

**PENGARUH PERSEPSI KEMUDAHAN DAN PERSEPSI MANFAAT
TERHADAP TRANSAKSI PEMBAYARAN BERBASIS E-WALLET SHOPEEPAY
DIKALANGAN MAHASISWA
(Studi pada Mahasiswa Akuntansi di Makassar)**

**Destriano B Patebong¹⁾ Natalia Paranoan²⁾ Bertha Belloan³⁾ Frischa Faradilla Arwinda
Mongan⁴⁾**

destriano182@gmail.com¹⁾ bertha@ukipaulus.ac.id²⁾

Abstrak : Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh persepsi kemudahan dan persepsi manfaat terhadap transaksi pembayaran berbasis *E-Wallet* shoope pay di kalangan mahasiswa akuntansi di makassar. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif dengan analisis liner berganda menggunakan SPSS. Populasi penelitian ini adalah mahasiswa program studi akuntansi universitas di Makassar dan jumlah sampelnya 100 orang mahasiswa yang dipilih berdasarkan purpose sampling. Pengambilan data dilakukan dengan menyebarkan kuesioner kepada para responden. Data yang sudah diperoleh kemudian diolah dengan menggunakan SPSS. Berdasarkan hasil pengujian data ditemukan bahwa persepsi Kemudahan berpengaruh signifikan terhadap Pembayaran Berbasis *E-Wallet* Shopee Pay. Untuk variabel persepsi Manfaat juga berpengaruh signifikan terhadap Pembayaran Berbasis *E-Wallet*. Sementara untuk uji simultan ditemukan Persepsi Kemudahan dan persepsi Manfaat juga mempunyai pengaruh signifikan terhadap Pembayaran Berbasis *E-Wallet* ShopeePay Di kalangan Mahasiswa. Hal ini menunjukkan bahwa efesiensi Pembayaran Berbasis *E-Wallet* dipengaruhi oleh lingkungan sekitar membentuk persepsi, dalam penelitian ini ditemukan persepsi Kemudahan dan persepsi Manfaat yang dapat menjadikan pembayaran berbasis *E-Wallet* menjadi lebih efisien.

Kata Kunci : Persepsi Kemudahan, Persepsi Manfaat, Transaksi Pembayaran, ShopeePay, *E-Wallet*.

Abstract : This study aims to determine the effect of perceived convenience and perceived benefits on *E-Wallet* shoope pay -based payment transactions on accounting students in Makassar. The method used in this research is quantitative method with multiple liner analysis using SPSS. The population of this study were students of accounting study programs at universities in Makassar and a sample size of 100 students selected based on purpose sampling. Data collection was carried out by distributing questionnaires to respondents. The data that has been obtained is then processed using SPSS. Based on the results of data testing, the results show that the Ease of Perception has a significant effect on Shopee Pay *E-Wallet* Based Payments. For the perceived usefulness variable, it also has a significant effect on *E-Wallet*-Based Payments. As for the simultaneous test, it was found that perceived convenience and perceived benefits also had a significant influence on Shopee Pay *E-Wallet*-Based Payments among Students. This shows that the efficiency of *E-Wallet*-Based Payments is influenced by the surrounding environment to form perceptions, in this study it was found that perceived convenience and perceived benefits can make *E-Wallet*-based payments more efficient.

Keywords: Perception of Convenience, Perception Benefits, Payment Transactions, ShopeePay, *E-Wallet*.

PENDAHULUAN

Seiring perkembangan zaman, gaya hidup masyarakat semakin serba instan dikarenakan mayoritas masyarakat memiliki mobilitas yang tinggi dalam kegiatan sehari-harinya. Sehingga masyarakat sering kali mencari sesuatu yang praktis dan serba instan dalam memenuhi kebutuhan sehari-hari. Hal tersebut diikuti dengan adanya berbagai penyediaan layanan yang membantu masyarakat. Setiap perusahaan menawarkan keunggulan kepada konsumen supaya dapat terus bertahan. Semakin menarik, mudah, dan menguntungkan sistem penjualan bagi konsumen, maka keuntungan bagi perusahaan semakin besar. Oleh karena itu, sistem penjualan suatu perusahaan merupakan hal yang penting untuk diperhatikan perusahaan karena sistem penjualan perusahaan tidak terlepas dari perkembangan teknologi informasi.

Perubahan teknologi komunikasi saat ini kian semakin cepat dan menggglobal telah memberikan perubahan yang begitu signifikan. Jaringan internet dapat juga berpengaruh terhadap mahasiswa dalam kehidupannya. Perubahan lingkungan sosial juga tatanan kehidupan, mahasiswa mengubah pola hidupnya. Berbagai cara dilakukan mahasiswa untuk tetap eksis di lingkungannya mulai dari pemilihan cara belajar, memilih teman, cara berpenampilan, cara memilih hiburan hingga cara mereka mengekspresikan kreativitas. Mahasiswa mengekspresikan dirinya dengan mencari informasi terkait dengan tatanan kehidupannya dengan menggunakan teknologi internet. Perkembangan teknologi membawa banyak perubahan dalam gaya hidup mahasiswa. Internet mengenalkan berbagai informasi mulai dari jejaringan sosial, berita, video, foto hingga berbelanja.

Di kalangan mahasiswa, belanja secara online telah menjadi pilihan banyak pihak untuk memperoleh barang. Salah satu online shop di Indonesia adalah Shopee. Shopee merupakan aplikasi mobile market place pertama bagi konsumen-ke-konsumen yang aman, menyenangkan, mudah, dan praktis dalam jual beli. Shopee sebagai salah satu situs yang wadah jual beli secara online yang telah melakukan perubahan untuk menarik minat pelanggan agar lebih banyak bertransaksi melalui situs tersebut. Shopee lebih fokus pada platform mobile dengan dompet digital ShopeePay sehingga orang-orang lebih mudah mencari, berbelanja, dan berjualan langsung di ponselnya saja.

Shopee adalah yang pertama dalam *E-Commerce* pada kuartal pertama tahun 2023, dengan rata-rata 157,9 juta kunjungan situs web bulanan. Hal ini membuat konsumen sering memakai ShopeePay sebagai pilihan pembayaran pada saat berbelanja menggunakan aplikasi Shopee. Shopee juga banyak digunakan oleh para mahasiswa atau mahasiswi untuk berbelanja keperluan kuliahnya. Sehingga penulis tertarik melihat lebih jauh informasi mengenai penggunaan *E-Wallet* ShopeePay sebagai salah satu alat transaksi yang digunakan. Oleh karena itu perlu diteliti lebih dalam mengenai persepsi mahasiswa dalam menggunakan *E-Wallet* ShopeePay untuk bertransaksi jual beli online.

Penelitian ini dilakukan kepada mahasiswa jurusan akuntansi di Makassar. Secara spesifik, mahasiswa jurusan akuntansi dipilih karena mereka cukup memiliki keilmuan dan wawasan yang memadai sehingga memiliki pandangan terhadap uang elektronik ini dan pertimbangan bahwa mahasiswa merupakan pengguna ShopeePay yang mempunyai potensi tingkat menengah dalam pengembangan pembayaran non tunai (*E-Wallet*) karena mereka adalah generasi muda milenial yang melekat pada teknologi dan sudah mengenal serta menggunakan *E-Wallet* sejak awal perkembangannya di Indonesia.

TINJAUAN PUSTAKA

Electronic Wallet (*E-Wallet*)

Electronic Wallet (*E-Wallet*), menurut Pasal 1 angka 7 Peraturan Bank Indonesia Nomor 18/40/PBI/2016 Tahun 2016 yang menjelaskan mengenai Penyelenggaraan Pemrosesan Transaksi Pembayaran (“PBI/18/2016”) adalah pelayanan elektronik guna menyimpan data instrumen pembayaran di antaranya alat pembayaran dengan memanfaatkan kartu atau uang elektronik, yang bisa juga menampung dana, guna melaksanakan pembayaran (Bank Indonesia, 2016). Dompet digital (*Electronic Wallet*), bermanfaat guna menyimpan serta mengontrol informasi belanja online seorang pengguna. Contoh informasi login, password, alamat pengiriman pembeli, serta informasi detail mengenai kartu kredit pengguna. Informasi pelanggan itu akan disimpan pada sebuah lokasi sentral yang aman. *E-Wallet* menyuguhkan metode yang nyaman, cepat, serta aman guna pemakainya untuk menjalankan transaksi dengan online di seluruh dunia dari toko di manapun serta siapa saja. (Mohammad Salah Uddin, 2014).

Dompet elektronik (*E-Wallet*) bisa menggeser manfaat dompet pada umumnya ke dalam sebuah aplikasi maupun program serta menghapuskan keperluan orang-orang akan berbagai kartu yang terdapat pada dompet. *E-Wallet* juga menawarkan berbagai menu keamanan yang tidak dimiliki oleh dompet pada umumnya. *E-Wallet* memungkinkan pemakainya guna melacak informasi tagihan serta pengiriman sehingga transaksi akan menjadi lebih efektif dan aman. (Mohammad Salah Uddin, 2014).

Technology Acceptance Model (TAM)

Technology Acceptance Model (TAM) merupakan Salah satu teori yang mendeskripsikan mengenai model pendekatan penerimaan teknologi bisa dipakai guna mengetahui tingkat penerimaan pemakai pada teknologi. *Technology Acceptance Model* (TAM) pertama kali dikembangkan oleh Davis pada tahun 1989 yang merupakan salah satu adaptasi dari *Theory of Reasoned Action* (TRA).

Menurut (Davis, 1989) ada dua faktor yang memengaruhi penerimaan pemakai pada teknologi yakni persepsi akan manfaat teknologi serta persepsi akan kepraktisan pada pemakaian teknologi. Kedua faktor itu berpengaruh pada timbulnya keinginan guna menggunakan teknologi.

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan di atas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian tentang “Pengaruh Persepsi Kemudahan dan Persepsi Manfaat Terhadap Transaksi Berbasis E-Wallet ShopeePay Dikalangan Mahasiswa Program Studi Akuntansi Universitas Di Makassar”.

Persepsi Manfaat

Pendapat (Lui dan Jamieson 2003), persepsi manfaat adalah suatu ukuran kepercayaan individu bahwasanya pemakaian dari sistem akan memudahkan beberapa pekerjaan alhasil dapat dijalankan dengan lebih cepat. Kemudian dikatakan bahwasanya persepsi manfaat bisa mengidentifikasi beberapa kegunaan yang didapat pengguna dengan memakai internet guna menjalankan transaksi.

Persepsi Kemudahan

Persepsi Kemudahan merupakan suatu tingkatan dimana seseorang percaya bahwa suatu sistem digunakan karena sistem tersebut mudah dipahami dan digunakan, sehingga tidak diperlukan usaha apapun (free of effort) (Davis, 1989). Intensitas serta interaksi di antara pemakai dengan sistem juga bisa menampakkan kemudahan. Persepsi kemudahan membuktikan seberapa besar seorang pemakai teknologi aplikasi online berasumsi bahwa teknologi itu tidak banyak membutuhkan usaha yang sulit (Davis, 1989).

Pembayaran

Menurut (Handayani, 2015) pembayaran adalah suatu tindakan menukarkan sesuatu (uang/barang) dengan maksud dan tujuan yang sama yang dilakukan oleh dua orang atau lebih. Menurut Hasibuan (Hasibuan, 2010) pembayaran adalah berpindahnya hak pemilikan atas sejumlah uang atau dan dari pembayar kepada penerimanya, baik langsung maupun melalui media jasa-jasa perbankan. Jadi dari pengertian pembayaran menurut para ahli tersebut, pembayaran adalah suatu tindakan menukarkan sesuatu berupa uang/barang dari pembayar kepada penerimanya dengan maksud dan tujuan yang sama, baik langsung maupun melalui media jasa-jasa perbankan.

Hipotesis

- H₁ .Pengaruh persepsi Kemudahan berpengaruh positif terhadap Pembayaran Berbasis *E-Wallet*.
- H₂ .Pengaruh persepsi manfaat berpengaruh positif terhadap pembayaran berbasis *E-Wallet*.

Metode Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Metode penelitian kuantitatif menggunakan data numeric dan menekankan proses penelitian pada pengukuran hasil yang objektif serta menggunakan analisis statistic. Fokusnya mengumpulkan data set dan melakukan generalisasi untuk menjelaskan fenomena khusus yang dialami populasi. Penelitian ini akan dilakukan di 5 Universitas ternama di Makassar yaitu Universitas Fajar, Universitas Bosowa, Universitas Kristen Indonesia Paulus, Universitas Hasanuddin, dan Universitas Negeri Makassar, dengan total yang mengisi kuesioner sebanyak 101 kuesioner.

Hasil

Uji Kualitas Data

1. Uji Validitas

Uji Validitas ini dilakukan untuk mengetahui apakah item-item yang tersaji dalam kuesioner benar-benar mampu mengungkapkan dengan pasti apa yang akan diteliti. Untuk dianggap valid yaitu nilai r hitung > dari nilai r tabel. Pada penelitian ini jumlah sampel (n) sebanyak 101 Untuk menentukan nilai r tabel maka digunakan rumus $df = n - 2$. Pada tingkat signifikan 0,05 maka diketahui nilai r tabel sebesar 0,195.

- a) Uji Validitas Variabel Persepsi Kemudahan (X1)

Tabel 1

		Correlations							Total_
		X1_1	X1_2	X1_3	X1_4	X1_5	X1_6	X1_7	X1
X1_1	Pearson Correlation	1	.671**	.651**	.593**	.656**	.475**	.542**	.827**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	101	101	101	101	101	101	101	101
X1_2	Pearson Correlation	.671**	1	.573**	.566**	.592**	.498**	.593**	.808**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	101	101	101	101	101	101	101	101
X1_3	Pearson Correlation	.651**	.573**	1	.509**	.556**	.450**	.619**	.790**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000
	N	101	101	101	101	101	101	101	101
X1_4	Pearson Correlation	.593**	.566**	.509**	1	.624**	.327**	.659**	.780**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.001	.000	.000
	N	101	101	101	101	101	101	101	101
X1_5	Pearson Correlation	.656**	.592**	.556**	.624**	1	.330**	.571**	.782**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.001	.000	.000
	N	101	101	101	101	101	101	101	101
X1_6	Pearson Correlation	.475**	.498**	.450**	.327**	.330**	1	.530**	.670**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.001	.001		.000	.000
	N	101	101	101	101	101	101	101	101
X1_7	Pearson Correlation	.542**	.593**	.619**	.659**	.571**	.530**	1	.833**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000
	N	101	101	101	101	101	101	101	101
Total_X1	Pearson Correlation	.827**	.808**	.790**	.780**	.782**	.670**	.833**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	101	101	101	101	101	101	101	101

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

Dari tabel 1 menunjukkan bahwa pada variabel persepsi Kemudahan (X1_1) memiliki nilai koefisien atau r hitung yaitu 0,827, (X1_2) memiliki nilai koefisien atau r hitung yaitu 0,808, (X1_3) memiliki nilai koefisien atau r hitung yaitu 0,790, (X1_4) memiliki nilai koefisien atau r hitung yaitu 0,780, (X1_5) memiliki nilai koefisien atau r hitung yaitu 0,782, (X1_6) memiliki nilai koefisien atau r hitung yaitu 0,670, (X1_7) memiliki nilai koefisien atau r hitung yaitu

0,833, maka nilai r hitung lebih besar dari 0.195 r tabel. Dari data ini menunjukkan bahwa setiap pernyataan dalam penelitian ini dapat di katakan valid.

b) Hasil Uji Validitas Persepsi Manfaat (X2)

Tabel 2

		Correlations		
		X2_1	X2_2	Total_X 2
X2_1	Pearson Correlation	1	.616**	.914**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000
	N	101	101	101
X2_2	Pearson Correlation	.616**	1	.883**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000
	N	101	101	101
Total_X 2	Pearson Correlation	.914**	.883**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	
	N	101	101	101

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

Dari tabel 2 menunjukkan bahwa pada variabel persepsi Manfaat (X2_1) memiliki nilai koefisien atau r hitung yaitu 0,914, (X2_2) memiliki nilai koefisien atau r hitung yaitu 0,883, maka nilai r hitung lebih besar dari 0.195 r tabel. Dari data ini menunjukkan bahwa setiap pernyataan dalam penelitian ini dapat di katakan valid.

c) Hasil Uji Validitas Pembayaran Berbasis *E-Wallet* (Y)

Tabel 3

		Correlations			
		Y_1	Y_2	Y_3	Total_ Y
Y_1	Pearson Correlation	1	.259**	.387**	.742**
	Sig. (2-tailed)		.009	.000	.000
	N	101	101	101	101
Y_2	Pearson Correlation	.259**	1	.347**	.697**
	Sig. (2-tailed)	.009		.000	.000
	N	101	101	101	101

Y_3	Pearson Correlation	.387**	.347**	1	.792**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000
	N	101	101	101	101
Total_Y	Pearson Correlation	.742**	.697**	.792**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	
	N	101	101	101	101

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

Dari tabel 3 menunjukkan bahwa pada variabel Pembayaran Berbasis *E-Wallet* (Y1) memiliki nilai koefisien atau r hitung yaitu 0,742, (Y2) memiliki nilai koefisien atau r hitung yaitu 0,697, (Y3) memiliki nilai koefisien atau r hitung yaitu 0,792, maka nilai r hitung lebih besar dari 0.195 r tabel. Dari data ini menunjukkan bahwa setiap pernyataan dalam penelitian ini dapat di katakan valid.

2. Uji Reliabilitas

Uji Reliabilitas adalah alat pengumpulan data karena instrumen tersebut sudah baik. Dikatakan reliabel saat instrumen memberikan hasil relatif sama saat dilakukan pengukuran kembali pada objek yang berlainan pada waktu berbeda atau dikatakan memberikan hasil yang tetap. Reliabilitas variabel dapat dikatan baik jika memiliki nilai *Cronbach Alpha* > 0,60.

a) Hasil Uji Reliabilitas Kemudahan (X1)

Tabel 4

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.893	7

Pada tabel 4 diatas menunjukkan bahwa pada variabel persepsi Kemudahan (X1) memiliki nilai *Cronbach's Alpha* yaitu 0,893 > 0.60. Dapat disimpulkan bahwa pernyataan tersebut dapat dinyatakan bersifat *reliable*.

b) Hasil Uji Reliabilitas Manfaat (X2)

Tabel 5

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.757	2

Pada tabel 5 diatas menunjukkan bahwa pada variabel persepsi Manfaat (X2) memiliki nilai *Cronbach's Alpha* yaitu $0,757 > 0.60$. Dapat disimpulkan bahwa pernyataan tersebut dapat dinyatakan bersifat *reliable*.

- c) Hasil Uji Reliabilitas Pembayaran Berbasis *E-Wallet* (Y)

Tabel 6

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.599	3

Pada tabel 6 diatas menunjukkan bahwa pada variabel Pembayaran Berbasis *E-Wallet* (Y) memiliki nilai *Cronbach's Alpha* yaitu $0,599 > 0.60$. Dapat disimpulkan bahwa pernyataan tersebut dapat dinyatakan bersifat *reliable*.

Analisis Statistik Deskriptif

Tujuan dari analisis statistik deskriptif adalah untuk mengetahui gambaran umum tentang variabel yang digunakan dalam penelitian tersebut. Analisis statistik deskriptif ini menggunakan nilai minimum, maksimum, rata-rata (mean), dan standar deviasi atas jawaban dari setiap variabel yang ada. Hasil analisis statistik deskriptif variabel penelitian ini sebagai berikut:

Tabel 7

Descriptive Statistics											
	N	Range	Minimum	Maximum	Sum	Mean	Std. Deviation	Skewness	Std. Error	Kurtosis	Std. Error
	Statistic	Statistic	Statistic	Statistic	Statistic	Statistic	Statistic	Statistic	Error	Statistic	Error
X1_1	101	4	1	5	156	1.54	.794	2.113	.240	6.152	.476
X1_2	101	4	1	5	174	1.72	.736	1.411	.240	3.899	.476
X1_3	101	4	1	5	178	1.76	.814	1.486	.240	3.671	.476
X1_4	101	4	1	5	183	1.81	.857	1.931	.240	5.552	.476
X1_5	101	4	1	5	168	1.66	.816	1.711	.240	4.341	.476
X1_6	101	4	1	5	202	2.00	.927	1.535	.240	2.967	.476
X1_7	101	4	1	5	165	1.63	.956	2.269	.240	5.625	.476
X2_1	101	4	1	5	172	1.70	.922	1.956	.240	4.636	.476
X2_2	101	4	1	5	163	1.61	.800	1.893	.240	5.274	.476
Y_1	101	4	1	5	169	1.67	.776	1.824	.240	5.589	.476
Y_2	101	3	1	4	203	2.01	.714	.322	.240	-.049	.476
Y_3	101	4	1	5	188	1.86	.813	1.401	.240	3.459	.476
Valid N (listwise)	101										

Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas

Uji normalitas dapat digunakan untuk menguji setiap instrumen yang digunakan dalam penelitian apakah instrumen tersebut layak digunakan atau tidak. Uji ini dapat dilakukan dengan uji Hidrogram. Tes normal bisa disebut berdistribusi normal jika nilai signifikan lebih besar dari 0,05.

Tabel 8

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

			Unstandar dized Residual
N			101
Normal Parameters ^{a,b}	Mean		.0000000
	Std. Deviation		.72289351
Most Extreme Differences	Absolute		.062
	Positive		.062
	Negative		-.056
Test Statistic			.062
Asymp. Sig. (2-tailed)			.200 ^{c,d}
Monte Carlo Sig. (2- tailed)	Sig.		.805 ^e
	99% Confidence Interval	Lower Bound	.795
		Upper Bound	.815

Dari tabel 8 diatas bisa dilihat nilai Hal ini dapat dilihat dari nilai *Kolmogorov-Smirnov* sebesar 0,062 dan *symp.sig* sejumlah 0,200 > 0,05 jadi bisa ditarik kesimpulan bahwa data berdistribusi normal.

2. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas memiliki tujuan untuk melihat apakah model regresi ditentukan ada atau tidaknya korelasi antar variabel bebas. Untuk melihat ada atau tidaknya multikolinearitas dapat dilihat dari perhitungan nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) dan tolerance dari masing-masing variabel bebas. Bila nilai tolerance lebih besar dari 0,08 dan jika nilai VIF kurang dari 0,08 maka tidak akan terjadi multikolinearitas pada data yang diuji.

Tabel 9

		Coefficients ^a						Collinearity Statistics	
		Unstandardized Coefficients		Standardi zed Coefficien ts				Tolera nce	VIF
Model		B	Std. Error	Beta	t	Sig.			
1	(Consta nt)	1.455	.205		7.085	.000			
	Total_X 1	.293	.026	.788	11.319	.000		.373	2.682
	Total_X 2	.161	.077	.145	2.083	.040		.373	2.682

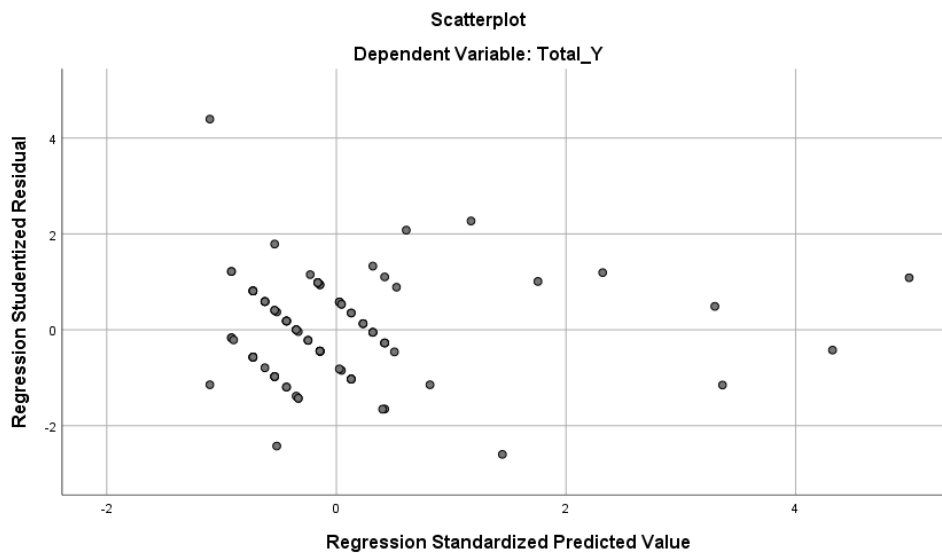
a. Dependent Variable: Total_Y

Dapat dilihat dari tabel 9, nilai tolerance pada persepsi Kemudahan (X1) dan persepsi Manfaat (X2) sebesar 0,373 lebih besar dari 0,10. Nilai VIF keduanya 2,682 seluruhnya kurang dari nilai $VIF < 10$ jadi tidak terdapat multikolinieritas dan dapat digunakan sebagai penelitian.

3. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam sebuah model regresi yang digunakan dapat terjadi ketidaksamaan varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Dasar pengambilan keputusan dalam uji heteroskedastisitas dengan menggunakan uji glejser apabila jika nilai sig lebih besar dari 0,05 maka tidak terjadi gejala heteroskedastisitas dalam model regresi.

Tabel 10



4. Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi bertujuan menguji apakah dalam model regresi linier ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t dengan kesalahan pengganggu pada periode t-1 (sebelumnya). Salah satu metode untuk menguji autokorelasi ini adalah metode Durbin-Watson.

Tabel 11

Model Summary ^b					
Mode	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.907 ^a	.823	.819	.73023	1.906

a. Predictors: (Constant), Total_X2, Total_X1

b. Dependent Variable: Total_Y

Uji Metode Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linear berganda digunakan sebagai penguji pengaruh dari variabel independent terhadap variabel dependent. Penelitian ini digunakan untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh persepsi kemudahan dan persepsi manfaat (*sebagai variabel independent*) terhadap pembayaran berbasis *E-Wallet* ShopeePay secara bersama-sama adalah $Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e$.

Tabel 12

Coefficients^a

		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
Model		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.455	.205		7.085	.000
	Total_X1	.293	.026	.788	11.319	.000
	Total_X2	.161	.077	.145	2.083	.040

a. Dependent Variable: Total_Y

hasil pengolahan data pada tabel diatas sebagai berikut :

1. Konstan sebesar 1.455 artinya apabila variabel bebas (kemudahan dan manfaat) tetap atau tidak dinaikkan maka tingkat efesiensi pembayaran digital adalah 1.455.
2. Nilai koefisien X1 sebesar 0,293, ini menunjukkan variabel X1 berpengaruh positif terhadap Y. Hal ini berarti setiap ada peningkatan X1 maka Y akan mengalami peningkatan dengan anggapan variabel X2 adalah konstan.
3. Nilai koefisien X2 sebesar 0,161 ini menunjukkan variabel X2 berpengaruh positif terhadap Y. Hal ini berarti setiap ada peningkatan X2 maka Y akan mengalami peningkatan dengan anggapan variabel X1 adalah konstan.

Uji Koefisien Determinasi (R²)

Tabel 13

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.907 ^a	.823	.819	.73023

a. Predictors: (Constant), Total_X2, Total_X1

b. Dependent Variable: Total_Y

Pada tabel 13 di atas bahwa nilai koefisien determinasi pada kolom R Square sebesar 0,823 yang artinya variabel kemudahan dan manfaat memiliki pengaruh sebesar 82,3% terhadap variabel Pembayaran Berbasis *E-Wallet*, sedangkan 17,7% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dijelaskan pada penelitian ini.

Uji Hipotesis Penelitian

1. Uji statistik T

Uji T bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh dari masing-masing variabel bebas yang digunakan terhadap variabel terikat (Ghozali, 2018). Bila nilai signifikan uji ini kurang dari 0,05 maka variabel dependen berpengaruh signifikan terhadap variabel. Sedangkan jika nilainya lebih besar dari 0,05 maka variabel dependen tidak berpengaruh signifikan pada variabel dependen.

Tabel 14

		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
Model		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.455	.205		7.085	.000
	Total_X 1	.293	.026	.788	11.319	.000
	Total_X 2	.161	.077	.145	2.083	.040

a. Dependent Variable: Total_Y

Pada tabel 14 diatas dapat dilihat pengaruh antara vairabel persial sebagai berikut :

1. Hasil pengujian variabel persepsi Kemudahan (X1) terhadap Pembayaran Berbasis *E-Wallet* (Y) diperoleh nilai t hitung (11,319) > t tabel (1,660) dan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel persepsi Kemudahan secara persial berpengaruh signifikan terhadap Pembayaran Berbasis *E-Wallet*.
2. Hasil pengujian variabel persepsi Manfaat (X2) terhadap Pembayaran Berbasis *E-Wallet* (Y) diperoleh nilai t hitung (2,083) > t tabel (1,660) dan nilai signifikansi sebesar $0,040 < 0,05$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel persepsi Manfaat secara persial berpengaruh signifikan terhadap Pembayaran Berbasis *E-Wallet*.

2. Uji statistik F

Uji F menentukan apakah semua variabel independen yang dimaksud dalam penelitian ini secara simultan atau keseluruhan merupakan penjelas yang signifikan terhadap variabel dependen.

Menentukan f tabel:

$df = n - k = 98 - 3 = 95$ Sehingga pada tingkat signifinasi sebesar 5% diketahui nilai F tabel sebesar 3,09.

Tabel 15

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	242.792	2	121.396	227.657	.000 ^b
	Residual	52.258	98	.533		
	Total	295.050	100			

a. Dependent Variable: Total_Y

b. Predictors: (Constant), Total_X2, Total_X1

Dapat diketahui pada tabel 15 diatas menunjukkan bahwa nilai F hitung (227,657) > F tabel (3,09) dan nilai signifikan sebesar $0,000 < 0,05$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa persepsi Kemudahan dan persepsi Manfaat secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Pembayaran Berbasis *E-Wallet*.

Pembahasan

1. Pengaruh Persepsi Kemudahan terhadap Pembayaran Berbasis *E-Wallet*.

Berdasarkan analisis data diatas, hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel Persepsi Kemudahan memiliki nilai t hitung (11,319) > t tabel (1,660) dan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel persepsi Kemudahan secara persial berpengaruh signifikan terhadap Pembayaran Berbasis *E-Wallet*. Artinya apabila variabel kemudahan mengalami peningkatan maka variabel Pembayaran Berbasis *E-Wallet* juga mengalami peningkatan. Hasil ini menunjukkan bahwa variabel persepsi Kemudahan memiliki hasil yang positif dan signifikan terhadap Pembayaran Berbasis *E-Wallet*.

2. Pengaruh Persepsi Manfaat terhadap Pembayaran Berbasis *E-Wallet*.

Berdasarkan analisis diatas, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel persepsi Manfaat memiliki nilai t hitung (2,083) > t tabel (1,660) dan nilai signifikansi sebesar $0,040 < 0,05$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel Manfaat secara persial berpengaruh signifikan terhadap Pembayaran Berbasis *E-Wallet*. Yang berarti jika variabel persepsi Manfaat mengalami peningkatan maka variabel Pembayaran Berbasis *E-Wallet* juga mengalami peningkatan. Penggunaan *E-Wallet* ShopeePay merupakan kegiatan yang dapat bertransaksi dengan cepat serta dapat digunakan saat beraktivitas.

Kesimpulan

- Hasil pengujian variabel persepsi Kemudahan terhadap Pembayaran Berbasis *E-Wallet* diperoleh nilai t hitung (10,348) > t tabel (1,991) dan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$, maka dapat disimpulkan bahwa variabel persepsi Kemudahan secara persial berpengaruh signifikan terhadap Pembayaran Berbasis *E-Wallet* ShopeePay Dikalangan Mahasiswa Program Studi Akuntansi Universitas Di Makassar. Hal ini menunjukkan kemudahan yang ditawarkan oleh *E-Wallet* ShopeePay mudah untuk dipelajari dan mudah digunakan atau dioperasikan saat melakukan transaksi.
- Hasil pengujian variabel persepsi Manfaat terhadap Pembayaran Berbasis *E-Wallet* diperoleh nilai t hitung (2,464) > t tabel (1,991) dan nilai signifikansi sebesar $0,016 <$

0,05. Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel persepsi Manfaat secara persial berpengaruh signifikan terhadap Pembayaran Berbasis *E-Wallet* ShopeePay Dikalangan Mahasiswa Program Studi Akuntansi Universitas Di Makassar. Hal ini menunjukkan manfaat yang ditawarkan oleh *E-Wallet* ShopeePay seperti lebih cepat dalam bertransaksi dan juga dapat digunakan saat beraktivitas baik di kampus maupun di rumah.

3. Persepsi Kemudahan dan persepsi Manfaat secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Pembayaran Berbasis *E-Wallet* ShopeePay Dikalangan Mahasiswa Program Studi Akuntansi Universitas Di Makassar. Hal ini menunjukkan bahwa efesiensi Pembayaran Berbasis *E-Wallet* dipengaruhi oleh lingkungan sekitar membentuk persepsi, dalam penelitian ini ditemukan persepsi Kemudahan dan persepsi Manfaat yang dapat menjadikan pembayaran berbasis *E-Wallet* menjadi lebih efisien.

Daftar Pustaka

- Aritonang, Y. A. L., & Arisman, A. (2017). Pengaruh persepsi kemudahan dan persepsi manfaat terhadap minat menggunakan E-Wallet(STUDI KASUS PADA PENGGUNA GO-PAY). *Jurnal Akuntansi STIE Multi Data Palembang*, x, 1-17.
- Ashok PK., Upadhyaya, K. 2012. Tannins are Astringent. *Journal of Pharmacognosy and Phytochemistry*; 1 (3): 45-49
- Akmal, I. (2022). *Pengaruh Persepsi dan Pengetahuan Terhadap Minat Penggunaan Uang Elektronik (E-Money) DANA Ditinjau Dalam Perspektif Ekonomi Islam (studi pada mahasiswa Febi Uin Ar-Raniry)* (Doctoral dissertation, UIN Ar-Raniry).
- Azk, Galih. 2022. "Sensor Ultasonik". [https:// wikielektronika.com](https://wikielektronika.com) . Diakses pada tanggal 18 oktober 2022.
- Darista, S. M. R., & Mujilan, M. (2021). Pengaruh Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan, Persepsi Kepercayaan dan Persepsi Risiko Terhadap Minat Penggunaan Aplikasi OVO sebagai Alat Pembayaran E-Money. *JRMA (Jurnal Riset Manajemen dan Akuntansi)*, 9(1), 27-37.
- Danang, Sunyoto. 2012. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta: PT Buku Seru.
- Davis,F.D. 1989. "Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology". *MIS Quarterly*.Vol. 13 No. 5: pp319-339.
- Dewi, O. (2022). *Analisis Pengaruh Persepsi Kemudahan, Manfaat, Resiko Dan Kepercayaan Terhadap Penggunaan E-Walletdalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Pada Masyarakat Pengguna Go Pay di Bandar Lampung)* (Doctoral dissertation, Uin Raden Intan Lampung).
- Endang Fatmawati., 2015, *Penerapan Tam Untuk Menganalisis Penerimaan Terhadap Sistem Informasi Perpustakaan*.

- Farahdiba, E. S. (2020). Analisis faktor-faktor yang memengaruhi minat pengguna E-wallet (electronic wallet) sebagai alat transaksi terhadap mahasiswa di Yogyakarta (Studi Kasus: Mahasiswa Pengguna Layanan E-Wallet OVO di Yogyakarta).
- Gantina, K. (2022). *Pengaruh Tingkat Price Value Dan Tingkat Social Influence Terhadap Penggunaan Layanan Mobile Payment Pada Mahasiswa (survei pada pengguna aplikasi shopeepay mahasiswa pendidikan ekonomi fkip unpas)* (doctoral dissertation, fkip unpas).
- Ghozali, Imam. 2013. Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21 Update PLS Regresi. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Given, Lisa M. (editor). (2008). The Sage encyclopedia of qualitative research methods. Thousand Oaks: Sage.
- Gujarati, Damodar, 2003, *Ekonometri Dasar*. Terjemahan: Sumarno Zain, Jakarta: Erlangga.
- Handayani, S. 2015. Pengaruh Mobilisasi Dini Terhadap Intensitas Nyeri Pasien post Sectio Caesarea di RSUD Moewardi. Skripsi. STIKES Kesuma Husada. Surakarta.
- Hasibuan, Malayu S. P. 2010. Manajemen Sumber Daya Manusia. Jakarta. PT Bumi Aksara
- Hayuni, D. (2023). *Pengaruh Persepsi Kemudahan Dan Kemanfaatan Terhadap Penggunaan E-Walletshopeepay Sebagai Alat Transaksi Pada Mahasiswa Program Studi Ekonomi Syariah Uin Suska Riau* (Doctoral dissertation, UIN SUSKA RIAU).
- Jayanti, F., & Arista, N. T. (2018). Persepsi mahasiswa terhadap pelayanan perpustakaan Universitas Trunojoyo Madura. *Competence: Journal of Management Studies*, 12(2).
- Jemmy Rumengan, (2010), *Metodologi Penelitian Dengan SPSS*, Batam: UNIBA PRESS.
- Jogiyanto, H. M. (2017). Analisis dan Desain (Sistem Informasi Pendekatan Terstruktur Teori dan Praktek Aplikasi Bisnis). Penerbit Andi.
- Jogiyanto, H.M. 2007. Metode Penelitian Bisnis: Salah Kaprah dan Pengalaman– Pengalaman. Yogyakarta: BPFE.
- Khoirunisa, S. Pengaruh Daya Tarik Promosi, Kepuasan, dan Kemudahan Terhadap Loyalitas Pengguna E-Wallet(Studi Analisa Pada Produk E-WalletBank Syariah Indonesia).
- Khafiyah, N. N. (2019). *Pengaruh persepsi mahasiswa mengenai uang elektronik terhadap minat menggunakan aplikasi ovo (Studi pada mahasiswa Jurusan Pendidikan IPS UIN Syarif Hidayatullah Jakarta)* (Bachelor's thesis, Jakarta: Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan UIN Syarif Hidayatullah).
- Lui dan Jamieson, 2003, "Integrating Trust and Risk Perceptions in Business-toConsumer Electronic Commerce with The Technology Acceptance Model", European Conference on Information Systems (ECIS 2003), Naples.
- Mohammad Salah Uddin, M. I. (2014). E-Wallet System for Bangladesh an Electronic Payment System.
- Nurhayun, F. (2022). *Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan dan Persepsi Risiko Terhadap Minat menggunakan Dompot Digital Shopeepay (Studi Kasus Generasi Z di Purbalingga)* (Doctoral dissertation, UIN Prof. KH Saifuddin Zuhri).

- Pratama, A. B., & Suputra, I. D. G. D. (2019). Pengaruh persepsi manfaat, persepsi kemudahan penggunaan, dan tingkat kepercayaan pada minat menggunakan uang elektronik. *E-jurnal Akuntansi*, 27(2), 927-953.
- Prajitno, S. B. (2013). Metodologi penelitian kuantitatif. *Jurnal. Bandung: UIN Sunan Gunung Djati*. (tersedia di <http://komunikasi.uinsgd.ac.id>).
- Rahayuni, K. W. (2022). (Doctoral dissertation, Universitas Pendidikan Ganesha).
- Rahma, S. (2022). Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Manfaat, Risiko, dan Kepercayaan dalam Menggunakan E-wallet (electronic wallet) di Yogyakarta (Studi Kasus: Pengguna E-wallet ShopeePay di Yogyakarta).
- Sandu Siyoto, SKM., M. K., & M. Ali Sodik, M. . (2015). Dasar Metodologi Penelitian (Cetakan 1, Vol. 7, Issue 2). Literasi Media.
- Suliyanto, 2011, Ekonometrika Terapan : Teori dan Aplikasi dengan SPSS. Yogyakarta: Penerbit Andi Offset.Yogyakarta.
- Usman, R. (2017). Karakteristik uang elektronik dalam sistem pembayaran. *Yuridika*, 32(1), 134.
- Wahidmurni. (2017). Pemaparan Metode Penelitian Kualitatif. UIN Maulana Malik Ibrahim Malang, (6), 67-72
- Yam, J. H., & Taufik, R. (2021). Hipotesis Penelitian Kuantitatif. *Jurnal Ilmu Administrasi*, 3(2), 96-102.