

**Pengaruh *Perceived Usefulness*, *Perceived Ease Of Use*, *Perceived Security*, *Perceived Self Efficacy*, Dan *Trust* Terhadap Minat Penggunaan Aplikasi Dana
(Studi Kasus Pada Generasi Z Kota Malang)**

Susi Alistina Nurhayati*

Rois Arifin**

Mohamad Bastomi***

Email. susialistin944@gmail.com

Universitas Islam Malang

Abstract

The aim of this research is to analyze the influence of perceived usefulness, perceived ease of use, perceived security, perceived self efficacy, and trust simultaneously and partially on interest in using the Dana application. The population in the research is generation Z in Malang City, the exact number of which is unknown. The approach method uses a non-probability sampling technique, namely purposive sampling, which is a sample collection technique based on certain criteria using a questionnaire distributed to 115 respondents and using the SPSS analysis tool. The research results show that simultaneously and partially perceived usefulness, perceived ease of use, perceived security, perceived self efficacy, and trust have a significant effect on interest in using the Generation Z Fund application in Malang City.

Keywords: *Perceived Usefulness, Perceived Ease Of Use, Perceived Security, Perceived Self Efficacy, Trust, Interest In Use*

Pendahuluan

Era globalisasi yang terjadi pada saat ini membuat perkembangan teknologi semakin cepat, banyak perubahan yang terjadi baik dari bidang industri, pertanian, ekonomi. Perkembangan teknologi yang semakin pesat terjadi di tengah masyarakat disadari dengan banyaknya kegiatan yang dilakukan hanya melalui genggaman tangan saja. Dalam aspek kehidupan, teknologi mempermudah sebagian aktivitas manusia yang tentunya membuat pola baru dalam kegiatan sehari-hari. Jumlah pengguna internet semakin meningkat setiap tahunnya, khususnya di Indonesia. Menurut data survei pengguna internet yang diselenggarakan di Indonesia oleh Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) pada tahun 2018 pengguna internet mencapai 64,80%, pada tahun 2019-2020 pengguna internet meningkat menjadi 73,70%, dan pada tahun 2021-2022 mengalami peningkatan menjadi 77,02%. Jumlah penduduk yang terkoneksi internet tahun 2021-2022 sebanyak 210.026.769 jiwa dari total populasi 272.682.600 jiwa penduduk Indonesia tahun 2021 (APJII, 2022). Perubahan teknologi telah mendorong perkembangan bisnis berbasis teknologi digital, salah satu perkembangan tersebut adalah dengan munculnya alat pembayaran uang elektronik atau disebut *e-money* yang dapat mempermudah segala aktifitas masyarakat dalam hal keuangan. Uang elektronik (Bank Indonesia, 2020) didefinisikan sebagai alat pembayaran dalam bentuk elektronik dimana nilai uangnya disimpan dalam media elektronik tertentu. Di Indonesia terdapat beberapa perusahaan yang menawarkan *e-money*. *E-money* sendiri ada yang diterbitkan oleh bank dan perusahaan keuangan yang berbasis aplikasi/server. *E-money* yang diterbitkan oleh bank yaitu seperti Brizzi dari bank BRI, *E-money* Mandiri dari bank Mandiri, dan Flazz dari bank BCA. Sedangkan *E-money* diterbitkan oleh perusahaan keuangan yaitu seperti Gopay dari Gojek, Shopee Pay dari Shopee dan DANA. Aplikasi Dana adalah layanan dompet digital yang diselenggarakan oleh PT Espay Debit Indonesia Koe, perusahaan rintisan Indonesia yang bergerak di bidang teknologi finansial yang menyediakan

infrastruktur pembayaran yang memungkinkan masyarakat Indonesia melakukan pembayaran dan transaksi secara non tunai dan non kartu.

Penggunaan aplikasi Dana yang tinggi dalam bertransaksi berdampak pada minat penggunaan konsumen. Munculnya minat penggunaan pada aplikasi Dana sangat dipengaruhi oleh *perceived usefulness*, *perceived ease of use*, *perceived security*, *perceived self efficacy*, dan *trust*. Berdasarkan pra survei yang telah dilakukan dengan 25 responden, sebanyak 68% responden menyatakan bahwa mereka memiliki minat menggunakan aplikasi Dana karena review pengguna lain yang memuaskan. Sebanyak 84% responden menyatakan bahwa dengan adanya *perceived usefulness* yang tinggi dapat menarik perhatian konsumen untuk menggunakan aplikasi Dana. Sebanyak 80% responden menyatakan bahwa kemudahan penggunaan dapat mempengaruhi konsumen untuk menggunakan aplikasi Dana. Sebanyak 60% responden menyatakan bahwa keamanan aplikasi Dana tidak perlu diragukan lagi. Sebanyak 70% responden menyatakan bahwa penggunaan aplikasi Dana dapat dipelajari secara mudah. Sebanyak 64% responden menyatakan bahwa konsumen percaya aplikasi Dana tidak akan mengecewakan. Berdasarkan hasil penelitian Adam, dkk (2024), persepsi kegunaan dan persepsi kemudahan berpengaruh terhadap keputusan penggunaan. Ketika seseorang memiliki minat untuk menggunakan suatu layanan dengan merasakan kepuasannya maka hal tersebut dapat membuat minat seseorang untuk memutuskan sebuah layanan untuk digunakan.

Seseorang akan menggunakan atau tertarik dengan suatu teknologi apabila teknologi tersebut dapat memberikan manfaat baik kepada mereka. Menurut Jogiyanto (2019) Persepsi manfaat (*perceived usefulness*) didefinisikan sebagai tingkat dimana seseorang percaya bahwa menggunakan sistem tertentu dapat meningkatkan kinerjanya. *E-money* bertujuan untuk memudahkan masyarakat dalam melakukan segala macam transaksi ekonomi, terutama untuk transaksi berskala kecil. Faktor lain yang dapat mempengaruhi minat penggunaan adalah persepsi kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*) persepsi seseorang tentang kemudahan dalam menggunakan suatu sistem merupakan tingkat di mana seseorang percaya bahwa menggunakan sistem tersebut akan bebas dari kesalahan dan suatu usaha, kemudahan penggunaan merupakan tingkat ekspektasi pengguna terhadap usaha yang harus dikeluarkan untuk menggunakan sebuah sistem (Davis, 2019).

Selain persepsi manfaat (*perceived usefulness*) dan persepsi kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*), persepsi keamanan (*perceived security*) juga menjadi faktor dalam mempengaruhi minat penggunaan. Banyaknya kebutuhan manusia akan transaksi digital maka akan meningkat pula ancaman keamanan yang akan terjadi. Faktor keamanan ini merupakan faktor paling penting dalam melakukan transaksi digital. Menurut Chazar (2015) keamanan sistem informasi (*perceived security*) adalah bagaimana kita dapat mencegah penipuan (*cheating*) atau, paling tidak mendeteksi adanya penipuan di sebuah sistem berbasis informasi, dimana informasinya sendiri tidak memiliki arti fisik. Konsep efikasi diri sebenarnya adalah inti dari teori *social cognitive* yang dikemukakan oleh Albert Bandura yang menekankan peran belajar observasional, pengalaman sosial, dan determinisme timbal balik dalam pengembangan kepribadian. Menurut Feist (2010) efikasi diri (*perceived self efficacy*) adalah keyakinan seseorang dalam kemampuannya untuk melakukan suatu bentuk kontrol terhadap fungsi orang itu sendiri dan kejadian dalam lingkungan sekitarnya.

Selain *perceived usefulness*, *perceived ease of use*, *perceived security*, dan *perceived self efficacy*, *trust* juga menjadi faktor dalam mempengaruhi minat penggunaan. Kepercayaan (*Trust*) juga menjadi salah satu faktor yang dapat mempengaruhi minat penggunaan. Moorman dalam Cholifah (2020) mendefinisikan *trust* sebagai kesediaan individu untuk menggantungkan dirinya pada pihak lain yang terlibat dalam pertukaran karena memiliki keyakinan kepada pihak lain. Dalam penggunaan sistem *digital payment*, *trust* menjadi faktor utama dan sejauh ini telah sangat berpengaruh dalam menjaga hubungan dengan pelanggan, dikarenakan sistem *mobile payment* yang lebih sedikit terjadinya interaksi langsung.

Landasan Teori Dan Pengembangan Hipotesis

Minat Penggunaan

Menurut Fahlepi (2023) minat merupakan representasi kognitif dari kesiapan seseorang untuk melakukan suatu perilaku/tindakan, dan minat ini dijelaskan ke dalam tiga determinan, yakni sikap (pendapat diri sendiri tentang perilaku), norma subjektif (pendapat orang lain tentang perilaku), dan kontrol perilaku yang dirasakan. Menurut Ferdinand (2020) minat menggunakan dapat diidentifikasi melalui indikator-indikator minat transaksional, minat refrensial, minat preferensial dan minat eksploratif.

Perceived Usefulness

Menurut Jogiyanto (2019) Persepsi manfaat (*perceived usefulness*) didefinisikan sebagai tingkat dimana seseorang percaya bahwa menggunakan sistem tertentu dapat meningkatkan kinerjanya. Menurut Cholifah (2020) ada tiga indikator untuk mengukur *perceived usefulness* yaitu, menggunakan *mobile payment* dapat menghemat waktu, menggunakan *mobile payment* dapat meningkatkan efisiensi, dan *mobile payment* sangat berguna.

Perceived Ease of Use

Menurut Ernawati & Noersanti (2020) Persepsi kemudahan penggunaan merupakan ukuran dimana seseorang meyakini bahwa dalam menggunakan suatu teknologi dapat jelas digunakan dan tidak membutuhkan banyak usaha tetapi harus mudah digunakan dan mudah untuk mengoperasikannya. Menurut Pratiwi et al. (2017) mengemukakan bahwa terdapat empat indikator persepsi kemudahan penggunaan yaitu mudah dipelajari, mudah digunakan, jelas dan mudah dimengerti, dan menjadi terampil.

Perceived Security

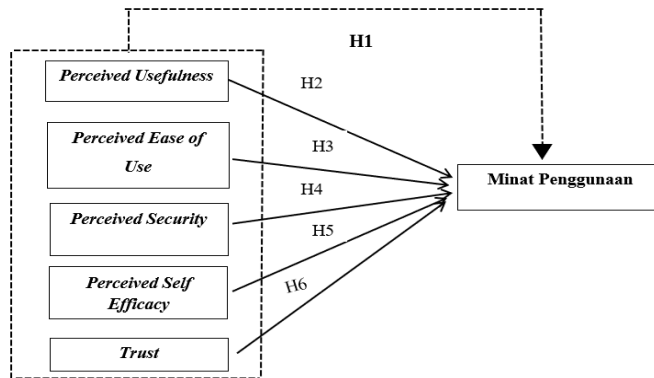
Menurut Chazar (2015) keamanan sistem informasi adalah bagaimana kita dapat mencegah penipuan (*cheating*) atau, paling tidak mendeteksi adanya penipuan di sebuah sistem berbasis informasi, dimana informasinya sendiri tidak memiliki arti fisik. Menurut Arasu & Vismanathan (2022) mengemukakan bahwa terdapat lima indikator keamanan yaitu autentikasi, integritas, *non-repudiation*, privasi, dan keselamatan.

Perceived Self Efficacy

Menurut Dippenaar (2017) *self efficacy* merupakan pertimbangan atas kemampuan, pengetahuan, dan keterampilan seseorang dalam menggunakan suatu *mobile payment*. Menurut Wongso & Ramadania (2021), *self efficacy* yang dipersepsikan diukur dengan indikator tingkatan, kekuatan, dan umum.

Trust

Moorman dalam Cholifah (2020) mendefinisikan *trust* sebagai kesediaan individu untuk menggantungkan dirinya pada pihak lain yang terlibat dalam pertukaran karena memiliki keyakinan kepada pihak lain. Menurut Wibasuri et al (2018) ada 4 indikator untuk mengukur *trust* yaitu percaya sistem *mobile payment* dapat diandalkan, percaya sistem *mobile payment* aman, percaya sistem *mobile payment* terpercaya, dan mempercayai sistem *mobile payment*.

**Gambar 1. Model Penelitian**

Keterangan :

- > : Pengaruh Parsial
 - - - - -> : Pengaruh Simultan

- H1 : *Perceived usefulness*, *perceived ease of use*, dan *perceived security*, *perceived self efficacy*, dan *trust* berpengaruh secara simultan terhadap Minat Penggunaan Aplikasi Dana.
 H2 : *Perceived usefulness* berpengaruh terhadap Minat Penggunaan Aplikasi Dana.
 H3 : *Perceived ease of use* berpengaruh terhadap Minat Penggunaan Aplikasi Dana.
 H4 : *Perceived security* berpengaruh terhadap Minat Penggunaan Aplikasi Dana.
 H5 : *Perceived self efficacy* berpengaruh terhadap Minat Penggunaan Aplikasi Dana.
 H6 : *Trust* berpengaruh terhadap Minat Penggunaan Aplikasi Dana.

Metode Penelitian

Jenis Penelitian dan Sumber Data

Penelitian mempergunakan metode kuantitatif untuk menentukan pengaruh dari variabel penelitian terhadap variabel lain. Penelitian menggunakan referensi data primer yang diperoleh dari hasil pengumpulan data secara *online* dengan kuesioner menggunakan alat pengumpulan data berupa *google form*.

Populasi

Populasi pada penelitian ini adalah generasi Z yang memiliki minat menggunakan aplikasi Dana di lingkungan Kota Malang yang tidak diketahui jumlahnya secara pasti. Sedangkan Teknik penentuan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan rumus malhotra, sehingga jumlah sampel yang diambil sebanyak 115 responden.

Sampel

Penelitian ini memakai teknik *purposive sampling*. Kriteria dalam penelitian ini yaitu Generasi Z (Usia 15-25 tahun) yang memiliki minat menggunakan aplikasi Dana dan berada di lingkungan Kota Malang.

Hasil Penelitian Dan Pembahasan

Uji Instrumen

Uji Validitas

Tabel 1. Hasil Uji Validitas

Variabel	Item	r-hitung	r-tabel	Keterangan
Y	Y1.1 Dalam melakukan transaksi saya berminat untuk menggunakan aplikasi Dana	0,892	0,183	Valid
	Y1.2 Saya berminat menggunakan aplikasi Dana untuk mereferensikan kepada oranglain	0,914	0,183	Valid
	Y1.3 Saya berminat untuk selalu menggunakan aplikasi Dana dalam setiap transaksi yang saya lakukan	0,831	0,183	Valid
	Y1.4 Saya tertarik untuk lebih tau mengenai informasi dalam menggunakan aplikasi Dana	0,778	0,183	Valid

Variabel	Item	r-hitung	r-tabel	Keterangan
X1	X1.1 Saya menggunakan aplikasi Dana untuk menghemat waktu	0,788	0,183	Valid
	X1.2 Saya merasa lebih efisien tenaga dalam menggunakan aplikasi Dana	0,766	0,183	Valid
	X1.3 Saya merasa aplikasi Dana sangat berguna	0,804	0,183	Valid
X2	X2.1 Bagi saya aplikasi Dana mudah dipelajari	0,856	0,183	Valid
	X2.2 Saya merasa mudah menggunakan aplikasi Dana untuk melakukan apa yang ingin saya lakukan	0,804	0,183	Valid
	X2.3 Menurut saya aplikasi Dana mudah dimengerti	0,814	0,183	Valid
	X2.4 Mudah bagi saya untuk terampil menggunakan aplikasi Dana	0,772	0,183	Valid
X3	X3.1 Informasi pribadi dalam aplikasi Dana dijamin keasliannya	0,806	0,183	Valid
	X3.2 Tidak khawatir memberikan informasi pribadi	0,751	0,183	Valid
	X3.3 Kepercayaan bahwa informasi dilindungi	0,736	0,183	Valid
	X3.4 Saya merasa bahwa privasi saya dijaga	0,839	0,183	Valid
	X3.5 Keamanan uang yang ada di dalam aplikasi Dana terjamin pada saat transaksi	0,236	0,183	Valid
X4	X4.1 Saya yakin atas kemampuan dalam mengatasi kesulitan dalam aplikasi Dana	0,808	0,183	Valid
	X4.2 Saya yakin mampu menghadapi hambatan dalam aplikasi Dana	0,742	0,183	Valid
	X4.3 Saya dapat memotivasi diri untuk melakukan tindakan yang perlu dilakukan untuk bertransaksi dengan aplikasi Dana	0,727	0,183	Valid
X5	X5.1 Saya percaya aplikasi Dana dapat diandalkan	0,645	0,183	Valid
	X5.2 Saya percaya dengan sistem dalam aplikasi Dana	0,729	0,183	Valid
	X5.3 Saya sangat percaya menggunakan aplikasi Dana untuk bertransaksi	0,804	0,183	Valid
	X5.4 Saya percaya aplikasi Dana merupakan <i>mobile payment</i> terpercaya	0,793	0,183	Valid

Sumber: Data diolah Juni 2024

Berdasarkan hasil uji validitas pada tabel 1 nilai koefisien korelasi (r-hitung) masing-masing item pernyataan dibandingkan dengan nilai r tabel. Jika r-hitung > r-tabel dengan taraf signifikansi 0,05 (5%), maka pernyataan tersebut dinyatakan valid. Nilai r tabel dengan jumlah $n = 115$, nilai dari sampel $(n-2) = 115-2 = 113$ sebesar 0,183. Berdasarkan hasil pengujian yang sudah dilakukan dapat dinyatakan bahwa kuesioner yang didapatkan adalah valid dan dapat digunakan untuk penelitian.

Uji Reliabilitas

Tabel 2. Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Koefisien Reliabilitas	Cronbach's alpha	Keterangan
Y	0,877	0,60	Reliabel
X1	0,688	0,60	Reliabel
X2	0,827	0,60	Reliabel
X3	0,719	0,60	Reliabel
X4	0,630	0,60	Reliabel
X5	0,715	0,60	Reliabel

Sumber: Data diolah Juni 2024

Berdasarkan hasil uji reliabilitas pada tabel 2 menjelaskan bahwa item pernyataan pada setiap variabel nilai koefisien reliabilitas > *Cronbach's Alpha* sebesar 0,6 maka item pernyataan dalam penelitian ini dapat dikatakan reliabel.

Uji Normalitas

Tabel 3. Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		115
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	0,0000000
	Std. Deviation	1,23314645
Most Extreme Differences	Absolute	0,046
	Positive	0,040
	Negative	-0,046
Test Statistic		0,046
Asymp. Sig. (2-tailed)		,200 ^{c,d}
Monte Carlo. Sig (2-tailed)		,964 ^e

Sumber: Data diolah Juni 2024

Berdasarkan hasil dalam tabel 3 di atas, hasil uji *Kolmogorov-Smirnov* (Asymp.sig (2-tailed)) untuk minat penggunaan, *perceived usefulness*, *perceived ease of use*, *perceived security*, *perceived self efficacy* dan *trust* memberikan nilai Sig. sebesar 0,200 > 0,05 dan Monte Carlo. sig (2-tailed) memberikan nilai sig. sebesar 0,964 > 0,05 sehingga dapat dinyatakan bahwa seluruh data minat penggunaan, *perceived usefulness*, *perceived ease of use*, *perceived security*, *perceived self efficacy* dan *trust* berdistribusi normal.

Uji Asumsi Klasik

Uji Multikolinearitas

Tabel 4. Hasil Uji Multikoleniaritas

Variabel	Tolerance	VIF	Keterangan
X1	0,399	2,505	Tidak terjadi multikolinearitas
X2	0,429	2,332	Tidak terjadi multikolinearitas
X3	0,342	2,927	Tidak terjadi multikolinearitas
X4	0,625	1,599	Tidak terjadi multikolinearitas
X5	0,510	1,961	Tidak terjadi multikolinearitas

Sumber: Data diolah Juni 2024

Berdasarkan tabel 4 menunjukkan bahwa variabel *perceived usefulness*, *perceived ease of use*, *perceived security*, *perceived self efficacy* dan *trust* memiliki nilai *tolerance* lebih besar dari 0,10 dan VIF memiliki nilai lebih kecil dari 10, maka dapat dikatakan data pada penelitian ini tidak terjadi multikolinearitas.

Uji Heteroskedastisitas

Tabel 5. Uji Heteroskedastisitas

Variabel	Sig.	Keterangan
X1	0,424	Tidak terjadi heteroskedastisitas
X2	0,923	Tidak terjadi heteroskedastisitas
X3	0,209	Tidak terjadi heteroskedastisitas
X4	0,251	Tidak terjadi heteroskedastisitas
X5	0,616	Tidak terjadi heteroskedastisitas

Sumber: Data diolah Juni 2024

Berdasarkan tabel 5. diatas menunjukan bahwa pengujian heteroskedastisitas ini menggunakan metode uji Glesjer yang nilainya dilihat dari sig. Pada variabel *perceived usefulness*, *perceived ease of use*, *perceived security*, *perceived self efficacy* dan *trust* memiliki nilai sig lebih besar dari 0,05 atau 5%, maka dapat dikatakan data tidak terjadi heteroskedastisitas.

Analisis Regresi Linier Berganda

Tabel 6 Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-7,084	1,103		-6,422	0,000
	X1	0,220	0,096	0,139	2,284	0,024
	X2	0,257	0,060	0,250	4,264	0,000
	X3	0,227	0,071	0,210	3,201	0,002
	X4	0,662	0,083	0,386	7,949	0,000
	X5	0,191	0,078	0,131	2,442	0,016
a. Dependent Variable: Y						

a. Dependent Variable: Y

Sumber: Data diolah Juni 2024

Berdasarkan model regresi tersebut, maka hasil dari regresi berganda dapat dijelaskan sebagai berikut:

- Konstanta (a) sebesar -7,084 artinya bahwa ketika skor variabel *perceived usefulness*, *perceived ease of use*, *perceived security*, *perceived self efficacy* dan *trust* dianggap tidak ada atau sama dengan nol, maka minat penggunaan adalah -7,084.
- Koefisien regresi variabel *perceived usefulness* (β_1) sebesar 0,220 artinya bahwa ketika *perceived usefulness* naik satu satuan maka dapat dinyatakan naik sebesar 0,220. Ketika nilai X2, X3, X4 dan X5 konstan.
- Koefisien regresi variabel *perceived ease of use* (β_2) sebesar 0,257 artinya bahwa ketika *perceived ease of use* naik satu satuan maka dapat dinyatakan naik sebesar 0,257. Ketika nilai X1, X3, X4 dan X5 konstan.
- Koefisien regresi variabel *perceived security* (β_3) sebesar 0,227 artinya bahwa ketika *perceived security* naik satu satuan maka dapat dinyatakan naik sebesar 0,227. Ketika nilai X1, X2, X4 dan X5 konstan.

- e. Koefisien regresi variabel *perceived self efficacy* (β_4) sebesar 0,662 artinya bahwa ketika *perceived self efficacy* naik satu satuan maka dapat dinyatakan naik sebesar 0,662. Ketika nilai X1, X2, X3 dan X5 konstan.
- f. Koefisien regresi variabel *trust* (β_5) sebesar 0,191 artinya bahwa ketika *trust* naik satu satuan maka dapat dinyatakan naik sebesar 0,191. Ketika nilai X1, X2, X3 dan X4 konstan.

Uji Hipotesis

Uji F (Simultan)

Tabel 7. Hasil Uji F (Simultan)

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	907,307	5	181,461	114,098	,000 ^b
	Residual	173,354	109	1,590		
	Total	1080,661	114			
a. Dependent Variable: Y						
b. Predictors: (Constant), X5, X4, X2, X1, X3						

Sumber: Data diolah Juni 2024

Berdasarkan tabel 7 didapat nilai Sig. $0,000 < 0,05$ (5%) maka dapat diartikan bahwa variabel *perceived usefulness* (X1), *perceived ease of use* (X2), *perceived security* (X3), *perceived self efficacy* (X4), dan *trust* (X5) berpengaruh secara simultan terhadap variabel minat penggunaan (Y).

Uji t (Parsial)

Tabel 8. Hasil Uji t (Parsial)

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-7,084	1,103		-6,422	0,000
	X1	0,220	0,096	0,139	2,284	0,024
	X2	0,257	0,060	0,250	4,264	0,000
	X3	0,227	0,071	0,210	3,201	0,002
	X4	0,662	0,083	0,386	7,949	0,000
	X5	0,191	0,078	0,131	2,442	0,016
a. Dependent Variable: Y						

Sumber: Data diolah Juni 2024

Berdasarkan hasil uji t yang sudah didapatkan pada tabel 8, maka dapat dihasilkan keterangan sebagai berikut:

- Hasil uji t variabel *perceived usefulness* (X1) didapatkan sebesar 2,284 dengan tingkat signifikan $0,024 < 0,05$ yang dimana hal ini menunjukkan bahwa *perceived usefulness* berpengaruh terhadap minat penggunaan.
- Hasil uji t variabel *perceived ease of use* (X2) didapatkan sebesar 4,264 dengan tingkat signifikan $0,000 < 0,05$ yang dimana hal ini menunjukkan bahwa *perceived ease of use* berpengaruh terhadap minat penggunaan.
- Hasil uji t variabel *perceived security* (X3) didapatkan sebesar 3,201 dengan tingkat signifikan $0,002 < 0,05$ yang dimana hal ini menunjukkan bahwa *perceived security* berpengaruh terhadap minat penggunaan.
- Hasil uji t variabel *perceived self efficacy* (X4) didapatkan sebesar 7,949 dengan tingkat signifikan $0,000 < 0,05$ yang dimana hal ini menunjukkan bahwa *perceived self efficacy* berpengaruh terhadap minat penggunaan.
- Hasil uji t variabel *trust* (X5) didapatkan sebesar 2,442 dengan tingkat signifikan $0,016 < 0,05$ yang dimana hal ini menunjukkan bahwa *trust* berpengaruh terhadap minat penggunaan.

Uji Koefisien Determinasi (Adjusted R²)

Tabel 9. Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.916 ^a	0,840	0,832	1,26111
a. Predictors: (Constant), X5, X4, X2, X1, X3				
b. Dependent Variable: Y				

Sumber: Data diolah Juni 2024

Berdasarkan pada Tabel 9 dapat diketahui bahwa nilai *Adjusted R²* pada penelitian ini sebesar 0,832 (83,2%), maka dapat diinterpretasikan bahwa kemampuan variabel *perceived usefulness* (X1), *perceived ease of use* (X2), *perceived security* (X3), *perceived self efficacy* (X4), dan *trust* (X5) menerangkan variasi variabel minat penggunaan (Y) sebesar 83,2% dan sisanya diterangkan oleh variabel independen lain yang tidak ada dalam penelitian ini sebesar 16,8%.

Implikasi Hasil Penelitian

Pengaruh *Perceived Usefulness*, *Perceived Ease of Use*, *Perceived Security*, *Perceived Self Efficacy*, dan *Trust* Secara Simultan Terhadap Minat Penggunaan

Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa variabel *perceived usefulness*, *perceived ease of use*, *perceived security*, *perceived self efficacy*, dan *trust* berpengaruh secara simultan terhadap minat penggunaan. Rata-rata tertinggi pada Y adalah (Y1.3) dengan pernyataan “Saya berminat untuk selalu menggunakan aplikasi Dana dalam setiap transaksi yang saya lakukan”, dan terendah adalah (Y1.4) dengan pernyataan “Saya tertarik untuk lebih tau mengenai informasi dalam menggunakan aplikasi Dana”. Dapat dikatakan bahwa responden setuju dengan pernyataan yang ada pada variabel minat penggunaan dan termasuk dalam kategori baik.

Secara simultan, variabel-variabel ini bekerja bersama untuk membentuk persepsi pengguna terhadap aplikasi Dana dan mempengaruhi minat mereka untuk menggunakannya. Ketika semua faktor ini berada dalam keseimbangan yang baik (aplikasi dianggap bermanfaat, mudah digunakan, aman, meningkatkan kemampuan pengguna, dan dapat dipercaya), pengguna cenderung memiliki minat yang lebih tinggi untuk menggunakan aplikasi tersebut dalam aktivitas sehari-hari mereka. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Roainy (2018) dan Kumala, dkk (2020) yang menyatakan bahwa variabel *perceived usefulness*, *perceived ease of use*, *perceived security*, *perceived self efficacy*, dan *trust* berpengaruh secara simultan terhadap minat penggunaan.

Pengaruh *Perceived Usefulness* Terhadap Minat Penggunaan

Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa variabel *perceived usefulness* berpengaruh terhadap minat penggunaan. Rata-rata tertinggi pada X1 adalah (X1.3) dengan pernyataan “Saya merasa aplikasi Dana sangat berguna”, dan terendah adalah (X1.1) dengan pernyataan “Saya menggunakan aplikasi Dana untuk menghemat waktu”. Dapat dikatakan bahwa responden setuju dengan pernyataan yang ada pada variabel *perceived usefulness* dan termasuk dalam kategori baik.

Perceived usefulness atau persepsi tentang kegunaan sangat berpengaruh terhadap minat penggunaan sebuah layanan. Pengguna cenderung tertarik menggunakan produk atau layanan jika mereka percaya bahwa penggunaannya akan memberikan manfaat yang signifikan dalam mencapai tujuan atau memecahkan masalah mereka. Layanan yang dianggap bermanfaat biasanya menyediakan fitur dan fungsionalitas yang relevan dan sesuai dengan kebutuhan pengguna. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Roainy (2018), Kumala, dkk (2020), Wongso & Ramadani (2021), dan Kurnia & Tandijaya (2023) yang menyatakan bahwa variabel *perceived usefulness* berpengaruh terhadap minat penggunaan.

Pengaruh *Perceived Ease of Use* Terhadap Minat Penggunaan

Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa variabel *perceived ease of use* berpengaruh terhadap minat penggunaan. Rata-rata tertinggi pada X2 adalah (X2.4) dengan pernyataan

“Mudah bagi saya untuk terampil menggunakan aplikasi Dana”, dan terendah adalah (X2.3) dengan pernyataan “Menurut saya aplikasi Dana mudah dimengerti”. Dapat dikatakan bahwa responden setuju dengan pernyataan yang ada pada variabel *perceived ease of use* dan termasuk dalam kategori baik.

Perceived ease of use atau persepsi tentang kemudahan penggunaan sangat berpengaruh terhadap minat penggunaan sebuah produk atau layanan. Layanan yang dianggap mudah digunakan oleh pengguna cenderung menarik minat mereka karena pengguna merasa lebih mudah untuk mempelajarinya. Pengguna cenderung memilih layanan yang mereka percayai dapat meningkatkan efisiensi dalam melakukan tugas atau mencapai tujuan mereka. Kemudahan penggunaan membantu mengurangi hambatan yang dapat mengganggu pengalaman pengguna. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Roainy (2018), Kumala, dkk (2020), Cholifah (2020), Wongso & Ramadani (2021), Pruwinarti & Mariam (2022), Andini & Himawan (2022), dan Kurnia & Tandijaya (2023) yang menyatakan bahwa variabel *perceived ease of use* berpengaruh terhadap minat penggunaan.

Pengaruh *Perceived Security* Terhadap Minat Penggunaan

Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa variabel *perceived security* berpengaruh terhadap minat penggunaan. Rata-rata tertinggi pada X3 adalah (X3.5) dengan pernyataan “Keamanan uang yang ada di dalam aplikasi Dana terjamin pada saat transaksi”, dan terendah adalah (X3.4) dengan pernyataan “Saya merasa bahwa privasi saya dijaga”. Dapat dikatakan bahwa responden setuju dengan pernyataan yang ada pada variabel *perceived security* dan termasuk dalam kategori baik.

Pengguna tidak perlu mengkhawatirkan keamanan dananya yang tersedia di Saldo Dana, atau yang tersedia di kartu debit maupun kartu kredit yang disimpan di dalam aplikasi dompet digital Dana. Dana memberikan garansi uang kembali jika terjadi kehilangan uang yang disebabkan oleh gangguan atau permasalahan pada saat transaksi. Program Dana Protection semakin melengkapi jaminan keamanan yang dihadirkan Dana sebagai dompet digital yang terpercaya bagi penggunanya. Semua infrastruktur transaksi digital Dana berada di bawah pengawasan Bank Indonesia dan sudah memiliki sertifikasi PCI DSS (*The Payment Card Industry Data Security Standard*), yakni standar keamanan tinggi setingkat keamanan perbankan. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Kumala, dkk (2020), Pruwinarti & Mariam (2022), Andini & Himawan (2022), dan Kurnia & Tandijaya (2023) yang menyatakan bahwa variabel *perceived security* berpengaruh terhadap minat penggunaan.

Pengaruh *Perceived Self Efficacy* Terhadap Minat Penggunaan

Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa variabel *perceived self efficacy* berpengaruh terhadap minat penggunaan. Rata-rata tertinggi pada X4 adalah (X4.2) dengan pernyataan “Saya yakin mampu menghadapi hambatan dalam aplikasi Dana”, dan terendah adalah (X4.1) dengan pernyataan “Saya yakin atas kemampuan dalam mengatasi kesulitan dalam aplikasi Dana”. Dapat dikatakan bahwa responden setuju dengan pernyataan yang ada pada variabel *perceived self efficacy* dan termasuk dalam kategori baik.

Kemampuan untuk menggunakan aplikasi dana merujuk pada keterampilan dan pengetahuan seseorang dalam menggunakan berbagai aplikasi atau teknologi digital yang dirancang untuk mengelola keuangan dan dana. Penggunaan aplikasi Dana mampu memahami dan mengoperasikan berbagai fitur dan fungsi yang disediakan oleh aplikasi dana, termasuk navigasi antarmuka, pengaturan akun, dan integrasi dengan sistem perbankan. Kemampuan untuk melakukan transaksi keuangan seperti transfer dana, pembayaran tagihan, dan pembelian melalui aplikasi dana dengan aman dan efisien. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Roainy (2018) dan Wongso & Ramadani (2021) yang menyatakan bahwa *perceived self efficacy* berpengaruh terhadap minat penggunaan.

Pengaruh *Trust* Terhadap Minat Penggunaan

Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa variabel *trust* berpengaruh terhadap minat penggunaan. Rata-rata tertinggi pada X5 adalah (X5.3) dengan pernyataan “Saya sangat percaya menggunakan aplikasi Dana untuk bertransaksi”, dan terendah adalah (X5.1) dengan pernyataan “Saya percaya aplikasi Dana dapat diandalkan”. Dapat dikatakan bahwa responden setuju dengan pernyataan yang ada pada variabel *trust* dan termasuk dalam kategori baik.

Pengguna cenderung menggunakan layanan yang dianggap dapat diandalkan. Kepercayaan ini terbentuk melalui pengalaman langsung dengan layanan tersebut atau rekomendasi dari orang lain yang dianggap dapat dipercaya. *Trust* mempengaruhi keamanan pengguna terhadap layanan tersebut. Pengguna akan lebih cenderung menggunakan layanan yang mereka percayai aman digunakan, baik secara fisik maupun dalam hal data dan informasi pribadi. Pengguna cenderung lebih tertarik menggunakan layanan yang memiliki reputasi baik dan direkomendasikan oleh orang lain. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Roainy (2018), Kumala, dkk (2020), Cholifah (2020), Andini & Himawan (2022), dan Kurnia & Tandijaya (2023) yang menyatakan bahwa *trust* berpengaruh terhadap minat penggunaan.

Kesimpulan, Keterbatasan Dan Saran

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, dapat disimpulkan sebagai berikut:

- Perceived usefulness*, *perceived ease of use*, *perceived security*, *perceived self efficacy* dan *trust* berpengaruh secara simultan terhadap minat penggunaan aplikasi Dana pada generasi Z di Kota Malang.
- Perceived usefulness* berpengaruh signifikan terhadap minat penggunaan aplikasi Dana pada generasi Z di Kota Malang.
- Perceived ease of use* berpengaruh signifikan terhadap minat penggunaan aplikasi Dana pada generasi Z di Kota Malang.
- Perceived security* berpengaruh signifikan terhadap minat penggunaan aplikasi Dana pada generasi Z di Kota Malang.
- Perceived self efficacy* berpengaruh signifikan terhadap minat penggunaan aplikasi Dana pada generasi Z di Kota Malang.
- Trust* berpengaruh signifikan terhadap minat penggunaan aplikasi Dana pada generasi Z di Kota Malang.

Keterbatasan

Dalam penelitian ini, peneliti mempunyai beberapa keterbatasan yaitu sebagai berikut:

- Penelitian ini hanya dilakukan di lingkungan Kota Malang dengan jumlah sampel yang terbatas yaitu 115 responden. Dengan keterbatasan tersebut penelitian selanjutnya diharapkan dapat melakukan pada lingkup yang lebih luas dan ukuran sampel yang lebih besar, atau dengan melakukan penelitian lebih banyak tempat lagi apabila sampelnya terlalu sedikit.
- Penelitian ini hanya menganalisis variabel *perceived usefulness*, *perceived ease of use*, *perceived security*, *perceived self efficacy* dan *trust* sebagai faktor penentu minat penggunaan, sehingga masih ada variabel-variabel lain yang dapat dijadikan bahan penelitian selanjutnya.
- Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan kuesioner sehingga data yang didapat dikelola berdasarkan data yang dikumpulkan melalui kuesioner.

Saran

Dengan adanya keterbatasan yang telah diuraikan di atas, maka peneliti menyampaikan saran sebagai berikut:

- Bagi perusahaan

Peneliti merekomendasikan kepada perusahaan terkait untuk memperhatikan secara

seksama pentingnya beberapa faktor tersebut. Terutama faktor *perceived self efficacy* dan *perceived ease of use* karena faktor tersebut memiliki pengaruh yang paling besar dan signifikan terhadap minat penggunaan.

b. Bagi Peneliti Selanjutnya

Untuk pihak-pihak yang akan melaksanakan penelitian lebih lanjut dianjurkan agar:

- 1) Menambahkan variabel lagi yang berbeda pada penelitian berikutnya agar bisa memperkuat pendapat.
- 2) Digunakan model penelitian lain untuk memperoleh hasil penelitian yang lebih baik lagi.
- 3) Bisa menambahkan jumlah responden dan populasi yang lebih banyak dalam penelitiannya agar memperoleh hasil yang lebih sempurna.

c. Bagi Pengguna

Untuk pihak-pihak yang telah menggunakan aplikasi Dana dapat memaksimalkan pengalaman penggunaan aplikasi Dana dan memanfaatkan semua fitur serta layanan yang tersedia dengan lebih efektif.

Referensi

- Adam, A., Wahono, B., & Bastomi, M. (2024). Pengaruh Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan, dan Persepsi Risiko Terhadap Keputusan Penggunaan BRI Mobile (BRImo)(Studi Kasus Pada Mahasiswa Universitas Islam Malang). *E-JRM: Elektronik Jurnal Riset Manajemen*, 13(01), 864-875.
- Andini, VA, & Himawan, AFI (2023). Pengaruh Perceived Ease Of Use, Perceived Security, Perceived Risk dan Trust Terhadap Minat Penggunaan Aplikasi Pospay. *SEIKO: Jurnal Manajemen & Bisnis*, 6 (1), 48-61.
- APJII. (2022). *Profil Internet Indonesia*. <https://surveiprolifintrnetindonesia2022-21072047>
- Arasu, R., & Vismanathan, A. (2022). Web Service and E-Shopping Decisions: A Study on Malaysia E-Consumer. *Wireless Information Networks & Business Information System*. 54-60.
- Ashary, A., Pradhanawati, A., & Dewi, R. S. (2022). Pengaruh Persepsi Kemudahan Dan Persepsi Kemudahan Terhadap Minat Penggunaan Aplikasi Alodokter Selama Pandemi Covid-19. *Syntax Literate : Jurnal Ilmiah Indonesia* Vol. 7, No. 7.
- Badarudin, F. A. (2020). *Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen pada Exterior Store Surabaya*. Surabaya
- Chazar, C. (2015). Standar Manajemen Keamanan Sistem Informasi Berbasis ISO/IEC 27001:2005. *Jurnal Informasi*, 7, 48-57.
- Cholifah, R. N. (2020). Pengaruh Perceived Effectiveness, Perceived Ease Of Use Dan Trust Terhadap Intention To Use (Studi Kasus Pengguna Dana Pada Tix Id Di Tangerang Selatan Dan Jakarta Selatan) (Skripsi Sarjana, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Uin Jakarta).
- Davis. (2019). UC Davis at SemEval-2019 Task 1: DAG Semantic Parsing with Attention-based Decoder. *International Workshop on Semantic Evaluation*
- Deni, R. (2016). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Penggunaan Produk Baru (Studi Kasus: E-money Kartu Flazz BCA) Tahun 2011. Tesis : Universitas Indonesia.
- Dippenaar, Z. (2017). The Factors Influencing The Adoption of In-Store Mobile Payments: A Validation and Extension Study. *Proceedings of IASTEM International Conference*. University of the Free State.
- Ernawati, N., & Noersanti, L. (2020). Pengaruh Persepsi Manfaat, Kemudahan Penggunaan dan Kepercayaan terhadap Minat Penggunaan pada Aplikasi OVO. *Jurnal Manajemen STEI* Vol. 3, No. 6.
- Fahlepi, I. M. (2023). Pengaruh Persepsi Manfaat, Kemudahan Penggunaan, dan Keamanan Terhadap Niat Penggunaan Aplikasi DANA.
- Feist, J. 2010. *Teori Kepribadian*. Edisi 7. Jakarta: Salemba Humanika.

- Ferdinand, A. (2020). *Metode Penelitian Manajemen*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariat Dengan Program IBM SPSS*. Edisi 8. Badan Penerbit UNDIP.
- Husein, U. (2019). *Metode Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis Bisnis Edisi 11*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Jogiyanto. (2019). *Sistem Ekonomi Keperilakuan* Yogyakarta: Andi.
- Kim, C., Tao, W., Shin, N., Kim, N. S. (2020) “ An Empirical Study of Customer’s Perceptions of Security and Trust in e-Payment System”, *Electronic Commerce Research and Application*.
- Kumala, D. C., Pranata, J. W., & Thio, S. (2020). Pengaruh persepsi kegunaan, persepsi kemudahan penggunaan, kepercayaan, dan keamanan terhadap minat penggunaan gopay pada generasi x di surabaya. *Jurnal Manajemen Perhotelan*, 6 (1), 19-29.
- Kurnia, R. A., & Tandijaya, T. N. B. (2023). Pengaruh Perceived Ease of Use, Perceived Usefulness, Security dan Trust Terhadap Minat Menggunakan Aplikasi Jago. *Jurnal Manajemen Pemasaran* , 17 (1), 64-72.
- Populix. (2023). *Media Sosial yang sering digunakan untuk berbelanja online*. <https://info.populix.co/report/the-social-commerce-in-indonesia/>, diakses pada 20 Januari 2024
- Purwinarti, T., & Mariam, I. (2022, Maret). Pengaruh Perceived Ease Of Use Dan Perceived Security Terhadap Minat Menggunakan Gopay. Dalam *Seminar Nasional Riset Terapan Administrasi Bisnis dan MICE* (Vol. 10, No. 1, pp. 358-368).
- Pratiwi, T., Indriani, F., & Sugiarto. (2017). *Analisis Pengaruh Technology Readyness Terhadap Minat Menggunakan T-CASH di Kota Semarang*. *Jurnal Bisnis Strategi* Vol. 26 No. 1 Juli 201 halaman 76 – 88.
- Roainy. (2018). Pengaruh *Perceived Usefulness*, Kepercayaan, dan *Self Efficacy* Terhadap Minat Penggunaan SMS Banking Bagi Nasabah Pada PT. Bank Sumsel Babel Kantor Cabang Pembantu Syariah UIN Raden Fatah Palembang. Palembang.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Edisi 2. Bandung: Alfabeta.
- Sujarweni, V. Wiratna. (2016). *Pengantar Akuntansi*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press.
- Wibasuri, A., Satria, B., Mahrinasari M,S., & Ribhan. (2018). Determinants of Attitude Tourist in E-Tourism Usage. *International Journal of Engineering & Technology*. Student of the Doctor Faculty of Economics and Business, University of Lampung, Indonesia.
- Wongso, H., & Ramadania. (2021). Pengaruh *Self Efficacy*, *Perceived Usefulness*, *Perceived Ease of Use* dan *Perceived Risk* Terhadap *Intention to Use Mobile Banking* Bank Kalbar. In *Proceeding Seminar Binsis* (Vol. 5, pp. 224-239).

Susi Alistina Nurhayati* Adalah Mahasiswa FEB Unisma

Rois Arifin** Adalah Dosen Tetap FEB Unisma

Mohamad Bastomi*** Adalah Dosen Tetap FEB Unisma