

Pengaruh Kepercayaan, Literasi, Resiko dan Kemudahan Terhadap Minat Masyarakat Menggunakan Dompot Digital Shopeepay pada Aplikasi Shopee (Studi Kasus Masyarakat Kabupaten Malang)

Fania Mutiara Yulia Rahma, Harun Alrasyid, Ratna Tri Hardaningtyas

Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Islam Malang
Email : faniamutiara200@gmail.com

ABSTRAK

Perkembangan teknologi keuangan mendorong meningkatnya penggunaan dompet digital sebagai alat pembayaran non-tunai, namun minat masyarakat dalam menggunakan ShopeePay masih dipengaruhi oleh berbagai faktor, seperti kepercayaan, literasi, persepsi risiko, dan kemudahan penggunaan. Penelitian ini bertujuan menganalisis pengaruh kepercayaan, literasi, risiko, dan kemudahan terhadap minat masyarakat menggunakan dompet digital ShopeePay pada aplikasi Shopee di Kabupaten Malang. Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei. Data primer dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner kepada masyarakat Kabupaten Malang yang dipilih menggunakan teknik purposive sampling, kemudian dianalisis dengan regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kepercayaan, literasi, risiko, dan kemudahan berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan ShopeePay, baik secara parsial maupun simultan. Kepercayaan dan kemudahan meningkatkan keyakinan serta kenyamanan pengguna dalam bertransaksi, literasi memperkuat pemahaman terhadap layanan keuangan digital, sedangkan persepsi risiko yang rendah mendorong peningkatan minat penggunaan. Penelitian ini menyimpulkan bahwa peningkatan kualitas layanan, keamanan transaksi, edukasi literasi digital, dan kemudahan penggunaan menjadi faktor penting dalam meningkatkan minat masyarakat menggunakan ShopeePay. Temuan ini diharapkan menjadi masukan bagi penyedia layanan dompet digital dalam merancang strategi pengembangan layanan yang lebih efektif dan berorientasi pada kebutuhan pengguna.

Kata kunci : Kepercayaan, literasi, risiko dan kemudahan, minat menggunakan Shopeepay.

ABSTRACT

This study aims to analyze the influence of transparency, trust, and service digitalization on the intention of the community to choose Hajj savings in Gresik Regency. This research employed a quantitative approach using a survey method through questionnaires distributed to the community of Gresik Regency as respondents. The collected data were analyzed using multiple linear regression analysis. The results show that simultaneously transparency, trust, and service digitalization significantly influence the community's intention to choose Hajj savings. Partially, transparency has a positive and significant effect on the intention to choose Hajj savings with a regression coefficient of 0.899 and a significance value of 0.000, while trust also has a positive and significant effect with a regression coefficient of 0.572 and a significance value of 0.000. Meanwhile, service digitalization does not have a significant effect on the intention to choose Hajj savings with a significance value of 0.355. These findings indicate that transparency and trust are the main factors influencing the community's intention to choose Hajj savings, while service digitalization still plays a supporting role in encouraging public interest in Islamic banking products.

Keywords: Community intention, hajj savings, service digitalization, transparency, trust

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi telah mendorong transformasi sistem pembayaran dari transaksi tunai menuju pembayaran digital melalui layanan dompet elektronik (e-wallet). Salah satu layanan yang banyak digunakan di Indonesia adalah ShopeePay yang menawarkan kemudahan, kecepatan, dan keamanan dalam bertransaksi. Meskipun demikian, tingkat minat masyarakat dalam menggunakan ShopeePay masih dipengaruhi oleh berbagai faktor, antara lain kepercayaan, literasi keuangan digital, persepsi risiko, dan kemudahan penggunaan. Menurut Davis (1989), kemudahan penggunaan merupakan salah satu faktor utama yang memengaruhi penerimaan teknologi, sedangkan kepercayaan dan persepsi risiko menjadi pertimbangan penting dalam keputusan penggunaan layanan keuangan digital.

Berdasarkan kondisi tersebut, penelitian ini berfokus pada pertanyaan: apakah kepercayaan, literasi, risiko, dan kemudahan berpengaruh terhadap minat masyarakat menggunakan dompet digital ShopeePay pada aplikasi Shopee, baik secara simultan maupun parsial? Penelitian dilakukan pada masyarakat Kabupaten Malang sebagai salah satu wilayah dengan pertumbuhan penggunaan transaksi digital yang terus meningkat, namun masih menunjukkan perbedaan tingkat penerimaan teknologi pembayaran digital di kalangan masyarakat.

Penelitian ini bertujuan menganalisis pengaruh kepercayaan, literasi, risiko, dan kemudahan terhadap minat masyarakat menggunakan ShopeePay pada aplikasi Shopee, baik secara simultan maupun parsial. Hasil penelitian diharapkan dapat memberikan gambaran mengenai faktor-faktor yang paling menentukan minat masyarakat dalam menggunakan dompet digital sehingga dapat menjadi dasar bagi pengembangan strategi peningkatan adopsi layanan pembayaran digital.

Penelitian ini memiliki kontribusi ilmiah dengan mengintegrasikan empat variabel, yaitu kepercayaan, literasi, risiko, dan kemudahan, dalam satu model penelitian pada konteks penggunaan ShopeePay di Kabupaten Malang. Berbeda dengan penelitian terdahulu yang umumnya hanya menguji sebagian faktor, penelitian ini memberikan bukti empiris mengenai pengaruh masing-masing variabel terhadap minat penggunaan dompet digital pada masyarakat daerah, sehingga diharapkan dapat memperkaya kajian mengenai perilaku konsumen dalam adopsi teknologi keuangan digital.

LANDASAN TEORI DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS

Technology Acceptance Model (TAM)

Penelitian ini menggunakan *Technology Acceptance Model (TAM)* sebagai landasan teori untuk menjelaskan penerimaan masyarakat terhadap teknologi, khususnya penggunaan dompet digital ShopeePay. Dalam model ini, persepsi pengguna terhadap suatu teknologi memengaruhi minat untuk menggunakan teknologi tersebut. Penelitian mengkaji empat faktor yang diduga memengaruhi minat masyarakat menggunakan ShopeePay, yaitu kepercayaan, literasi, persepsi risiko, dan kemudahan penggunaan.

Kepercayaan

Kepercayaan merupakan keyakinan pengguna terhadap keamanan, keandalan, dan kredibilitas layanan ShopeePay. Semakin tinggi tingkat kepercayaan pengguna terhadap sistem dan keamanan transaksi, semakin tinggi pula minat masyarakat untuk menggunakan ShopeePay. Penelitian terdahulu juga menunjukkan bahwa kepercayaan berpengaruh positif terhadap minat penggunaan dompet digital.

Literasi

Literasi menggambarkan kemampuan pengguna dalam memahami informasi, fitur, manfaat, dan cara penggunaan layanan keuangan digital. Pengguna dengan tingkat literasi yang baik cenderung lebih mudah menerima inovasi teknologi karena memiliki pemahaman

yang lebih baik mengenai manfaat serta risiko penggunaan ShopeePay. Oleh karena itu, literasi diperkirakan berpengaruh positif terhadap minat menggunakan ShopeePay.

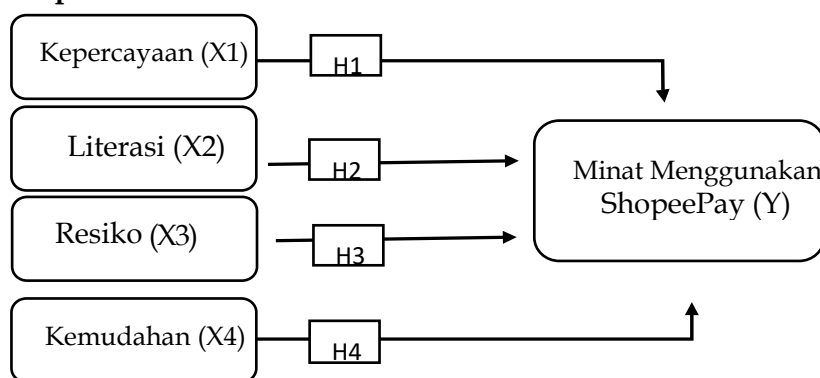
Resiko

Risiko merupakan penilaian pengguna terhadap kemungkinan terjadinya kerugian atau dampak negatif selama menggunakan layanan dompet digital. Risiko yang dipersepsikan rendah akan meningkatkan rasa aman sehingga mendorong masyarakat untuk menggunakan ShopeePay. Sebaliknya, semakin tinggi risiko yang dirasakan, semakin rendah minat masyarakat dalam menggunakan layanan tersebut.

Kemudahan

Kemudahan penggunaan menunjukkan tingkat keyakinan pengguna bahwa ShopeePay mudah dipelajari, dipahami, dan digunakan dalam melakukan transaksi. Kemudahan penggunaan memberikan pengalaman transaksi yang lebih praktis, efisien, dan nyaman sehingga dapat meningkatkan minat masyarakat dalam menggunakan ShopeePay.

Kerangka Konseptual



Gambar 1 Kerangka Konseptual

Hipotesis Penelitian

Berdasarkan landasan teori dan hasil penelitian terdahulu, penelitian ini mengajukan hipotesis sebagai berikut:

- H1 : Kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat masyarakat menggunakan ShopeePay.
- H2 : Literasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat masyarakat menggunakan ShopeePay.
- H3 : Persepsi risiko berpengaruh signifikan terhadap minat masyarakat menggunakan ShopeePay, di mana semakin rendah risiko yang dirasakan maka semakin tinggi minat penggunaan.
- H4 : Kemudahan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat masyarakat menggunakan ShopeePay.
- H5 : Kepercayaan, literasi, persepsi risiko, dan kemudahan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap minat masyarakat menggunakan ShopeePay.

METODOLOGI PENELITIAN

Jenis, Lokasi, dan Waktu Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei. Penelitian dilaksanakan di Kabupaten Malang dengan objek penelitian masyarakat yang menggunakan dompet digital ShopeePay pada aplikasi Shopee. Pengumpulan data dilakukan selama periode penelitian yang telah ditetapkan oleh peneliti. Berdasarkan pendekatannya, penelitian ini bertujuan menguji pengaruh variabel kepercayaan, literasi, risiko, dan kemudahan terhadap minat masyarakat menggunakan ShopeePay melalui analisis statistik.

Populasi dan Sampel

Populasi penelitian adalah masyarakat Kabupaten Malang yang menggunakan ShopeePay. Teknik pengambilan sampel menggunakan purposive sampling dengan kriteria responden, yaitu pengguna aktif ShopeePay, berdomisili di Kabupaten Malang, dan berusia minimal 18 tahun. Penentuan jumlah sampel dilakukan menggunakan rumus Malhotra, yang didasarkan pada jumlah indikator penelitian.

Sumber dan Metode Pengumpulan Data

Penelitian ini **menggunakan** data primer yang diperoleh melalui **kuesioner**. Penyebaran kuesioner dilakukan secara online menggunakan Google Form kepada masyarakat Kabupaten Malang yang memenuhi kriteria sebagai pengguna ShopeePay. Data yang terkumpul selanjutnya dianalisis menggunakan teknik statistik untuk menguji hipotesis penelitian.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Statistik Deskriptif

Tabel 1. Hasil Statistik Deskriptif

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Kepercayaan	100	4	15	12.93	1.777
Literasi	100	8	20	15.90	2.521
Risiko	100	19	30	25.45	2.181
Kemudahan	100	6	15	12.61	1.912
Minat Menggunakan ShopeePay	100	5	15	12.62	1.680
Valid N (listwise)	100				

Sumber: Data primer diolah peneliti, 2026

Hasil statistik deskriptif menunjukkan bahwa seluruh variabel penelitian memiliki nilai rata-rata yang relatif tinggi. Variabel risiko memiliki nilai rata-rata tertinggi sebesar 25,45, diikuti literasi sebesar 15,90, kepercayaan sebesar 12,93, minat menggunakan ShopeePay sebesar 12,62, dan kemudahan sebesar 12,61. Hasil ini menunjukkan bahwa responden cenderung memiliki persepsi yang baik terhadap kepercayaan, literasi, risiko, dan kemudahan, sehingga mendukung tingginya minat masyarakat dalam menggunakan ShopeePay.

Uji Validitas

Tabel 2. Hasil Uji Validitas

Item	r-hitung	r-tabel	Keterangan
X1.1	0,784	0,1966	Valid
X1.2	0,726	0,1966	Valid
X1.3	0,799	0,1966	Valid
X2.1	0,516	0,1966	Valid
X2.2	0,562	0,1966	Valid
X2.3	0,725	0,1966	Valid
X2.4	0,727	0,1966	Valid
X3.1	0,725	0,1966	Valid
X3.2	0,502	0,1966	Valid
X3.3	0,590	0,1966	Valid
X3.4	0,247	0,1966	Valid
X3.5	0,576	0,1966	Valid
X3.6	0,548	0,1966	Valid
X4.1	0,742	0,1966	Valid
X4.2	0,751	0,1966	Valid
X4.3	0,779	0,1966	Valid

Item	r-hitung	r-tabel	Keterangan
Y.1	0,718	0,1966	Valid
Y.2	0,669	0,1966	Valid
Y.3	0,763	0,1966	Valid

Sumber: Data primer diolah peneliti, 2026

Berdasarkan hasil uji validitas, seluruh item pernyataan pada variabel kepercayaan memiliki nilai r-hitung sebesar 0,784–0,799, literasi sebesar 0,516–0,727, resiko sebesar 0,548–0,725, kemudahan sebesar 0,742–0,779, dan minat menggunakan ShopeePay sebesar 0,718–0,763. Seluruh nilai r-hitung telah memenuhi kriteria uji validitas, sehingga seluruh item pernyataan dinyatakan valid dan layak digunakan sebagai instrumen penelitian.

Uji Reliabilitas

Tabel 3. Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	N of items	Keterangan
Kepercayaan (X1)	0,655	3	Reliabel
Literasi (X2)	0,516	4	Tidak Reliabel
Resiko (X3)	0,782	6	Reliabel
Kemudahan (X4)	0,628	3	Reliabel
Minat Menggunakan ShopeePay (Y)	0,521	3	Tidak Reliabel

Sumber: Data primer diolah peneliti, 2026

Berdasarkan hasil uji reliabilitas, variabel kepercayaan memiliki nilai Cronbach's Alpha sebesar 0,655, literasi sebesar 0,516, risiko sebesar 0,782, kemudahan sebesar 0,628, dan minat menggunakan ShopeePay sebesar 0,521. Hasil tersebut menunjukkan bahwa variabel kepercayaan, resiko, dan kemudahan memiliki nilai Cronbach's Alpha di atas 0,60 sehingga dinyatakan reliabel. Sementara itu, variabel literasi dan minat menggunakan ShopeePay memiliki nilai Cronbach's Alpha di bawah 0,60 sehingga belum memenuhi kriteria reliabilitas.

Uji Normalitas

Berdasarkan hasil uji normalitas, diperoleh nilai signifikansi sebesar 0,053. Nilai tersebut lebih besar dari 0,05, sehingga residual dalam model regresi dinyatakan berdistribusi normal. Dengan demikian, asumsi normalitas telah terpenuhi sehingga model regresi layak digunakan untuk analisis lebih lanjut.

Uji Multikolinearitas

Tabel 4. Hasil Uji Multikolinearitas

Coefficients ^a			
Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	X1	.789	1.267
	X2	.812	1.232
	X3	.805	1.242
	X4	.767	1.304

Sumber: Data primer diolah peneliti, 2026

Berdasarkan hasil uji multikolinearitas, seluruh variabel independen memiliki nilai tolerance di atas 0,10, yaitu kepercayaan sebesar 0,789, literasi sebesar 0,812, risiko sebesar 0,805, dan kemudahan sebesar 0,767. Selain itu, nilai VIF masing-masing variabel juga berada di bawah 10, yaitu kepercayaan sebesar 1,267, literasi sebesar 1,232, risiko sebesar 1,242, dan kemudahan sebesar 1,304. Hasil tersebut menunjukkan bahwa model regresi tidak mengalami gejala multikolinearitas, sehingga variabel independen dapat digunakan dalam analisis regresi.

Uji Heteroskedastisitas

Tabel 6. Hasil Uji Heteroskedastisitas

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	4.680	1.126		4.156	.000
	X1	-.075	.055	-.149	-1.371	.174
	X2	-.037	.038	-.104	-.968	.336
	X3	-.081	.044	-.198	-1.830	.070
	X4	-.006	.052	-.012	-.112	.911

a. Dependent Variable: ABS_RES

Sumber: Data primer diolah peneliti, 2026

Berdasarkan hasil uji heteroskedastisitas, variabel kepercayaan memiliki nilai signifikansi sebesar 0,174, literasi sebesar 0,336, risiko sebesar 0,070, dan kemudahan sebesar 0,911. Seluruh nilai signifikansi lebih besar dari 0,05, sehingga dapat disimpulkan bahwa model regresi tidak mengalami gejala heteroskedastisitas. Dengan demikian, asumsi homoskedastisitas telah terpenuhi sehingga model regresi layak digunakan untuk analisis lebih lanjut.

Analisis Regresi Linier Berganda

Tabel 7. Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.110	1.798		.617	.539
	Kepercayaan (X1)	.212	.087	.224	2.428	.017
	Literasi (X2)	.146	.061	.220	2.412	.018
	Resiko (X3)	.147	.070	.191	2.090	.039
	Kemudahan (X4)	.214	.082	.243	2.599	.011

Sumber: Data primer diolah peneliti, 2026

Hasil analisis regresi linier berganda menghasilkan persamaan regresi: $Y = 1,110 + 0,202X_1 + 0,146X_2 + 0,147X_3 + 0,214X_4$. Nilai konstanta sebesar 1,110 menunjukkan bahwa apabila variabel kepercayaan (X_1), literasi (X_2), resiko (X_3), dan kemudahan (X_4) bernilai nol, maka minat menggunakan ShopeePay (Y) memiliki nilai sebesar 1,110. Nilai koefisien regresi kepercayaan sebesar 0,202, literasi sebesar 0,146, risiko sebesar 0,147, dan kemudahan sebesar 0,214. Seluruh koefisien regresi bernilai positif, yang menunjukkan bahwa peningkatan kepercayaan, literasi, risiko, dan kemudahan cenderung meningkatkan minat masyarakat menggunakan ShopeePay, dengan asumsi variabel lain tetap.

Uji F (Uji Simultan)

Tabel 8. Hasil Uji F (Uji Simultan)

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	101.004	4	25.251	13.435	.000 ^b
	Residual	178.556	95	1.880		
	Total	279.560	99			

Sumber: Data primer diolah peneliti, 2026

Berdasarkan hasil uji F, diperoleh nilai F hitung sebesar 13,435 yang lebih besar dari F tabel sebesar 3,939 serta nilai signifikansi sebesar 0,000 yang lebih kecil dari 0,05. Hasil tersebut menunjukkan bahwa hipotesis nol ditolak dan hipotesis alternatif diterima. Dengan demikian, variabel kepercayaan, literasi, resiko, dan kemudahan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap minat masyarakat menggunakan ShopeePay.

Koefisien Determinasi (R^2)

Tabel 9. Hasil Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.601 ^a	.361	.334	1.371

Sumber: Data primer diolah peneliti, 2026

Berdasarkan hasil uji koefisien determinasi, diperoleh nilai R Square sebesar 0,361 dan Adjusted R Square sebesar 0,334. Hasil tersebut menunjukkan bahwa variabel kepercayaan (X1), literasi (X2), risiko (X3), dan kemudahan (X4) secara bersama-sama mampu menjelaskan variasi minat masyarakat menggunakan dompet digital ShopeePay (Y) sebesar 36,1%. Setelah dilakukan penyesuaian terhadap jumlah variabel independen dalam model, kemampuan penjelasan model menjadi sebesar 33,4%. Sementara itu, sebesar 66,6% variasi minat masyarakat menggunakan dompet digital ShopeePay dipengaruhi oleh faktor-faktor lain di luar model penelitian yang tidak diteliti. Selain itu, nilai Standard Error of the Estimate sebesar 1,371 menunjukkan bahwa rata-rata tingkat kesalahan prediksi model relatif kecil, sehingga model regresi memiliki kemampuan yang cukup baik dalam memprediksi variabel dependen.

Uji t (Uji Parsial)

Tabel 10. Hasil Uji t (Uji Parsial)

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.110	1.798		.617	.539
	Kepercayaan (X1)	.212	.087	.224	2.428	.017
	Literasi (X2)	.146	.061	.220	2.412	.018
	Resiko (X3)	.147	.070	.191	2.090	.039
	Kemudahan (X4)	.214	.082	.243	2.599	.011

Sumber: Data primer diolah peneliti, 2026

Berdasarkan hasil uji parsial (uji t), variabel kepercayaan (X1) memperoleh nilai t hitung sebesar 2,428 dengan nilai signifikansi sebesar 0,017, variabel literasi (X2) memperoleh nilai t hitung sebesar 2,412 dengan nilai signifikansi sebesar 0,018, variabel risiko (X3) memperoleh nilai t hitung sebesar 2,090 dengan nilai signifikansi sebesar 0,039, dan variabel kemudahan (X4) memperoleh nilai t hitung sebesar 2,599 dengan nilai signifikansi sebesar 0,011. Hasil tersebut menunjukkan bahwa seluruh variabel independen memiliki nilai t hitung yang lebih besar dari t tabel (1,984) dan nilai signifikansi yang lebih kecil dari 0,05. Dengan demikian, variabel kepercayaan (X1), literasi (X2), risiko (X3), dan kemudahan (X4) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap minat masyarakat menggunakan dompet digital ShopeePay (Y), sehingga seluruh hipotesis penelitian dinyatakan diterima.

Pembahasan

Pengaruh Kepercayaan (X1), Literasi (X2), Resiko (X3) dan Kemudahan (Y) terhadap Minat Menggunakan ShopeePay (Y).

Pengaruh Kepercayaan (X1) terhadap Minat Masyarakat Menggunakan ShopeePay (Y).

Berdasarkan hasil uji t (parsial), variabel kepercayaan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat masyarakat menggunakan ShopeePay. Hasil ini menunjukkan bahwa semakin tinggi tingkat kepercayaan masyarakat terhadap layanan ShopeePay, maka semakin tinggi pula minat masyarakat untuk menggunakan ShopeePay. Temuan ini sejalan dengan teori kepercayaan yang menyatakan bahwa kepercayaan menjadi faktor penting dalam mendorong seseorang menggunakan suatu layanan digital. Hasil penelitian ini juga sejalan dengan penelitian Nibra dan Onan Marakali Siregar (2025) yang menyatakan bahwa kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap minat masyarakat menggunakan ShopeePay, sehingga kepercayaan menjadi salah satu faktor utama dalam meningkatkan minat penggunaan dompet digital.

Pengaruh Literasi (X2) terhadap Minat Masyarakat Menggunakan ShopeePay (Y).

Berdasarkan hasil uji t (parsial), variabel literasi memiliki pengaruh signifikan terhadap minat masyarakat menggunakan ShopeePay. Hasil ini menunjukkan bahwa semakin baik tingkat literasi masyarakat mengenai layanan keuangan digital, maka semakin tinggi pula minat masyarakat untuk menggunakan ShopeePay. Pengetahuan mengenai fungsi, cara penggunaan, serta pengelolaan keuangan digital dapat meningkatkan pemahaman dan kepercayaan diri dalam menggunakan dompet digital. Temuan ini sesuai dengan teori literasi keuangan yang menyatakan bahwa pengetahuan keuangan memengaruhi pengambilan keputusan penggunaan layanan keuangan digital. Hasil penelitian ini juga sejalan dengan penelitian April, Sholikah, dan Wibowo (2025) yang menyatakan bahwa literasi berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan ShopeePay.

Pengaruh Risiko (X3) terhadap Minat Masyarakat Menggunakan ShopeePay (Y).

Berdasarkan hasil uji t (parsial), variabel risiko memiliki pengaruh signifikan terhadap minat masyarakat menggunakan ShopeePay, sehingga hipotesis yang menyatakan bahwa risiko berpengaruh terhadap minat menggunakan ShopeePay dapat diterima. Hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi risiko menjadi salah satu faktor yang dipertimbangkan masyarakat dalam menggunakan ShopeePay. Semakin baik pengelolaan risiko yang dirasakan, seperti keamanan transaksi, perlindungan data pribadi, dan jaminan saldo, maka semakin tinggi minat masyarakat untuk menggunakan ShopeePay. Temuan ini sesuai dengan teori persepsi risiko yang menyatakan bahwa risiko yang dapat dikelola dengan baik akan meningkatkan minat penggunaan teknologi. Hasil penelitian ini juga sejalan dengan penelitian Sekar Ayu Kinanti (2022) yang menyatakan bahwa persepsi risiko berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan e-wallet ShopeePay.

Pengaruh Kemudahan (X4) terhadap Minat Masyarakat Menggunakan ShopeePay (Y).

Berdasarkan hasil uji t (parsial), variabel kemudahan memiliki pengaruh signifikan terhadap minat masyarakat menggunakan ShopeePay. Hasil ini menunjukkan bahwa semakin mudah aplikasi ShopeePay digunakan, dipahami, dan dipelajari, maka semakin tinggi pula minat masyarakat untuk menggunakan ShopeePay. Temuan ini sesuai dengan teori Technology Acceptance Model (TAM) yang menyatakan bahwa persepsi kemudahan penggunaan dapat meningkatkan penerimaan suatu teknologi. Hasil penelitian ini juga sejalan dengan penelitian Ida Rosida dan Sutrisno (2024) yang menyatakan bahwa kemudahan berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan ShopeePay, karena sistem yang mudah digunakan akan meningkatkan keinginan masyarakat untuk memanfaatkan layanan pembayaran digital.

SIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan, dapat disimpulkan bahwa kepercayaan, literasi, risiko, dan kemudahan berpengaruh signifikan terhadap minat masyarakat menggunakan dompet digital ShopeePay pada aplikasi Shopee di Kabupaten Malang. Kepercayaan meningkatkan keyakinan masyarakat dalam menggunakan ShopeePay, literasi meningkatkan pemahaman terhadap layanan keuangan digital, risiko yang dikelola dengan baik memberikan rasa aman dalam bertransaksi, sedangkan kemudahan penggunaan mendorong masyarakat untuk menggunakan ShopeePay. Secara keseluruhan, keempat variabel tersebut membentuk persepsi positif terhadap layanan ShopeePay sehingga dapat meningkatkan minat masyarakat dalam menggunakan dompet digital.

Keterbatasan

Penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan. Pertama, penelitian hanya menggunakan data primer yang diperoleh melalui kuesioner, dengan dukungan literatur dari jurnal dan situs web. Kedua, variabel penelitian masih terbatas pada kepercayaan, literasi,

risiko, dan kemudahan. Ketiga, penyebaran kuesioner lebih banyak dilakukan secara online kepada responden berusia di atas 18 tahun yang berdomisili di Kabupaten Malang, sehingga persebaran sampel belum sepenuhnya mewakili seluruh pengguna ShopeePay.

Saran

1. Bagi ShopeePay
ShopeePay disarankan untuk terus meningkatkan kualitas layanan, keamanan sistem, dan kemudahan penggunaan karena terbukti memengaruhi minat masyarakat menggunakan layanan. Selain itu, ShopeePay diharapkan dapat menjaga loyalitas pelanggan serta mempertahankan biaya layanan yang kompetitif agar tetap menjadi pilihan masyarakat dalam melakukan transaksi digital.
2. Bagi Peneliti Selanjutnya
Peneliti selanjutnya disarankan untuk mengembangkan penelitian dengan menambahkan variabel lain di luar kepercayaan, literasi, risiko, dan kemudahan. Selain itu, penggunaan sumber literatur yang lebih beragam, cakupan wilayah penelitian yang lebih luas, serta jumlah responden yang lebih banyak diharapkan dapat memberikan hasil penelitian yang lebih komprehensif.

DAFTAR PUSTAKA

- Aisy, Putri Rohadatul, indro Kirono. 2024. "Pengaruh Perceived Ease of Use , Perceived Usefulness, Dan User Satisfaction Terhadap Continuance Intention Dalam Bertransaksi Dengan Dompert Digital ShopeePay." *Widya Manajemen* 6(1): 44-55.
- Akbar, Reza, U. Sulia Sukmawati, and Khairul Katsirin. 2024. "Analisis Data Penelitian Kuantitatif. " *Jurnal Pelita Nusantara* 1(3): 430-48. doi:10.59996/jurnalpelitanusantara.v1i3.350.
- Alfatih, Ahmad Agung, BAhtiar Efendi, Eni Chandra Nurhayati, and Heri Purwanto. 2023. "Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Penggunaan E-Wallet Pada Generasi Milenial Di Kabupaten Wonosobo (Studi Kasus Pengguna E-Wallet ShopeePay)." *Jamasy* 3: 50-62.
- Andrew Gustnest Binalay, Silvy L. Mandey, and Christoffel M. O. Mintardjo. 2024. "Pengaruh Sikap, Norma Subjektif Dan Motivasi Terhadap Minat Beli Secara Online Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Di Manado. " *Jurnal EMBA: Jurnal ...* 4(1): 108-24. <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/emba/article/view/11607%0Ahttps://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/emba/article/download/11607/11203>.
- April, Nomor, Maratus Sholikhah, and Edi Wibowo. 2025. "Pengaruh Literasi Keuangan Digital , Persepsi Kemudahan Dan Gaya Hidup Gen Z Terhadap Minat Penggunaan E-Wallet ShopeePay (Survei Pada Mahasiswa Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Slamet Riyadi Surakarta) Universitas Slamet Riyadi Surakarta , Indonesia." (April).
- Atriani, Atriani, Lalu Adi Permadi, and Baiq Handayani Rinuastuti. 2020. "The Effect of Perceived Benefits and Ease of Use on Interest in Using the OVO Digital Wallet." *Jurnal Sosial Ekonomi Dan Humaniora* 6(1): 54-61.
- Azizah, Et.al. 2025. "Uji Validitas Dan Uji Reliabilitas Instrumen Penelitian Pemahaman Konsep Dasaar Aljabar." *Jurnal Pendidikan Tambusai* 9(1): 6637-43.
- Frizeay. 2023. "Pengaruh Persepsi Resiko, Persepsi Kemudahan, Dan Cashless Society Terhadap Minat Penggunaan E-Wallet (Studi Kasus Mahasiswa Di Purwokerto)." *Jurnal Ekonomi*. <https://repository.uinsaizu.ac.id/id/eprint/19169>.
- I.D.P.T.A Wasanav, N.L.W.S Telagawathi. 2023. "PENGARUH KEPERCAYAAN DAN PERSEPSI KEMUDAHAN TERHADAP MINAT PENGGUNAAN SHOPEEPAY SEBAGAI METODE PEMBAYARAN DI E-COMMERCE SHOPEE (STUDI KASUS PADA MASYARAKAT BULELENG." *Jurnal Manajemen Riset Inovasi* 9(2): 127-35.

- Ida Rosida, Sutrisno, Hawik Ervina Indiworo. 2024. "Pengaruh Persepsi Kemudahan, Kepercayaan, Efektivitas, Dan Fitur Penggunaan Terhadap Minat Menggunakan Financial Teknologi (Fintech) Pada Aplikasi ShopeePay Ida." *Jurnal Riset Rumpun Ilmu Ekonomi (JURRIE)* 3(1): 57-70.
- Indri Mustika Rahmawati, KrisnaIndri Mustika Wati. 2023. "Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Resiko, Dan Promosi Cashback Terhadap Minat Menggunakan Kembali Dompot Digital ShopeePay (Studi Pada Mahasiswa Universitas Jenderal Achmad Yani Yogyakarta)." *Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Bisnis* 2(2): 535-47.
- Karimuddin, Abdullah, Misbahul Jannah, Suryadin Hasda, Zahara Fadila, Taqwin, Masita, Ketut Ngurah Ardiawan, and Meilida Eka Sari. 2022. *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. <http://penerbitzaini.com>.
- Lilih Deva Martias. 2020. "Statistika Deskriptif Sebagai Kumpulan Informasi." *Fihris: Jurnal Ilmu Perpustakaan dan Informasi* 16(1): 40-59. Ma'ruf, Sabili. 2022. "PENGARUH KEMUDAHAN PENGGUNAAN, KEGUNAAN, PERSEPSI RESIKO, DAN KENYAMANAN TERHADAP SIKAP KONSUMEN DALAM BELANJA ONLINE." *Junral Ekonomi*.
- Mangiri, Nunky Junior Seaman, and Luana Sasabone. 2023. "JIMEA | Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen , Ekonomi , Dan Akuntansi)." *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, dan Akuntansi)* 7(2): 1346-52.
- Mawardani, Fitri, and Renny Dwijayanti. 2021. "Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan Dan Promosi Cashback Terhadap Minat Mahasiswa Dalam Menggunakan Dompot Digital." *Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan dan Promosi Cashback Terhadap Minat Mahasiswa Dalam Menggunakan Dompot Digital* 9(3).
- Munawaroh, Thoifatul, Ahmad Munir Hamid, and Ifaa Fadilah. 2025. "Pelatihan Penggunaan Dompot Digital Dan Sistem Pembayaran Non- Tunai Untuk Mendukung E-Commerce Lokal Di Desa Centini." 3(2): 61-67.
- Mutmainah, Kurniawati, and Rizky Maulidi. 2025. "FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT PENGGUNA SISTEM INFORMASI AKUNTANSI BERBASIS DOMPET DIGITAL (Studi Empiris Pada Mahasiswa Akuntansi Universitas Sains Al-Qur'an)." *Jurnal Tajam Akuntansi, Pajak dan Manajemen* 08(01): 13-33. <https://ejournal.polsa.ac.id/index.php/tajam/article/view/311>.
- Nibra, Bagas Elwi, and Onan Marakali Siregar. 2025. "1 Pengaruh Persepsi Customer Satisfaction Dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Intensitas Minat Menggunakan Layanan Dompot Digital (Shopeepay) Pada Masyarakat Di Kota Medan." *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan* 11: 96-106.
- Nur Amalia Syabila, Imroatul Khasanah. 2022. "PENGARUH PERSEPSI KEMUDAHAN PENGGUNAAN, MANFAAT, DAN RESIKO TERHADAP MINAT BERKELANJUTAN DENGAN KEPERCAYAAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING (Studi Pada Pengguna GoPay Di Semarang)." *JURNAL OF MANAGEMENT* 5(8.5.2017): 2003-5.
- Rahmadani, Suci. 2023. "Pengaruh Persepsi Kemudahan Dan Persepsi Resiko Terhadap Minat Menggunakan E-Wallet Aplikasi Dana Pada Generasi Milenial Di Kecamatan Tanjungpinang Timur." : 1-85.
- Rahmawati, Meliza, and Aslamia Rosa. 2023. "Pengaruh Persepsi Manfaat Dan Persepsi Kemudahan Penggunaan Terhadap Minat Menggunakan Dompot Digital DANA." *Al-Kharaj : Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah* 6(3): 1395-1406. doi:10.47467/alkharaj.v6i3.3785.
- Sari, Anisa Permata, Silfia Hasanah, and Muhammad Nursalman. 2024. "Uji Normalitas Dan Homogenitas Dalam Analisis Statistik." *Pendidikan Tambusai* 8(2012): 51329 37.

- Sari, R.A Kartika Permata. 2020. "Pengaruh Kemudahan Penggunaan Aplikasi Terhadap Minat Pegawai Menggunakan Mobile Banking Pada Pegawai Kantor Pelayanan Dan Pengawasan Bea Dan Cukai Tipe Madya Pabean C Manado." *Skripsi*: hal. 29.
- Sekar Ayu Kinanti, Imam Mukhlis. 2022. "Analisis Pengaruh Faktor Persepsi Terhadap Minat Penggunaan E-Wallet Shopeepay." *JURNAL EKONOMI, BISNIS DAN PENDIDIKAN* 2(1): 11-25. doi:10.17977/um066v2i12022p11-25.
- Sibuea Christina Aprilia, Simonangkir Helmina Handayani, Nababan Cintia, Nadapdap Tomi Irianto, Siallangan Hamongan, and Sipayung Rizky. 2023. "Literasi Keuangan, Keputusan Penggunaan." *Maneksi* 12(3): 696-701.
- Simarmata, Yedida Febri. 2021. "PENGARUH LITERASI KEUANGAN DIGITAL DAN KEMUDAHAN AKSES TERHADAP PENGGUNAAN DOMPET DIGITAL (STUDI KASUS : ANGGOTA GENBI 11 SUMATERA UTARA)." *Jurnal Ekonomi*: 167-86.
- Teknologi, Jurnal. 2022. "PENGARUH DIGITAL MARKETING DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP TINGKAT PENJUALAN PRODUK UMKM DI TENGAH COVID 19 STUDI KASUS DI UMKM DEPOK." 1: 77-88. doi:10.52330/jtm.v20i1.51.
- Veronica Ong, and Nuryasman MN. 2022. "Pengaruh Persepsi Resiko, Persepsi Kemudahan, Dan Keuangan Terhadap Minat Penggunaan Linkaja." *Jurnal Manajerial dan Kewirausahaan* 04(02): 516-24.
- Wulandari, Pepi, and Rini Idayanti. 2023. "Peran Aplikasi Dompot Digital Indonesia (DANA) Dalam Memudahkan Masyarakat Melakukan Pembayaran Digital." *Islamic Banking and Finance* 3(2): 429-41. doi:10.30863/ibf.v3i2.5438.