

ANALISIS PERSEPSI KONSUMEN DALAM MEMPENGARUHI MINAT PENGGUNAAN E-WALLET SEBAGAI ALAT TRANSAKSI (Studi Pada Mahasiswa Universitas Samawa Sumbawa Besar)

Sulistianingsih¹, Binar Dwiyanto Pamungkas^{2*}
^{1,2}Universitas Samawa, Sumbawa Besar, Indonesia

Penulis Korespondensi: binardwiyantopamungkas@gmail.com

Article Info

Article History

Submitted: 27 November 2024

Accepted: 23 Desember 2024

Published: 31 Desember 2024

Keywords

Perception of Convenience;
Perception of Risk;
Interest in Using E-Wallet;
Transaction Tools.

Abstrak

*This study aims to analyze consumer perceptions in influencing the interest in using e-wallets as a transaction tool for students of Samawa University, Sumbawa Besar, which in this study consists of perceptions of convenience and perceptions of risk. The type of this study was associative study. The type of data used in this study was quantitative data obtained directly from research respondents using a questionnaire. The respondents in this study numbered 85 students, who were determined using non-probability sampling techniques with the accidental sampling method. The data used in this study were processed with SPSS software for analysis using multiple linear regression analysis techniques, partial hypothesis testing (*t* test), simultaneous hypothesis testing (*F* test), and determinant coefficient testing (R^2). The results of this study showed that in partially the perception of convenience had a positive and significant effect on the interest in using e-wallets, while the perception of risk had a negative and significant effect on the interest in using e-wallets as a transaction tool for students of Samawa University. In simultaneously, the perception of convenience and the perception of risk had a significant effect on the interest in using e-wallets as a transaction tool for students of Samawa University. The effect of perception of convenience and perception of risk on the interest in using e-wallets as a transaction tool for students at Samawa University was 58.4%, while the remaining of 41.6% was effected by other variables outside this research model, such as perceived usefulness, trust and user attitudes.*

PENDAHULUAN

Perkembangan arus globalisasi dan kemajuan teknologi dan informasi yang semakin pesat telah membawa dampak yang cukup besar di berbagai elemen dan aspek kehidupan masyarakat. Meningkatnya transformasi digital membuat kehidupan masyarakat mulai berubah menjadikan kegiatan yang dilakukan secara manual menjadi serba digital. Kondisi ini berpengaruh pada sistem transaksi yang dapat dilakukan secara online. Masyarakat yang sebelumnya lebih mengenal uang kertas dan giral sebagai alat transaksi pembayara dan telah menjadi bagian yang tidak terpisahkan dari hampir semua kegiatan masyarakat. Tetapi dengan adanya kemajuan digitalisasi dan semakin meluasnya jangkauan jaringan internet, transaksi juga dapat dilakukan secara online melalui aplikasi teknologi, salah satunya menggunakan dompet digital atau *e-wallet*.

E-wallet atau dompet digital adalah dompet yang tidak memiliki wujud fisik namun berwujud digital. Menurut Abrilia dan Sudarwanto (2020), *E-wallet* merupakan media elektronik yang dapat digunakan sebagai alternatif metode pembayaran berbasis *finansial technology (fintech)* yang berbentuk *server based* dengan menggunakan koneksi internet terlebih dahulu. Hanya dengan koneksi jaringan internet, fitur *e-wallet* sudah bisa digunakan oleh para konsumen sebagai alat pembayaran digital. *E-wallet* ini mempunyai berbagai jenis aplikasi yang bisa digunakan untuk transaksi, seperti Go-Pay, Ovo, DANA, Shoppepay, dan LinkAja.

E-wallet telah diatur sesuai dengan Peraturan Bank Indonesia sehingga telah disetujui sebagai salah satu metode pembayaran yang sah. *E-wallet* merupakan bentuk inovasi teknologi yang dapat menampung dana, melakukan pembayaran secara elektronik, serta mencatat segala transaksi yang telah dilakukan. Hadirnya *e-wallet* telah mengubah cara masyarakat dalam bertransaksi dari sistem pembayaran tunai menjadi non tunai. Sistem pembayaran bisa dilakukan dengan lebih praktis, mudah, dan efektif menggunakan *e-wallet* sehingga para penggunanya tidak perlu lagi membawa dompet fisik dengan uang tebal yang cenderung merepotkan (Ma'ruf, *et al.*, 2022).

Dalam beberapa tahun terakhir, penggunaan *e-wallet* telah mengalami pertumbuhan yang sangat pesat. Pada periode 2020-2021, lebih dari 150 juta pengguna telah melakukan transaksi pembayaran melalui *e-wallet*, dan mengalami peningkatan di tahun 2022 mencapai 81% pengguna. Sedangkan pada tahun 2023 *e-wallet* menjadi metode pembayaran yang paling banyak digunakan dengan persentase sebesar 84,3% pengguna. Kedepannya penggunaan *e-wallet* diperkirakan akan terus berkelanjutan (Mustofan dan Kurniawati, 2024).

Seiring dengan meningkatnya pengguna *e-wallet*, banyak aplikasi atau layanan dompet digital yang muncul dengan menawarkan berbagai kenyamanan dan kemudahan penggunaan kepada konsumen. Melihat adanya fenomena tersebut, untuk meningkatkan minat masyarakat, maka perusahaan perlu mengetahui bagaimana tanggapan dan respon konsumen terhadap *e-wallet* sesuai realita yang ada di lapangan. Melalui upaya tersebut, perusahaan juga dapat mengetahui langkah apa yang diperlukan untuk meningkatkan minat konsumen untuk menggunakan produk tersebut.

Menurut Stansyah, *et al.* (2023), minat merupakan suatu hal pribadi dan berhubungan dengan sikap. Seseorang yang berminat terhadap suatu obyek akan mempunyai kekuatan atau dorongan untuk melakukan sesuatu untuk mendapatkan obyek tersebut. Minat setiap konsumen berbeda-beda, tergantung pada keinginan konsumen tersebut. Oleh karena itu, penting bagi setiap perusahaan untuk mengetahui motif yang dapat mendorong konsumen dalam mengambil keputusan membeli atau menggunakan suatu produk atau jasa sebagai pertimbangan dalam menentukan strategi atau kebijakan agar dapat sesuai dengan kebutuhan dan harapan konsumen.

Dalam memilih suatu layanan produk digital, masyarakat memiliki berbagai pertimbangan dalam mengambil keputusan untuk menggunakan suatu layanan. Seseorang akan tertarik menggunakan *e-wallet* apabila dirasa teknologi digital tersebut mudah untuk digunakan serta tidak adanya risiko yang ditimbulkan. Jika seseorang percaya bahwa dengan menggunakan *e-wallet* terbebas dari usaha dan tidak adanya risiko yang ditimbulkan, maka minat untuk menggunakan *e-wallet* akan semakin tinggi. Namun sebaliknya, jika seseorang percaya bahwa dengan menggunakan *e-wallet* sulit digunakan dan adanya risiko yang ditimbulkan, maka minat untuk menggunakan *e-wallet* akan semakin rendah (Desita dan Dewi, 2022).

Minat menggunakan *e-wallet* sangat bergantung pada persepsi konsumen terhadap teknologi digital yang digunakan. Persepsi kemudahan menjadi salah satu faktor yang dapat meningkatkan minat konsumen untuk menggunakan suatu produk. Ramadhan, *et al.* (dalam Wardhani, *et al.*, 2020) mengungkapkan bahwa persepsi kemudahan atau *perceive ease of use* memberikan indikasi bahwa suatu sistem atau aplikasi dirancang bukan untuk menyulitkan pemakainya, akan tetapi penggunaan sistem justru mempermudah seseorang dalam menyelesaikan pekerjaannya. Kemudahan penggunaan suatu sistem atau aplikasi membawa dampak pada perilaku konsumen. Semakin mudah suatu sistem dimengerti dan dioperasikan, maka semakin tinggi pula minat menggunakan teknologi informasi. Namun sebaliknya, jika sistem tersebut sulit dimengerti dan dioperasikan, maka teknologi tersebut tidak akan digunakan.

Faktor lain yang menyebabkan menurunnya minat konsumen dalam menggunakan suatu produk adalah persepsi risiko. Persepsi risiko selalu dihubungkan dengan kemungkinan terjadinya sesuatu yang merugikan yang tidak diduga/tidak diinginkan. Menurut Van Tuan Pham, *et al.* (2021), persepsi risiko merupakan persepsi yang dirasakan yang hubungan dengan potensi kerugian atau dan konsekuensi yang tidak diinginkan dari menggunakan produk atau layanan. Berbagai bentuk kejahatan internet (*cyber fraud*) tetap menjadi ancaman bagi keberlangsungan *e-wallet* sebagai alat transaksi secara online.

Keamanan dalam bertransaksi menggunakan sistem atau aplikasi *e-wallet* menjadi penting dikarenakan *e-wallet* sendiri memiliki peran selayaknya dompet fisik. Persepsi risiko dalam penggunaan *e-wallet* akan sangat mempengaruhi minat seseorang untuk menggunakan *e-wallet*. Apabila teknologi *e-wallet* dapat menawarkan keamanan baik dari transaksi ataupun informasi pengguna, maka pengguna akan merasa aman sehingga kecenderungan untuk berminat dalam penggunaan *e-wallet* akan meningkat. Namun sebaliknya, banyaknya risiko dalam penggunaan *e-wallet*, maka minat seseorang untuk menggunakan *e-wallet* akan semakin menurun (Iffat dan Laksmi, 2023).

Untuk meningkatkan minat seseorang terhadap suatu produk, maka perusahaan harus mengetahui bagaimana tanggapan dari pengguna terhadap produk tersebut. Sebelum menggunakan suatu produk, seseorang akan membandingkan satu produk dengan produk yang lain dari segi manfaat yang akan diperoleh, kemudahan yang akan mereka terima, hingga risiko yang nantinya akan mereka tanggung pasca penggunaan produk tersebut. Seseorang akan berminat membeli atau menggunakan suatu produk, apabila produk tersebut mudah dipahami dan digunakan serta bebas dari masalah atau risiko yang tidak diinginkan dari menggunakan produk tersebut.

Oleh karena itu, menarik untuk diteliti bagaimana persepsi konsumen dalam mempengaruhi minat penggunaan *e-wallet* sebagai alat transaksi. Penelitian ini dilakukan pada mahasiswa Universitas Samawa Sumbawa Besar. Mahasiswa sebagai bagian dari generasi milenial yang lahir dan tumbuh di era digital, mereka harus memiliki pemahaman yang mendalam tentang teknologi dan berbagai alat digital untuk menjaga kredibilitas di tengah perkembangan teknologi. Mereka dituntut untuk dapat beradaptasi dengan cepat terhadap kemajuan teknologi, salah satunya dengan munculnya sistem pembayaran digital *e-wallet*. *E-wallet* muncul sebagai alternatif metode pembayaran non tunai yang menggantikan peran uang tunai. Dengan hadirnya *e-wallet* ini bertujuan untuk memberikan kemudahan sistem pembayaran sehingga transaksi keuangan bisa dilakukan dengan praktis, mudah, dan efektif.

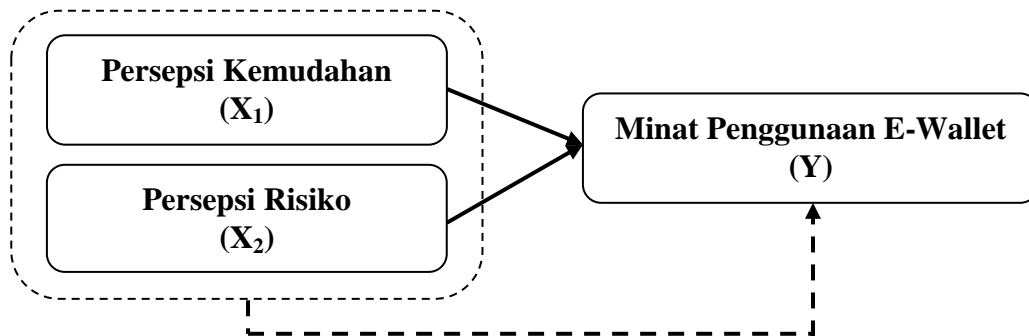
Namun fakta yang ditemui di lapangan berdasarkan hasil observasi yang telah dilakukan, diketahui bahwa minat penggunaan *e-wallet* di kalangan mahasiswa Universitas Samawa Sumbawa Besar masih rendah. Banyak dari mereka yang menganggap bertransaksi menggunakan *e-wallet* lebih sulit daripada bertransaksi secara langsung serta adanya konsekuensi negative yang tidak diinginkan dari menggunakan *e-wallet*. Beberapa alasan tersebut menyebabkan mahasiswa lebih memilih menggunakan transaksi secara tradisional, yaitu bertransaksi langsung menggunakan uang tunai karena dirasa lebih mudah.

Berdasarkan fenomena tersebut, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian secara lebih mendalam tentang **Analisis Persepsi Konsumen Dalam Mempengaruhi Minat Penggunaan E-Wallet Sebagai Alat Transaksi Pada Mahasiswa Universitas Samawa Sumbawa Besar**. Melalui penelitian ini diharapkan dapat memberikan bukti empiris mengenai persepsi konsumen dalam memilih *e-wallet* sebagai alat transaksi sehingga dapat dijadikan sebagai pertimbangan bagi perusahaan dalam merumuskan strategi dan kebijakan untuk menarik minat konsumen menggunakan *e-wallet*.

METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini adalah penelitian asosiatif. Menurut Husein Umar (2019), penelitian asosiatif adalah penelitian yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh antara dua variabel atau lebih. Metode asosiatif digunakan pada penelitian ini bertujuan untuk menganalisis persepsi konsumen dalam mempengaruhi minat penggunaan e-wallet sebagai alat transaksi pada mahasiswa Universitas Samawa Sumbawa Besar, yang dalam penelitian ini terdiri atas persepsi kemudahan dan persepsi risiko. Hubungan antara variabel dalam penelitian ini digambarkan dalam kerangka konseptual yang disajikan dalam gambar berikut ini.



Gambar 1. Kerangka Konseptual Penelitian

Jenis dan Sumber Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kuantitatif, yaitu data yang diperoleh dalam bentuk angka-angka atau data kualitatif yang diangkakan (*scoring*) (Sugiyono, 2021). Data kuantitatif dalam penelitian merupakan data jawaban responden yang diangkakan (*scoring*) terkait permasalahan penelitian yang dipertanyakan dalam kuesioner.

Data yang digunakan dalam penelitian ini diperoleh dari sumber primer. Menurut Sugiyono (2021), data primer adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data (tanpa melalui perantara). Dalam hal ini, data primer adalah data yang diperoleh secara langsung oleh peneliti dari responden penelitian, yaitu mahasiswa Universitas Samawa.

Populasi dan Sampel

Populasi adalah keseluruhan subjek penelitian. Menurut Handayani (2020), populasi adalah totalitas dari setiap elemen yang akan diteliti yang memiliki ciri sama, bisa berupa individu dari suatu kelompok, peristiwa, atau sesuatu yang akan diteliti. Berdasarkan pengertian tersebut, maka populasi yang akan diteliti dalam penelitian ini adalah seluruh mahasiswa Universitas Samawa yang pernah menggunakan e-wallet sebagai alat transaksi. Berdasarkan hasil observasi yang telah peneliti lakukan, diketahui jumlah mahasiswa Universitas Samawa yang pernah menggunakan e-wallet sebagai alat transaksi adalah sebanyak 576 orang.

Sedangkan sampel adalah sebagian atau wakil dari populasi yang akan diteliti. Menurut Handayani (2020), sampel adalah sebagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut, ataupun bagian kecil dari anggota populasi yang diambil menurut prosedur tertentu sehingga dapat mewakili populasinya. Pertimbangan bahwa populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa Universitas Samawa yang pernah menggunakan e-wallet sebagai alat transaksi yang jumlahnya relative banyak sehingga tidak memungkinkan bagi peneliti untuk mengkaji keseluruhan anggota populasi, maka

dilakukan pengambilan sampel dengan menggunakan rumus Slovin, yaitu formulasi untuk mendapatkan sampel yang sedikit tetapi dapat mewakili keseluruhan populasi. *Margin of error* yang ditetapkan adalah 10% atau 0.01.

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

Keterangan:

- n = Jumlah sampel
- N = Jumlah populasi
- e = *Margin of error* 10% (0.1).

Berikut perhitungan jumlah sampel penelitian dengan menggunakan rumus Slovin.

$$\begin{aligned} n &= \frac{N}{1 + Ne^2} \\ &= \frac{576}{1 + 576 (0,1)^2} \\ &= \frac{576}{1 + 576 (0,01)} \\ &= \frac{576}{1 + 5,76} \\ &= \frac{576}{6,76} \\ &= 85,21 \text{ (dibulatkan menjadi 85)} \end{aligned}$$

Berdasarkan hasil perhitungan tersebut diatas, maka jumlah sampel yang akan dijadikan responden pada peneliti ini adalah sebanyak 85 orang. Pemilihan sampel ditentukan menggunakan teknik *non probability sampling* dengan metode *accidental sampling (convenience sampling)*, yaitu teknik pengambilan responden sebagai sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila orang yang kebetulan ditemui cocok sebagai sumber data (Sugiyono, 2021).

Teknik Pengumpulan Data

Peneliti menggunakan kuesioner untuk mengumpulkan data. Menurut Suharsimi Arikunto (2019), kuesioner/angket adalah daftar pertanyaan yang diberikan kepada orang lain yang bersedia memberikan respon sesuai dengan permintaan pengguna. Selanjutnya agar jawaban responden dapat diukur maka jawaban responden diberi skor. Dalam pemberian skor digunakan *skala likert*, yaitu skala yang digunakan untuk mengukur sikap seseorang mengenai sebuah objek dalam penelitian. Dalam penelitian ini, *skala likert* terdiri dari lima alternative jawaban yang mengandung variasi nilai yang berbeda untuk mengukur sikap dan pendapat responden, yaitu skala 1 = Sangat Tidak Setuju, skala 2 = Tidak Setuju, skala 3 = Setuju, skala 4 = Sangat Setuju.

Teknik Analisis Data

Analisis data dalam penelitian ini dilakukan menggunakan teknik analisis regresi linear berganda, yaitu teknik analisis yang didasarkan pada hubungan fungsional ataupun kausal yang melibatkan lebih dari satu variabel independen dengan satu variabel dependen. Teknik analisis regresi linear berganda ini digunakan untuk

menganalisis persepsi konsumen dalam mempengaruhi minat penggunaan e-wallet sebagai alat transaksi pada mahasiswa Universitas Samawa Sumbawa Besar. Persepsi konsumen dalam penelitian ini adalah persepsi kemudahan (X_1) dan persepsi risiko (X_2). Selain analisis regresi linear berganda, dilakukan pula pengujian hipotesis parsial (uji t), uji hipotesis simultan (uji F), dan uji koefisien determinan (R^2). Dalam penelitian ini, untuk memudahkan dalam proses analisis dan interpretasi, maka data-data diolah dengan menggunakan bantuan software pengolahan data statistik, yaitu *Statistical Package for The Social Science* (SPSS) (Aminoto dan Agustina, 2020).

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Analisis Regresi Linear Berganda

Regresi linear berganda digunakan untuk penelitian yang memiliki lebih dari satu variabel independen. Menurut Ghozali (2021), analisis regresi berganda merupakan analisis yang digunakan untuk mengetahui arah dan seberapa besar pengaruh variabel-variabel independen terhadap variabel dependen. Teknik analisis regresi linear berganda pada penelitian ini digunakan untuk menganalisis persepsi konsumen dalam mempengaruhi minat penggunaan e-wallet sebagai alat transaksi pada mahasiswa Universitas Samawa Sumbawa Besar, yang dalam penelitian ini terdiri atas persepsi kemudahan (X_1) dan persepsi risiko (X_2).

Hasil analisis regresi linier berganda dengan menggunakan bantuan aplikasi SPSS disajikan dalam tabel berikut ini.

Tabel 1. Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.869	.741		1.209	.230
	Persepsi Kemudahan	.549	.122	.516	4.506	.000
	Persepsi Risiko	-.359	.132	.310	-2.708	.008

a. Dependent Variable: Minat Penggunaan E-Wallet

Sumber: Output olah data SPSS, 2024.

Berdasarkan tabel tersebut, maka dapat dirumuskan persamaan regresi linear berganda sebagai berikut:

$$Y = a + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + e$$

$$Y = 0.869 + 0.549 (X_1) + (-0.359) (X_2) + e$$

Keterangan:

Y = Minat Penggunaan E-Wallet

a = Konstanta

β_{1-2} = Koefisien Regresi Variabel Independen

X_1 = Persepsi Kemudahan

X_2 = Persepsi Risiko

e = *Standard Error*.

Persamaan regresi linear berganda tersebut dapat diinterpretasikan sebagai berikut:

- a. Nilai constanta (a) adalah sebesar 0.869. Nilai ini merupakan angka konstan yang berarti bahwa apabila nilai variabel-variabel independen yang terdiri atas persepsi kemudahan (X_1) dan persepsi risiko (X_2), tidak mengalami perubahan atau bernilai 0 (nol), maka nilai konsisten variabel minat penggunaan e-wallet sebagai alat transaksi pada mahasiswa Universitas Samawa Sumbawa Besar (Y) adalah sebesar 0.869.
- b. Nilai koefisien regresi variabel persepsi kemudahan (X_1) adalah sebesar 0.549 dan bernilai positif yang menunjukkan hubungan searah (berbanding lurus). Artinya, apabila nilai variabel persepsi kemudahan (X_1) mengalami kenaikan sebesar satu satuan, maka minat penggunaan e-wallet sebagai alat transaksi pada mahasiswa Universitas Samawa Sumbawa Besar (Y) akan meningkat sebesar 0.549. Demikian pula sebaliknya, dengan asumsi nilai variabel bebas lainnya, yaitu persepsi risiko (X_2) tidak mengalami perubahan atau bernilai 0 (nol).
- c. Nilai koefisien regresi variabel persepsi risiko (X_2) adalah sebesar -0.359 dan bernilai negatif yang menunjukkan hubungan tidak searah (berbanding terbalik). Artinya, apabila nilai variabel persepsi risiko (X_2) mengalami kenaikan sebesar satu satuan, maka minat penggunaan e-wallet sebagai alat transaksi pada mahasiswa Universitas Samawa Sumbawa Besar (Y) akan menurun sebesar sebesar 0.359. Demikian pula sebaliknya, dengan asumsi nilai variabel bebas lainnya, yaitu persepsi kemudahan (X_1) tidak mengalami perubahan atau bernilai 0 (nol).

2. Uji Hipotesis Parsial (Uji-t)

Uji statistik t digunakan untuk menguji apakah variabel independen secara parsial berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen. Pengujian dapat dilakukan dengan membandingkan nilai t_{hitung} dengan nilai t_{tabel} pada taraf signifikansi 5% ($\alpha = 0.05$), serta nilai probabilitas yang dihasilkan berbanding nilai taraf nyata 5% (0.05). Variabel bebas dikatakan memiliki pengaruh terhadap variabel terikat secara parsial dengan kriteria nilai t_{hitung} lebih besar dari pada nilai t_{tabel} ($t_{hitung} > t_{tabel}$) serta nilai probabilitas yang dihasilkan lebih kecil dari α 0.05 ($\alpha < 0.05$) (Ghozali, 2021).

Uji t digunakan pada penelitian ini untuk melihat signifikan pengaruh masing-masing variabel bebas yang terdiri atas persepsi kemudahan (X_1) dan persepsi risiko (X_2) terhadap variabel terikat minat penggunaan e-wallet sebagai alat transaksi pada mahasiswa Universitas Samawa Sumbawa Besar (Y). Hasil pengujian hipotesis parsial (uji t) dengan menggunakan bantuan aplikasi SPSS disajikan dalam tabel berikut ini.

Tabel 2. Hasil Pengujian Hipotesis Parsial (Uji t)
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	
	B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	.869	.741		1.209	.230
	Persepsi Kemudahan	.549	.122	.516	4.506	.000
	Persepsi Risiko	-.359	.132	.310	-2.708	.008

a. Dependent Variable: Minat Penggunaan E-Wallet

Sumber: Output olah data SPSS, 2024.

Hasil pengujian hipotesis parsial (uji t) yang disajikan dalam tabel diatas dapat diinterpretasikan sebagai berikut:

a. Pengaruh Persepsi Kemudahan Terhadap Minat Penggunaan E-Wallet

Berdasarkan hasil pengujian yang disajikan dalam tabel diatas, diketahui nilai t_{hitung} adalah sebesar 4.506, sedangkan nilai t_{tabel} pada derajat kebebasan ($df=n-k=85-3=82$) dan $\alpha = 5\%$ (0.05) adalah sebesar 1.989, sehingga nilai t_{hitung} lebih besar dari pada nilai t_{tabel} ($4.506 > 1.989$). Adapun nilai probabilitas (signifikansi) hasil perhitungan adalah sebesar 0.000 lebih kecil dari nilai taraf nyata 0.05 ($0.000 < 0.05$). Dengan demikian, maka dapat dinyatakan bahwa persepsi kemudahan secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan e-wallet sebagai alat transaksi pada mahasiswa Universitas Samawa Sumbawa Besar.

b. Pengaruh Persepsi Risiko Terhadap Minat Penggunaan E-Wallet

Berdasarkan hasil pengujian yang disajikan dalam tabel diatas, diketahui nilai t_{hitung} adalah sebesar -2.708, sedangkan nilai t_{tabel} pada derajat kebebasan ($df=n-k=85-3=82$) dan $\alpha = 5\%$ (0.05) adalah sebesar 1.989, sehingga nilai t_{hitung} lebih besar dari pada nilai t_{tabel} ($-2.708 > -1.989$). Adapun nilai probabilitas (signifikansi) hasil perhitungan adalah sebesar 0.008 lebih kecil dari nilai taraf nyata 0.05 ($0.008 < 0.05$). Dengan demikian, maka dapat dinyatakan bahwa persepsi risiko secara parsial berpengaruh negatif dan signifikan terhadap minat penggunaan e-wallet sebagai alat transaksi pada mahasiswa Universitas Samawa Sumbawa Besar.

3. Uji Hipotesis Simultan (Uji F)

Menurut Ghozali (2021), uji simultan atau uji F ini pada dasarnya dilakukan untuk mengetahui apakah semua variabel bebas yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen. Dasar pengambilan kesimpulan pada uji F ialah jika nilai F_{hitung} lebih besar dari pada nilai F_{tabel} ($F_{hitung} > F_{tabel}$) dan nilai probabilitas yang dihasilkan lebih kecil dari α 0.05 (< 0.05), maka variable independen secara simultan atau bersama-sama mempengaruhi variabel dependen secara signifikan.

Uji F pada penelitian ini bertujuan untuk menguji ada tidaknya pengaruh simultan variabel-variabel bebas yang terdiri atas persepsi kemudahan (X_1) dan persepsi risiko (X_2) terhadap variabel terikat minat penggunaan e-wallet sebagai alat transaksi pada mahasiswa Universitas Samawa Sumbawa Besar (Y). Hasil pengujian hipotesis simultan (uji F) dengan menggunakan bantuan aplikasi SPSS disajikan dalam tabel berikut ini.

Tabel 3. Hasil Pengujian Hipotesis Simultan (Uji-F)

ANOVA^b

	Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	74.570	2	37.285	57.863	.000 ^a
	Residual	50.905	82	.644		
	Total	125.476	84			
a. Predictors: (Constant), Persepsi Risiko (X_2), Persepsi Kemudahan (X_1)						
b. Dependent Variable: Minat Penggunaan E-Wallet						

Sumber: Output olah data SPSS, 2024.

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis simultan (uji F) yang disajikan dalam tabel diatas, diketahui nilai F_{hitung} adalah sebesar 57.863, sedangkan nilai F_{tabel} pada derajat kebebasan ($df_1=k-1=3-1=2$) dan ($df_2=n-k=85-3=82$) adalah sebesar 3.11, sehingga nilai F_{hitung} lebih besar dari pada nilai F_{tabel} ($57.863>3.11$). Adapun nilai probabilitas (signifikansi) hasil perhitungan adalah sebesar 0.000 lebih kecil dari nilai taraf nyata 0.05 ($0.000<0.05$). Dengan demikian, maka dapat dinyatakan bahwa persepsi kemudahan dan persepsi risiko secara simultan berpengaruh signifikan terhadap minat penggunaan e-wallet sebagai alat transaksi pada mahasiswa Universitas Samawa Sumbawa Besar.

4. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Menurut Ghozali (2021), koefisien determinasi (R^2) merupakan sebuah koefisien yang menunjukkan persentase pengaruh semua variabel independen terhadap variabel dependen. Nilai koefisien determinasi diindikasikan dengan nilai *Adjusted R-Square*. Besarnya nilai *Adjusted R-Square* berada antara 0-1. Jika nilai *Adjusted R-Square* semakin mendekati satu, maka semakin baik variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen, artinya variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variabel dependen.

Uji koefisien determinasi (R^2) pada penelitian ini dilakukan untuk melihat seberapa besar pengaruh variabel-variabel bebas yang terdiri atas persepsi kemudahan (X_1) dan persepsi risiko (X_2) terhadap variabel terikat minat penggunaan e-wallet sebagai alat transaksi pada mahasiswa Universitas Samawa Sumbawa Besar (Y). Hasil pengujian koefisien determinasi (R^2) dengan menggunakan bantuan aplikasi SPSS disajikan dalam tabel berikut ini.

**Tabel 4. Hasil Pengujian Koefisien Determinasi (R^2)
Model Summary^b**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.771 ^a	.594	.584	.803
a. Predictors: (Constant), Persepsi Risiko (X_2), Persepsi Kemudahan (X_1)				
b. Dependent Variable: Minat Penggunaan E-Wallet				

Sumber: Output olah data SPSS, 2024.

Berdasarkan hasil pengujian koefisien determinasi (R^2) yang disajikan dalam tabel diatas, diketahui nilai koefisien determinasi (R^2) yang diindikasikan oleh nilai *Adjusted R-Square* adalah sebesar 0.584. Hasil ini menunjukkan bahwa derajat pengaruh persepsi kemudahan dan persepsi risiko terhadap minat penggunaan e-wallet sebagai alat transaksi pada mahasiswa Universitas Samawa Sumbawa Besar adalah sebesar 58.4%, sedangkan sisanya sebesar 41.6% dipengaruhi oleh variabel lain diluar model penelitian ini, seperti persepsi kegunaan, kepercayaan dan sikap pengguna (Desvronita, 2021).

Pembahasan

1. Pengaruh Persepsi Kemudahan Terhadap Minat Penggunaan E-Wallet

Berdasarkan hasil analisis data yang telah dilakukan mengenai pengaruh persepsi kemudahan terhadap minat penggunaan *e-wallet*, dapat diketahui bahwa persepsi kemudahan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan *e-wallet* sebagai alat transaksi pada mahasiswa Universitas Samawa Sumbawa Besar. Artinya, semakin mudah *e-wallet* dimengerti dan dioperasikan, maka minat penggunaan *e-wallet* sebagai alat transaksi akan semakin meningkat. Namun

sebaliknya, semakin sulit *e-wallet* dimengerti dan dioperasikan, maka minat penggunaan *e-wallet* sebagai alat transaksi akan semakin menurun.

Hasil penelitian ini mendukung temuan pada penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Atriani, *et al.* (2020) yang menyatakan bahwa persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat konsumen menggunakan dompet digital OVO. Hasil ini menunjukkan bahwa semakin tinggi tingkat kemudahan penggunaan dompet digital OVO dalam bertransaksi, maka semakin tinggi pula minat penggunaannya. Sebaliknya, semakin tinggi tingkat kesulitan penggunaan dompet digital OVO dalam bertransaksi, konsumen akan semakin enggan menggunakannya.

2. Pengaruh Persepsi Risiko Terhadap Minat Penggunaan E-Wallet

Berdasarkan hasil analisis data yang telah dilakukan mengenai pengaruh persepsi risiko terhadap minat penggunaan *e-wallet*, dapat diketahui bahwa persepsi risiko berpengaruh negatif dan signifikan terhadap minat penggunaan *e-wallet* sebagai alat transaksi pada mahasiswa Universitas Samawa Sumbawa Besar. Artinya, semakin banyak risiko dari penggunaan *e-wallet*, maka minat penggunaan *e-wallet* sebagai alat transaksi akan semakin menurun. Namun sebaliknya, semakin berkurang risiko dari penggunaan *e-wallet*, maka minat penggunaan *e-wallet* sebagai alat transaksi akan semakin meningkat.

Hasil penelitian ini selaras dengan hasil penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Eni Wijaya dan Riauli Susilawati (2021) yang menyatakan bahwa persepsi risiko berpengaruh negatif dan signifikan terhadap minat menggunakan *e-wallet* Gopay sebagai alat pembayaran. Hasil ini menunjukkan bahwa tingkat persepsi risiko pada *e-wallet* meningkat ataupun menurun, maka akan diikuti dengan peningkatan maupun penurunan terhadap minat menggunakan *e-wallet* Gopay sebagai alat pembayaran. Hal itu dikarenakan mayoritas pengguna dompet elektronik lebih memilih melakukan transaksi pembayaran ketika keadaannya memang menguntungkan dan cenderung menghindari risiko yang besar.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan yang telah dikemukakan sebelumnya, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Persepsi kemudahan secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan *e-wallet* sebagai alat transaksi pada mahasiswa Universitas Samawa Sumbawa Besar.
2. Persepsi risiko secara parsial berpengaruh negatif dan signifikan terhadap minat penggunaan *e-wallet* sebagai alat transaksi pada mahasiswa Universitas Samawa Sumbawa Besar.
3. Persepsi kemudahan dan persepsi risiko secara simultan berpengaruh signifikan terhadap minat penggunaan *e-wallet* sebagai alat transaksi pada mahasiswa Universitas Samawa Sumbawa Besar.
4. Derajat pengaruh persepsi kemudahan dan persepsi risiko terhadap minat penggunaan *e-wallet* sebagai alat transaksi pada mahasiswa Universitas Samawa Sumbawa Besar adalah sebesar 58.4%, sedangkan sisanya sebesar 41.6% dipengaruhi oleh variabel lain diluar model penelitian ini, seperti persepsi kegunaan, kepercayaan dan sikap pengguna.

SARAN

Beberapa saran yang dapat penulis ajukan berdasarkan hasil penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Kepada Perusahaan

Meskipun e-wallet ini menawarkan berbagai kemudahan dan fleksibilitas dalam bertransaksi, namun masih terdapat kekhawatiran terhadap keamanan data yang perlu diatasi oleh perusahaan. Perusahaan e-wallet diharapkan agar terus meningkatkan layanan, keamanan, dan aksesibilitasnya untuk memenuhi kebutuhan dan tuntutan konsumen sehingga menjadikannya daya tarik dan nilai tambah tersendiri bagi konsumen.

2. Bagi Mahasiswa

Pengguna e-wallet telah memberikan kemudahan dan fleksibilitas dalam sistem pembayaran. Namun seringkali kemudahan dan fleksibilitas ini menimbulkan dampak negative, seperti meningkatnya perilaku konsumtif dan *impulsive buying*. Oleh karena itu, mahasiswa hendaknya dapat lebih bijak dalam menggunakan e-wallet ini sesuai kebutuhan sehingga tidak menimbulkan dampak negative yang tidak diinginkan.

DAFTAR PUSTAKA

- Abrilia, N.D., & Sudarwanto, T. (2020). Pengaruh Persepsi Kemudahan dan Fitur Layanan Terhadap Minat Menggunakan E-Wallet Pada Aplikasi Dana di Surabaya. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 8(3): 1006-1012.
- Aminoto, T., & Agustina, D. (2020). *Mahir Statistika dan SPSS*. Tasikmalaya: Edu Publisher.
- Arikunto, S. (2019). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik. Edisi Revisi*. Jakarta: PT. Rineka Cipta.
- Atriani, Permadi L.A., & Rinuastuti, B.H. (2020). Pengaruh Persepsi Manfaat dan Kemudahan Penggunaan terhadap Minat Menggunakan Dompot Digital OVO. *Jurnal Sosial Ekonomi dan Humaniora*, 6(1): 54-61.
- Desita, W., & Dewi, G.A.K.R.S. (2022). Pengaruh Persepsi Kemanfaatan, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Risiko, Promosi dan Fitur Layanan Terhadap Minat Menggunakan Transaksi Non Cash Pada Aplikasi Dompot Elektronik (E-Wallet). *Jurnal Akuntansi Profesi*, 13(1): 115-124.
- Desvronita. (2021). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Menggunakan Sistem Pembayaran E-Wallet Menggunakan Technology Acceptance Model. *Akmenika: Jurnal Akuntansi dan Manajemen*, 18(2): 1-8.
- Ghozali, I. (2021). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 26. Edisi 10*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Handayani, R. (2020). *Metodologi Penelitian Sosial*. Yogyakarta: Trussmedia Grafika.
- Iffat, M.F., & Laksmi, A.C. (2023). Pengaruh Persepsi Manfaat, Kemudahan Penggunaan, Risiko Terhadap Minat Menggunakan Dompot Elektronik di Kota Medan. *Proceeding of National Conference on Accounting & Finance*, 5(2023): 441-49.
- Ma'ruf, Z., Wisnuyudo, A., Lesmana, A.D., & Samsudin. (2022). Analisis Minat Konsumen terhadap Aplikasi E-Wallet dalam Bertransaksi Dengan Menggunakan Kerangka Technology Acceptance Model. *Jurnal Manajemen dan Sains*, 7(2): 508-514.

- Mustofan, F.J., & Kurniawati, L. (2024). Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Keamanan, Persepsi Risiko dan Fitur Layanan terhadap Minat Menggunakan E-Wallet Pada Aplikasi Dana. *YUME: Journal of Management*, 7(1): 856-868.
- Pham, V.T., Dung, D.V., Mai, P.V.N., Anh, T.N., & Anh, H.D. (2021). Effect of Perceived Risk, Perceived Value to Intention to Use Momo E-Wallet. *Gyanshauryam, International Scientific Refereed Research Journal (GISRRJ)*, 4(1): 50-60.
- Stansyah, M.R., Tegar, M., Saint Seiya, A.P.S., & Choirunnisa, R. (2023). Analisis Pengaruh Minat Beli Konsumen Terhadap Pembelian Makanan dan Minuman Melalui Aplikasi Go Food. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 11(1): 43-49.
- Sugiyono. (2021). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R & D*. Bandung: Alfabeta.
- Umar, H. (2019). *Metode Riset Manajemen Perusahaan*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Wardhani, N.I.K., Izaak, W.C., & Hardiyani, L. (2020). Analisis Tingkat Persepsi Konsumen Pada Minat Penggunaan Kartu E-Money. *Procuratio: Jurnal Ilmiah Manajemen*, 8(2): 147-155.
- Wijaya, E., & Susilawati, R. (2021). Pengaruh Persepsi Risiko Dan Kepercayaan (Trust) Pada Adopsi Layanan Fintech (Studi Kasus Pada Layanan Pembayaran Digital Gopay). *Indonesian Accounting Literacy Journal*, 2(1): 202-209.