

**PENGARUH PERSEPSI MANFAAT DAN KEMUDAHAN
TERHADAP MINAT PENGGUNAAN APLIKASI
SHOPEE PAY PADA MAHASISWA FEB
UNISMUH MAKASSAR**

SKRIPSI



**RISMAWATI
NIM: 105731116720**

**PROGRAM STUDI AKUNTANSI
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR
MAKASSAR
2024**

KARYA TUGAS AKHIR MAHASISWA

JUDUL PENELITIAN:

**PENGARUH PERSEPSI MANFAAT DAN KEMUDAHAN
TERHADAP MINAT MENGGUNAKAN APLIKASI SHOPEE
PAY PADA MAHASISWA FEB UNISMUH MAKASSAR**

SKRIPSI

Disusun dan Diajukan Oleh :

RISMAWATI

NIM: 105731116720

**Untuk Memenuhi Persyaratan Guna Memperoleh Gelar
Sarjana Ekonomi Pada Program Studi Akuntansi Fakultas
Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar**

**PROGRAM STUDI AKUNTANSI
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR
MAKASSAR
2024**

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

MOTTO

“Only you can change your life. Nobody else can do it for you”

Orang lain ga akan paham *Struggle* dan masa sulitnya kita, yang mereka ingin hanya bagian *success storiesnya*. Berjuanglah untuk diri-sendiri walau ga ada yang tepuk tangan. Kelak diri kita dimasa depan akan sangat bangga dengan apa yang kita perjuangkan hari ini.

PERSEMBAHAN

Puji syukur kepada Allah SWT atas Ridho-Nya serta karunianya sehingga skripsi ini telah terselesaikan dengan baik.

Alhamdulillah Rabbil'alamin

Skripsi ini kupersembahkan untuk kedua orang tuaku tercinta,
Orang-orang yang saya sayang dan almamaterku

PESAN DAN KESAN

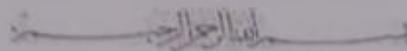
Berterima Kasihlah pada hal-hal kecil yang membantumu
untuk mencapai hal yang besar

HALAMAN PERSETUJUAN



PROGRAM STUDI AKUNTANSI
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR

Jl. Sultan Alauddin No. 295 gedung igra Lt. 7 Tel. (0411) 866972 Makassar



HALAMAN PERSETUJUAN

Judul Penelitian : Pengaruh Persepsi Manfaat dan Kemudahan terhadap Minat Menggunakan Aplikasi Shopee Pay pada Mahasiswa FEB Unismuh Makassar

Nama Mahasiswa : Rismawati

No. Stambuk/ NIM : 105731116720

Program Studi : Akuntansi

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Perguruan Tinggi : Universitas Muhammadiyah Makassar

Menyatakan bahwa Skripsi ini telah diteliti, diperiksa dan diujikan didepan panitia penguji Skripsi Strata satu (S1) pada tanggal 25 Mei 2024. Di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar.

Makassar, 25 Mei 2024

Menyetujui

Pembimbing I

Dr. Muhammad Nasrun, S.ST.,M.Si.,Ak.,CA
NIDN. 0521038702

Pembimbing II

Dr. Syamsuddin, S.Pd., M.Ak
NIDN. 0909107902

Mengetahui



Dr. H. Andi Jam'an, SE.,M.Si
NIDN. 0902116603

Ketua Program Studi Akuntansi

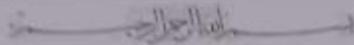
Mira, S.E., M.Ak., Ak
NBM. 128 684

HALAMAN PENGESAHAN



**PROGRAM STUDI AKUNTANSI
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR**

J. Sultan Alauddin No. 295 Gedung I/II 7 Telf. (0411) 866972 Makassar



HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi atas Nama : Rismawati, Nim : 105731116720 diterima dan disahkan oleh panitia Ujian Skripsi berdasarkan Surat Keputusan Rektor Universitas Muhammadiyah Makassar Nomor : 0007/SK-Y/62201/091004/2024 M, Tanggal 16 Zulkaidah 1445 H/ 25 Mei 2024 M. Sebagai salah satu syarat guna memperoleh gelar sarjana Akuntansi pada Program Studi Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar.

Makassar, 25 Mei 2024 H

PANITIA UJIAN

1. Pengawas Umum : Prof. Dr. H. Ambo Asse, M.Ag
(Rektor Unismuh Makassar)
2. Ketua : Dr. H. Andi Jam'an, S.E.,M.Si
(Dekan Fakultas Ekonomi dan bisnis)
3. Sekretaris : Agusdiwana Suarni, S.E.,M.Acc
(Wakul Dekan I Fakultas Ekonomi dan
Bisnis)
4. Penguji :
 1. Dr. Syamsuddin, S.Pd.,M.Ak
 2. Andi Arman, S.E.,M.Si.,Ak.,CA
 3. Mira, S.E.,M.Ak.,Ak
 4. Sitti Zulaeha, S.Pd.,M.Si

Disahkan Oleh,

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar



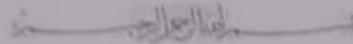
Dr. H. Andi Jam'an, S.E., M.Si
NBM : 651 507

SURAT PERNYATAAN KEABSAHAN



**PROGRAM STUDI AKUNTANSI
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR**

Jl. Sultan Alauddin No. 295 Gedung Ibra Li. 7 Tel. (0411) 866972 Makassar



SURAT PERNYATAAN KEABSAHAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama Mahasiswa : Rismawati

No. Stambuk/ NIM : 105731116720

Program Studi : Akuntansi

Judul Penelitian : Pengaruh Persepsi Manfaat dan Kemudahan terhadap Minat Menggunakan Aplikasi Shopee Pay pada Mahasiswa FEB Unismuh Makassar

Dengan ini menyatakan bahwa :

Skripsi yang saya ajukan di depan Tim Penguji adalah ASLI adalah karya sendiri, bukan hasil jiplakan dan tidak dibuat oleh siapa pun.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya dan saya bersedia menerima sanksi apa bila pernyataan ini tidak benar.

Makassar, 25 Mei 2024

Yang Membuat Pernyataan,



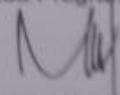
wati
Nim : 105731116720

Diketahui Oleh,



Dr. H. Andi Jansen, S.E., M.Si
NBM : 564.607

Ketua Program Studi



Mira, S.E., M.Ak., Ak
NBM : 128.684

KATA PENGANTAR

Puji dan Syukur Alhamdulillah penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT atas segala rahmat dan hidayah yang tiada henti diberikan kepada hamba-Nya. Shalawat dan salam tak lupa penulis kirimkan kepada Rasulullah Muhammad SAW beserta para keluarga, sahabat dan para pengikutnya. Merupakan nikmat yang tiada ternilai manakala penulisan skripsi yang berjudul “Persepsi Manfaat dan Kemudahan Terhadap Minat Menggunakan Aplikasi Shopee Pay pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar.

Skripsi yang penulis buat ini bertujuan untuk memenuhi syarat dalam menyelesaikan program Sarjana (S1) pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar.

Teristimewa dan terutama penulis sampaikan ucapan terima kasih kepada kedua orang tua penulis bapak Samaila dan Ibu Sariama yang senantiasa memberi harapan, semangat, perhatian, kasih sayang dan doa tulus. Dan saudara-saudaraku tercinta yang senantiasa mendukung dan memberikan semangat hingga akhir studi ini. Dan seluruh keluarga besar atas segala pengorbanan, serta dukungan baik materi maupun moral, dan doa restu yang telah diberikan demi keberhasilan penulis dalam menuntut ilmu. Semoga apa yang telah mereka berikan kepada penulis menjadi ibadah dan cahaya penerang kehidupan di dunia dan di akhirat.

Penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini tidak akan terwujud tanpa adanya bantuan dan dorongan dari berbagai pihak. Begitu pula penghargaan yang setinggi-tingginya dan terima kasih banyak disampaikan dengan hormat kepada:

1. Bapak Prof. Dr. H. Ambo Asse, M.Ag, Rektor Universitas Muhammadiyah Makassar.
2. Dr. H. Andi Jam'an, SE., M.Si, Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Makassar.
3. Ibu Mira, S.E., M.Ak.,AK selaku Ketua Program Studi Akuntansi Universitas Muhammadiyah Makassar.
4. Bapak Dr. Muhammad Nasrun, S.ST.,M.Si.,Ak.,CA selaku Pembimbing I yang senantiasa meluangkan waktunya membimbing dan mengarahkan penulis, sehingga Skripsi selesai dengan baik.
5. Bapak Dr. Syamsuddin, S.Pd.,M.Ak selaku Pembimbing II yang telah berkenan membantu selama dalam penyusunan skripsi hingga ujian skripsi.
6. Bapak/Ibu dan Asisten Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar yang tak kenal lelah banyak menuangkan ilmunya kepada penulis selama mengikuti kuliah.
7. Segenap Staf dan Karyawan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar.
8. Keluarga Besar Pikom IMM FEB Universitas Muhammadiyah Makassar yang selalu menjadi Support System penulis selama menuliskan skripsi ini.
9. Rekan-rekan Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Program Akuntansi Angkatan 2020 dan kelas (AK20E & FA20C) yang selalu belajar bersama yang tidak sedikit bantuannya dan dorongan dalam aktivitas studi penulis.
10. Terima kasih teruntuk Es Teler Setia kawan, Putri Annisa Dewi, Amelia, Amelia Fitra, Nurhidayah dan Nurlina yang telah memberikan semangat,

kesabaran, motivasi, dan dukungannya sehingga penulis dapat merampungkan penulisan Skripsi ini.

11. Terima kasih teruntuk semua kerabat yang tidak bisa saya tulis satu persatu yang telah memberikan semangat, kesabaran, motivasi, dan dukungannya sehingga penulis dapat merampungkan penulisan Skripsi ini.

Akhirnya, sungguh penulis sangat menyadari bahwa Skripsi ini masih sangat jauh dari kesempurnaan. Oleh karena itu, kepada semua pihak utamanya para pembaca yang budiman, penulis senantiasa mengharapkan saran dan kritiknya demi kesempurnaan Skripsi ini.

Mudah-mudahan Skripsi yang sederhana ini dapat bermanfaat bagi semua pihak utamanya kepada Almamater tercinta Kampus Biru Universitas Muhammadiyah Makassar.

Billahi fii Sabilil Haq, Fastabiqul Khairat, Wassalamu'alaikum Wr.Wb

Makassar, Mei 2024

Penulis

ABSTRAK

Rismawati. 2024. Pengaruh Persepsi Manfaat dan Kemudahan terhadap Minat Menggunakan Aplikasi Shopee Pay pada Mahasiswa FEB Unismuh Makassar. Skripsi. Jurusan Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar. Dibimbing Oleh: Muhammad Nasrun dan Syamsuddin

penelitian ini merupakan jenis penelitian bersifat kuantitatif dengan tujuan untuk mengetahui pengaruh persepsi manfaat dan kemudahan terhadap minat menggunakan aplikasi shopee pay pada mahasiswa FEB Unismuh Makasar. Sampel ini diambil dari mahasiswa FEB Unismuh Makassar yang menggunakan atau pernah menggunakan aplikasi Shopee Pay. Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kuantitatif yang diperoleh dari kuesioner yang dibagikan dan berhubungan dengan masalah yang diteliti. Pengumpulan data dilakukan dengan observasi dan pembagian kuesioner. Dalam penelitian ini sumber data yang digunakan dalam pengumpulan data mencakup data primer dan data sekunder. Instrumen penelitian yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan metode skala Likert. Berdasarkan hasil penelitian data dengan menggunakan perhitungan statistik melalui aplikasi Statistik Package for the Social Science (SPSS) versi 27 mengenai pengaruh persepsi manfaat dan kemudahan terhadap minat menggunakan aplikasi shopee pay pada mahasiswa FEB Unismuh Makassar. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa: (1) persepsi manfaat berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan Shopee Pay. (2) persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh positif signifikan terhadap minat menggunakan ShopeePay.

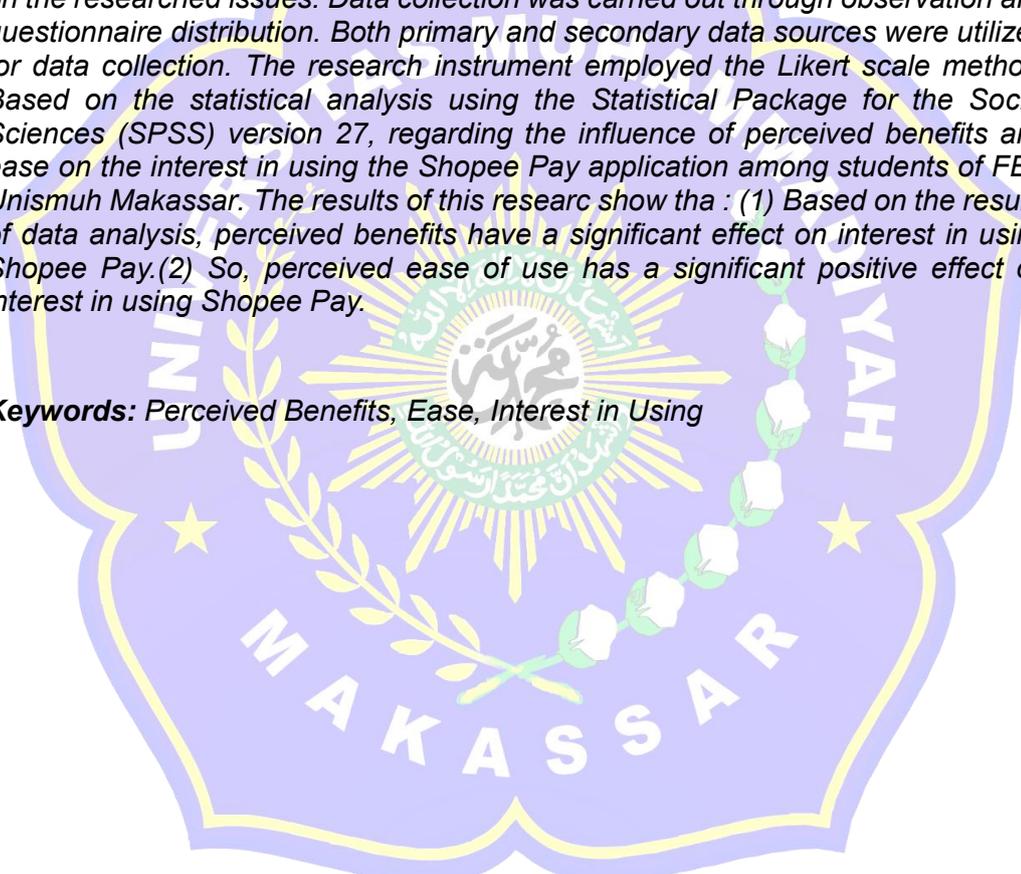
Kata Kunci : *Persepsi Manfaat, Kemudahan dan Minat Menggunakan*

ABSTRACT

Rismawati. 2024. The Influence of Perceived Benefits and Ease on Interest in Using Shopee Pay Application among Students of FEB Unismuh Makassar. Thesis. Department of Accounting, Faculty of Economics and Business, Muhammadiyah University of Makassar. Supervised by: Muhammad Nasrun and Syamsuddin

This research aims to investigate the influence of perceived benefits and ease on the interest in using the Shopee Pay application among students of FEB Unismuh Makassar. This study adopts a quantitative research approach to achieve its objectives. The sample consists of students from FEB Unismuh Makassar who have used or are currently using the Shopee Pay application. Quantitative data were collected through questionnaires distributed among the participants, focusing on the researched issues. Data collection was carried out through observation and questionnaire distribution. Both primary and secondary data sources were utilized for data collection. The research instrument employed the Likert scale method. Based on the statistical analysis using the Statistical Package for the Social Sciences (SPSS) version 27, regarding the influence of perceived benefits and ease on the interest in using the Shopee Pay application among students of FEB Unismuh Makassar. The results of this research show that: (1) Based on the results of data analysis, perceived benefits have a significant effect on interest in using Shopee Pay. (2) So, perceived ease of use has a significant positive effect on interest in using Shopee Pay.

Keywords: Perceived Benefits, Ease, Interest in Using



DAFTAR ISI

Halaman Sampul

KARYA TUGAS AKHIR MAHASISWA	ii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	iii
HALAMAN PERSETUJUAN	iv
HALAMAN PENGESAHAN	v
SURAT PERNYATAAN KEABSAHAN	vi
KATA PENGANTAR	vii
ABSTRAK	x
ABSTRACT	xi
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	7
C. Tujuan Penelitian.....	8
D. Manfaat Penelitian	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	10
A. Tinjauan Teori.....	10
B. Penelitian Terdahulu.....	15
C. Kerangka Konseptual.....	22
D. Hipotesis.....	23
BAB III METODE PENELITIAN	26
A. Jenis Penelitian	26
B. Lokasi dan Waktu Penelitian.....	26
C. Jenis dan Sumber Data	27
D. Populasi dan Sampel	28
E. Teknik Pengumpulan Data	30
F. Definisi Operasional	32
G. Metode Analisis Data	35
H. Uji Hipotesis	39

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	41
A. Gambaran Umum Objek Penelitian.....	41
B. Penyajian Data.....	49
C. Analisis dan Interpretasi (Pembahasan)	60
BAB V PENUTUP	63
A. Kesimpulan.....	63
B. Saran.....	64
DAFTAR PUSTAKA	66



DAFTAR TABEL

tabel 2 1 Penelitian Terdahulu.....	16
Tabel 3. 1 Skala Likert	31
Tabel 3. 2 Definisi Operasional Variabel.....	33
Tabel 4. 1: Klasifikasi Responden Berdasarkan Jurusan.....	47
Tabel 4. 2: Klasifikasi Responden Berdasarkan Semseter	48
Tabel 4. 3 : Klasifikasi Berdasarkan Jenis Layanan yang Digunakan	49
Tabel 4 .4: Hasil Uji Validitas Minat Menggunakan Shopee Pay.....	50
<i>Tabel 4. 5: Hasil Uji Reliabilitas</i>	<i>52</i>
Tabel 4. 6: Hasil Uji Normalitas Kolmogorov-Smirnov	53
Tabel 4. 7 : Hasil Uji Multikolinearitas.....	54
Tabel 4. 8 : Hasil Uji heteroskedastisitas.....	55
Tabel 4. 9 : Hasil Uji F.....	56
Tabel 4 10 : Hasil Uji R^2	57
Tabel 4. 11 : Uji Regresi Linear Berganda.....	58
Tabel 4. 12 : Hasil Uji T.....	59

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Nilai Transaksi Uang Elektronik.....	3
Gambar 1. 2 Pengguna Dompet Digital tahun 2022.....	4
Gambar 4 1 :Skruktur Organisasi Shopee Indonesia	43
Gambar 4 2 :Logo Shopee.....	46



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 : KUESIONER PENELITIAN	71
Lampiran 2 : Data Deskriptif Karakteristik	75
Lampiran 3 : Presentase Karakteristik.....	77
Lampiran 4 :Data Tabulasi Persepsi Manfaat, Kemudahan dan Minat.....	79
Lampiran 5 : Output Uji Validitas dan Reabilitas Persepsi Manfaat	83
Lampiran 6 :Output Uji Validitas dan Reabilitas Kemudahan	84
Lampiran 7 :Output Uji Validitas dan Reabilitas Minat Menggunakan.....	85
Lampiran 8: Output Uji Asumsi Klasik.....	86
Lampiran 9 :Output Uji Ketetapan Model	88
Lampiran 10 : Output Uji regresi linear berganda	89
Lampiran 11 : Output Uji T	89
Lampiran 12: R table pada uji Validitas	90
Lampiran 13 :Tabel F uji F.....	91
Lampiran 14 : Nilai T tabel uji t.....	92
Lampiran 15: Surat Keterangan Izin Penelitian.....	93
Lampiran 16 : Validasi Data.....	94
Lampiran 17 : Validasi Abstrak.....	95
Lampiran 18 : Surat Keterangan Bebas Pagiasi	96
Lampiran 19 : Dokumentasi Lokasih Penelitian	107



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

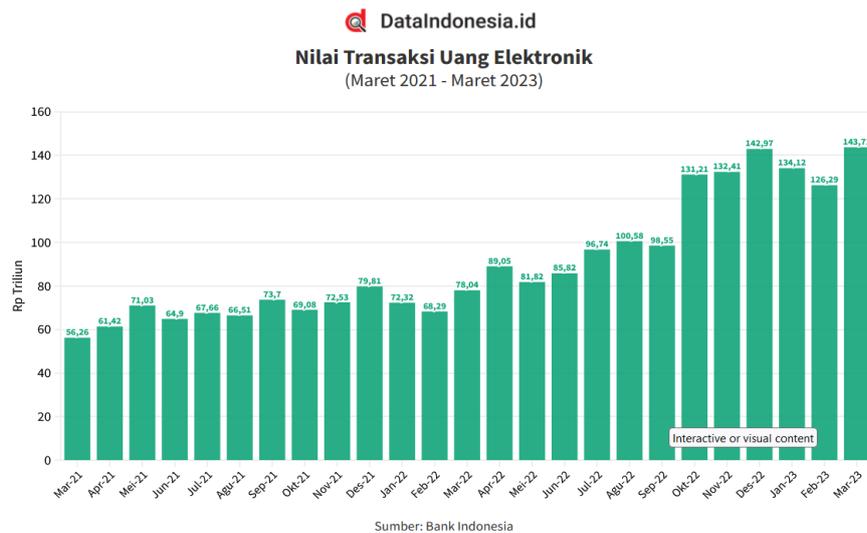
Di zaman modern ini, teknologi berkembang secara perlahan dan pesat. Teknologi memainkan peran penting, Salah satunya adalah mempermudah masyarakat mengakses sumber daya yang mereka perlukan (Mujahidin, 2020). Tentunya, adanya teknologi ini telah disambut baik oleh Masyarakat. Hadirnya perubahan teknologi dapat mempengaruhi berbagai aspek kehidupan individu yang dapat mempengaruhi kegiatan sehari-hari (Manurung *et al*, 2022) .

Gaya hidup manusia saat ini semakin berubah seiring dengan berkembangnya teknologi. Perkembangan teknologi yang paling penting adalah kecepatan internet dan gadget. Oleh karena itu, masyarakat cenderung melakukan aktivitas berikut di dunia maya. Kegiatan belanja online melalui *E-commerce* (Prena *et al.*, 2020). *E-commerce* memiliki keunggulan karena aktivitas jual beli masing-masing melibatkan transaksi non-tunai dan pembayaran non-tunai. Saat ini, masyarakat cenderung berbelanja *online* melalui *E-commerce*. Alasannya, *E-commerce* lebih nyaman, tidak perlu datang langsung ke toko atau pusat perbelanjaan, dan pembayaran bisa dilakukan dengan cepat dan mudah. Hal ini seiring dengan semakin besarnya minat masyarakat terhadap pembayaran nontunai untuk transaksi keuangan (Kumalasari, 2022)

Pemerintah juga berupaya mengurangi uang tunai yang beredar dan melakukan digitalisasi serta mengembangkan sistem dompet elektronik guna menciptakan sistem pembayaran yang lebih modern, efisien, efektif, dan aman sehingga masyarakat menganggap dompet elektronik sebagai pilihan utama mereka.

mempromosikan penggunaan (Tumpal Manik, 2019). Sistem pembayaran non tunai menjamin transaksi aman dan transparan sehingga meminimalkan penggunaan transaksi tunai. Pemerintah berharap sistem pembayaran yang unggul dengan menggunakan uang elektronik dapat membantu Indonesia mewujudkan masyarakat nontunai (Susanti *et al*, 2021).

Menurut ketentuan peraturan Bank Indonesia Nomor 11/12/PBI/2019 Tentang uang elektronik pada pasal 1 ayat 3 uang elektronik adalah alat pembayaran yang diterbitkan atas dasar nilai uang yang disetor terlebih dahulu oleh pemegang kepada penerbit kemudian nilai uang disimpan secara elektronik dalam suatu media misalnya *server* atau *chip*, digunakan sebagai alat pembayaran kepada pedagang yang bukan merupakan penerbit uang elektronik tersebut, dan nilai uang elektronik sudah disetor oleh pemegang dan dan dikelola oleh penerbit bukan perbankan. Uang elektronik adalah uang yang dicatat secara elektronik pada kartu yang dimiliki oleh seseorang. adanya uang elektronik bertujuan untuk mempermudah masyarakat dalam melakukan berbagai transaksi ekonomi.



Gambar 1. 1 Nilai Transaksi Uang Elektronik

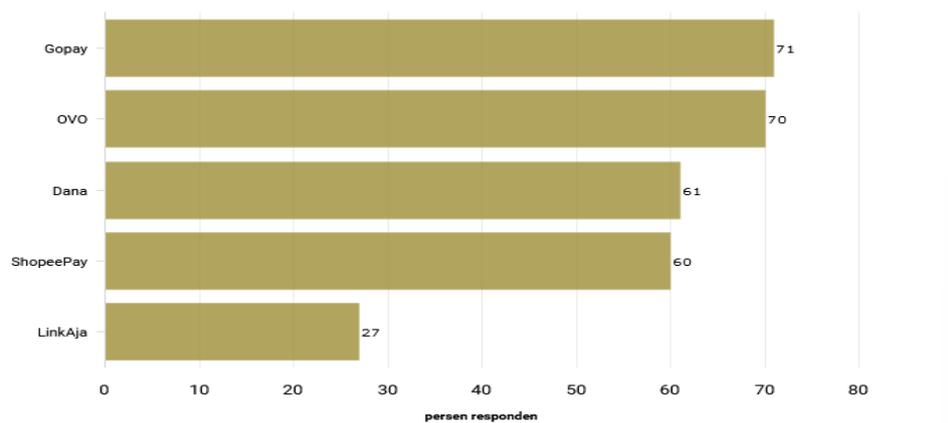
Sumber :Bank Indonesia

Berdasarkan data yang dipublikasikan Bank Indonesia pada Maret 2023 di atas, terlihat perkembangan transaksi uang elektronik sangat pesat dan signifikan. Hal ini menunjukkan masyarakat mulai beralih ke uang elektronik. Uang elektronik memungkinkan masyarakat melakukan transaksi keuangan tanpa menggunakan uang tunai. Menjamurnya bisnis *online* membuat para pelaku usaha tersebut berlomba-lomba melakukan inovasi produk keuangan digital seperti *Shopee Pay* untuk aplikasi *Shopee*. Banyak orang yang menggunakan aplikasi ini sebagai tempat belanja online. Saat melakukan pembelian, sistem pembayaran yang digunakan memungkinkan beberapa alternatif, termasuk *Shopee Pay*.

Keberadaan dompet elektronik memungkinkan masyarakat untuk mempermudah transaksi keuangan (Kusumawardhany *et al.*, 2021). Melihat situasi saat ini, masyarakat ingin keinginan dan kebutuhannya dapat terpenuhi dengan cepat dan efisien. Perkembangan penggunaan *E-wallet* sebagai pembayaran non-tunai yang semakin pesat menandakan bahwa pengguna semakin menerima *E-wallet* untuk menunjang aktivitas transaksi keuangannya. (Ardianto *et al.*, 2021). Pesatnya adopsi *e-wallet* membuat perusahaan pengelola

keuangan terus berinovasi dan bersaing agar pengguna menggunakan *E-wallet* (Latief *et al.*, 2021)

Berdasarkan laporan *e-Wallet Industry Outlook 2023* Insight Asia, dari 1.300 penduduk perkotaan yang disurvei, 74% telah menggunakan dompet digital. Dari kelompok ini, sekitar 61% menggunakan beberapa aplikasi dompet digital secara bersamaan. Platform yang paling banyak digunakan adalah *Gopay* dengan *user share* sebesar 71%. Namun *Gopay* bersaing ketat dengan *OVO* yang memiliki pangsa pengguna sebesar 70%. Persentase pengguna *Dana* sebesar 61% dan pangsa pengguna *Shopee Pay* adalah 60%.



Gambar 1. 2 Pengguna Dompet Digital tahun 2022

Sumber :Databoks (September 2022)

Shopee pay dimulai oleh PT. Airpay International mengintegrasikan *E-wallet* ke dalam aplikasi Bernama *Shopee* pada tahun 2018 dan memperoleh lisensi *E-wallet* dari Bank Indonesia (Wardani *et al.*, 2022). *Shopee* merupakan merek *E-wallet* dengan pengguna terbanyak sejak tahun 2019, bermitra dengan berbagai bisnis seperti *E-commerce Shopee, restoran, kafe*, asuransi, serta ribuan toko dan merchant fisik di seluruh Indonesia. (Falah, 2021). Pembayaran *Shopee Pay* saat ini menggunakan sistem kode QR (*Quit Response Code*). Artinya, scan *barcode* yang diberikan penjual melalui gadget Anda (Megayani *et*

al, 2021). Meski penggunaannya di Indonesia tergolong baru, namun transaksi keuangan menggunakan kode QR berkembang pesat dan menjadi tren transaksi baru (Aulia *et al*, 2019).

Hadirnya *E-wallet* dengan metode scanning QR Code membuat proses pembayaran menjadi lebih efisien, tanpa perlu mengeluarkan sejumlah uang tunai sehingga lebih aman dan tidak perlu khawatir akan pencurian atau kehilangan uang (Manurung *et al*, 2022). Selain itu, karena proses perdagangan dilakukan dengan komputer atau mesin, maka dapat dilakukan dengan relatif cepat dan akurat, serta nilai nominalnya langsung dipotong, sehingga Anda tidak perlu menunggu uang Anda dikembalikan (Manik, 2019). Sehingga dapat mengefisienkan waktu saat bertransaksi (Aulia *et al*, 2019). Setelah transaksi dilakukan, seluruh rincian tercatat dan disimpan dengan benar sehingga memudahkan pengguna dalam mengatur anggaran dan mengontrol transaksinya karena saldo dan rincian pengeluaran dapat dengan mudah dipantau melalui gadget (Manurung *et al*, 2022)

Memiliki riwayat transaksi memudahkan pengguna dalam membuat catatan dan laporan keuangan pribadi. Hal ini juga didukung kehadiran dompet elektronik diyakini bisa membantu pengendalian biaya. Merencanakan keuangan Anda untuk masa depan dan menggunakan layanan keuangan dengan tepat tanpa bersikap skeptis terhadap layanan dan pengetahuan keuangan dapat mengarah pada perilaku keuangan yang lebih sehat, termasuk kemampuan untuk mengontrol penggunaan dompet elektronik. (Susanti *et al*, 2021). Orang dengan literasi keuangan yang tinggi cenderung mengambil keputusan keuangan yang baik untuk meminimalkan risiko masalah keuangan. Pentingnya keuangan sendiri merupakan bagian penting dalam kehidupan masyarakat sehari-hari. Selain itu,

penerapannya dapat mengakibatkan masalah keuangan, seperti kesalahan dalam penggunaan produk dan layanan keuangan, diskon dan promosi, dll. (Apriliana, 2022). Oleh karena itu, seseorang perlu mengetahui dan memahami cara mengelola keuangan dengan baik.

Kehadiran *E-wallet* yang memberikan banyak manfaat untuk kebutuhan sehari-hari akan memberikan dampak positif bagi sikap para pengguna *E-wallet*. (Kusuma *et al*, 2020)

Manfaat utama bagi konsumen sebelum mengadopsi layanan pembayaran digital. Persepsi kegunaan digambarkan Menurut Davis (1989) dalam (Pebriantie & Sulaeman, 2023), sebagai persepsi subjektif konsumen terhadap kemungkinan menggunakan suatu sistem (misalnya sistem pembayaran elektronik) yang dapat memotivasinya untuk meningkatkan efisiensinya. Sebagai brand baru, *Shopee Pay* dapat dengan cepat menjadi alat transaksi digital yang populer di kalangan masyarakat yang sudah familiar dengan *E-wallet*. Pasalnya, *Shopee Pay* menawarkan desainer UI/UX yang cerdas, pengalaman pengguna yang mudah digunakan dan pastinya tidak membingungkan konsumen, serta berbagai penawaran menarik seperti uang atau diskon dari pengguna *Shopee Pay* agar masyarakat semakin berminat membeli. lebih sering atau dalam jumlah yang lebih besar. Hal ini juga menjadikan *Shopee Pay* sebagai pesaing yang kredibel di antara merek dompet elektronik lainnya di pasar.

Hal lain yang menjadi pertimbangan pengguna sebelum menggunakan layanan pembayaran digital adalah kenyamanan. Menurut Davis (1989), dalam (Pebriantie *et al*, 2023), karya tersebut menjelaskan konsep kemudahan penggunaan, yaitu sejauh mana pengguna percaya bahwa mereka memerlukan sedikit usaha untuk menggunakan sistem. Perusahaan *Shopee Pay* sering kali

membekali *Shopee Pay* dengan fitur dan pengetahuan yang tidak memerlukan pemahaman atau mekanisme rumit untuk dipelajari terlebih dahulu, serta mitra layanan pembayaran yang tidak sulit ditemukan oleh konsumen. Pengguna aplikasi *Shopee Pay* mendapatkan kemudahan dan efisiensi dalam bertransaksi. Dengan fitur seperti sistem pembayaran sekali klik dan integrasi aplikasi dengan berbagai layanan belanja online, pengguna membuat belanja online menjadi lebih mudah.

Di era digital saat ini, *Shopee* menjadi salah satu cara baru berbelanja online yang digemari kalangan tua dan muda. Dengan fitur-fitur yang ditawarkan *shopee*, *shopeepay* hadir dalam bentuk dompet digital yang bertujuan untuk memudahkan seluruh penggunanya.

Berdasarkan uraian yang telah dipaparkan, peneliti tertarik untuk meneliti dalam bentuk skripsi yang berjudul **"Pengaruh Persepsi, Manfaat dan Kemudahan penggunaan aplikasi *Shopee Pay* pada Mahasiswa FEB Unismuh Makassar"**.

B. Rumusan Masalah

Melalui penjabaran yang telah dipaparkan, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah :

1. Apakah persepsi manfaat berpengaruh terhadap minat penggunaan aplikasi *Shopee Pay*?
2. Apakah persepsi kemudahan berpengaruh terhadap minat penggunaan aplikasi *Shopee Pay*?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis :

1. Untuk mengetahui persepsi manfaat berpengaruh terhadap minat penggunaan *Sopee Pay*
2. Untuk mengetahui persepsi kemudahan berpengaruh terhadap minat penggunaan *Shopee Pay*

D. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi secara teoritis dan praktis. Kedua kegunaan penelitian ini dijabarkan lebih lanjut sebagai berikut :

a. Kegunaan Teoritis

Dapat memberikan manfaat sebagai referensi pengembangan ilmu terkait factor-faktor yang mempengaruhi minat pengguna *E-Money* memilih *Shopee Pay* sebagai alat pembayaran dan diharapkan bisa digunakan sebagai bahan rujukan dalam melakukan penelitian mengenai uang elektronik *Shopee Pay*

b. Kegunaan Praktis

1. Bagi penulis

Penelitian ini bermanfaat sebagai tolak ukur daya serap yang diperoleh selama perkuliahan dalam hal tingkat pemahaman dan kemanfaatan terhadap *E-Money*.

2. Bagi Bank Indonesia

Memberikan masukan akan gambaran kondisi persepsi Masyarakat terhadap uang elektronik dan tingkat penggunaannya dalam transaksi

sehari-hari sehingga dapat dirumuskan kebijakan dan pengawasan yang tepat untuk penyelenggaraan jasa pembayaran elektronik.

3. Bagi Perusahaan penerbit uang elektronik dan *E-Money*

Memberikan penjelasan terkait dengan karakteristik yang mempengaruhi penggunaan layanan *E-Money* oleh Masyarakat. . Penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi untuk meningkatkan kinerja Perusahaan penerbit dalam hal khusus produk *E-Money*.

4. Bagi Pengguna

Melalui penelitian ini konsumen dapat mendapatkan informasi dan lebih tahu mengenai serba serbi layanan uang elektronik shopeepay dan menjadi bahan untuk meningkatkan literasi keuangan guna membangun kesadaran untuk memanfaatkan transaksi *non-tunai* yang lebih memudahkan.



BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Tinjauan Teori

1. *Technology Acceptance Model (TAM)*

Technology Acceptance Model (TAM) merupakan pengembangan dari TRA (*Theory of Reasoned Action*) yang digunakan untuk melihat tingkat penerimaan pengguna teknologi. Model ini pertama kali diperkenalkan oleh *Fred Davis* pada tahun 1986. Menurut Davis (1986), Granic dan Maragunic (2019) TAM merupakan model yang dirancang untuk memahami dan menyelidiki alasan penerimaan penggunaan teknologi. Model ini bertujuan untuk memberikan penjelasan mengenai faktor-faktor yang menentukan penerimaan komputer secara umum dan mampu menjelaskan perilaku pengguna di berbagai teknologi komputasi pengguna akhir dan kelompok pengguna.

Menurut Davis dkk. (1989) Perilaku penerimaan komputer TAM didasarkan pada dua keyakinan, yaitu persepsi kegunaan/kegunaan, yang mengacu pada kemungkinan subjektif dari pengguna potensial bahwa menggunakan sistem aplikasi tertentu akan meningkatkan kinerja kerjanya, dan persepsi kemudahan penggunaan, yang mengacu pada ruang lingkupnya. . dimana calon pengguna mengharapkan sistem target menjadi mudah. Untuk mengetahui sikap seseorang dalam menggunakan digunakan pandangan penggunaan dan persepsi kemudahan penggunaan. Selain itu Granic dan Marangunaic (2019) menjelaskan bahwa dalam TAM, motivasi pengguna dapat dijelaskan oleh tiga faktor, yaitu persepsi kemudahan penggunaan, persepsi kegunaan, dan sikap terhadap pengguna. Oleh

karena itu, persepsi manfaat dan kemudahan pengguna menjadi dasar penting dalam penerimaan teknologi. TAM memiliki lima konstruksi, yaitu: *perceive usefulness* (persepsi kegunaan), *perceive ease of use* (persepsi kemudahan), *attitude towards behavior* (sikap terhadap perilaku), *behavioral intention* (niat perilaku), dan *actual technology use* (pengguna teknologi sesungguhnya) (Permatasari *et al.*, 2023).

2. Dompot Digital

Menurut Suyanto Dompot Digital adalah pembayaran elektronik yang memungkinkan pengguna untuk menyimpan uang dan melakukan transaksi melalui perangkat elektronik seperti smartphone. Di Indonesia, dompot digital telah mendapat popularitas yang tinggi seiring dengan adopsi yang luas dari Masyarakat. Pertumbuhan dompot digital di Indonesia sangat pesat . banyak penyedia dompot digital yang bersaing untuk mendapatkan pangsa pasar seperti *Gopay*, *OVO*, *Dana*, *LinkAja* dan masih banyak lagi. Meningkatnya penetrasi smartphone dan akses internet diseluruh negeri telah memperluas basis pengguna dompot digital.

Dompot digital menawarkan berbagai manfaat bagi penggunanya. Pertama, kemudahan dan kenyamanan dalam bertransaksi. Pengguna dapat dengan cepat dan mudah membayar tagihan, mentransfer uang, membeli uang dan melakukan transaksi lainnya melalui aplikasi dompot digital. Dompot digital juga memungkinkan pengguna menyimpan uang dalam nama. Pengguna dapat melakukan isi ulang dompot digitalnya melalui transfer bank, kartu kredit, atau melalui mitra dompot digital resmi. Hal ini memungkinkan pengguna untuk mengakses uang tunai mereka tanpa membawanya secara fisik.

3. Persepsi Manfaat

Menurut (Koler *et al*, 2018) Persepsi adalah proses dimana kita memilih, mengatur, dan menafsirkan informasi untuk menciptakan gambaran dunia yang bermakna. Mengikuti Davis (1989) dalam Edi Purwanto (2019) mendefinisikan persepsi kegunaan sebagai sejauh mana seseorang percaya bahwa informasi itu ada. teknologi meningkatkan kinerja transaksi pengguna.

Menurut (Davis, 2017) dalam penelitian (Ernawati *et al*, 2020) persepsi manfaat diukur dari beberapa indikator :

- 1) Mempermudah transaksi pembayaran
- 2) Mempercepat transaksi pembayaran
- 3) Memberikan keuntungan tambahan saat menyelesaikan transaksi.
- 4) Memberikan rasa aman Ketika melakukan transaksi pembayaran.
- 5) Meningkatkan efisiensi dalam melakukan transaksi

4. Persepsi Kemudahan

Menurut (Jogiyanto, 2019) persepsi kemudahan penggunaan adalah ukuran yang menunjukkan apakah seseorang percaya bahwa penggunaan sistem itu tanpa cela dan mudah. Semakin mudah suatu sistem digunakan, maka semakin sedikit pekerjaan yang harus dilakukan seseorang untuk meningkatkan kinerja seseorang yang menggunakan teknologi tersebut. Karena kemudahan penggunaan merupakan suatu urusan yang tidak sulit atau tidak memerlukan keahlian yang tinggi ketika seseorang menggunakan sistem tersebut.

Menurut (Davis *et al*, 2019) beberapa indikator yang dapat mengukur kemudahan penggunaan, yaitu:

- 1) Mudah dipelajari (*easy to learn*)
- 2) Dapat dikontrol (*controlable*)
- 3) Fleksibel (*flexible*)
- 4) Mudah digunakan (*easy to use*)
- 5) Jelas dan dapat dipahami (*clear and understandable*)

5. Minat Menggunakan

Menurut Fishbein dan Ajzen (1975) dalam Edi Purwanto (2019) kepentingan utilitarian merupakan komponen dalam diri individu yang berkaitan dengan keinginan untuk melakukan suatu perilaku tertentu. Minat merupakan ketertarikan individu terhadap suatu hal yang bertahan lama agar ia lebih mengingat dan terus-menerus memperhatikan, yang diikuti dengan perasaan senang mendapatkan sesuatu yang memuaskan melalui teknologi. Seseorang akan lebih sering menggunakan teknologi jika kepuasan yang dirasakan bermanfaat (Saraswati, 2016).

Menurut (Koler *et al*, 2018) meminta pembelian merupakan suatu perilaku konsumen dimana seseorang ingin memilih suatu produk berdasarkan pengalaman memilih, menggunakan dan mengkonsumsi produk tersebut, atau bahkan atas keinginannya. Keputusan membeli dengan Shopeepay adalah penggunaan teknologi.

Faktor-faktor yang menimbulkan minat dapat digolongkan sebagai berikut :

1) Faktor kebutuhan dari dalam.

Kebutuhan ini dapat berupa kebutuhan yang berhubungan dengan jasmani dan Rohani.

2) Faktor motif sosial,

Timbulnya minat dalam diri seseorang dapat didorong oleh motif social yaitu kebutuhan untuk mendapatkan pengakuan, penghargaan dari lingkungan dimana ia berada.

3) Faktor emosional

Faktor ini merupakan ukuran intensitas seseorang dalam menaruh perhatian terhadap sesuatu kegiatan atau objek tertentu.

Dari pengertian diatas, dapat dikemukakan bahwa minat mengandung unsur sebagai berikut:

- a) Adanya pemusatan perhatian, perasaan dan pikiran dari subyek tertarik.
- b) Adanya perasaan senang terhadap obyek yang menjadi sasaranAdanya kemauan kecenderungan pada diri subyek untuk melakukan guna mencapai tujuan.

6. *Shopee Pay*

Shopee pay adalah salah satu dompet digital dari aplikasi *shopee*. *Shopee Pay* dapat digunakan untuk membayar melalui *shopee* Marketplace atau di merchant-merchant tertentu yang telah bermitra dengan *shopee*. Awalnya layanan *Shopee Pay* hanya tersedia di Singapura. Namun dengan perkembangan tersebut, kini *shopee* diperkenalkan sebagai *Shopee Pay* di indonesia. Rezky Yanuar mengatakan Bank Indonesia (BI) memberi

wewenang kepada *Shopee Pay* untuk menggunakan *Shopee Pay* mulai akhir tahun 2018 (Beritasatu.com, 2021).

Pada Januari 2019, *Shopee* resmi meluncurkan *Shopee Pay* sebagai dompet digital untuk memudahkan transaksi pembayaran belanja online (Apriliansa, 2022). Sebagai alat transaksi pembayaran digital, *Shopee Pay* menawarkan banyak layanan dan fitur menarik. Hal ini tentunya dilakukan untuk kemudahan dalam melakukan pembayaran melalui layanan *Shopee Pay* sebagai berikut:

- 1) Melakukan pembayar transaksi di *Platform Shopee* secara cepat dan mudah
- 2) Layanan transfer saldo *Shopee Pay* kepada sesama teman pengguna.
- 3) Mendapatkan *voucher* gratis ongkir (ongkos kirim) pada saat berbelanja di *Shopee*.
- 4) Bisa transfer ke semua bank gratis tanpa potongan admin.
- 5) Mendapatkan *cashback* yang tersedia khusus pengguna layanan *Shopee Pay*.

B. Penelitian Terdahulu

Review terhadap penelitian-penelitian terdahulu dilakukan sebagai perbandingan dengan penelitian-penelitian terdahulu yang berkaitan dengan penelitian yang dilakukan. Dengan mengkaji penelitian-penelitian terdahulu, diharapkan dapat memberikan wawasan mengenai pemahaman dan penggunaan metode serta landasan teori yang relevan. Penelitian ini menggunakan beberapa penelitian terdahulu sebagai tinjauan Pustaka :

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu

No	Nama Peneliti dan Tahun Penelitian	Judul Penelitian	Variabel	Alat Analisis dan Objek	Hasil
1	(Syukriyyah <i>et al</i> , 2022)	Pengaruh promosi penjualan, persepsi manfaat, dan persepsi kemudahan terhadap minat menggunakan E-Wallet Shopee Pay	X1: Pengaruh promosi penjualan. X2: Persepsi manfaat X3: Persepsi kemudahan Y: Minat penggunaan E-wallet Shopee Pay	Alat analisis : uji validasi, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, regresi linear berganda, uji hipotesis, dan koefisien determinasi. Objek: Mahasiswa universitas singaperbangsa karawang	Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa variable promosi penjualan, persepsi manfaat, dan persepsi kemudahan secara persial berpengaruh positif terhadap minat penggunaan E-Wallet Shopee Pay pada mahasiswa universitas singaperbangsa karawang dengan masing-masing variable sebesar 23,4%, 19%, 27,2%.
2	(Ernawati <i>et al</i> , 2020)	Pengaruh Persepsi Manfaat, Kemudahan Penggunaan Dan Kepercayaan Terhadap Minat Penggunaan Pada Aplikasi OVO	X1: Persepsi manfaat X2: Kemudahan Penggunaan X3: Kepercayaan Y: Minat Penggunaan	Alat Analisis ;uji validasi konvergen , uji validasi diskriminasi, uji reabilitas, Objek : Jakarta Utara	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variable persepsi manfaat dan kemudahan penggunaan tidak berpengaruh signifikan sedangkan variabel kepercayaan memiliki pengaruh signifikan

					terhadap minat penggunaan pada aplikasi OVO di Jakarta utara.
3	(Ramadaey Bangsa, 2023)	Pengaruh persepsi manfaat dan kemudahan penggunaan terhadap keputusan penggunaan QRIS <i>Shopee Pay</i>	X1 : Persepsi manfaat X2 : Kemudahan penggunaan Y : Keputusan penggunaan	Alat Analisis: - Objek : Mahasiswa S1 Bisnis Digital Universitas Ngudi Waluyo.	Persepsi manfaat dan kemudahan penggunaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap penggunaan <i>Shopee Pay</i> . <i>Shopee</i> dalam fitur <i>Shopee Pay</i> dirasakan memberikan manfaat yang sangat signifikan terhadap penggunaan aplikasi tersebut oleh mahasiswa S1 Bisnis Digital Universitas Ngudi Waluyo.
4	(Pebrianti et al, 2023)	Pengaruh persepsi resiko dan kepercayaan konsumen terhadap minat menggunakan dompet digital <i>shopee</i>	X1 : Persepsi resiko X2 : Kepercayaan konsumen Y: Minat menggunakan kembali	Alat analisis : uji validitas, uji reliabilitas Objek : kota karawang	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa (1) persepsi resiko berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan dompet digital <i>Shopee Pay</i> (2) kepercayaan konsumen berpengaruh positif terhadap minat menggunakan dompet digital <i>Shopee Pay</i> yang dimiliki <i>Shopee</i> .

5	(Wicaksana dan Rachman, 2023)	Analisis pengaruh kemudahan, kegunaan dan tingkat resiko terhadap keputusan masyarakat sukoharjo menggunakan shopee pay	X1: Persepsi kemudahan X2 ; Persepsi kegunaan X3: persepsi resiko Y: keputusan penggunaan	Alat analisis :uji validitas, uji reabilitas, Objek :Masyarakat kota sukoharjo	Diketahui hasil dari penelitian yang peneliti lakukan ialah persepsi kemudahan berdampak tidak signifikan pada keputusan pemakaian shopee pay, kemudian pada persepsi kegunaan berpengaruh terhadap penggunaan shopee pay, dan persepsi resiko berpengaruh terhadap keputusan penggunaan shopee pay pada Masyarakat disukoharjo.
6	(Noor Anisa et al., 2023)	Pengaruh persepsi kemudahan, manfaat dan kepercayaan terhadap minat penggunaan shopee pay sebagai sarana transaksi pembayaran.	X1: Kemudahan X2:manfaat X3: Kepercayaan Y: penggunaan	Alat analisis : Uji validitas, uji reabilitas. Objek : kota Soloraya	Hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi kemudahan, manfaat dan kepercayaan berpengaruh positif terhadap minat penggunaan pembayaran transaksi shopee pay.
7	(Permatasari et al., 2023)	Pengaruh persepsi manfaat dan spiritual, marketing terhadap minat menggunakan uang E-	X1: Manfaat X2: Spiritual marketing Y: Minat menggunakan	Alat analisis: Uji asumsi klasik, uji regresi linear berganda, uji hipotesis.	Memperoleh hasil : (1) variable persepsi manfaat secara persial memiliki pengaruh yang signifikan dan positif terhadap minat

		Wallet shopee pay		Objek: Kota Madium	penggunaan uang <i>e-wallet</i> shopeepay dikota medium (2) variable spiritual marketing secara persial memiliki pengaruh yang signifikan dan positif terhadap minat penggunaan ulanh <i>e-wallet</i> shopee pay dikota medium (3) secara simultan persepsi manfaat dan spiritual marketing berpengaruh terhadap minat penggunaan ulang <i>e-wallet</i> shopee pay di kota medium.
8	(Lestari <i>et al.</i> , 2021)	Pengaruh penggunaan shopee pay dan shopee paylater fitur pada keputusan pembelian pengguna shopee selama covid-19	X1:Penggunaan shopee pay X2 :Shopee Paylater Y:Keputusan Pembelian	Alat Analisis: uji statistic, uji validitas, dan uji reabilitas. Objek : pengguna shopee	Dalam penelitian ini variable <i>feature knowledge</i> , <i>costumer satisfaction</i> , dan <i>risk of use</i> merupakan variable yang belum mampu membedakan dalam pengambilan keputusan pembelian.
9	(Sari <i>et al.</i> , 2023)	Pengaruh persepsi kemudahan dan persepsi manfaat terhadap	X1:persepsi kemudahan	Alat Analisis: uji normalitas Objek :karyawan	Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat hubungan positif antara persepsi kemudahan

		minat menggunakan <i>E-Wallet</i> Shopee <i>pay</i>	X2: persepsi manfaat Y: Minat menggunakan	PT. Sarana Utama Adimandiri	penggunaan dengan niat menggunakan <i>e-wallet</i> shopee <i>pay</i> pada karyawan PT Sarana Utama Adimandiri. Ditentukan bahwa ketika aplikasi <i>e-wallet</i> dirasa mudah digunakan, hal tersebut mendorong individu untuk terus menggunakannya. Selain itu, penelitian ini juga mendukung penelitian sebelumnya yang menyoroti pentingnya persepsi manfaat dalam mempengaruhi niat menggunakan <i>e-wallet</i> . Hal ini berarti Ketika pengguna merasakan manfaat nyata, seperti kenyamanan dan efisiensi dalam bertransaksi, mereka cenderung mengadopsi dan menggunakan <i>e-wallet</i> seperti Shopee <i>pay</i>
10	(Nasution & Ai, 2023)	Pengaruh persepsi terhadap kegunaan	X1: persepsi terhadap kegunaan	Alat analisis: Uji validitas,	Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang

		<p>dan persepsi kenyamanan intervensi penggunaan uang elektronik (<i>shopee pay</i>) dengan sikap konsumen sebagai <i>variable intervening</i></p>	<p>X2: Persepsi kenyamanan Y: Uang elektronik</p>	<p>uji reliabilitas, uji asumsi klasik, uji heteroskedastisitas Objek: kota medan</p>	<p>positif dan signifikan antara <i>perceived convenience</i> dengan sikap konsumen terhadap penggunaan uang elektronik (<i>shopee pay</i>) di medan. Penelitian ini juga menemukan bahwa sikap konsumen memediasi hubungan antara persepsi kenyamanan dan niat menggunakan uang elektronik (<i>shopee pay</i>) di medan. Penelitian ini juga menemukan bahwa <i>perceived benefit</i> berpengaruh positif dan signifikan terhadap sikap konsumen dalam menggunakan uang elektronik (<i>shopee pay</i>) di medan. Penggunaan analisis jalur memungkinkan dilakukannya analisis model yang kompleks dan pengujian hubungan langsung dan</p>
--	--	--	---	--	--

					tidak langsung melalui variable intervening.
--	--	--	--	--	--

Berdasarkan penelitian-penelitian terdahulu, terdapat perbedaan dengan penelitian yang dilakukan oleh penulis. Perbedaannya terletak pada variabel yang digunakan dan objek penelitian. Penelitian ini menggunakan variabel independen yang meliputi persepsi manfaat X dan persepsi kemudahan X2, sedangkan variabel independennya adalah minat menggunakan Shopee Pay Y. objek penelitian ini yaitu Mahasiswa FEB Unismuh Makassar.

C. Kerangka Konseptual

Persepsi merupakan suatu proses kognitif yang dialami setiap orang untuk mencari dan memahami informasi tentang dunia disekitarnya dengan menggunakan indranya. Agar manusia dapat mempersepsi, ada beberapa syarat yang harus dipenuhi, antara lain adanya objek yang akan dipersepsi, alat indera atau reseptor, dan perhatian. Persepsi yang diteliti dalam penelitian ini adalah persepsi siswa.

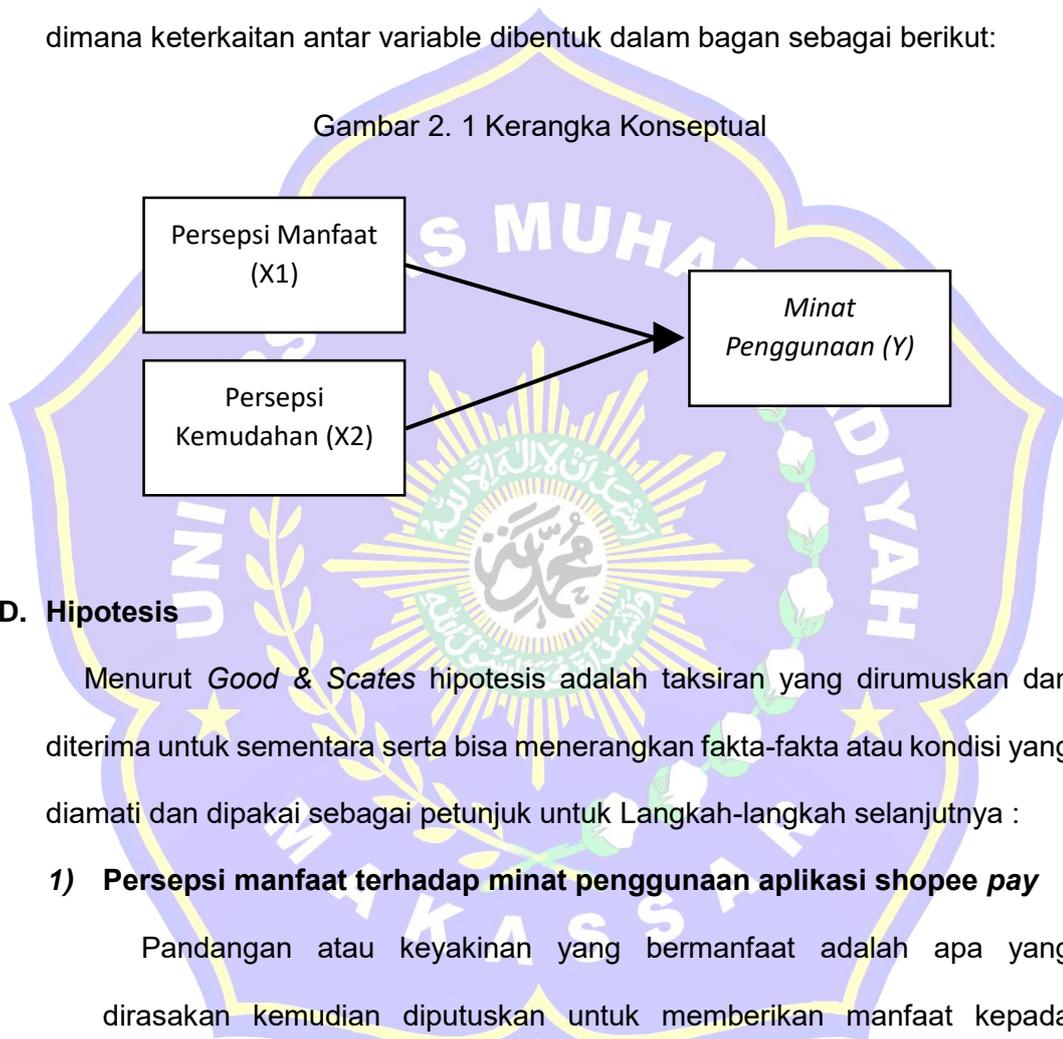
Objek observasi penelitian ini adalah uang elektronik. Uang elektronik merupakan alat pembayaran dalam bentuk elektronik, dimana nilai uang disimpan pada beberapa pembawa data elektronik. Subyek yang diteliti adalah uang elektronik yang diproduksi oleh perusahaan teknologi jasa, salah satu contohnya adalah Shopee pay. Shopee pay merupakan uang elektronik yang dirancang khusus oleh Shopee untuk pengguna dalam melakukan berbagai transaksi. Peneliti ini ingin mengetahui pemahaman siswa mengenai uang elektronik.

Variabel penggunaan merupakan perilaku aktual pengguna teknologi informasi yang diukur dari seberapa banyak dan sejauh mana pengguna Shopee pay dalam konteks tertentu berinteraksi dengan produk teknologi

informasi dalam kehidupan sehari-hari responden sebagai sarana bertransaksi. Terkait persepsi pelajar terhadap uang elektronik, tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruhnya terhadap pengguna Shopee *pay* sebagai alat transaksi.

Untuk memudahkan, kerangka pikir dilukiskan dalam bentuk skema dimana keterkaitan antar variable dibentuk dalam bagan sebagai berikut:

Gambar 2. 1 Kerangka Konseptual



D. Hipotesis

Menurut *Good & Scates* hipotesis adalah taksiran yang dirumuskan dan diterima untuk sementara serta bisa menerangkan fakta-fakta atau kondisi yang diamati dan dipakai sebagai petunjuk untuk Langkah-langkah selanjutnya :

1) Persepsi manfaat terhadap minat penggunaan aplikasi shopee *pay*

Pandangan atau keyakinan yang bermanfaat adalah apa yang dirasakan kemudian diputuskan untuk memberikan manfaat kepada seseorang, jika ada manfaat maka orang tersebut tertarik untuk menggunakannya, dan jika seseorang merasa keputusannya tidak bermanfaat maka tidak. Gunakan (*Risiko et al., 2023*)

Penelitian terdahulu (*Hanifah et al., 2022*) kemanfaat berpengaruh signifikan terhadap minat penggunaan shopee *pay*. Peneliti (*Alfiana et al.,*

2022) variable kepercayaan, persepsi manfaat, promosi, fitur, hedonic motivation, dan gaya hidup berpengaruh secara simultan terhadap keputusan penggunaan *shopee pay*. Peneliti (Noor Anisa *et al.*, 2023) manfaat berpengaruh positif terhadap minat menggunakan pembayaran transaksi *shopee pay*. Peneliti (Nasional & Bojonegoro, 2023) persepsi manfaat berpengaruh positif terhadap keputusan konsumen dalam menggunakan *shopee pay*. Peneliti (Amany, 2022) persepsi manfaat berpengaruh secara persial maupun simultan terhadap keputusan penggunaan *e-wallet shopee pay* kota tengerang Selatan.

H1: Persepsi manfaat berpengaruh terhadap minat penggunaan aplikasi *Shopee pay* bagi mahasiswa FEB Unismuh Makassar

2) Persepi kemudahan terhadap minat menggunakan aplikasi *Shopee pay*

E-wallet memudahkan penggunaanya dalam melakukan transaksi pembayaran, karena tidak perlu membawa uang tunai atau bertatap muka dengan penjual saat bertransaksi. Dalam penerapan penggunaan *e-wallet* dapat dikatakan mudah, langkah-langkahnya tidak banyak dan sederhana sehingga nyaman untuk digunakan berulang kali. Hal ini dapat digolongkan sebagai persepsi kemudahan penggunaan dalam teori *Technology Acceptance Model (TAM)*, dimana pengguna dapat meminimalkan tugas.

Peneltian terdahulu (Ariqah *et al.*, 2023) yang menyatakan bahwa persepsi kemudahan memiliki pengaruh paling signifikan terhadap niat menggunakan *Shopee pay* di padang. Penelitian (Ariqah *et al.*, 2023) persepsi kemudahan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan *Shopee pay* sebagai metode pembayaran di Buleleng.

Penelitian (Isnaini & Istiyanto, 2023) menyatakan kemudahan akses secara signifikan mempengaruhi keputusan penggunaan *shopee pay*. Penelitian (Handayani & Sulaeman, 2022) persepsi kemudahan berpengaruh secara persial maupun simultan terhadap keinginan untuk menggunakan Kembali dompet digital *Shopee pay*. Penelitian (Falah, 2021) persepsi kemudahan berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat menggunakan Kembali *shopee pay* di kota malang.

H2: Persepsi kemudahan berpengaruh terhadap minat penggunaan aplikasi *Shopee pay* bagi mahasiswa FEB Unismuh Makassar



BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Penelitian ini dilakukan melalui penelitian kuantitatif. Kuantitatif merupakan suatu teknik dimana analisis data dilakukan dalam bentuk angka-angka dengan menggunakan statistik dan objek yang diteliti melalui sampel dan populasi (Wulan Noor Anisa, 2022). Dalam penelitian ini peneliti menggunakan mahasiswa FEB UNISMUH MAKASSAR yang menggunakan e-wallet (*Shopee Pay*) sebagai populasi atau sasarannya.

B. Lokasi dan Waktu Penelitian

1. Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar. Sedangkan alasan pemilihan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar adalah karena peneliti menemukan narasumber yang lebih tepat sehingga bisa memenuhi data penelitian secara mudah dan efisien sehingga peneliti focus dalam menganalisis data untuk penelitian Pengaruh Persepsi Manfaat dan Kemudahan terhadap minat Penggunaan Aplikasi *Shopee Pay* pada Mahasiswa FEB Unismuh Makassar.

2. Waktu Penelitian

Waktu penelitian ini direncanakan antara lain kegiatan persiapan sampai dengan penyusunan penelitian sehingga penelitian tersebut terlaksana kurang lebih dua bulan yaitu bulan Maret-April 2024.

C. Jenis dan Sumber Data

1) Jenis

Data yang digunakan dalam penelitian ini bersifat kuantitatif. Menurut Sugiyono (2016) populasi atau sampel tertentu dipelajari dengan menggunakan metode penelitian yang berlandaskan filosofi positivisme.

2) Sumber Data

Dalam menentukan sumber data didasarkan atas jenis data yang telah ditentukan, pada tahapan ini ditentukan sumber data primer dan sekunder.

a) Data Primer

Data primer merupakan informasi yang diperoleh langsung dari wilayah lokasi penelitian. Dalam hal ini penulis memperoleh informasi terkait penelitian dari para responden, misalnya wawancara dengan pihak-pihak yang diajukan sebagai responden.

Data primer pada penelitian ini diperoleh langsung dari sumber utama yaitu Mahasiswa FEB Unismuh Makassar.

b) Data Sekunder

Merupakan informasi yang diperoleh dari sumber informasi yang diperlukan atau dari sumber sekunder dan buku-buku yang berkaitan dengan masalah penelitian. Teknik pengambilan sampel penelitian ini adalah teknik non-probability sampling dengan pengambilan sampel keputusan, yaitu sampel yang diambil dari anggota populasi yang dipilih

sendiri oleh peneliti. Dalam penelitian ini sampel bersifat bola salju yang memungkinkan ditemukannya informasi kunci yang mengandung banyak informasi.

Dengan menggunakan pendekatan ini, sejumlah besar calon responden dihubungi dan ditanya apakah mereka mengenal orang lain yang memiliki karakteristik target penelitian. Kontak pertama membantu mendapatkan responden lain melalui referensi. Dan menggunakan rumus Slovin.

D. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi adalah suatu wilayah umum yang terdiri dari: obyek/subjek yang mempunyai sifat dan karakteristik tertentu yang ditetapkan peneliti, yang dipelajari dan dari situ diambil kesimpulan. Sampel adalah bagian dari populasi dan ciri-cirinya.

Populasi penelitian ini adalah seluruh mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis (FEB) Unismuh Makassar Semester 1 sampai 8 yang berjumlah 2.652 mahasiswa yang diperoleh dari data akademik Fakultas Ekonomi Unismuh Makassar.

2. Sampel

Sampel merupakan bagian dari populasi yang menjadi sumber data sebenarnya dalam penelitian atau dapat diartikan sebagai bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki populasi (Sugiyono, 1999).

Jadi, sampel merupakan bagian dari populasi yang akan informasi mengenai objek penelitian dengan harapan dapat mewakili populasi

tersebut. Pada penelitian ini akan diambil sampel 100 responden yang merupakan mahasiswa FEB Unismuh Makassar.

Dalam penelitian ini untuk pemilihan sampel terdapat kriteria sebagai berikut :

1. Mahasiswa/i FEB Unismuh Makasar
2. Mahasiswa/i semester 1 sampai 8
3. Mahasiswa/i yang pernah bertransaksi menggunakan *Shopee Pay* maupun mahasiswa yang hanya menggunakan aplikasi *Shopee*.

Rumus slovin digunakan dalam penelitian ini karena jumlah sampel harus representatif agar temuan dapat digeneralisasikan. Rumus slovin digunakan untuk memilih sampel mahasiswa tersebut dengan tingkat kesalahan 10%, berikut akan dijelaskan berdasarkan jumlah mahasiswa di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Unismuh Makassar :

$$n = \frac{N}{1 + N(e)^2}$$

Dimana :

n = Jumlah Sampel

N = Jumlah Populasi

e = *Margin of Error*, yaitu tingkat kesalahan maksimal pengambilan sampel yang masih dapat ditoleransi atau yang diinginkan.

Berikut ini adalah jumlah sampel yang akan diambil untuk penelitian dengan menggunakan rumus ini :

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

$$n = \frac{2.652}{1 + 2.652 \times (0.1)^2}$$

$$n = \frac{2.652}{1 + 2.652 \times (0.1)}$$

$$n = \frac{2.652}{1 + 26,52}$$

$$n = \frac{2.652}{27,52} = 96,37 = 97 \text{ Mahasiswa}$$

Perhitungan ini menghasilkan 97, yang dibulatkan menjadi 100 responden.

E. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dilakukan oleh peneliti bertujuan untuk mendapatkan data-data yang valid dalam penelitian. Peneliti menggunakan metode-metode sebagai berikut :

1) Observasi (Pengamatan)

Merupakan metode penelitian yang mengumpulkan informasi dengan melakukan pengamatan langsung terhadap suatu objek dalam jangka waktu tertentu dan membuat catatan sistematis terhadap hal-hal tertentu yang diamati.

2) Kuisisioner (Angket)

Menurut Susanti Kumalasari (2022), kuisisioner adalah suatu metode pengumpulan data yang menanggapi responden dengan serangkaian pertanyaan atau jawaban tertulis. Kuisisioner merupakan cara yang efektif untuk mengumpulkan data ketika peneliti mengetahui secara pasti variabel apa yang diukur dan apa yang diharapkan dari responden. Survei ini juga cocok untuk responden dalam jumlah besar dan wilayah berbeda. Survei dapat terdiri dari pertanyaan pribadi dan terbuka yang disampaikan langsung kepada responden atau dikirim melalui surat atau Internet.

Dalam penelitian ini teknik pengumpulan data dilakukan dengan menyebarkan kuisisioner kepada responden dengan menggunakan Google form. Instrumen yang digunakan untuk mengukur setiap variabel menggunakan skala *likert*. *skala Likert* dapat digunakan untuk mengukur pendapat, persepsi dan sikap individu atau kelompok terhadap fenomena sosial. Skala Likert menggambarkan variabel pengukuran sebagai indikator. Indikator merupakan titik awal untuk menciptakan elemen sasaran berupa pertanyaan atau pernyataan.

Jawaban dari setiap item instrument yang memakai skala *Likert* memiliki gradasi dari sangat positif hingga sangat negative, yang bisa berupa kata-kata sebagai berikut :

Tabel 3. 1 : Skala Likert

Sangat tidak setuju	Tidak setuju	Netral	Setuju	Sangat setuju
STS (1)	TS (2)	N (3)	S (4)	SS (5)

Instrumen dengan menggunakan skala Likert dapat dibuat dalam bentuk checklist atau pilihan ganda, dalam penelitian ini menggunakan bentuk pilihan *checklist*.

3) Dokumentasi

Dokumentasi merupakan teknik pengumpulan data yang tidak diperlihatkan secara langsung kepada subjeknya. Dokumentasi penelitian ini berupa gambar, dokumentasi, dan lain-lain, yang dapat dijadikan data penelitian. Peneliti menyiapkan dokumentasi di lokasi penelitian berupa foto, beberapa informasi jumlah mahasiswa, informasi pengguna Shopee tentang mahasiswa FEB Unismuh Makassar dan beberapa dokumen lain yang berkaitan dengan penelitian ini.

F. Definisi Operasional

Definisi operasional adalah definisi berdasarkan karakteristik yang diamati dari apa yang dijelaskan atau mengubah variabel menjadi instrument pengukuran (Susanti kumalasari, 2022) :

Tabel 3. 2 : Definisi Operasional Variabel

No	Variabel Penelitian	Definisi Operasional	Indikator
1	Persepsi manfaat penggunaan (X1)	Davis (1989) dalam Edi Purwanto (2019) mendefinisikan bahwa perceived usefulness (persepsi manfaat) sebagai sejauh mana seseorang percaya bahwa dengan adanya suatu teknologi informasi maka akan meningkatkan fenomena transaksi penggunaan.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Mempermudah transaksi pembayaran 2. Mempercepat transaksi pembayaran 3. Memberikan keuntungan tambahan saat menyelesaikan transaksi 4. Memberikan rasa aman Ketika melakukan transaksi pembayaran 5. Meningkatkan efisiensi dalam melakukan transaksi

2	Persepsi kemudahan penggunaan (X2)	Menurut Davis (1989) persepsi kemudahan penggunaan didefinisikan sebagai parameter kepercayaan baik pengguna dalam memandang teknologi sebagai suatu hal yang tidak memerlukan banyak usaha. Sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan system tertentu akan terbebas dari kesulitan atau Upaya besar.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Teknologi informasi mudah untuk dipelajari 2. Teknologi informasi mudah untuk didapatkan 3. Fleksibel 4. Teknologi informasi mudah untuk di operasikan.
3	Minat menggunakan Shopeepay (Y)	Menurut Davis (1989) minat menggunakan yaitu kecenderungan perilaku untuk tetap menggunakan sebuah teknologi	<ol style="list-style-type: none"> 1. Dengan adanya promosi 2. Dengan adanya kemudahan 3. Dengan adanya manfaat 4. Efektif dan efisien

			Zulqurnain (201)
--	--	--	------------------

G. Metode Analisis Data

Penelitian ini menggunakan metode analisis data deskriptif untuk mengumpulkan dan mengolah data untuk menarik kesimpulan yang akurat dan valid dengan menggunakan IBM SPSS versi 27. Peneliti menerapkan metode analisis sesuai dengan tujuan penelitian dan memastikan keabsahan hipotesis. (metode validasi, metode deskriptif, normalitas).

1. Uji kualitas data

a). Uji Validitas

Uji validitas mengukur seberapa akurat tes tersebut melaksanakan tugasnya, apakah ukuran yang disiapkan benar-benar dapat mengukur apa yang seharusnya. Tujuan dari tes ini adalah untuk mengukur valid atau tidaknya penelitian tersebut (Darma Budi, 2021).

Uji validitas digunakan untuk mengetahui seberapa akurat pernyataan yang diberikan kepada responden survei. Validitas suatu alat ukur dapat ditentukan dengan suatu uji yang disebut uji validitas (Ramdani *et al.*, 2023).

b). Uji Reabilitas

Untuk memastikan ketahanan atau konsistensi alat ukur, dilakukan uji reliabilitas yang sering kali disertai dengan kuesioner. Tujuan pengujian reliabilitas adalah untuk mengetahui seberapa konsisten hasil pengukuran tetap ketika dilakukan dua pengukuran atau lebih. Suatu instrumen dikatakan reliabel jika respon seseorang

terhadap suatu pertanyaan konsisten atau stabil sepanjang waktu (Delvy Revilda, 2022).

2. Uji Asumsi Klasik

a) Uji Normalitas Residual

Uji normalitas digunakan untuk mengetahui apakah variabel sisa atau perancu berdistribusi normal. Suatu model regresi dikatakan baik apabila mempunyai distribusi normal atau mendekati normal. Oleh karena itu, uji normalitas sisa tidak dilakukan untuk setiap variabel. Normalitas Residu (Sumarso, A.P., Subakti, M. H., Huda, N., & Rini, 2020). Uji normalitas ini dapat dilihat pada grafik normalitas Pplot. Jika titik 48 tersebut mengikuti garis lurus maka hasilnya dikatakan berdistribusi normal (Apriliana, 2022). Jadi dapat dilihat distribusi normal atau tidak itu dari grafik normal P-plot.

Uji normalitas pada penelitian ini menggunakan analisis statistik. Analisis statistik ini memberikan hasil dan kesimpulan yang akurat atau dapat diandalkan. Oleh karena itu, selain dengan teknik analisis grafik, Anda juga dapat melakukan uji normalitas dengan menggunakan analisis statistik. Selain itu, uji normalitas dapat dilakukan dengan menggunakan uji Kolmogorov-Smirnov. Dalam pengujian ini dasar pengambilan keputusan adalah apabila nilai signifikansi $> 0,05$ maka data dianggap berdistribusi normal.

b) Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas memeriksa apakah terdapat korelasi yang tinggi atau sempurna antar variabel independen dalam model regresi berganda. Jika terdapat korelasi yang kuat antar variabel

independen, maka hubungan antara variabel independen dan dependen akan putus (Sunjoyo, Setiawan, R., Carolina, V., Magdalena, N., & Kurniawan, 2013). Karena tujuan uji multikolinearitas ini adalah untuk mengetahui ada tidaknya korelasi antar variabel pada model regresi, maka pengujian ini tidak perlu dilakukan pada analisis regresi sederhana. Uji regresi yang baik tidak terdapat korelasi antara variabel independen s (Purwanto, 2019).

Untuk mendeteksi adanya multikolinearitas dalam model regresi adalah sebagai berikut :

- a. Apabila nilai VIF melebihi > 10 , maka dapat dikatakan terjadi kolinearitas antar variabel independen.
- b. Apabila Tolerance kurang dari $< 0,1$ maka dapat dikatakan terjadi kolinearitas antar variabel independen.

c) Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas digunakan untuk mengetahui ada tidaknya ketimpangan varians antara residu yang satu dengan residu yang lain. Model regresi yang baik atau model regresi yang memenuhi syarat adalah model yang mempunyai tingkat kemiripan tertentu pada variance residu dari pengamatan yang satu dengan pengamatan yang lain, atau disebut dengan homoskedastisitas.

Model regresi yang baik harus bebas dari heteroskedastisitas. (Sunjoyo, Setiawan, R., Carolina, V., Magdalena, N., dan Kurniawan, 2013).

Terlihat dari grafik, maldistribusi terjadi bila titik-titik membentuk pola, namun maldistribusi tidak terjadi bila titik-titik menyebar dan tidak membentuk pola.

Saya harap titik-titik tersebut tidak membentuk pola atau menyebar.

3. Uji Ketetapan Model

a) Uji Simultan (Uji F)

Uji F digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel bebas secara simultan atau bersama-sama. Dalam penelitian ini uji F digunakan untuk menguji secara simultan pengaruh seluruh variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y). Syarat pengujian menggunakan uji F sebesar , tentukan nilai signifikansi F ($=0,05$) dan bandingkan Hasil nilai F hitung tersebut kemudian kita bandingkan dengan nilai F tabel untuk derajat kebebasan pada pembilang k dan penyebutnya yaitu $n - (k+1)$ dan misalnya 0,05. Apabila nilai F hitung lebih besar dari F tabel maka dapat disimpulkan bahwa model tersebut signifikan dan dapat digunakan secara simultan (Bank Indonesia, 2016) dengan $<0>0,05$ (Bank Indonesia, 2016).

b) Uji koefisien determinasi (R^2)

Uji koefisien determinasi (R^2) merupakan himpunan representasi variabel bebas atau penambahan variabel terikat yaitu seberapa baik variabel independen menjelaskan variabel dependen. Koefisien determinasi (R^2) berkisar antara 0-1. Ketika nilai (R^2) mendekati satu, maka terdapat pengaruh antara variabel independen dan dependen (Wati, L. A., dan Primyastanto, 2018).

Tingkat koefisien nilai R digambarkan sebagai berikut :

0,00-0,199 = Sangat Rendah

0,20-0,399=Rendah

0,40-0,599 =sedang atau agak rendah

0,60-0,799 =Tinggi

0,80-1,000 =Sangat Tinggi

4. Uji Regresi Berganda

Regresi berganda adalah suatu penelitian yang menjelaskan ketergantungan suatu variabel terikat (terkait) terhadap satu atau lebih variabel bebas (bebas). Penelitian ini menguji pengaruh akuntansi akuntabilitas dan implementasi komitmen organisasi terhadap efektivitas manajerial. Persamaan pengujian hipotesisnya adalah:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + e$$

Keterangan:

Y =Minat Menggunakan

α =Konstanta

$\beta_1 \beta_2$ =Koefisien Regresi

X_1 =Persepsi Manfaat

X_2 =Persepsi Kemudahan

e =Standar Error

H. Uji Hipotesis

Pengujian hipotesis adalah proses mengevaluasi kekuatan bukti berdasarkan sampel dan memberikan dasar untuk mengambil keputusan tentang suatu populasi. Tujuan uji hipotesis ini adalah untuk memverifikasi

kebenaran statistik suatu koefisien regresi atau hipotesis berdasarkan data yang relevan. Signifikan disini berarti koefisien regresi secara statistik tidak sama dengan nol. Artinya bukti pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen salah atau tidak cukup. Hasil dari beberapa koefisien regresi dapat diketahui secara simultan dan terpisah untuk variabel dependen.

a. Uji Statistik t

Uji t digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel independen secara parsial (individual) terhadap variabel dependen. Syarat pengujian ini adalah membandingkan nilai signifikan t ($=0,05$) dengan nilai signifikan yang ditentukan dengan uji t dan t_{tabel} ; $0,05$, maka variabel bebas (X) mempunyai pengaruh signifikan secara parsial terhadap variabel (Y), bagaimana jika uji t $> t_{\text{tabel}}$; $0,05$ maka tidak terdapat pengaruh signifikan secara parsial (Kumalasari, 2022). Aturan yang digunakan dalam pengujian ini adalah jika t dihitung $> t_{\text{tabel}}$, maka H_1 diterima, sedangkan jika t dihitung $< t_{\text{tabel}}$, maka H_1 ditolak (Ghozali 2011)

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Objek Penelitian

1. Profil Perusahaan Shopee

PT. Shopee Internasional Indonesia merupakan perusahaan yang bergerak dibidang penjualan produk secara online. PT. Shopee Internasional Indonesia dikenal dengan aplikasi Shopee. Shopee hadir dalam bentuk aplikasi mobile yang berbasis *e-commerce* untuk memudahkan penggunaanya dalam melakukan kegiatan belanja online tanpa harus membuka website melalui perangkat komputer. Masuknya Shopee ke pasar Indonesia pada akhir bulan Mei 2015 dan baru mulai beroperasi pada akhir Juni 2015 di Indonesia. Shopee merupakan anak perusahaan dari Garena yang berbasis di Singapura. Shopee telah hadir di beberapa negara di kawasan Asia Tenggara seperti Singapura, Thailand, Vietnam, Malaysia, Filipina, dan Indonesia. Shopee Indonesia beralamat di JL. Letjen. S. Parman, Palmerah Wisma 77 Tower 2, Daerah Khusus Ibukota Jakarta 11410, Indonesia.

Shopee hadir di Indonesia untuk membawa pengalaman berbelanja baru. Shopee memfasilitasi penjual untuk berjualan dengan mudah serta memfasilitasi pembeli dengan proses pembayaran yang aman dan pengaturan logistik yang terintegrasi. Adapun pengguna Shopee adalah kalangan muda yang saat ini terbiasa melakukan kegiatan dengan gadget termasuk kegiatan berbelanja. Untuk itu Shopee hadir dalam bentuk aplikasi mobile untuk menunjang kegiatan berbelanja yang cepat, mudah dan efisien.

Visi dan Misi Shopee

Setiap perusahaan pasti memiliki tujuan ataupun cita-cita yang ingin dicapai supaya eksistensi perusahaan terus terjaga di dalam dunia usaha. Pentingnya visi dan misi bagi suatu organisasi yaitu supaya terarah sehingga diharapkan dapat bertahan dalam waktu yang panjang, mengalami kemajuan, dan terus berkembang. Shopee merupakan perusahaan besar, dan memiliki visi dan misi. Visi dari Shopee yaitu :

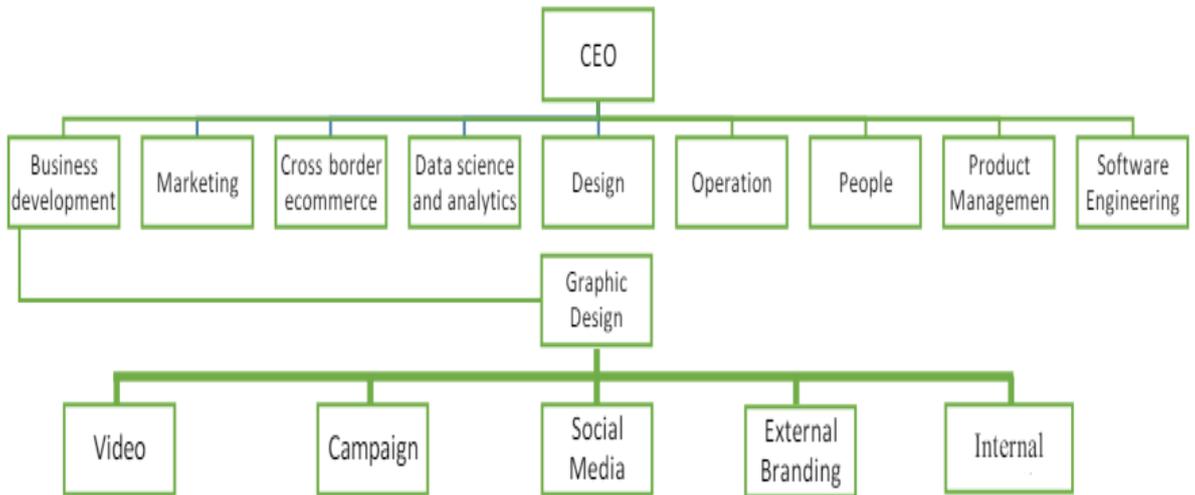
“Menjadi mobile marketplace nomor 1 di Indonesia”.

Kemudian untuk mewujudkan visi tersebut, Shopee menetapkan misi sebagai tahapan yang dilakukan untuk mencapai visi perusahaan. Misi Shopee yaitu sebagai berikut :

“Mengembangkan jiwa kewirausahaan bagi para penjual di Indonesia”.



Struktur dan Job Organisasi



Gambar 4. 1 :Skruktur Organisasi Shopee Indonesia

Sumber :PT Shopee Internasional Indonesia

Ada pun Job Description dari struktur organisasi Shopee adalah sebagai berikut:

1. CEO

Memantau dan mengontrol kelancaran dan kendala yang ada di perusahaan, serta mengontrol 4 sub- divisi dibawahnya di Shopee Indonesia

2. People Department

- Menangani hubungan antara karyawan satu dengan lainnya
- Memahami apa yang dibutuhkan setiap divisinya
- Membuat analisa dan memberikan solusi apabila terjadi penurunan motivasi karyawan.

3. *Operation Departmen*

Bertugas untuk menghubungkan para penjual dan pembeli dengan menampung kritik dan saran yang diberikan.

4. *Business Development & Partnership Department*

- Memutuskan ide-ide untuk campaign yang akan ditawarkan.
- Mengontrol interaksi antara penjual dan pembeli berjalan baik

5. *Marketing Department*

- Mengkoordinasikan semua media.
- Mengkoordinasikan acara dan mengkoordinasikan meningkatkan penjualan.

6. *Data Science and Analytics Department*

- Membantu berbagai unit bisnis sebagai mitra diskusi untuk merencanakan, menyusun strategi, dan menumbuhkan bisnis Shopee dengan memungkinkan pengambilan keputusan berbasis data.
- Berfungsi sebagai *in-konsultan* yang menyederhanakan terminologi yang kompleks menjadi wawasan yang lebih dimengerti oleh klien internal kami.
- Menghasilkan wawasan yang dapat ditindaklanjuti yang akan digunakan untuk mendukung atau menyusun strategi baru.
- Mengembangkan laporan dan analisis

7. *Design Department*

Bertugas untuk membuat design untuk media sosial, *billboard*, dan kebutuhan iklan lainnya dipublikasikan.

8. *Software Engineering Department*

- *Men-setup* dan *instal* jaringan (termasuk struktur kabel) dan perangkat keras *server* sesuai dengan persyaratan bisnis.
- *Men-setup* dan *instal firewall* sesuai dengan kebutuhan jaringan dan keamanan
- Menyiapkan dan memelihara pemantauan kinerja teknis dan statistik produk Sea (Shopee, AirPay, dan Garena)

9. *Cross Border Department*

- Mengelola dan memiliki komunikasi yang baik dengan Penjual Korea / Mandarin dalam Bahasa Inggris atau Mandarin (terutama ditulis).
- Menangani pertanyaan pelanggan dari pembeli
- Mengelola dan menyelesaikan masalah dan meningkatkan hubungan pelanggan
- Melakukan pemeriksaan kualitas untuk terjemahan produk.

10. *External Branding*

Menerima semua pekerjaan yang diberikan untuk tim *external branding*, meninjau kembali pekerjaan yang diminta, setelah mendapat persetujuan kemudian memberikannya kepada tim *external branding*. Pekerjaannya berupa proyekproyek yang lebih condong ke website.

11. *Internal Branding*

Membuat kebutuhan internal seperti *Orange Day*, Kampus Shopee. Tugas utama Team Lead juga untuk memeriksa pekerjaan yang sudah diberikan dan menunggu persetujuan dari *Graphic Design Team Lead*.

12. Campaign

Membuat design yang telah diberikan oleh Campaign Team Lead, yaitu membuat elemen grafis untuk tampilan website Shopee.

13. Social Media

Membuat *design* yang telah diberikan oleh *Social Media Team Lead*, yaitu membuat kebutuhan media sosial, seperti *instagram feeds*, dan *instastory*.

14. Videographer

Membuat Motion grafis untuk kebutuhan iklan, dan proyek video lainnya (Alvian, 2020)

Logo

Logo merupakan suatu gambar atau sekedar sketsa dengan arti tertentu, dan mewakili suatu arti dari perusahaan, daerah, organisasi, produk, negara, lembaga, dan hal lainnya yang membutuhkan sesuatu yang singkat dan mudah diingat sebagai pengganti dari nama sebenarnya. Berikut ini merupakan logo dari marketplace Shopee :



Gambar 4 2 :Logo Shopee

Sumber : *Blogspot.com,2024*

2. Karakteristik Responden

Responden pada penelitian ini adalah mahasiswa/i Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar yang merupakan pengguna Shopee dan Shopee pay. Karakteristik terdiri dari jurusan, semester dan jenis layanan yang di gunakan.

a. Jurusan

Dari kuesioner yang telah di sebar maka dihasilkan data sebagai berikut:

Tabel 4. 1: Klasifikasi Responden Berdasarkan Jurusan

Prodi/Jurusan	Frekuensi	Persentase
Manajemen	47	47%
Akuntansi	46	46%
Ekonomi Pembangunan	4	4%
D3 Perpajakan	2	2%
Ekonomi Islam	1	1%
Total	100	100%

Sumber: Data Primer yang telah diolah, Maret 2024

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa 47 mahasiswa atau 47% responden berasal dari mahasiswa/i Jurusan Manajemen Unismuh Makassar, 46 mahasiswa atau responden 46% berasal dari Mahasiswa/i Jurusan Akuntansi, 4 mahasiswa atau 4% responden berasal dari mahasiswa/i jurusan Ekonomi Pembangunan, 2 mahasiswa atau 2% responden berasal dari mahasiswa/i jurusan D3

Perpajakan, dan 1 mahasiswa atau 1% responden berasal dari mahasiswa/i jurusan Ekonomi Islam Unismuh Makassar.

b. Semester

Dari kuesioner yang telah disebar maka dihasilkan data sebagai berikut :

Tabel 4. 2: Klasifikasi Responden Berdasarkan Semester

Semester	Responden	Persentase
II	32	32%
IV	17	17%
VI	13	13%
VIII	38	38%
Total	100	100%

Sumber: Data Primer yang telah diolah Maret 2024

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat dari semester yang digunakan dalam penelitian ini sangat beragam. Semester 2 sebanyak 32 orang mahasiswa/i atau reponden 32%, semester 4 sebanyak 17 orang mahasiswa atau responden 17%, semester 6 sebanyak 13 orang mahasiswa atau reponden 13%, dan semester 8 sebanyak 38 orang atau responden 38%. Dapat disimpulkan bahwa yang berminat menggunakan Shopee Pay pada Fakultas FEB UNISMUH Makassar sebagian besar mahasiswa semester 8.

c. Jenis layanan yang digunakan

Klasifikasi responden berdasarkan jenis layanan yang di gunakan disajikan dalam tabel berikut :

Tabel 4. 3 : Klasifikasi Berdasarkan Jenis Layanan yang Digunakan

Jenis Layanan	Responden	Persentase
Pengguna Shopee <i>Pay</i>	100	100%
Total	100	100%

Sumber: Data Primer yang telah diolah Maret 2024

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa dari keseluruhan responden yang menggunakan aplikasi Shopee, sebanyak 100 mahasiswa/i dari Fakultas FEB UNISMUH Makassar persentase 100% responden menggunakan layanan Shopee *Pay*.

B. Penyajian Data

1. Uji Kualitas Data

a. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur tingkat keakuratan data yang sesuai dengan apa yang diberitakan secara sebenarnya atau kenyataan. Hasil penyelidikan dikatakan valid jika terdapat kesamaan antara data yang dikumpulkan dengan data yang sebenarnya terjadi pada objek yang diselidiki. Instrumen yang valid adalah alat ukur yang dapat memperoleh data yang valid. Suatu kuesioner dianggap valid jika $r_{hitung} > \text{nilai signifikansi } r_{tabel}$ adalah 0,05, dan item pernyataan yang memiliki korelasi signifikan dengan total skor dinyatakan valid (Ghozali, 2011). Hasil uji validitas penelitian ini adalah sebagai berikut :

Tabel 4 .4: Hasil Uji Validitas Minat Menggunakan Shopee Pay

Variabel	Butir Pertanyaan	r hitung	r tabel	Sig (2- tailed)	Ket.
Persepsi manfaat	P1X1	0,707	0,196	0,000	Valid
	P2X1	0,703	0,196	0,000	Valid
	P3X1	0,761	0,196	0,000	Valid
	P4X1	0,657	0,196	0,000	Valid
Persepsi Kemudahan	P1X2	0,750	0,196	0,000	Valid
	P2X2	0,757	0,196	0,000	Valid
	P3X2	0,689	0,196	0,000	Valid
	P4X2	0,624	0,196	0,000	Valid
Minat Menggunakan	P1Y	0,722	0,196	0,000	Valid
	P2Y	0,787	0,196	0,000	Valid
	P3Y	0,813	0,196	0,000	Valid
	P4Y	0,788	0,196	0,000	Valid

Sumber: Hasil Pengolahan Data Primer, Maret 2024

Berdasarkan tabel diatas bahwa nilai r_{hitung} untuk setiap item pertanyaan lebih besar dari r_{tabel} . Cara mencari r_{tabel} dengan $N = 100$, $df = n-2$ pada signifikansi 5% pada distribusi nilai r_{tabel} statistik maka nilai r_{tabel} adalah 0,196. Uji validitas yang dibutuhkan adalah kolerasi antara item dengan skor total yaitu dengan melihat nilai r_{hitung} . Artinya, semua pernyataan mengenai persepsi kemudahan dan persepsi kegunaan adalah valid digunakan untuk penelitian, dengan

dibuktikan nilai koefisien korelasi ($r_{hitung} > 0,196$) diperoleh dari nilai r_{tabel} N = 100.

b. Uji Reabilitas

Reliabilitas digunakan untuk mengetahui konsistensi dan kestabilan nilai-nilai yang dihasilkan oleh skala pengukuran tertentu. Reabilitas berfokus pada akurasi dan hasil pengukuran (Mujahidin, 2020). Reliabilitas diukur dengan mengulang pertanyaan dengan angka berurutan yang kurang lebih sama atau serupa, atau dengan menguji konsistensi dengan pertanyaan lain (diukur dengan hubungan/korelasi). Nilai Cronbirch alpha di atas 0,7 berarti reliabilitasnya tinggi dan kuesioner yang dihasilkan sangat reliabel (Apriliana, 2022).

Hasil uji reliabilitas penelitian ini adalah sebagai berikut:



Tabel 4. 5: Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Nilai Cronbach's Alpha	Nilai Batas	Keterangan
Persepsi Manfaat (X1)	0,660	0,7	Reliabel
Persepsi Kemudahan (X2)	0,657	0,7	Reliabel
Minat Menggunakan (Y)	0,781	0,7	Reliabel

Sumber: Hasil Pengolahan Data Primer, Maret 2024

Berdasarkan tabel yang telah diolah oleh program SPSS versi 27 diperoleh hasil perhitungan antara lain: variabel persepsi manfaat se besar 0,660, persepsi kemudahan sebesar 0,657, dan minat menggunakan sebesar 0,781. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa nilai cronbach's alpha untuk masing-masing variabel lebih besar dari 0,07. Jadi dapat diketahui bahwa kuesioner yang dibuat cukup reliabel dan dapat dipercaya.

2. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas Residual

Uji normalitas dilakukan untuk mengetahui suatu data berdistribusi normal atau tidak. Suatu data dikatakan normal ketika nilai signifikansi lebih besar dari 0,05. Dalam penelitian ini uji

normalitas menggunakan metode uji one sample kolmogrov smirnov.

Berikut adalah hasil uji normalitas data :

Tabel 4. 6: Hasil Uji Normalitas Kolmogorov-Smirnov

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test			Unstandardized Residual
N			100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean		.0000000
	Std. Deviation		1.56168001
Most Extreme Differences	Absolute		.081
	Positive		.063
	Negative		-.081
Test Statistic			.081
Asymp. Sig. (2-tailed) ^c			.099
Monte Carlo Sig. (2-tailed) ^d	Sig.		.102
		99% Confidence Interval	
		Lower Bound	
	Upper Bound		.110

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. Lilliefors' method based on 10000 Monte Carlo samples with starting seed 2000000.

Sumber : Data Primer yang telah diolah Maret 2024

Dari output yang dihasilkan pada tabel di atas, dihasilkan nilai signifikansi sebesar 0,102 yang berarti lebih besar dari 0,05. Sehingga dapat dinyatakan data berdistribusi normal. Artinya minat menggunakan Shoppe Pay bagi mahasiswa FEB UNISMUH MAKASSAR memiliki distribusi secara normal.

b. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinieritas dilakukan untuk mengetahui apakah antar variabel independen terdapat korelasi atau tidak. Dalam sebuah analisis regresi yang baik tidak ada terjadinya multikolinieritas antar variabel independen. Suatu analisis dikatakan tidak terjadi multikolinieritas ketika nilai VIF < 10 dan nilai tolerance $> 0,10$. Berikut adalah hasil uji multikolinieritas :

Tabel 4. 7 : Hasil Uji Multikolinieritas

Variabel	Tolerance	VIF	Kesimpulan
Persepsi Manfaat (X1)	0,711	1,407	Tidak terjadi Multikolinieritas
Kemudahan (X2)	0,711	1,407	Tidak terjadi Multikolinieritas

Sumber: Data Primer yang telah diolah Maret 2021

Berdasarkan tabel diatas menunjukkan hasil dari uji multikolinieritas diperoleh bahwa nilai tolerance pada variabel persepsi manfaat sebesar 0,711 dan variabel Kemudahan sebesar 0,711. Hasil dari nilai VIF yaitu pada variabel persepsi manfaat sebesar 1,407 dan Kemudahan sebesar 1,407. Dari ke dua variabel independen diatas tolerance $> 0,1$ dan VIF < 10 . Jadi dapat disimpulkan bahwa tidak ada atau tidak terjadi multikolinieritas antar variabel independen.

c. Uji heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas pada penelitian ini dilakukan dengan metode glejser, dimana suatu data dikatakan tidak terjadi heteroskedastisitas ketika nilai signifikansi antara variabel independen lebih besar dari 0,05. Berikut adalah hasil uji heteroskedastisitas :

Tabel 4. 8 : Hasil Uji heteroskedastisitas

Variabel	Signifikan	Kesimpulan
Persepsi Manfaat	0,197	Tidak terjadi heteroskedastisitas
Kemudahan	0,213	Tidak terjadi heteroskedastisitas

Sumber: Data Primer yang telah diolah Maret 2024

Berdasarkan hasil pengujian di atas, dapat dinyatakan bahwa nilai signifikansi keseluruhan variabel independen lebih dari 0,05 yang berarti bahwa keseluruhan variabel independen pada penelitian ini tidak terjadi gejala heteroskedastisitas.

3. Uji Ketetapan Model

a. Uji Simultan (Uji F)

Uji-F digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel bebas secara simultan atau bersama-sama. Uji F dalam penelitian ini digunakan untuk menguji secara simultan pengaruh semua variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y). Syarat pengujian menggunakan uji-F adalah membandingkan nilai signifikan F (= 0,05) dengan keputusan $< 0,05$ dalam hal ini ada pengaruh yang signifikan secara bersama-sama atau simultan dan tidak ada pengaruh yang

signifikan secara bersama-sama jika $F > 0,05$ (Soelistya & Agustina, 2018).

Kemudian bandingkan hasil nilai F_{hitung} dengan nilai F_{tabel} untuk derajat kebebasan pembilang k dan penyebut yaitu $n-(k+1)$ dan misalnya 0,05. Jika nilai F_{hitung} lebih besar dari F_{tabel} , maka dapat disimpulkan bahwa model tersebut signifikan dan dapat digunakan secara bersamaan atau bersamaan (Suharjo, 2008). Hasilnya adalah sebagai berikut:

Tabel 4. 9 : Hasil Uji F

F_{hitung}	Signifikansi
15,908	000 ^b

Sumber : Hasil Pengolahan Data Primer, 2022

Berdasarkan tabel output di atas diketahui bahwa nilai F_{hitung} sebesar 15,908 dan F_{tabel} sebesar 3,09 sehingga $F_{hitung} > F_{tabel}$ dan nilai signifikansinya sebesar $0,000 < 0,05$. Maka dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya secara simultan atau bersama-sama variabel independen yaitu persepsi kemudahan penggunaan (X1) dan persepsi kegunaan (X2) berpengaruh terhadap variabel dependen yaitu minat menggunakan ShopeePay.

b. Uji Koefisien Determinan (R^2)

Uji koefisien determinasi (R^2) adalah himpunan representasi atau kontribusi variabel bebas (independen) terhadap variabel terikat (dependen) atau seberapa baik variabel bebas (independen) menjelaskan variabel terikat (dependen). Koefisien determinasi (R^2) terletak antara 0 - 1 (Suharjo, 2008). Ketika nilai R^2

mendekati 1 maka terdapat pengaruh antara variabel independen dan dependen (Wati & Primyastanto, 2018). Hasilnya sebagai berikut:

Tabel 4 10 : Hasil Uji R^2

Hasil Uji R-Square (R^2)	
Minat Menggunakan Shopee Pay	0,231

Sumber: Hasil Pengolahan Data Primer, Maret 2024

Berdasarkan tabel diatas menunjukkan bahwa nilai R Square 0,231 hal ini mengandung arti bahwa pengaruh variabel persepsi manfaat penggunaan dan persepsi kemudahan secara simultan atau bersama-sama terhadap variabel minat menggunakan adalah sebesar 23,1 %. Sisanya sebesar 76,9 % dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti oleh peneliti.

4. Analisis Regresi Linear Berganda

analisis regresi linear berganda untuk mengetahui hubungan atau kolerasi antara variabel bebas dengan variabel terikat, apakah masing-masing variabel bebas berhubungan positif atau negatif terhadap variabel terikat. Hasil pengujian analisis regresi linear berganda sebagai berikut :

Tabel 4. 11 : Uji Regresi Linear Berganda

Model	Unstandardized Coefficients
	B
(Constant)	6,683
Persepsi Manfaat (X1)	0,285
Kemudahan (X2)	0,333

Sumber :Hasil Pengolahan Data Primer, Maret 2024

Berdasarkan tabel 4.12 dapat diperoleh model regresi linear sebagai berikut:

$$Y = a + \beta_1.X_1 + \beta_2.X_2$$

$$Y = 6,683 + 0,285 X_1 + 0,333 X_2$$

Adapun persamaan regresi linear berganda di atas dijelaskan sebagai berikut:

1. Nilai konstanta di atas diketahui sebesar 6,683 yang berarti bahwa jika variabel persepsi kemudahan penggunaan (X1) dan variabel persepsi kegunaan (X2) dianggap konstan, sehingga minat menggunakan ShopeePay sebesar 6,683.
2. Koefisien regresi dari variabel persepsi manfaat penggunaan (X1), memiliki nilai yang positif yaitu sebesar 0,285 yang dapat diartikan bahwa setiap terjadi penambahan satu satuan variabel persepsi kemudahan akan dapat meningkatkan minat menggunakan ShopeePay sebesar 0,285 satuan.
3. Koefisien regresi dari variabel persepsi kemudahan (X2), memiliki nilai yang positif yaitu sebesar 0,333 yang dapat diartikan bahwa setiap terjadi penambahan satu satuan variabel kegunaan akan

meningkatkan minat menggunakan ShopeePay sebesar 0,333 satuan.

5. Uji Parsial (Uji T)

Uji t digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh antara variabel bebas (independen) terhadap variabel terikat (dependen) secara parsial (sendiri-sendiri). Dimana aturan yang digunakan untuk uji ini yaitu jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka H_1 diterima yang artinya ada pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen sedangkan jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka H_1 ditolak yang artinya tidak ada pengaruh dari variabel independen terhadap variabel dependen (Ghozali, 2011).

Tabel 4. 12 : Hasil Uji T

Model		Coefficient			t	Sig.
		Unstandardized Coefficients		Unstandardized Coefficients		
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constan)	6.683	1.935		3.454	.001
	PERSEPSI MANFAAT	.285	.112	.267	2.551	.012
	KEMUDAAN	.333	.116	.300	2.869	.005

a. Dependent Variabele: MINAT

Sumber : Hasil Pengolahan Data Primer, Maret 2024

Berdasarkan tabel 4.12 dapat diketahui bahwa hasil menunjukkan sebagai berikut:

- a. Variabel persepsi Manfaat penggunaan (X1) memiliki nilai t_{hitung} sebesar 2,551 > nilai t_{tabel} sebesar 1,984. Selain itu tingkat signifikansi sebesar $0,012 < 0,05$. Menunjukkan bahwa H_1 diterima dan H_0 ditolak, sehingga secara parsial variabel persepsi manfaat tidak pengaruh signifikan terhadap variabel minat menggunakan Shopee Pay.

- b. Variabel persepsi Kemudahan (X2) memiliki nilai t_{hitung} sebesar 2,869 > nilai t_{tabel} sebesar 1,984. Selain itu tingkat signifikansi sebesar $0,005 < 0,05$. Menunjukkan bahwa H_2 diterima dan H_0 ditolak, sehingga variabel Kemudahan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap variabel minat menggunakan aplikasi *Shopee Pay*.

C. Analisis dan Interpretasi (Pembahasan)

Tujuan penelitian ini yaitu untuk menguji pengaruh persepsi manfaat penggunaan dan persepsi kemudahan terhadap minat menggunakan *Shopee Pay* bagi mahasiswa FEB Unismuh Makassar. Pembahasan dari hasil pengujian yang dilakukan adalah sebagai berikut:

1. Pengaruh Persepsi manfaat terhadap minat penggunaan aplikasi *Shopee pay* bagi mahasiswa FEB Unismuh Makassar

Persepsi manfaat menunjukkan nilai t_{hitung} sebesar 2,551 > 1,984 dan nilai signifikan sebesar $0,012 < 0,05$. Maka, persepsi manfaat (X1) berpengaruh positif signifikan terhadap minat menggunakan *Shopee Pay* (Y). Berdasarkan hasil, maka logika H_2 yang menyatakan bahwa persepsi kegunaan berpengaruh positif terhadap minat menggunakan *Shopee Pay* terbukti atau diterima. Berarti mahasiswa FEB UNISMUH MAKASSAR telah menjadikan manfaat sebagai faktor penggunaan dalam memutuskan untuk menggunakan sesuatu. Mereka lebih menyaring segala informasi dan teknologi yang berkembang saat ini, serta cenderung memprioritaskan manfaat dibandingkan hal lainnya. Semakin banyak kegunaan yang didapatkan maka semakin tertarik akan minat mereka untuk menggunakan.

Hasil penelitian ini sejalan dengan Penelitian terdahulu (Hanifah *et al.*, 2022) kemanfaat berpengaruh signifikan terhadap minat penggunaan shopee *pay*. Peneliti (Alfiana *et al.*, 2022) variable kepercayaan, persepsi manfaat, promosi, fitur, hedonic motivation, dan gaya hidup berpengaruh secara simultan terhadap keputusan penggunaan shopee *pay*. Peneliti (Noor Anisa *et al.*, 2023) manfaat berpengaruh positif terhadap minat menggunakan pembayaran transaksi shopee *pay*. Peneliti (Nasional & Bojonegoro, 2023) persepsi manfaat berpengaruh positif terhadap keputusan konsumen dalam menggunakan shopee *pay*. Peneliti (Amany, 2022) persepsi manfaat berpengaruh secara persial maupun simultan terhadap keputusan penggunaan *e-wallet* shopeepay kota tengerang Selatan.

2. Pengaruh Persepsi Kemudahan terhadap minat penggunaan aplikasi Shopee *pay* bagi mahasiswa FEB Unismuh Makassar

Data yang telah diolah menunjukkan bahwa persepsi kemudahan penggunaan menghasilkan t_{hitung} sebesar $2,869 > 1,984$ dan nilai signifikansi sebesar $0,005 < 0,05$. Maka, persepsi kemudahan penggunaan (X1) berpengaruh positif signifikan terhadap minat menggunakan ShopeePay (Y).

Berdasarkan hasil pengujian, maka logika H_2 yang menyatakan bahwa persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh terhadap minat mahasiswa dalam menggunakan Shopee *pay* terbukti atau diterima. Maka, hal tersebut menyatakan berarti mahasiswa FEB UNISMUH MAKASSAR telah menjadikan kemudahan penggunaan sebagai faktor dalam memutuskan untuk menggunakan sesuatu. Berbagai kemudahan yang

dirawarkan *Shopee Pay* sebagai alat pembayaran non-tunai mempengaruhi keinginan masing-masing individu untuk memanfaatkan layanannya. Kesimpulan yang dapat diambil dari ini adalah semakin mudah suatu sistem di operasikan maka semakin mudah orang memahami. Sehingga semakin banyak seseorang menggunakan *e-money Shopee Pay* untuk transaksi pembayaran, dengan sistem informasi yang digunakan fleksibel untuk transaksi keuangan oleh pengguna. Sesuai dengan penjabaran *theory acceptance model* yang menjelaskan bahwa persepsi kemudahan akan membuat seseorang memiliki sikap terhadap suatu kegiatan yang dianggap dapat membuat orang tersebut tertarik dan akhirnya akan melakukan kegiatan secara aktual.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian terdahulu yang pernah dilakukan oleh (Ariqah *et al.*, 2023) yang menyatakan bahwa persepsi kemudahan memiliki pengaruh paling signifikan terhadap niat menggunakan *Shopee pay* di padang. Penelitian (Ariqah *et al.*, 2023) persepsi kemudahan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan *Shopee pay* sebagai metode pembayaran di Buleleng. Penelitian (Isnaini & Istiyanto, 2023) menyatakan kemudahan akses secara signifikan mempengaruhi keputusan penggunaan *shopee pay*. Penelitian (Handayani & Sulaeman, 2022) persepsi kemudahan berpengaruh secara persial maupun simultan terhadap keinginan untuk menggunakan Kembali dompet digital *Shopee pay*. Penelitian (Falah, 2021) persepsi kemudahan berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat menggunakan Kembali *shopee pay* di kota malang.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian pengaruh persepsi manfaat dan kemudahan terhadap minat menggunakan aplikasi *Shopee Pay* bagi mahasiswa FEB UNISMUH MAKASSAR yang telah dilakukan maka dapat disimpulkan bahwa:

1. Data yang telah diolah pada SPSS 27 menunjukkan bahwa Persepsi manfaat menunjukkan nilai t_{hitung} dan t_{Tabel} sebesar $2,551 > 1,984$ dan nilai signifikan sebesar $0,012 < 0,05$. Berdasarkan hasil analisis data maka, dapat disimpulkan persepsi manfaat (X1) berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan *ShopeePay* (Y). Hal ini menunjukkan bahwa, mahasiswa FEB UNISMUH MAKASSAR telah menjadikan manfaat sebagai faktor penggunaan dalam memutuskan untuk menggunakan sesuatu. Mereka lebih menyaring segala informasi dan teknologi yang berkembang saat ini, serta cenderung memprioritaskan manfaat dibandingkan hal lainnya
2. Data yang telah diolah SPSS 27 menunjukkan bahwa persepsi kemudahan penggunaan menghasilkan t_{hitung} dan t_{tabel} sebesar $2,869 > 1,984$ dan nilai signifikansi sebesar $0,005 < 0,05$. Maka, persepsi kemudahan penggunaan (X1) berpengaruh positif signifikan terhadap minat menggunakan *ShopeePay* (Y). Hal ini menunjukkan bahwa, semakin mudah suatu sistem dioperasikan maka semakin mudah orang memahami. Sehingga semakin banyak seseorang minat menggunakan e-money *Shopee Pay* untuk transaksi pembayaran.

B. Saran

Dari hasil penelitian diatas maka saran yang dapat peneliti berikan:

1. Bagi Perusahaan Shopee

Semoga penelitian ini dapat menjadi acuan bagi perusahaan dalam meningkatkan kualitas layanan yang berikan kepada masyarakat. Diharapkan bagi pengembang aplikasi dan layanan Shopee *Pay* untuk meningkatkan keamanan transaksi, dan menyediakan fitur-fitur tambahan yang memudahkan penggunan dalam menggunakannya. Hal ini juga untuk bertujuan untuk meningkatkan pemasaran yang lebih efektif untuk Shopee *Pay* dalam meningkatkan kesadaran pengguna terhadap aplikasi Shopee, dengan menyoroti manfaat dan kemudahan yang ditawarkan dapat mendorong pengguna untuk memilih Shopee *Pay* sebagai metode pembayaran utama.

2. Bagi Peneliti Lain

Peneliti berharap penelitian ini dapat menjadi bahan perbandingan dan acuan yang baik bagi peneliti selanjutnya. Bagi peneliti selanjutnya diharapkan dapat melakukan penelitian yang sejenis tetapi dengan variabel dan ruang lingkup yang berbeda dan memperluas atau menambah sampel penelitian serta observasi dilakukan secara langsung agar dapat mengetahui responden. Keterbatasan dalam penelitian ini yaitu variabel independen yang dipakai penelitian hanya menggunakan 2 variabel yaitu persepsi manfaat dan persepsi kemudahan dan keterbatasan lain dalam penelitian ini adalah hanya

dilakukan pada mahasiswa FEB UNISMUH MAKASSAR semester 1-8 dan sampel dalam penelitian juga hanya menggunakan 100 responden.



DAFTAR PUSTAKA

- Alfiana, C., Harmanto, S., & Anggrainie, N. (2022). Pengaruh Kepercayaan, Persepsi Manfaat, Promosi, Fitur, Hedonic Motivation, Dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Penggunaan Shopeepay. *YUME: Journal of Management*, 5(3), 238–253. <https://doi.org/10.2568/yum.v5i3.2710>
- Alvian, M. (2020). Struktur, Sejarah shopee. *Andrew's Disease of the Skin Clinical Dermatology.*, 48–62.
- Amany, I. A. D. (2022). Implementasi Citra Merek, Kepercayaan Konsumen, Persepsi Keamanan, Persepsi Kemudahan, Dan Persepsi Manfaat Terhadap Keputusan Penggunaan E-Wallet Shopeepay Di Kota Tangerang Selatan. *Implementasi Citra Merek, Kepercayaan Konsumen, Persepsi Keamanan, Persepsi Kemudahan, Dan Persepsi Manfaat Terhadap Keputusan Penggunaan E-Wallet Shopeepay Di Kota Tangerang Selatan*, 16(November), 38–54.
- Ardianto, K., & Azizah, N. (2021). Analisis Minat Penggunaan Dompot Digital Dengan Pendekatan Technology Acceptance Model (TAM) Pada Pengguna di Kota Surabaya. *Jurnal Pengembangan Wiraswasta*, 23(1), 13. <https://doi.org/10.33370/jpw.v23i1.511>
- Ariqah, H. A., Meuthia, R. F., & Djefris, D. (2023). Pengaruh Perceived usefulness, Perceived ease of use dan Perceived of risks Terhadap Minat Penggunaan ShopeePay di Kota Padang (Studi Kasus Pada Mahasiswa Politeknik Negeri Padang). *Jurnal Akuntansi, Bisnis Dan Ekonomi Indonesia (JABEI)*, 2(1), 184–193. <https://akuntansi.pnp.ac.id/jabei/index.php/jabei/article/view/85>
- Aulia, N., & Suryanawa, I. K. (2019). Pengaruh Persepsi Kegunaan dan Kemudahan Penggunaan Pada Minat Penggunaan Quick Response Code dalam Transaksi Keuangan. *E-Jurnal Akuntansi*, 28(3), 1749. <https://doi.org/10.24843/eja.2019.v28.i03.p08>
- Ernawati, N., & Noersanti, L. (2020). Jurnal Manajemen STEI Pengaruh Persepsi Manfaat, Kemudahan Penggunaan dan Kepercayaan terhadap Minat Penggunaan pada Aplikasi OVO. *Jurnal Manajemen STEI*, 3 (2)(02), 2442–4080. www.bi.go.id/id/statistik
- Falah, M. N. (2021). Pengaruh Persepsi Kemudahan, Persepsi Kepercayaan, Dan Persepsi Risiko Terhadap Minat Menggunakan Kembali Shopeepay Di Kota Malang Saat Pandemi Covid- 19. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB*, 9(2), 1–18. <https://jimfeb.ub.ac.id/index.php/jimfeb/article/view/7272>
- Handayani, R., & Sulaeman, E. (2022). Pengaruh Persepsi Kemudahan dan Promosi Cashback Terhadap Minat Menggunakan Kembali Dompot Digital ShopeePay. *YUME: Journal of Management*, 5(3), 81–92. <https://doi.org/10.37531/yume.vxix.4749>
- 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. <https://doi.org/10.36987/ecobi.v9i2.2711>

- Isnaini, W. I., & Istiyanto, B. (2023). Analisis Kemudahan Akses, Fitur Aplikasi, dan Strategi Promosi Terhadap Keputusan Penggunaan ShopeePay. *MRI : Jurnal Manajemen Riset Inovasi*, 1(2), 239–256.
- Kumalasari, S. (2022). *Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan Dan Persepsi Kegunaan Terhadap Minat Menggunakan ShopeePay Bagi Mahasiswa PBS UIN RMS Surakarta*.
- Kusumawardhany, S. S., Yunita Kurnia Shanti, Khoirunnisa Azzahra, Baiq Fitri Arianti, & Anggun Putri Romadhina. (2021). Penerapan Literasi Keuangan Dalam Memahami Financial Technology. *SULUH: Jurnal Abdimas*, 2(2), 151–160. <https://doi.org/10.35814/suluh.v2i2.1544>
- Latief, F., Idris, M., & Dirwan. (2021). Determinan Minat Penggunaan E-Wallet ShopeePay. *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, Dan Akuntansi)*, 5(3), 157–166. <https://drive.google.com/file/d/1v6Rt-9RzxF-5Wdd6mXe7a4eydFtBMaf8/view>
- Lestari, S., Handayani, N. U., & Mahacandra, M. (2021). *Pengaruh Penggunaan ShopeePay Dan Shopee Paylater Fitur Pada Keputusan Pembelian Pengguna Shopee Selama Covid-19 Abstrak Machine Translated By Google*. 16(4), 242–248.
- Manurung, R. A., & Silalahi, P. R. (2022). Pengaruh Penggunaan Dompot Digital Terhadap Mental Accounting pada Remaja di Kota Medan. *Jurnal Ilmu Komputer, Ekonomi Dan Manajemen (JIKEM)*, 2(1), 130–141.
- Mujahidin, A. (2020). Pengaruh Fintech e-wallet Terhadap Perilaku Konsumtif Pada Generasi Millennial. *Inovbiz: Jurnal Inovasi Bisnis*, 8(2), 143. <https://doi.org/10.35314/inovbiz.v8i2.1513>
- Nasional, S., & Bojonegoro, I. P. (2023). *Prosiding*. 1.
- Nasution, M. D. M., & Al, N. et. (2023). *Machine Translated By Google Kenyamanan Intervensi Penggunaan Uang Elektronik (ShopeePay) Dengan Sikap Konsumen Sebagai Variabel Intervening Machine Translated By Google*. 12(01), 765–777.
- Noor Anisa, W., Anggi Rimadhani, N., Hidayati, K., & Astuti, Y. (2023). Pengaruh Persepsi Kemudahan, Manfaat Dan Kepercayaan Terhadap Minat Penggunaan ShopeePay Sebagai Sarana Transaksi Pembayaran. *Jurnal Ilmu Berkala*, 12(1), 89–99.
- Nuzulia, A. (1967). 濟無No Title No Title No Title. *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952., 5–24.
- Pebriantje, D., & Sulaeman, E. (2023). Pengaruh Persepsi Resiko dan Kepercayaan Konsumen terhadap Minat Menggunakan Dompot Digital ShopeePay. *Economic and Digital Business Review*, 4(1), 91–98.
- Permatasari, S. V., & Ratna Yunita, M.A. (2023). Pengaruh Persepsi Manfaat dan Spiritual Marketing Terhadap Minat Menggunakan Ulang E-Wallet ShopeePay di Kota Madiun. *Al-Iqtishod : Jurnal Ekonomi Syariah*, 5(1), 66–

87. <https://doi.org/10.51339/iqtis.v5i1.800>
- Prena, G. Das, & Mulyana, R. K. (2020). Faktor-faktor Pendukung Pencegahan Fraud pada Bank Perkreditan Rakyat. *Jurnal Ilmiah Akuntansi*, 5(1), 84–105. <https://doi.org/10.23887/jia.v5i1.24275>
- Ramadaey Bangsa. (2023). The Effect of Perceived Benefits and Ease of Use on the Decision to Use ShopeePAY QRIS on Digital Business Students of Ngudi Waluyo University. *Manajemen Dan Akuntansi*, 3(1), 62–67. <http://jibaku.unw.ac.id>
- Ramdani, D., Supriatna, E., & Yuliani, W. (2023). Validitas Dan Reliabilitas Angket Kematangan Emosi. *FOKUS (Kajian Bimbingan & Konseling Dalam Pendidikan)*, 6(3), 232. <https://doi.org/10.22460/fokus.v6i3.10869>
- Risiko, P., Minat, T., & Ziswaf, M. (2023). *No Title*.
- Saraswati, A. (2016). *Teori Minat Menurut Para Ahli*. 1–23.
- Sari, P. I., Dona, F., & Burhanudin. (2023). Pengaruh Persepsi Kemudahan dan Persepsi Manfaat Terhadap Minat Menggunakan E-wallet ShopeePAY (Studi Kasus Pada Karyawan PT Sarana Utama Adimandiri). *Journal of Social Science Research*, 3.
- Soelistya, D., & Agustina, H. A. (2018). ANALISIS TEKNOLOGI INFORMASI MOBILE BANKING DAN PERSEPSI RISIKO TRANSAKSI TERHADAP KEPUASAN NASABAH (Studi Kasus Bank Mandiri Syariah Cabang Jemur Handayani Surabaya). *Accounting and Management Journal*, 1(2), 89–100. <https://doi.org/10.33086/amj.v1i2.77>
- Susanti, A. P. G., & Susanti, S. (2021). the Influence of Financial Literation, Service Features, and Easy of Use on Using E-Money. *Jae (Jurnal Akuntansi Dan Ekonomi)*, 6(2), 27–37. <https://doi.org/10.29407/jae.v6i2.15921>
- Syukriyyah, S., & Karyaningsih, K. (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*, 3(1), 263–287. <https://doi.org/10.47467/manageria.v3i2.2329>
- Tumpal Manik. (2019). Analisis Pengaruh Transaksi Digitalisasi Uang Elektronik Terhadap Cashless Society Dan Infrastruktur Uang Elektronik Sebagai Variabel Pemoderasi. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Finansial Indonesia*, 2(2), 27–40. <https://doi.org/10.31629/jiafi.v2i2.1714>
- Wardani, R. P., Mawarni, N. L. C., Sucilestari, N. M. N., Andiniswari, A. A. I. R., & Susanto, P. C. (2022). Sikap Generasi Z Terhadap Eksistensi Kedai Kopi Lokal Dan Ininternasional Riset Perilaku Konsumen Berbasis Visual. *Ekonomi Dan Pariwisata*, 17(1), 7.
- Wicaksana, A., & Rachman, T. (2023). Analisis Pengaruh Kemudahan, Kegunaan dan Tingkat Resiko Terhadap Keputusan Masyarakat Sukoharjo Menggunakan ShopeePAY. *Journal of Students Islamic and Business*, 3(1), 10–27.

[Statistika Penelitian Menggunakan Spss \(Uji Validitas, Uji Reliabilitas ... - Budi Darma - Google Buku](#)

[Uji Hipotesis: Pengertian, Metode, Dan Contoh \(Geospasialis.Com\)](#)





Lampiran 1 : KUESIONER PENELITIAN

Assalamu'alaikum Wr.Wb.

Perkenalkan saya Rismawati, mahasiswa dari Fakultas Ekonmi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar.

Saat ini sedang melakukan penelitian berjudul "PENGARUH PERSEPSI MANFAAT DAN KEMUDAHAN TERHADAP MINAT MENGGUNAKAN APLIKASIH SHOPEE PAY BAGI MAHASISWA FEB UNISMUH MAKASSAR". Oleh karena itu, saya mohon kesediaan saudara/i untuk meluangkan waktu dan mengisi kuesioner ini dengan tepat dan teliti. Atas ketersediaan dan partisipasinya saya ucapkan terimakasih.

Wassalamualaikum Wr.Wb.

Hormat saya,

Rismawati



A. Identitas Responden

Mohon untuk memberikan tanda (X) pada setiap pernyataan yang anda pilih.

Nama Lengkap :

NIM :

Jurusan :

Semester :

Apakah anda menggunakan aplikasi Shopee?

- a. Iya
- b. Tidak

Apakah anda menggunakan *Shopeepay* ?

- a. Iya
- b. Tidak

Petunjuk Pengisian :

1. Kuesioner ini semata-mata hanya untuk kebutuhan akademik
2. Baca dan Jawablah pertanyaan secara teliti dan jujur
3. Kerahasiaan data dan jawaban akan dijaga IDENTITAS DAN PETUNJUK
4. Berilah tanda (√) pada pilihan yang telah disediakan dalam setiap pertanyaan
5. Terima kasih atas waktu dan perhatiannya

Keterangan Jawaban:

- a. Sangat Setuju (SS) = 5
- b. Setuju (S) = 4
- c. Netral (N) = 3
- d. Tidak Setuju (TS) = 2
- e. Sangat tidak Setuju (STS) = 1

B. Pertanyaan

NO	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
Persepsi Manfaat						
1	Menurut saya proses transaksi pembayaran menggunakan e-wallet Shopee Pay lebih cepat dan tepat dari uang tunai					
2	Menurut saya transaksi menggunakan e-wallet Shopee Pay lebih efisien dari pada menggunakan uang tunai					
3	Menurut saya penggunaan e-wallet Shopee Pay lebih praktis dari pada uang tunai					
4	Menurut saya penggunaan e-wallet Shopee Pay dapat meminimalisir kesalahan pengembalian dalam bertransaksi					
Persepsi Kemudahan						
1	Menurut Saya E-wallet Shopee Pay mudah digunakan dalam bertransaksi.					
2	Menurut Saya penggunaan e-wallet Shopee Pay mudah dipahami					

3	Menurut Saya <i>e-wallet</i> Shopee <i>Pay</i> sebagai alternatif pengganti uang tunai mudah dibawa kemana-mana					
4	Menurut Saya penggunaan Shopee <i>Pay</i> lebih fleksibel dari pada uang tunai					
Minat Menggunakan						
1	Menurut saya dengan adanya promosi yang menarik membuat saya berminat menggunakan <i>e-wallet</i> Shopee <i>Pay</i>					
2	Saya berminat menggunakan fitur <i>e-wallet</i> Shopee <i>Pay</i> karena kemudahan penggunaannya					
3	Menurut saya kemanfaatan yang ada dalam <i>e-wallet</i> Shopee <i>Pay</i> membuat saya berminat untuk menggunakan					
4	Saya berminat menggunakan <i>e-wallet</i> Shopee <i>Pay</i> karena efektif dan efisien dimasa yang akan datang					

Lampiran 2 : Data Deskriptif Karakteristik

JURUSAN	SEMESTER	Apakah anda menggunakan aplikasi Shopee?	Apakah anda menggunakan Shopeepay ?
Akuntansi	7	IYA	IYA
Akuntansi	7	IYA	IYA
Manajemen	8	IYA	IYA
Akuntansi	7	IYA	IYA
MANAJEMEN	8	IYA	IYA
Akuntansi	8	IYA	IYA
Manajemen	7	IYA	IYA
Manajemen	8	IYA	IYA
Manajemen	2	IYA	IYA
Manajemen	2	IYA	IYA
Akuntansi	2	IYA	IYA
Manajemen	6	IYA	IYA
Manajemen	4	IYA	IYA
Manajemen	2	IYA	IYA
Manajemen	2	IYA	IYA
Akuntansi	1	IYA	IYA
Manajemen	2	IYA	IYA
Manajemen	2	IYA	IYA
Akuntansi	2	IYA	IYA
Manajemen	4	IYA	IYA
Manajemen	2	IYA	IYA
Akuntansi	2	IYA	IYA
Manajemen	6	IYA	IYA
Manajemen	8	IYA	IYA
Akuntansi	6	IYA	IYA
Manajemen	6	IYA	IYA
Manajemen	6	IYA	IYA
AKUNTANSI	2	IYA	IYA
Manajemen	6	IYA	IYA
Manajemen	2	IYA	IYA
Manajemen	4	IYA	IYA
Akuntansi	2	IYA	IYA
Akuntansi	4	IYA	IYA
Akuntansi	8	IYA	IYA
Akuntansi	7	IYA	IYA
Manajemen	7	IYA	IYA
Akuntansi	2	IYA	IYA
Manajemen	2	IYA	IYA
Ekonomi pembangunan	4	IYA	IYA
Akuntansi	7	IYA	IYA
Akuntansi	8	IYA	IYA
Manajemen	2	IYA	IYA
Akuntansi	4	IYA	IYA

Manajemen	2	IYA	IYA
Akuntansi	8	IYA	IYA
Akuntansi	8	IYA	IYA
Akuntansi	6	IYA	IYA
Manajemen	6	IYA	IYA
Ekonomi pembangunan	6	IYA	IYA
Akuntansi	8	IYA	IYA
Akuntansi	8	IYA	IYA
Akuntansi	7	IYA	IYA
Akuntansi	7	IYA	IYA
Akuntansi	8	IYA	IYA
Manajemen	2	IYA	IYA
Akuntansi	8	IYA	IYA
Akuntansi	6	IYA	IYA
MANAJEMEN	7	IYA	IYA
Manajemen	IV	IYA	IYA
Akuntansi	8	IYA	IYA
Akuntansi	8	IYA	IYA
Akuntansi	8	IYA	IYA
Akuntansi	8	IYA	IYA
Akuntansi	7	IYA	IYA
Manajemen	8	IYA	IYA
Ekonomi Pembangunan	8	IYA	IYA
Akuntansi	8	IYA	IYA
Manajemen	4	IYA	IYA
Akuntansi	8	IYA	IYA
Akuntansi	8	IYA	IYA
Manajemen	4	IYA	IYA
Ekonomi pembangunan	2	IYA	IYA
Akuntansi	6	IYA	IYA
Akuntansi	2	IYA	IYA
Manajemen	2	IYA	IYA
Akuntansi	7	IYA	IYA
Manajemen	4	IYA	IYA
Manajemen	6	IYA	IYA
Akuntansi	7	IYA	IYA
Akuntansi	2	IYA	IYA
Manajemen	2	IYA	IYA
Manajemen	1	IYA	IYA
Manajemen	4	IYA	IYA
AKUNTANSI	2	IYA	IYA
Manajemen	2	IYA	IYA
Akuntansi	6	IYA	IYA
Akuntansi	4	IYA	IYA
Manajemen	8	IYA	IYA

D-III Perpajakan	2	IYA	IYA
Manajemen	4	IYA	IYA
Manajemen	2	IYA	IYA
Akuntansi	4	IYA	IYA
Akuntansi	4	IYA	IYA
Manajemen	8	IYA	IYA
Manajeme	8	IYA	IYA
Manajemen	4	IYA	IYA
Manajemen	2	IYA	IYA
Manajemen	8	IYA	IYA
Manajemen	8	IYA	IYA
EKONOMI PEMBAGUNAN	4	IYA	IYA

Lampiran 3 : Presentase Karakteristik

Jurusan

Prodi/Jurusan	Frekuensi	Persentase
Manajemen	47	47%
Akuntansi	46	46%
Ekonomi Pembangunan	4	4%
D3 Perpajakan	2	2%
Ekonomi Islam	1	1%
Total	100	100%

Semester

Semester	Responden	Persentase
II	32	32%
IV	17	17%
VI	13	13%
VIII	38	38%
Total	100	100%

Janis layanan yang digunakan

Jenis Layanan	Responden	Persentase
Pengguna Shopee Pay	100	100%
Total	100	100%

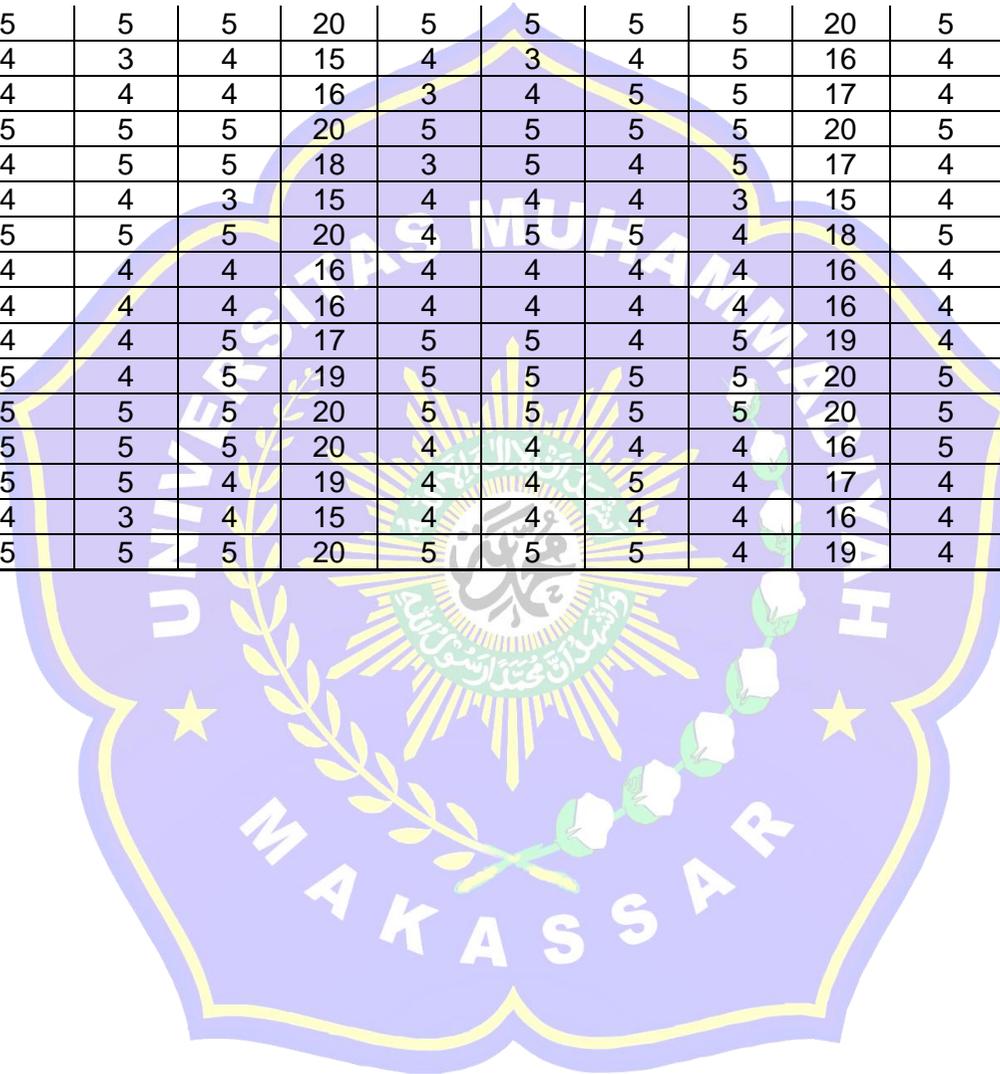
Lampiran 4 :Data Tabulasi Persepsi Manfaat, Kemudahan dan Minat

Daftar Responden	MANFAAT					KEMUDAHAN					MINAT				
	Q1X1	Q2X1	Q3X1	Q4X1	X1	Q1X2	Q2X2	Q3X2	Q4X2	X2	Q1Y	Q2Y	Q3Y	Q4Y	Y
R1	5	5	5	4	19	5	5	5	5	20	4	5	5	5	19
R2	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20
R3	5	4	5	5	19	4	4	5	4	17	4	4	4	5	17
R4	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20
R5	5	4	5	5	19	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16
R6	5	5	5	4	19	5	5	5	4	19	5	5	5	5	20
R7	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16
R8	5	5	4	4	18	3	5	3	5	16	5	5	5	5	20
R9	3	3	5	5	16	5	5	5	5	20	4	4	4	4	16
R10	4	4	4	4	16	5	5	5	5	20	4	5	5	5	19
R11	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20
R12	4	4	4	3	15	4	4	4	5	17	4	4	4	4	16
R13	4	5	4	4	17	4	4	5	4	17	5	4	4	5	18
R14	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16	5	4	4	5	18
R15	5	4	4	4	17	4	5	4	5	18	4	3	3	3	13
R16	4	4	5	5	18	5	5	5	4	19	5	5	5	4	19
R17	5	4	4	5	18	4	5	4	3	16	5	5	4	5	19
R18	4	3	4	5	16	4	4	5	4	17	4	4	4	4	16
R19	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20
R20	5	5	5	4	19	4	4	4	5	17	4	4	4	4	16
R21	5	5	4	5	19	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20
R22	5	4	5	3	17	5	4	4	5	18	5	5	5	5	20
R23	5	4	5	4	18	5	5	5	5	20	4	4	4	5	17
R24	5	5	5	5	20	4	4	5	4	17	5	4	5	4	18

R25	4	5	4	5	18	4	4	5	5	18	4	4	4	4	16
R26	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20	4	4	4	4	16
R27	4	4	4	5	17	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16
R28	5	3	3	5	16	4	4	4	4	16	5	4	4	4	17
R29	5	4	5	5	19	5	4	5	5	19	5	5	5	5	20
R30	4	4	4	3	15	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16
R31	4	4	4	3	15	4	3	4	4	15	4	3	3	4	14
R32	5	4	5	3	17	3	5	5	5	18	3	3	3	4	13
R33	4	4	5	4	17	4	4	5	5	18	5	5	4	4	18
R34	4	4	4	4	16	4	4	4	5	17	4	4	4	4	16
R35	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20
R36	4	5	4	5	18	4	4	4	4	16	3	4	4	4	15
R37	5	5	4	4	18	5	5	5	3	18	4	5	4	4	17
R38	3	5	3	5	16	5	5	5	3	18	5	5	5	5	20
R39	4	4	4	4	16	4	4	5	3	16	3	4	4	3	14
R40	5	4	4	4	17	5	5	5	5	20	4	4	4	4	16
R41	4	4	4	4	16	4	4	5	5	18	4	5	4	4	17
R42	3	4	5	5	17	4	4	4	4	16	5	5	4	4	18
R43	4	4	4	4	16	4	4	5	5	18	5	4	4	5	18
R44	5	4	5	4	18	5	5	5	4	19	4	4	4	4	16
R45	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16
R46	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20
R47	5	5	5	4	19	4	5	4	5	18	4	4	4	5	17
R48	5	4	4	3	16	5	4	4	5	18	4	5	5	4	18
R49	5	5	5	5	20	4	5	5	5	19	4	5	5	4	18
R50	4	4	4	4	16	5	4	5	4	18	5	5	5	5	20
R51	5	4	4	4	17	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16
R52	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16	5	5	5	5	20
R53	4	4	4	5	17	4	5	4	4	17	5	4	4	4	17
R54	4	4	4	3	15	4	5	5	4	18	5	4	4	4	17

R55	5	4	5	4	18	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20
R56	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16
R57	5	4	5	5	19	4	5	4	5	18	4	4	4	4	16
R58	5	3	4	4	16	5	5	4	4	18	3	5	4	5	17
R59	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16
R60	5	5	4	4	18	4	4	4	4	16	4	5	5	4	18
R61	5	4	5	5	19	5	5	4	3	17	4	5	5	5	19
R62	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16	5	5	5	5	20
R63	5	5	5	5	20	5	5	5	4	19	5	5	5	5	20
R64	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16	4	4	4	5	17
R65	4	5	4	5	18	5	5	5	5	20	4	4	4	4	16
R66	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16
R67	4	4	5	4	17	4	4	5	5	18	4	5	5	5	19
R68	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20
R69	4	3	4	5	16	4	4	4	5	17	5	5	4	5	19
R70	5	4	5	5	19	5	5	5	4	19	5	5	5	4	19
R71	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16	5	5	5	5	20
R72	5	4	5	5	19	4	4	4	4	16	4	4	4	5	17
R73	5	4	4	4	17	4	4	4	4	16	5	3	4	4	16
R74	5	5	5	3	18	5	3	5	3	16	3	4	5	5	17
R75	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16	5	5	4	5	19
R76	5	4	3	3	15	5	5	4	5	19	4	4	4	3	15
R77	4	4	4	3	15	4	3	5	5	17	5	3	5	5	18
R78	4	4	4	4	16	3	4	5	4	16	4	4	4	4	16
R79	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16
R80	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20	5	5	4	5	19
R81	5	5	5	5	20	4	4	5	3	16	5	5	3	4	17
R82	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16
R83	4	3	5	5	17	5	5	5	5	20	5	5	3	4	17
R84	5	5	4	4	18	5	5	5	5	20	4	5	5	5	19

R85	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20
R86	4	4	3	4	15	4	3	4	5	16	4	4	4	4	16
R87	4	4	4	4	16	3	4	5	5	17	4	5	5	4	18
R88	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20
R89	4	4	5	5	18	3	5	4	5	17	4	5	4	4	17
R90	4	4	4	3	15	4	4	4	3	15	4	4	4	4	16
R91	5	5	5	5	20	4	5	5	4	18	5	3	5	5	18
R92	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16
R93	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16
R94	4	4	4	5	17	5	5	4	5	19	4	4	4	4	16
R95	5	5	4	5	19	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20
R96	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20
R97	5	5	5	5	20	4	4	4	4	16	5	4	4	4	17
R98	5	5	5	4	19	4	4	5	4	17	4	4	4	4	16
R99	4	4	3	4	15	4	4	4	4	16	4	4	4	5	17
R100	5	5	5	5	20	5	5	5	4	19	4	4	5	5	18



Lampiran 5 : Output Uji Validitas dan Reabilitas Persepsi Manfaat

1. Output Uji Validitas Variabel Persepsi manfaat

		Correlations				
		MANFAA T P 1	MANFAA T P 2	MANFAA T P 3	MANFAA T P 4	TOTA L
MANFAA T P 1	Pearson Correlation	1	.447**	.460**	.158	.707**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.117	.000
	N	100	100	100	100	100
MANFAA T P 2	Pearson Correlation	.447**	1	.338**	.239*	.703**
	Sig. (2-tailed)	.000		.001	.017	.000
	N	100	100	100	100	100
MANFAA T P 3	Pearson Correlation	.460**	.338**	1	.366**	.761**
	Sig. (2-tailed)	.000	.001		.000	.000
	N	100	100	100	100	100
MANFAA T P 4	Pearson Correlation	.158	.239*	.366**	1	.657**
	Sig. (2-tailed)	.117	.017	.000		.000
	N	100	100	100	100	100
TOTAL	Pearson Correlation	.707**	.703**	.761**	.657**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

2. Output Uji Reabilitas Variabel Persepsi Manfaat

Reliability Statistics		
Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.660	.668	4

Lampiran 6 :Output Uji Validitas dan Reabilitas Kemudahan

1. Output Uji Validitas Variabel Kemudahan

		Correlations				
		KEMUDA HAN P 1	KEMUDA HAN P 2	KEMUDA HAN P 3	KEMUDA HAN P 4	TOTA L
KEMUDAH AN P 1	Pearson Correlation	1	.501**	.464**	.176	.750**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.080	.000
	N	100	100	100	100	100
KEMUDAH AN P 2	Pearson Correlation	.501**	1	.344**	.296**	.757**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.003	.000
	N	100	100	100	100	100
KEMUDAH AN P 3	Pearson Correlation	.464**	.344**	1	.205*	.689**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.041	.000
	N	100	100	100	100	100
KEMUDAH AN P 4	Pearson Correlation	.176	.296**	.205*	1	.624**
	Sig. (2-tailed)	.080	.003	.041		.000
	N	100	100	100	100	100
TOTAL	Pearson Correlation	.750**	.757**	.689**	.624**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

2. Output Uji Reabilitas Variabel Kemudahan

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.657	.664	4

Lampiran 7 :Output Uji Validitas dan Reabilitas Minat Menggunakan

1. Output Uji Validitas Variabel Minat Menggunakan

		Correlations				
		MINAT P 1	MINAT P 2	MINAT P 3	MINAT P 4	TOTAL
MINAT P 1	Pearson Correlation	1	.413**	.385**	.443**	.722**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100
MINAT P 2	Pearson Correlation	.413**	1	.568**	.447**	.787**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100
MINAT P 3	Pearson Correlation	.385**	.568**	1	.584**	.813**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100	100
MINAT P 4	Pearson Correlation	.443**	.447**	.584**	1	.788**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100	100
TOTAL	Pearson Correlation	.722**	.787**	.813**	.788**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

2. Output Uji Reabilitas Variabel Minat Menggunakan

Reliability Statistics		
Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.781	.782	4

Lampiran 8: Output Uji Asumsi Klasik

1. Output Uji Normalitas Secara Statistik

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual	
N		100	
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000	
	Std. Deviation	1.56168001	
Most Extreme Differences	Absolute	.081	
	Positive	.063	
	Negative	-.081	
Test Statistic		.081	
Asymp. Sig. (2-tailed) ^c		.099	
Monte Carlo Sig. (2-tailed) ^d	Sig.	.102	
	99% Confidence Interval	Lower Bound	.094
		Upper Bound	.110

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. Lilliefors' method based on 10000 Monte Carlo samples with starting seed 2000000.



2. Output Uji Multikolinearitas

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	6.683	1.935		3.454	.001		
	PERSEPSI MANFAAT	.285	.112	.267	2.551	.012	.711	1.407
	KEMUDAHAN	.333	.116	.300	2.869	.005	.711	1.407

a. Dependent Variable: MINAT

3. Output Uji Heteroskedastisitas

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.222	1.153		1.059	.292
	PERSEPSI MANFAAT	-.086	.067	-.155	-1.299	.197
	KEMUDAHAN	.087	.069	.149	1.252	.213

a. Dependent Variable: Abs_Res

Lampiran 9 :Output Uji Ketetapan Model

1. Output Uji Simultan (Uji F)

		ANOVA ^a				
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	79.194	2	39.597	15.908	.000 ^b
	Residual	241.446	97	2.489		
	Total	320.640	99			

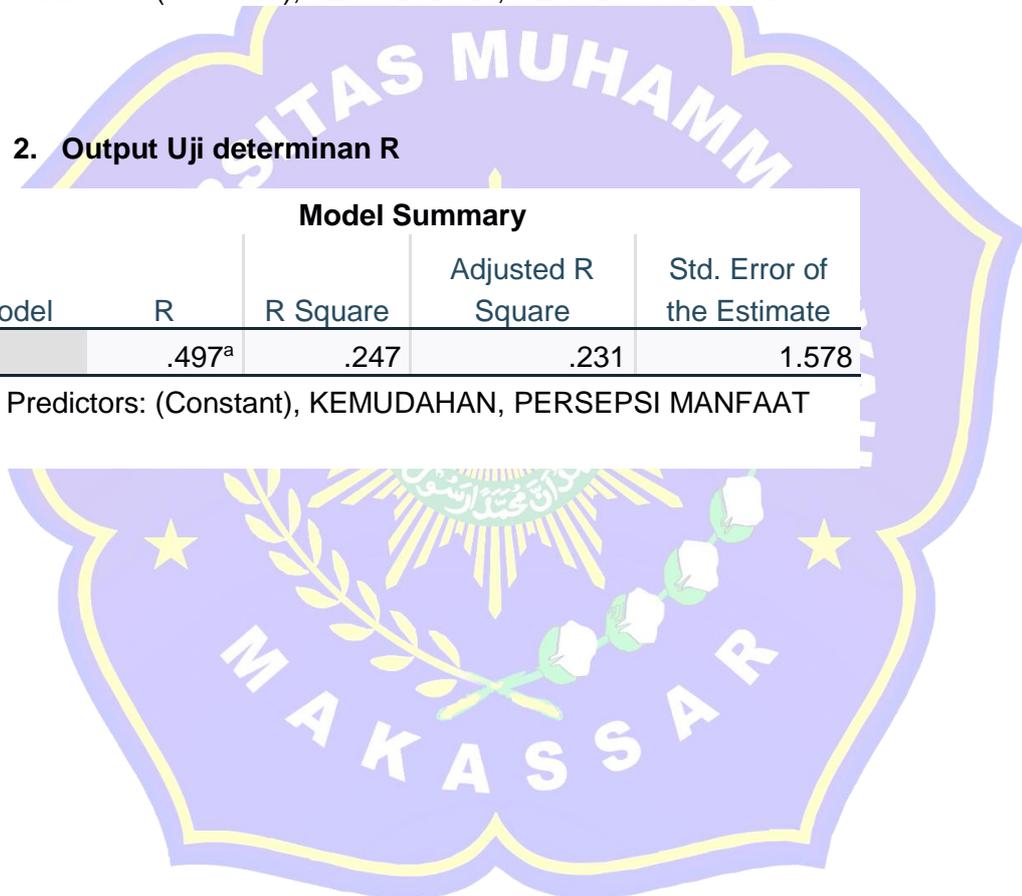
a. Dependent Variable: MINAT

b. Predictors: (Constant), KEMUDAHAN, PERSEPSI MANFAAT

2. Output Uji determinan R

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.497 ^a	.247	.231	1.578

a. Predictors: (Constant), KEMUDAHAN, PERSEPSI MANFAAT



Lampiran 10 : Output Uji regresi linear berganda

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	6.683	1.935		3.454	.001
	PERSEPSI MANFAAT	.285	.112	.267	2.551	.012
	KEMUDAHAN	.333	.116	.300	2.869	.005

a. Dependent Variable: MINAT

Lampiran 11 : Output Uji T

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	6.683	1.935		3.454	.001
	PERSEPSI MANFAAT	.285	.112	.267	2.551	.012
	KEMUDAHAN	.333	.116	.300	2.869	.005

a. Dependent Variable: MINAT

Lampiran 12: R table pada uji Validitas

Tabel r untuk df = 51 - 100					
df = (N-2)	Tingkat signifikansi untuk uji satu arah				
	0.05	0.025	0.01	0.005	0.0005
	Tingkat signifikansi untuk uji dua arah				
	0.1	0.05	0.02	0.01	0.001
51	0.2284	0.2106	0.3188	0.3509	0.4393
52	0.2262	0.2081	0.3158	0.3477	0.4354
53	0.2241	0.2056	0.3129	0.3445	0.4317
54	0.2221	0.2032	0.3102	0.3415	0.4280
55	0.2201	0.2009	0.3074	0.3385	0.4244
56	0.2181	0.1986	0.3048	0.3357	0.4210
57	0.2162	0.1964	0.3022	0.3328	0.4176
58	0.2144	0.1942	0.2997	0.3301	0.4143
59	0.2126	0.1921	0.2972	0.3274	0.4110
60	0.2108	0.1900	0.2948	0.3248	0.4079
61	0.2091	0.1880	0.2925	0.3223	0.4048
62	0.2075	0.1861	0.2902	0.3198	0.4018
63	0.2058	0.1841	0.2880	0.3173	0.3988
64	0.2042	0.1823	0.2858	0.3150	0.3959
65	0.2027	0.1804	0.2837	0.3126	0.3931
66	0.2012	0.1787	0.2816	0.3104	0.3903
67	0.1997	0.1769	0.2796	0.3081	0.3876
68	0.1982	0.1752	0.2776	0.3060	0.3850
69	0.1968	0.1735	0.2756	0.3038	0.3823
70	0.1954	0.1719	0.2737	0.3017	0.3798
71	0.1940	0.1703	0.2718	0.2997	0.3773
72	0.1927	0.1687	0.2700	0.2977	0.3748
73	0.1914	0.1672	0.2682	0.2957	0.3724
74	0.1901	0.1657	0.2664	0.2938	0.3701
75	0.1888	0.1642	0.2647	0.2919	0.3678
76	0.1876	0.1627	0.2630	0.2900	0.3655
77	0.1864	0.1613	0.2613	0.2882	0.3633
78	0.1852	0.1599	0.2597	0.2864	0.3611
79	0.1841	0.1585	0.2581	0.2847	0.3589
80	0.1829	0.1572	0.2565	0.2830	0.3568
81	0.1818	0.1559	0.2550	0.2813	0.3547
82	0.1807	0.1546	0.2535	0.2796	0.3527
83	0.1796	0.1533	0.2520	0.2780	0.3507
84	0.1786	0.1520	0.2505	0.2764	0.3487
85	0.1775	0.1508	0.2491	0.2748	0.3468
86	0.1765	0.1496	0.2477	0.2732	0.3449
87	0.1755	0.1484	0.2463	0.2717	0.3430
88	0.1745	0.1472	0.2449	0.2702	0.3412
89	0.1735	0.1461	0.2435	0.2687	0.3393
90	0.1726	0.1450	0.2422	0.2673	0.3375
91	0.1716	0.1439	0.2409	0.2659	0.3358
92	0.1707	0.1428	0.2396	0.2645	0.3341
93	0.1698	0.1417	0.2384	0.2631	0.3323
94	0.1689	0.1406	0.2371	0.2617	0.3307
95	0.1680	0.1396	0.2359	0.2604	0.3290
96	0.1671	0.1386	0.2347	0.2591	0.3274
97	0.1663	0.1375	0.2335	0.2578	0.3258
98	0.1654	0.1365	0.2324	0.2565	0.3242
99	0.1646	0.1356	0.2312	0.2552	0.3226
100	0.1638	0.1346	0.2301	0.2540	0.3211

Df : (N-2)

N=100-2 =97 Dengan tingkat signifikansi 0,05 (5%)

Lampiran 14 : Nilai T tabel_uji t

Titik Persentase Distribusi t (df = 81 –120)

Pr df	0.25 0.50	0.10 0.20	0.05 0.10	0.025 0.050	0.01 0.02	0.005 0.010	0.001 0.002
81	0.67753	1.29209	1.66388	1.9839	2.37327	2.63790	3.19392
82	0.67749	1.29196	1.66365	1.9832	2.37269	2.63712	3.19262
83	0.67746	1.29183	1.66342	1.98396	2.37212	2.63637	3.19135
84	0.67742	1.29171	1.66320	1.98361	2.37156	2.63563	3.19011
85	0.67739	1.29159	1.66298	1.98327	2.37102	2.63491	3.18890
86	0.67735	1.29147	1.66277	1.98393	2.37049	2.63421	3.18772
87	0.67732	1.29136	1.66256	1.98331	2.36998	2.63353	3.18657
88	0.67729	1.29125	1.66235	1.98329	2.36947	2.63286	3.18544
89	0.67726	1.29114	1.66216	1.98398	2.36898	2.63220	3.18434
90	0.67723	1.29103	1.66196	1.98337	2.36850	2.63157	3.18327
91	0.67720	1.29092	1.66177	1.98338	2.36803	2.63094	3.18222
92	0.67717	1.29082	1.66159	1.98399	2.36757	2.63033	3.18119
93	0.67714	1.29072	1.66140	1.98350	2.36712	2.62973	3.18019
94	0.67711	1.29062	1.66123	1.98352	2.36667	2.62915	3.17921
95	0.67708	1.29053	1.66105	1.98355	2.36624	2.62858	3.17825
96	0.67705	1.29043	1.66088	1.98333	2.36582	2.62802	3.17731
97	0.67703	1.29034	1.66071	1.98472	2.36541	2.62747	3.17639
98	0.67700	1.29025	1.66055	1.98447	2.36500	2.62693	3.17549
99	0.67698	1.29016	1.66039	1.98422	2.36461	2.62641	3.17460
100	0.67695	1.29007	1.66023	1.98397	2.36422	2.62589	3.17374
101	0.67693	1.28999	1.66008	1.98373	2.36384	2.62539	3.17289
102	0.67690	1.28991	1.65993	1.98350	2.36346	2.62489	3.17206
103	0.67688	1.28982	1.65978	1.98326	2.36310	2.62441	3.17125
104	0.67686	1.28974	1.65964	1.98304	2.36274	2.62393	3.17045
105	0.67683	1.28967	1.65950	1.98282	2.36239	2.62347	3.16967
106	0.67681	1.28959	1.65936	1.98260	2.36204	2.62301	3.16890
107	0.67679	1.28951	1.65922	1.98238	2.36170	2.62256	3.16815
108	0.67677	1.28944	1.65909	1.98217	2.36137	2.62212	3.16741
109	0.67675	1.28937	1.65895	1.98197	2.36105	2.62169	3.16669
110	0.67673	1.28930	1.65882	1.98177	2.36073	2.62126	3.16598
111	0.67671	1.28922	1.65870	1.98157	2.36041	2.62085	3.16528
112	0.67669	1.28916	1.65857	1.98137	2.36010	2.62044	3.16460
113	0.67667	1.28909	1.65845	1.98118	2.35980	2.62004	3.16392
114	0.67665	1.28902	1.65833	1.98099	2.35950	2.61964	3.16326
115	0.67663	1.28896	1.65821	1.98081	2.35921	2.61926	3.16262
116	0.67661	1.28889	1.65810	1.98063	2.35892	2.61888	3.16198

Kategori uji 1 arah (arah hipotesisnya sudah jelas)

Kategori uji 2 arah (arah hipotesisnya belum jelas)

Tingkat signifikansi 0,05

Dik : N =100 (responden) t=5%;(df=100-3)

K=3 (variabel) t=0,05:97=1,984

A=5%

Lampiran 15: Surat Keterangan Izin Penelitian



UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

كَلِمَاتُ الْحَقِّ

SURAT KETERANGAN IZIN PENELITIAN
No.452/05/A.2-II/II/45/2024

Berdasarkan Surat Masuk dengan Nomor: 3740/05/C.4-VIII/II/1445/2024 dari Lembaga Penelitian Pengembangan dan Pengabdian Kepada Masyarakat Universitas Muhammadiyah Makassar, maka yang Bertanda Tangan dibawah ini:

Nama : **Dr. H. Andi Jam'an., S.E., M. Si**
 NBM : 651 507
 Jabatan : Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Memberikan kepada mahasiswa dibawah ini:

Nama : **Rismawati**
 NIM : 105731116720
 Program Studi : Akuntansi
 Judul Skripsi : "Pengaruh Persepsi Manfaat dan Kemudahan terhadap Minat Menggunakan Aplikasi Shopee Pay pada Mahasiswa FEB Unismuh Makassar"

Dengan ini memberikan izin penelitian di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar dari tanggal 29 Februari 2024 s/d 29 April 2024.
 Demikian Surat keterangan ini diberikan kepada yang bersangkutan untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Makassar, 18 Sya'ban 1445 H
28 Februari 2024 M



Dr. H. Andi Jam'an., S.E., M.Si
NBM: 651 507

Tembusan:

1. Rektor Unismuh Makassar
2. Arsip

Jl. Sultan Alauddin No.259 Telp. 0411-866972 Fax. 0411-865588 Makassar 90221
Gedung Iqra Lantai 7 Kampus Talassalampang Makassar - Sulawesi Selatan



Manajemen
Sistem
IS 21101-2016




Lampiran 16 : Validasi Data


UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
PUSAT VALIDASI DATA
Jl. Sultan Mauludin 250 Makassar, Gedung Iqra II, E-mail: pvd.feb@unismuh.ac.id

LEMBAR KONTROL VALIDASI
PENELITIAN KUANTITATIF

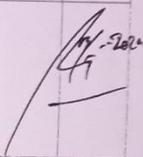
NAMA MAHASISWA	Rismawati			
NIM	105731116720			
PROGRAM STUDI	Akuntansi			
JUDUL SKRIPSI	Pengaruh Persepsi Manfaat dan Kemudahan terhadap Minat Menggunakan Aplikasi Shopee Pay pada mahasiswa FEB Unismuh Makassar			
NAMA PEMBIMBING 1	Dr. Muhammad Nasrullah, S.Si., M.Si., Ak., CA			
NAMA PEMBIMBING 2	Syamsuddin, S.Pd., M.Ak.			
NAMA VALIDATOR	Andi Nur Achanuddin UA, S.E., M.Si			
No	Dokumen	Tanggal Revisi	Uraian Perbaikan/saran	Paraf
1	Instrumen Pengumpulan data (data primer)	30/9/29	✓	
2	Sumber data (data sekunder)	30/9/29	✓	
3	Raw data/Tabulasi data (data primer)	30/9/29	✓	
4	Hasil Statistik deskriptif	30/9/29	✓	
5	Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen	30/9/29	✓	
6	Hasil Uji Asumsi Statistik	30/9/29	✓	
7	Hasil Analisis Data/Uji Hipotesis	30/9/29	✓	
8	Hasil interpretasi data	30/9/29	✓	
9	Dokumentasi	30/9/29	✓	

**Harap validator memberi paraf ketika koreksi telah disetujui*

Lampiran 17 : Validasi Abstrak


UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
PUSAT VALIDASI DATA
Jl. Sultan Alauddin 259 Makassar, Gedung Iqra Lt. 8 | e-mail: pvd.feb@unismuh.ac.id

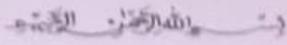
LEMBAR KONTROL VALIDASI
ABSTRAK

NAMA MAHASISWA	RISMAWATI			
NIM	105731116720			
PROGRAM STUDI	Akuntansi			
JUDUL SKRIPSI	Pengaruh Persepsi Manfaat dan Kemudahan terhadap Kemudahan Penggunaan Aplikasi Shopee Pay pada Mahasiswa FEB Unismuh Makassar			
NAMA PEMBIMBING 1	: Dr. Muhammad Nasrun, S.ST., M.Si.CA.			
NAMA PEMBIMBING 2	: Dr. Syamsuddin, S.Pd., M.Ak.			
NAMA VALIDATOR	: Aulia, S.IP., M.Si.M			
No	Dokumen	Tanggal Revisi/Acc	Uraian Perbaikan/saran	Paraf
1	Abstrak	19/5-2024		

*Harap validator memberi paraf ketika koreksi telah disetujui

Lampiran 18 : Surat Keterangan Bebas Plagiasi


**MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PIMPINAN PUSAT MUHAMMADIYAH
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR
UPT PERPUSTAKAAN DAN PENERBITAN**
Alamat Kantor: Jl. Sultan Alauddin, No. 259 Makassar 90222 Telp. (0411) 866972, 881593, Fax. (0411) 863388


SURAT KETERANGAN BEBAS PLAGIAT

UPT Perpustakaan dan Penerbitan Universitas Muhammadiyah Makassar,
Menerangkan bahwa mahasiswa yang tersebut namanya di bawah ini:

Nama : Rismawati
 Nim : 105731116720
 Program Studi : Akuntansi

Dengan nilai:

No	Bab	Nilai	Ambang Batas
1	Bab 1	5 %	10 %
2	Bab 2	0 %	25 %
3	Bab 3	2 %	10 %
4	Bab 4	7 %	10 %
5	Bab 5	0 %	5 %

Dinyatakan telah lulus cek plagiat yang diadakan oleh UPT- Perpustakaan dan Penerbitan Universitas Muhammadiyah Makassar Menggunakan Aplikasi Turnitin.

Demikian surat keterangan ini diberikan kepada yang bersangkutan untuk dipergunakan seperlunya.

Makassar, 13 Mei 2024
Mengetahui,
Kepala UPT- Perpustakaan dan Penerbitan,


 NBM/ 964 591

Jl. Sultan Alauddin no 259 makassar 90222
 Telepon (0411)866972,881 593, fax (0411)863 588
 Website: www.library.umh.ac.id
 E-mail : perpustakaan@umh.ac.id

BAB I Rismawati 105731116720

by TahapTutup



Submission date: 13-May-2024 07:22AM (UTC+0700)
Submission ID: 2377690500
File name: FIX_BAB_I.docx (314.74K)
Word count: 1537
Character count: 10360

AB I Rismawati 105731116720

ORIGINALITY REPORT

5%

SIMILARITY INDEX

5%

INTERNET SOURCES

2%

PUBLICATIONS

3%

STUDENT PAPERS

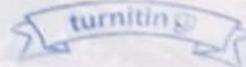
PRIMARY SOURCES



repository.stei.ac.id
Internet Source



5%



Exclude quotes Off

Exclude matches Off

Exclude bibliography Off



BAB II Rismawati

105731116720

by TahapTutup



Submission date: 13-May-2024 07:23AM (UTC+0700)

Submission ID: 2377699963

File name: FOX_BAB_II.docx (49.38K)

Word count: 2544

Character count: 17124

BAB II Rismawati 105731116720

ORIGINALITY REPORT

0%

SIMILARITY INDEX

0%

INTERNET SOURCES

0%

PUBLICATIONS

0%

STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES



Exclude quotes

Exclude bibliography

Exclude matches 0.2%



Subm
Subm
file na
Word c
harac

BAB III Rismawati

105731116720

by TahapTutup



Submission date: 13-May-2024 07:23AM (UTC+0700)

Submission ID: 2377591401

File name: FIX_BAB_III.docx (36.05K)

Word count: 2137

Character count: 14115

III Rismawati 105731116720

ORIGINALITY REPORT

2%

SIMILARITY INDEX

2%

INTERNET SOURCES

2%

PUBLICATIONS

2%

STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES



repository.radenintan.ac.id
Internet Source



2%



Exclude quotes Off

Exclude matches Off

Exclude bibliography Off



BAB IV Rismawati

105731116720

by TahapTutup



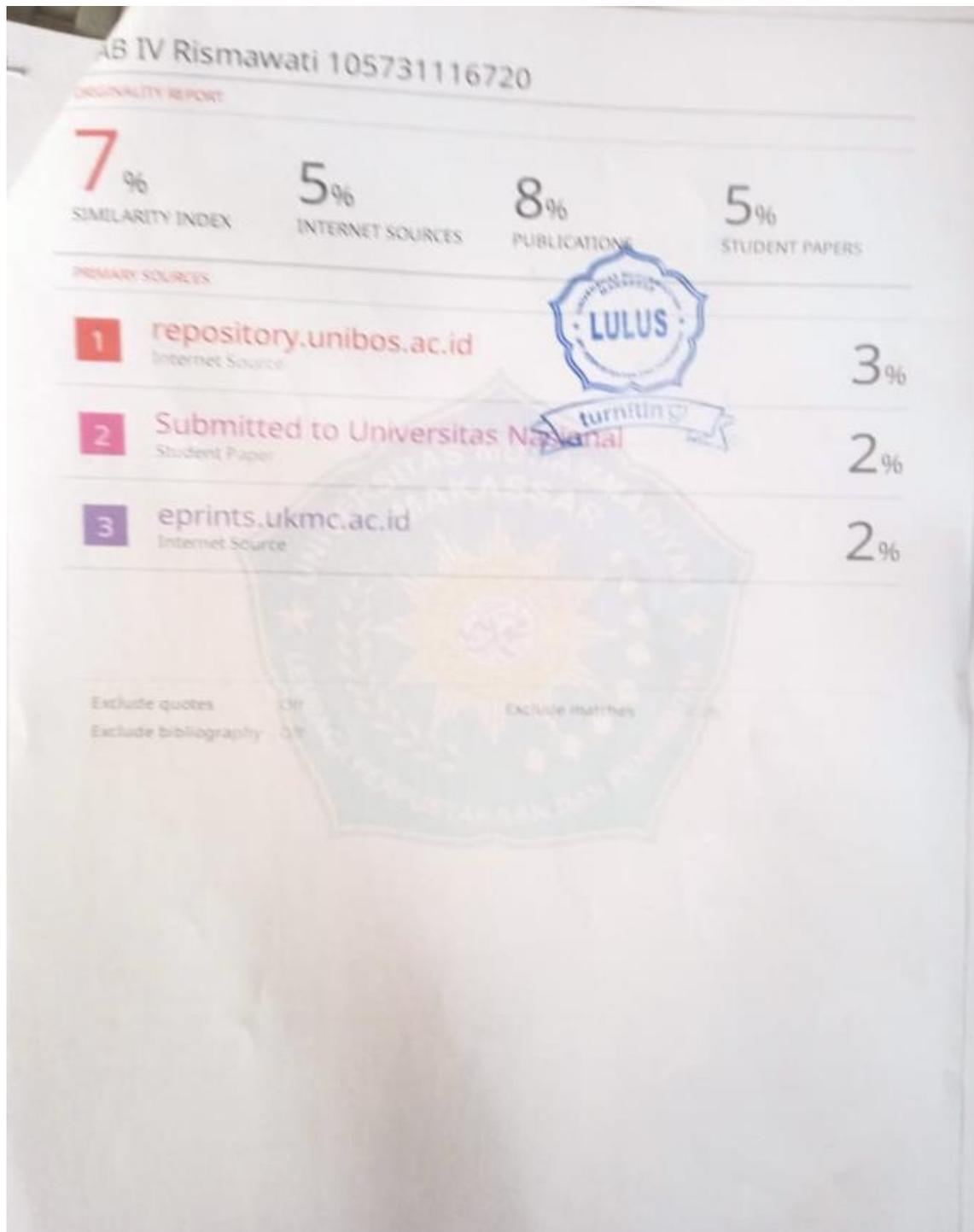
Submission date: 13-May-2024 07:24AM (UTC+0700)

Submission ID: 2377691928

File name: fscrv_BAB_IV_2.docx (59.15K)

Word count: 2739

Character count: 17324



BAB V Rismawati
105731116720
by TahapTutup



Submission date: 13-May-2024 07:25AM (UTC+0700)
Submission ID: 2377602385
File name: f0xx_BAB_V_3.docx (15.6KB)
Word count: 374
Character count: 2387

BAB V Rismawati 105731116720

ORIGINALITY REPORT

0%	0%	0%	0%
SIMILARITY INDEX	INTERNET SOURCES	PUBLICATIONS	STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

Exclude quotes Off

Exclude bibliography Off

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH
MARASSAK
LULUS
PUSAT PENELITIAN DAN PENGEMBANGAN
PUSAT PENELITIAN DAN PENGEMBANGAN





BIOGRAFI PENULIS



Rismawati, Panggilan Risma lahir di Bantaeng pada tanggal 20 September 2001 dari pasangan suami istri Bapak Samaila dan Ibu Sariama. Peneliti adalah anak pertama dari 4 bersaudarah. Peneliti sekarang bertempat tinggal di Jl. Sultan Alauddin 3, Lorong V, No.42, Gunung Sari, Kec. Rappocini, Kota Makassar, Sulawesi Selatan. Peneliti pertama kali menempuh pendidikan di SD Inpre Kayu Loe dan lulus tahun 2014, SMPN 3 Bantaeng lulus tahun 2017, SMKN 1 Bantaeng lulus 2020, dan mengikuti Program S1 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Program Studi Akuntansi Kampus Universitas Muhammadiyah Makassar sampai dengan sekarang. Sampai dengan penulisan skripsi ini peneliti masih terdaftar sebagai Mahasiswa Program Studi Akuntansi Universitas Muhammadiyah Makassar.

