

MINAT MAHASISWA AKUNTANSI UNTRIM SEBAGAI PENGGUNA E-WALLET DENGAN MEMPERTIMBANGKAN PERSEPSI KEMANFAATAN, PERSEPSI KEMUDAHAN, DAN PERSEPSI KEPERCAYAAN

Salepa Celik Misrami Afolo¹, Ni Nyoman Sri Rahayu Trisna Dewi²

^{1,2} Universitas Triatma Mulya

*e-mail: evasaleva42@gmail.com

DiPublikasi: 01/01/2022

<https://doi.org/10.22225/kr.13.2.2022.267-277>

Abstract

This study aims to determine the effect of Perception of Benefits (X_1), Perception of Ease (X_2), Perception of Trust (X_3), Interest of E-wallet Users on the interest of Untrim Accounting Students as E-Wallet users (Y). This research uses quantitative research methods with associative research types. The population in this study were students of the Accounting Study Program at Triatma Mulya University batch 2017, 2018, and 2019. The sample was taken using the purposive sampling method with a sample of 74 respondents. During the Covid-19 pandemic, which is in accordance with government policy, that learning activities are carried out online, the data collection in this study used an online questionnaire via google form and the measurement used a Likert scale. And the data analysis methods used are Data Quality Test, Classical Assumption Test, Multiple Regression Analysis, F Test (Model Feasibility), and t Test. The results obtained from the data analysis showed that the perception of benefits, the perception of ease, and the perception of trust partially had a positive and significant effect on the interest of E-Wallet users.

Keywords: Perception of Benefits, Perception of Ease, Perception of Trust, Interest of E-wallet Users.

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh Persepsi Kemanfaatan (X_1), Persepsi Kemudahan (X_2), dan Persepsi Kepercayaan (X_3), Terhadap Minat Mahasiswa Akuntansi Untrim sebagai Pengguna E-wallet (Y). Penelitian ini, menggunakan metode penelitian kuantitatif dengan jenis penelitian asosiatif. Populasi dalam penelitian ini yaitu mahasiswa Program Studi Akuntansi di Universitas Triatma Mulya angkatan 2017, 2018, dan 2019. Sampel diambil menggunakan metode *purposive sampling* dengan jumlah sampel 74 responden. Pada masa pandemi Covid-19 yang mana sesuai dengan kebijakan pemerintah, bahwa kegiatan pembelajaran dilaksanakan secara *online*, maka pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan kuesioner *online* melalui *google form* dan pengukurannya menggunakan skala likert. Dan metode analisis data yang digunakan adalah Uji Kualitas Data, Uji Asumsi Klasik, Analisis Regresi Berganda, Uji F (Kelayakan Model), dan Uji t. Hasil penelitian yang didapat dari analisis data menunjukkan bahwa Persepsi Kemanfaatan, Persepsi Kemudahan, dan Persepsi Kepercayaan secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Pengguna E-wallet.

Kata Kunci: Persepsi Kemanfaatan, Persepsi Kemudahan, Persepsi Kepercayaan, Minat Pengguna E-wallet.

I. PENDAHULUAN

Uang merupakan salah satu alat pembayaran dalam kehidupan masyarakat sehari-hari untuk memperoleh barang, jasa, serta kebutuhan hidup lainnya yang dipercaya sangat mudah dan efektif. Namun seiring dengan berjalannya waktu, keberadaan uang semakin tergeser dengan kehadiran pembayaran non tunai. Menurut *Bank Sentral Republik Indonesia* (2011) pergeseran ini disebabkan karena masyarakat merasa bila melakukan transaksi menggunakan uang tunai dalam jumlah besar, mengundang risiko seperti

pencurian, perampokan dan pemalsuan uang. Di pertengahan tahun 1999, perbankan di Indonesia sudah mulai melirik instrumen pembayaran non tunai baik dalam bentuk wakat seperti cek, bilyet giro, nota debit serta nota kredit, dan dalam bentuk non wakat seperti kartu ATM/ debit, dan kartu kredit. Dengan hadirnya pembayaran non tunai yang mulai diminati masyarakat Indonesia, membuat beberapa perusahaan yang bergerak di bidang teknologi informasi dan keuangan mulai berlomba-lomba untuk menawarkan beragam

keunggulan dari alat pembayaran non tunai yang mereka miliki.

Menurut Peraturan Bank Indonesia No.888/40/PBI/2016 perkembangan teknologi dan sistem informasi terus menghadirkan berbagai inovasi, khususnya yang berkaitan dengan *Financial Technology* atau yang sering disebut *Fintech*. Industri *financial technology* (*fintech*) merupakan salah satu metode layanan jasa keuangan di era digital sekarang ini berbasis teknologi. Industri *fintech* menghadirkan sistem pembayaran uang elektronik dalam berbagai bentuk. Menurut Usman (2017) uang elektronik dapat berbentuk *smartcards* dengan *chip* ataupun dalam bentuk *application based*. Alat pembayaran uang elektronik berbasis aplikasi disebut dengan *e-wallet*. *E-wallet* merupakan jenis uang elektronik yang pelayanannya untuk mengoperasikan sistem pembayaran melalui *Quick Response Code (QR Code/QR Payment)*, *Near Field Communication (NFC)*, dan *One Time Password (OTP)*.

Bank Indonesia mencatat nilai transaksi uang elektronik mencapai Rp 20,7 triliun pada Januari 2021. Jumlah tersebut meningkat 30,7% dibandingkan periode yang sama pada tahun sebelumnya sebesar Rp 15,9 triliun. Hal ini sejalan dengan yang terjadi pada jumlah pengguna *e-wallet* yang terus meningkat. Analisis sesi pada aplikasi finansial di Indonesia menunjukkan adanya peningkatan hingga 70% sejak Juni 2019 hingga Juni 2020. Total sesi pada 2019 untuk pengguna aplikasi finansial sebanyak 1.67 miliar meningkat hingga 2.83 miliar per Juni 2020 (<https://iprice.co.id/trend/insights/top-e-wallet-di-indonesia-2020/> Diakses tanggal 03 April 2021 pukul 00.15 Wita). Melihat jumlah pengguna *e-wallet* yang semakin meningkat serta peran pentingnya sebagai bagian dari sarana untuk mewujudkan cita-cita Bank Indonesia, maka hal tersebut menimbulkan pertanyaan mengenai faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi minat pengguna *e-wallet*. Menurut Kotler (2012: 131), minat adalah

sesuatu yang timbul setelah menerima rangsangan dari produk yang dilihatnya, kemudian timbul ketertarikan untuk mencoba produk tersebut dan akhirnya timbul keinginan untuk membeli dan dapat memiliki produk tersebut. Banyak masyarakat Indonesia yang saat ini tertarik bertransaksi menggunakan *e-wallet*

Persepsi Kemanfaatan yang dirasakan oleh pengguna dapat mempengaruhi minat pengguna *e-wallet* tersebut. Menurut Davis (1986) persepsi manfaat dapat mengukur sejauh mana tingkat keuntungan yang didapatkan pengguna. Banyak pengguna *e-wallet* di Indonesia yang memiliki lebih dari satu aplikasi *e-wallet* di *smartphone* mereka. Persepsi Kemudahan juga berperan dalam meningkatkan minat pengguna *e-wallet*. Dengan fitur-fitur yang disediakan, pengguna dapat lebih mudah untuk memahami serta mudah dalam pengaplikasiannya, sehingga pengguna tidak membutuhkan waktu yang lama untuk bertransaksi. Persepsi Kepercayaan juga sangat berperan penting dalam mengukur minat pengguna *e-wallet*. Menurut Rafidah dan Djawoto (2017) jaminan keamanan menjadi bagian penting dalam membentuk kepercayaan seseorang dengan mengurangi kekhawatiran pengguna terhadap penyalahgunaan data pribadi. Mahasiswa merupakan generasi milenial yang biasanya memilih menggunakan sesuatu yang lebih efisien untuk melakukan transaksi, dengan cara berpindah ke transaksi berbasis elektronik berupa aplikasi melalui *smartphone* Huwaydi (2018: 56-57). Oleh karena itu, penelitian ini menggunakan mahasiswa sebagai objek penelitian yang memiliki pemahaman yang lebih mengenai elektronik. Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh persepsi kemanfaatan, persepsi kemudahan, dan persepsi kepercayaan terhadap minat mahasiswa Akuntansi Untrim sebagai pengguna aplikasi *e-wallet*.

II. TINJAUAN PUSTAKA

Technology Acceptance Model (TAM)

TAM (*Technology Acceptance Model*) adalah salah satu teori perilaku yang menjelaskan tentang pendekatan pemanfaatan teknologi informasi. Penerimaan teknologi dapat diprediksi dengan reaksi, sikap dan perilaku penggunaan pelanggan (Davis et al, 1986). Menurut Jogiyanto (2008) teori *Technology Acceptance Model (TAM)* terdapat 2 konstruk utama yang dapat mempengaruhi setiap perilaku pengguna, yaitu persepsi kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*) dan persepsi manfaat (*perceived usefulness*). Sehingga dengan melihat kemudahan dan manfaat suatu teknologi informasi, dapat dijadikan alasan seseorang dalam berperilaku atau bertindak sebagai tolak ukur dalam menerima suatu teknologi informasi.

Minat Pengguna

Menurut Djamarah (2008: 166), minat pada dasarnya merupakan penerimaan akan sesuatu hubungan antara diri sendiri dengan sesuatu diluar diri, semakin kuat atau dekat hubungan tersebut, maka semakin besar pula minatnya. Minat dapat dipengaruhi oleh beberapa faktor, seperti faktor intern dan faktor ekstern. Faktor intern berasal dalam diri sendiri seperti bakat, kehendak, dan ketertarikan. Sedangkan faktor ekstern berasal dari luar diri seperti pengaruh dari lingkungan keluarga, sekolah dan masyarakat.

Kotler (2012: 131), menyatakan bahwa minat adalah sesuatu yang timbul setelah menerima rangsangan dari produk yang dilihatnya, kemudian timbul ketertarikan untuk mencoba produk tersebut dan akhirnya timbul keinginan untuk membeli dan dapat memiliki produk tersebut. Dari uraian tersebut dapat disimpulkan bahwa minat pengguna merupakan situasi seseorang dimana seseorang menerima dorongan dari luar dirinya yang dilihatnya kemudian timbul rasa ketertarikan dan keinginan untuk menggunakan, mencoba atau memiliki produk tersebut.

E-Wallet (Dompet Elektronik)

Menurut Nugroho (2016) *e-wallet* adalah bentuk pembayaran yang memungkinkan pengguna untuk melakukan pembayaran secara elektronik menggunakan smartphone atau gadget, menggantikan penggunaan dompet secara fisik. Menurut Hutami dan Septyarini (2018) *electronic wallet (e-wallet)* merujuk pada “dompet” sementara atau sebuah akun yang berisi dana pada suatu aplikasi online yang digunakan untuk mempermudah konsumen dalam bertransaksi dengan cara non tunai. *E-wallet* merupakan jenis uang elektronik yang pelayanannya untuk mengoprasikan sistem pembayaran melalui *Quick Response Code (QR Code/QR Payment)*, *Near Field Communication (NFC)* dan *One Time Password (OTP)*.

Persepsi Kemanfaatan

Menurut Tjini dan Baridwan (2012), persepsi kebermanfaatan merupakan sesuatu yang menyatakan individu percaya bahwa penggunaan suatu teknologi tertentu akan meningkatkan kinerja dari individu tersebut. Kinerja yang dipermudah ini dapat menghasilkan keuntungan yang lebih baik dari segi fisik maupun non fisik, seperti hasil yang diperoleh akan lebih cepat dan dengan hasil yang lebih memuaskan dibanding saat tidak menggunakan teknologi baru tersebut Wibowo, Rosmauli, dan Suhud (2015). Sehingga dapat disimpulkan bahwa kemanfaatan merupakan suatu rasa percaya seseorang terhadap suatu teknologi, baik itu teknologi lama maupun teknologi baru, dimana diharapkan teknologi tersebut dapat membawa keuntungan, kemudahan, dan berguna.

Persepsi Kemudahan

Davis (1986) menyatakan persepsi kemudahan adalah tingkat keyakinan seseorang terhadap sesuatu bahwa dalam penggunaannya akan terbebas dari segala bentuk usaha. Kemudahan mempunyai makna tanpa adanya kesulitan atau terbebaskan dari kesulitan atau tidak perlu

berusaha keras. Persepsi kemudahan penggunaan pada *e-wallet* ini dimaksudkan agar pengguna dapat menggunakan layanan *e-wallet* dengan mudah dipahami serta mudah dalam pengaplikasiannya tanpa menggunakan usaha yang rumit serta membutuhkan waktu yang lama.

Persepsi Kepercayaan

Menurut Tjini dan Baridwan (2012), kepercayaan merupakan sesuatu hal yang menyangkut perihal keamanan produk tersebut dan konsumen percaya terhadap produk tersebut akan mendatangkan manfaat atau tidak. Jaminan keamanan menjadi bagian penting dalam membentuk kepercayaan seseorang dengan mengurangi kekhawatiran pengguna terhadap penyalahgunaan data pribadi dan transaksi yang mudah rusak (Rafidah dan Djawoto, 2017). Dapat dilihat, jika pengguna merasa aman, maka pengguna tidak akan khawatir saat memberikan informasi, dan percaya bahwa pengguna mendapat perlindungan atas semua data pribadi dan uang yang tersimpan dalam *e-wallet* tersebut.

Pengembangan Hipotesis

Davis (1989) mendefinisikan persepsi manfaat sebagai keyakinan akan kemanfaatan, yaitu tingkat dimana pengguna (*user*) percaya bahwa penggunaan teknologi atau sistem akan meningkatkan performa mereka dalam bekerja. Sementara itu, Jogiyanto (2007), mendefinisikan kemanfaatan sebagai sejauh mana seseorang percaya bahwa penggunaan suatu teknologi akan meningkatkan kinerja pekerjaannya. Maka hal ini dapat diartikan sebagai tindakan dimana pengguna percaya bahwa dengan menggunakan suatu teknologi, baik itu teknologi lama maupun teknologi baru, akan memberikan keuntungan ataupun manfaat positif bagi kehidupan pengguna. Hasil dari penelitian Atriani (2020), menemukan bahwa persepsi kebermanfaatan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan dompet digital OVO.

Kemudahan mempunyai makna tanpa adanya kesulitan atau terbebaskan dari kesulitan atau tidak perlu berusaha keras. Davis et al. (1989:320). Mendefinisikan persepsi kemudahan penggunaan sebagai keyakinan akan kemudahan penggunaan, yaitu tingkatan dimana user percaya bahwa teknologi atau sistem tersebut dapat digunakan dengan mudah dan bebas dari masalah. Dengan demikian, persepsi kemudahan ini merujuk pada kepercayaan individu bahwa setiap sistem *e-wallet* membantu dan tidak memerlukan upaya keras serta biaya yang besar dalam penggunaannya. Penelitian Sari (2019), menemukan bahwa persepsi kemudahan berpengaruh signifikan terhadap minat ulang menggunakan gopay. Penelitian Sari, (2019), Atriani (2020) juga menyatakan bahwa persepsi Kemudahan Penggunaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Menggunakan Dompot Digital OVO di Kota Mataram.

Menurut Tjini dan Baridwan (2012), kepercayaan merupakan sesuatu hal yang menyangkut perihal keamanan produk tersebut dan konsumen percaya terhadap produk tersebut akan mendatangkan manfaat atau tidak. Tingkat keamanan sebuah teknologi menjadi penting dikarenakan telah menyimpan data dari pengguna *e-wallet*. Sehingga, sebuah teknologi dikatakan baik jika memberikan jaminan keamanan terhadap seluruh informasi data yang disimpan dan keamanan saat proses penggunaan teknologi. Dengan demikian, persepsi kepercayaan dalam penelitian ini diharapkan sebagai tolak ukur untuk mengetahui bagaimana minat pengguna *e-wallet*, jika sistem pembayaran *e-wallet* ini dapat memberikan keamanan terhadap seluruh informasi data baik data pribadi maupun saldo yang dimiliki. Sama seperti dalam penelitian Sari (2019) yang menyatakan bahwa persepsi kepercayaan berpengaruh signifikan dan positif terhadap minat ulang menggunakan gopay. Hasil penelitian Rafidah dan Djawoto (2017) menunjukkan bahwa variabel kepercayaan dalam hal keamanan teknologi memiliki

pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian online. Berdasarkan uraian sebelumnya, maka hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah:

H₁: Persepsi Kemanfaatan berpengaruh positif terhadap minat mahasiswa Akuntansi Untrim sebagai pengguna *e-wallet*.

H₂: Persepsi Kemudahan berpengaruh positif terhadap minat mahasiswa Akuntansi Untrim sebagai pengguna *e-wallet*.

H₃: Persepsi Kepercayaan berpengaruh positif terhadap minat mahasiswa Akuntansi Untrim sebagai pengguna *e-wallet*.

III. METODE PENELITIAN

Tempat, Populasi dan Metode Sampel

Penelitian ini dilakukan di Universitas Triatma Mulya, dengan menyebarkan kuesioner kepada mahasiswa yang berperan sebagai pengguna *e-wallet*. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini yaitu mahasiswa Program Studi Akuntansi di Universitas Triatma Mulya (Untrim) baik reguler pagi maupun reguler sore angkatan tahun 2017 sampai 2019. Metode pengambilan sampel dilakukan dengan *metode purposive sampling* dimana sampel dipilih atas kriteria-kriteria tertentu, sehingga diperoleh sampel sebanyak 74 sampel. Adapun kriteria yang digunakan antara lain mahasiswa yang pernah atau sedang menggunakan *e-wallet* serta mahasiswa yang telah menempuh mata kuliah Sistem Informasi Akuntansi.

Definisi Operasional Variabel

1) Minat Pengguna (Y)

Minat pengguna merupakan situasi seseorang dimana seseorang menerima rangsangan dari luar dirinya yang dilihatnya kemudian timbul rasa ketertarikan, keinginan, dan dorongan untuk menggunakan, mencoba atau memiliki produk tersebut. Variabel ini menggunakan 7 item pernyataan dengan menggunakan instrumen yang dikembangkan oleh Nutris (2019).

2) Persepsi Kemanfaatan (X₁)

Persepsi kemanfaatan merupakan suatu rasa percaya seseorang terhadap suatu teknologi, baik itu teknologi lama maupun teknologi baru, dimana diharapkan teknologi tersebut dapat membawa keuntungan, kemudahan, dan berguna bagi pengguna. Variabel ini menggunakan 4 item pernyataan dengan

menggunakan instrumen yang dikembangkan oleh Nurmalasari (2018).

3) Persepsi Kemudahan (X₂)

Persepsi kemudahan pada minat pengguna *e-wallet* sangat diperlukan untuk menilai pendapat pengguna, dimana layanan *e-wallet* telah dirancang agar pengguna dapat dengan mudah mengaplikasikannya tanpa menggunakan usaha yang rumit serta membutuhkan waktu yang lama. Variabel ini menggunakan 6 item pernyataan dengan menggunakan instrumen yang dikembangkan oleh Sari (2019).

4) Persepsi Kepercayaan (X₃)

Persepsi kepercayaan memiliki peran penting sebagai tolak ukur pengguna untuk mempertimbangkan suatu produk yang ingin digunakan. Dengan adanya kepercayaan yang tinggi, akan membuat daya tarik menggunakan *e-wallet* semakin tinggi. Variabel ini menggunakan 7 item pernyataan dengan menggunakan instrumen yang dikembangkan oleh Nurmalasari (2018).

Teknik Analisis Data

Penelitian ini menggunakan metode analisis regresi linier berganda dengan bantuan dari program aplikasi SPSS (*Statistical Package for Social Sciences*). Sebelum dilakukan analisis regresi linier berganda, terlebih dahulu dilakukan uji kualitas data yang terdiri dari Uji Validitas dan Uji Reliabilitas, kemudian dilanjutkan dengan Uji Asumsi Klasik yang terdiri dari Uji Normalitas, Uji Multikolinieritas, dan Uji Heteroskedastisitas.

Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi berganda bertujuan untuk menganalisis pengaruh antara dua variabel yaitu variabel bebas dan variabel terikat, dimana analisis linier berganda memiliki variabel bebas lebih dari satu (Syaiful, 2018). Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan tiga variabel bebas dan satu variabel terikat dengan persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$$

Keterangan :

Y : Minat Pengguna *e-wallet*

a : Nilai Konstanta

b : Koefisien Regresi

X₁ : Persepsi Kemanfaatan

X₂ : Persepsi Kemudahan

X₃ : Persepsi Kepercayaan

e : Standar *Error*

Uji Statistik F (Uji Kelayakan Model)

Uji F dilakukan untuk mengetahui apakah

variabel independen yang digunakan bersifat layak atau tidak sebagai variabel penjelas atau prediktor (Ghozali, 2012). Model dalam penelitian dikatakan layak apabila nilai probabilitas signifikasinya $< 0,50$.

Uji Statistik t

Uji t digunakan untuk menguji pengaruh variabel bebas secara parsial terhadap variabel terikat (Ghozali, 2012). Uji t tersebut dapat dilihat dari besarnya nilai signifikan pada *table coefficients* dari hasil SPSS dengan kriteria pengujian sebagai berikut :

a) Jika nilai signifikan $\leq 0,05$ maka variabel bebas berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat.

b) Jika nilai signifikan $> 0,05$ maka variabel bebas tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat.

IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

Penyebaran kuesioner dilakukan pada mahasiswa Program Studi Akuntansi di Universitas Triatma Mulya (Untrim) baik reguler pagi maupun reguler malam angkatan tahun 2017 sampai 2019. Berdasarkan kriteria sampel yang telah ditentukan, kuesioner yang disebar adalah sebanyak 83. Dari total keseluruhan kuesioner yang disebar terdapat 9 kuesioner yang tidak kembali, karena beberapa mahasiswa tidak memberikan tanggapan atau jawaban pada kuesioner online yang diberikan. Sehingga jumlah kuesioner yang dapat digunakan dan diolah dalam penelitian ini sebanyak 89,15% atau 74 kuesioner.

1) Uji Validitas dan Reliabilitas

Hasil Uji Validitas menunjukkan semua butir pernyataan kuesioner dalam penelitian ini valid karena masing-masing butir pernyataan dari variabel Persepsi kemanfaatan, persepsi kemudahan, persepsi kepercayaan, dan minat pengguna memiliki nilai koefisien korelasi $> 0,3$. Uji Reliabilitas menunjukkan bahwa instrumen yang digunakan dalam penelitian ini adalah reliabel karena nilai cronchbach alpha masing-masing variabel dalam penelitian ini $> 0,6$.

2) Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Tabel 1
Hasil Uji Normalitas
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

| | | Unstandardized Residual |
|----------------------------------|------|-------------------------|
| N | | 74 |
| Normal Parameters ^{a,b} | Mean | .0000000 |

| | | |
|--------------------------|----------------|-------------------|
| | Std. Deviation | 1.79887436 |
| Most Extreme Differences | Absolute | .101 |
| | Positive | .078 |
| | Negative | -.101 |
| Test Statistic | | .101 |
| Asymp. Sig. (2-tailed) | | .059 ^c |

- a. Test distribution is Normal.
b. Calculated from data.
c. Lilliefors Significance Correction.

Sumber: Data Diolah, 2020

Berdasarkan hasil uji normalitas pada tabel 1 dapat dilihat bahwa hasil uji *One-Sample Kolmogorov-Smirnov* memiliki nilai signifikansinya $> 0,05$ yaitu 0,059, sehingga dapat disimpulkan bahwa data yang digunakan dalam penelitian ini berdistribusi normal.

b. Uji Multikolinieritas

Tabel 2
Hasil Uji Multikolinieritas

| Variabel | Tolerance | VIF | Kesimpulan |
|---------------------------|-----------|-------|---------------------------------|
| Persepsi Kemanfaatan (X1) | 0,575 | 1,740 | Tidak Terjadi Multikolinieritas |
| Persepsi Kemudahan (X2) | 0,709 | 1,411 | Tidak Terjadi Multikolinieritas |
| Persepsi Kepercayaan (X3) | 0,657 | 1,523 | Tidak Terjadi Multikolinieritas |

Sumber: Data Diolah, 2020

Berdasarkan hasil uji multikolinieritas pada tabel 2 dapat dilihat bahwa variabel persepsi kemanfaatan (X1), persepsi kemudahan (X2), dan persepsi kepercayaan (X3) memiliki nilai *Tolerance* lebih besar dari 0,10 dan nilai VIF lebih kecil dari 10. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa seluruh variabel bebas dalam penelitian ini tidak terjadi multikolinieritas.

c. Uji Heteroskedastisitas

Tabel 3
Hasil Uji Heteroskedastisitas

| Variabel | Sig. | Kesimpulan |
|---------------------------|-------|-----------------------------------|
| Persepsi Kemanfaatan (X1) | 0,522 | Tidak Terjadi Heteroskedastisitas |
| Persepsi Kemudahan (X2) | 0,694 | Tidak Terjadi Heteroskedastisitas |
| Persepsi Kepercayaan (X3) | 0,929 | Tidak Terjadi Heteroskedastisitas |

Sumber: Data Diolah, 2020

Berdasarkan hasil uji heteroskedastisitas pada tabel 3 menunjukkan bahwa nilai signifikan pada semua variabel independen lebih besar dari 0,50. Maka dapat disimpulkan semua variabel independen tidak terjadi heteroskedastisitas.

3) Analisis Regresi Linier Berganda

Tabel 4
Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda

| Coefficients ^a | | | | | | |
|---------------------------|-----------------------------|------------|-----------------------------------|-------|------|--|
| Model | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients Beta | t | Sig. | |
| | B | Std. Error | | | | |
| (Constant) | .848 | 2.448 | | .346 | .730 | |
| P.Kemanfaatan | .699 | .180 | .407 | 3.881 | .000 | |
| P.Kemudahan | .225 | .111 | .191 | 2.025 | .047 | |
| P.Kepercayaan | .359 | .118 | .298 | 3.037 | .003 | |

a. Dependent Variable: Minat.Penggunaan

Sumber: Data Diolah, 2020

Berdasarkan tabel 4 hasil uji analisis regresi linier berganda yang didapatkan adalah sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$$

$$Y = 0,848 + 0,699 X_1 + 0,225 X_2 + 0,359 X_3 + e$$

Persamaan regresi linier berganda tersebut menjelaskan bahwa Nilai konstanta positif 0,848 yang berarti jika persepsi kemanfaatan, persepsi kemudahan, dan persepsi kepercayaan sama dengan nol atau tetap, maka minat mahasiswa Akuntansi Untrim sebagai pengguna *e-wallet* sebesar 0,848. Nilai koefisien regresi X_1 sebesar 0,699 yang artinya setiap penambahan satu satuan

persepsi kemanfaatan (X_1), maka akan meningkatkan minat mahasiswa Akuntansi Untrim sebagai pengguna *e-wallet* sebesar 0,699 dengan asumsi variabel lain konstan. Nilai koefisien regresi X_2 sebesar 0,225 yang artinya setiap penambahan satu satuan persepsi kemudahan (X_2), maka akan meningkatkan minat mahasiswa Akuntansi Untrim sebagai pengguna *e-wallet* sebesar 0,225 dengan asumsi variabel lain konstan. Nilai koefisien regresi X_3 sebesar 0,359 yang artinya setiap penambahan satu satuan persepsi kepercayaan (X_3), maka akan meningkatkan minat mahasiswa Akuntansi Untrim sebagai pengguna *e-wallet* sebesar 0,359 dengan asumsi variabel lain konstan.

4) Uji Statistik F (Uji Kelayakan Model)

Tabel 5
Hasil Uji Kelayakan Model (Uji F)
ANOVA^a

| Model | Sum of Squares | df | Mean Square | F | Sig. |
|------------|----------------|----|-------------|--------|-------------------|
| Regression | 297.614 | 3 | 99.205 | 29.397 | .000 ^b |

| | | | | | |
|----------|---------|----|-------|--|--|
| Residual | 236.224 | 70 | 3.375 | | |
| Total | 533.838 | 73 | | | |

a. Dependent Variable: Minat.Pengguna

b. Predictors: (Constant), P.Kepercayaan, P.Kemudahan, P.Kemanfaatan

Sumber: Data Diolah, 2020

Berdasarkan Tabel 5 menunjukkan bahwa variabel persepsi kemanfaatan, persepsi kemudahan, dan persepsi kepercayaan mempunyai nilai signifikansi sebesar 0,000

(lebih kecil dari 0,05). Hal ini menunjukkan bahwa model regresi *fit* atau layak, sehingga dapat digunakan untuk mengetahui minat pengguna *e-wallet*.

5) Uji Statistik t

Tabel 6
Hasil Uji Statistik t

| Variabel | B | Sig. | Nilai Alpha | Kesimpulan |
|----------------------------------|-------|-------|-------------|-------------------------|
| Persepsi Kemanfaatan (X1) | 0,699 | 0,000 | 0,05 | H ₁ diterima |
| Persepsi Kemudahan (X2) | 0,225 | 0,047 | 0,05 | H ₂ diterima |
| Persepsi Kepercayaan (X3) | 0,359 | 0,003 | 0,05 | H ₃ diterima |

Sumber: Data Diolah, 2020

Berdasarkan Tabel 6 menunjukan bahwa variabel persepsi kemanfaatan (X₁) berpengaruh positif terhadap minat pengguna *e-wallet* (Y). Dilihat dari nilai koefisien regresi sebesar 0,699 dan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$. Hal ini berarti hipotesis pertama diterima. Variabel persepsi kemudahan (X₂) berpengaruh positif terhadap minat pengguna *e-wallet* (Y). Dilihat dari nilai koefisien regresi sebesar 0,225 dan nilai signifikansi sebesar $0,047 < 0,05$. Hal ini berarti hipotesis kedua diterima. Variabel persepsi kepercayaan (X₃) berpengaruh positif terhadap minat pengguna *e-wallet* (Y). Dilihat dari nilai koefisien regresi sebesar 0,359 dan nilai signifikansi sebesar $0,003 < 0,05$. Hal ini berarti hipotesis ketiga diterima.

terhadap minat pengguna *e-wallet* (Y). Adanya pengaruh positif antara persepsi kemanfaatan dengan minat pengguna *e-wallet*, menunjukkan bahwa semakin tinggi persepsi kemanfaatan yang dirasakan oleh pengguna, maka minat untuk menggunakan *e-wallet* akan semakin meningkat. Karena pengguna merasakan dengan memakai *e-wallet* banyak manfaat yang didapatkan. Pengguna percaya bahwa dengan menggunakan sistem pembayaran *e-wallet* dapat meningkatkan produktifitas dan efektivitas. Hasil penelitian ini didukung oleh penelitian yang dilakukan sebelumnya, yakni oleh Atriani (2020) bahwa persepsi kemanfaatan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan dompet digital OVO.

Pembahasan Hasil Penelitian

1) Pengaruh Persepsi Kemanfaatan Terhadap Minat Pengguna *E-Wallet*

Hasil pengujian menunjukkan bahwa variabel persepsi kemanfaatan (X₁) secara parsial berpengaruh positif dan signifikan

2) Pengaruh Persepsi Kemudahan Terhadap Minat Pengguna *E-Wallet*

Hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi kemudahan (X₂) secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat pengguna *e-wallet* (Y). Adanya pengaruh positif antara persepsi kemudahan

dengan minat pengguna *e-wallet*, menunjukkan bahwa pengguna tertarik akan kemudahan yang ditampilkan dalam layanan *e-wallet*. Aplikasi telah dirancang agar pengguna dapat dengan mudah mengaplikasikannya tanpa menggunakan usaha yang rumit serta membutuhkan waktu yang lama sehingga pengguna semakin tertarik untuk menggunakan *e-wallet*. Para pengguna, apa lagi dalam hal ini kaum milenial akan lebih suka menggunakan aplikasi yang efisien dan tidak rumit. Seringkali terjadi Ketika bertemu dengan aplikasi yang terlalu rumit akan ditinggalkan dari awal, bahkan tidak akan dilirik sama sekali. Hasil penelitian ini didukung oleh penelitian Atriani (2020), menyatakan bahwa persepsi kemudahan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan dompet digital OVO. Hasil penelitian ini juga didukung oleh penelitian Sari (2019) yang menyatakan bahwa persepsi kemudahan berpengaruh positif signifikan terhadap minat menggunakan ulang Gopay.

3) Pengaruh Persepsi Kepercayaan Terhadap Minat Pengguna *E-Wallet*

V. KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan yang telah diuraikan, maka dapat ditarik simpulan bahwa persepsi kemanfaatan secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat Mahasiswa Akuntansi Untrim sebagai pengguna *e-wallet*, persepsi kemudahan secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat Mahasiswa Akuntansi Untrim sebagai pengguna *e-wallet*, serta persepsi kepercayaan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi kepercayaan (X3) secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat pengguna *e-wallet* (Y). Adanya pengaruh positif antara persepsi kepercayaan dengan minat pengguna *e-wallet*, menunjukkan bahwa semakin tinggi kepercayaan pengguna terhadap aplikasi *e-wallet*, maka minat pengguna akan semakin meningkat. Pengguna *e-wallet* memiliki kepercayaan yang tinggi bahwa *e-wallet* dapat menjadi alat pembayaran yang aman. Karena di jaman teknologi seperti sekarang keamanan transaksi menjadi perhatian yang serius. Pengguna tentu tidak ingin data pribadi mereka disebarluaskan kepada pihak luar yang kemungkinan bisa disalahgunakan di kemudian hari. Sehingga keamanan menjadi hal yang penting bagi para pengguna dalam memilih aplikasi pembayaran seperti *e-wallet*. Hasil penelitian ini juga didukung oleh penelitian Sari (2019) yang menunjukkan bahwa persepsi kepercayaan berpengaruh positif signifikan terhadap minat menggunakan ulang Gopay. Hasil penelitian ini juga didukung oleh penelitian Nurmalasari (2018) yang menunjukkan bahwa persepsi kepercayaan secara parsial berpengaruh positif terhadap minat penggunaan T-Cash. secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat Mahasiswa Akuntansi Untrim sebagai pengguna *e-wallet*. Adapun saran yang dapat diberikan untuk Bank Indonesia sebagai lembaga pengawas sistem pembayaran agar dapat meningkatkan sistem keamanan data dalam bertransaksi menggunakan *e-wallet*, baik melalui (*QR Code/QR Payment*), *Near Field Communication (NFC)*, maupun *One Time Password (OTP)*, sehingga kerahasiaan data pengguna dapat tetap terjaga.

DAFTAR PUSTAKA

Atriani. 2020. Pengaruh Persepsi Manfaat dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Minat

Menggunakan Dompet Digital OVO. *Jurnal. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mataram*. Vol 6. No.1.

- Bahri, Syaiful. 2018. *Metodologi Penelitian Bisnis*. Yogyakarta: Hak Cipta.
- Bank Sentral Republik Indonesia. 2011. *Sistem Pembayaran di Indonesia*. www.bi.go.id (<https://www.bi.go.id/id/sistem-pembayaran/di-indonesia/sekilas/Contents/Default.aspx>). Diperbaharui tanggal 14 Maret 2011.
- Bank Indonesia. 2016. *Sistem pembayaran: Peraturan Bank Indonesia No. 18/40/PBI/2016 tentang penyelenggaraan pemrosesan transaksi pembayaran*. www.bi.go.id Diunduh dari (https://www.bi.go.id/id/publikasi/peraturan/Pages/pbi_184016.aspx).
- Davis, F. D. 1986. A Technology Acceptance Model for Empirically Testing New End User Information System: *Theory and Results*. Dissertation. Sloan School of Management, Massachusetts Institute of Technology.
- Davis, F.D. 1989. Percieved Usefulness, Percieved Ease of Use And User Accep. *MIS Quarterly* Vol. 13 No. 3, 319.
- Djamarah, Syaiful Bahri. 2008. *Psikologi Belajar*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Ghozali, I. 2012. Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS. Yogyakarta: Universitas Diponegoro.
- Hutami, L. T., dan Septyarini, E. 2018. Intensi Penggunaan Electronic Wallet Generasi Milenial pada Tiga Startup "Unicorn" Indonesia Berdasarkan Modifikasi TAM. *Jurnal Manajemen*. Vol 8, No. 2, 136-145.
- Huwaydi, T., Hakim, M. S., dan Persada, S. F. 2018. Analisis Deskriptif Pengguna Go-Pay di Surabaya. *Jurnal Teknik*. Vol 7. No. 1
- Jogiyanto, H. M. 2007. *Sistem Informasi Keperilakuan*. Yogyakarta.
- _____. 2008. *Sistem Informasi Keperilakuan*. Yogyakarta.
- Kotler, P., dan Keller, K. L. 2012. *Manajemen Pemasaran*, Edisi 14, Jilid 1. PT. Indeks. Jakarta.
- Nugroho, A. 2016. Regulasi Terkait Pembayaran Elektronik di Indonesia. *Skripsi*. Pasca Sarjana Universitas Mercu Buana. Jakarta.
- Nurits, N.K. 2019. Pengaruh Persepsi Mahasiswa Mengenai Uang Elektronik Terhadap Minat Menggunakan Aplikasi Ovo. Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah. Jakarta.
- Nurmalasari, Ajeng. 2018. Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Penggunaan T-Cash Pada Mahasiswa Universitas Islam Indonesia. *Skripsi*. Universitas Islam Indonesia. Yogyakarta.
- Usman, Rachmadi. 2017. Karakteristik Uang Elektronik dalam Sistem Pembayaran. *Jurnal Edukasi*. Vol 32, No.1.
- Rafidah, I., dan Djawoto. 2017. Analisis Keamanan, Kemudahan dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online di Lazada. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen* Vol. 6 No.2, 1-7.
- Sari, Pita Kumala. 2019. Pengaruh Persepsi Kemudahan, Persepsi Kepercayaan, dan Persepsi Resiko Pada Pembayaran Elektronik Terhadap Minat Menggunakan Ulang Gopay. *Skripsi*. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Surakarta.
- Tjini, dan Baridwan. 2012. Pengaruh Kepercayaan, Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan, Dan Persepsi Kenyamanan Terhadap Minat Penggunaan Sistem Internet Banking.
- Wibowo, Rosmauli dan Suhud. 2015. Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Fitur Layanan, dan Kepercayaan Terhadap Minat Menggunakan E-Money Card (Studi Pada Pengguna Jasa Commuterline di Jakarta), *Jurnal*, Universitas Negeri Jakarta. Jakarta Timur.