

PENGARUH MANFAAT, KEMUDAHAN, DAN PENGETAHUAN TERHADAP KEPUTUSAN PENGGUNAAN SHOPEEPAY (STUDI PADA MAHASISWA UNIVERSITAS ISLAM MALANG)

Ira Astirian, Sri Nuringwahyu, Dadang Krisdianto

*Program Studi Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Administrasi, Universitas Islam Malang
Jl. MT Haryono 193 Dinoyo, Malang, 65144, Indonesia
LPPM Universitas Islam Malang, Jl. MT Haryono 193 Dinoyo, Malang, 65144, Indonesia*

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini untuk mengetahui Pengaruh Manfaat, Kemudahan dan Pengetahuan Terhadap Keputusan Penggunaan ShopeePay (Studi Pada Mahasiswa Universitas Islam Malang). Peneliti menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis asosiatif. Pada penelitian ini menggunakan teknik pengambilan sampel yaitu proportionate stratified random sampling. Pendekatan pengumpulan data menggunakan kuesioner dengan sampel 100 responden dan teknik analisis data menggunakan analisis regresi linear berganda dan menggunakan aplikasi SPSS 16.

Hasil penelitian membuktikan bahwa variabel manfaat, kemudahan dan pengetahuan berpengaruh signifikan secara parsial terhadap keputusan penggunaan. Dibuktikan dengan variabel manfaat terhadap keputusan penggunaan dengan nilai signifikan yaitu $0,000 < 0,05$ dan nilai t hitung $4,963 > t$ tabel $1,984$. Variabel kemudahan terhadap keputusan penggunaan dengan nilai signifikan yaitu $0,000 < 0,05$ dan nilai t hitung $3,694 > t$ tabel $1,984$. Variabel pengetahuan terhadap keputusan penggunaan dengan nilai signifikan yaitu $0,035 < 0,05$ dan nilai t hitung $2,134 > t$ tabel $1,984$. Dan variabel manfaat, kemudahan dan pengetahuan dengan nilai signifikan $0,000 < 0,05$ dan nilai F hitung $90,655 > F$ tabel $2,70$. Pada penelitian ini dapat dikatakan bahwa variabel manfaat, kemudahan dan pengetahuan berpengaruh signifikan secara simultan terhadap keputusan penggunaan.

Kata kunci: Manfaat, Kemudahan, Pengetahuan, Keputusan Penggunaan

ABSTRACT

Purpose of this research is to determine the impact of Usefulness, Ease of Use, and Knowledge on the Decision to Use ShopeePay (Study on Students of the Islamic University of Malang). The researchers used a quantitative approach with the associative type. The method used is proportional stratified random sampling. The data collection approach uses questionnaires with a sample of 100 respondents and data analysis techniques using double linear regression analysis and using SPSS 16 applications.

Studies have shown that variables of usefulness, ease of use and knowledge partially have a partially significant effect on the decision to use. Evidenced by the usefulness variable on the decision to use with a significant value of $0,000 < 0,05$ and a t count of $4,963 > t$ table of $1,984$. Ease of use variable with a significant value of $0,000 < 0,05$ and t count $3,694 > t$ table $1,984$. Variable knowledge of the decision to use with a significant value of $0,035 < 0,05$ and t count $2,134 > t$ table $1,984$. And the variable usefulness, ease of use and knowledge with a significant value of $0,000 < 0,05$ and F count $90,655 > F$ table $2,70$. On this study it can be said that the variables of usefulness, ease of use and knowledge simultaneously significantly influence the decision to use.

Keyword: Benefits, Convenience, Knowledge, Use Decisions

PENDAHULUAN

Kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi menghasilkan dampak signifikan pada cara hidup dan sistem pembayaran transaksi ekonomi di saat ini. Sistem pembayaran saat ini telah merambah ke alat elektronik yang lebih efisien dan ekonomis. Ini dapat dikatakan bahwa uang tunai (*currency*) sebagai metode pembayaran, lambat laun akan berubah menjadi uang elektronik (*e-money*) karena kemajuan teknologi dalam sistem pembayaran. Salah satu dari *platform* pembayaran digital yang populer saat ini adalah ShopeePay, yang biasa digunakan orang. ShopeePay merupakan fitur layanan uang elektronik yang diperkenalkan melalui aplikasi Shopee pada tanggal 28 November 2018 oleh PT Airpay International Indonesia. Adanya ShopeePay, pengguna dapat melakukan transaksi tanpa uang tunai melalui saldo yang tersimpan didalamnya. Pengguna dapat menggunakan berbagai fitur yang terdapat pada ShopeePay seperti melakukan pembayaran *online* pada *e-commerce* Shopee dan pembayaran *offline*, pembayaran produk-produk digital dan dapat melakukan transfer ke sesama maupun ke bank.

Adanya hal yang mendukung penelitian serta alasan peneliti memilih mahasiswa UNISMA dan ShopeePay, dilakukan survei kepada 100 responden mahasiswa Universitas Islam Malang mengenai penggunaan ShopeePay. Pada hasil dari penelitian tersebut diketahui bahwa mahasiswa UNISMA memilih menggunakan lebih dari satu merek *e-money*, sedangkan untuk merek *e-money* yang paling sering digunakan yaitu ShopeePay. Tetapi pada data tersebut ternyata beberapa mahasiswa memilih menggunakan *e-money* tersebut hanya untuk pembayaran belanja *online* saja. Adanya hal tersebut, ShopeePay sebagai pilihan merek yang paling sering digunakan ternyata mayoritas memilih hanya pada penggunaan fitur pembayaran belanja *online*. Meskipun banyak berbagai fitur

layanan yang telah disediakan pada ShopeePay, namun masih banyak pengguna dalam hal ini adalah mahasiswa Universitas Islam Malang yang memilih memutuskan untuk menggunakan lebih dari satu *e-money*.

Semakin banyaknya berbagai merek *e-money* membuat mahasiswa UNISMA mempertimbangkan berbagai faktor untuk menggunakan pilihan merek *e-money* tersebut sesuai dengan kebutuhannya. Keputusan mahasiswa UNISMA untuk menggunakan suatu layanan tertentu pada *e-money* tentunya mempertimbangkan beberapa faktor dalam penggunaannya seperti manfaat dan kemudahan pada produk tersebut. Dalam memutuskan menggunakan suatu produk, pengguna tentu akan memilih berdasarkan seberapa banyak manfaat yang akan didapat. Beberapa permasalahan yang terdapat pada manfaat yang dapat digunakan pada ShopeePay yaitu seperti ketersediaan pilihan *voucher* gratis ongkir, *cashback* maupun potongan harga yang terbatas. Hal tersebut dapat membuat pengguna akan memilih merek lain yang dapat lebih menguntungkan mereka. Menurut Davis dalam Hartono (2007:317) Kemanfaatan diartikan sebagai tingkat optimisme bahwa menggunakan suatu sistem tertentu akan menghasilkan peningkatan kinerja. Selanjutnya pada kemudahan disini dapat berupa pengoperasian pada setiap fitur serta proses transaksi yang tidak rumit dan cepat. Permasalahan pada kemudahan ini sering terjadi ketika pengguna menggunakan suatu sistem yang baru dan pengguna belum menyesuaikan diri dengan hal tersebut. Menurut Davis dalam Hartono (2007:320) Kemudahan diartikan sebagai tingkat kepercayaan seseorang menggunakan sistem tersebut tidak perlu mengerahkan upaya yang besar.

Selain manfaat dan kemudahan, pengetahuan konsumen juga merupakan faktor penting dalam membuat keputusan. Dalam memproses informasi dan melakukan keputusan, pada setiap orang

tentu memiliki pengetahuan yang berbeda mengenai berbagai fitur layanan pembayaran sehingga banyak sedikitnya pengetahuan dapat mempengaruhi keputusan tersebut. Banyak pengguna yang hanya menggunakan fitur layanan pada ShopeePay yang umum atau yang biasanya orang gunakan saja, untuk fitur yang jarang digunakan pengguna akan memilih merek lain yang memiliki keunggulan pada fitur layanan tersebut. Menurut Mowen & Minor dalam Irwansyah, dkk (2021:58) Pengetahuan konsumen yaitu peningkatan pengetahuan pada individu dapat memberikan kesempatan kepada konsumen untuk mengembangkan pemahaman yang lebih baik tentang suatu produk dan membedakan antara produk dan merek yang ada. Berdasarkan informasi tersebut, peneliti menggunakan judul *Pengaruh Manfaat, Kemudahan, dan Pengetahuan Terhadap Keputusan Penggunaan ShopeePay (Studi Pada Mahasiswa Universitas Islam Malang)*.

RUMUSAN MASALAH

Mempertimbangkan informasi yang dijelaskan sebelumnya, berikut ini dapat dirumuskan masalahnya:

1. Apakah terdapat pengaruh Manfaat terhadap keputusan penggunaan ShopeePay?
2. Apakah terdapat pengaruh Kemudahan terhadap keputusan penggunaan ShopeePay?
3. Apakah terdapat pengaruh Pengetahuan terhadap keputusan penggunaan ShopeePay?
4. Apakah terdapat pengaruh Manfaat, Kemudahan, dan Pengetahuan secara simultan terhadap keputusan penggunaan ShopeePay?

TINJAUAN PUSTAKA

Keputusan Penggunaan

Menurut Kotler & Keller dalam Gunawan (2022:24) adapun pengertian keputusan konsumen dapat disimpulkan yaitu proses yang dilakukan oleh konsumen untuk mengidentifikasi suatu masalah dan

mencari detail tentang merek atau produk tersebut.

Manfaat

Menurut Davis dalam Hartono (2007:317) Kemanfaatan diartikan sebagai tingkat optimisme bahwa menggunakan suatu sistem tertentu akan menghasilkan peningkatan kinerja. Dengan demikian, konsep tersebut dapat dipahami bahwa jika seseorang memiliki keyakinan sistem seperti itu bermanfaat, maka sistem akan digunakan. Di sisi lain, jika seseorang berpikir bahwa sistem tersebut tidak berguna, sistem tidak akan digunakan olehnya.

Kemudahan

Menurut Davis dalam Hartono (2007:320) Kemudahan diartikan sebagai tingkat kepercayaan seseorang menggunakan sistem tersebut tidak perlu mengerahkan upaya yang besar. Dari penjelasan disimpulkan, orang akan menggunakan suatu sistem jika mereka yakin sistem itu sederhana dan nyaman untuk digunakan. Namun, sistem tidak akan digunakan jika seseorang merasa sulit untuk menggunakannya.

Pengetahuan

Menurut Mowen & Minor dalam Irwansyah, dkk (2021:58), pengertian pengetahuan konsumen yaitu peningkatan pengetahuan pada individu dapat memberikan kesempatan kepada konsumen untuk mengembangkan pemahaman yang lebih baik tentang suatu produk dan membedakan antara produk dan merek yang ada. Keputusan pada dasarnya terletak pada pikiran konsumen yang melibatkan perbandingan dan pertimbangan berbagai faktor, salah satunya adalah pengetahuan konsumen yang merupakan bagian dari faktor internal konsumen.

METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian

Peneliti menggunakan teknik pendekatan secara kuantitatif yang termasuk dalam kategori penelitian asosiatif. Menurut Sugiyono (2018:8), ideologi positivistik menjadi landasan bagi

teknik penelitian kuantitatif. pendekatan ini menggunakan alat penelitian untuk mengumpulkan data dari populasi atau sampel tertentu, dan analisis data kuantitatif berbasis statistik untuk menganalisis data tersebut.

Lokasi dan Waktu Penelitian

Pada bulan Desember 2022 penelitian dilakukan, dimana obyek penelitian dilakukan pada mahasiswa S1 UNISMA yang menggunakan ShopeePay.

Populasi

Menurut Sanusi (2011:87) Populasi merupakan kumpulan semua komponen dengan properti tertentu yang bisa di gunakan untuk menghasilkan generalisasi ataupun kesimpulan. Peneliti mengambil populasi yaitu mahasiswa aktif Universitas Islam Malang yang terdiri dari 10 fakultas dengan jumlah 14.886 mahasiswa.

Sampel

Menurut Sanusi (2018:88) Sampel merupakan metode yang digunakan oleh peneliti untuk mengambil contoh yang mewakili populasi yang ada. Sampling probabilitas dengan metode stratifikasi proposional digunakan oleh peneliti. Peneliti juga memakai rumus Slovin untuk menentukan ukuran sampel yang diperlukan.

$$n = \frac{14.886}{1 + 14.886 (10\%)^2}$$

$$n = \frac{14.886}{1 + 14.886 (0,01)}$$

$$n = \frac{14.886}{149,86} = 99,3 \text{ dibulatkan } 100$$

Dengan merujuk pada rumus yang telah disebutkan sebelumnya, diperoleh jumlah sampel sebesar 100. Pada penyusunan sampel, peneliti membagi populasi berdasarkan fakultas yang terdapat dalam perhitungan jumlah sampel. Rumus jumlah sampel yang digunakan peneliti yaitu:

$$n_i = \frac{N_i}{N} \times n$$

Pembagian sampel:

No	Fakultas	Jumlah Mahasiswa	Jumlah Sampel
1	Fakultas Agama Islam	2.241	$\frac{2.241}{14.886} \times 100 = 15,05 = 15$ (pembulatan)
2	Fakultas Hukum	1.002	$\frac{1.002}{14.886} \times 100 = 6,73 = 7$ (pembulatan)
3	Fakultas Pertanian	1.010	$\frac{1.010}{14.886} \times 100 = 6,78 = 7$ (pembulatan)
4	Fakultas Peternakan	546	$\frac{546}{14.886} \times 100 = 3,66 = 4$ (pembulatan)
5	Fakultas Teknik	1.984	$\frac{1.984}{14.886} \times 100 = 13,32 = 13$ (pembulatan)
6	Fakultas MIPA	347	$\frac{347}{14.886} \times 100 = 2,33 = 2$ (pembulatan)
7	Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan	1.739	$\frac{1.739}{14.886} \times 100 = 11,68 = 12$ (pembulatan)
8	Fakultas Ekonomi dan Bisnis	3.944	$\frac{3.944}{14.886} \times 100 = 26,49 = 26$ (pembulatan)
9	Fakultas Ilmu Administrasi	1.434	$\frac{1.434}{14.886} \times 100 = 9,63 = 10$ (pembulatan)
10	Fakultas Kedokteran	639	$\frac{639}{14.886} \times 100 = 4,29 = 4$ (pembulatan)
Total		14.886	100

Sumber Data

Menurut Sugiyono (2018:137) apabila melihat sumber datanya maka dapat memakai sumber primer maupun sumber sekunder. Peneliti mengambil sumber primer berasal dari penyebaran kuesioner yang disebarkan kepada mahasiswa aktif Universitas Islam Malang yang menggunakan ShopeePay. Selain menggunakan sumber primer yang didapat dari penyebaran kuesioner, peneliti juga menggunakan sumber sekunder yang didapat dari data-data penelitian terdahulu, buku, jurnal penelitian, dan sumber terpercaya lainnya.

Teknik Pengumpulan Data

Kuesioner digunakan sebagai metode pengumpulan data pada penelitian ini. Sugiyono (2018:142) menjelaskan bahwa kuesioner adalah salah satu jenis alat pengumpul data yang melibatkan penyampaian sejumlah pernyataan tertulis atau permintaan kepada responden untuk dijawab. Peneliti mengumpulkan data dengan cara menyebarkan kuesioner secara *offline* pada mahasiswa aktif Universitas Islam Malang yang menggunakan ShopeePay.

Skala Pengukuran

Skala likert digunakan pada penelitian ini. Skala Likert menurut Sugiyono (2018:93) adalah metode pengukuran yang berfungsi dalam menganalisis sikap, pandangan, dan persepsi individu atau kelompok terhadap fenomena sosial.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Uji Validitas

Jika korelasi antara setiap faktor positif dan nilainya melebihi 0,3, maka faktor tersebut dapat dianggap sebagai konstruk yang kuat. Namun, jika korelasinya kurang dari 0,3, dapat disimpulkan bahwa item tersebut tidak valid, dan perlu dibenahi atau dihilangkan (Sugiyono, 2018: 126).

Tabel 1. Hasil Uji Validitas

Item	Nilai R _{hitung}	Nilai R _{kritis}	Keterangan
X1.1	0,714	0,3	Valid
X1.2	0,655	0,3	Valid
X1.3	0,792	0,3	Valid
X1.4	0,701	0,3	Valid
X2.1	0,701	0,3	Valid
X2.2	0,627	0,3	Valid
X2.3	0,801	0,3	Valid
X2.4	0,750	0,3	Valid
X3.1	0,720	0,3	Valid
X3.2	0,622	0,3	Valid
X3.3	0,627	0,3	Valid
X3.4	0,708	0,3	Valid
X3.5	0,570	0,3	Valid
Y.1	0,565	0,3	Valid
Y.2	0,715	0,3	Valid
Y.3	0,783	0,3	Valid
Y.4	0,620	0,3	Valid
Y.5	0,711	0,3	Valid

Sumber : Data Diolah SPSS 16, 2022

Hasil pengujian dengan software SPSS 16 sudah diketahui bahwa dari empat variabel yaitu manfaat, kemudahan, pengetahuan dan keputusan penggunaan seluruhnya dianggap valid karena nilai instrumen lebih dari 0,3.

Uji Reliabilitas

Reliabilitas diuji dengan menggunakan statistik *cronbach's alpha* yaitu membandingkan nilai Alpha dengan standar yang ditetapkan. Jika nilai Alpha suatu variabel lebih besar dari 0,60, maka variabel itu dianggap memiliki reliabilitas yang cukup baik. Berikut merupakan tabel hasil uji reliabilitas:

Tabel 2. Hasil Uji Reliabilitas
Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.912	20

Sumber: data diolah 2022

Berdasarkan tabel tersebut, hasil uji reliabilitas menunjukkan bahwa variabel koefisien alpha tersebut sebesar 0,912 lebih besar dari 0,60. Hal ini menunjukkan bahwa instrumen itu dapat dipercaya dan dapat dianggap reliabel pada setiap variabel yang diteliti.

Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan peneliti untuk menentukan apakah data tersebut berdistribusi normal atau tidak. Metode statistik yang digunakan yaitu uji *Kolmogorov-Smirnov*. Jika nilai *Asymp. Sig (2-Tailed)* lebih besar dari 0,05 maka dapat dikatakan bahwa data tersebut berdistribusi normal.

Tabel 3. Hasil Uji Normalitas
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

	Unstandardized Residual
N	100
Normal Parameters Mean	.0000000
Std. Deviation	1.17762525
Most Extreme Absolute Differences	.095
Positive	.095
Negative	-.084
Kolmogorov-Smirnov Z	.952
Asymp. Sig. (2-tailed)	.325

Sumber: data diolah 2022

Pada tabel disajikan, diketahui bahwa nilai *Asymp. Sig (2-tailed)* pada nilai *unstandardized residual* yaitu 0,325. Nilai tersebut lebih besar dari 0,05 atau 5% yang memiliki arti bahwa data tersebut berdistribusi normal.

Uji Heterokedastisitas

Uji heteroskedastisitas berfungsi untuk menentukan apa terdapat perbedaan varians pada residual untuk setiap pengamatan pada model regresi, yang merupakan penyimpangan dari asumsi klasik. Berikut adalah tabel hasil uji heteroskedastisitas menggunakan metode *Glejser*:

Tabel 4. Hasil Uji Heteroskedastisitas
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	2.829	.854		3.311	.001
Manfaat (X1)	-.084	.070	-.214	-1.202	.232
Kemudahan (X2)	.028	.059	.076	.472	.638
Pengetahuan (X3)	-.040	.048	-.117	-.836	.405

Sumber: data diolah 2022

Pada tabel yang disajikan, diperoleh nilai signifikansi untuk variabel manfaat (X1) adalah 0,232, kemudahan (X2) adalah 0,638 dan pengetahuan (X3) adalah 0,405. Pada keseluruhan variabel independen, nilai signifikansi tersebut lebih besar dari 0,05. Dapat dikatakan bahwa tidak ada gejala heteroskedastisitas pada data ini.

Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas digunakan untuk menentukan apa terdapat penyimpangan dari asumsi klasik multikolinearitas, yaitu adanya hubungan linear antar variabel independen dalam model regresi.

Tabel 5. Hasil Uji Multikolinearitas
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	1.312	1.218		1.077	.284		
Manfaat (X1)	.492	.099	.467	4.963	.000	.307	3.256
Kemudahan (X2)	.310	.084	.316	3.694	.000	.372	2.687
Pengetahuan (X3)	.147	.069	.158	2.134	.035	.497	2.011

Sumber: data diolah 2022

Pada tabel yang disajikan, dapat diketahui bahwa variabel manfaat memiliki nilai VIF yaitu 3,256, kemudahan memiliki nilai VIF sebesar 2,687, sedangkan pada variabel pengetahuan (X3) memiliki nilai VIF yaitu 2,011. Disimpulkan pada masing-masing variabel bebas mendapat nilai VIF kurang dari 10, artinya tidak adanya multikolinearitas.

Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linear berganda dapat mengungkapkan arah hubungan pada variabel bebas dan variabel terikat, serta apakah setiap variabel bebas memiliki hubungan positif maupun negatif dengan variabel terikat.

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

$$Y = 1,312 + 0,492X_1 + 0,310X_2 + 0,147X_3 + e$$

- Konstanta (a) sebesar 1,312 yang berarti apabila variabel manfaat (X1), variabel kemudahan (X2) dan variabel pengetahuan (X3) diasumsikan dengan nilai 0 (nol), variabel keputusan penggunaan (Y) memiliki nilai sebesar 1,312.
- Pengaruh manfaat (X1) terhadap Keputusan Penggunaan (Y) adalah sebesar 0,492, yang berarti setiap peningkatan 1% pada variabel manfaat (X1), keputusan penggunaan (Y) akan meningkat sebesar 0,492%.

- c. Pengaruh kemudahan (X2) terhadap Keputusan Penggunaan (Y) adalah sebesar 0,310, yang berarti setiap peningkatan 1% pada variabel kemudahan (X2), keputusan penggunaan (Y) akan meningkat sebesar 0,310%.
- d. Pengaruh pengetahuan (X3) terhadap Keputusan Penggunaan (Y) adalah sebesar 0,147, yang berarti setiap peningkatan 1% pada variabel pengetahuan (X3), keputusan penggunaan (Y) akan meningkat sebesar 0,147%.

Uji t (parsial)

Pada uji t dapat dilihat nilai sig. dibandingkan dengan nilai α (0,05) atau membandingkan t_{hitung} dengan t_{tabel} . Pada nilai t_{tabel} dapat diketahui dengan menggunakan rumus $(\alpha/2 ; n-k-1)$ $(0,05/2 ; 100-3-1) = (0,025;96)$ Maka nilai t_{tabel} yaitu 1.984.

Tabel 6. Hasil Uji t (parsial)
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	1.312	1.218		1.077	.284
Manfaat (X1)	.492	.099	.467	4.963	.000
Kemudahan (X2)	.310	.084	.316	3.694	.000
Pengetahuan (X3)	.147	.069	.158	2.134	.035

Sumber: data diolah 2022

1. Pengaruh Manfaat (X1) terhadap Keputusan Penggunaan (Y) menunjukkan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$ dan nilai t_{hitung} sebesar $4,963 > t_{tabel}$ sebesar 1,984. Disimpulkan bahwa hipotesis H1 diterima dan terdapat pengaruh signifikan antara variabel manfaat (X1) dengan keputusan penggunaan (Y).
2. Pengaruh Kemudahan (X2) terhadap Keputusan Penggunaan (Y) menunjukkan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$ dan nilai t_{hitung} sebesar $3,694 > t_{tabel}$ sebesar 1,984. Disimpulkan bahwa hipotesis H2

diterima dan terdapat pengaruh signifikan antara variabel kemudahan (X2) dengan keputusan penggunaan (Y).

3. Pengaruh Pengetahuan (X3) terhadap Keputusan Penggunaan (Y) menunjukkan nilai signifikansi sebesar $0,035 < 0,05$ dan nilai t_{hitung} sebesar $2,134 > t_{tabel}$ sebesar 1,984. Berdasarkan hal ini, hipotesis H3 diterima dan terdapat pengaruh signifikan antara variabel pengetahuan (X3) terhadap keputusan penggunaan (Y).

Uji F (Simultan)

Pada uji F, dapat disimpulkan bahwa variabel bebas yaitu Manfaat, Kemudahan dan Pengetahuan secara bersamaan ada pengaruh pada variabel dependen yaitu keputusan penggunaan. Berikut adalah hasil uji F yang tertera pada tabel:

Tabel 7. Hasil Uji F (Simultan)

ANOVA ^b					
Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	388.947	3	129.649	90.655	.000 ^a
Residual	137.293	96	1.430		
Total	526.240	99			

Sumber: data diolah 2022

Berdasarkan tabel diatas, dapat disimpulkan bahwa nilai signifikansi sebesar 0,000, yang berarti nilai tersebut lebih kecil dari signifikansi 0,05. Selain itu, nilai F hitung yaitu 90,655 juga lebih besar daripada nilai F tabel sebesar 2,70, nilai F tabel diperoleh dari $(k;(n-k+1))$ $(3;100-(3+1))=(3;96)$. Dapat disimpulkan bahwa H4 diterima, artinya secara simultan terdapat pengaruh antara manfaat (X1), kemudahan (X2), dan pengetahuan (X3) terhadap keputusan penggunaan (Y).

Koefisien Determinasi (R^2)

Pada koefisien determinasi, dapat diketahui sejauh mana variabel independen yaitu manfaat (X1), kemudahan (X2), dan pengetahuan (X3) berpengaruh terhadap variabel dependen yaitu keputusan penggunaan (Y). Hasil analisis disajikan pada tabel:

Tabel 8. Hasil Uji Koefisien Determinasi Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.860 ^a	.739	.731	1.196

Sumber: data diolah 2022

Berdasarkan tabel diatas, dapat diamati nilai *Adjusted R Square* adalah 0,731 yang setara dengan 73,1%. Hal ini menunjukkan bahwa 73,1% dari variabel keputusan penggunaan dapat dideskripsikan oleh variabel manfaat (X1), kemudahan (X2), dan pengetahuan (X3). Sementara itu, sisanya sebesar 26,9% (100%-73,1%) dapat dipengaruhi oleh variabel lain .

Pembahasan

1. Pengaruh Manfaat (X1) Terhadap Keputusan Penggunaan (Y)

Mengenai hasil jawaban responden pada item X1.1 “Penggunaan ShopeePay dapat menyelesaikan pembayaran dengan lebih cepat” merupakan indikator tertinggi dengan rata-rata sebesar 4,41 pada variabel manfaat (X1). Berdasarkan hal tersebut ShopeePay dapat mempertahankan atau lebih meningkatkan sistem tersebut agar pengguna dapat lebih mudah dan nyaman dalam penggunaannya sehingga juga dapat meningkatkan penggunaan ShopeePay.

Hasil penelitian ini mendukung pendapat Hartono (2007:114) manfaat merupakan tingkat optimisme seseorang bahwa menggunakan suatu sistem tertentu akan menghasilkan peningkatan produktivitasnya. Menurut definisinya, kemanfaatan adalah sudut pandang tentang bagaimana keputusan dibuat. Penelitian ini juga sesuai dengan penelitian dari Fitriani Latief dan Dirwan (2020) yang menunjukkan bahwa kemanfaatan uang digital memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan penggunaan. Hal ini berkaitan dengan penelitian sebelumnya yang telah membuktikan hubungan yang signifikan antara kemanfaatan uang digital dan keputusan penggunaan.

2. Pengaruh Kemudahan (X2) Terhadap Keputusan Penggunaan (Y)

Mengenai hasil jawaban responden pada item X2.3 “Penggunaan ShopeePay jelas dan mudah dipahami” merupakan indikator tertinggi dengan rata-rata sebesar 4,31 pada variabel kemudahan (X2). Berdasarkan hal tersebut ShopeePay dapat mempertahankan atau lebih meningkatkan tampilan fitur- fitur layanan pada ShopeePay sehingga pengguna akan lebih jelas dalam memahami fitur ShopeePay.

Hasil penelitian juga sesuai pendapat Davis dalam Hartono (2007:320) tingkat kepercayaan seseorang apabila memakai sistem akan lebih sederhana merupakan istilah dari kemudahan penggunaan. Dengan demikian, artinya bahwa jika seseorang percaya bahwa sistem itu mudah digunakan, dia akan memanfaatkannya. Penelitian ini juga berkaitan dengan penelitian dari Esa Nuraeni, Bambang Somantri (2021) bahwa variabel pengetahuan memiliki pengaruh signifikan secara parsial dan simultan terhadap minat menggunakan *e-wallet* OVO.

3. Pengaruh Pengetahuan (X3) Terhadap Keputusan Penggunaan (Y)

Mengenai hasil jawaban responden pada item X3.1 “Informasi mengenai *E-Money* ShopeePay dapat dengan mudah ditemukan” merupakan indikator tertinggi dengan rata-rata sebesar 4,31 pada variabel pengetahuan (X3). Berdasarkan hal tersebut ShopeePay dapat mempertahankan dan memperbanyak informasi mengenai ShopeePay agar dapat menambah pengguna baru ShopeePay.

Hasil penelitian ini mendukung pendapat Solomon dalam Irwansyah, dkk (2021:54) konsumen memiliki berbagai tingkat pengetahuan dan dapat mempengaruhi proses mencerna informasi dan membuat keputusan. Penelitian ini juga sesuai dengan

penelitian dari Elda Reyhan dan Amei (2020) dalam penelitian ini, ditemukan bahwa variabel pengetahuan memiliki pengaruh signifikan baik secara parsial maupun simultan terhadap niat penggunaan *e-money* pada Mahasiswa Universitas Syiah Kuala.

4. Pengaruh Manfaat (X1), Kemudahan (X2) dan Pengetahuan (X3) Terhadap Keputusan Penggunaan (Y)

Berdasarkan pengujian hipotesis, didapatkan hasil bahwa nilai F_{hitung} sebesar 90,655, yang lebih besar dari nilai F_{tabel} sebesar 2,70, dengan nilai signifikansi 0,000. Dapat disimpulkan manfaat, kemudahan dan pengetahuan terdapat pengaruh signifikan terhadap keputusan penggunaan. Hasil menunjukkan semakin tinggi manfaat, kemudahan dan pengetahuan, maka keputusan penggunaan ShopeePay pada mahasiswa UNISMA akan meningkat.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berikut kesimpulan yang dapat diambil dari hasil pengujian dan pembahasan:

1. Variabel Manfaat (X1)
Hipotesis H2 diterima, dan ada hubungan yang substansial antara variabel manfaat (X1) dan keputusan penggunaan.
2. Variabel Kemudahan (X2)
Hipotesis H2 diterima, dan ada hubungan yang substansial antara variabel kemudahan dan keputusan penggunaan.
3. Variabel Pengetahuan (X3)
Hipotesis H3 diterima, dan ada hubungan yang substansial antara variabel pengetahuan dan keputusan penggunaan.
4. Variabel Keputusan Penggunaan (Y)
Hipotesis H4 diterima, dan ada hubungan yang substansial antara manfaat, kemudahan dan pengetahuan terhadap keputusan penggunaan. Hal ini diketahui apabila semakin tinggi nilai manfaat, kemudahan dan pengetahuan

maka akan meningkatkan keputusan penggunaan ShopeePay pada mahasiswa UNISMA.

Saran

Peneliti dapat memberikan masukan dan saran berdasarkan temuan penelitian ini sebagai berikut:

1. Bagi Perusahaan
 - Berdasarkan pembagian jawaban, variabel manfaat memiliki indikator terendah dengan rata-rata sebesar 4,08 yaitu penggunaan ShopeePay dapat menambah tingkat produktifitas bagi individu, maka sebaiknya pihak ShopeePay bisa mempertimbangkan dengan menambah *voucher* maupun *cashback* yang terdapat pada fitur pembayaran produk digital, fitur pembayaran transaksi *offline* dan transfer saldo dan tarik dana agar dapat meningkatkan penggunaan ShopeePay.
 - Berdasarkan pembagian jawaban, variabel kemudahan memiliki indikator terendah dengan rata-rata sebesar 4,09 yaitu pada proses penggunaannya ShopeePay mudah digunakan, maka sebaiknya pihak ShopeePay dapat mempermudah sistem agar ketika proses transaksi berjalan tidak terjadi kendala sehingga proses transaksi tersebut dapat dengan mudah dilakukan.
 - Berdasarkan pembagian jawaban, variabel pengetahuan memiliki indikator terendah dengan rata-rata sebesar 4,02 yaitu dalam penggunaan ShopeePay anda mengetahui cara penggunaan fitur yang tersedia, maka sebaiknya pihak ShopeePay dapat memperbanyak informasi melalui iklan maupun media sosial mengenai fitur layanan yang ada pada ShopeePay sehingga pengguna akan merasa tertarik menggunakan fitur-fitur layanan yang ada pada ShopeePay sehingga pengguna akan berusaha mencari bagaimana cara penggunaan fitur tersebut.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Peneliti sadar bahwa ada beberapa kekurangan yang disebabkan oleh keterbatasan. Oleh sebab itu, peneliti berharap agar peneliti lainnya dapat melibatkan responden yang lebih beragam. Peneliti merekomendasikan agar penelitian selanjutnya dapat mempertimbangkan penambahan atau kombinasi dengan variabel yang lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini, tetapi masih relevan dengan aspek yang sama.

DAFTAR PUSTAKA

- Apa Itu Uang Elektronik*. (2020). Diambil kembali dari Bank Indonesia 1 April 2022: <https://www.bi.go.id/id/edukasi/Pages/Apa-itu-Uang-Elektronik.aspx>
- Darmawan, Deni. (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya Offset.
- Permana, W., Astuti, E. S, & Suryadi. (2012). *Layanan Perpustakaan via Mobile Data*. Malang: UB Press.
- Rumondang, A., & dkk. (2020). *Pemasaran Digital dan Perilaku Konsumen*. Medan: Yayasan Kita Menulis.
- Sangadji, E. M., & Sopiah. (2013). *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: CV Andi.
- ShopeePay*. (2020). Diambil kembali dari Fintech Indonesia 1 Oktober 2022: <https://fintech.id/id/member/detail/217>
- ShopeePay*. (2021). Diambil kembali dari Shopee.co.id 1 Oktober 2022: <https://shopeepay.co.id/fitur>
- Sinulingga, N., & Hengki. (2021). *Perilaku Konsumen*. Deliserdang: IOCS Publisher.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Universitas Islam Malang*. (2021). Diambil kembali dari Pddikti Kemdikbud 4 Juli 2022: <https://pddikti.kemdikbud.go.id>