

MINAT INDIVIDU TERHADAP PENGGUNAAN E-WALLET SHOPEE PAYLATER BERBASIS MODIFIED TECHNOLOGY ACCEPTANCE MODEL

^aAnggalia Wibasuri, ^bMieke Rahayu, ^cNi Wayan Cahaya Adi, ^dI Made Yuda Suryawan
^{a,b}Institut Informatika dan Bisnis Darmajaya, ^{c,d}Universitas Teknologi Indonesia
^aanggalia.wibasuri@darmajaya.ac.id

Received: 2022 September 19

Accepted: 2022 December 09

Published: 2022 December 25

ABSTRAK

Minat Individu Terhadap Penggunaan E-Wallet Shopee Pay Later Berbasis Modified Technology Acceptance Model (TAM). Paylater merupakan salah satu teknologi keuangan yang memberikan pinjaman kepada calon pengguna yang tidak memiliki rekening bank dengan syarat yang mudah dan proses yang cepat, transaksi pembayarannya melalui paylater dapat dilakukan dengan cicilan atau pembayaran lunas pada tanggal jatuh tempo. Dengan penawaran yang menarik menjadikan paylater inovasi teknologi keuangan yang diminati pengguna. Penelitian ini bertujuan untuk menguji faktor-faktor yang mempengaruhi minat untuk menggunakan e-wallet shopee paylater dengan menggunakan model Technology Acceptance Model (TAM) yang dikembangkan oleh Davis pada 1989. Faktor yang memengaruhi minat individu untuk menggunakan E-Wallet Shopee Paylater dalam penelitian ini adalah Perceived Ease of Use, Perceived Usefulness, Attitude, dan Intention to Use. Penelitian ini dilakukan di Bandar Lampung dengan menggunakan metode survei. Peneliti telah memperoleh respon sebanyak 120 orang pengguna yang menggunakan E-Wallet Shopee Paylater. Analisis dilakukan dengan Structural Equation Model (SEM) dengan menggunakan program Smart-PLS. Hasil analisis untuk model ini menunjukkan bahwa konstruk sikap berpengaruh terhadap minat individu untuk menggunakan E-Wallet Shopee Paylater. Hal ini berarti bahwa minat untuk menggunakan E-Wallet Shopee Paylater dipengaruhi oleh sikap, serta variabel sikap dipengaruhi oleh Perceived Ease of Use dan Perceived Usefulness. Implikasi dari penelitian ini relevan bagi pihak induk perusahaan Shopee (Seagroup) dan analisis E-Wallet Shopee Paylater agar memperhatikan kembali faktor-faktor yang memengaruhi minat individu untuk menggunakan E-Wallet Shopee Paylater.

Keywords: E-Wallet, Technology Acceptance Model (TAM), Attitude, Intention to Use

ABSTRACT

Individual Intention to Using the Shopee Paylater E-Wallet Based on the Modified Technology Acceptance Model (TAM). Paylater is a financial technology that provides loans to prospective users who don't have a bank account with easy terms and fast processing, payment transactions through paylater can be made in installments or payments in full on the due date. With attractive offers, paylater is a financial technology innovation that users are interested in. This study aims to examine the factors that influence intention to using the Shopee paylater e-wallet by using the Technology Acceptance Model (TAM) model developed by Davis in 1989. Factors that influence individual intention to using the Shopee paylater E-Wallet in this study are Perceived Ease of Use, Perceived Usefulness, Attitude, and Intention to Use. This research was conducted in Bandar Lampung using a survey method. Researchers have obtained responses from 80 users who use the Shopee paylater E-Wallet. The analysis was carried out using the Structural Equation Model (SEM) using the Smart-PLS program. The results of the analysis for this model show that the attitude construct influences individual intention to using the Shopee paylater E-

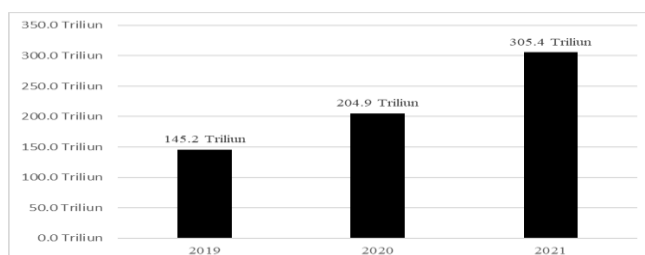
Wallet. This means that the intention in using the Shopee paylater E-Wallet is influenced by attitude, and the attitude variable is influenced by Perceived Ease of Use and Perceived Usefulness. The implications of this research are relevant for the parent company Shopee (Seagroup) and the analysis of the Shopee paylater E-Wallet to pay attention again to the factors that influence individual intention to using the Shopee paylater E-Wallet.

Keywords: E-Wallet, Technology Acceptance Model (TAM), Attitude, Intention to Use

PENDAHULUAN

Kehadiran E-Wallet telah membawa perubahan perilaku manusia dalam melakukan aktivitas transaksi keuangan. E-Wallet adalah sebuah perangkat elektronik, layanan jasa atau bahkan aplikasi yang memungkinkan penggunanya melakukan transaksi secara online untuk membeli suatu barang atau jasa dengan menggunakan QR code. E-Wallet berperan dalam proses penyimpanan data sekaligus sebagai instrumen pembayaran. E-Wallet merupakan alternatif sistem pembayaran yang dibuat untuk memudahkan penggunanya untuk bisa melakukan transaksi. E-Wallet tidak hanya sebagai alat pembayaran saja, namun juga digunakan sebagai alat untuk memverifikasi terhadap suatu aktivitas jual beli. Pertumbuhan pasar E-Wallet di Indonesia diproyeksi akan terus meningkat hingga 2025, yang dapat dilihat melalui Gambar 1. Proyeksi Nilai Transaksi E-Wallet di Indonesia (2021-2025).

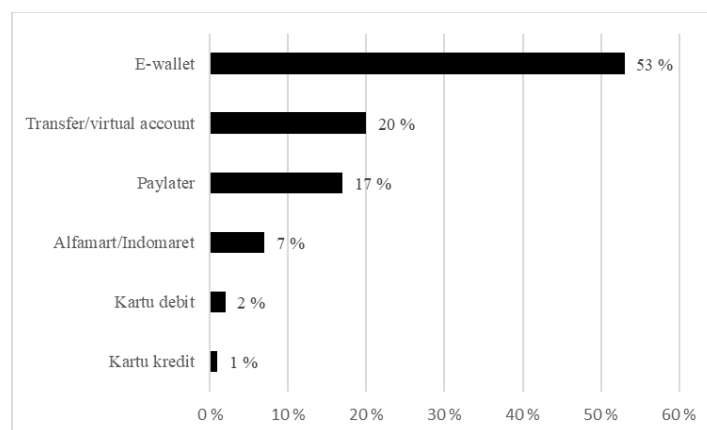
Gambar 1.
Nilai Transaksi Belanja Menggunakan Uang Elektronik Di Indonesia



Sumber: <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/09/28/transaksi-belanja-pakai-uang-elektronik-tembus-rp300-triliun-pada-2021>, 2022

Berdasarkan Gambar 1. Nilai transaksi belanja menggunakan uang elektronik di Indonesia, menjelaskan bahwa transaksi 145,2 triliun pada tahun 2019, transaksi 204,9 triliun pada tahun 2020 dan transaksi 305,4 triliun pada tahun 2021. Data tersebut menunjukkan bahwa terjadi peningkatan transaksi uang elektronik di Indonesia. Hal ini menunjukkan bahwa masyarakat Indonesia sangat tertarik melakukan transaksi menggunakan uang elektronik serta memiliki potensi yang tinggi bagi perusahaan yang bergerak dibidang teknologi keuangan. Berikut ini gambar 2 persentase metode pembayaran yang paling sering digunakan dalam bertransaksi.

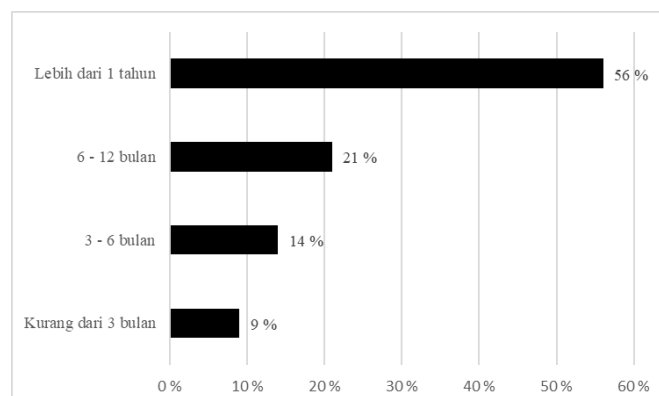
Gambar 2.
Persentase Metode Pembayaran Yang Paling Sering Digunakan Bertransaksi



Sumber: <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/06/03/kic-e-wallet-paling-sering-digunakan-untuk-transaksi-e-commerce>, 2022

Berdasarkan gambar 2 persentase metode pembayaran yang paling sering digunakan dalam bertransaksi, menjelaskan bahwa transaksi yang sering digunakan konsumen adalah e-wallet, transfer/virtual account, alfamart/indomaret, kartu debit dan kartu kredit. Paylater berada di posisi ketiga sebagai metode pembayaran yang paling sering digunakan bertransaksi sebesar 17%. Paylater merupakan salah satu teknologi keuangan yang memberikan pinjaman kepada calon pengguna yang tidak memiliki rekening bank dengan syarat yang mudah dan proses yang cepat, transaksi pembayarannya melalui *paylater* dapat dilakukan dengan cicilan atau pembayaran lunas pada tanggal jatuh tempo. Dengan penawaran yang menarik menjadikan *paylater* inovasi teknologi keuangan yang diminati pengguna. Berikut gambar 1.3 persentase konsumen menggunakan *paylater* berdasarkan waktu.

Gambar 3.
Persentase Konsumen Menggunakan *Paylater* Berdasarkan Waktu



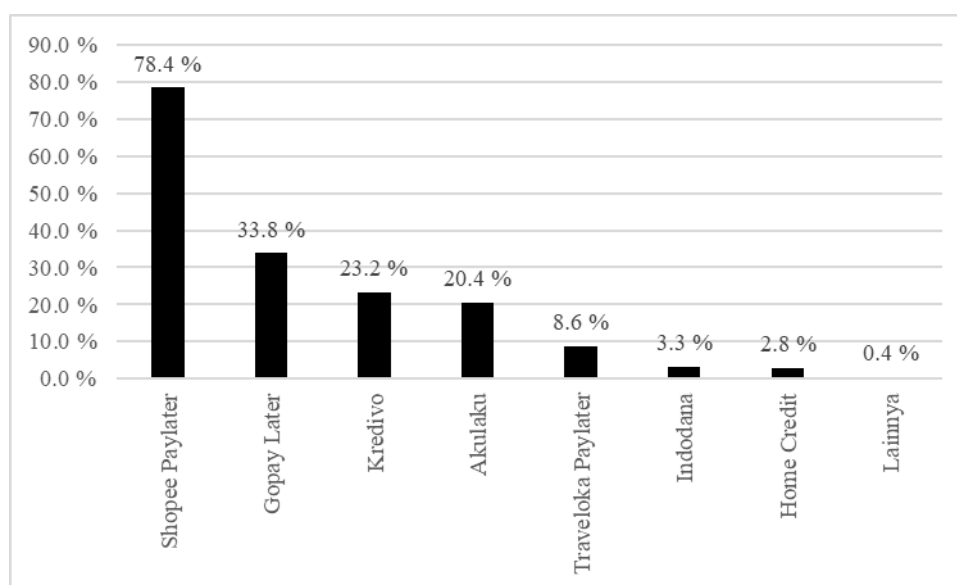
Sumber: <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/06/03/paylater-kian-populer-mayoritas-konsumen-sudah-gunakan-paylater-lebih-dari-setahun>, 2022

Berdasarkan gambar 3 persentase konsumen menggunakan *paylater* berdasarkan waktu, menjelaskan bahwa pengguna menggunakan *paylater* lebih dari 1 tahun sebesar 56%. Data

tersebut menunjukkan bahwa *paylater* menjadi salah satu solusi metode pembayaran secara online. Terdapat beberapa *paylater* yang paling sering digunakan dalam transaksi pembayaran di Indonesia adalah Shopee Paylater, GoPayLater, Kredivo, Akulaku Traveloka Paylater, Indodana dan Home Credit.

Shopee Paylater adalah sebuah metode pembayaran yang disediakan di Shopee yang memungkinkan pelanggan belanja terlebih dahulu, bayar nanti di bulan berikutnya. Bisa juga mencicil sesuai tenor yang dipilih, pengguna dapat memilih cicilan 1 bulan, 3 bulan, 6 bulan, dan juga 12 bulan. Dengan proses pendaftaran yang mudah calon pengguna hanya membutuhkan verifikasi KTP, NIK dan wajah saja Prosesnya juga tidak akan lama, tim terkait akan melakukan pemeriksaan hanya dalam kurun waktu 2x24 jam saja pengajuan aktivasi Shopee Paylater, besaran limit yang diberikan Shopee Paylater 750.000 hingga 50.000.000. Shopee Paylater sudah terdaftar di Otoritas Jasa Keuangan (OJK), jadi transaksinya aman dan diawasi sehingga aman untuk digunakan. Shopee Paylater termasuk metode pembayaran *paylater* yang sering digunakan oleh pengguna, berikut ini gambar 4. persentase *paylater* paling banyak digunakan di Indonesia.

Gambar 4.
Persentase Paylater Paling Banyak Digunakan Di Indonesia



Sumber:

<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/01/12/shopee-paylater-layanan-paylater-paling-banyak-digunakan-pada-2021>,
2021

Berdasarkan ini gambar 4. persentase *paylater* paling banyak digunakan di Indonesia, menjelaskan bahwa Shopee Paylater memiliki persentase sebesar 78,4%. Data tersebut menunjukkan bahwa Shopee Paylater memiliki persentase tertinggi sebagai metode pembayaran *paylater* yang sering digunakan oleh pengguna. Untuk terus mempertahankan posisi dan meningkatkan keputusan pembelian menggunakan Shopee Paylater, pihak Shopee Paylater harus mengetahui perilaku konsumen dalam melakukan keputusan pembelian menggunakan Shopee Paylater. Perkasa dan Setiawati (2020) menyatakan bahwa perilaku konsumen adalah studi mengenai segala proses yang terlibat ketika individu atau kelompok memilih, membeli, menggunakan, atau menjual produk, jasa, ide, atau keahlian untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan tertentu.

Sedangkan e-commerce penyedia jasa layanan transportasi online, Gojek, mengalami kenaikan hingga 14 kali lipat (Fadila, 2020) sehingga mereka harus terus meningkatkan keamanan data pengguna dengan adanya lonjakan tersebut. Platform penyedia lain yang

merasakan dampak dari paylater juga ialah Shopee. Hingga tahun 2020, jumlah pengguna Shopee Paylater mencapai angka 1,27 juta pengguna dengan akumulasi borrower yang aktif mencapai 67% yakni sekitar 850 ribu orang borrower. Jumlah dana pinjaman yang dikeluarkan oleh Shopee Paylater mencapai hampir Rp1,5 Triliun dengan tingkat keberhasilan mencapai hampir 95% (Lentera Dana, 2020). Antusias masyarakat dengan hadirnya teknologi paylater dibuktikan dengan meningkatnya jumlah pengguna paylater dari waktu ke waktu. Beberapa platform penyedia paylater telah mengalami lonjakan pengguna yang cukup tinggi. Sejak paylater diluncurkan, Traveloka mengalami lonjakan pengguna hingga 10 kali lipat (Walfajri, 2019).

Meningkatnya tingkat belanja online dengan berbagai pilihan pembayaran terutama paylater yang telah disediakan, telah memunculkan pola gaya hidup serta perilaku konsumen yang baru dalam kebiasaan berbelanja online. Berbelanja online yang semakin memudahkan konsumen dalam menjangkau produk dan menguntungkan (Hardhika & Huda, 2021).

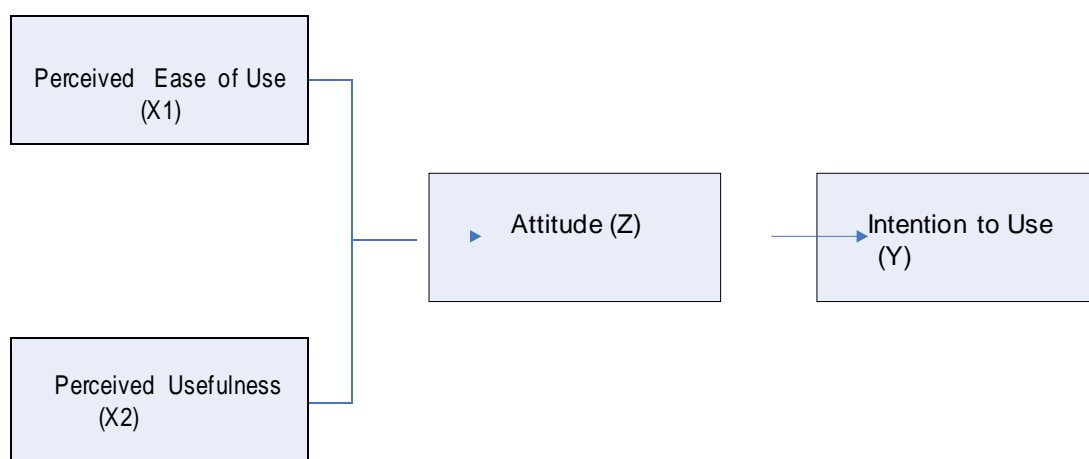
Kurniasari (2018) menyatakan bahwa minat menggunakan merupakan suatu keinginan (minat) seseorang untuk melakukan suatu perilaku yang tertentu. Seseorang akan melakukan suatu perilaku jika mempunyai keinginan atau minat untuk melakukannya. Tingkat penggunaan teknologi seseorang dapat diprediksi dari sikap perhatiannya terhadap teknologi tersebut, misal motivasinya untuk tetap menggunakan maupun memotivasi pengguna lain atau menambah peripheral pendukung lainnya.

KAJIAN LITERATUR

Penelitian ini menguji pengaruh faktor-faktor yang terdapat dalam teori *Technology Acceptance Model (TAM)* dikembangkan oleh Davis (1989) terhadap penggunaan teknologi baru yaitu E-Wallet Shopeepay. Dengan menggunakan dua variabel yang ada didalamnya, yaitu *perceived ease of use* dan *perceived usefulness*. Peneliti melakukan penelitian bertujuan untuk mencari bukti empiris tentang keterkaitan antara kedua persepsi tersebut terhadap sikap yang mempengaruhi minat individu dalam menggunakan E-Wallet.

Adapun model penelitian sebagai berikut :

Gambar 5. Model Penelitian



Pengaruh *Perceived Ease of Use* Terhadap Sikap

Perceived ease of use merupakan variabel yang dapat mempengaruhi penerimaan sebuah sistem. Walaupun dengan menggunakan sistem yang dipercaya dapat meningkatkan aktivitas pembayaran, namun juga dapat ditemui bahwa penggunaan sistem tersebut sulit untuk digunakan. *Perceived ease of use* penggunaan lebih menekankan pada proses dalam menggunakan sebuah teknologi atau sistem. Jadi apabila suatu sistem dianggap lebih mudah digunakan, maka pengguna akan merasa lebih mudah dan cepat menyelesaikan tugas sehingga meningkatkan minat menggunakan sistem tersebut. Adyas (2019) menyatakan

bahwa *perceived ease of use* adalah suatu sistem dirancang bukan untuk menyulitkan pemakainya, akan tetapi penggunaan sistem justru mempermudah seseorang dalam menyelesaikan pekerjaannya. Penelitian yang dilakukan oleh Atriani Permadi dan Rinuastuti (2020) menyatakan bahwa *perceived ease of use* berpengaruh terhadap minat menggunakan, artinya jika keyakinan seseorang dalam menggunakan suatu sistem tersebut sangat mudah dan tidak sulit baginya akan meningkatkan minat menggunakan suatu aplikasi, sehingga berdasarkan studi yang telah diuraikan tersebut, peneliti merumuskan hipotesis alternatif sebagai berikut :

H1 : *Perceived ease of use* berpengaruh terhadap sikap.

Pengaruh *Perceived Usefulness* berpengaruh terhadap Sikap

Perceived usefulness memiliki arti penting dalam sebuah teknologi untuk menarik individu menggunakan teknologi tertentu. Ketika *perceived usefulness* terhadap suatu sistem rendah maka sikap terhadap minat penggunaan sistem tersebut akan rendah, tetapi apabila *perceived usefulness* terhadap sistem tinggi maka sikap dan minat individu untuk menggunakan pada sistem tertentu akan mendapatkan respon yang baik dari individu, apabila teknologi tersebut memiliki manfaat yang dapat menunjang dan membantu aktivitas individu menjadi lebih cepat. Rahmawati dan Yuliana (2020) menyatakan bahwa *perceived usefulness* adalah dimana seseorang percaya sejauh mana kinerja dapat meningkatkan pekerjaan dengan menggunakan suatu teknologi. Penelitian yang dilakukan oleh Abrilia dan Sudarwanto (2020) menyatakan bahwa *perceived usefulness* berpengaruh terhadap minat menggunakan, artinya jika sebuah sistem berguna bagi seseorang maka akan meningkatkan sikap terhadap penggunaan suatu aplikasi. Berdasarkan studi yang telah diuraikan tersebut, peneliti merumuskan hipotesis alternatif sebagai berikut :

H2: *Perceived Usefulness* berpengaruh terhadap Sikap.

Pengaruh Sikap Terhadap Minat Penggunaan E-Wallet Shopee Paylater

Sikap (*attitude*) didefinisikan oleh Fishbein dan Ajzen (1975) dalam penelitian Mahendra (2014) sebagai keseluruhan dari perasaan yang dirasakan oleh seseorang untuk menerima ataupun menolak suatu objek atau perilaku dan diukur dengan menggunakan suatu prosedur yang menempatkan individual pada skala evaluatif dengan dua sisi, yaitu baik atau buruk serta menerima atau menolak. Beberapa penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa bahwa sikap terhadap penggunaan teknologi informasi berpengaruh terhadap minat, diantaranya penelitian Tjini (2014), Abusan (2013), Mahendra (2013), Geonardi (2014). Faktor-faktor yang akan mempengaruhi sikap akan berpengaruh pula terhadap minat penggunaan rekening ponsel. Karena minat muncul oleh adanya sikap terbentuk. Berdasarkan studi yang telah diuraikan tersebut, peneliti merumuskan hipotesis alternatif sebagai berikut :

H3 : Sikap berpengaruh terhadap Minat Penggunaan E-Wallet Shopee Paylater

METODE

Teknik pengambilan sampel dari populasi pada penelitian ini dilakukan dengan metode *accidental sampling* yang merupakan teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan/insidental bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data (Sugiyono, 2011). *Accidental sampling* merupakan salah satu tipe dari *non probability sampling*. Alasan peneliti menggunakan teknik sampling tersebut yaitu peneliti hanya akan meneliti dengan mengambil data berdasarkan responden yang datang pada saat dilakukan kegiatan penelitian secara langsung. Jumlah sampel dalam penelitian ini dihitung dengan menggunakan rumus *Slovin*, dan menghasilkan jumlah sampel

sebanyak 80 orang responden.

Metode pengumpulan data dalam penelitian ini adalah metoda survei. Menurut Hartono (2007), survei adalah metoda pengumpulan data primer dengan memberikan pertanyaan-pertanyaan kepada responden individu. Survei dilakukan dengan cara menyebarkan kuesioner kepada para responden yang menjadi sampel penelitian.

Terdapat empat konstruk dalam penelitian ini, yaitu *perceived ease of use*, *perceived usefulness*, sikap individu, dan minat penggunaan *e-wallet paylater*. Dari keempat konstruk tersebut, akan diuraikan indikator dari masing-masing konstruk. Item pertanyaan yang tertera dalam kuesioner pada penelitian ini merupakan item-item pertanyaan yang mendasarkan pada penelitian Al-Somali et al. (2008).

Skala yang digunakan adalah skala likert. Menurut Kienner (1988) dalam penelitian Yolanda (2014), skala likert berhubungan dengan berbagai pertanyaan mengenai sikap seseorang terhadap suatu penilaian, misalnya setuju-tidak setuju, senang-tidak senang, dan baik-buruk. Penilaian dalam penelitian ini didasarkan pada penggunaan model skala likert lima poin dengan rentang nilai satu (terendah) sampai dengan lima (tertinggi). 1) "Sangat Tidak Setuju (STS), 2) Tidak Setuju (TS), 3) Netral (N), 4) Setuju (S), 5) Sangat Setuju (SS).

Analisis penelitian ini digunakan beberapa pengujian hipotesis dengan menggunakan Partial Least Square (PLS), yaitu evaluasi model pengukuran (*outer model*) dan evaluasi model struktural (*inner model*). Evaluasi model pengukuran dilakukan dengan uji validitas dan reliabilitas. Sedangkan model struktural dievaluasi dengan menggunakan R² dan nilai koefisien path atau t-values.

Validitas merupakan derajat ketepatan antara data yang terjadi pada obyek penelitian dengan data yang dapat dilaporkan oleh peneliti (Sugiyanto, 2007). Validitas variabel menunjukkan seberapa baik hasil yang diperoleh dari penggunaan suatu pengukuran sesuai teori-teori yang digunakan untuk mendefinisikan suatu variabel. Penelitian ini melakukan uji validitas yang terdiri dari validitas konvergen dan validitas diskriminan. Validitas konvergen merupakan validitas yang terjadi jika skor yang diperoleh dari dua instrument yang berbeda yang mengukur konstruk yang sama mempunyai korelasi tinggi. Validitas ini berhubungan dengan prinsip bahwa pengukur-pengukur dari suatu konstruk seharusnya berkorelasi tinggi (Hartono dan Abdillah, 2009). Validitas diskriminan merupakan validitas yang terjadi jika dua instrument yang berbeda yang mengukur dua konstruk yang diprediksi tidak berkorelasi menghasilkan skor yang memang tidak berkorelasi. Validitas ini berhubungan dengan prinsip bahwa pengukur-pengukur konstruk yang berbeda seharusnya tidak berkorelasi dengan tinggi (Hartono dan Abdillah, 2009).

Reliabilitas suatu pengukuran menunjukkan sejauh mana pengukuran tersebut tanpa bias (bebas kesalahan-error free) dan karena itu menjamin pengukuran yang konsisten lintas waktu dan lintas beragam item dalam instrument (Sekaran, 2006). Uji ini untuk menunjukkan akurasi, konsistensi, dan ketepatan suatu alat ukur dalam melakukan pengukuran (Hartono dan Abdillah, 2009). Uji reliabilitas dalam PLS dapat menggunakan dua metode, yaitu *cronbach's alpha* dan *composite reliability*. *Cronbach's alpha* mengukur batas bawah nilai reliabilitas suatu konstruk dan dikatakan *reliable* apabila nilainya harus > 0,6. *Composite reliability* mengukur nilai sesungguhnya reliabilitas suatu konstruk dan metode ini diyakini lebih baik dalam melakukan pengestimasi konsistensi internal suatu konstruk dan dikatakan *reliable* apabila nilainya harus > 0,7.

Model struktural dalam PLS dievaluasi dengan menggunakan R² untuk konstruk dependen dan nilai koefisien path atau t-values tiap path untuk uji signifikansi antar konstruk dalam model struktural (Hartono dan Abdillah, 2009). Nilai R² digunakan untuk mengukur tingkat variasi perubahan variabel independen terhadap variabel dependen. Semakin tinggi nilai R² mengartikan bahwa semakin baik model prediksi dari model penelitian yang diajukan. Namun, model ini bukanlah parameter absolute dalam mengukur ketepatan model prediksi (Hartono dan Abdillah, 2009). Nilai koefisien path atau t-values tiap path digunakan untuk menunjukkan tingkat signifikansi dalam pengujian hipotesis.

Untuk pengujian hipotesis pada alpha 5 persen dan power 80 persen, jika nilai koefisien path yang ditunjukkan oleh nilai statistik T (T-statistic) = > 1,64 maka hipotesis alternatif dapat dinyatakan didukung (Hartono dan Abdillah,2009).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Tabel 1. Algoritma

	AVE	Composite Reliability	R Square	Cronbachs Alpha	Commuality	Redundancy
ATT	0.673356	0.888960	0.783849	0.832895	0.783936	0.297798
IT	0.783936	0.915251	0.548550	0.858464	0.667335	0.429798
PEOU	0.567191	0.867071		0.807769	0.567191	
PU	0.677978	0.893562		0.840539	0.677978	

Sumber : Data Primer (diolah)

Tabel 1. Algoritma bahwa nilai R-Square yang diperoleh yaitu 0.783 dan 0,548 maka dari nilai tersebut menunjukkan bahwa dari masing masing variabel dapat menjelaskan variabel sikap dan minat pengguna sebesar 0.783 dan 0,548 dan sisanya dipengaruhi oleh variabel lain. Pada kolom Composite Reliability menunjukkan hasil diatas 0,7 maka dapat dikatakan reliable.

Tabel 2. Outer Loading

	ATT	IT	PEOU	PU
ATT1	0.837088			
ATT2	0.752986			
ATT3	0.816788			
ATT4	0.857026			
IT1		0.938773		
IT2		0.935868		
IT3		0.771145		
PEOU1			0.706059	
PEOU2			0.825307	
PEOU3			0.711171	
PEOU4			0.714737	
PEOU5			0.799807	
PU1				0.865140
PU2				0.753957
PU3				0.863602
PU4				0.805719

Sumber : Data Primer (diolah)

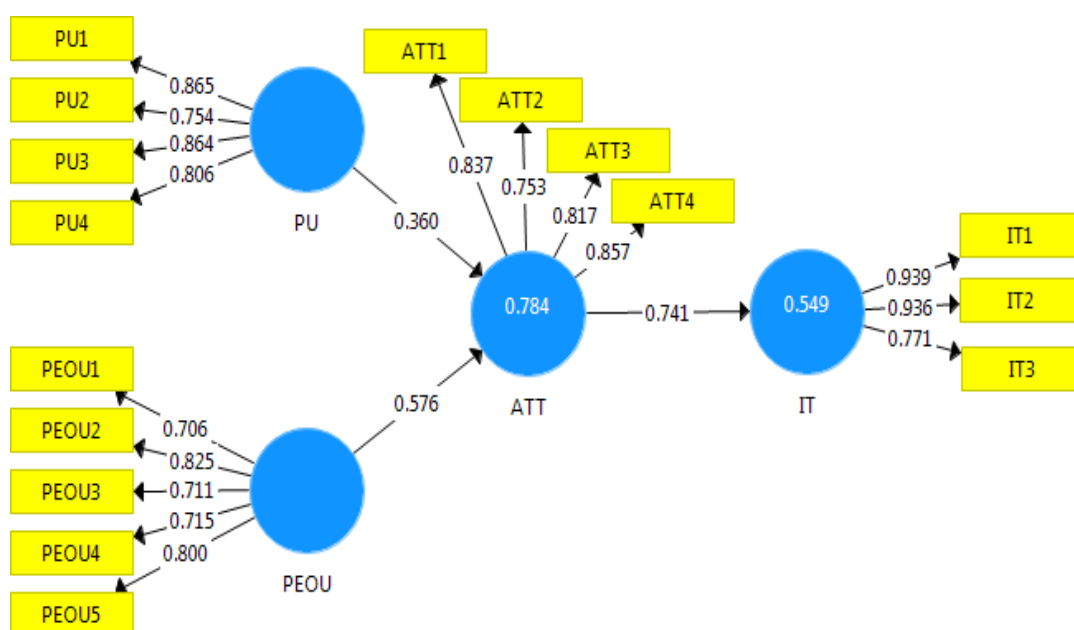
Berdasarkan tabel Tabel 2. Outer Loading hasil pengolahan dengan menggunakan SmartPLS dapat dilihat pada tabel outer loading dimasing-masing variabel dimana nilai outer model atau kolerasi antara konstruk dengan variabel tersebut menunjukkan bahwa semua loading factor memiliki nilai diatas 0,70.

Tabel 3. Cross Loading

	ATT	IT	PEOU	PU
ATT1	0.837088	0.665096	0.679477	0.758267
ATT2	0.752986	0.554687	0.670559	0.762146
ATT3	0.816788	0.578623	0.690558	0.496845
ATT4	0.857026	0.614440	0.755088	0.607172
IT1	0.709612	0.938773	0.722924	0.659505
IT2	0.682537	0.935868	0.719907	0.635499
IT3	0.565980	0.771145	0.606340	0.533178
PEOU1	0.607688	0.466610	0.706059	0.470453
PEOU2	0.672933	0.643450	0.825307	0.655373
PEOU3	0.580254	0.636234	0.711171	0.558076
PEOU4	0.633860	0.608223	0.714737	0.626627
PEOU5	0.717002	0.563744	0.799807	0.612202
PU1	0.741216	0.654304	0.729128	0.865140
PU2	0.596942	0.520512	0.586789	0.753957
PU3	0.681522	0.570856	0.646478	0.863602
PU4	0.631576	0.519273	0.590165	0.805719

Sumber : Data Primer (diolah)

Gambar 6. Model Alogaritma



Setelah melakukan pengujian terhadap aliditas konvergen, validitas diskriminan, dan pengujian reliabilitas, maka selanjutnya dilakukan pengujian terhadap hipotesis. Berdasarkan pengolahan data yang dilakukan oleh peneliti diperoleh hasil pengolahan data dalam bentuk Tabel 4. Total Efek yang valid berikut ini.

Tabel 4. Total Efek

Variabel	Original Sample (O)	Sample Mean (M)	Standard Deviation (STDEV)	Standard Error (STERR)	T Statistics (O/STERR)
ATT -> IT	0.740641	0.741336	0.069766	0.069766	10.61601
PEOU -> ATT	0.575732	0.579929	0.126525	0.126525	4.550335
PU -> ATT	0.360034	0.353555	0.149962	0.149962	2.400840

Sumber : Data Primer (diolah)

Keterangan : IT = *Intention* (Minat), ATT = *Attitude* (Sikap), PEOU = *Perceived Ease of Use* (Persepsi Kemudahan Penggunaan), PU : *Perceived Usefulness* (Persepsi Kegunaan).

Pada pengujian hipotesis, nilai koefisien *path* yang ditunjukkan oleh nilai statistik T (*T-statistic*) > 1,64 maka hipotesis alternatif dapat dinyatakan diterima, namun apabila nilai dari statistik T (*T-statistic*) < 1,64 maka hipotesis alternatif dinyatakan tidak didukung. Berdasarkan hasil pengolahan data menggunakan program PLS dengan cara *bootstrapping* pada Tabel Total Efek 4. di atas, dapat dilihat nilai statistik T (*T-statistic*) pada masing-masing konstruk dan menentukan didukung atau tidaknya hipotesis alternatif tersebut.

1. Hipotesis 1

Hasil pengujian hipotesis pertama menyatakan bahwa konstruk persepsi kegunaan berpengaruh terhadap sikap penggunaan rekening ponsel. Dari tabel 4. dapat dilihat bahwa nilai statistik T (*T-Statistic*) dari konstruk persepsi kegunaan sebesar 2.400840 atau > 1,64, menunjukkan bahwa persepsi kegunaan (*perceived usefulness*) berpengaruh terhadap sikap penggunaan rekening ponsel. Berdasarkan hasil tersebut maka dapat dinyatakan bahwa **Hipotesis 1 didukung**.

2. Hipotesis 2

Hasil pengujian hipotesis kedua menyatakan bahwa konstruk persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh terhadap sikap penggunaan rekening ponsel. Dari tabel 4. dapat dilihat bahwa nilai statistik T (*T-Statistic*) dari konstruk persepsi kemudahan penggunaan sebesar 4.550335 atau $> 1,64$, menunjukkan bahwa persepsi kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*) berpengaruh terhadap sikap penggunaan rekening ponsel. Berdasarkan hasil tersebut maka dapat dinyatakan bahwa **Hipotesis 2 didukung.**

3. Hipotesis 3

Hasil pengujian hipotesis ketiga menyatakan bahwa konstruk sikap penggunaan rekening ponsel berpengaruh terhadap minat penggunaan rekening ponsel. Dari tabel 4. dapat dilihat bahwa nilai statistik T (*T-Statistic*) dari konstruk sikap penggunaan rekening ponsel sebesar 10.61601 atau $> 1,64$, menunjukkan bahwa sikap penggunaan rekening ponsel berpengaruh terhadap minat penggunaan rekening ponsel. Berdasarkan hasil tersebut maka dapat dinyatakan bahwa **Hipotesis 3 didukung.**

SIMPULAN

Hasil penelitian terhadap pengaruh minat individu untuk menggunakan e-wallet shopee paylater menunjukkan bahwa minat dipengaruhi oleh variabel dependen yaitu sikap penggunaan dan variabel independen yaitu persepsi kegunaan dan kemudahan penggunaan yang digunakan pada penelitian ini. Hal tersebut dapat diuraikan sebagai berikut :

1. Konstruk *perceived ease of use* berpengaruh terhadap sikap penggunaan e-wallet shopee paylater. Hal ini sesuai dengan kegunaan yang diberikan layanan e-wallet shopee paylater kepada para pengguna yaitu berupa penggunaan e-wallet shopee paylater yang mudah untuk digunakan dan dapat dimengerti.
2. Konstruk *perceived usefulness* berpengaruh terhadap sikap penggunaan e-wallet shopee paylater. Individu berpendapat bahwa kegunaan yang diperoleh dapat menyelesaikan aktivitas lebih cepat dan lebih banyak serta dapat mudah mengontrol aktivitas transaksi.
3. Konstruk sikap penggunaan e-wallet shopee paylater berpengaruh terhadap minat penggunaan e-wallet shopee paylater. Hal ini menunjukkan bahwa minat individu dipengaruhi oleh beberapa faktor yang harus lebih dipertimbangkan yaitu persepsi kegunaan dan kemudahan penggunaan, sehingga kedua faktor tersebut akan mempengaruhi sikap pengguna untuk membentuk minat.

Secara keseluruhan dapat disimpulkan bahwa minat individu terhadap penggunaan e-wallet shopee paylater dipengaruhi oleh sikap (*Attitude*) dan sikap (*Attitude*) ditentukan oleh Konstruk *Perceived Usefulness* dan *Perceived Ease Of Use*.

REFERENSI

- Hardhika, R. E., & Huda, M. A. (2021). Pengalaman Pengguna Paylater Mahasiswa di Surabaya. *Commercium*, 4, 19–32.
- Abrilia, N.D., & Sudarwanto, T. (2020) Pengaruh Persepsi Kemudahan dan Fitur Layanan Terhadap Minat Menggunakan E-Wallet Pada Aplikasi Dana di Surabaya. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 8 (3).
- Adyas, D., & Ainurahmah, R. (2019) Pengaruh Persepsi Kemudahan, Manfaat dan Keamanan Terhadap Keputusan Pembelian Kartu Indomaret di Rest Area Km 35 Sentul Kabupaten Bogor. *Economicus*, 10 (2), 135-144.

- Abusan, Risani A. D. 2014. Determinan Tindakan Individu Dalam Penggunaan Pembelian Secara Online. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Fakultas ekonomi dan Bisnis*.
- Al-Somali, S.A, Gholami, R., and Clegg, B. 2008. An investigation into th acceptance of online banking in Saudi Arabia. *Technovation*, vol. 29, pp.130 141.
- Davis, F.D. 1989. Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology. *MIS Quarterly*. Volume 13, Nomor 3, hlm. 319 340.
- Davis FD, Bagozzi RP. 1992. Extrinsic and intrinsic motivation to use computers In the workplace. *Journal of Applied Social Psychology*. pp. 1111–1132.
- Goenardi, S. B., 2013. Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi niat beli pada tiket online kereta apa di Surabaya
- Hartono. 2005. Analisis dan Desain Sistem Informasi: Pendekatan Terstruktur Teori dan Praktek Aplikasi Bisnis. Yogyakarta: Andi.
- Hartono, J.M. 2007. Sistem Informasi keperilakuan. Yogyakarta : Erlangga
- Hartono, J.M. dan Willy A. 2009. Konsep dan Aplikasi PLS untuk penelitian empiris. Yogyakarta: BPFE.
- Hall, james A. 2009. Sistem informasi akuntansi. Buku 1, Edisi kelima. Jakarta : Andi Yogyakarta.
- Hilman, C., Sitingjak, T., 2010 , Analisis Faktor-Faktor yag mempengaruhi sikap dan minat berbelanja melalui berbelanja melalui online pada mahasiswa IBII. Institut Bisnis dan Informatika Jakarta
- Hm, Jogiyanto. 2011. Konsep dan Aplikasi Structural Equation Modeling Berbasis Varian Dalam Penelitian Bisnis. Yogyakarta : UPP STIM YKPN
- Igbaria, M., A. Chakrabarti. 1990. Computer anxiety and attitudes towards microcomputer use. *Behaviour Inform. Tech.* 9(3) 229–241.
- Mahendra, Thatit. 2014. Minat Individu Terhadap Penggunaan Mobile Banking: Pendekatan Modified Technology Acceptance Model (TAM) dan Theory of Planned Behavior (TPB). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Fakultas ekonomi dan Bisnis*.
- Muflikha, E. 2011. pengaruh sikap, persepsi kegunaan, norma subyektif, kepercayaan terhadap minat keperilakuan penggunaan sistem e-commerce. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Fakultas ekonomi dan Bisnis*
- Mulyadi. 1993. Sistem Akuntansi, edisi k-3. STIE YKPN, Yogyakarta
- Mulyadi. 2001. Sistem Akuntansi. Edisi Kelima. Yogyakarta : Bagian Penerbitan Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi YKPN.
- Panggali, Guriting Restu. 2013. Minat Individu Terhadap Penggunaan Internet Banking: Pendekatan Modified Theory Of Planned Behavior. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Fakultas ekonomi dan Bisnis*
- Ramadhani, R. 2008. Analisis Faktor Faktor yang Mempengaruhi Penerimaan Nasabah Terhadap Layanan Internet Banking di Semarang : Dengan Menggunakan Pendekatan TAM. Skripsi. Universitas Islam Indonesia.

- Ramayah dan Ignatius, 2005. "Impact of Perceived usefulness, Perceived ease of use and Perceived Enjoyment on Intention to shop online." Universiti Sains Malaysia.
- Rendragaha, Aditya. 2011. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Penggunaan E-Commerce dengan Menggunakan Metode Technology Acceptance (TAM). Skripsi. Surabaya : Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Perbanas.
- Sarasmitha, Citra. 2014. Penggunaan Internet Sebagai Media Sumber Literatur oleh Mahasiswa Program Magister: Pendekatan Model TAM (Technology Acceptance Model) yang Dimodifikasi. Jurnal Ilmiah Mahasiswa Fakultas ekonomi dan Bisnis.
- Sari, Wulan Meita. 2014. Sikap Penggunaan Mobile Commerce: Modifikasi Teori Technology Acceptance Model. Jurnal Ilmiah Mahasiswa Fakultas ekonomi dan Bisnis.
- Sekaran, Uma. 2006. Research Methods for Business : A Skill Building Approach. PT.Jakarta : Elex Media Komputindo.
- Tjini Ayu, S.2013.pengaruh kepercayaan,persepsi kegunaan, persepsi kemudahan, persepsi kenyamanan terhadap minat penggunaan sistem internet banking. Jurnal Ilmiah Mahasiswa Fakultas ekonomi dan Bisnis.
- Venkatesh, Moris, M.G., Davis, G.B., and Davis F.D. 2003. User Acceptance of InformationTechnology: Toward a Unified View. MIS Quarterly, Vol.27, No.3, September.
- Wibowo, A. 2007. Kajian Tentang Perilaku Pengguna Sistem Informasi dengan Pendekatan Technology Acceptance Model (TAM). Program Studi Sistem Informasi, Fakultas Teknologi Informasi, Universitas Budi Luhur.
- Yolanda, A.2014.Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Persepsi Kenyamanan, dan Norma Subjektif Terhadap Minat Menggunakan Electronic Commerce (E-commerce). Jurnal Ilmiah Mahasiswa Fakultas ekonomi dan Bisnis.