

Pengaruh *Perceived Ease Of Use*, *Perceived Security*, *Perceived Risk* dan *Trust* Terhadap Minat Penggunaan Aplikasi Pospay

Vania Aurel Andini^{1✉} Abdurrahman Faris Indriya Himawan^{2✉}

^{1,2} Program Studi Manajemen, Universitas Muhammadiyah Gresik

Abstrak

Perusahaan BUMN di Indonesia yaitu PT Pos Indonesia mengembangkan produk inovatif berupa terobosan baru layanan keuangan digital bernama Pospay. Namun dalam penggunaannya ada beberapa faktor yang menjadi pertimbangan pengguna sebelum memakai Pospay yakni *perceived ease of use*, *perceived security*, *perceived risk* dan *trust*. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi apakah persepsi kemudahan, persepsi keamanan, persepsi risiko dan kepercayaan mempunyai pengaruh pada minat menggunakan Pospay dan seberapa besar pengaruh yang diberikan. Metode penelitian yang digunakan adalah kuantitatif dimana peneliti menggunakan 41.596 pengguna aplikasi Pospay di Kota Surabaya sebagai populasi dan mengambil 400 responden sebagai sampel dengan perhitungan rumus slovin. Peneliti memilih metode *purposive sampling* dengan kriteria usia produktif yaitu 17 tahun keatas, pernah menggunakan aplikasi Pospay dan berada pada Kantor Pos Pusat Surabaya Kebonrojo saat penelitian berlangsung. Data penelitian kemudian dianalisis menggunakan SPSS versi 25.0 dengan teknik analisis regresi berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh pada masing-masing variabel dan juga secara simultan yakni pada variabel *perceived ease of use*, *perceived security*, *perceived risk* dan *trust* terhadap minat penggunaan aplikasi Pospay. Kesimpulan tersebut disebabkan karena hasil uji parsial dan simultan yang signifikan pada data penelitian. Namun, pada variabel *perceived risk*, peneliti menemukan adanya pengaruh positif bukan negatif seperti pada H3 penelitian. Selain itu, pengaruh yang diberikan *perceived ease of use*, *perceived security*, *perceived risk* dan *trust* terhadap minat penggunaan aplikasi Pospay pada responden penelitian ini sebesar 41.5% sedangkan sisanya sebesar disebabkan oleh berbagai faktor diluar penelitian.

Kata Kunci: Minat Penggunaan; *Perceived Ease Of Use*; *Perceived Risk*; *Perceived Security*; *Trust*

Abstract

A state-owned enterprise in Indonesia (BUMN), PT Pos Indonesia, has developed an innovative product in the shape of a new breakthrough digital banking service called Pospay. However, before using Pospay, users consider several factors, including *perceived ease of use*, *perceived security*, *perceived risk*, and *trust*. Therefore, the purpose of this study is to determine whether and how much *perceived ease of use*, *perceived security*, *perceived risk*, and *trust* influence the decision on intention to use. The research method used is quantitative, with researchers using 41,596 Pospay app users in Surabaya as a population and 400 respondents as a sample using Slovin's formula. The researcher used a purposive sampling method with productive age criteria of 17 years and above who had used the Pospay application and were present at the Surabaya Kebonrojo Central Post Office at the time the study was conducted. The research data were then analyzed using SPSS version 25.0 with multiple regression analysis techniques. The finding showed that there was an influence on each variable and also on the variable's *perceived ease of use*, *perceived security*, *perceived danger*, and *trust* in the decision on intention to use the Pospay application. However, unlike in the H3 study, the research found a positive effect on the *perceived risk* variable. Moreover, the influence of *perceived ease of use*, *perceived security*, *perceived risk*, and *trust* on intention to use the Pospay application was 41.5%, with the remaining amount

influenced by various factors outside the research.

Keywords: *Intention to use; Perceived Ease Of Use; Perceived Risk; Perceived Security; Trust*

Copyright (c) 2023 Vania Aurel Andini

✉ Corresponding author :

Email Address : vaniaaurel04@gmail.com, faris@umg.ac.id

PENDAHULUAN

Sistem pembayaran di Indonesia mengalami perkembangan setiap waktu, mulai dari sistem barter dengan bertukar barang-barang berharga yang dimiliki, kemudian diganti dengan mata uang, berkembang lagi ke pembayaran non-tunai dengan menggunakan cek dan giro. Kementerian Komunikasi dan Informatika, Badan Penelitian dan Pengembangan Sumber Daya Manusia (Balitlibang SDM) melakukan penelitian mengenai tentang ekonomi digital di Indonesia. Salah satu dari temuan ini menunjukkan perubahan dalam model bisnis yang mungkin terjadi di berbagai sektor, termasuk sektor keuangan (Rewah et al., 2022).

Tidak hanya sistem pembayaran, aplikasi digital yang terkait dengan sistem keuangan telah banyak dikembangkan dan mulai digunakan oleh masyarakat. Pembayaran Non-tunai adalah pembayaran yang menggunakan uang digital. Ini juga bisa disebut dengan *cashless society*, *Cashless society* merupakan suatu struktur atau bangunan baru dalam masyarakat atau komunitas yang tidak lagi memandang uang (*money*) sebagai bentuk fisiknya seperti lembaran kertas atau dalam bentuk koin logam, namun bisa diganti dengan sistem baru yang dikenal dengan uang elektronik (*e-money*) sebagai media transaksi (Rif'ah, 2019).

Dalam upaya mengikuti perkembangan teknologi dan mengembangkan bisnis di sektor jasa layanan keuangan, membuat persaingan beberapa perusahaan semakin kompetitif untuk mengejar target pasar mereka. Dalam rangka meningkatkan target pasar, perusahaan menciptakan aplikasi keuangan digital seperti Dana, OVO, Shopee, Gopay, dan Link Aja. Salah satu perusahaan BUMN di Indonesia yaitu PT Pos Indonesia mengembangkan produk inovatif berupa terobosan baru layanan keuangan digital bernama Pospay. Dengan terciptanya aplikasi Pospay ini, maka diharapkan supaya PT Pos Indonesia ini tetap mendapatkan kepercayaan masyarakat. Pospay merupakan layanan pembayaran digital untuk memberikan kemudahan melakukan berbagai transaksi secara *online*. Pos Indonesia juga meluncurkan Pospay yang menjadikan kantor pos bukan sekadar tempat menerima surat, barang, maupun uang. Tapi, juga untuk melakukan aneka pembayaran, dari cicilan motor, listrik, air, kartu kredit, TV berbayar, dan sebagainya (Kartajaya & Ridwansyah, 2013)

Aplikasi Pospay yang diciptakan oleh PT Pos Indonesia telah menggunakan *Sistem Online Payment Point (SOPP)* untuk lebih cepat, lebih aman dan tentunya lebih mudah digunakan untuk transaksi semua pembayaran apapun yang dibutuhkan masyarakat, seperti pembayaran asuransi dan pembayaran tagihan dilakukan secara kondisional di mana pun dan kapan pun. Maka dari itu, dengan adanya keunggulan pada aplikasi Pospay sehingga cukup banyak diminati masyarakat dengan banyaknya jumlah pengguna layanan Pospay. Hal tersebut bisa dilihat pada tabel jumlah pengguna Pospay di wilayah Surabaya.

Tabel 1. Data Pengguna Jumlah Aplikasi Pospay 2022

Kantor Cabang	Nama Kantor	Jumlah
---------------	-------------	--------

60000

Kp. SURABAYA

41, 596

Sumber: Kantor Pos Pusat Surabaya Kebonrojo, 2022

Pengguna pastinya memiliki beberapa pemahaman faktor untuk pertimbangan sebelum menetapkan memakai aplikasi layanan keuangan digital. Salah satunya yaitu *perceived ease of use* atau disebut juga persepsi kemudahan, seorang pengguna pasti memikirkan kemudahan penggunaan. Dengan adanya kemudahan pengguna dalam melakukan transaksi pada layanan keuangan digital maka menjadikan masyarakat lebih mudah dalam mengoperasikan aplikasi. Kemudahan penggunaan persepsian (*Perceived ease of use*) merupakan sebagai sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan suatu teknologi akan bebas dari usaha (Jogiyanto, 2007, p. 115). Pospay memiliki berbagai fitur yang mudah digunakan dan dapat diakses kapan saja dan dimana saja. Fitur tersebut salah satunya yaitu layanan *bill payment* dimana dapat digunakan untuk pembayaran tagihan listrik, PDAM, BPJS, cicilan motor, mobil, pembelian pulsa, token atau *voucher*. Selain itu, di dalam aplikasi Pospay terdapat FAQ yaitu berisi daftar kumpulan pertanyaan dan jawaban yang sering ditanyakan oleh pengguna aplikasi untuk memudahkan pengguna saat mengakses aplikasi Pospay. Namun pada kenyataan di lapangan terdapat sejumlah calon pengguna yang belum sadar akan mudahnya pengaplikasian aplikasi Pospay ini. Jika seseorang percaya terhadap suatu sistem informasi yang mudah digunakan maka dia akan menggunakannya, sebaliknya jika seseorang mengalami kesulitan atau merasa tidak mudah digunakan maka ia tidak akan menggunakannya (Udayana et al., 2022). Pernyataan tersebut sesuai dengan penelitian Noviyanti dan Erawati menunjukkan adanya pengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan *financial teknologi (fintech)* (Noviyanti & Erawati, 2021). Penelitian yang dilakukan oleh Meitry Adinda (2022) juga menunjukkan hasil bahwa *Perceived Ease of Use* berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Penggunaan QRIS Gen-Z. Dari berbagai penelitian tersebut maka diajukan hipotesis sebagai berikut:

H_1 : *Perceived Ease of Use* berpengaruh positif terhadap minat penggunaan aplikasi Pospay

Selain adanya faktor kemudahan, juga terdapat faktor lain yang menjadikan pertimbangan pengguna aplikasi keuangan digital yaitu *perceived security* atau persepsi keamanan. *Perceived security* adalah persepsi pengguna terkait dengan fungsi dan kontrol informasi data pribadi mereka terhadap teknologi, semakin baik persepsi pengguna terhadap teknologi, dan intensitas mereka dalam menggunakan teknologi tersebut meningkat (Tahar et al., 2020). Tujuan dari sistem keamanan dalam aplikasi dompet digital adalah untuk mencegah, mengatasi serta melindungi sistem informasi dari risiko terjadinya tindakan illegal (Robaniyah & Kurnianingsih, 2021). Terdapat ancaman keamanan yang menimbulkan kekhawatiran akan data pribadi pengguna. Biasanya ancaman yang paling rentan oleh pengguna yaitu menjadi sasaran serangan keamanan ketika penggunaan kode sekali pakai atau OTP (*One Time Passcode*). Saat pengguna melakukan verifikasi aplikasi maka kode OTP tersebut didapatkan pengguna ketika mendaftar pertama kali pada aplikasi Pospay maupun ketika pengguna mengganti perangkat yang digunakan untuk menggunakan aplikasi Pospay tersebut. Pengguna sah terkadang tidak mengetahui fungsi kode OTP dan memberitahu kode tersebut kepada orang yang tidak bertanggungjawab, maka hal itu menjadi ancaman serangan keamanan. Jika keamanan yang dimiliki aplikasi sudah mumpuni tentu saja dapat menarik pengguna untuk dapat melakukan transaksi dalam aplikasi tersebut dan tentunya juga dapat meningkatkan kepercayaan pengguna. Pernyataan tersebut sesuai dengan penelitian Ratna,

Wisnalmawati, dan Hadi bahwa *perceived security* berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat penggunaan terhadap DANA *E-Wallet* (Raninda et al., 2022). Selain itu juga berdasarkan penelitian oleh Kusuma, Purwinarti, dan Mariam juga menunjukkan hasil *perceived security* berpengaruh positif atau signifikan terhadap minat menggunakan *fintech e-wallet* GoPay pada pengguna GoPay di Kecamatan Sukmajaya Kota Depok (Kusuma et al., 2022). Berdasarkan uraian diatas maka dapat diturunkan hipotesis sebagai berikut:

H_2 : *Perceived Security* berpengaruh positif terhadap minat penggunaan aplikasi Pospay

Perceived Risk juga menjadi faktor mempengaruhi niat pengguna dalam menggunakan aplikasi layanan keuangan digital. Persepsi risiko adalah suatu asumsi mengenai ketidakpastian dan konsekuensi-konsekuensi yang tidak diinginkan pada saat melakukan aktivitas (Andriyano & Rahmawati, 2016). Risiko yang pengguna khawatirkan yaitu risiko yang berkaitan dengan keamanan seperti apabila terjadinya kebocoran nomor PIN diketahui oleh orang lain tanpa sepengetahuan pemilik sah dan risiko kebocoran data pribadi. Persepsi risiko sangat mempunyai peranan yang sangat penting yang dapat mempengaruhi minat konsumen untuk melakukan transaksi melalui aplikasi berbasis layanan keuangan digital. Persepsi risiko bergantung dengan tinggi rendahnya risiko yang dihadapi oleh pengguna karena semakin tinggi persepsi risiko yang dihadapi pengguna maka semakin menurunnya minat pengguna dalam menggunakan sistem teknologi (Hendriyawan & Mayangsari, 2022). Konteks tersebut sejalan dengan penelitian Desita dan Dewi bahwa persepsi risiko berpengaruh negatif dan signifikan terhadap minat menggunakan aplikasi *e-wallet* (Desita & Dewi, 2022). Penelitian Hendriyawan dan Mayangsari juga menunjukkan hasil bahwa Persepsi risiko berpengaruh negatif terhadap minat penggunaan layanan pembayaran digital pada mahasiswa akuntansi (Hendriyawan & Mayangsari, 2022). Berdasarkan uraian diatas maka dapat diturunkan hipotesis sebagai berikut:

H_3 : *Perceived risk* berpengaruh negatif terhadap minat penggunaan aplikasi Pospay

Dalam situasi dimana terdapat unsur ketidakpastian, risiko secara otomatis disertakan, dalam kondisi yang berisiko membutuhkan kepercayaan agar mereka yang terlibat bersedia mengambil tindakan (Priyono, 2017). Faktor *trust* atau kepercayaan menjadi pertimbangan pengguna sebelum memberi keputusan untuk menetapkan penggunaan aplikasi keuangan digital. Kepercayaan dapat dipahami sebagai keyakinan orang bahwa perusahaan atau mitra yang mereka berinteraksi memiliki kejujuran, kredibilitas, dan kebajikan yang akan bermanfaat bagi kedua belah pihak yang terlibat (Keni, 2020). Pada realitanya beberapa fundamental pengguna Pospay belum kuat terutama untuk menggunakan fitur yang tersedia Pospay dalam transaksi sehari-hari. Salah satu penyebabnya yaitu karena kurangnya rasa kepercayaan untuk menggunakan aplikasi, khususnya kekhawatiran terhadap sistem keamanan transaksi dan penggunaan informasi yang dikirim secara digital. Karena yang mempengaruhi sebuah penerimaan teknologi yaitu adanya faktor rasa percaya (Faroqi et al., 2020). Kepercayaan dalam penggunaan layanan keuangan digital mempunyai makna bahwa pengembang aplikasi harus mampu memberikan rasa nyaman dan aman yang berhubungan dengan transaksi pada keuangan digital. Pernyataan tersebut sesuai dengan konsisten pada penelitian Ida Ayu Agung Upadianti Jayantari, Ni Ketut Seminari bahwa kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat menggunakan Mandiri *mobile banking* di Kota Denpasar (Ayu & Upadianti, 2018). Terdapat juga penelitian I Made Irwan Gunawan dan Wayan Suartina menunjukkan hasil bahwa Kepercayaan (*trust*) punya pengaruh yang positif serta signifikan kepada minat

menggunakan aplikasi Reksadana Bibit (Gunawan & Suartina, 2021). Dari pemaparan diatas maka dapat diusulkan hipotesis sebagai berikut:

H_4 : *Trust* berpengaruh positif terhadap minat penggunaan aplikasi Pospay

Berdasarkan latar belakang masalah tersebut, maka ditetapkan salah satu bukti perkembangan teknologi yang pesat ialah berkembangnya sektor jasa keuangan berupa Pospay sebagai aplikasi keuangan digital sehingga muncul berbagai kemudahan dan keamanan yang dirasakan dalam pemenuhan kebutuhan pengguna. Namun, berkembangnya Pospay tidak terlepas dari berbagai kendala, terutama dari sisi risiko yang mungkin didapatkan. Kondisi Pospay yang berisiko diperlukan adanya kepercayaan terhadap penyedia keuangan digital. Oleh karena itu, penulis ingin mengidentifikasi apakah persepsi kemudahan, persepsi keamanan, persepsi risiko dan kepercayaan mempunyai pengaruh pada minat menggunakan Pospay, yang dituangkan pada judul "**Pengaruh Perceived Ease Of Use, Perceived Security, Perceived Risk dan Trust Terhadap Minat Penggunaan Aplikasi Pospay**".

METODOLOGI

Jenis Penelitian

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini yaitu dengan menggunakan penelitian kuantitatif. Metode penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan (Sugiyono, 2013, p. 8).

Populasi dan sampel

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2013, p. 80). Adapun yang menjadi populasi dalam penelitian ini adalah 41.596 pengguna aplikasi Pospay di Kota Surabaya. Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut (Sugiyono, 2013, p. 81). Untuk menentukan ukuran sampel dari suatu populasi dapat digunakan rumus slovin sebagai berikut (Priyono, 2008: 120)

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

n = besaran sampel

N = besaran populasi

E = nilai kritis (batas ketelitian) yang diinginkan (persen kelonggaran ketidaktelitian karena kesalahan penarikan sampel) 0,05 atau 5%

Berdasarkan rumus Slovin tersebut, maka jumlah sampel yaitu:

$$n = \frac{N}{1 + 41.596 (0,05)^2} = 396,1901133$$

Untuk memudahkan penelitian maka jumlah sampel tersebut di bulatkan menjadi 400 responden.

Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *non probability sampling*. Metode yang digunakan dalam pengambilan sampel ini adalah *purposive sampling*. *Sampling Purposive* adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu (Sugiyono, 2013, p. 85). Kriteria yang digunakan dalam penelitian ini yaitu usia produktif

yaitu 17 tahun keatas, responden pernah menggunakan aplikasi Pospay, responden berada pada Kantor Pos Pusat Surabaya Kebonrojo saat penelitian berlangsung.

Teknik Pengambilan Data

Metode pengumpulan data yang digunakan oleh peneliti yaitu kuesioner (angket). Kuesioner merupakan lembaran yang berisi beberapa pertanyaan dengan struktur yang baku (Priyono, 2008, p. 43). Kuesioner yang digunakan dalam penelitian ini adalah model skala *likert*. Skala *Likert* digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial (Sugiyono, 2013: 93).

Sumber data pada penelitian ini ialah data primer dan data sekunder. Adapun data primer dihasilkan dari kuesioner yang disebarakan ke responden yang menggunakan aplikasi Pospay, sedangkan data sekunder penelitian ini bersumber dari artikel, kutipan buku, internet dan lainnya yang memiliki hubungan dan mengandung berbagai informasi mengenai penelitian ini.

Teknik Analisis

Data Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah uji regresi linear berganda dikarenakan penelitian ini mempunyai variabel bebas yang lebih dari satu. Pertama uji kualitas data yang meliputi uji validitas dan uji reliabilitas instrument. Kemudian uji asumsi klasik yang meliputi uji normalitas, uji multikolinearitas, dan uji heteroskedastisitas dan tidak terbukti adanya permasalahan, maka pengujian parameter akan digunakan. Dalam penelitian ini menggunakan bantuan program IBM SPSS 25.0 for Windows.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Kualitas Data

Uji Validitas

Angka yang digunakan untuk tiap instrument adalah angka di total X dan Y, *column pearson correlation*. Semua instrument dikatakan valid jika nilai r hitung diatas r tabel. Perhitungan dilakukan menggunakan bantuan SPSS versi 25.0 dengan menggunakan rumus *pearson product moment* yang setiap butir instrumennya memiliki nilai validitas tersendiri. Karena peneliti menggunakan anggota sampel dalam uji validitas adalah 400 orang, maka didapatkan nilai 400 responden dengan taraf signifikansi (r tabel) 5% yakni 0,098. Maka dari itu, instrument dikatakan valid jika r hitung / nilai koefisien korelasi lebih besar dari 0,098. Dan semua instrument dibawah valid seperti yang ditampilkan pada tabel berikut:

Tabel 2. Hasil Uji Validitas Variabel *Perceived Ease Of Use*

Item	r hitung	r tabel	Keterangan
X1_1	0.567	0.098	Valid
X1_2	0.402	0.098	Valid
X1_3	0.509	0.098	Valid
X1_4	0.344	0.098	Valid
X1_5	0.394	0.098	Valid
X1_6	0.462	0.098	Valid
X1_7	0.394	0.098	Valid
X1_8	0.506	0.098	Valid

Sumber: data primer yang diolah penulis, 2022

Terdapat delapan butir pernyataan yang diajukan dalam kuesioner menunjukkan hasil uji validitas variabel *perceived ease of use* dalam tabel 2 diatas menunjukkan bahwa seluruh item

pernyataan memiliki nilai r hitung $>$ nilai r tabel, maka dapat disimpulkan semua item tersebut dapat dikatakan valid.

Tabel 3. Hasil Uji Validitas Variabel *Perceived Security*

Item	r hitung	r tabel	Keterangan
X2_1	0.494	0.098	Valid
X2_2	0.445	0.098	Valid
X2_3	0.463	0.098	Valid
X2_4	0.434	0.098	Valid
X2_5	0.446	0.098	Valid
X2_6	0.531	0.098	Valid

Sumber: data primer yang diolah penulis, 2022

Terdapat enam butir pernyataan yang diajukan dalam kuesioner menunjukkan hasil uji validitas variabel *perceived security* dalam tabel 3 diatas menunjukkan bahwa seluruh item pernyataan memiliki nilai r hitung $>$ nilai r tabel, maka dapat disimpulkan semua item tersebut dapat dikatakan valid.

Tabel 4. Hasil Uji Validitas Variabel *Perceived Risk*

Item	r hitung	r tabel	Keterangan
X3_1	0.415	0.098	Valid
X3_2	0.387	0.098	Valid
X3_3	0.362	0.098	Valid
X3_4	0.441	0.098	Valid
X3_5	0.492	0.098	Valid
X3_6	0.488	0.098	Valid

Sumber: data primer yang diolah penulis, 2022

Terdapat enam butir pernyataan yang diajukan dalam kuesioner menunjukkan hasil uji validitas variabel *perceived risk* dalam tabel 4 diatas menunjukkan bahwa seluruh item pernyataan memiliki nilai r hitung $>$ nilai r tabel, maka dapat disimpulkan semua item tersebut dapat dikatakan valid.

Tabel 5. Hasil Uji Validitas Variabel *Trust*

Item	r hitung	r tabel	Keterangan
X4_1	0.598	0.098	Valid
X4_2	0.490	0.098	Valid
X4_3	0.449	0.098	Valid
X4_4	0.553	0.098	Valid

Sumber: data primer yang diolah penulis, 2022

Berdasarkan tabel di atas dapat dilihat bahwa seluruh r hitung nilainya lebih besar dari pada r tabel yaitu 0.098 dan terdapat empat butir pernyataan yang diajukan dalam kuesioner menunjukkan hasil uji validitas variabel *trust*. Sehingga dapat dikatakan bahwa semua item tersebut dapat dikatakan valid.

Tabel 6. Hasil Uji Validitas Variabel Minat Penggunaan

Item	r hitung	r tabel	Keterangan
Y_1	0.429	0.098	Valid
Y_2	0.304	0.098	Valid
Y_3	0.445	0.098	Valid
Y_4	0.388	0.098	Valid

Y_5	0.401	0.098	Valid
Y_6	0.512	0.098	Valid

Sumber: data primer yang diolah penulis, 2022

Berdasarkan tabel di atas dapat dilihat bahwa seluruh r hitung nilainya lebih besar dari pada r tabel yaitu 0.098 dan terdapat enam butir pernyataan yang diajukan dalam kuesioner menunjukkan hasil uji validitas variabel minat penggunaan. Sehingga dapat dikatakan bahwa semua item tersebut dapat dikatakan valid.

Uji Reliabilitas

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan *cronbach alpha* melalui SPSS 25.0. Berdasarkan rumus *cronbach alpha*, suatu instrument dikatakan reliabel jika nilai lebih dari 0,70 dan hasil menunjukkan bahwa seluruh instrument reliabel. Soal yang baik adalah soal yang mempunyai koefisien reliabilitas lebih dari sama dengan 0,70 (Siyoto & Sodik, 2015, p. 77). Berdasarkan tabel 6 diketahui bahwa variabel X1, X2, X3, X4 dan Y memiliki *cronbach's alpha* lebih besar dari 0,70 yang dapat disimpulkan bahwa data dapat dikatakan reliabel.

Tabel 7. Hasil Uji Reliabilitas Insrumen Penelitian

Variabel	Cronbach's Alpha	Kriteria	Keterangan
Perceived Ease Of Use (X1)	0.831	> 0.70	Reliabel
Perceived Security (X2)	0.789	> 0.70	Reliabel
Perceived Risk (X3)	0.725	> 0.70	Reliabel
Trust (X4)	0.818	> 0.70	Reliabel
Minat Penggunaan (Y)	0.733	> 0.70	Reliabel

Sumber: data primer yang diolah penulis, 2022

Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

Uji normalitas pada penelitian ini dilakukan dengan uji analisis dengan menggunakan metode *Kolmogorov Smirnov* yang bertujuan untuk menganalisis pendistribusian data dapat menentukan normal atau tidaknya data penelitian. Dengan menggunakan kaidah keputusan jika *Asymp. Sig. (2-tailed)* lebih dari $\alpha=0,05$ maka dapat dikatakan data tersebut berdistribusi normal. Berdasarkan tabel output SPSS 25.0 dibawah ini, maka data dikatakan normal. Keputusan ini diambil peneliti karena nilai *Asymp. Sig. (2-tailed)* dan *Exact Sig. (2-tailed)* lebih dari 0,05 yakni 0.138 dan 0.547.

Tabel 8. Hasil Uji Normalitas

Asymp. Sig. (2-tailed)	Exact Sig (2-tailed)	Kriteria	Keterangan
0.138	0.547	> 0.05	Data Normal

Sumber: data primer yang diolah penulis, 2022

Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah di dalam model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas. Uji multikolinearitas dilakukan dengan menggunakan nilai *tolerance* dan *variance inflation factor (VIF)* pada model regresi, dengan kriteria apabila nilai VIF < 10 atau nilai *tolerance* > 0,10 maka tidak terjadi multikolinearitas. Berdasarkan dasar pengambilan keputusan dan juga tabel output SPSS 25.0 dibawah ini, maka data dikatakan tidak terjadi multikolinearitas. Keputusan ini diambil peneliti karena nilai *Tolerance* X1, X2, X3, X4 > 0,10 dan nilai VIF X1,X2,X3, X4 < 10.

Tabel 9. Hasil uji Multikolinearitas

Variabel	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
<i>Perceived Ease Of Use</i>	0.586	1.706
<i>Perceived Security</i>	0.630	1.587
<i>Perceived Risk</i>	0.896	1.116
<i>Trust</i>	0.608	1.645

Sumber: data primer yang diolah penulis, 2022

Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Berdasarkan hasil dasar pengambilan keputusan uji heteroskedastisitas glejser dan juga tabel output SPSS 25.0 dibawah ini, maka data dikatakan tidak terjadi Heteroskedastisitas. Keputusan ini diambil peneliti karena nilai signifikansi pada X1, X2, X3, X4 > 0,05.

Tabel 10. Hasil uji Heteroskedastisitas

Variabel	Signifikansi	Keterangan
Perceived Ease Of Use	0.362	Tidak Terjadi Heteroskedastisitas
Perceived Security	0.169	Tidak Terjadi Heteroskedastisitas
Perceived Risk	0.069	Tidak Terjadi Heteroskedastisitas
Trust	0.076	Tidak Terjadi Heteroskedastisitas

Sumber: data primer yang diolah penulis, 2022

Regresi Linear Berganda

Regresi linear berganda tujuannya adalah untuk mengetahui ada atau tidaknya pengaruh dua atau lebih variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y). Hasil dari SPSS yang digunakan sebagai alat analisis maka hasil regresi berganda sebagai yang tertera pada tabel berikut:

Tabel 11. Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	sig
	B	Std. Error.	Beta		
1 (Constant)	7.980	1.309		6.095	.000
Ease Of Use	.213	.033	.320	6.394	.000
Security	.156	.041	.184	3.811	.000
Risk	.084	.040	.085	2.110	.035
Trust	.274	.058	.233	4.741	.000

Sumber: data primer yang diolah penulis, 2022

Berdasarkan tabel diatas maka dapat diketahui persamaan regresi berganda sebagai berikut:

$$Y = 7.980 + 0.213 X_1 + 0.156 X_2 + 0.084 X_3 + 0.274 X_4$$

Dari persamaan regresi diatas, maka dapat di intepretasikan beberapa hal diantaranya sebagai berikut:

Konstanta memiliki nilai regresi sebesar 7.980, yang artinya *Ease Of Use* (X1), *Security* (X2), *Risk* (X3), dan *Trust* (X4) dianggap nol, maka ada kenaikan minat penggunaan sebesar 7.980. *Ease Of Use* (X1) mempunyai koefisien regresi sebesar 0.213 dengan arah positif, yang dimana artinya di setiap kenaikan variabel 1% maka minat penggunaan akan meningkat sebesar 21.3%. Variabel *Security* (X2) mempunyai koefisien regresi 0.156 dengan arah positif, artinya bahwa setiap kenaikan variabel *Security* (X2) sebesar 1% maka akan terjadi peningkatan minat penggunaan sebesar 15.6%. Pada variabel *Risk* (X3) mempunyai koefisien regresi sebesar 0.084 dengan arah positif, artinya bahwa setiap kenaikan variabel *Risk* (X3) sebesar 1% maka akan terjadi peningkatan minat penggunaan sebesar 8.4%. Variabel *trust* (X4) mempunyai koefisien regresi 0.274 dengan arah positif, artinya bahwa setiap kenaikan variabel *trust* (X4) sebesar 1% maka akan terjadi peningkatan minat penggunaan sebesar 27.4%. Pada keempat variabel di atas, masing - masing bernilai positif linier searah, artinya semakin ditingkatkan variabel X maka minat penggunaan juga akan meningkat.

Uji Hipotesis

Tujuannya adalah untuk mengetahui ada atau tidaknya pengaruh parsial yang diberikan variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y).

Tabel 12. Hasil Uji T

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	sig
	B	Std. Error.	Beta		
1 (Constant)	7.980	1.309		6.095	.000
Ease Of Use	.213	.033	.320	6.394	.000
Security	.156	.041	.184	3.811	.000
Risk	.084	.040	.085	2.110	.035
Trust	.274	.058	.233	4.741	.000

Sumber: data primer yang diolah penulis, 2022

Dari tabel di atas dapat dijelaskan sebagai berikut:

Perceived ease of use

Berdasarkan Tabel di atas dapat dijelaskan bahwa variabel *perceived ease of use* (X1) memiliki nilai t hitung sebesar 6.394 lebih besar dari 1.965 (t tabel). Dan nilai Sig 0.000 lebih kecil dari 0.05. Sehingga dapat disimpulkan bahwa *perceived ease of use* (X1) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap minat penggunaan (Y).

Perceived Security

Berdasarkan Tabel di atas dapat dijelaskan bahwa variabel *perceived security* (X2) memiliki nilai t hitung sebesar 3.811 lebih besar dari 1.965 (t tabel). Dan nilai Sig 0.000 lebih kecil dari 0.05. Sehingga dapat disimpulkan bahwa *perceived security* (X2) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap minat penggunaan (Y).

Perceived risk

Berdasarkan Tabel di atas dapat dijelaskan bahwa variabel *perceived risk* (X3) memiliki nilai t hitung sebesar 2.110 lebih besar dari 1.965 (t tabel). Dan nilai Sig 0.035 lebih kecil dari 0.05.

Sehingga dapat disimpulkan bahwa *perceived risk* (X3) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap minat penggunaan (Y).

Trust

Berdasarkan Tabel di atas dapat dijelaskan bahwa variabel *trust* (X4) memiliki nilai t hitung sebesar 4.741 lebih besar dari 1.965 (t tabel). Dan nilai Sig 0.000 lebih kecil dari 0.05. Sehingga dapat disimpulkan bahwa *trust* (X4) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap minat penggunaan (Y).

Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Tabel 13. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.649 ^a	.421	.415	.95883

Sumber: data primer yang diolah penulis, 2022

Uji koefisien determinasi tujuannya adalah untuk mengetahui berapa persen pengaruh yang diberikan variabel bebas (X) secara simultan terhadap variabel terikat (Y). Berdasarkan hasil uji koefisien determinasi dalam tabel tersebut, Besarnya nilai koefisien determinasi (*Adjusted R Square*) pada penelitian ini adalah sebesar 0.415 yang memiliki arti bahwa 41.5% dari keempat variabel bebas *perceived ease of use*, *perceived security*, *perceived risk* dan *trust* mampu menjelaskan variasi variabel minat penggunaan, sedangkan sisanya 58.5% dijelaskan oleh variabel lain di luar penelitian.

Pengaruh Perceived Ease Of Use Terhadap Minat Penggunaan

Hasil penelitian kali ini menunjukkan bahwa variabel *perceived ease of use* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan Pospay, maka hasil dalam penelitian kali ini dapat dikatakan sejalan dengan teori yang dimana kemudahan penggunaan persepsian merupakan sebagai sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan suatu teknologi akan bebas dari usaha (Jogiyanto, 2007, p. 115). Dalam definisi tersebut, dapat dilihat bahwa konstruk kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*) juga merupakan suatu keyakinan (*belief*) tentang suatu proses pengambilan keputusan. Hasil riset ini mendukung riset sebelumnya yang menunjukkan adanya pengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan *financial technology (fintech)* (Noviyanti & Erawati, 2021).

Pengaruh Perceived Security Terhadap Minat Penggunaan

Hasil penelitian kali ini menunjukkan bahwa variabel *Perceived Security* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan Pospay, maka hasil dalam penelitian kali ini dapat dikatakan sejalan dengan teori yang berbunyi *Perceived security* merupakan persepsi pengguna terkait dengan fungsi dan kontrol informasi data pribadi mereka terhadap teknologi, semakin baik persepsi pengguna terhadap teknologi, dan intensitas mereka dalam menggunakan teknologi tersebut meningkat (Tahar et al., 2020). Adanya pengaruh secara signifikan menerangkan bahwa keamanan dalam penggunaan aplikasi Pospay yaitu ketika pengguna merasa aman memberikan informasi pribadi, merasa yakin bahwa data pengguna tidak akan disalahgunakan, serta sistem yang menjamin keamanan proses transaksi dan melindungi data pengguna. Hasil riset ini mendukung riset sebelumnya yang menunjukkan berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat penggunaan terhadap DANA *E-Wallet* (Raninda et al., 2022).

Pengaruh Perceived Risk Terhadap Minat Penggunaan

Hasil penelitian kali ini menunjukkan bahwa variabel *Perceived Risk* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan Pospay. Namun penelitian ini tidak sesuai berdasarkan hipotesis yang dibuat oleh peneliti. Dan juga penelitian ini tidak membuktikan

teori yang dimana persepsi risiko bergantung dengan tinggi rendahnya risiko yang dihadapi oleh pengguna karena semakin tinggi persepsi risiko yang dihadapi pengguna maka semakin menurunnya minat pengguna dalam menggunakan sistem teknologi (Hendriyawan & Mayangsari, 2022). Berdasarkan jawaban responden mengenai variabel persepsi risiko, cukup setuju pada indikator risiko waktu lebih banyak dipilih oleh responden yaitu “Bertransaksi menggunakan layanan rekening Pospay memiliki risiko yang tinggi”. Hal tersebut dapat diartikan bahwa konsumen masih memiliki rasa takut dan khawatir akan adanya risiko transaksi *online* Pada aplikasi Pospay. Hasil riset ini mendukung riset sebelumnya yang menunjukkan hasil bahwa persepsi risiko berpengaruh negatif terhadap minat penggunaan layanan pembayaran digital pada mahasiswa akuntansi (Hendriyawan & Mayangsari, 2022).

Pengaruh Trust Terhadap Minat Penggunaan

Hasil penelitian kali ini menunjukkan bahwa variabel *trust* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan Pospay, maka hasil dalam penelitian kali ini dapat dikatakan sejalan dengan teori yang dimana kepercayaan dapat dipahami sebagai keyakinan orang bahwa perusahaan atau mitra yang mereka berinteraksi memiliki kejujuran, kredibilitas, dan kebajikan yang akan bermanfaat bagi kedua belah pihak yang terlibat (Keni, 2020). Hal tersebut berkaitan dengan keyakinan konsumen mengenai kemampuan aplikasi layanan keuangan digital dalam penelitian ini yaitu Pospay mampu memberikan keyakinan yang telah dibuat. Sehingga, semakin tinggi komitmen Pospay dalam memberikan keyakinan, maka kepercayaan yang tercipta di dalam benak konsumen semakin tinggi pula. Hasil riset ini mendukung riset sebelumnya yang menunjukkan bahwa Kepercayaan (*trust*) punya pengaruh yang positif serta signifikan kepada minat menggunakan aplikasi Reksadana Bibit (Gunawan & Suartina, 2021).

SIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis pada penelitian yang telah dilakukan, terdapat kesimpulan terkait *perceived ease of use*, *perceived security*, *perceived risk* dan *trust* terhadap minat penggunaan yang telah dianalisis dengan menggunakan pengujian hipotesis secara parsial dan simultan. Maka dapat disimpulkan yaitu variabel *perceived ease of use* berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan aplikasi Pospay. Hal ini menunjukkan jika konsumen merasa mudah untuk menggunakan layanan Pospay sehingga bisa dikatakan bahwasanya tingkat *perceived ease of use* akan berpengaruh pada minat penggunaan. Pada *perceived security* berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan aplikasi Pospay. Hal ini menunjukkan jika konsumen merasa aman untuk menggunakan layanan Pospay. Namun *perceived risk* berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan aplikasi Pospay. Hal ini menunjukkan bahwa tidak sesuai dengan hipotesis yang diajukan. Karena beberapa pengguna masih merasa adanya kekhawatiran mengalami kerugian, dan pemikiran bahwa berisiko. Variabel *trust* berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan aplikasi Pospay. Hal ini menunjukkan pengguna telah percaya untuk menggunakan layanan Pospay sehingga bisa dikatakan bahwasanya *trust* akan berpengaruh pada minat penggunaan.

Adapun saran bagi perusahaan penerbit aplikasi Pospay yaitu harus mampu mempertahankan kualitas yang mudah digunakan, menjamin keamanan dan kerahasiaan data pengguna agar dapat dipercaya lebih oleh konsumen. Serta meningkatkan kualitas layanan dalam aplikasi Pospay yang disarankan agar Pospay lebih memperhatikan resiko yang akan muncul. Karena semakin berisiko layanan keuangan digital dalam penggunaannya, dapat mengurangi minat masyarakat dalam menggunakan. Saran untuk penelitian selanjutnya yaitu melakukan penelitian dengan menggunakan variabel lain yang

dapat mempengaruhi minat penggunaan di luar yang sudah diteliti dalam penelitian ini. Peneliti selanjutnya juga bisa menggunakan metode dan sampel yang berbeda.

Referensi

- Ayu, I., & Upadianti, A. (2018). Peran Kepercayaan Memediasi Persepsi Risiko Terhadap Niat Menggunakan Mandiri Mobile Banking Di Kota Denpasar. *E-Jurnal Manajemen Unud*, 7(5), 2621–2651. <https://doi.org/10.24843/EJMUNUD.2018.v7.i05.p>
- Desita, W., & Dewi, G. A. K. R. S. (2022). Pengaruh Persepsi Kemanfaatan, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Risiko, Promosi dan Fitur Layanan terhadap Minat Menggunakan Transaksi Non Cash pada Aplikasi Dompot Elektronik (E-Wallet). *Jurnal Akuntansi Profesi*, 13(01), 115–124. <http://dx.doi.org/10.23887/jippg.v3i2>
- Faroqi, A., Noviardi P, Y., Hadiwiyanti, R., & Lathif MS, T. (2020). Pengaruh Trust Dan Perceived Risk Terhadap Niat Menggunakan E-Government. *SCAN - Jurnal Teknologi Informasi Dan Komunikasi*, 15(1), 40–45. <https://doi.org/10.33005/scan.v15i1.1851>
- Gunawan, I. M. I., & Suartina, I. W. (2021). Pengaruh Perceived Ease Of Use , Product Knowledge , Dan Trust Terhadap Minat Menggunakan Aplikasi Reksadana Bibit (Studi Kasus Pengguna Platform Digital Fintech Bibit). *Widya Amrita, Jurnal Manajemen, Kewirausahaan Dan Pariwisata*, 1(4), 1150–1160. <https://doi.org/10.32795/widyaamrita.v1i4.1404>
- Hendriyawan, N. N., & Mayangsari, S. (2022). Pengaruh persepsi kebermanfaatan, kemudahan, dan risiko terhadap minat penggunaan layanan pembayaran digital pada mahasiswa akuntansi. *Jurnal Ekonomi Trisakti*, 2(2), 611–676. <http://dx.doi.org/10.25105/jet.v2i2.14635>
- Jogiyanto. (2007). *Sistem Informasi Keperilakuan*. Andi Offset.
- Kartajaya, H., & Ridwansyah, A. (2013). *Jurus utama jadi juara lokal*. Penerbit PT Gramedia Pustaka Utama. https://www.google.co.id/books/edition/Local_Champion/jKILDwAAQBAJ?hl=id&gbpv=0
- Keni, K. (2020). How Perceived Usefulness and Perceived Ease of Use Affecting Intent to Repurchase? *Jurnal Manajemen*, 24(3), 481. <https://doi.org/10.24912/jm.v24i3.680>
- Kusuma, K. N., Purwinarti, T., & Mariam, I. (2022). Pengaruh Perceived Ease Of Use Dan Perceived Security Terhadap Minat Menggunakan Gopay. *Jurnal Administrasi Niaga*, 10(1), 358–368. <https://prosiding-old.pnj.ac.id/index.php/snr/b/article/view/5691>
- Noviyanti, A., & Erawati, T. (2021). Pengaruh Persepsi Kemudahan, Kepercayaan dan Efektivitas terhadap Minat Menggunakan Financial Technology (Fintech) (Studi Kasus: UMKM di Kabupaten Bantul). *Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Finansial Indonesia*, 4(2), 65–74. <https://doi.org/10.31629/jiafi.v4i2.3253>
- 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, 927. <https://doi.org/10.24843/eja.2019.v27.i02.p04>
- Priyono, A. (2017). Analisis pengaruh trust dan risk dalam penerimaan teknologi dompet elektronik. *Jurnal Siasat Bisnis*, 21(1), 88–106. <https://doi.org/10.20885/jsb.vol21.iss1.art6>
- Priyono. (2008). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Sidoarjo. Zifatama Publishing.
- Raninda, R., Wisnalmawati, & Oetomo, H. (2022). The Effect of Perceived Usefulness , Ease of Use , Security , and Cashback Promotion on Behavioral Intention toward the DANA E-

- Wallet. *JIMKES: Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan*, 10(1), 63–72. <https://doi.org/10.37641/jimkes.v10i1.1218>
- Rewah, A. T., Mangantar, M., & Saerang, R. T. (2022). The Effect Of Perceived Usefulness, Perceived Ease Of Use, And Perceived Risk On Behavioral Intention Of E-Wallet User (Case Study: Manado). *Jurnal EMBA*, 10(4), 717–724. <https://doi.org/10.35794/emba.v10i4.43547>
- Rif'ah, S. (2019). Fenomena Cashless Society Di Era Milenial Dalam Perspektif Islam. *Al-Musthofa: Journal of Sharia Economics*, 2(1), 55.
- Robaniyah, L., & Kurnianingsih, H. (2021). Pengaruh persepsi manfaat, kemudahan penggunaan dan keamanan terhadap minat menggunakan aplikasi ovo. *Journal IMAGE*, 10(1), 53–62. <https://doi.org/10.17509/image.v10i1.32009>
- Siyoto, Sandu dan Ali Sodik. 2015. Dasar Metodologi Penelitian. Yogyakarta. Literasi Media Publishing.
- Sugiyono. (2013). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D. Bandung. Alfabeta CV
- Tahar, A., Riyadh, H. A., Sofyani, H., & Purnomo, W. E. (2020). Perceived ease of use, perceived usefulness, perceived security and intention to use e-filing: The role of technology readiness. *Journal of Asian Finance, Economics and Business*, 7(9), 537–547. <https://doi.org/10.13106/JAFEB.2020.VOL7.NO9.537>
- Udayana, I. B. N., Cahya, A. D., & Aqdella, F. A. (2022). The Effect Of Perceived Usefulness, Perceived Ease Of Use On Behavioral Intention To Use Through The Intervening Attitude Toward Using Variables In The Study Of ShopeePay E-Wallet Services (Case study on ShopeePay Users in Yogyakarta). *Journal of Applied Management and Business*, 8(March), 29–40. <https://dx.doi.org/10.26737/jtmb.v8i1.3144>
- Yaufi Andriyano, D. R. (2016). Kebermanfaatan , Persepsi Risiko Dan Kepercayaan Kasus Pada Nasabah Cimb Niaga Daerah Istimewa. *Jurnal Profita*, 1, 1–16.