

PENGARUH PERSEPSI KEMUDAHAN PENGGUNAAN, PERSEPSI KEAMANAN, DAN PERSEPSI MANFAAT TERHADAP MINAT MENGGUNAKAN E-WALLET PADA MAHASISWA AKUNTANSI DI KOTA BATAM

Daniel Kie¹, Haposan Bonjornahor²

¹Mahasiswa Program Studi Akuntansi, Universitas Putera Batam

²Dosen Program Studi Ekonomi, Universitas Putera Batam
pb200810110@upbatam.ac.id

ABSTRACT

This research aims to investigate the factors influencing the usage intention of E-wallets among university students, focusing on the perceptions of ease of use, security, and benefits. The research population includes students from six higher education institutions: Universitas Internasional Batam, Universitas Riau Kepulauan, Universitas Universal, Universitas Batam, Politeknik Negeri Batam, and Universitas Ibnu Sina, with a total population of 1,758 students. The research sample consists of 330 students. Data collection was conducted through the distribution of online questionnaires to students from these institutions via Google Forms. The questionnaire items were measured using Likert scales, and data analysis was performed using the IBM SPSS Statistics Version 25 software. The tests conducted in this study include descriptive statistical analysis, data quality assessment involving validity and reliability tests, classical assumption checks including tests for normality, multicollinearity, heteroscedasticity, multiple linear regression analysis, as well as hypothesis testing such as partial and simultaneous tests. Additionally, a coefficient of determination test was conducted to determine how much variability in the dependent variable could be explained by the independent variables in the research model. The results of the testing indicate that perceptions of ease of use and perceived benefits significantly influence the usage intention of E-wallets in Batam city. However, the perception of security does not significantly affect the usage intention of E-wallets.

Keywords: *Perceived Benefits, Perceived Ease of Use, Perceived Security, Usage Interest*

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi (IPTEK) telah memunculkan berbagai terobosan dalam sistem transaksi keuangan, termasuk di antaranya pemanfaatan mata uang elektronik. Diatur dalam Peraturan Bank Indonesia Nomor 20/6/PBI/2018 mengenai Uang Elektronik, definisi dari uang elektronik adalah suatu bentuk alat pembayaran elektronik di mana nilai moneterinya telah disetor, disimpan dalam bentuk media chip atau server, dan dikelola oleh penerbit, walaupun tidak dianggap sebagai simpanan. (Nada & Wijaya, 2021)

Selama beberapa tahun terakhir, semakin banyak individu yang memanfaatkan E-wallet sebagai bentuk uang elektronik. E-wallet tidak hanya terkenal karena kemudahan penggunaannya, tetapi juga secara konsisten memprioritaskan keamanan dalam setiap transaksi. E-wallet terus berupaya untuk berinovasi dan menghasilkan terobosan-terobosan baru sebagai respons terhadap meningkatnya minat dalam bertransaksi dan peningkatan produksi uang elektronik yang dilakukan oleh berbagai pelaku usaha. (Inneke Angelina & Mashariono, 2020)

Menurut regulasi terbaru dari Bank Indonesia, yakni Nomor 888/40/PBI/2016, perkembangan pesat dalam teknologi dan sistem informasi terus menggugah kreativitas dengan menyajikan berbagai inovasi, terutama di ranah Financial Technology (Fintech). Industri Fintech sendiri merangkul peran penting sebagai penyedia layanan keuangan di era digital saat ini, yang seluruhnya berbasis teknologi canggih.

Dalam ranah ini, Fintech turut mempersembahkan sistem pembayaran uang elektronik dalam beragam wujudnya. Menurut pandangan dari Usman (2017), uang elektronik bisa hadir dalam bentuk smartcards yang dilengkapi dengan chip, atau bahkan melalui pendekatan berbasis aplikasi. Suatu contoh konkret dari alat pembayaran uang elektronik berbasis aplikasi adalah yang sering dikenal dengan istilah e-wallet. E-wallet ini merupakan jenis uang elektronik yang menghadirkan layanan pembayaran melalui teknologi *Quick Response Code* (QR Code/QR Payment), *Near Field Communication* (NFC), dan *One Time Password* (OTP).

Uang Elektronik dapat dikelompokkan ke dalam dua varian utama. Pertama, uang yang diwujudkan dalam bentuk kartu dengan teknologi chip, seperti Flazz BCA, Mandiri *e-Money*, Brizzi BRI, dan sejenisnya, yang mulai muncul pada tahun 2007. Varian kedua adalah dompet digital, dikenal juga sebagai dompet elektronik atau *E-wallet*, merupakan aplikasi pembayaran daring yang memungkinkan transaksi non-tunai (Latief et

al., 2021). Beberapa contohnya melibatkan Gopay, OVO, Dana, dan *ShopeePay*, yang dapat diunduh secara gratis melalui *Google Play Store* dan *App Store*. (Altara & Triyanto, 2023)

Dasar teori *Technology Acceptance Model* (TAM), yang dikembangkan oleh Davis (1989), menawarkan suatu kerangka konseptual untuk mengeksplorasi dan memahami perilaku individu dalam menerima dan mengadopsi suatu sistem informasi. Model ini telah menjadi salah satu model yang paling sering digunakan untuk memahami penggunaan sistem teknologi informasi.

Implementasi model TAM oleh Davis (1989) umumnya mencakup enam konstruksi, yakni variabel eksternal, persepsi kemudahan penggunaan, persepsi kemanfaatan, sikap terhadap penggunaan, niat perilaku untuk menggunakan, dan penggunaan yang sebenarnya. Namun, dalam penelitian ini, hanya tiga konstruksi yang digunakan, yaitu persepsi kemudahan penggunaan, persepsi keamanan, dan persepsi kemanfaatan, yang diterjemahkan menjadi persentase konsumsi mahasiswa dalam menggunakan *E-wallet*. (Rahmawati & Yuliana, 2020)

KAJIAN TEORI

2.1 Electronic Wallet (*E-Wallet*)

Penelitian yang dilakukan oleh Hutami dan Septyarini (2018) menyebutkan bahwa *electronic wallet* (E-wallet) merujuk pada suatu "dompet" *virtual* atau rekening yang berisi dana di dalam suatu aplikasi daring, dirancang untuk memberikan kemudahan kepada konsumen dalam melaksanakan transaksi tanpa menggunakan uang tunai. *E-wallet* merupakan suatu aplikasi atau layanan inovatif yang dirancang oleh bank untuk menyederhanakan proses transaksi atau pembayaran tanpa menggunakan uang tunai. Ragam *E-wallet*, seperti Ovo, Go-Pay, Dana, dan LinkAja, dapat diunduh secara gratis melalui *Google Play Store* dan *App Store*. (Afolo & Dewi, 2022)

2.2 *Technology Acceptance Model* (TAM)

Model Penerimaan Teknologi (*Technology Acceptance Model*/TAM) adalah suatu kerangka teori yang dirancang untuk memahami sejauh mana pengguna teknologi informasi menerima dan mengadopsi sistem teknologi baru.

Seiring dengan perkembangan ini, *E-wallet*, sesuai dengan ketentuan dalam Peraturan Bank Indonesia No. 18/40/PBI/2016 yang mengatur pelaksanaan pemrosesan transaksi pembayaran, merupakan suatu layanan elektronik yang bertujuan untuk menyimpan data instrumen pembayaran seperti kartu dan dana dalam

konteks transaksi pembayaran.(Alfaris, 2023)

2.3 Persepsi Kemudahan Penggunaan

Menurut Davis et al. dalam penelitian yang dilakukan oleh Ardilla (2019), kemudahan merupakan salah satu aspek yang penting dalam mengukur kepercayaan pengguna terhadap sebuah teknologi yang digunakan.(Inneke Angelina & Mashariono, 2020)

2.4 Persepsi Keamanan

Menurut penelitian yang dilakukan oleh Jebran dan Dipankar (2019), keamanan tidak hanya menjadi rahasia dan risiko keselamatan, tetapi juga memiliki dampak signifikan terhadap persepsi pengguna terhadap kegiatan perbankan yang umum dilakukan.(Azzahra & Supriyadi, 2022)

2.5 Persepsi Manfaat

Kemanfaatan adalah suatu konsep yang mengacu pada manfaat atau kegunaan yang dirasakan oleh seseorang terkait dengan penggunaan suatu produk, sistem, atau teknologi. Dalam konteks ini, kemanfaatan dapat dikatakan sebagai keyakinan individu bahwa penggunaan suatu hal akan meningkatkan pencapaian kerjanya atau memberikan manfaat yang signifikan dalam aktivitas sehari-hari.

2.6 Minat Penggunaan

Dalam pandangan Fishbein dan Ajzen (1975) yang disampaikan oleh Edi Purwanto (2019), minat dipahami sebagai salah satu komponen yang melekat dalam diri individu, merujuk pada dorongan atau keinginan untuk melakukan suatu perilaku tertentu. Secara lebih rinci, minat diartikan sebagai dimensi psikologis

yang mencerminkan ketertarikan atau kecenderungan subjektif individu terhadap suatu tindakan atau kegiatan spesifik.(Syukriyyah & Karyaningsih, 2022)

METODE PENELITIAN

Dalam usulan penelitian ini, digunakan pendekatan kuantitatif yang berbasis pada paradigma positivisme. Pendekatan ini bertujuan untuk mengidentifikasi apakah terdapat hubungan antara dua atau lebih variabel dalam penelitian. Metode penelitian kuantitatif melibatkan pengumpulan data dalam bentuk angka atau data kuantitatif, yang kemudian digunakan untuk melakukan analisis dan memberikan penjelasan yang sistematis.

Data yang dihimpun dalam penelitian ini berasal dari sumber data utama, yakni penyebaran kuesioner kepada mahasiswa di perguruan tinggi di Kota Batam. Populasi penelitian ini terdiri dari enam universitas di Kota Batam yaitu Universitas Internasional Batam, Universitas Riau Kepulauan, Universitas Universal, Universitas Batam, Politeknik Negeri Batam, dan Universitas Ibnu Sina.

Sampel yang diperoleh dalam penelitian ini berjumlah sebanyak 330 mahasiswa, sampel diperoleh dengan menggunakan rumus Slovin, yang dimana diperoleh sebanyak 325 mahasiswa, kemudian dibulatkan menjadi 330.

Metode analisis dalam penelitian ini terbagi menjadi Dalam kerangka penelitian ini, metode analisis yang diterapkan mencakup analisis deskriptif, uji kualitas termasuk uji validitas, serta uji asumsi klasik yang melibatkan uji normalitas, uji multikolinearitas, uji heteroskedastisitas. Selain itu, penelitian ini juga melibatkan uji regresi linear berganda dan uji hipotesis, yang terdiri dari uji parsial, uji simultan, serta uji koefisien determinasi.

HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Analisis Deskriptif

Tabel 1 Analisis Statistik Deskriptif

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Minat Penggunaan	330	16	24	20.33	1.474
Persepsi Kemudahan Penggunaan	330	11	24	19.22	1.895
Persepsi Keamanan	330	13	23	19.32	1.517
Persepsi Manfaat	330	11	24	19.64	1.912
Valid N (listwise)	330				

(Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS Versi 25)

Berdasarkan data tabel 1, menunjukkan minat penggunaan memiliki rentang nilai 16 hingga 24 dengan rata-rata 20,33 dan memiliki standar deviasi sebesar 1,474. Persepsi kemudahan penggunaan memiliki rentang nilai dari 11 hingga 24 dengan rata-rata 19,22 dan memiliki standar

deviasi sebesar 1,895. Persepsi keamanan memiliki rentang nilai dari 13 hingga 23 dengan rata-rata 19,32 dan memiliki standar deviasi sebesar 1,517. Dan persepsi manfaat memiliki rentang nilai 11 hingga 24 dengan rata-rata 19,64 dan memiliki standar deviasi sebesar 1,912.

4.2 Uji Validitas

Tabel 2 Hasil Uji Validitas

No	Variabel	Pernyataan	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
1	Minat Penggunaan (Y)	Y1	0.348	0.108	Valid
		Y2	0.399		Valid
		Y3	0.334		Valid
		Y4	0.328		Valid
		Y5	0.376		Valid
2	Persepsi Kemudahan Penggunaan (X1)	X1.1	0.333	0.108	Valid
		X1.2	0.336		Valid
		X1.3	0.304		Valid
		X1.4	0.462		Valid
		X1.5	0.448		Valid
3	Persepsi Keamanan (X2)	X2.1	0.363	0.108	Valid
		X2.2	0.378		Valid
		X2.3	0.381		Valid
		X2.4	0.353		Valid
		X2.5	0.299		Valid
4	Persepsi Manfaat (X3)	X3.1	0.417	0.108	Valid
		X3.2	0.416		Valid
		X3.3	0.365		Valid
		X3.4	0.426		Valid
		X3.5	0.433		Valid

(Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS Versi 25)

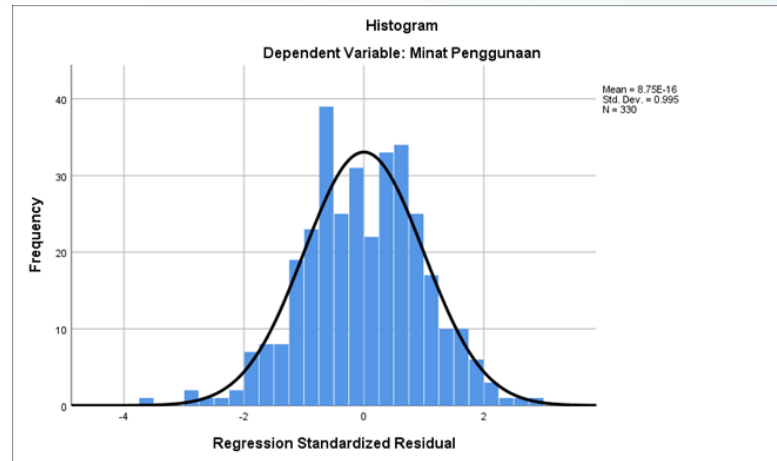
Berdasarkan tabel 2, menunjukkan bahwa nilai r_{hitung} dari setiap pernyataan memiliki nilai yang lebih besar dari r_{tabel} , sehingga dapat disimpulkan bahwa semua butir pernyataan memiliki nilai yang valid.

4.3 Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas

Uji normalitas data adalah uji yang memiliki tujuan untuk memahami apakah data mengikuti pola distribusi normal atau tidak. (Sugiyono, 2019) Hasil uji normalitas data dapat dilihat pada gambar dan tabel berikut ini:

Gambar 1 Grafik Histogram

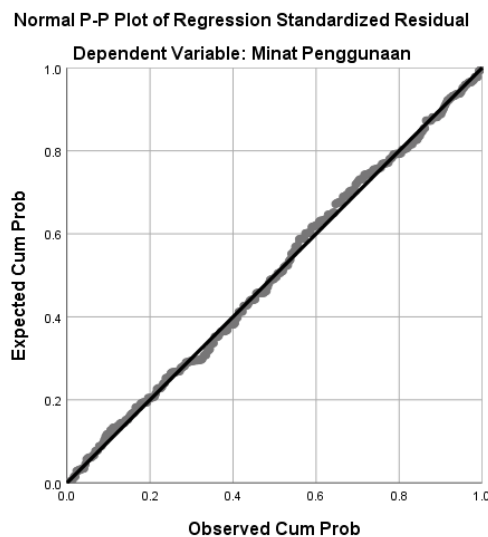


(Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS Versi 25)

Berdasarkan gambar 1 dapat diambil kesimpulan bahwa data pada penelitian ini memiliki distribusi normal, hal ini dapat dilihat dari bentuk

grafik histogram yang menyerupai bentuk lonceng, yang merupakan karakteristik khas dari distribusi normal.

Gambar 2 Grafik P-P Plot of Regression Standardized Residual



(Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS Versi 25)

Berdasarkan gambar 2 dapat diambil kesimpulan bahwa penelitian ini mengindikasikan distribusi normal, yang ditunjukkan oleh penyebaran titik-titik di sekitar garis yang konsisten dengan hasil dari uji P-P plot.

Namun untuk memverifikasi lebih lanjut tentang distribusi normal, peneliti juga melakukan uji *One-Sample Kolmogorov-Smirnov*. Hasil dari uji *One-Sample Kolmogorov-Smirnov* dapat dilihat pada tabel yang disajikan berikut ini:

Tabel 3 *One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test*

		Unstandardized Residual
N		330
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.38191421
Most Extreme Differences	Absolute	.029
	Positive	.029

Negative	-0.029
Test Statistic	.029
Asymp. Sig. (2-tailed)	.200 ^{c,d}

- Test distribution is Normal.
- Calculated from data.
- Lilliefors Significance Correction.
- This is a lower bound of the true significance.

(Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS Versi 25)

Berdasarkan tabel 3 yang tersedia di atas, dapat dilihat dari nilai *Asymp. Sig (2-tailed)* lebih besar dari 0,05, yaitu 0,200. Sehingga dapat

disimpulkan bahwa penelitian ini berdistribusi normal.

2. Uji Multikolinearitas

Tabel 4 Hasil Uji Multikolineritas

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	Persepsi Kemudahan Penggunaan	.967	1.034
	Persepsi Keamanan	.980	1.020
	Persepsi Manfaat	.970	1.031

- Dependent Variable: Minat Penggunaan

(Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS Versi 25)

Berdasarkan tabel 4 dapat dilihat hasil data uji multikolinearitas menunjukkan bahwa variabel persepsi kemudahan penggunaan mempunyai nilai toleransi 0,967 dan *Variance Inflation Factor* 1,034, variabel persepsi keamanan mempunyai nilai toleransi 0,980 dan *Variance Inflation Factor* 1,020, dan variabel persepsi manfaat mempunyai nilai toleransi 0,970 dan *Variance Inflation Factor* 1,031. Dari hasil tersebut dapat ditarik kesimpulan bahwa tidak ada multikolineritas antara variabel karena

ketiga variabel memiliki nilai toleransi yang lebih besar dari 0,100 dan nilai *Variance Inflation Factor* yang kurang dari 10,00.

3. Uji Heteroskedastisitas

Hasil dari uji heteroskedastisitas ini, yang mencakup nilai-nilai statistik dan interpretasi mereka, dapat ditemukan dalam tabel yang disertakan dalam bagian berikut dari laporan penelitian ini:

Tabel 5 Hasil Uji Heteroskedastisitas

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2.687	.783		3.433	.001
	Persepsi Kemudahan Penggunaan	-.017	.024	-.040	-.715	.475
	Persepsi Keamanan	-.030	.030	-.055	-.992	.322
	Persepsi Manfaat	-.034	.024	-.080	-1.424	.155

- Dependent Variable: Abs_RES

(Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS Versi 25)

Berdasarkan tabel 5 dapat diketahui hasil data

uji heteroskedastisitas dari variabel persepsi

kemudahan penggunaan memiliki nilai signifikansi 0,475, variabel persepsi keamanan memiliki nilai signifikansi 0,322, dan variabel persepsi manfaat memiliki nilai signifikansi 0,155. Sehingga dapat

disimpulkan tidak terjadi heteroskedastisitas. Karena semua variabel memiliki nilai signifikansi lebih dari 0,05.

4.4 Uji Regresi Linear Berganda

Tabel 6 Hasil Uji Regresi Linear Berganda

		Coefficients ^a				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
Model		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	12.900	1.330		9.698	.000
	Persepsi Kemudahan Penggunaan	.111	.041	.143	2.702	.007
	Persepsi Keamanan	.051	.051	.053	1.009	.314
	Persepsi Manfaat	.219	.041	.284	5.388	.000

a. Dependent Variable: Minat Penggunaan

(Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS Versi 25)

Dari tabel yang disediakan di atas dapat dilihat minat penggunaan memiliki nilai 12,900 apabila semua variabel bernilai nol, dan akan meningkat mengikuti variabel persepsi kemudahan penggunaan yang memiliki nilai 0,111, variabel

persepsi keamanan yang memiliki nilai 0,051, variabel persepsi manfaat yang memiliki nilai 0,219. Apabila tiap variabel mengalami peningkatan satu satuan.

4.5 Uji Hipotesis

1. Uji Parsial (Uji-t)

Tabel 7 Hasil Uji Parsial (Uji-t)

		Coefficients ^a				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
Model		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	12.900	1.330		9.698	.000
	Persepsi Kemudahan Penggunaan	.111	.041	.143	2.702	.007
	Persepsi Keamanan	.051	.051	.053	1.009	.314
	Persepsi Manfaat	.219	.041	.284	5.388	.000

a. Dependent Variable: Minat Penggunaan

(Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS Versi 25)

Berdasarkan tabel 7 dapat diketahui bahwa nilai t-hitung dan nilai signifikansi dari variabel persepsi kemudahan penggunaan dan persepsi manfaat memiliki nilai t-hitung yang lebih besar dari t-tabel dan nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 sehingga dua variabel ini dapat dikatakan memiliki pengaruh

secara signifikan terhadap minat penggunaan, sedangkan variabel persepsi keamanan memiliki t-hitung yang lebih kecil dari t-tabel dan nilai signifikansi yang lebih besar dari 0,05 sehingga variabel ini dapat dikatakan tidak memiliki pengaruh terhadap minat penggunaan.

2. Uji Simultan (Uji-f)

Tabel 8 Hasil Uji Simultan (Uji-f)

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	86.368	3	28.789	14.938	.000 ^b
	Residual	628.287	326	1.927		
	Total	714.655	329			

a. Dependent Variable: Minat Penggunaan

b. Predictors: (Constant), Persepsi Manfaat, Persepsi Keamanan, Persepsi Kemudahan Penggunaan

(Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS Versi 25)

Berdasarkan tabel 8 dapat disimpulkan bahwa variabel persepsi kemudahan penggunaan, persepsi keamana, dan persepsi manfaat memiliki pengaruh signifikan terhadap minat penggunaan

secara bersamaan. Hal ini disebabkan karena nilai f_{hitung} lebih besar dari f_{tabel} ($14,938 > 2,6322$) dan nilai signifikan f lebih kecil dari 0,05 ($0,000 < 0,05$).

4.6 Uji Koefisien Determinasi

Tabel 9 Hasil Uji Koefisien (R^2)

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.348 ^a	.121	.113	1.388

a. Predictors: (Constant), Persepsi Manfaat, Persepsi Keamanan, Persepsi Kemudahan Penggunaan

b. Dependent Variable: Minat Penggunaan

(Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS Versi 25)

Berdasarkan tabel 9 dapat diketahui variabel persepsi kemudahan penggunaan, persepsi keamanan, dan persepsi manfaat memiliki pengaruh terhadap minat penggunaan sebesar 12,1%. Karena nilai R^2 nya adalah 0,121. Dan sisa 88,9% dipengaruhi oleh variabel lainnya yang tidak dibahas dalam penelitian ini.

penggunaan berpengaruh signifikan terhadap minat penggunaan *e-wallet*.

Pengaruh Persepsi Keamanan Terhadap Minat Penggunaan

Berdasarkan pengolahan data yang telah dilakukan dalam penelitian ini nilai t_{hitung} lebih kecil dari nilai t_{tabel} ($1,009 < 1,967$) dan nilai signifikansi 0,314 lebih besar dari 0,05, maka H_0 diterima dan H_a ditolak. Hal ini menunjukkan bahwa variabel persepsi keamanan tidak berpengaruh secara signifikan terhadap variabel minat penggunaan.

Hasil penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Khoiriyah et al., 2023), (Pitura et al., 2022), (Rahmawati & Yuliana, 2020), (Azzahra & Supriyadi, 2022), dan (Sari et al., 2020) yang menyatakan bahwa persepsi keamanan memiliki pengaruh secara signifikan terhadap minat penggunaan. Hal ini dapat terjadi karena beberapa alasan seperti, adanya kepercayaan dari mahasiswa terhadap layanan *shopeepay* sehingga persepsi keamanan tidak menjadi faktor utama dalam keputusan mereka dalam menggunakan *e-wallet*.

PEMBAHASAN

Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan Terhadap Minat Penggunaan

Berdasarkan pengolahan data yang telah dilakukan dalam penelitian ini nilai t_{hitung} lebih besar dari nilai t_{tabel} ($2,702 > 1,967$) dan nilai signifikansi 0,007 lebih kecil dari 0,05, maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Hal ini menunjukkan bahwa variabel persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh secara signifikan terhadap variabel minat penggunaan.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Syukriyyah & Karyaningsih, 2022), (Khoiriyah et al., 2023), (Pernanda et al., 2019), dan (Mawardani & Dwijayanti, 2021) menyatakan bahwa persepsi kemudahan

Pengaruh Persepsi Manfaat Terhadap Minat Penggunaan

Berdasarkan pengolahan data yang telah dilakukan dalam penelitian ini nilai t_{hitung} lebih besar dari nilai t_{tabel} ($5,388 > 1,967$) dan nilai signifikansi 0,000 lebih kecil dari 0,05, maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Hal ini menunjukkan bahwa variabel persepsi manfaat berpengaruh secara signifikan

SIMPULAN

1. Persepsi kemudahan penggunaan memiliki pengaruh secara signifikan terhadap minat penggunaan *e-wallet*.
2. Persepsi keamanan tidak memiliki pengaruh secara signifikan terhadap minat penggunaan *e-wallet*.
3. Persepsi manfaat memiliki pengaruh secara signifikan terhadap minat penggunaan *e-wallet*.
4. Variabel independen yang digunakan dalam penelitian ini memiliki tingkat pengaruh sebesar 12,1% terhadap minat penggunaan, dan 88,9% dipengaruhi oleh variabel lain.

DAFTAR PUSTAKA

- Afola, S. C. M., & Dewi, N. N. S. R. T. (2022). Minat Mahasiswa Akuntansi Untrim Sebagai Pengguna E-Wallet Dengan Mempertimbangkan Persepsi Kemanfaatan, Persepsi Kemudahan, Dan Persepsi Kepercayaan. *KRISNA: Kumpulan Riset Akuntansi*, 13(2), 267–277.
- Alfaris, M. (2023). *Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Dan Persepsi Keamanan Terhadap Keputusan Penggunaan Aplikasi Pembayaran Digital (E-Wallet)*. 4(2), 67–74.
- Altara, K. P., & Triyanto, E. (2023). *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Penggunaan E-Wallet (Studi Kasus Pada Mahasiswa Akuntansi STIE Surakarta)*. 2(8), 3205–3220.
- Azzahra, S., & Supriyadi, A. (2022). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Penggunaan E-Wallet Dana Sebagai Sistem Pembayaran (Studi Kasus Mahasiswa Di Jakarta). *Prosiding SNAM PNJ*.
- Hanifah, T. R., & Mukhlis, I. (2022). Pengaruh Efektivitas, Hedonis, Kemanfaatan, Dan Kepercayaan Terhadap Minat Mahasiswa Universitas Negeri Malang Dalam Menggunakan Layanan ShopeePay: Pendekatan Technology Acceptance Model. *Ecobisma (Jurnal Ekonomi, Bisnis Dan Manajemen)*, 9(2), 69–83.
- Inneke Angelina, A., & Mashariono. (2020). Pengaruh Kepercayaan, Promosi, Dan terhadap variabel minat penggunaan.
- Hasil Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Syukriyyah & Karyaningsih, 2022), (Khoiriyah et al., 2023), (Pernanda et al., 2019), (Rahmawati & Yuliana, 2020), dan (Hanifah & Mukhlis, 2022) yang menyatakan bahwa persepsi manfaat berpengaruh signifikan terhadap minat penggunaan *e-wallet*.
- Kemudahan Terhadap Minat Penggunaan Go-Pay (Studi Kasus Pada Mahasiswa Stiesia). *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 9(7), 1–18.
- Khoiriyah, S. U., Zulkarnaeni, A. S., & Halim, M. (2023). Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, dan Persepsi Keamanan terhadap Minat Menggunakan Financial Technology pada Aplikasi Dana. *JRAK (Jurnal Riset Akuntansi Dan Bisnis)*, 9(1), 70–79.
- Mawardani, F., & Dwijayanti, R. (2021). Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan dan Promosi Cashback Terhadap Minat Mahasiswa Dalam Menggunakan Dompot Digital ShopeePay Pada Aplikasi Shopee. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 9(3), 1455–1463.
- Nada, N., & Wijaya, E. (2021). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Financial Behavior (Studi Kasus Pengguna E-Wallet). *Ekonomi Dan Bisnis*, 8(2), 99–115.
- Pernanda, T., Aswan, A., & Balele, B. (2019). Pengaruh Kemudahan, Kemanfaatan, Diskon, dan Cashback, terhadap Konsumsi Mahasiswa Menggunakan E-wallet. *Concept and Communication*, null(23), 301–316.
- Pitura, C. R., Rachma, N., & Rahman, F. (2022). Pengaruh Persepsi Kemudahan Dan Persepsi Keamanan Terhadap Keputusan Penggunaan E-Wallet ShopeePay Di Kalangan Generasi Millennial (Studi Pada Mahasiswa Manajemen UNISMA Angkatan 2018). *Jurnal Ilmiah Riset Manajemen*, , 71–81.
- Rahmawati, Y. D., & Yuliana, R. (2020). Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Dan Persepsi Keamanan Terhadap Keputusan Penggunaan E-Wallet Pada Mahasiswa Stie Bank Bpd Jateng. *Econbank*, 2(2), 157–168.
- Sari, M. A., Listiawati, R., Novitasari, N., & Vidyasari, R. (2020). Analisa Pengaruh Daya Tarik Promosi, Persepsi Kemudahan, Persepsi Manfaat, Persepsi Keamanan Terhadap Minat Penggunaan E-Wallet. *Ekonomi & Bisnis*, 18(2), 126–134.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (Sutopo, Ed.). Alfabeta.
- Syukriyyah, & Karyaningsih. (2022). Pengaruh

Promosi Penjualan, Persepsi Manfaat dan Persepsi Kemudahan terhadap Minat Menggunakan E-Wallet Shopeepay Pada Mahasiswa Universitas Singaperbangsa

Karawang. *Transformasi Manageria: Journal of Islamic Education Management*, 9(2), 10–27.