadi heteroskedastisitas, sedangkan jika nilai signifikansi antara variabel independen dengan nilai mutlak residual < 0,05 maka dinyatakan terjadi heteroskedastisitas.

Tabel 4. 12 Hasil Uji Heteroskedastisitas

Variabel	Sig	Batas	Kesimpulan
Persepsi Kemudahan penggunaan (PKP)	0,494	0,05	Tidak terjadi heteroskedastisitas
Persepsi Manfaat (PM)	0,660	0,05	Tidak terjadi heteroskedastisitas
Persepsi Risiko (PR)	0,149	0,05	Tidak terjadi heteroskedastisitas
Kepercayaan (KP)	0,391	0,05	Tidak terjadi heteroskedastisitas
Keamanan (KA)	0,079	0,05	Tidak terjadi heteroskedastisitas

Sumber: data primer diolah menggunakan SPSS 23, 2023.

Berdasarkan tabel diatas, dapat diketahui bahwa seluruh variabel independen dalam penelitian memiliki nilai signifikansi dengan nilai mutlak residual lebih besar dari 0,05, sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi gejala heteroskedastisitas atau asumsi uji heteroskedastisitas sudah terpenuhi.

4.7 Analisis Regresi Linear Berganda

Metode analisis dalam penelitian ini menggunakan analisis regresi berganda (Multiple Regression Analysis) untuk mengukur hubungan antara dua variabel atau lebih. Analisis regresi linear berganda digunakan untuk mengetahui arah dan seberapa besar pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Analisis regresi linear berganda dalam penelitian ini digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel independen yaitu persepsi kemudahan penggunaan (PKP), persepsi manfaat (PM), persepsi risiko (PR), kepercayaan (KP), dan keamanan (KA) terhadap variabel dependen yaitu minat penggunaan fintech e-wallet "ShopeePay" (MIN).

Tabel 4. 13 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

Variabel	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	Sig
	B	Std Error	Beta	
Constant	-2.453	1.906		0.201
Persepsi Kemudahan Penggunaan (PKP)	0.380	0.067	0.454	0.000
Persepsi Manfaat (PM)	0.392	0.076	0.509	0.000
Persepsi Risiko (PR)	0.041	0.038	0.054	0.291
Kepercayaan (KP)	-0.102	0.108	-0.093	0.345

Keamanan (KA)	0.105	0.073	0.096	0.152

Sumber: Data primer diolah menggunakan SPSS 23, 2023.

Berdasarkan dari hasil analisis regresi linear berganda pada tabel diatas, maka diperoleh persamaan sebagai berikut:

$MIN = \alpha + \beta_1 PKP + \beta_2 PM + \beta_3 PR + \beta_4 KP + \beta_5 KA + e$

MIN = -2.454 + 0.380 PKP + 0.392 PM + 0.041 PR – 0.102 KP + 0.105 KA + e

1. Didapatkan nilai konstanta yaitu sebesar -2.454, yang dapat diartikan bahwa apabila besarnya nilai seluruh variabel independen dianggap konstan pada angka 0, maka nilai minat penggunaan fintech e-wallet "ShopeePay" pada generasi Z di Kabupaten Sleman (MIN) akan bernilai negatif yaitu sebesar -2.454.
2. Koefisien regresi dari variabel persepsi kemudahan penggunaan (PKP) bernilai positif yaitu sebesar 0.380, yang dapat diartikan bahwa apabila variabel persepsi kemudahan penggunaan naik satu satuan, maka akan meningkatkan minat penggunaan *fintech e-wallet* "ShopeePay" pada generasi Z di Kabupaten Sleman yaitu sebesar 0.380.
3. Koefisien regresi dari variabel persepsi manfaat (PM) bernilai positif yaitu sebesar 0.392, yang dapat diartikan bahwa apabila variabel persepsi manfaat naik satu satuan, maka akan meningkatkan minat penggunaan *fintech e-wallet* "ShopeePay" pada generasi Z di Kabupaten Sleman yaitu sebesar 0.392.
4. Koefisien regresi dari variabel persepsi risiko (PR) bernilai positif yaitu sebesar 0.041, yang dapat diartikan bahwa apabila variabel persepsi risiko naik satu satuan, maka akan meningkatkan minat penggunaan *fintech e-wallet* "ShopeePay" pada generasi Z di Kabupaten Sleman yaitu sebesar 0.041.
5. Koefisien regresi dari variabel kepercayaan (KP) bernilai negatif yaitu sebesar -0.102, yang dapat diartikan bahwa apabila variabel kepercayaan naik satu satuan, maka minat penggunaan fintech e-wallet "ShopeePay" pada generasi Z di Kabupaten Sleman akan turun sebesar -0.102.
6. Koefisien regresi dari variabel keamanan (KA) bernilai positif yaitu sebesar 0.105, yang dapat diartikan bahwa apabila variabel keamanan naik satu satuan, maka akan meningkatkan minat penggunaan *fintech e-wallet* "ShopeePay" pada generasi Z di Kabupaten Sleman yaitu sebesar 0,105.

4.8 Pengujian Hipotesis

4.8.1 Uji t (Parsial)

Uji t (parsial) adalah uji hipotesis penelitian yang digunakan untuk mengetahui besarnya pengaruh dari masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen. Pengujian uji t ditentukan dengan membandingkan t hitung dengan t tabel berdasarkan signifikan 0,05 dan 2 sisi dengan derajat kebebasan df = n – k – 1, df = 100 – 5 – 1 = 94 (n adalah jumlah data responden dan k adalah jumlah variabel independent yang digunakan), sehingga t tabel yang diperoleh dari tabel statistik yaitu sebesar 1,985. Secara parsial dapat dijelaskan pada tabel dibawah ini.

Tabel 4. 14 Hasil Uji t

Variabel	t hitung	t tabel	Sig	Alpha	Keterangan
Persepsi Kemudahan penggunaan (PKP)	5,624	1,985	0,000	0,050	Signifikan
Persepsi Manfaat (PM)	5,180	1,985	0,000	0,050	Signifikan
Persepsi Risiko (PR)	1,061	1,985	0,291	0,050	Tidak Signifikan
Kepercayaan (KP)	-0,949	1,985	0,345	0,050	Tidak Signifikan
Keamanan (KA)	1,444	1,985	0,152	0,050	Tidak Signifikan

Sumber: Data primer diolah menggunakan SPSS 23, 2023.

Berdasarkan hasil pengujian uji t pada tabel diatas, dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Variabel Persepsi Kemudahan Penggunaan (PKP)
   Diperoleh nilai signifikan sebesar 0,000 < 0,050 dan nilai t hitung (5,624) > nilai t tabel (1,985) dengan nilai koefisien regresinya sebesar 0,380 sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan fintech e-wallet "ShopeePay" pada generasi Z di Kabupaten Sleman.
2. Variabel Persepsi Manfaat (PM)
   Diperoleh nilai signifikan sebesar 0,000 < 0,050 dan nilai t hitung (5,180) > nilai t tabel (1,985) dengan nilai koefisien regresinya sebesar 0,392 sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel persepsi manfaat berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan fintech e-wallet "ShopeePay" pada generasi Z di Kabupaten Sleman.
3. Variabel Persepsi Risiko (PR)

Diperoleh nilai signifikan sebesar 0,291 > 0,050 dan nilai t hitung (1,061) < nilai t tabel (1,985) dengan nilai koefisien regresinya sebesar 0,041 sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel persepsi risiko tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat penggunaan fintech e-wallet "ShopeePay" pada generasi Z di Kabupaten Sleman.

4. Variabel Kepercayaan (KP)

   Diperoleh nilai signifikan sebesar 0,345 > 0,050 dan nilai t hitung (-0,949) < nilai t tabel (1,985) dengan nilai koefisien regresinya sebesar -0,102 sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel kepercayaan tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat penggunaan fintech e-wallet "ShopeePay" pada generasi Z di Kabupaten Sleman.

5. Variabel Keamanan (KA)

   Diperoleh nilai signifikan sebesar 0,152 > 0,050 dan nilai t hitung (1,444) < nilai t tabel (1,985) dengan nilai koefisien regresinya sebesar 0,105 sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel keamanan tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat penggunaan fintech e-wallet "ShopeePay" pada generasi Z di Kabupaten Sleman.

4.8.2 Uji f (Simultan)

Uji F merupakan pengujian yang digunakan untuk mengetahui apakah seluruh variabel independen berpengaruh secara bersama-sama (simultan) terhadap variabel dependen. Pengujian uji f ditentukan dengan membandingkan f hitung dengan f tabel berdasarkan signifikan 0,050. F tabel df1 = k (jumlah variabel independen) = 5, df2 = n – k – 1 = 100 – 5 – 1 = 94, sehingga f tabel yang diperoleh dari tabel statistik yaitu sebesar 2,31.

Tabel 4. 15 Hasil Uji f

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig
Regression	1500,272	5	300,054	65,423	0,000
Residual	431,118	94	4,586		
Total	1931,390	99			

Sumber: Data primer diolah menggunakan SPSS 23, 2023.

Berdasarkan hasil pengujian uji F pada tabel diatas, diperoleh nilai f hitung (65,423) > nilai f tabel (2,31) dengan tingkat nilai signifikansi yaitu sebesar 0,000 < 0,050 (5%) sehingga dapat disimpulkan bahwa seluruh variabel independen yang terdiri dari persepsi kemudahan penggunaan (PKP), persepsi manfaat (PM), persepsi risiko (PR), kepercayaan (KP), dan

keamanan (KA) secara bersama-sama (simultan) memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel minat penggunaan layanan fintech e-wallet "ShopeePay" (MIN).

4.8.3 Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Tabel 4. 16 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	0,881[a]	0,777	0,765	2,14158

Sumber: Data primer diolah menggunakan SPSS 23, 2023.

Berdasarkan hasil uji koefisien determinasi pada tabel diatas, dapat diketahui bahwa nilai Adjusted R Square yaitu sebesar 0,765 sehingga berarti bahwa variabel Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Manfaat, Persepsi Risiko, Kepercayaan dan Keamanan memberikan sumbangan pengaruh secara bersama-sama sebesar 76,5% terhadap variabel minat penggunaan layanan fintech e-wallet "ShopeePay" dan sisanya 23,5% dipengaruhi oleh variabel lain diluar penelitian ini.

4.9 Pembahasan Hasil Penelitian

4.9.1 Pengaruh persepsi kemudahan penggunaan terhadap minat penggunaan layanan *fintech e-wallet* ShopeePay

Hasil analisis data pada penelitian ini menunjukkan bahwa variabel persepsi kemudahan penggunaan menghasilkan nilai t hitung > t tabel yaitu sebesar 5,624 > 1,985 dengan nilai signifikansi sebesar 0,000 < 0,050 dan nilai koefisien regresinya sebesar 0,380. Berdasarkan hasil pengujian, maka hipotesis penelitian H1 yang menyatakan bahwa persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh positif terhadap minat penggunaan layanan *fintech e-wallet* "ShopeePay" pada generasi Z di Kabupaten Sleman terbukti atau diterima. Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel persepsi kemudahan penggunaan (PKP) berpengaruh positif signifikan terhadap minat penggunaan layanan *fintech e-wallet* ShopeePay pada generasi Z di Kabupaten Sleman (MIN). Semakin mudah layanan *e-wallet* digunakan dalam bertransaksi maka minat seseorang untuk menggunakan *e-wallet* juga akan semakin meningkat.

Penelitian ini menunjukkan bahwa semakin mudah layanan *fintech e-wallet* Shopeepay, maka akan semakin meningkatkan minat generasi Z di Kabupaten Sleman dalam menggunakannya, hal ini disebabkan karena sebagai pengguna mereka merasakan adanya kemudahan dari penggunaan e-wallet tersebut, seperti mudah untuk dipahami, mudah untuk digunakan pada saat melakukan transaksi, *fleksible* serta praktis dalam penggunaannya. Hal ini

mengidentifikasikan bahwa persepsi kemudahan penggunaan merupakan salah satu faktor yang dapat mempengaruhi minat generasi Z di Kabupaten Sleman dalam menggunakan layanan *fintech e-wallet* ShopeePay. Hasil penelitian ini mendukung teori TAM (*Technology Acceptance Model*) yang diperkenalkan oleh Davis (1989), dimana dalam teori TAM mengasumsikan bahwa penerimaan seseorang terhadap penerimaan teknologi dipengaruhi oleh persepsi kemudahan penggunaan.

Hasil penelitian ini didukung dan sejalan dengan penelitian terdahulu yang telah dilakukan oleh Nelyumna, *et al* (2022), Utami M,K (2021), Rodiah, S., Melati, I.S. (2020), Aditya, T., Mahyuni, L.P. (2022) , Nag, A.K., & Gilitwala, B (2019) yang menyatakan bahwa persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat dalam menggunakan *fintech* (*e-wallet*).

4.9.2 Pengaruh persepsi manfaat terhadap minat penggunaan layanan *fintech e-wallet* ShopeePay

Hasil analisis data pada penelitian ini menunjukkan bahwa variabel persepsi manfaat menghasilkan nilai t hitung > t tabel yaitu sebesar 5,180 > 1,985 dengan nilai signifikansi sebesar 0,000 < 0,050 dan nilai koefisien regresinya sebesar 0,392. Berdasarkan hasil pengujian, maka hipotesis penelitian H2 yang menyatakan bahwa persepsi manfaat berpengaruh positif terhadap minat penggunaan layanan *fintech e-wallet* "ShopeePay" pada generasi Z di Kabupaten Sleman terbukti atau diterima. Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel persepsi manfaat (PM) berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan layanan *fintech e-wallet* ShopeePay pada generasi Z di Kabupaten Sleman (MIN). Semakin tinggi manfaat yang dirasakan ketika bertransaksi menggunakan e-wallet maka minat seseorang untuk menggunakan *e-wallet* juga akan semakin meningkat. Semakin masyarakat merasakan manfaat pada teknologi *e-wallet*, maka Masyarakat akan semakin sering untuk menggunakan *e-wallet* (Paramitha & Mahyuni, 2022). Masyarakat akan menggunakan suatu teknologi jika masyarakat mengetahui manfaat positif yang akan didapatkan atas penggunaan teknologi tersebut (Ernawati & Noersanti, 2020).

Penelitian ini menunjukkan bahwa semakin bermanfaat layanan *fintech e-wallet* Shopeepay, maka akan semakin meningkatkan minat generasi Z di Kabupaten Sleman dalam menggunakannya, hal ini disebabkan karena mereka merasakan adanya manfaat positif yang dirasakan dari penggunaan *e-wallet* tersebut, seperti meningkatkan efektifitas dan produktivitas dalam bertransaksi, dan bermanfaat dalam kehidupan sehari-hari. Hal ini mengidentifikasikan

bahwa persepsi manfaat merupakan salah satu faktor yang dapat mempengaruhi minat generasi Z di Kabupaten Sleman dalam menggunakan layanan *fintech e-wallet* ShopeePay. Hasil penelitian ini mendukung teori TAM (*Technology Acceptance Model*) yang diperkenalkan oleh Davis (1989), dimana dalam teori TAM mengasumsikan bahwa penerimaan seseorang terhadap penerimaan teknologi dipengaruhi oleh persepsi manfaat. Pengujian hipotesis dalam penelitian ini juga menunjukkan bahwa variabel persepsi manfaat adalah faktor yang paling dominan dalam mempengaruhi minat generasi Z di Kabupaten Sleman dalam menggunakan layanan *fintech e-wallet* ShopeePay.

Hasil Penelitian ini didukung dan sejalan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Nelyumna *et.al* (2022), Rodiah, S., & Melati I,S (2020), Aditya, T & Mahyuni L.P (2022), Khoiriyah et.al (2023), Karim, M.W et al (2020), Nag, A.K., & Gilitwala, B (2019) yang menyatakan bahwa persepsi manfaat berpengaruh positif signifikan terhadap minat dalam menggunakan *fintech* (*e-wallet*).

4.9.3 Pengaruh persepsi risiko terhadap minat penggunaan layanan fintech e-wallet ShopeePay.

Hasil analisis data pada penelitian ini menunjukkan bahwa variabel persepsi risiko menghasilkan nilai t hitung < t tabel yaitu sebesar 1,061 < 1,985 dengan nilai signifikansi sebesar 0,291 > 0,050 dan nilai koefisien regresinya sebesar 0,041. Berdasarkan hasil pengujian, maka hipotesis penelitian H3 yang menyatakan bahwa persepsi risiko berpengaruh negatif terhadap minat penggunaan layanan *fintech e-wallet* "ShopeePay" pada generasi Z di Kabupaten Sleman tidak terbukti atau ditolak. Sehingga pada penelitian ini menunjukkan bahwa variabel persepsi risiko (PR) tidak memiliki pengaruh secara signifikan terhadap minat penggunaan layanan *fintech e-wallet* ShopeePay pada generasi Z di Kabupaten Sleman (MIN). Yang berarti bahwa tinggi atau rendahnya risiko pada layanan *fintech e-wallet* ShopeePay yang dipersepsikan atau dirasakan oleh generasi Z di Kabupaten Sleman tidak mempengaruhi minat mereka dan akan tetap menggunakan layanan *fintech e-wallet* ShopeePay ketika bertransaksi. Hal ini disebabkan karena sebagian besar generasi Z di Kabupaten Sleman merupakan generasi yang cenderung tidak terlalu memperhatikan risiko yang akan dihadapi ketika bertransaksi menggunakan layanan *fintech e-wallet,* meskipun demikian mereka justru lebih mempertimbangkan manfaat yang dirasakan atau diperoleh dibandingkan dengan kemungkinan risiko yang dihadapi dalam menggunakan e-wallet, sehingga persepsi risiko tidak memiliki pengaruh secara signifikan terhadap minat generasi Z di Kabupaten Sleman

dalam menggunakan layanan fintech e-wallet ShopeePay. Alasan mengapa hipotesis pada variabel persepsi risiko (PR) ini tidak diterima atau tidak terbukti berpengaruh diperkuat berdasarkan temuan penelitian yang dilakukan oleh Paramitha, N.M.A.M & Mahyuni, L.P (2022), yang menyatakan bahwa variabel persepsi risiko tidak terbukti berpengaruh secara signifikan terhadap minat generasi millenial dalam bertransaksi karena dengan memanfaatkan layanan fintech e-wallet generasi millennial cenderung akan mengabaikan mengenai kemungkinan risiko yang akan dihadapi dalam bertransaksi, dan akan tetap menggunakan layanan *fintech e-wallet*. Selain itu, penggunaan layanan e-wallet ShopeePay yang digunakan hanya untuk memenuhi kebutuhan yang sifatnya tidak rutin sehingga hal tersebut mengurangi kekhawatiran akan kemungkinan risiko yang akan dihadapi dalam menggunakan e-wallet ShopeePay (Pratiwi, S & Sofwan, A, 2022). Persepsi risiko yang tidak berpengaruh secara signifikan menjelaskan mengenai pengguna e-wallet di Indonesia yang cenderung kurang peduli terhadap risiko yang mungkin dapat terjadi, pengguna cenderung lebih fokus terhadap manfaat yang diterima daripada risiko yang akan dihadapi (Chandra, M.B & Kohardinata, C, 2021).

Hasil penelitian ini didukung dan sejalan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Paramitha, N.M.A.M & Mahyuni, L.P (2022), Pratiwi, S & Sofwan, A (2022), dan Chandra, M.B & Kohardinata, C, (2021) yang menunjukkan bahwa persepsi risiko gagal dalam mempengaruhi minat dalam menggunakan layanan *fintech e-wallet.*

4.9.4 Pengaruh kepercayaan terhadap minat penggunaan layanan fintech e-wallet ShopeePay

Hasil analisis data pada penelitian ini menunjukkan bahwa variabel kepercayaan menghasilkan nilai t hitung < t tabel yaitu sebesar -0,949 < 1,985 dengan nilai signifikansi sebesar 0,345 > 0,050 dan nilai koefisien regresinya sebesar -0,102. Berdasarkan hasil pengujian, maka hipotesis penelitian H4 yang menyatakan bahwa kepercayaan berpengaruh positif terhadap minat penggunaan layanan *fintech e-wallet* "ShopeePay" pada generasi Z di Kabupaten Sleman tidak terbukti atau ditolak. Sehingga pada penelitian ini menunjukkan bahwa variabel kepercayaan (KP) tidak memiliki pengaruh secara signifikan terhadap minat penggunaan layanan *fintech e-wallet* ShopeePay pada generasi Z di Kabupaten Sleman (MIN). Hal ini disebabkan karena sebagian besar generasi Z di Kabupaten Sleman merasa bahwa layanan *fintech e-wallet* ShopeePay masih kurang memiliki kemampuan dalam melindungi privasi penggunanya, dalam hal ini peneliti menduga kurangnya kepercayaan mereka dapat

disebabkan karena masih maraknya terjadi kasus kejahatan keuangan pada layanan *fintech e-wallet* seperti *financial fraud* atau penipuan keuangan digital, penyadapan hingga pembobolan saldo yang tidak bisa ditangani atau diselesaikan oleh pihak ShopeePay sehingga membuat generasi Z di Kabupaten Sleman cenderung lebih berhati-hati dalam menaruh kepercayaan untuk memberikan informasi pribadi mereka pada saat bertransaksi menggunakan layanan *e-wallet* ShopeePay sebagai jasa teknologi keuangan, sehingga dalam penelitian ini variabel kepercayaan tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat generasi Z di Kabupaten Sleman dalam menggunakan layanan fintech e-wallet ShopeePay. Alasan mengapa hipotesis pada variabel kepercayaan (KP) ini tidak diterima atau tidak terbukti berpengaruh diperkuat berdasarkan temuan penelitian yang dilakukan oleh Kurnianingsih, W et al (2022) yang mengatakan bahwa pengguna e-wallet tidak akan berminat untuk menggunakan e-wallet jika mereka merasa kurang percaya pada e-wallet yang mereka gunakan, kurangnya kepercayaan berdampak pada permasalahan mendasar seperti keraguan pada pengguna untuk memberikan informasi pribadinya kepada penyedia layanan e-wallet.

Hasil penelitian ini didukung dan sejalan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Lim, H.L *et al* (2022) & Kurnianingsih, W *et al* (2022) yang menyatakan bahwa variabel kepercayaan memiliki hubungan negatif dan tidak berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan e-wallet, peneltian yang dilakukan oleh Halim, N.A.A *et al*, & Hanifah, T.R., Mukhlis, I (2022) juga menyatakan bahwa variabel kepercayaan tidak berpengaruh signifikan terhadap minat penggunakan e-wallet.

4.9.5 Pengaruh keamanan terhadap minat penggunaan layanan fintech e-wallet ShopeePay

Hasil analisis data pada penelitian ini menunjukkan bahwa variabel keamanan menghasilkan nilai t hitung < t tabel yaitu sebesar 1,444 < 1,985 dengan nilai signifikansi sebesar 0,152 > 0,050 dan nilai koefisien regresinya sebesar 0,105. Berdasarkan hasil pengujian, maka hipotesis penelitian H5 yang menyatakan bahwa keamanan berpengaruh positif terhadap minat penggunaan layanan *fintech e-wallet* "ShopeePay" pada generasi Z di Kabupaten Sleman tidak terbukti atau ditolak. Sehingga pada penelitian ini menunjukkan bahwa variabel keamanan (KA) tidak memiliki pengaruh secara signifikan terhadap minat penggunaan layanan *fintech e-wallet* ShopeePay pada generasi Z di Kabupaten Sleman (MIN). Hal ini disebabkan karena sebagian besar generasi Z di Kabupaten sleman yang menjadi responden dalam penelitian ini masih merasa khawatir terkait dengan keamanan dan

kerahasiaan data yang mereka berikan kepada penyedia layanan *fintech e-wallet* ShopeePay seperti pada saat memberikan informasi pribadi dan data keuangan mereka yang dapat disalahgunakan, sehingga mereka belum sepenuhnya merasa aman, dalam hal ini peneliti menduga bahwa rasa kekhawatiran pengguna ini dapat disebabkan karena sistem keamanan pada layanan *fintech e-wallet* ShopeePay yang kemungkinan masih rentan terhadap kejahatan keuangan digital. Alasan mengapa hipotesis pada variabel keamanan (KA) ini tidak diterima atau tidak terbukti berpengaruh diperkuat berdasarkan temuan penelitian yang dilakukan oleh Ananda, P & Nuriyah, A (2023) yang menyatakan bahwa variabel keamanan tidak berpengaruh signifikan terhadap minat pengunaan layanan LinkAja Syariah karena masih banyak pengguna yang belum merasa aman dalam menyimpan atau membagikan data informasi pribadi mereka dalam bentuk digital ketika melakukan transaksi pembayaran. Temuan penelitian yang dilakukan oleh Ariningsih et.al (2022) menemukan bahwa variabel keamanan terbukti tidak berpengaruh secara signifikan terhadap minat menggunakan e-wallet disebabkan karena kalangan muda masih merasa khawatir atas keamanan dan kerahasiaan data yang mereka berikan kepada provider atau penyedia layanan e-wallet karena khawatir dapat disalahgunakan.

Hasil penelitian ini didukung dan sejalan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Ananda, P & Nuriyah, A (2023) yang menyatakan bahwa variabel keamanan tidak berpengaruh signifikan terhadap minat penggunaan layanan LinkAja Syariah. Hasil penelitian yang dilakukan oleh Ariningsih *et.al* (2022) menyatakan bahwa variabel keamanan terbukti tidak berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan *e-wallet*. Hasil penelitian ini juga sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Sukmawati, K & Kowanda, D (2022) yang menyatakan bahwa variabel keamanan tidak berpengaruh secara parsial terhadap keputusan penggunaan *e-wallet* Gopay.

BAB V
KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan dapat ditarik kesimpulan mengenai bagaimana pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Manfaat, Persepsi Risiko, Kepercayaan dan Keamanan terhadap Minat Penggunaan Layanan Fintech E-Wallet ShopeePay pada Generasi Z di Kabupaten Sleman. Dengan menggunakan analisis regresi linear berganda maka hasilnya adalah sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil pengolahan data pada penelitian ini, disimpulkan bahwa persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan layanan *fintech e-wallet* "ShopeePay" pada generasi Z di Kabupaten Sleman, sehingga **H1** dalam penelitian ini yaitu bahwa persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh positif terhadap minat penggunaan layanan *fintech e-wallet* "ShopeePay" pada generasi Z di Kabupaten Sleman **terbukti atau diterima**, karena sebagai pengguna mereka merasa layanan fintech e-wallet ShopeePay mudah digunakan, mudah untuk dipahami pada saat melakukan transaksi, *fleksible* serta praktis dalam penggunaannya.
2. Berdasarkan hasil pengolahan data pada penelitian ini disimpulkan bahwa persepsi manfaat berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan layanan *fintech e-wallet* "ShopeePay" pada generasi Z di Kabupaten Sleman, sehingga **H2** dalam penelitian ini yang menyatakan bahwa persepsi manfaat berpengaruh positif terhadap minat penggunaan layanan *fintech e-wallet* "ShopeePay" pada generasi Z di Kabupaten Sleman **terbukti atau diterima**, karena sebagai pengguna mereka merasa layanan fintech e-wallet ShopeePay bermanfaat meningkatkan efektifitas dan produktivitas dalam bertransaksi, serta bermanfaat untuk memenuhi kebutuhan dalam kehidupan sehari-hari.
3. Berdasarkan hasil pengolahan data pada penelitian ini, disimpulkan bahwa persepsi risiko tidak memiliki pengaruh secara signifikan terhadap minat penggunaan layanan *fintech e-wallet* "ShopeePay" pada generasi Z di Kabupaten Sleman, sehingga **H3** dalam penelitian ini yaitu bahwa persepsi risiko berpengaruh negatif terhadap minat penggunaan layanan *fintech e-wallet* "ShopeePay" pada generasi Z di Kabupaten Sleman **tidak terbukti atau ditolak**, karena sebagai pengguna mereka merasa bahwa e-wallet ShopeePay tidak memiliki risiko yang tinggi bagi pengguna.

4. Berdasarkan hasil pengolahan data pada penelitian ini, disimpulkan bahwa kepercayaan tidak memiliki pengaruh secara signifikan terhadap minat penggunaan layanan *fintech e-wallet* "ShopeePay" pada generasi Z di Kabupaten Sleman, sehingga **H4** dalam penelitian ini yaitu bahwa kepercayaan berpengaruh positif terhadap minat penggunaan layanan *fintech e-wallet* "ShopeePay" pada generasi Z di Kabupaten Sleman **tidak terbukti atau ditolak**, karena sebagai pengguna mereka merasa bahwa e-wallet ShopeePay tidak terpercaya.
5. Berdasarkan hasil pengolahan data pada penelitian ini, disimpulkan bahwa keamanan tidak memiliki pengaruh secara signifikan terhadap minat penggunaan layanan *fintech e-wallet* "ShopeePay" pada generasi Z di Kabupaten Sleman, sehingga **H5** yang menyatakan bahwa keamanan berpengaruh positif terhadap minat penggunaan layanan *fintech e-wallet* "ShopeePay" pada generasi Z di Kabupaten Sleman **tidak terbukti atau ditolak**, karena mereka sebagai pengguna merasa bahwa e-wallet ShopeePay tidak aman.

5.2 Keterbatasan Penelitian

Terdapat keterbatasan dalam penelitian ini yang kemungkinan dapat berpengaruh terhadap hasil penelitian, diantaranya yaitu sebagai berikut:

1. Subyek pada penelitian ini hanya terbatas pada generasi Z di Kabupaten Sleman saja, sehingga belum dapat digeneralisasikan untuk sampel pengguna layanan fintech e-wallet ShopeePay secara umum.
2. Penyebaran data kuesioner kepada responden didapatkan hanya di 14 kecamatan dari 17 kecamatan yang ada di Kabupaten Sleman, karena data kuesioner hanya disebar melalui media sosial seperti Whatsapp, Telegram, story dan direct message dari Instagram dan disekitar daerah tempat tinggal penulis, sehingga masih kurang bisa mewakili untuk pengguna fintech e-wallet ShopeePay pada generasi Z secara keseluruhan di Kabupaten Sleman.
3. Variabel penelitian hanya meneliti 5 variabel independen, sehingga belum mencakup untuk mengetahui seluruh variabel yang dapat mempengaruhi minat generasi Z dalam menggunakan layanan fintech e-wallet ShopeePay sebagai alat untuk melakukan transaksi.

5.3 Implikasi dan Saran

Berdasarkan kesimpulan dan pembahasan hasil penelitian, berikut ini implikasi dan saran yang dapat diberikan oleh penulis, diantaranya yaitu sebagai berikut:

1. Bagi PT AirPay Indonesia sebagai perusahaan penyedia layanan *fintech e-wallet* ShopeePay yang bergerak dibidang jasa teknologi keuangan diharapkan untuk lebih berupaya dalam meningkatkan aspek kerahasiaan pada sistem keamanan e-wallet nya dan melakukan upaya dalam memberitahukan kepada penggunanya, dengan begitu maka akan dapat meningkatkan persepsi kepercayaan dan persepsi keamanan pada generasi Z di Kabupaten Sleman ketika bertransaksi menggunakan layanan *fintech e-wallet* ShopeePay. Selain itu, dapat menjadi penentu minat mereka juga dalam menggunakan layanan *fintech e-wallet* ShopeePay sebagai alat transaksi pembayaran digital dalam kehidupan sehari-hari.
2. Bagi peneliti selanjutnya disarankan untuk menambahkan variabel bebas lainnya yang dapat mempengaruhi minat pengguna dalam menggunakan layanan fintech seperti e-wallet, karena berdasarkan hasil uji koefisien determinasi masih terdapat sebesar 23,5% dipengaruhi oleh variabel lainnya diluar penelitian ini.
3. Bagi peneliti selanjutnya disarankan untuk menambahkan jumlah sampel atau memperluas cakupan responden yang lebih banyak dari penelitian ini untuk memberikan hasil penelitian yang lebih baik lagi.

DAFTAR PUSTAKA

Aditya, T., & Mahyuni, L. P. (2022). Pengaruh Literasi Keuangan, Persepsi Kemudahan, Manfaat, Keamanan dan Pengaruh Sosial Terhadap Minat Penggunaan Fintech. *Jurnal Ekonomi, Manajemen, Dan Akuntansi*, 2(2), 245-258.

Ananda, P., & Nuriyah, A. (2023). Determinan Minat Generasi Milenial Pada Penggunaan Sistem Pembayaran E-Wallet Layanan Syariah Linkaja. *Journal of Sharia Economics*, 4(1), 54-66.

Ardela, F. (2017). Sudah Resmi! Pahami Klasifikasi Fintech Menurut Bank Indonesia. Diakses pada 13 Juni 2023 dari https://www.finansialku.com/klasifikasi-fintech-menurut-bank-indonesia/

Ariningsih *et.al*. (2022). Intention to Use E-wallet Dilihat dari Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, Perceived Security, dan Trust. *Jurnal Maksipreneur*, 11(2), 227-238.

Arisa, N. (2023). Pengaruh Persepsi Manfaat, Kemudahan, Dan Keamanan Terhadap Minat Penggunaan Uang Elektronik (Studi pada Generasi Milenial di kota Banda Aceh). *Skripsi*. Universitas Islam Negeri Ar-Raniry. Banda Aceh.

Arner, D.W., Barberis, j.N., & Buckley, R.P. (2015). The Evolution of fintech: A New Post-Crisis Paradigm?. *SSRN Electronic Journal*. https://doi.org/10.2139/ssrn.2676553

Aydin, G., & Burnaz, S. (2016). Adoption Of Mobile Payment Systems: A Study on Mobile Wallets. *Journal of Business, Economic, and Finance*, 5(1), 73-92.

Bank Indonesia. (2018). Mengenal Financial Teknologi. Diakses pada 13 Juni 2023 dari https://www.bi.go.id/id/edukasi/Pages/mengenal-Financial-Teknologi.aspx

Bank Indonesia. (2020). Apa itu Uang Elektronik. Diakses pada 13 Juni 2023 dari https://www.bi.go.id/id/edukasi/Pages/Apa-itu-Uang-Elektronik.aspx

Bi.go.id. (2016). Peraturan Bank Indonesia No.18/40/PBI/2016 Tentang Penyelenggaraan Pemrosesan Transaksi Pembayaran. Diakses pada 26 September 2023 dari https://www.bi.go.id/id/publikasi/peraturan/Pages/pbi_184016.aspx

Bi.go.id. (2017). Peraturan Bani Indonesia No.19/12/2017 Tentang Penyelenggaraan Teknologi finansial. Diakses pada 26 September 2023 dari https://www.bi.go.id/id/publikasi/peraturan/Documents/PBI_191217.pdf

Chandra, M.B & Kohardinata, C. (2021). Dampak Persepsi Manfaat dan Persepsi Risiko Terhadap Fintech Continuance Intention pada E-wallet. *Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis*, 6(5), 455-464.

Chong, T.P, *et.al*. (2019). AN ADOPTION OF FINTECH SERVICE IN MALAYSIA. *South East Asia Journal of Contemporary Business, Economic and Law*, 18(5), 134-147.

Daragmeh, A., Lentner, C., & Sági, J. (2021). FinTech payments in the era of COVID-19: Favtors influencing behavorial intentions of "Generation X" in Hungary to use mobile payment. *Journal of Behavorial and Experimental Finance*, 32, 100574. https://doi.org/10.1016/j.jbef.2021.100574

Davis, F.D. (1989). Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology. *MIS Quarterly*, 13(5), 319-339.

Davis, F.D., Bagozzi, R.P., & Warshaw, P.R. (1989). User Acceptance of Computer Technology: A Comparison of Two Theoretical Models. *Management Science*, 35(8), 982-1003. https://doi.org/10.1287/mnsc.35.8.982

Ernawati, N., & Noersanti, L. (2020). Pengaruh Persepsi Manfaat, Kemudahan Penggunaan, dan Kepercayaan Terhadap Minat Penggunaan Pada Aplikasi OVO. *Jurnal Manajemen STEI*, 3(2), 27-37.

Fatmawati, N. (2022). Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan dan Persepsi Risiko Terhadap Minat Menggunakan Dompet Digital ShopeePay (Studi Kasus Generasi Z Purbalingga). *Skripsi*. Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri. Purwokerto.

Featherman, M.S., & Pavlou, P.A. (2002). Predicting E-Services Adoption: A Perceived Risk Facets Perspective. *International Journal of Human-Computer Studies*, 59(4), 1034-1046.

Fintech Indonesia (n.d.). PT Airpay International Indonesia. Diakses Pada 31 mei 2023 dari https://fintech.id/en/member/detail/217#:~:text=PT%20AirPay%20memiliki%20produk%20uang,resmi%20diluncurkan%20pada%20November%202018.

Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro: Semarang.

Hair, *et al*. (1998). *Multivariate Data Analysis*. Fifth Edition. Prentice Hall, Upper Saddle River: New Jersey.

Halim, N.A.A *et al*. (2022). Understanding the determinants of e-wallet continuance usage intention in Malaysia. *Quality & Quantity*, 56, 3413-3439.

Hanifah, T.R., & Mukhlis, I. (2022). Pengaruh Efektivitas, Hedonis, Kemanfaatan, dan Kepercayaan Terhadap Minat Mahasiswa Universitas Negeri Malang Menggunakan Layanan ShopeePay: Pendekatan Technology Acceptance Model. *ECOBISMA (Jurnal Ekonim, Bisnis, dan Manajemen)*, 9(2), 69-83.

Hinati, H. (2019). Pengaruh Sosial, Kemudahan, Kepercayaan dan Keamanan Terhadap Minat Menggunakan Uang Elektronik Syariah di Masyarakat DKI Jakarta. *Skripsi*. Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah. Jakarta.

Hasya, R. (2022). Goodstats.id. Ini 10 E-wallet yang Sering Dipakai Masyarakat Indonesia Tahun 2022. Diakses pada 12 April 2023 dari https://goodstats.id/article/ini-10-e-wallet-yang-paling-sering-dipakai-masyarakat-indonesia-M4TA4

Jogiyanto, H.M. (2007). *Sistem Informasi Keperilakuan*. Yogyakarta: Andi Offset.

Karim, M. W., Haque, A., Ulfy, M. A., Hossain, M. A., & Anis, M. Z. (2020). Factors Influencing the Use of E-Wallet as a Payment Method among Malaysia Young Adults. *Journal of International Business and Management*, 3(2), 1-12.

Khoiriyah, S.U., Halim, M., & Zulkarnnaeni, A.S. (2023). Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, dan Persepsi Keamanan Terhadap Minat Menggunakan Financial Technology Pada Aplikasi Dana. *JRAK (Jurnal Riset Akuntansi dan Bisnis)*, 9(1), 70-79.

Kim, C., Mirusmonov, M., & Lee, I. (2010). An Empirical Examination of Factors Influencing the Intention to Use Mobile Payment. *Computers in Human Behavior*, 26(3), 310-322. https://doi.org/10.1016/j.chb.2009.10.013

Kinanti, S.A., & Mukhlis, I. (2022). Analisis Pengaruh Faktor Persepsi Terhadap Minat Penggunaan E-wallet ShopeePay. *Jurnal Ekonomi, Bisnis, dan Pendidikan (JEBP)*, 2(1), 11-25.

Kumparan (n.d.). Memahami Kelebihan Generasi Z: Ciri-Ciri, Kekurangan, dan Kelebihan. Diakses pada 4 Maret 2024 dari https://kumparan.com/pengetahuan-umum/memahami-kelebihan-generasi-z-ciri-ciri-kekurangan-dan-kelebihan-20fzAl9OVV7

Kurnianingsih, W *el al*. (2022). ShopeePay Mobile Payment Adoption Analysis Using The UTAUT Model approach (Case study at Amikom University Yogyakarta). *Indonesian Journal of Business Intellegence*, 5(1), 61-69.

Kusnandar. V.B. (2023). Uang Elektronik yang Beredar Tembus 772 Juta Unit Pada November 2022. Diakses pada 9 April 2023 https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/02/17/uang-elektronik-yang-beredar-tembus-772-juta-unit-pada-november-2022

Lim, H.L *et al*. (2022). Factors Affecting Users' Behavorial Intention Toward Touch 'N Go E-Wallet in Malaysia. *International Journal of Applied Business and International Management*, 7(3), 108-120.

Lim, T.K., Xin, L.Z., & Mei, K.Y. (2021), Factor Influencing Consumer's Intention to Use E-wallets. *Asian Journal of Research in Business and Management*, 3(2), 140-146;

Mayer, R.C., Davis, J.H., & Schoorman, F.D. (1995). An Integrative Model of Organization Trust. *The Academy of Management Review*, 20(3), 709-734. http://www.jstor.org/stable/258792

Ming, K. L. Y., Jais, M., Wen, C.C., Zaidi, N.S. (2020). Factor Affecting Adoption of E-Wallet in Sarawak. *International Journal of Academic Research in Accounting, Finance and Management Sciences*, 10 (2), 244-256. http://dx.doi.org/10.6007/IJARAFMS/v10-i2/7446

Nag, A.K., & Gilitwala, B. (2019). E-Wallet-Factors Affecting Its intention to use. *International Journal of Recent Technology and Engineering*, 8(4), 3411-3415.

Nasir, F. (2021). Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Efektivitas, dan Risiko Terhadap Minat Bertransaksi Menggunakan Aplikasi OVO Studi Pada Mahasiswa S1 Universitas Sarjanawiyata Tamansiswa. *Jurnal investasi*, 7(1), 36-43.

Nelyumna, N., Oktrivina, A., & Salwa, A.K. (2022). Pengaruh Penggunaan Fintech (E-wallet) Terhadap Minat Masyarakat Dalam Pembayaran Online Akibat Pemberlakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat. *AKURASI: Jurnal Riset Akuntansi dan Keuangan*, 4(2), 95-102. https://doi.org/10.36407/akurasi.v4i2.580

Nizar, A.M., & Yusuf, A. (2022). Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan dan Kepercayaan Terhadap Minat Menggunakan Aplikasi Dompet Digital Link Aja. *Jurnal Manajemen dan Sains*, 7(2),928-933.

Nuriyuha, A.S. (2022). Pengaruh Persepsi Kemudahan, Persepsi Kepercayaan, dan Persepsi Risiko Terhadap Minat Masyarakat Dalam Menggunakan E-wallet (ShopeePay) di Yogyakarta. *Skripsi*. Universitas Islam Indonesia. Yogyakarta.

Ong, V., & Nuryasman, M.N. (2022). Pengaruh Persepsi Risiko, Persepsi Kemudahan, dan Literasi Keuangan Terhadap Minat Penggunaan Link Aja. *Jurnal Manajerial dan Kewirausahaan*, 4(2), 516-524. https://doi.org/10.24912/jmk.v4i2.18259

Osman, S, *et.al*. (2021). Factors Influencing the Use of E-Wallet among Millennium Tourist. *Journal of Information Technology Management*, 13(3), 71-81.

Paramitha, N.M.A.M., & Mahyuni, L.P. (2022). Preferensi Generasi Milenial Dalam Menggunakan E-wallet di Kota Denpasar. *E-Jurnal Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana*, 11(5), 583-592.

Pavlou, P.A. (2003). Consumer Acceptance of Electronic Ecommerce: Integrating Trust and risk With the Technology Acceptance Model. *International Journal of Electronic Commerce*, 7(3), 101-134.

Pratiwi, S., Sofwan, A. (2022). Pengaruh Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, Perceived Risk, dan Trust Terhadap Minat Menggunakan Fintech ShopeePay. *Jurnal Rekognisi Akuntansi*, 6(2), 141-154.

Priyono, A. (2017). Analisis Pengaruh Trust dan Risk Dalam Penerimaan Teknologi Dompet Elektronik Go-Pay. *Jurnal Siasat Bisnis*, 21(1), 88-106.

Rany, A. (2023). Pengaruh Kemudahan, Kemanfaatan dan Keamanan Terhadap Keputusan Generasi Milenial Menggunakan Mobile Banking BSI. *Skripsi*. Universitas Islam Negeri raden Mas Said. Surakarta.

Rodiah, S. (2020). Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Kemanfaatan, Risiko, dan Kepercayaan Terhadap Minat Menggunakan E-wallet pada Generasi Milenial Kota Semarang. *Skripsi*. Universitas Negeri Semarang.

Rodiah, S., Melati, I.S. (2020). Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Kemanfaatan, Risiko, dan Kepercayaan Terhadap Minat Menggunakan E-wallet pada Generasi Milenial Kota

Semarang. *Journal of Economic Education and Entrepreneurship*, 1(2), 66-80. https://doi.org/10.31331/jeee.v1i2.1293

Ryu, H.S. (2018). What makes user willing or hesitant to use fintech?: the moderating effect of user type. *Industrial Management and Data System*, 118(3), 541-569.

Shopee. (2021). Tentang ShopeePay. Diakses pada 31 Mei 2023 dari https://shopeepay.co.id/

Sikapiuangmu.ojk.go.id (n.d.). Hidup Praktis Ala Cash Society. Diakses pada 13 Mei 2023 dari https://sikapiuangmu.ojk.go.id/FrontEnd/CMS/Article/20557#:~:text=Artinya%20terjadi%20perubahan%20kebiasaan%20masyarakat,berarti%20masyarakat%20tanpa%20uang%20tunai

Sikapiuangmu.ojk.go.id (n.d). Financial Technology: Ojk Siapkan Regulasi & Tim Pengembangan Ekonomi Digital. Diakses pada 26 September 2023 dari https://sikapiuangmu.ojk.go.id/Frontend/CMS/Article/338#:~:text=Otoritas%20Jasa%20Keuangan%20(OJK)%20sesuai,disebut%20Financial%20Technology%20(fintech)

Stewart, H., & Jürjens, j. (2018). Data security and consumer trust in FinTech innovation in Germany. *Information and Computer Security Emerald Insight*, 26(1), 109-128. http://dx.doi.org/10.1108/ICS-06-2017-0039

Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: PT Alfabet.

Sukmawati, K., & Kowanda, D. (2022). Keputusan Penggunaan E-wallet Gopay Berdasarkan Pengaruh Keamanan, Persepsi Kemudahan dan Persepsi Manfaat. *Jurnal Jukim*, 1(5), 62-68.

Sunarya, I.M. (2022). Pengaruh Faktor Persepsi Terhadap Minat Penggunaan Layanan Dompet Digital (E-wallet) Melalui Pendekatan Teori Techology Acceptance Model (TAM). *Jurnal Ilmiah Akuntansi dan Keuangan*, 5(3), 1414-1422.

Suwunniponth, W. (2016). Customers' Intention to Use Electronic Payment System for Purchasing. *International Journal of Economics and Management Engineering*, 10(12), 3915-3920.

Tanoto, *et.al*. (2021). The Influence of Convenience, Benefits, Security and Trust on the Interest in Using Financial Technology in OVO Applications as a Digital Payment. *Journal of Economics, Finance, and Management Studies*, 4(10), 1829-1834.

Utami, M.K. (2021). Pengaruh Kepercayaan, Kegunaan, Keamanan Terhadap Minat Menggunakan Mobile Payment Link Aja Dengan Kemudahan Sebagai Variable Mediasi (Studi Pada Mahasiswa di Yogyakarta). *JIMKES (Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan)*, 9(2), 331-342.

Venkatesh, V., & David, F.D. (2000). A Theoretical Extension of the Technology Acceptance Model: Four Longitudinal Field Studies. *Management Science*, 46(2), 186-204. https://doi.org/10.1287/mnsc.46.2.186.11926

Waspada, I. (2012). Percepatan Adopsi Sistem Transaksi Teknologi Informasi Untuk Meningkatkan Aksesibilitas Layanan Jasa Perbankan. *Jurnal Keuangan dan Perbankan*, 16(1), 122-131.

Widiyanti, W. (2020). Pengaruh Kemanfaatan, Kemudahan Penggunaan, dan Promosi Terhadap Keputusan Penggunaan E-wallet OVO di Depok. *Moneter: Jurnal Akuntansi dan Keuangan*, 7(1), 54-63.

Wijayanti, F. (2017). Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Kepercayaan dan Persepsi Risiko Terhadap Minat Menggunakan E-money (Studi Kasus: Mahasiswa Universitas Islam Indonesia). *Skripsi*. Universitas Islam Indonesia. Yogyakarta.

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. *Diponegoro Journal of Management*, 6(4), 1-7.

Yong, I., Wong, T., & Lim, P. (2021). INTENTION TO USE E-WALLET AMONGST THE UNIVERSITY STUDENTS IN KLANG VALLEY. International Journal of Business And Economy, 3(1), 75-84.

Zakiyyah, A. (2020). Pengaruh Persepsi Kemudahan, Manfaat dan Kepercayaan Terhadap Minat Penggunaan Go-Pay. *Skripsi*. Universitas Islam Indonesia. Yogyakarta.

LAMPIRAN

Lampiran 1

Kuesioner Penelitian

Assalamu'alaikum Wr.Wb.

Kepada responden yang terhormat, Perkenalkan saya Tiara Khairunisa Dwi Fortuna, mahasiswi S1 jurusan Manajemen, Fakultas Bisnis dan Ekonomika, Universitas Islam Indonesia. Saat ini saya sedang melakukan penelitian untuk penyusunan skripsi saya dengan judul "Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Manfaat, Persepsi Risiko, Kepercayaan, dan Keamanan Terhadap Minat Penggunaan Layanan Fintech E-wallet "ShopeePay" Pada Generasi Milenial di Kabupaten Sleman". Dengan segala kerendahan hati, saya berharap saudara/i dapat bersedia meluangkan waktu untuk berpartisipasi dalam pengisian kuisioner ini dengan jujur dan sebaik-baiknya. Adapun kriteria responden dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Generasi milenial di Kabupaten Sleman yang saat ini berusia 20-43 tahun.
2. Sedang menggunakan layanan *fintech* e-wallet ShopeePay.

Segala informasi yang diberikan dalam kuisioner ini hanya digunakan untuk kepentingan penelitian akademis, sehingga semua data yang diberikan oleh responden akan dijaga kerahasiaanya dan tidak akan disebarluaskan tanpa persetujuan dari responden yang bersangkutan.

Demikian permohonan ini saya sampaikan, atas perhatian dan partisipasi saudara/i yang telah meluangkan waktunya untuk mengisi kuisioner ini saya ucapkan terima kasih.

Wassalamualaikum Wr.Wb

A. IDENTITAS RESPONDEN

1. Nama :
2. Jenis Kelamin
    a. Laki-laki
    b. Perempuan
3. Usia
    a. 20-25
    b. 26-30
    c. 31-35
    d. 36-43
4. Kecamatan

a. Berbah
b. Cangkringan
c. Depok
d. Gamping
e. Godean
f. Kalasan
g. Minggir
h. Mlati
i. Moyudan
j. Ngaglik
k. Ngemplak
l. Pakem
m. Prambanan
n. Seyegan
o. Sleman
p. Tempel
q. Turi

5. Pekerjaan
   a. Pelajar/Mahasiswa
   b. Pegawai Swasta
   c. Pegawai Negeri
   d. Wirausaha
   e. Lainnya
6. Penghasilan
   a. < Rp 1.000.000
   b. Rp 1.000.000 – Rp 3.000.000
   c. Rp 3.000.000 – Rp 5.000.000
   d. > Rp 5.000.000
7. Nomor Telephone (Untuk Keperluan Reward):

B. PETUNJUK PENGISIAN

1. Isilah identitas diri secara lengkap
2. Pilihlah salah satu jawaban dari setiap kolom pernyataan yang dianggap paling sesuai dengan persepsi saudara/i dalam menggunakan fintech e-wallet ShopeePay
3. Pilihlah jawaban yang tersedia

   STS = Sangat Tidak Setuju (1)

   TS = Tidak Setuju (2)

   RG = Ragu-Ragu (3)

   S = Setuju (4)

   SS = Sangat Setuju (5)

Minat Penggunaan Layanan Fintech e-wallet ShopeePay						
Nomor	Pernyataan	STS	TS	RG	S	SS
Keinginan untuk menggunakan						

1	Saya berkeinginan untuk menggunakan layanan fintech e-wallet ShopeePay karena praktis.					
2	Saya berminat untuk bertransaksi menggunakan layanan fintech e-wallet ShopeePay.					
Selalu mencoba menggunakan						
3	Saya berminat untuk selalu mencoba menggunakan layanan fintech e-wallet ShopeePay dalam beberapa bulan mendatang.					
4	Saya berminat untuk selalu mencoba menggunakan layanan fintech e-wallet ShopeePay sebagai alat pembayaran pada saat melakukan transaksi.					
Terus menggunakan di masa yang akan datang.						
5	Saya berminat untuk terus menggunakan layanan fintech e-wallet Shopeepay dalam bertransaksi di masa yang akan datang.					
6	Saya berminat untuk bertransaksi menggunakan layanan fintech e-wallet ShopeePay dalam jangka panjang.					

Persepsi Kemudahan Penggunaan						
Nomor	Pernyataan	STS	TS	RG	S	SS
Jelas dan mudah dimengerti *(clear and understandable)*						
7	Saya merasa mudah memahami cara bertransaksi menggunakan layanan fintech e-wallet ShopeePay.					
8	Menurut saya sistem layanan fintech e-wallet ShopeePay jelas dan mudah dipahami.					
Tidak memerlukan banyak usaha *(does not require a lot mental effort)*						
9	Menurut saya bertransaksi menggunakan layanan fintech e-wallet Shopeepay itu mudah dan tidak membutuhkan banyak usaha.					
10	Layanan fintech e-wallet ShopeePay tidak memerlukan tahap instalasi yang rumit.					
Mudah digunakan *(easy to use)*						
11	Menurut saya layanan fintech e-wallet ShopeePay mudah digunakan.					

12	Layanan fintech e-wallet ShopeePay fleksibel sehingga mudah digunakan kapan saja dan dimana saja.					
Mudah dioperasikan sesuai dengan keinginan *(easy to get the sistem to do whats user wants to do)*						
13	Saya merasa mahir dalam mengoperasikan e-wallet ShopeePay saya.					
14	Saya merasa layanan fintech e-wallet ShopeePay mudah dioperasikan sesuai dengan apa yang saya inginkan.					

Persepsi Manfaat						
Nomor	Pernyataan	STS	TS	RG	S	SS
Sistem bermanfaat (the system is usfully)						
15	Secara keseluruhan, saya merasa bahwa sistem layanan fintech e-wallet ShopeePay bermanfaat.					
16	Saya merasa bahwa layanan fintech e-wallet ShopeePay memberikan manfaat bagi kehidupan sehari-hari saya.					
Meningkatkan produktivitas (increase productivity)						
17	Layanan fintech e-wallet ShopeePay meningkatkan produktivitas saya dalam bertransaksi.					
18	Layanan fintech e-wallet ShopeePay memungkinkan saya untuk menyelesaikan proses transaksi lebih cepat.					
Meningkatkan Efektivitas (effectiveness)						
19	Layanan fintech e-wallet ShopeePay dapat meningkatkan efektivitas saya dalam melakukan transaksi.					
20	Layanan fintech e-wallet ShopeePay sangat efektif karena dapat mempermudah saya dalam bertransaksi.					
Meningkatkan kinerja pekerjaan (job performance)						
21	Bertransaksi menggunakan layanan fintech e-wallet ShopeePay dapat menghemat waktu, sehingga meningkatkan kinerja saya.					
22	Saya merasa kinerja saya meningkat dengan menggunakan layanan fintech e-wallet ShopeePay.					

Persepsi Risiko						
Nomor	Pernyataan	STS	TS	RG	S	SS
Berupa adanya risiko tertentu						
23	Saya menemukan adanya risiko ketika melakukan transaksi menggunakan layanan fintech e-wallet ShopeePay.					
24	Layanan fintech e-wallet ShopeePay memiliki risiko yang cukup tinggi bagi para penggunanya, sehingga saya harus selalu berhati-hati dalam menggunakannya.					
Mengalami kerugian						
25	Saya pernah mengalami kerugian pada saat melakukan transaksi menggunakan layanan fintech e-wallet ShopeePay.					
26	Saya khawatir apabila saldo ShopeePay saya berkurang tanpa sebab yang membuat saya mengalami kerugian.					
Pemikiran bahwa berisiko						
27	Saya khawatir apabila e-wallet ShopeePay yang saya gunakan tidak dapat difungsikan dengan baik.					
28	Saya khawatir jika orang lain dapat mengakses e-wallet ShopeePay saya.					

Kepercayaan						
Nomor	Pernyataan	STS	TS	RG	S	SS
Kemampuan *(Ability)*						
29	Layanan fintech e-wallet ShopeePay memiliki kemampuan untuk melindungi privasi penggunanya.					
30	Layanan fintech e-wallet ShopeePay mampu untuk memberikan layanan yang efektif dan efisien					
Kebaikan hati *(Benevolence)*						

31	Saya percaya bahwa layanan fintech e-wallet ShopeePay memiliki reputasi yang baik sebagai penyedia jasa teknologi keuangan.					
32	Menurut saya layanan fintech e-wallet ShopeePay dapat dipercaya dalam bertransaksi.					
Integritas *(Integrity)*						
33	Saya percaya bahwa pihak layanan fintech e-wallet ShopeePay dapat memberikan layanan sesuai dengan apa yang telah mereka janjikan kepada penggunanya.					
34	Saya percaya bahwa pihak layanan fintech e-wallet ShopeePay telah memberikan kebenaran informasi dalam proses bertransaksi.					

Keamanan						
Nomor	Pernyataan	STS	TS	RG	S	SS
Tidak khawatir memberikan informasi						
35	Saya merasa tidak khawatir ketika memberikan informasi pribadi saya pada saat bertransaksi menggunakan layanan fintech e-wallet Shopeepay.					
36	Saya merasa tidak khawatir pada saat bertransaksi menggunakan layanan fintech e-wallet ShopeePay.					
Percaya bahwa informasi dilindungi						
37	Saya merasa percaya bahwa layanan fintech e-wallet ShopeePay dapat melindungi informasi pribadi dan data keuangan saya dengan baik.					
38	Saya merasa percaya bahwa informasi terkait data pribadi yang saya berikan akan dilindungi oleh pihak layanan fintech e-wallet ShopeePay.					
Percaya bahwa keamanan uang yang ada di dalam e-wallet terjamin pada saat transaksi.						
39	Saya merasa percaya bahwa layanan fintech e-wallet ShopeePay dapat menjamin keamanan uang saya pada saat transaksi.					
40	Saya percaya bahwa layanan fintech e-wallet ShopeePay dapat menjamin keamanan pada saat melakukan proses transaksi dengan baik.					

Lampiran 2

Uji Validitas dan Uji Reliabilitas

Uji Validitas Minat menggunakan layanan *fintech e-wallet* ShopeePay

Correlations

		MIN1	MIN2	MIN3	MIN4	MIN5	MIN6	Total_MIN
MIN1	Pearson Correlation	1	,843**	,560**	,571**	,710**	,444*	,803**
	Sig. (2-tailed)		,000	,001	,001	,000	,014	,000
	N	30	30	30	30	30	30	30
MIN2	Pearson Correlation	,843**	1	,763**	,708**	,761**	,681**	,923**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000	,000	,000	,000
	N	30	30	30	30	30	30	30
MIN3	Pearson Correlation	,560**	,763**	1	,650**	,738**	,821**	,873**
	Sig. (2-tailed)	,001	,000		,000	,000	,000	,000
	N	30	30	30	30	30	30	30
MIN4	Pearson Correlation	,571**	,708**	,650**	1	,772**	,548**	,828**
	Sig. (2-tailed)	,001	,000	,000		,000	,002	,000
	N	30	30	30	30	30	30	30
MIN5	Pearson Correlation	,710**	,761**	,738**	,772**	1	,757**	,918**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000		,000	,000
	N	30	30	30	30	30	30	30
MIN6	Pearson Correlation	,444*	,681**	,821**	,548**	,757**	1	,818**
	Sig. (2-tailed)	,014	,000	,000	,002	,000		,000
	N	30	30	30	30	30	30	30
Total_MIN	Pearson Correlation	,803**	,923**	,873**	,828**	,918**	,818**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	30	30	30	30	30	30	30

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Uji Validitas Persepsi Kemudahan Penggunaan

Correlations

		PKP1	PKP2	PKP3	PKP4	PKP5	PKP6	PKP7	PKP8	Total_PKP
PKP1	Pearson Correlation	1	,859**	,254	,558**	,621**	,365*	,421*	,679**	,776**
	Sig. (2-tailed)		,000	,176	,001	,000	,047	,020	,000	,000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
PKP2	Pearson Correlation	,859**	1	,521**	,585**	,746**	,501**	,441*	,712**	,863**
	Sig. (2-tailed)	,000		,003	,001	,000	,005	,015	,000	,000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
PKP3	Pearson Correlation	,254	,521**	1	,389*	,470**	,644**	,429*	,428*	,631**
	Sig. (2-tailed)	,176	,003		,034	,009	,000	,018	,018	,000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
PKP4	Pearson Correlation	,558**	,585**	,389*	1	,649**	,592**	,687**	,867**	,845**
	Sig. (2-tailed)	,001	,001	,034		,000	,001	,000	,000	,000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
PKP5	Pearson Correlation	,621**	,746**	,470**	,649**	1	,599**	,377*	,638**	,817**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,009	,000		,000	,040	,000	,000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
PKP6	Pearson Correlation	,365*	,501**	,644**	,592**	,599**	1	,404*	,620**	,733**
	Sig. (2-tailed)	,047	,005	,000	,001	,000		,027	,000	,000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
PKP7	Pearson Correlation	,421*	,441*	,429*	,687**	,377*	,404*	1	,776**	,715**
	Sig. (2-tailed)	,020	,015	,018	,000	,040	,027		,000	,000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
PKP8	Pearson Correlation	,679**	,712**	,428*	,867**	,638**	,620**	,776**	1	,912**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,018	,000	,000	,000	,000		,000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Total_PKP	Pearson Correlation	,776**	,863**	,631**	,845**	,817**	,733**	,715**	,912**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Uji Validitas Persepsi Manfaat

Correlations

		PM1	PM2	PM3	PM4	PM5	PM6	PM7	PM8	Total_PM
PM1	Pearson Correlation	1	,741**	,638**	,419*	,364*	,792**	,669**	,413*	,740**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,021	,048	,000	,000	,023	,000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
PM2	Pearson Correlation	,741**	1	,772**	,755**	,641**	,799**	,759**	,593**	,906**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000	,000	,000	,000	,001	,000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
PM3	Pearson Correlation	,638**	,772**	1	,814**	,767**	,749**	,681**	,621**	,906**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000	,000	,000	,000	,000	,000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
PM4	Pearson Correlation	,419*	,755**	,814**	1	,944**	,729**	,664**	,581**	,892**
	Sig. (2-tailed)	,021	,000	,000		,000	,000	,000	,001	,000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
PM5	Pearson Correlation	,364*	,641**	,767**	,944**	1	,692**	,630**	,436*	,825**
	Sig. (2-tailed)	,048	,000	,000	,000		,000	,000	,016	,000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
PM6	Pearson Correlation	,792**	,799**	,749**	,729**	,692**	1	,708**	,410*	,874**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000		,000	,025	,000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
PM7	Pearson Correlation	,669**	,759**	,681**	,664**	,630**	,708**	1	,553**	,839**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000		,002	,000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
PM8	Pearson Correlation	,413*	,593**	,621**	,581**	,436*	,410*	,553**	1	,700**
	Sig. (2-tailed)	,023	,001	,000	,001	,016	,025	,002		,000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Total_PM	Pearson Correlation	,740**	,906**	,906**	,892**	,825**	,874**	,839**	,700**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Uji Validitas Persepsi Risiko

Correlations

		PR1	PR2	PR3	PR4	PR5	PR6	Total_PR
PR1	Pearson Correlation	1	,553**	,482**	,336	,554**	,449*	,679**
	Sig. (2-tailed)		,002	,007	,069	,001	,013	,000
	N	30	30	30	30	30	30	30
PR2	Pearson Correlation	,553**	1	,544**	,677**	,630**	,469**	,821**
	Sig. (2-tailed)	,002		,002	,000	,000	,009	,000
	N	30	30	30	30	30	30	30
PR3	Pearson Correlation	,482**	,544**	1	,549**	,486**	,295	,714**
	Sig. (2-tailed)	,007	,002		,002	,006	,114	,000
	N	30	30	30	30	30	30	30
PR4	Pearson Correlation	,336	,677**	,549**	1	,748**	,545**	,843**
	Sig. (2-tailed)	,069	,000	,002		,000	,002	,000
	N	30	30	30	30	30	30	30
PR5	Pearson Correlation	,554**	,630**	,486**	,748**	1	,757**	,892**
	Sig. (2-tailed)	,001	,000	,006	,000		,000	,000
	N	30	30	30	30	30	30	30
PR6	Pearson Correlation	,449*	,469**	,295	,545**	,757**	1	,749**
	Sig. (2-tailed)	,013	,009	,114	,002	,000		,000
	N	30	30	30	30	30	30	30
Total_PR	Pearson Correlation	,679**	,821**	,714**	,843**	,892**	,749**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	30	30	30	30	30	30	30

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Uji Validitas Kepercayaan

Correlations

		KP1	KP2	KP3	KP4	KP5	KP6	Total_KP
KP1	Pearson Correlation	1	,573**	,504**	,403*	,568**	,284	,707**
	Sig. (2-tailed)		,001	,005	,027	,001	,129	,000
	N	30	30	30	30	30	30	30
KP2	Pearson Correlation	,573**	1	,801**	,618**	,594**	,697**	,893**
	Sig. (2-tailed)	,001		,000	,000	,001	,000	,000
	N	30	30	30	30	30	30	30
KP3	Pearson Correlation	,504**	,801**	1	,704**	,672**	,504**	,874**
	Sig. (2-tailed)	,005	,000		,000	,000	,004	,000
	N	30	30	30	30	30	30	30
KP4	Pearson Correlation	,403*	,618**	,704**	1	,836**	,352	,819**
	Sig. (2-tailed)	,027	,000	,000		,000	,057	,000
	N	30	30	30	30	30	30	30
KP5	Pearson Correlation	,568**	,594**	,672**	,836**	1	,320	,842**
	Sig. (2-tailed)	,001	,001	,000	,000		,085	,000
	N	30	30	30	30	30	30	30
KP6	Pearson Correlation	,284	,697**	,504**	,352	,320	1	,646**
	Sig. (2-tailed)	,129	,000	,004	,057	,085		,000
	N	30	30	30	30	30	30	30
Total_KP	Pearson Correlation	,707**	,893**	,874**	,819**	,842**	,646**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	30	30	30	30	30	30	30

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Uji Validitas Keamanan

Correlations

		KA1	KA2	KA3	KA4	KA5	KA6	Total_KA
KA1	Pearson Correlation	1	,514**	,311	,429*	,568**	,386*	,763**
	Sig. (2-tailed)		,004	,094	,018	,001	,035	,000
	N	30	30	30	30	30	30	30
KA2	Pearson Correlation	,514**	1	,613**	,604**	,335	,457*	,784**
	Sig. (2-tailed)	,004		,000	,000	,070	,011	,000
	N	30	30	30	30	30	30	30
KA3	Pearson Correlation	,311	,613**	1	,717**	,540**	,458*	,766**
	Sig. (2-tailed)	,094	,000		,000	,002	,011	,000
	N	30	30	30	30	30	30	30
KA4	Pearson Correlation	,429*	,604**	,717**	1	,520**	,463**	,795**
	Sig. (2-tailed)	,018	,000	,000		,003	,010	,000
	N	30	30	30	30	30	30	30
KA5	Pearson Correlation	,568**	,335	,540**	,520**	1	,579**	,760**
	Sig. (2-tailed)	,001	,070	,002	,003		,001	,000
	N	30	30	30	30	30	30	30
KA6	Pearson Correlation	,386*	,457*	,458*	,463**	,579**	1	,690**
	Sig. (2-tailed)	,035	,011	,011	,010	,001		,000
	N	30	30	30	30	30	30	30
Total_KA	Pearson Correlation	,763**	,784**	,766**	,795**	,760**	,690**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	30	30	30	30	30	30	30

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Uji Reliabilitas Minat menggunakan Layanan *Fintech E-Wallet* ShopeePay

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,929	6

Uji Reliabilitas Persepsi Kemudahan Penggunaan

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,913	8

Uji Reliabilitas Persepsi Manfaat

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,936	8

Uji Reliabilitas Persepsi Risiko

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,874	6

Uji Reliabilitas Kepercayaan

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,886	6

Uji Reliabilitas Keamanan

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,837	6

Lampiran 3

Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas (Kolmogorov-Smirnov Test)

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters[a,b]	Mean	,0000000
	Std. Deviation	2,08679842
Most Extreme Differences	Absolute	,084
	Positive	,057
	Negative	-,084
Test Statistic		,084
Asymp. Sig. (2-tailed)		,078[c]

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

Uji Multikolinearitas

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	-2,453	1,906		-1,287	,201		
	PKP	,380	,067	,454	5,624	,000	,364	2,745
	PM	,392	,076	,509	5,180	,000	,246	4,060
	PR	,041	,038	,054	1,061	,291	,916	1,091
	KP	-,102	,108	-,093	-,949	,345	,249	4,021
	KA	,105	,073	,096	1,444	,152	,532	1,880

a. Dependent Variable: MIN

Uji Heteroskedastisitas

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2,378	1,216		1,956	,053
	PKP	,030	,043	,114	,686	,494
	PM	-,021	,048	-,089	-,442	,660
	PR	-,036	,024	-,153	-1,455	,149
	KP	,059	,069	,174	,862	,391
	KA	-,083	,046	-,245	-1,777	,079

a. Dependent Variable: ABS_RES

Lampiran 4

Analisis Data

Uji F (Simultan)

ANOVA[a]

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1500,272	5	300,054	65,423	,000[b]
	Residual	431,118	94	4,586		
	Total	1931,390	99			

a. Dependent Variable: MIN

b. Predictors: (Constant), KA, PR, PKP, KP, PM

Uji T (Parsial)

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-2,453	1,906		-1,287	,201
	PKP	,380	,067	,454	5,624	,000
	PM	,392	,076	,509	5,180	,000
	PR	,041	,038	,054	1,061	,291
	KP	-,102	,108	-,093	-,949	,345
	KA	,105	,073	,096	1,444	,152

a. Dependent Variable: MIN

Persamaan Regresi Linear Berganda

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-2,453	1,906		-1,287	,201
	PKP	,380	,067	,454	5,624	,000
	PM	,392	,076	,509	5,180	,000
	PR	,041	,038	,054	1,061	,291
	KP	-,102	,108	-,093	-,949	,345
	KA	,105	,073	,096	1,444	,152

a. Dependent Variable: MIN

Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,881[a]	,777	,765	2,14158

a. Predictors: (Constant), KA, PR, PKP, KP, PM

Lampiran 5

Statistik Deskriptif

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
PKP	100	12,00	40,00	34,2800	5,28401
PM	100	8,00	40,00	32,9900	5,72518
PR	100	6,00	30,00	19,5000	5,85429
KP	100	6,00	30,00	24,2600	4,01165
KA	100	6,00	30,00	22,5200	4,05388
MIN	100	6,00	30,00	24,1900	4,41690
Valid N (listwise)	100				

Lampiran 6

Tabulasi Data Responden

Minat Menggunakan Layanan Fintech E-Wallet ShopeePay (MIN)							
No. Resp	**MIN 1**	**MIN 2**	**MIN 3**	**MIN 4**	**MIN 5**	**MIN 6**	**Total**
R-1	4	4	4	4	4	4	**24**
R-2	5	5	5	5	5	5	**30**
R-3	1	1	2	2	1	2	**9**
R-4	5	4	3	5	4	3	**24**
R-5	4	3	3	3	3	2	**18**
R-6	5	5	5	5	5	4	**29**
R-7	4	3	4	4	4	3	**22**
R-8	5	5	3	4	4	3	**24**
R-9	4	4	4	2	2	3	**19**
R-10	5	5	4	4	4	4	**26**
R-11	5	5	5	5	5	5	**30**
R-12	5	4	3	4	4	3	**23**
R-13	4	4	4	4	4	4	**24**
R-14	5	5	5	5	5	5	**30**
R-15	4	4	4	4	4	4	**24**
R-16	4	4	4	4	4	4	**24**
R-17	4	4	4	3	4	5	**24**
R-18	5	4	4	4	4	4	**25**
R-19	4	5	5	5	4	5	**28**
R-20	5	4	4	2	4	4	**23**
R-21	5	4	3	3	3	3	**21**
R-22	4	4	4	4	3	3	**22**
R-23	4	4	4	4	4	3	**23**
R-24	4	4	4	4	4	4	**24**
R-25	4	4	4	4	4	4	**24**
R-26	4	4	3	4	3	3	**21**
R-27	4	4	4	4	4	4	**24**
R-28	2	2	2	2	3	3	**14**
R-29	5	4	4	4	4	4	**25**
R-30	5	5	5	5	5	5	**30**
R-31	4	4	4	3	4	4	**23**
R-32	4	4	4	4	4	4	**24**
R-33	4	4	4	4	4	3	**23**
R-34	5	5	5	5	5	5	**30**
R-35	3	3	3	3	1	2	**15**
R-36	5	5	5	5	5	5	**30**
R-37	4	4	3	3	4	3	**21**
R-38	5	4	4	4	4	4	**25**
R-39	4	4	4	4	2	2	**20**
R-40	4	4	5	5	4	4	**26**
R-41	4	4	5	4	4	5	**26**

R-42	4	4	4	4	4	4	**24**
R-43	4	4	4	5	4	3	**24**
R-44	5	5	5	5	5	5	**30**
R-45	5	4	4	3	3	2	**21**
R-46	3	4	4	4	4	3	**22**
R-47	5	5	4	4	4	4	**26**
R-48	4	4	4	3	3	3	**21**
R-49	5	5	5	5	5	5	**30**
R-50	5	5	4	3	3	2	**22**
R-51	4	4	3	4	4	3	**22**
R-52	4	4	5	4	4	4	**25**
R-53	3	3	3	3	3	3	**18**
R-54	5	5	5	5	4	4	**28**
R-55	4	4	4	4	4	3	**23**
R-56	4	4	4	3	2	2	**19**
R-57	5	5	5	5	5	5	**30**
R-58	4	4	5	4	3	3	**23**
R-59	4	4	3	4	3	3	**21**
R-60	4	4	4	4	4	4	**24**
R-61	5	5	5	5	5	5	**30**
R-62	5	5	4	4	5	4	**27**
R-63	4	4	4	5	5	4	**26**
R-64	5	4	3	3	3	2	**20**
R-65	5	5	4	5	4	4	**27**
R-66	4	5	4	4	5	4	**26**
R-67	2	3	4	3	5	3	**20**
R-68	5	4	4	4	4	3	**24**
R-69	4	4	4	4	4	4	**24**
R-70	5	5	5	4	4	4	**27**
R-71	4	4	4	4	4	4	**24**
R-72	4	4	4	4	4	4	**24**
R-73	4	4	4	5	4	3	**24**
R-74	4	4	4	5	5	4	**26**
R-75	3	3	3	3	2	2	**16**
R-76	5	5	5	5	5	5	**30**
R-77	5	5	4	5	4	4	**27**
R-78	1	1	1	1	1	1	**6**
R-79	4	4	4	4	4	4	**24**
R-80	4	4	5	4	4	4	**25**
R-81	4	3	3	3	3	3	**19**
R-82	5	5	5	5	5	5	**30**
R-83	5	5	5	5	5	5	**30**
R-84	4	4	3	3	3	4	**21**
R-85	5	5	5	5	5	3	**28**
R-86	4	4	3	4	4	3	**22**
R-87	4	4	3	4	4	3	**22**
R-88	5	5	5	5	5	5	**30**
R-89	5	5	5	5	5	5	**30**

R-90	5	5	5	5	5	5	**30**
R-91	3	4	3	4	3	4	**21**
R-92	4	4	4	4	3	3	**22**
R-93	4	4	4	4	4	4	**24**
R-94	4	4	4	4	4	4	**24**
R-95	5	5	5	4	4	4	**27**
R-96	5	5	5	5	5	5	**30**
R-97	5	5	5	5	5	5	**30**
R-98	4	4	4	4	4	4	**24**
R-99	4	4	4	4	4	4	**24**
R-100	5	5	5	5	5	5	**30**

Persepsi Kemudahan Penggunaan (PKP)									
No. Resp	**PKP 1**	**PKP 2**	**PKP 3**	**PKP 4**	**PKP 5**	**PKP 6**	**PKP 7**	**PKP 8**	**Total**
R-1	5	5	4	4	5	4	5	4	**36**
R-2	5	5	5	5	5	5	5	5	**40**
R-3	2	2	3	2	3	2	2	1	**17**
R-4	1	2	5	4	3	5	4	3	**27**
R-5	5	4	4	4	5	4	3	3	**32**
R-6	5	5	5	5	5	5	4	5	**39**
R-7	4	4	4	4	4	4	4	4	**32**
R-8	4	3	4	4	4	5	4	4	**32**
R-9	4	4	4	2	2	4	2	2	**24**
R-10	4	4	4	4	4	4	4	4	**32**
R-11	5	5	5	5	5	5	5	5	**40**
R-12	4	4	4	4	4	4	4	4	**32**
R-13	4	4	4	4	4	4	4	4	**32**
R-14	5	5	5	5	5	5	5	5	**40**
R-15	4	4	4	4	4	4	4	4	**32**
R-16	4	4	4	4	4	4	4	4	**32**
R-17	5	5	4	5	5	4	4	5	**37**
R-18	4	5	5	4	5	4	4	4	**35**
R-19	5	5	4	5	5	5	4	5	**38**
R-20	4	4	4	4	4	4	4	4	**32**
R-21	4	4	3	5	4	4	4	4	**32**
R-22	4	4	3	4	5	5	3	4	**32**
R-23	4	4	4	4	4	4	4	4	**32**
R-24	4	4	4	4	4	4	4	4	**32**
R-25	5	5	5	5	5	5	4	4	**38**
R-26	4	4	4	4	4	4	3	4	**31**
R-27	4	4	4	4	5	5	4	4	**34**
R-28	4	3	3	4	2	3	5	4	**28**
R-29	4	5	5	4	5	5	4	4	**36**
R-30	5	5	5	4	5	5	5	5	**39**
R-31	4	4	4	4	4	4	4	4	**32**
R-32	4	4	4	4	4	3	3	4	**30**

R-33	4	4	5	4	4	4	5	4	**34**
R-34	5	5	5	5	5	4	5	5	**39**
R-35	2	3	2	2	3	2	2	2	**18**
R-36	5	5	5	5	5	5	5	5	**40**
R-37	4	3	3	5	4	4	5	5	**33**
R-38	5	4	4	4	5	5	5	5	**37**
R-39	4	4	5	5	4	5	3	4	**34**
R-40	5	5	5	5	5	4	5	5	**39**
R-41	5	5	5	5	5	5	4	4	**38**
R-42	4	4	4	4	4	4	4	4	**32**
R-43	5	4	4	5	4	5	4	4	**35**
R-44	5	5	5	5	5	5	5	5	**40**
R-45	4	3	4	4	4	5	4	4	**32**
R-46	5	4	4	4	4	4	4	4	**33**
R-47	5	5	5	4	5	5	5	5	**39**
R-48	4	4	4	4	4	4	4	4	**32**
R-49	5	5	5	5	5	5	5	5	**40**
R-50	5	5	5	5	5	5	5	5	**40**
R-51	4	4	4	4	4	4	4	4	**32**
R-52	5	5	4	4	5	5	5	5	**38**
R-53	3	3	3	3	3	3	3	3	**24**
R-54	5	5	5	5	5	4	5	5	**39**
R-55	4	4	4	4	4	4	4	4	**32**
R-56	5	5	5	5	5	5	5	5	**40**
R-57	5	5	5	4	5	5	5	4	**38**
R-58	5	5	5	5	5	5	5	5	**40**
R-59	4	4	4	3	4	4	3	4	**30**
R-60	5	5	4	4	4	4	4	4	**34**
R-61	5	5	5	5	5	4	5	5	**39**
R-62	5	5	5	4	5	5	5	5	**39**
R-63	3	3	4	4	4	3	3	4	**28**
R-64	4	4	4	4	4	4	4	5	**33**
R-65	5	5	4	5	4	5	4	5	**37**
R-66	4	4	5	4	4	4	5	4	**34**
R-67	5	3	3	4	2	5	4	4	**30**
R-68	4	4	4	4	4	5	5	5	**35**
R-69	4	4	4	4	4	4	4	4	**32**
R-70	5	5	5	5	5	5	5	5	**40**
R-71	4	4	4	4	4	4	4	4	**32**
R-72	4	4	4	4	4	4	5	5	**34**
R-73	5	5	5	5	5	5	4	5	**39**
R-74	5	5	5	5	5	5	5	5	**40**
R-75	3	3	3	3	3	3	3	3	**24**
R-76	5	5	5	5	5	5	5	5	**40**
R-77	4	4	4	4	4	4	4	4	**32**
R-78	1	1	1	1	1	1	4	2	**12**
R-79	4	4	4	4	4	4	5	4	**33**
R-80	4	4	4	4	4	4	4	4	**32**

R-81	4	3	4	4	4	4	3	4	**30**
R-82	5	5	5	5	5	5	5	5	**40**
R-83	5	5	5	5	5	5	5	5	**40**
R-84	4	4	4	3	4	4	4	4	**31**
R-85	5	5	4	4	5	5	4	4	**36**
R-86	5	5	5	5	5	5	5	5	**40**
R-87	5	5	5	5	5	4	5	4	**38**
R-88	5	5	5	5	5	5	5	5	**40**
R-89	5	5	5	5	5	5	5	5	**40**
R-90	5	5	5	5	5	5	5	5	**40**
R-91	4	4	5	4	4	4	4	4	**33**
R-92	4	4	4	4	4	4	4	4	**32**
R-93	4	4	4	4	4	4	4	4	**32**
R-94	4	4	4	4	4	4	4	4	**32**
R-95	5	5	3	4	5	4	5	5	**36**
R-96	5	5	5	5	5	5	5	5	**40**
R-97	5	5	5	5	5	5	5	5	**40**
R-98	4	4	4	4	4	4	4	4	**32**
R-99	4	4	4	4	4	4	4	4	**32**
R-100	5	5	5	5	5	5	5	5	**40**

Persepsi Manfaat (PM)									
No. Resp	**PM 1**	**PM 2**	**PM 3**	**PM 4**	**PM 5**	**PM 6**	**PM 7**	**PM 8**	**Total**
R-1	4	4	4	4	4	4	4	4	**32**
R-2	5	5	5	5	5	5	5	5	**40**
R-3	1	1	2	3	3	1	2	3	**16**
R-4	5	4	3	2	1	3	4	5	**27**
R-5	4	2	3	2	2	2	2	2	**19**
R-6	5	5	5	5	5	5	5	4	**39**
R-7	4	4	3	4	3	4	4	3	**29**
R-8	4	4	4	4	4	3	5	5	**33**
R-9	4	2	2	2	3	3	4	1	**21**
R-10	4	4	4	4	4	4	4	4	**32**
R-11	5	5	5	5	5	5	5	5	**40**
R-12	4	4	4	4	4	4	3	4	**31**
R-13	4	4	4	4	4	4	4	4	**32**
R-14	5	5	5	5	5	5	5	3	**38**
R-15	4	4	4	4	4	4	4	4	**32**
R-16	4	4	4	4	4	4	4	4	**32**
R-17	4	3	4	3	3	4	4	3	**28**
R-18	5	4	5	4	4	5	4	4	**35**
R-19	5	5	5	5	5	5	5	5	**40**
R-20	4	4	4	4	4	4	4	2	**30**
R-21	4	3	3	4	4	4	4	4	**30**
R-22	4	5	3	4	4	4	4	3	**31**
R-23	4	4	4	4	4	4	4	3	**31**

R-24	4	4	4	4	4	4	4	4	**32**
R-25	5	4	4	4	4	5	4	4	**34**
R-26	4	4	4	4	4	4	3	3	**30**
R-27	5	5	4	4	4	4	4	4	**34**
R-28	4	3	2	2	2	4	3	2	**22**
R-29	5	4	4	5	5	5	4	4	**36**
R-30	5	5	5	5	5	5	5	5	**40**
R-31	4	4	4	4	4	4	4	3	**31**
R-32	5	4	4	5	4	4	4	4	**34**
R-33	4	4	4	4	4	4	4	4	**32**
R-34	5	5	5	5	5	5	5	4	**39**
R-35	3	4	4	3	3	4	4	3	**28**
R-36	5	5	5	4	5	4	4	3	**35**
R-37	4	3	3	4	5	5	5	4	**33**
R-38	4	4	3	4	3	4	4	3	**29**
R-39	4	3	2	2	1	2	2	1	**17**
R-40	4	4	3	4	3	3	3	3	**27**
R-41	5	4	5	5	4	5	5	4	**37**
R-42	4	4	4	4	4	4	4	4	**32**
R-43	3	4	4	4	5	3	4	4	**31**
R-44	5	5	5	5	5	5	5	5	**40**
R-45	5	4	3	5	4	5	5	5	**36**
R-46	4	4	4	4	4	4	4	4	**32**
R-47	5	4	5	5	5	5	5	5	**39**
R-48	4	4	4	4	4	4	4	4	**32**
R-49	5	5	5	5	5	5	5	5	**40**
R-50	5	3	4	5	4	4	4	4	**33**
R-51	4	4	4	4	4	4	4	3	**31**
R-52	4	4	4	4	5	5	5	4	**35**
R-53	3	3	3	3	3	3	3	3	**24**
R-54	5	5	5	5	5	5	5	5	**40**
R-55	5	4	5	5	5	5	4	3	**36**
R-56	5	5	4	4	5	5	5	5	**38**
R-57	5	5	4	5	5	5	5	5	**39**
R-58	4	4	3	4	4	4	4	3	**30**
R-59	4	4	4	3	3	4	4	3	**29**
R-60	5	4	4	4	4	4	4	4	**33**
R-61	5	4	5	5	5	5	5	4	**38**
R-62	5	5	5	4	4	5	5	4	**37**
R-63	4	4	4	4	4	5	5	4	**34**
R-64	4	3	4	4	4	4	4	2	**29**
R-65	5	4	5	4	5	4	5	4	**36**
R-66	4	5	4	5	4	5	5	4	**36**
R-67	4	3	5	2	5	4	4	5	**32**
R-68	5	5	5	5	5	5	5	4	**39**
R-69	4	4	4	4	4	4	4	4	**32**
R-70	4	4	4	4	4	4	4	4	**32**
R-71	5	4	4	5	4	4	4	4	**34**

R-72	4	5	3	4	4	5	4	5	**34**
R-73	5	5	4	5	5	5	5	4	**38**
R-74	5	5	3	5	5	5	3	3	**34**
R-75	3	3	3	3	3	3	2	2	**22**
R-76	5	5	5	5	5	4	5	5	**39**
R-77	4	3	5	5	5	4	4	4	**34**
R-78	1	1	1	1	1	1	1	1	**8**
R-79	4	4	4	4	4	4	4	4	**32**
R-80	4	4	4	4	4	4	4	4	**32**
R-81	4	4	3	4	4	4	4	3	**30**
R-82	5	5	5	5	5	5	5	5	**40**
R-83	5	5	5	5	5	5	5	5	**40**
R-84	4	4	4	4	4	4	4	4	**32**
R-85	5	4	3	3	4	5	4	4	**32**
R-86	5	4	4	5	5	5	5	5	**38**
R-87	5	4	4	4	4	5	5	4	**35**
R-88	5	5	5	5	5	5	4	4	**38**
R-89	5	5	5	5	5	1	5	5	**36**
R-90	5	5	5	5	5	5	5	5	**40**
R-91	5	4	4	4	4	4	4	4	**33**
R-92	4	4	4	4	4	4	4	4	**32**
R-93	4	4	4	4	4	4	4	3	**31**
R-94	4	4	4	4	4	3	4	4	**31**
R-95	5	4	5	5	5	5	4	4	**37**
R-96	5	5	5	5	5	5	5	5	**40**
R-97	5	5	5	5	5	5	5	5	**40**
R-98	4	4	4	4	4	4	4	4	**32**
R-99	4	4	4	4	4	4	4	4	**32**
R-100	5	5	5	5	5	5	5	5	**40**

Persepsi Risiko (PR)							
No. Resp	**PR 1**	**PR 2**	**PR 3**	**PR 4**	**PR 5**	**PR 6**	**Total**
R-1	2	4	2	5	5	5	**23**
R-2	2	1	1	1	1	1	**7**
R-3	2	3	4	2	2	3	**16**
R-4	3	4	5	5	4	3	**24**
R-5	4	5	2	5	4	5	**25**
R-6	2	3	2	3	3	3	**16**
R-7	3	4	2	2	2	3	**16**
R-8	3	4	4	4	4	5	**24**
R-9	4	5	2	1	4	4	**20**
R-10	2	1	1	2	2	2	**10**
R-11	5	5	5	5	5	3	**28**
R-12	3	4	3	4	4	4	**22**
R-13	3	3	1	1	1	1	**10**
R-14	3	1	1	1	1	4	**11**

R-15	3	4	5	5	4	4	**25**
R-16	4	4	4	4	4	4	**24**
R-17	2	3	1	3	2	2	**13**
R-18	4	3	4	1	2	4	**18**
R-19	1	3	1	1	1	1	**8**
R-20	3	4	2	4	4	5	**22**
R-21	4	3	2	2	3	4	**18**
R-22	4	3	1	4	5	5	**22**
R-23	3	4	3	5	4	5	**24**
R-24	3	3	2	2	3	3	**16**
R-25	2	2	2	2	3	3	**14**
R-26	4	5	3	4	4	4	**24**
R-27	3	5	2	4	4	5	**23**
R-28	2	1	1	1	4	5	**14**
R-29	1	3	1	3	1	3	**12**
R-30	2	1	1	1	1	1	**7**
R-31	3	3	2	3	3	3	**17**
R-32	3	3	3	3	2	3	**17**
R-33	3	3	2	3	3	4	**18**
R-34	4	4	4	4	5	5	**26**
R-35	3	4	4	4	4	5	**24**
R-36	4	5	3	5	5	5	**27**
R-37	4	4	5	5	5	5	**28**
R-38	2	2	1	3	5	3	**16**
R-39	5	5	3	5	5	5	**28**
R-40	3	4	2	4	4	5	**22**
R-41	3	3	2	3	3	4	**18**
R-42	2	2	2	2	2	2	**12**
R-43	3	3	1	2	2	3	**14**
R-44	2	2	2	2	4	5	**17**
R-45	3	3	4	4	4	4	**22**
R-46	5	5	3	3	4	4	**24**
R-47	3	4	1	5	4	4	**21**
R-48	3	2	2	2	3	4	**16**
R-49	4	5	3	3	3	3	**21**
R-50	4	5	5	3	4	2	**23**
R-51	3	5	2	4	5	5	**24**
R-52	2	4	2	2	4	4	**18**
R-53	3	3	3	3	3	3	**18**
R-54	2	5	5	5	5	5	**27**
R-55	3	3	2	4	4	4	**20**
R-56	1	1	1	1	1	1	**6**
R-57	1	1	1	1	5	4	**13**
R-58	1	2	1	1	3	5	**13**
R-59	3	3	2	2	3	4	**17**
R-60	2	2	1	2	2	2	**11**
R-61	2	2	1	1	2	2	**10**
R-62	1	1	1	3	2	4	**12**

R-63	3	3	4	5	5	3	**23**
R-64	4	5	3	4	4	5	**25**
R-65	4	5	4	5	4	5	**27**
R-66	3	4	3	3	4	3	**20**
R-67	5	2	4	3	4	5	**23**
R-68	5	4	4	4	4	5	**26**
R-69	3	4	2	3	3	4	**19**
R-70	3	3	1	2	3	5	**17**
R-71	3	3	2	3	3	3	**17**
R-72	3	3	1	3	3	2	**15**
R-73	3	4	1	3	4	4	**19**
R-74	3	3	4	4	3	4	**21**
R-75	4	4	2	4	4	4	**22**
R-76	2	2	2	2	2	2	**12**
R-77	3	3	3	4	4	4	**21**
R-78	5	5	5	5	5	5	**30**
R-79	3	4	1	4	4	4	**20**
R-80	3	3	2	4	4	4	**20**
R-81	4	4	2	5	4	5	**24**
R-82	3	4	3	4	4	4	**22**
R-83	5	5	5	5	5	5	**30**
R-84	4	3	2	3	4	4	**20**
R-85	5	5	1	5	5	5	**26**
R-86	3	3	3	3	3	3	**18**
R-87	3	4	2	4	4	4	**21**
R-88	2	2	1	1	1	1	**8**
R-89	5	5	5	5	5	5	**30**
R-90	5	5	5	5	5	5	**30**
R-91	4	4	2	4	4	4	**22**
R-92	3	3	2	4	4	5	**21**
R-93	3	5	1	5	4	5	**23**
R-94	4	4	4	5	5	5	**27**
R-95	5	5	3	5	5	5	**28**
R-96	3	4	1	5	5	5	**23**
R-97	3	4	1	5	5	5	**23**
R-98	2	2	2	2	2	2	**12**
R-99	3	2	2	2	2	2	**13**
R-100	4	4	2	1	2	3	**16**

Kepercayaan (KP)							
No. Resp	**KP 1**	**KP 2**	**KP 3**	**KP 4**	**KP 5**	**KP 6**	**Total**
R-1	4	4	4	4	4	4	**24**
R-2	5	5	5	5	5	5	**30**
R-3	4	2	2	3	4	3	**18**
R-4	2	3	4	5	5	3	**22**
R-5	3	3	3	3	2	2	**16**

R-6	4	5	5	5	5	5	**29**
R-7	3	4	4	4	4	4	**23**
R-8	4	5	5	3	4	5	**26**
R-9	1	2	2	2	1	5	**13**
R-10	3	4	4	4	4	4	**23**
R-11	5	5	5	5	5	5	**30**
R-12	4	4	4	4	4	4	**24**
R-13	4	4	4	4	4	4	**24**
R-14	4	5	5	5	5	5	**29**
R-15	4	4	4	4	4	4	**24**
R-16	4	4	4	4	4	4	**24**
R-17	4	3	4	4	4	4	**23**
R-18	4	4	4	4	4	4	**24**
R-19	4	5	3	4	4	5	**25**
R-20	4	4	4	3	3	4	**22**
R-21	3	4	3	4	4	4	**22**
R-22	4	4	4	4	3	4	**23**
R-23	3	4	4	3	3	4	**21**
R-24	4	4	4	4	4	4	**24**
R-25	5	5	5	5	5	5	**30**
R-26	4	4	4	3	4	4	**23**
R-27	3	3	4	4	4	3	**21**
R-28	5	4	4	4	4	4	**25**
R-29	4	5	5	5	5	5	**29**
R-30	3	5	5	5	4	5	**27**
R-31	4	4	4	4	4	4	**24**
R-32	4	5	5	5	5	5	**29**
R-33	4	4	4	4	3	4	**23**
R-34	5	4	5	5	5	5	**29**
R-35	3	3	4	3	3	3	**19**
R-36	4	5	5	4	4	4	**26**
R-37	4	5	4	3	4	5	**25**
R-38	3	3	4	4	3	4	**21**
R-39	3	3	2	3	2	3	**16**
R-40	4	4	4	4	4	4	**24**
R-41	4	4	4	4	4	4	**24**
R-42	4	4	4	4	4	4	**24**
R-43	4	5	4	5	4	5	**27**
R-44	5	5	5	5	5	5	**30**
R-45	4	4	3	3	4	4	**22**
R-46	4	4	4	4	4	4	**24**
R-47	5	5	5	5	5	5	**30**
R-48	4	4	3	3	4	4	**22**
R-49	4	4	4	4	4	4	**24**
R-50	5	4	5	5	5	5	**29**
R-51	4	4	3	4	4	4	**23**
R-52	4	4	5	5	5	4	**27**
R-53	3	3	3	3	3	3	**18**

R-54	5	5	5	5	5	5	**30**
R-55	3	4	4	4	4	4	**23**
R-56	5	5	5	5	5	5	**30**
R-57	5	5	5	5	5	5	**30**
R-58	3	4	1	4	4	5	**21**
R-59	3	4	4	4	4	4	**23**
R-60	4	4	4	5	4	4	**25**
R-61	4	4	4	4	4	5	**25**
R-62	4	5	4	5	4	5	**27**
R-63	4	4	4	3	3	4	**22**
R-64	3	4	3	4	4	3	**21**
R-65	4	5	4	5	4	5	**27**
R-66	3	4	4	4	4	4	**23**
R-67	3	4	4	4	2	5	**22**
R-68	5	5	5	4	4	5	**28**
R-69	4	4	4	4	3	4	**23**
R-70	3	4	3	3	3	3	**19**
R-71	4	4	4	4	4	4	**24**
R-72	4	4	4	4	4	4	**24**
R-73	5	5	4	5	4	4	**27**
R-74	4	4	4	4	4	4	**24**
R-75	3	2	3	3	3	3	**17**
R-76	4	4	4	4	4	4	**24**
R-77	4	4	4	4	3	4	**23**
R-78	1	1	1	1	1	1	**6**
R-79	4	4	4	4	4	4	**24**
R-80	4	4	4	4	4	4	**24**
R-81	3	3	4	3	3	3	**19**
R-82	4	4	4	4	4	4	**24**
R-83	5	5	5	5	5	5	**30**
R-84	4	3	4	4	4	4	**23**
R-85	3	4	4	4	4	4	**23**
R-86	3	5	5	4	3	4	**24**
R-87	3	4	4	4	4	4	**23**
R-88	5	5	5	5	5	5	**30**
R-89	5	5	5	5	5	5	**30**
R-90	5	5	5	5	5	5	**30**
R-91	4	4	4	4	4	4	**24**
R-92	4	4	4	4	4	4	**24**
R-93	4	4	4	4	4	4	**24**
R-94	4	4	4	4	4	4	**24**
R-95	5	4	5	5	4	4	**27**
R-96	3	5	5	5	5	5	**28**
R-97	3	5	5	5	5	5	**28**
R-98	4	4	4	4	4	4	**24**
R-99	3	4	4	4	4	4	**23**
R-100	5	5	5	5	5	5	**30**

Keamanan (KA)							
No. Resp	**KA 1**	**KA 2**	**KA 3**	**KA 4**	**KA 5**	**KA 6**	**Total**
R-1	4	4	4	4	4	4	**24**
R-2	5	5	5	5	5	5	**30**
R-3	1	5	5	5	3	4	**23**
R-4	5	4	3	3	4	5	**24**
R-5	2	3	3	3	3	3	**17**
R-6	4	5	4	4	4	4	**25**
R-7	4	3	3	4	4	3	**21**
R-8	5	5	5	4	3	4	**26**
R-9	1	3	3	3	3	5	**18**
R-10	3	4	4	4	4	4	**23**
R-11	5	5	5	5	5	5	**30**
R-12	3	3	4	4	4	4	**22**
R-13	4	4	4	4	4	4	**24**
R-14	3	5	4	4	4	4	**24**
R-15	3	3	4	4	4	4	**22**
R-16	4	4	4	4	4	4	**24**
R-17	3	4	4	3	4	4	**22**
R-18	3	4	3	4	3	4	**21**
R-19	5	4	4	5	5	5	**28**
R-20	4	4	3	4	3	4	**22**
R-21	3	3	3	3	4	4	**20**
R-22	2	3	4	3	4	4	**20**
R-23	3	4	3	4	3	4	**21**
R-24	4	4	4	4	4	4	**24**
R-25	3	4	4	4	4	4	**23**
R-26	2	2	4	4	4	4	**20**
R-27	3	3	3	3	3	3	**18**
R-28	3	3	4	4	3	4	**21**
R-29	4	5	5	5	5	5	**29**
R-30	5	5	5	5	5	5	**30**
R-31	4	4	4	4	4	4	**24**
R-32	3	3	3	3	3	4	**19**
R-33	3	4	4	4	4	4	**23**
R-34	4	4	4	4	4	4	**24**
R-35	3	2	3	3	3	3	**17**
R-36	3	4	4	4	3	4	**22**
R-37	5	5	3	5	4	4	**26**
R-38	3	4	3	3	3	4	**20**
R-39	1	4	3	1	4	3	**16**
R-40	3	3	4	3	4	4	**21**
R-41	4	4	4	4	4	4	**24**
R-42	4	4	4	4	4	4	**24**
R-43	4	3	4	4	4	4	**23**
R-44	3	5	5	5	5	5	**28**
R-45	3	3	3	3	3	2	**17**

R-46	4	4	4	4	4	4	**24**
R-47	4	4	5	5	5	5	**28**
R-48	3	3	3	3	3	3	**18**
R-49	3	4	3	3	4	4	**21**
R-50	3	4	3	3	4	4	**21**
R-51	3	4	3	4	4	4	**22**
R-52	2	4	5	4	4	4	**23**
R-53	3	3	3	3	3	3	**18**
R-54	1	5	4	4	4	4	**22**
R-55	3	4	4	3	4	4	**22**
R-56	4	4	5	4	5	5	**27**
R-57	5	5	5	5	5	5	**30**
R-58	1	4	5	5	5	5	**25**
R-59	3	4	4	4	4	4	**23**
R-60	4	4	4	4	4	4	**24**
R-61	4	5	4	4	5	5	**27**
R-62	4	4	4	4	5	5	**26**
R-63	5	4	3	3	3	4	**22**
R-64	2	4	3	3	4	4	**20**
R-65	5	4	5	4	5	5	**28**
R-66	2	3	3	3	4	4	**19**
R-67	4	3	4	5	5	2	**23**
R-68	5	1	2	2	2	2	**14**
R-69	3	4	4	4	4	4	**23**
R-70	3	3	3	3	3	3	**18**
R-71	4	4	4	4	4	4	**24**
R-72	4	4	4	4	4	4	**24**
R-73	2	2	4	3	3	3	**17**
R-74	3	4	4	4	4	4	**23**
R-75	3	3	3	3	3	3	**18**
R-76	4	4	4	4	4	4	**24**
R-77	4	4	4	4	4	4	**24**
R-78	1	1	1	1	1	1	**6**
R-79	3	4	4	4	4	4	**23**
R-80	4	4	4	4	4	4	**24**
R-81	3	3	4	4	4	3	**21**
R-82	4	2	3	3	4	4	**20**
R-83	5	5	5	5	5	5	**30**
R-84	3	3	3	4	4	4	**21**
R-85	1	1	2	2	2	2	**10**
R-86	3	3	3	3	4	3	**19**
R-87	4	4	4	5	4	5	**26**
R-88	3	3	4	4	5	4	**23**
R-89	4	5	5	5	5	5	**29**
R-90	5	5	5	5	5	5	**30**
R-91	4	3	4	3	4	4	**22**
R-92	4	4	4	4	4	4	**24**
R-93	2	3	3	3	3	3	**17**

R-94	2	2	4	4	4	3	**19**
R-95	5	5	4	3	4	4	**25**
R-96	4	4	4	4	4	4	**24**
R-97	4	4	4	4	4	4	**24**
R-98	3	4	4	4	4	4	**23**
R-99	3	3	4	4	4	4	**22**
R-100	3	5	4	4	4	4	**24**