



**PENGARUH PERSEPSI KEAMANAN,  
PERSEPSI KEMUDAHAN, DAN PERSEPSI  
KEMAMPUAN FINANSIAL TERHADAP MINAT  
PENGUNAAN PEMBAYARAN  
ELEKTRONIK**

(Studi Pada: Mahasiswa Pengguna ShopeePay di Universitas  
Muhammadiyah Malang)

**SKRIPSI**

Diajukan untuk memenuhi persyaratan  
Memperoleh gelar Sarjana Administrasi Bisnis

Oleh

**AULIA SAVIRA RISMADAYANTI**

NPM 21901092078



**UNIVERSITAS ISLAM MALANG  
FAKULTAS ILMU ADMINISTRASI  
PROGRAM STUDI ADMINISTRASI BISNIS  
MALANG  
2023**

## RINGKASAN

Aulia Savira Rismadayanti, 2023, **Pengaruh Persepsi Keamanan, Persepsi Kemudahan, Dan Persepsi Kemampuan Finansial Terhadap Minat Penggunaan Pembayaran Elektronik** (Studi Pada: Mahasiswa Pengguna ShopeePay Di Universitas Muhammadiyah Malang), Dosen Pembimbing 1: Dr. Rini Rahayu Kurniati, M.Si, Dosen Pembimbing 2: Dra. Ratna Nikin Hardati, M.Si.

Kemajuan teknologi yang didorong oleh revolusi internet telah mengubah wajah industri keuangan yang mengarah pada perubahan layanan keuangan elektronik. Transformasi sistem pembayaran elektronik mengakibatkan maraknya inovasi berbentuk fitur pembayaran elektronik melalui smartphone, salah satunya ShopeePay milik PT. Shopee Internasional Indonesia. Beberapa kasus ShopeePay menunjukkan bahwa dari masih adanya masalah keamanan dan kemudahan ShopeePay, serta kemampuan finansial pengguna dalam mengisi saldo yang mengharuskan pihak ShopeePay untuk terus meningkatkan pembayaran elektroniknya. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui sejauh mana persepsi keamanan, persepsi kemudahan, dan persepsi kemampuan finansial baik secara parsial ataupun simultan terhadap minat penggunaan pembayaran elektronik pada mahasiswa pengguna ShopeePay di Universitas Muhammadiyah Malang. Metode penelitian yang digunakan yaitu metode kuantitatif. Responden yang ditentukan sejumlah 100 responden dari mahasiswa pengguna ShopeePay di Universitas Muhammadiyah Malang dengan memakai teknik *purposive sampling*. Teknik analisis data menggunakan uji instrumen, uji asumsi klasik, analisis regresi berganda, uji hipotesis, koefisien determinasi, dan uji dominan dengan bantuan Aplikasi IBM SPSS *Statistic* 24. Penelitian ini menghasilkan kesimpulan bahwa terdapat pengaruh signifikan dan positif baik secara parsial ataupun simultan variabel persepsi keamanan, persepsi kemudahan, dan persepsi kemampuan finansial terhadap minat penggunaan pembayaran elektronik pada mahasiswa pengguna ShopeePay di Universitas Muhammadiyah Malang. Serta variabel dominan dalam penelitian ini adalah variabel persepsi kemampuan finansial.

**Kata Kunci:** Persepsi Keamanan, Persepsi Kemudahan, Persepsi Kemampuan Finansial, Minat Penggunaan Pembayaran Elektronik

## SUMMARY

*Aulia Savira Rismadayanti, 2023, **The Effect Of Perceived Security , Perceived Ease Of Use, And Perceptions Financial Ability On Interest In Use Of Electronic Payments** (Study On: Students Using ShopeePay At Muhammadiyah Malang University), Supervisor 1: Dr. Rini Rahayu Kurniati, M.Si, Supervisor 2: Dra. Ratna Nikin Hardati, M.Si.*

---

*Technological advances driven by the internet revolution have changed the face of the financial industry leading to changes in electronic financial services. The transformation of the electronic payment system has resulted in the rise of innovations in the form of electronic payment features via smartphones, one of which is ShopeePay owned by PT. Shopee International Indonesia. Several cases of ShopeePay show that there are still problems with ShopeePay's security and convenience, as well as the financial ability of users to fill in balances that require ShopeePay to continue to increase its electronic payments. the purpose of this study was to determine the extent to which perceptions of security, perceived convenience, and perceptions of financial ability either partially or simultaneously on interest the use of electronic payments among students using ShopeePay at the University of Muhammadiyah Malang. The research method used is quantitative method. Respondents were determined to be 100 respondents from ShopeePay user students at the University of Muhammadiyah Malang using a purposive sampling technique. Data analysis techniques used instrument tests, classical assumption tests, multiple regression analysis, hypothesis testing, coefficient of determination, and dominance tests with the help of the IBM SPSS Statistics 24 application. This research concludes that there is a significant and positive effect either partially or simultaneously on perceived security, perceived convenience, and perceived financial ability on interest the use of electronic payments by students who use ShopeePay at the University of Muhammadiyah Malang. As well as the dominant variable perception of financial ability.*

**Keywords:** *Perceived Security, Perceived Convenience, Perceived Financial Ability, Interest In Use Of Electronic Payments.*

## BAB 1

### PENDAHULUAN

#### A. Latar Belakang

Kemajuan teknologi yang didorong oleh revolusi internet telah mengubah wajah industri keuangan yang mengarah pada perubahan layanan keuangan elektronik. Menurut Pasaribu (2021:10) Sistem pembayaran elektronik adalah sistem pembayaran alternatif yang memudahkan konsumen melakukan pembayaran melalui jaringan atau internet. Tranformasi sistem pembayaran elektronik mengakibatkan maraknya inovasi berbentuk fitur pembayaran elektronik melalui *smartphone* sebagai media pembayaran untuk memenuhi kebutuhan pasar. Salah satu tranformasi pembayaran elektronik populer saat ini adalah ShopeePay milik PT. Shopee Internasional Indonesia.

Berdasarkan data pada Peta *E-commerce* Indonesia, Shopee merupakan *marketplace* terbesar dan terpopuler urutan kedua di Indonesia sejak tahun 2015. Shopee juga menempati ranking pertama pada AppStore dan Playstore. Apabila dilihat dari jumlah pengunjung bulanannya, jumlah pengunjung Shopee sebanyak 131.296.667. Adanya Shopee mempermudah pengguna untuk bertransaksi secara *online* dalam memenuhi kebutuhan sehari-hari.

Tabel 1. 1 Persaingan Toko Online di Indonesia

No	Toko Online	Jumlah Pengunjung web bulanan	Ranking AppStore	Ranking PlayStore
1.	Tokopedia	158.346.667	2	5
2.	Shopee	131.296.667	1	1
3.	Lazada	26.640.000	3	2
4.	Bukalapak	21.303.333	7	6

No	Toko Online	Jumlah Pengunjung web bulanan	Ranking AppStore	Ranking PlayStore
5.	Blibli	19.736.667	5	3
6.	Zalora	2.990.000	4	9
7.	Sosiolla	1.426.667	6	4

Sumber: Iprice, 2022

Shopee merupakan aplikasi belanja *online* yang memiliki fitur pembayaran elektronik ShopeePay, Shopee PayLater, dan transfer antar bank. Shopee rutin memberikan promosi, *cashback*, *voucher* belanja, gratis ongkir, dan terdapat game yang bisa *voucher* potongan harga, dimana hal ini tidak ditemukan pada *e-commerce* lainnya. Promosi tersebut berlaku dengan syarat menggunakan metode pembayaran melalui ShopeePay.

Menurut hasil riset Neurosensum pada November 2020 sampai Januari 2021 menunjukkan bahwa ShopeePay mendapatkan pangsa pasar tertinggi (68%), diikuti oleh OVO (62%), DANA (54%), GoPay (53%), dan LinkAja (23%). ShopeePay adalah uang elektronik yang digunakan sebagai metode pembayaran *online* pada aplikasi Shopee, *offline* di *merchant* ShopeePay. Saat ini ShopeePay menyediakan banyak transaksi pembayaran seperti, pembelian pulsa, *voucher* listrik, belanja *online*, transportasi, makanan, tiket bioskop, dan tiket jalan tol. Kini toko kecil hingga besar seperti supermarket sudah menyediakan fasilitas pembayaran uang elektronik ShopeePay dengan menggunakan teknologi QRIS (*Quick Response Indonesian Standart*).

Tabel 1. 2 Perbandingan Aplikasi Pembayaran Elektronik

Pembanding	ShopeePay	GoPay	OVO
Biaya administrasi <i>top-up</i>	Rp. 1.000 - Rp. 1.500	Rp. 1.000 - Rp. 2.500	Rp. 1.000 – Rp. 1.500

Pembandingan	ShopeePay	GoPay	OVO
Promosi	<ul style="list-style-type: none"> <li>a. <i>Voucher</i> gratis ongkir</li> <li>b. <i>Voucher</i> <i>cashback</i></li> <li>c. Rutin mengadakan promo di tanggal-tanggal special</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>a. <i>Voucher</i> gratis ongkir</li> <li>b. <i>Voucher</i> <i>cashback</i></li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>a. <i>Voucher</i> gratis ongkir</li> <li>b. <i>Voucher</i> <i>cashback</i></li> </ul>
Tempat pengisian saldo	<ul style="list-style-type: none"> <li>a. Indomart</li> <li>b. Alfamart</li> <li>c. Alfamidi</li> <li>d. Transfer Bank</li> <li>e. Kantor Pos</li> <li>f. Mitra Shopee</li> <li>g. Kartu Debit</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>a. Alfamart</li> <li>b. Alfamidi</li> <li>c. Lawson</li> <li>d. Pegadaian</li> <li>e. Transfer Bank</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>a. Alfamart</li> <li>b. Indomart</li> <li>c. Mitra OVO</li> <li>d. Pengemudi Grab</li> <li>e. Transfer Bank</li> </ul>

Sumber: Shopee (2023), Gopay (2023), dan OVO (2023)

Berdasarkan tabel perbandingan keunggulan pembayaran elektronik ShopeePay diatas, dapat diketahui bahwa ShopeePay dan OVO memiliki persamaan biaya adminitrasi *top-up* yang lebih murah dibandingkan dengan GoPay. Selanjutnya, pembayaran elektronik ShopeePay lebih banyak mengadakan promosi dibanding GoPay dan OVO. Serta, pengguna pembayaran elektronik ShopeePay dapat dengan mudah mengisi saldo mereka karena ShopeePay menyediakan banyak tempat untuk pengisian saldo.

Tabel 1. 3 Perbandingan Aplikasi Pembayaran Elektronik

<b>Pembanding</b>	<b>ShopeePay</b>	<b>GoPay</b>	<b>OVO</b>
Biaya administrasi transfer Ke rekening Bank	Rp. 3.000	Rp. 2.500	Rp.2.500
Penggunaan pada aplikasi <i>e-commerce</i>	Shopee	Tokopedia, Blibli, Gojek	Lazada, Grab, Tokopedia, Bukalapak, Blibli
Minimum tarik tunai	Tidak bisa ditarik tunai	Rp. 10.000	Rp. 50.000
Limit isi saldo	Rp. 20.000.000	Rp. 40.000.000	Rp. 40.000.000

Sumber: Shopee (2023), Gopay (2023), dan OVO (2023)

Berdasarkan tabel diatas biaya administrasi ShopeePay cukup mahal dan limit saldo yang lebih kecil dibanding dengan GoPay dan OVO. Selain itu, ShopeePay hanya dapat digunakan pada pembayaran belanja *online* dan *merchant* yang melakukan kerjasama dengan pihak Shopee saja. Saldo pada ShopeePay tidak bisa ditarik tunai. Terakhir, pada saat melakukan pembelian di Shopee dengan menggunakan pembayaran elektronik ShopeePay pembeli akan dibebankan biaya penanganan sebesar Rp. 1.000 per transaksi yang diberikan oleh pihak Shopee.

Berdasarkan hasil survei *DailySocial* (2022) OVO merupakan pembayaran elektronik yang paling banyak digunakan, sebanyak 58,9% responden mengaku menggunakan OVO. Sedangkan responden yang telah memilih menggunakan GoPay sebanyak 58,4% responden. Sementara persentase pemakaian ShopeePay sebanyak 55,7% responden. Dari ketiga dompet digital (OVO, GoPay, dan ShopeePay) ShopeePay menduduki peringkat terakhir. Berdasarkan survei tersebut dapat disimpulkan minat konsumen dalam

menggunakan ShopeePay masih rendah, hal ini dikarenakan OVO dan GoPay dapat digunakan lebih dari satu aplikasi pembayaran elektronik sedangkan ShopeePay hanya dapat digunakan pada satu aplikasi saja. Tentunya hasil survei ini berbeda dengan hasil riset Neorosensum pada tahun 2021 bahwa terbukti disini minat masyarakat dalam menggunakan ShopeePay masih rendah dan kalah dengan OVO.

Menurut Jogiyanto (2007:29) minat penggunaan didefinisikan sebagai seberapa jauh keinginan atau dorongan dalam diri seseorang untuk terus menggunakan teknologi. Minat tidak selalu statis sehingga dapat berubah menurut waktu. Minat penggunaan merupakan bagian perilaku dalam menyikapi penggunaan suatu teknologi. Minat penggunaan suatu teknologi ditentukan oleh nilai dan manfaat yang diberikan teknologi tersebut. Jika teknologi yang digunakan memberikan kemudahan, keamanan, keefektifan, dan efisiensi maka minat untuk menggunakannya semakin besar.

Menurut Kotler & Keller (2016:2) teknologi digital telah mempengaruhi perilaku konsumen dari cara membeli, membayar, dan mencari hingga membuang barang-barang yang dibeli. Menurut Pasaribu (2021:20) terdapat lima (5) faktor yang mempengaruhi minat seseorang dalam menggunakan pembayaran elektronik, diantaranya: persepsi manfaat, persepsi keamanan, persepsi kemampuan finansial, persepsi kemudahan, dan persepsi pengetahuan produk.

Fakta ditemukan peneliti yang mengutip berita dari Warta Ekonomi, bahwa salah satu pengguna Shopee mengaku tiba-tiba dana ShopeePay Rp.

780.418 miliknya hilang meski sama sekali tidak melakukan transaksi apapun. Berdasarkan kasus ShopeePay tersebut menunjukkan bahwa masih adanya masalah keamanan ShopeePay mengharuskan pihak ShopeePay untuk terus meningkatkan sistem keamanan dan privasi pengguna. Karena permasalahan tersebut dapat mengubah pola pikir dan minat konsumen dalam memilih pembayaran elektronik yang akan digunakan, maka apabila perusahaan tidak segera menangani hal tersebut akan mengakibatkan konsumen beralih tempat ke pembayaran elektronik lainnya.

Persepsi keamanan menurut Pasaribu (2021:21) yaitu keyakinan seseorang terhadap suatu sistem pembayaran elektronik yang dapat menunjukkan tingkat keamanan dan privasi pada saat menggunakan pembayaran elektronik. ShopeePay memiliki fitur keamanan yang dilengkapi dengan privasi pin, pola, dan sidik jari yang hanya diketahui pribadi saja. Keamanan dalam menggunakan pembayaran elektronik ShopeePay ini menjadi pertimbangan penting terutama di kalangan muda seperti mahasiswa. Mengingat pembayaran elektronik juga memiliki resiko aktivitas kriminal di internet seperti kebocoran data dan penipuan *online*. Sehingga penting sebuah perusahaan penyedia jasa pembayaran elektronik dalam menjaga tingkat keamanan dan privasi sehingga mampu memberikan kepercayaan dan menarik minat konsumen untuk menggunakan pembayaran elektronik tersebut.

Adapun masalah lain pada aplikasi pembayaran elektronik ShopeePay mengutip dari *online customer review* pengguna ShopeePay: Hari Khasanah

(04/03/2023), “Mau buka riwayat transaksi ShopeePay gak kunjung muncul, aplikasi berhenti dan macet sekian menit, bagaimana mau percaya isi saldo ke ShopeePay. Ditambah sekarang *customer service* nya juga sulit dihubungi, serba lama. Biaya admin bertambah bagi penjual dan pembeli. Harusnya diimbangi dengan performa yang baik”. Meskipun ShopeePay dinilai mudah digunakan kenyataannya masih ada beberapa orang yang merasa kesulitan dalam menggunakan pembayaran elektronik tersebut. Sebab, terdapat masalah dalam proses pengisian saldo karena adanya gangguan kecil pada sistem. Hal ini mengakibatkan pembayaran elektronik ShopeePay menjadi sulit untuk melakukan fungsinya baik untuk proses transaksi pembayaran maupun pengisian saldo (*top-up*). Apabila suatu teknologi sulit digunakan dan bermasalah maka akan muncul rasa enggan untuk menggunakan teknologi tersebut sehingga minat penggunaan teknologi akan menurun.

Persepsi kemudahan menurut Jogiyanto (2007:115) adalah sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan suatu teknologi akan terbebas dari usaha, kemudahan penggunaan dalam mempelajari sesuatu, mudah dipahami, dan mudah pula dalam mengoperasikannya. Persepsi kemudahan berpengaruh terhadap keyakinan pengguna bahwa dalam mempergunakan pembayaran elektronik ShopeePay dapat terbebas dari hambatan dan tidak memerlukan usaha lebih. Pembayaran elektronik ShopeePay memudahkan pengguna sehingga tidak perlu lagi membawa uang kertas dan kartu debit/kredit dengan dompet berukuran besar, cukup dengan scan QRIS dalam hitungan detik pembayaran sudah selesai dilakukan. Hal tersebut mempengaruhi pola pikir

dan minat para mahasiswa dalam menggunakan pembayaran elektronik ShopeePay tersebut karena mahasiswa menyukai segala sesuatu mudah dan praktis.

Echa Sherina (09/03/2023), “ShopeePay sering macet ya, mau bayar tiba-tiba keluar sendiri. Sekarang ShopeePay tetap ada biaya penanganan. Jadi mau ngisi ShopeePay tapi tidak ada uang. Tolong ShopeePay tolong lebih ramah kantong buat mahasiswa”. Disamping masalah yang melibatkan keamanan dan kemudahan dari ShopeePay peneliti menemukan adanya keluhan mengenai biaya penanganan yang dibebankan Shopee kepada pembeli. Pembeli terutama mahasiswa merasa keberatan karena sebelumnya biaya penanganan ini hanya untuk pembayaran *Cash On Delivery* (COD) dan Shopee PayLater saja. Posisi mahasiswa disini cenderung mengandalkan pendapatan dari orangtua perbulan jadi sebagian mahasiswa belum dapat mengelola keuangan dengan baik.

Minat penggunaan pembayaran elektronik dapat juga dilihat dari kemampuan finansial seseorang. Persepsi kemampuan finansial didasarkan pada kemampuan seseorang dalam mengelola keuangannya baik yang didapat dari gaji maupun uang saku dimana keadaan tersebut akan mempengaruhi dalam pemilihan produk dan keputusan pembelian suatu produk tertentu (Pasaribu:2021:21). Disini seseorang membeli barang atau jasa untuk memaksimalkan kepuasan yang dapat mereka raih dengan anggaran terbatas yang mereka miliki. Shopee yang rutin memberikan gratis ongkos kirim, *cashback*, dan *voucher* potongan harga dengan syarat menggunakan

pembayaran elektronik ShopeePay juga menambah minat pengguna khususnya mahasiswa dalam menggunakan pembayaran elektronik ShopeePay. Adanya program tersebut mahasiswa dapat mengurangi biaya yang dikeluarkan pada saat bertransaksi di aplikasi ShopeePay. Serta pembayaran elektronik memberikan kemudahan dalam penggunaannya yang cocok untuk mahasiswa yang lebih menyukai segala hal yang instan dan cepat.

Tabel 1. 4 Pra-Survey Alasan Menggunakan Pembayaran Elektronik

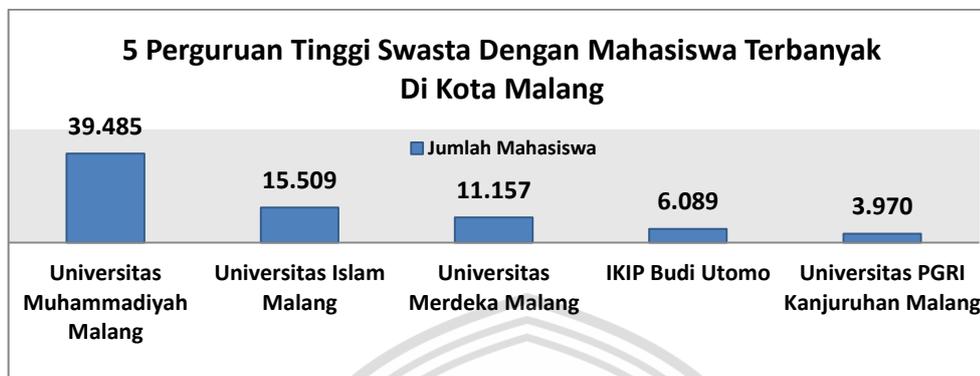
<b>Alasan Menggunakan Fitur Pembayaran Elektronik</b>	<b>Jumlah</b>
Persepsi Manfaat	36,7%
Persepsi Keamanan	70%
Persepsi Kemudahan	96,6%
Persepsi Kemampuan Finansial	53,3%
Persepsi Pengetahuan Produk	16,7%

Sumber: Data diolah peneliti, 2023

Berdasarkan hasil *pra-survey* peneliti, alasan mahasiswa memilih menggunakan ShopeePay karena menurut responden ShopeePay memberikan kemudahan dan keamanan pada saat bertransaksi. Serta, terdapat saldo pada aplikasi pembayaran elektronik ShopeePay milik responden. Berdasarkan hasil *pra-survey* diatas peneliti tertarik mengukur minat penggunaan pembayaran elektronik dengan berlandaskan tiga (3) faktor, yaitu persepsi keamanan, persepsi kemudahan, dan persepsi kemampuan finansial.

Menurut hasil riset YouGov (2022) pengguna aplikasi pembayaran elektronik mencapai 87% dan didominasi oleh pengguna dengan kelompok usia 18-24 tahun. Dapat ditarik kesimpulan bahwa pengguna aplikasi

pembayaran elektronik terbanyak digunakan oleh generasi muda. Mahasiswa disini juga merupakan generasi muda yang berusia 18-24 tahun.



Gambar 1. 1 Lima (5) Perguruan Tinggi Swasta Dengan Mahasiswa Terbanyak Di Kota Malang

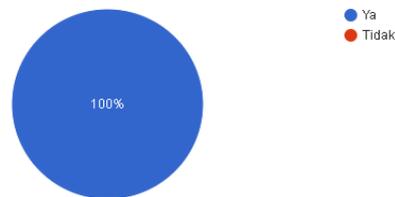
Sumber: Pddikti.kemendikbud.go.id, 2019

Kota Malang merupakan kota yang terkenal dengan julukan salah satunya sebagai kota pendidikan. Kota Malang terdiri dari 3 Perguruan Tinggi Negeri dan 46 Perguruan Tinggi Swasta. Menurut data pelaporan 2018/2019 PDDikti Universitas Muhammadiyah Malang merupakan universitas swasta dengan jumlah mahasiswa S1 terbanyak di Kota Malang. Oleh karena itu, peneliti memilih Universitas Muhammadiyah Malang sebagai lokasi penelitian karena dianggap sebagai lokasi yang tepat dalam menentukan populasi penelitian.

Berdasarkan hasil *pra-survey* yang dilakukan peneliti pada 30 responden mahasiswa S1 di Universitas Muhammadiyah Malang bahwa 100% responden pernah menggunakan pembayaran elektronik ShopeePay. Hasil tersebut menunjukkan bahwa mahasiswa Universitas Muhammadiyah Malang memiliki minat yang cukup besar dalam menggunakan pembayaran elektronik ShopeePay.

Apakah anda pernah menggunakan pembayaran elektronik ShopeePay?

30 jawaban



Gambar 1. 2 Pra-Survey Pengguna Pembayaran Elektronik ShopeePay Pada Mahasiswa Universitas Muhammdiyah Malang  
Sumber: Data diolah Peneliti, 2023

Berdasarkan penelitian Saraswati (2021) tentang Pengaruh Persepsi Kemudahan dan Persepsi Keamanan Terhadap Minat Penggunaan *E-Money* Dikalangan Generasi Milenial (Studi Pada Masyarakat Kecamatan Medan Baru). Hasil penelitian tersebut menyatakan bahwa persepsi kemudahan dan persepsi keamanan dapat mempengaruhi minat konsumen dalam menggunakan *e-wallet* khususnya dikalangan generasi milenial. Pada penelitian Firdauzi (2017) yang berjudul “Pengaruh Kemampuan Finansial, Kemudahan, Dan Perilaku Konsumen Terhadap Minat Penggunaan Uang Elektronik Di Kota Yogyakarta” Hasil penelitian tersebut menyatakan bahwa kemampuan finansial berpengaruh positif signifikan terhadap minat penggunaan uang elektronik.

Berdasarkan penelitian sebelumnya dapat ditarik kesimpulan bahwa minat konsumen dalam menggunakan suatu teknologi ditentukan dari kemudahan, keamanan pada saat digunakan, dan sesuai dengan kemampuan finansial konsumen. Penelitian saat ini dibuat berbeda dengan penelitian sebelumnya. Pembayaran elektronik yang akan diteliti yaitu ShopeePay. Penelitian ini memiliki tiga variabel yaitu variabel persepsi kemudahan, persepsi keamanan,

dan persepsi kemampuan finansial. Lokasi penelitian ini berada di Universitas Muhammadiyah Malang.

Adanya perkembangan teknologi dalam sistem pembayaran elektronik mengakibatkan perubahan peranan uang tunai yang dikenal masyarakat sebagai alat pembayaran. Hadirnya ShopeePay sebagai inovasi layanan pembayaran elektronik di Indonesia juga merupakan langkah penting dalam upaya mengembangkan perekonomian digital Indonesia. Dari penelitian ini dapat diketahui strategi dan dijadikan acuan untuk mengembangkan strategi pemasaran perusahaan yang tepat.

Berdasarkan pemaparan latar belakang diatas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul **“Pengaruh Persepsi Keamanan, Persepsi Kemudahan, Dan Persepsi Kemampuan Finansial Terhadap Minat Penggunaan Pembayaran Elektronik (Studi Pada: Mahasiswa Pengguna ShopeePay Di Universitas Muhammadiyah Malang)”**.

## **B. Rumusan Masalah**

1. Apakah persepsi keamanan, persepsi kemudahan, dan persepsi kemampuan finansial berpengaruh signifikan secara parsial terhadap minat penggunaan pembayaran elektronik ShopeePay?
2. Apakah persepsi keamanan, persepsi kemudahan, dan persepsi kemampuan finansial berpengaruh signifikan secara simultan terhadap minat penggunaan pembayaran elektronik ShopeePay?
3. Manakah dari tiga (3) variabel persepsi keamanan, persepsi kemudahan, dan persepsi kemampuan finansial yang lebih dominan?

### C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah untuk:

1. Mengetahui pengaruh signifikan persepsi keamanan, persepsi kemudahan, dan persepsi kemampuan finansial secara parsial terhadap minat penggunaan pembayaran elektronik ShopeePay.
2. Mengetahui pengaruh signifikan persepsi keamanan, persepsi kemudahan, dan persepsi kemampuan finansial secara simultan terhadap minat penggunaan pembayaran elektronik ShopeePay.
3. Mengetahui dari tiga (3) variabel persepsi keamanan, persepsi kemudahan, dan persepsi kemampuan finansial yang lebih dominan.

### D. Manfaat Penelitian

#### 1. Bagi Peneliti

Sebagai sarana referensi untuk menambah pengetahuan dan sebagai bahan perbandingan bagi peneliti selanjutnya yang ingin melakukan penelitian pada bidang sejenis yang terkait dengan ShopeePay.

#### 2. Bagi Perusahaan

Sebagai tambahan informasi mengenai faktor-faktor yang melatarbelakangi minat penggunaan pembayaran elektronik dan dapat digunakan sebagai pengambilan keputusan perusahaan mengenai penggunaan pembayaran elektronik.

### 3. Bagi Pembaca

Sebagai sarana untuk memperluas wawasan mengenai pembayaran elektronik yang saat ini menjadi trend baru dikalangan mahasiswa, serta mampu memberikan gambaran penjelasan mana pembayaran elektronik yang paling efektif.

### 4. Bagi pihak Akademisi

Penelitian ini sebagai tambahan pengetahuan dan wawasan peneliti tentang pengaruh persepsi kemudahan, persepsi keamanan, dan persepsi kemampuan finansial terhadap minat penggunaan pembayaran elektronik baik secara teoritis maupun aplikasi di lapangan.

## **E. Sistematika Pembahasan**

### **BAB I PENDAHULUAN**

Bab ini berisi tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan, manfaat penelitian, dan sistematika pembahasan.

### **BAB II TINJAUAN PUSTAKA**

Bab ini memuat uraian tentang teori yang mendukung tema penelitian. Serta review kajian pustaka hasil penelitian-penelitian terdahulu yang berkaitan dengan tema penelitian yang akan dilakukan. Kerangka teori yang berkaitan dengan judul skripsi dan hipotesis yang merupakan jawaban sementara atas rumusan masalah peneliti.

### **BAB III Metode Penelitian**

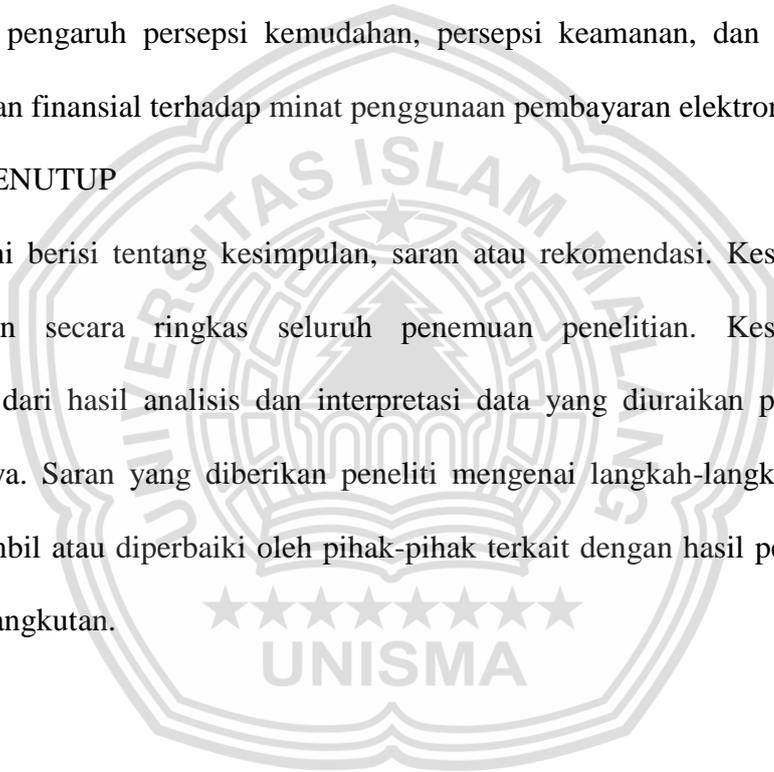
Bab ini memuat secara rinci metode penelitian yang digunakan dalam penelitian, diantaranya: jenis penelitian, variabel penelitian, lokasi, populasi dan sampel, teknik pengumpulan data, dan teknik analisis data.

#### BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisi tentang gambaran umum obyek penelitian, gambaran umum responden dan penyajian data, analisis dan interpretasi, dan pembahasan mengenai pengaruh persepsi kemudahan, persepsi keamanan, dan persepsi kemampuan finansial terhadap minat penggunaan pembayaran elektronik.

#### BAB V PENUTUP

Bab ini berisi tentang kesimpulan, saran atau rekomendasi. Kesimpulan menyajikan secara ringkas seluruh penemuan penelitian. Kesimpulan diperoleh dari hasil analisis dan interpretasi data yang diuraikan pada bab sebelumnya. Saran yang diberikan peneliti mengenai langkah-langkah yang perlu diambil atau diperbaiki oleh pihak-pihak terkait dengan hasil penelitian yang bersangkutan.



## BAB V

### PENUTUP

#### A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan sebelumnya, didapatkan kesimpulan sebagai berikut:

1. Persepsi keamanan berpengaruh signifikan dan positif terhadap minat penggunaan pembayaran elektronik pada mahasiswa pengguna ShopeePay di Universitas Muhammadiyah Malang. Oleh karena itu, perusahaan harus mampu dalam meningkatkan keamanan penggunaan pembayaran elektronik ShopeePay. Selain semakin banyaknya aplikasi pembayaran elektronik lainnya, maka hendaknya dengan diantara aplikasi tersebut pembayaran elektronik ShopeePay dapat lebih meningkatkan dan menonjolkan keamanan untuk ditawarkan kepada pengguna.
2. Persepsi kemudahan berpengaruh signifikan dan positif terhadap minat penggunaan pembayaran elektronik pada mahasiswa pengguna ShopeePay di Universitas Muhammadiyah Malang. Kemudahan menjadi penilaian penting bagi mahasiswa karena fitur layanan tersebut memberikan kebebasan pengguna dari usaha yang menyulitkan dirinya. Oleh karena itu, perusahaan harus mampu dalam mempertahankan dan meningkatkan kemudahan penggunaan pembayaran elektronik ShopeePay.
3. Persepsi kemampuan finansial berpengaruh signifikan dan positif terhadap minat penggunaan pembayaran elektronik pada mahasiswa

pengguna ShopeePay di Universitas Muhammadiyah Malang. Mahasiswa mampu mengisi saldo pembayaran elektronik dengan pendapatan atau uang sakunya. Oleh karena itu, perusahaan dapat membuat program baru yang berkaitan dengan diskon dan gratis ongkos kirim guna mempengaruhi minat masyarakat untuk menggunakan pembayaran ShopeePay.

4. Persepsi keamanan (X1), persepsi kemudahan (X2), dan persepsi kemampuan finansial (X3) secara simultan berpengaruh signifikan dan positif terhadap minat penggunaan pembayaran elektronik pada mahasiswa pengguna ShopeePay di Universitas Muhammadiyah Malang.
5. Variabel dominan dari ketiga variabel bebas (X) terhadap variabel terikat minat penggunaan pembayaran elektronik (Y) adalah persepsi kemampuan finansial (X3) yaitu sebesar 0,444.

## B. Saran

Berdasarkan hasil kesimpulan penelitian, maka diajukan saran sebagai berikut:

1. Persepsi Keamanan (X1) sebaiknya perlu ditingkatkan seperti menambah fitur *Face ID* yaitu sensor pendeteksi wajah canggih yang digunakan untuk membuka kunci pada aplikasi tertentu dengan menggunakan wajah pengguna sendiri. Hal tersebut dilakukan agar lebih dapat mendapatkan rasa kepercayaan dan meminimalisir resiko yang ditimbulkan bagi pengguna ShopeePay dalam menggunakan pembayaran elektronik.

2. Persepsi Kemudahan (X2) sebaiknya perlu dipertahankan karena sejauh ini banyak pengguna yang sudah merasakan manfaat kemudahan dari penggunaan pembayaran elektronik ShopeePay ini. Diharapkan perusahaan dapat lebih meningkatkan kecepatan sistem dan menambah fitur transfer dan isi saldo ShopeePay menggunakan pembayaran elektronik lainnya seperti OVO, DANA, dan Go-Pay.
3. Persepsi Kemampuan Finansial (X3) perlu dipertahankan dan diharapkan mampu memberikan kepercayaan kepada masyarakat yang memiliki kemampuan finansial cukup sehingga dapat menggunakan pembayaran elektronik ShopeePay melalui persepsi keamanan dan persepsi kemudahan yang ditawarkan. Perusahaan dapat membuat program baru yang berkaitan dengan diskon dan gratis ongkos kirim guna mempengaruhi minat masyarakat untuk menggunakan pembayaran ShopeePay.
4. Bagi peneliti selanjutnya diharapkan hasil penelitian ini dapat menjadikan referensi dan dapat melengkapi faktor-faktor yang dapat memberikan pengaruh bagi minat penggunaan pembayaran elektronik dengan metode dan alat analisis data yang terbaru guna menyempurnakan penelitian selanjutnya mengenai pembayaran elektronik.

## DAFTAR PUSTAKA

- Ananda. 2009. *Psikologi Pendidikan*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Azirah, Novisa. *Pengaruh Kemampuan Dan Pengetahuan Finansial Terhadap Persepsi Kemudahan Dan Perilaku Penggunaan Uang Elektronik Di Kota Makassar*. Skripsi. UIN Alauddin Makassar, 2018.
- Careers.shopee.co.id. 2015. *Shopee Adalah Platform Belanja Online Terdepan Di Asia Tenggara Dan Taiwan*. Diakses pada 17 Oktober 2022, dari [www.careers.shopee.co.id](http://www.careers.shopee.co.id)
- Duitologi.com. (2021, 3 Maret). *Riset Neurosensum: ShopeePay Pimpin Dompot Digital Kuartal Pertama 2021*. Diakses pada 12 Februari 2023, dari <https://duitologi.com/articles/2021/03/03/riset-neurosensum-shopeepay-pimpin-dompot-digital-kuartal-pertama-2021/>
- Firdauzi, Indrawan. (2017). *Pengaruh Kemampuan Finansial, Kemudahan, Dan Perilaku Konsumen Terhadap Minat Penggunaan Uang Elektronik Di Kota Yogyakarta*. *Jurnal Pendidikan dan Ekonomi*, 6 (2). Universitas Negeri Yogyakarta.
- Ghozali, I. 2017. *Model Persamaan Struktural Konsep dan Aplikasi Program AMOS 24*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. 2006. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- Gopay.co.id.2023. *Cara Top Up Gopay*. Diakses pada 18 Januari 2023, dari <https://gopay.co.id>
- Iprice.co.id. (2022). *Telusuri Persaingan Toko Online di Indonesia*. Diakses pada 17 Oktober 2022, dari <https://iprice.co.id/insights/mapofecommerce/>
- Katadata.co.id. (2021, 26 Maret). *Jumlah Pengguna ShopeePay, OVO, DANA Melonjak hingga 267%*. Diakses pada 18 Oktober 2022, dari <https://katadata.co.id/desysetyowati/digital/605d9ee9399b9/jumlah-pengguna-shopeepay-ovo-dana-melonjak-hingga-267>
- Jogiyanto, H.M. 2007. *Sistem Informasi Kepribadian*. Yogyakarta: CV Andi Offset.
- Kartika, Aprillya. 2021. *Pengaruh Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan, dan Persepsi Keamanan Terhadap Minat Penggunaan E-*

*Money (Studi Pada Pengguna Go-Pay di Kota Malang.* Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB vol 6 no 2. Universitas Brawijaya.

Kontan.co.id. (2022, 10 November). *Pengguna Aplikasi Dompot Digital Capai 87%*. Diakses pada 4 Februari 2023, dari <https://keuangan.kontan.co.id>.

Kotler, P., & Keller, K. L. 2016. *Marketing Management, 15<sup>th</sup> Edition*. New Jersey: Person Education, Inc.

Kotler, P., & Keller, K.L. 2009. *Marketing Management (13<sup>th</sup> Editi)*. Pearson Prentice Hall.

OVO.id. 2017. Contact Us OVO Call Center. Diakses pada 18 Januari 2023, dari <https://www.ovo.id>

Pasaribu, Dompok. 2021. *Buku Monograf “Kajian Kritis Terhadap Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Preferensi Mahasiswa dalam Memilih Pembayaran Elektronik Non Bank”*. Jawa Timur: CV. Global Aksara Pers. Diunduh dari: Google Play Books <<https://play.google.com/store/books/details?id=IRVsEAAAQBAJ> [Diunduh 10 Oktober 2022].

Pahlevi, Reza. (2022, 1 Desember). *Survei DailySocial: OVO Jadi Dompot Digital Paling Banyak Dipakai Masyarakat*. Diakses pada 19 Juli 2023, dari [databoks.katadata.co.id](https://databoks.katadata.co.id): <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/12/01/survei-dailysocial-ovo-jadi-dompot-digital-paling-banyak-dipakai-masyarakat>

PDDikti.kemendikbud.go.id. (2018). Perbandingan Perguruan Tinggi. Diakses pada 12 Februari 2023, dari <https://pddikti.kemendikbud.go.id/perbandingan/perguruan>

Priansa, Doni Juni. 2017. *Perilaku Konsumen Dalam Persaingan Bisnis Kontemporer*. Bandung: CV. Alfabeta.

Rahadi, Dedi Rianto. 2020. *Financial Technology*. Jawa Barat: PT Filda Fikrindo.

Rahmatika, Ula., dan Fajar, M.A. 2019. *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Penggunaan Electronic Money: Integrasi Model TAM-TPB Dengan Perceived Risk*. Jurnal nominal Vol 8 No 2. Universitas Negeri Yogyakarta.

Rodiah, Siti., dan Melati, Inaya Sari. 2020. *Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Kemanfaatan, Resiko, Dan Kepercayaan Terhadap Minat Menggunakan E-Wallet Pada Generasi Milenial Kota Semarang.* *Journal of Economic Education and Entrepreneurship* Vol 1 No 2. Universitas Negeri Semarang.

- Saraswati, Adinda Niken. 2021. “*Pengaruh Persepsi Kemudahan dan Persepsi Keamanan Terhadap Minat Penggunaan E-Money Dikalangan Generasi Milenial (Studi Pada Masyarakat Kecamatan Medan Baru)*”. Skripsi. Universitas Sumatera Utara.
- Sawlani, Dhiraj Kelly. 2021. *Keputusan Pembelian Online: Kualitas Website, Keamanan Dan Kepercayaan*. Surabaya: Scorpindo Media Pustaka.
- Sugiyono. 2019. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- WartaEkonomi.co.id. (2021, 25 Mei). *ShopeePay Raib, Pihak Shopee Keukeuh Tak Mau Ganti*. Diakses pada 08 Maret 2023, dari <https://wartaekonomi.co.id/read342927/shopeepay-raib-pihak-shopee-keukeuh-tak-mau-ganti>

