

**PENGARUH PERSEPSI MANFAAT, PERSEPSI KEMUDAHAN DAN
PERSEPSI RISIKO TERHADAP MINAT MENGGUNAKAN *E-WALLET*
SHOPEEPAY PADA GENERASI MILENIAL DI KABUPATEN
PURBALINGGA**



SKRIPSI

Diajukan Kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (S.E.)

Oleh:

IMROATUN KHASANAH
NIM. 2017202232

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH
JURUSAN EKONOMI DAN KEUANGAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI PROF. K.H. SAIFUDDIN ZUHRI
PURWOKERTO
2024**

PERNYATAAN KEASLIAN

PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Imroatun Khasanah
NIM : 2017202232
Jenjang : S.1
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Jurusan : Ekonomi dan Keuangan Syariah
Program Studi : Perbankan Syariah
Judul Skripsi : Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Dan Persepsi Risiko Terhadap Minat Menggunakan *E-wallet* ShopeePay Pada Generasi Milenial Di Kabupaten Purbalingga

Menyatakan bahwa Naskah Skripsi ini secara keseluruhan adalah hasil penelitian/karya saya sendiri kecuali pada bagian-bagian yang dirujuk sumbernya.

Purwokerto, 27 September 2024
Saya yang menyatakan,



Imroatun Khasanah
NIM. 2017202232

HALAMAN PENGESAHAN



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
PROFESOR KIAI HAJI SAIFUDDIN ZUHRI PURWOKERTO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jalan Jenderal Ahmad Yani No. 54 Purwokerto 53126
Telp: 0281-635624, Fax: 0281-636553, Website: febi.uinsaizu.ac.id

LEMBAR PENGESAHAN

Skripsi Berjudul

**PENGARUH PERSEPSI MANFAAT, PERSEPSI KEMUDAHAN DAN
PERSEPSI RISIKO TERHADAP MINAT MENGGUNAKAN E-WALLET
SHOPEEPAY PADA GENERASI MILENIAL DI KABUPATEN
PURBALINGGA**

Yang disusun oleh Saudara **IMROATUN KHASANAH NIM 2017202232** Program Studi **S-1 Perbankan Syariah** Jurusan Ekonomi dan Keuangan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto, telah diujikan pada hari **Senin, 07 Oktober 2024** dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk memperoleh gelar **Sarjana Ekonomi (S.E.)** oleh Sidang Dewan Penguji Skripsi.

Ketua Sidang/Penguji

Dr. H. Sochimn, L.c., M.Si.
NIP. 19691009200312 1 001

Sekretaris Sidang/Penguji

Shofiyulloh, M.H.I.
NIP. 19870703 201903 1 004

Pembimbing/Penguji

Siti Ma'sumah, S.E., M.Si., CRA., CRP., CIAP
NIP. 19830510 202321 2 033

Purwokerto, 14 Oktober 2024

Mengesahkan

Dekan



Dr. H. Jantol Abdul Aziz, M.Ag.
NIP. 19690921 200212 1 004

NOTA DINAS PEMBIMBING

NOTA DINAS PEMBIMBING

Kepada

Yth: Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto
di-
Purwokerto.

Assalamu'alaikum Wr. Wb

Setelah melakukan bimbingan, telaah, arahan, dan koreksi terhadap penulisan skripsi dari saudara Imroatun Khasanah NIM 2017202232 yang berjudul:

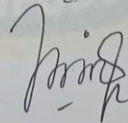
**Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Dan Persepsi Risiko
Terhadap Minat Menggunakan E-wallet ShopeePay Pada Generasi Milenial
Di Kabupaten Purbalingga**

Saya berpendapat bahwa skripsi tersebut sudah dapat diajukan kepada Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto untuk diujikan dalam rangka memperoleh gelar Sarjana dalam Ilmu Ekonomi Syari'ah (S.E.).

Wassalamu'alaikum Wr. Wb

Purwokerto, 27 September 2024

Pembimbing,



Siti Ma'sumah, S.E., M.Si., CRA., CRP., CIAP.

NIP. 198305102023212033

MOTTO

“Hidup itu pilihan, maka carilah yang terbaik untukmu”

-Imroatun Khasanah

“Sesuatu yang belum dikerjakan, seringkali tampak mustahil; kita baru yakin kalau kita telah berhasil melakukannya dengan baik.”

– Evelyn Underhill



**PENGARUH PERSEPSI MANFAAT, PERSEPSI KEMUDAHAN DAN
PERSEPSI RISIKO TERHADAP MINAT MENGGUNAKAN *E-WALLET*
SHOPEEPAY PADA GENERASI MILENIAL DI KABUPATEN
PURBALINGGA**

**Imroatun Khasanah
NIM. 2017202232**

E-mail: imroatunkhasanah2003@gmail.com

Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas
Islam Negeri (UIN) Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto

ABSTRAK

Perkembangan teknologi di Indonesia mengalami kemajuan yang sangat pesat, seperti teknologi berbasis internet. Saat ini pembayaran menggunakan non tunai lebih sering digunakan masyarakat dalam kehidupan sehari-hari, misalnya dengan menggunakan *e-wallet* ShopeePay. Tetapi sebelum memutuskan untuk menggunakan *e-wallet*, para pengguna perlu mempertimbangkan beberapa faktor seperti persepsi manfaat, persepsi kemudahan, dan persepsi risiko. Ketiganya memiliki peran penting dalam meningkatkan minat menggunakan *e-wallet* ShopeePay.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh dari persepsi manfaat, persepsi kemudahan, dan persepsi risiko baik secara parsial maupun simultan terhadap minat menggunakan *e-wallet* ShopeePay pada generasi milenial di Kabupaten Purbalingga. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif. Teknik pengambilan data melalui kuisioner dengan populasi yang dipakai adalah generasi milenial di Kabupaten Purbalingga yang mengetahui *e-wallet* ShopeePay. Penentuan populasi dalam penelitian ini menggunakan teknik *probability sampling* yang menggunakan metode *purposive sampling* dengan jumlah sampel 400 responden yang dijadikan sebagai objek penelitian. Analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda dengan aplikasi SPSS versi 25.0.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa persepsi manfaat, persepsi kemudahan, dan persepsi risiko secara parsial berpengaruh positif terhadap minat menggunakan *e-wallet* ShopeePay pada generasi milenial di Kabupaten Purbalingga. Kemudian pengaruh persepsi manfaat, persepsi kemudahan, dan persepsi risiko secara simultan berpengaruh positif terhadap minat menggunakan *e-wallet* ShopeePay pada generasi milenial di Kabupaten Purbalingga.

Kata Kunci: Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Persepsi Risiko, *E-wallet* ShopeePay.

**THE INFLUENCE OF PERCEIVED BENEFITS, PERCEIVED
CONVENIENCE AND PERCEIVED RISK ON INTEREST IN USING THE
SHOPEEPAY E-WALLET IN THE MILLENNIAL GENERATION IN
PURBALINGGA REGENCY**

Imroatun Khasanah
NIM. 2017202232

E-mail: imroatunkhasanah2003@gmail.com

Study Program of Islamic Banking Islamic Economic and Business Faculty State
Islamic University Prof. K. H. Saifuddin Zuhri Purwokerto

ABSTRACT

Technological developments in Indonesia are progressing very rapidly, such as internet-based technology. Currently, people use non-cash payments more often in their daily lives, for example by using the ShopeePay e-wallet. But before deciding to use an e-wallet, users need to consider several factors such as perceived benefits, perceived convenience, and perceived risks. All three have an important role in increasing interest in using the ShopeePay e-wallet.

This research aims to determine how much influence perceived benefits, perceived convenience, and perceived risks, both partially and simultaneously, have on interest in using the ShopeePay e-wallet among the millennial generation in Purbalingga Regency. This research is quantitative research. The data collection technique is through a questionnaire with the population used being the millennial generation in Purbalingga Regency who are familiar with the ShopeePay e-wallet. Determining the population in this study used a probability sampling technique which used a purposive sampling method with a sample size of 400 respondents who were used as research objects. The data analysis used was multiple linear regression analysis with the SPSS version 25.0 application.

The results of this research show that perceived benefits, perceived convenience, and perceived risks partially have a positive influence on interest in using the ShopeePay e-wallet among the millennial generation in Purbalingga Regency. Then the influence of perceived benefits, perceived convenience, and perceived risks simultaneously have a positive influence on interest in using the ShopeePay e-wallet among the millennial generation in Purbalingga Regency.

Keywords: Perceived Benefits, Perceived Convenience, Perceived Risk, ShopeePay E-wallet.

PEDOMAN TRANSLITERASI BAHASA ARAB-INDONESIA

Transliterasi kata-kata yang dipakai pada penelitian ini berpedoman pada Surat Keputusan Bersama antara Menteri Agama dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan RI. Nomor: 158/1978 dan Nomor: 0543b/U/1987.

1. Konsonan Tunggal

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	tidak dilambangkan	tidak dilambangkan
ب	ba'	B	Be
ت	ta'	T	Te
ث	As	S	es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	H	H	ha (dengan garis di bawah)
خ	Kha	Kh	ka dan ha
د	Dal	D	De
ذ	Zal	Z	ze (dengan titik di atas)
ر	Ra	R	Rr
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	es dan ye
ص	Sad	S	es (dengan garis di bawah)
ض	Dad	D	de (dengan garis di bawah)
ط	Ta	T	te (dengan garis di bawah)
ظ	Za	Z	zet (dengan garis di bawah)
ع	'ain	'	koma terbalik di atas
غ	Gain	G	Ge
ف	fa'	F	Ef
ق	Qaf	Q	Qi
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	'el
م	Mim	M	'em
ن	Nun	N	'en
و	Waw	W	W
ه	ha'	H	Ha
ء	Hamzah	'	Apostrof
ي	ya'	Y	Ye

2. Konsonan Rangkap Karena Syaddah Ditulis Rangkap

عدة	Ditulis	'iddah
-----	---------	--------

3. Ta' Marbutah di Akhir Kata Bila Mati Dimatikan di Tulis H

حكمة	Ditulis	Hikmah	جزية	Ditulis	jizyah
------	---------	--------	------	---------	--------

(Ketentuan ini tidak diberlakukan pada kata-kata Arab yang sudah terserap ke dalam Bahasa Indonesia, seperti Zakat, Shalat, dan sebagainya, kecuali bila dikehendaki lafal aslinya.

- a. Bila diikuti dengan kata sandang “al” serta bacaan kedua itu terpisah, maka ditulis dengan h

كرامة الولىاء	ditulis	<i>Karmah al-auliya'</i>
---------------	---------	--------------------------

- b. Bila *ta' marbutah* hidup atau dengan rakat, *fathah* atau *kasrah* atau *dhomah* ditulis dengan t

زكاة لفظر	Ditulis	<i>Zakat al-fitr</i>
-----------	---------	----------------------

4. Vocal Pendek

◌َ	Fathah	Ditulis	a
◌ِ	Kasrah	Ditulis	i
◌ِ	Dammah	Ditulis	u

5. Vocal Panjang

1.	Fathah + alif	ditulis	a
	جاهلية	ditulis	<i>fahiliyyah</i>
2.	Fathah + ya'mati	ditulis	a
	تس	ditulis	<i>tansā</i>
3.	Kasrah + ya'mati	ditulis	i
	كريم	ditulis	<i>karīm</i>
4.	Dammah + wawu mati	ditulis	u
	فروض	ditulis	<i>furūḍ</i>

6. Vocal Rangkap

1.	Fathah + ya' mati	Ditulis	Ai
	بينكم	Ditulis	Bainakum
2.	Fathah + wawumati	Ditulis	Au

قول	Ditulis	Qaul
-----	---------	------

7. Vocal Pendek yang Berurutan Dalam Satu Kata yang Dipisah Apostrof

أنتم	Ditulis	<i>a'antum</i>
أعدت	Ditulis	<i>u'iddat</i>
لعشكرتم	Ditulis	<i>la'insyakartum</i>

8. Kata Sandang Alif + Lam

a. Bila Diikuti Huruf *Qomariyyah*

القياس	Ditulis	<i>al-Qiyas</i>
القرآن	Ditulis	<i>al-Qur'ān</i>

b. Bila Diikuti Huruf *Syamsiyyah* Diikuti dengan Menggunakan Huruf *Syamsiyyah* yang Mengikutinya, Serta Menggunakan Huruf *l (el)* nya

السماء	Ditulis	<i>as-Samā'</i>
الشمس	Ditulis	<i>asy-Syams</i>

9. Penulisan Kata-Kata dengan Rangkaian Kalimat

ذوى الفروض	Ditulis	<i>zawī al-furūḍ</i>
اهل السنة	Ditulis	<i>ahl as-Sunnah</i>

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr. Wb

Alhamdulillah puji syukur kepada Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, hidayah dan inayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Dan Persepsi Risiko Terhadap Minat Menggunakan *E-wallet* ShopeePay Pada Generasi Milenial Di Kabupaten Purbalingga” sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan Program studi S1 Prodi Perbankan Syariah, Jurusan Ekonomi dan Keuangan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto sebagai salah satu syarat untuk mendapatkan gelar Sarjana Ekonomi (S.E).

Peneliti juga menyadari berkat pertolongan Allah SWT dan selama proses penyelesaian skripsi ini banyak pihak-pihak yang memberi dukungan berupa bantuan tenaga dan pemikiran baik secara moral maupun materil dari berbagai pihak, peneliti ini akhirnya dapat diselesaikan dengan baik. Oleh karena itu, pada kesempatan ini peneliti dengan kerendahan hati menghaturkan rasa syukur dan terimakasih kepada:

1. Prof. Dr. H. Ridwan, M. Ag, selaku Rektor Universitas Islam Negeri Prof. K. H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
2. Prof. Dr. H. Suwito, M. Ag, selaku Wakil Rektor I Universitas Islam Negeri Prof. K. H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
3. Prof. Dr. H. Sulkhan Chakim, M. M, selaku Wakil Rektor II Universitas Islam Negeri Prof. K. H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
4. Prof. Dr. H. Sunhaji, M. Ag, selaku Wakil Rektor III Universitas Islam Negeri Prof. K. H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
5. Dr. H. Jamal Abdul Aziz, M. Ag, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Prof. K. H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
6. Dr. H. Akhmad Faozan, Lc., M. Ag, selaku Wakil Dekan I Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Prof. K. H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.

7. Prof. Dr. Hj. Tutuk Ningsih, M. Pd, selaku Wakil Dekan II Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Prof. K. H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
8. Dr. H. Chandra Warsito, M. Si, selaku Wakil Dekan III Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Prof. K. H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
9. Hastin Tri Utami, S. E., M. Si., Ak, selaku Koordinator Prodi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Prof. K. H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
10. Dr. H. A. Luthfi Hamidi, M. Ag, selaku Dosen Pembimbing Akademik Prodi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Prof. K. H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
11. Siti Ma'sumah, S.E., M.Si., CRA., CRP., CIAP selaku Dosen Pembimbing Skripsi penulis, terimakasih yang sebesar-besarnya saya ucapkan atas masukan, motivasi, bimbingan, saran dan kesabaran yang telah diberikan selama proses penyelesaian skripsi ini. Saya memohon maaf apabila terdapat kesalahan disengaja atau tidak disengaja dalam perkataan maupun perbuatan. Semoga beliau senantiasa sehat dan dilindungi oleh Allah SWT atas segala kebaikan yang telah berikan.
12. Segenap Dosen dan karyawan UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto yang telah memberikan Ilmu Pengetahuan dan Pendidikan sehingga dapat menyelesaikan Skripsi ini.
13. Seluruh staf admin Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
14. Kedua orangtua saya, Ibu Tursiyah dan Bapak Musodik. Dua orang hebat dalam hidup saya, terima kasih atas segala pengorbanan, nasihat dan doa baik yang tidak pernah berhenti kalian berikan.
15. Kakak-kakak saya, Mas Jenal Arifin, Mba Munasifah, Mas Socheful Mizan dan kakak ipar saya, Mba Yani Wijayanti, Mas Ach Nudiman, Mba Oktivia, yang sudah membantu memberikan dukungan kepada saya baik secara moral maupun materil.

16. Ponakan-ponakan saya, Atiqotuz Zahrotin Najmi, Qafiya Maulida Azzahro, Aghni Naylatul 'izzah, Fatah Mughni Malik, dan Arsyila Shafana Nadhira yang setiap harinya membuat saya tersenyum bahagia dengan tingkah lucu kalian.
17. Keluarga besar saya yang sudah memberikan dukungan kepada saya.
18. Pondok Pesantren Darul Abror yang telah memberikan lingkungan belajar agama terbaik dan menjadi tempat tinggal yang nyaman selama di Purwokerto.
19. Keluarga besar Perbankan Syariah E angkatan 2020, semoga cita-citanya tercapai, dan menjadi orang sukses dunia akhirat.
20. Keluarga besar Ms Atas yang sudah memberikan warna-warni kehidupan selama di Pondok Pesantren Darul Abror.
21. Keluarga besar KKN Angkatan 52 kelompok 30 yang sudah kebersamai selama 43 hari di Desa Karangendep. Kebersamaan singkat yang sangat membekas, dan mendapat pelajaran yang tak kalah penting untuk bekal kelak ketika sudah benar-benar terjun ke masyarakat. Lingkungan dan orang yang tidak bisa kami pilih untuk hidup didalamnya.
22. Keluarga besar BSI KCP Purbalingga Soekarno Hatta karena telah diberi kesempatan untuk PPL disini. Terimakasih untuk pengalaman dan kerjasamanya. Disini, kami belajar bahwa kesuksesan datang dari kerja keras dan kolaborasi tim.
23. Komunitas *Creative Entrepreneur Organizaition* (CEO) yang telah memberikan kesempatan untuk berkembang menjadi pribadi yang bertanggung jawab.
24. Teman “Terserah” yang terdiri dari Robingatur Richanah, Dinda Seffirinandiana Solehah, dan Dinda Seffiarindiani Solehah terima kasih atas kebersamaan yang telah diberikan selama ini. Kalian telah menjadi tempat berbagi pikiran, memberikan semangat, dan motivasi dalam dunia perkuliahan. Semoga segala urusan kalian dipermudah dan menjadi manusia yang sukses di dunia maupun akhirat.

25. Teman “Mbadut” yang sudah menghibur, memberikan semangat, dan motivasi kepada saya, semoga hubungan kita tetap terjaga dengan baik.
26. Responden penelitian skripsi saya “Generasi milenial di Kabupaten Purbalingga”.
27. Serta semua pihak yang tidak bisa peneliti sebutkan satu persatu yang telah membantu penulis menyelesaikan skripsi.
28. Teruntuk diri sendiri, terimakasih telah berjuang dan bertahan sampai saat ini sampai mampu berada di titik ini. Kamu hebat bisa melewati berbagai rintangan dalam hidup. Meski banyak tantangan dan ujian yang dihadapi kamu tidak pernah menyerah dan terus semangat karena hidup harus tetap berlanjut.

Semoga Allah SWT melimpahkan karunia dan nikmat-Nya kepada kita semua, penyusun menyadari bahwa penelitian ini tidak sempurna dan masih banyak kekurangan. Oleh karena itu, penyusun mohon maaf dan mengharap kritikan membangun dari semua pihak sehingga skripsi ini dapat lebih baik lagi. Akhirnya peneliti berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembaca pada umumnya dan peneliti sendiri khususnya.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb

Purwokerto, 27 September 2024

Penulis,

Imroatun Khasanah

NIM. 2017202232

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Kajian Pustaka.....	23
Tabel 3.1 Data BPS Kabupaten Purbalingga.....	33
Tabel 3.2 Indikator Penelitian.....	35
Tabel 3.3 Skala Pengukuran.....	37
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	45
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	46
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	47
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Tempat Tinggal.....	48
Tabel 4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Intensitas Penggunaan E-wallet ShopeePay.....	49
Tabel 4.6 Hasil Uji Validitas.....	50
Tabel 4.7 Hasil Uji Reliabilitas.....	51
Tabel 4.8 Hasil Uji Normalitas.....	52
Tabel 4.9 Hasil Uji Multikolinearitas.....	53
Tabel 4.10 Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	54
Tabel 4.11 Hasil Uji Regresi Linear Berganda.....	55
Tabel 4.12 Hasil Uji Parsial (uji t).....	57
Tabel 4.13 Hasil Uji Simultan (uji F).....	59
Tabel 4.14 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	60

DAFTAR GAMBAR

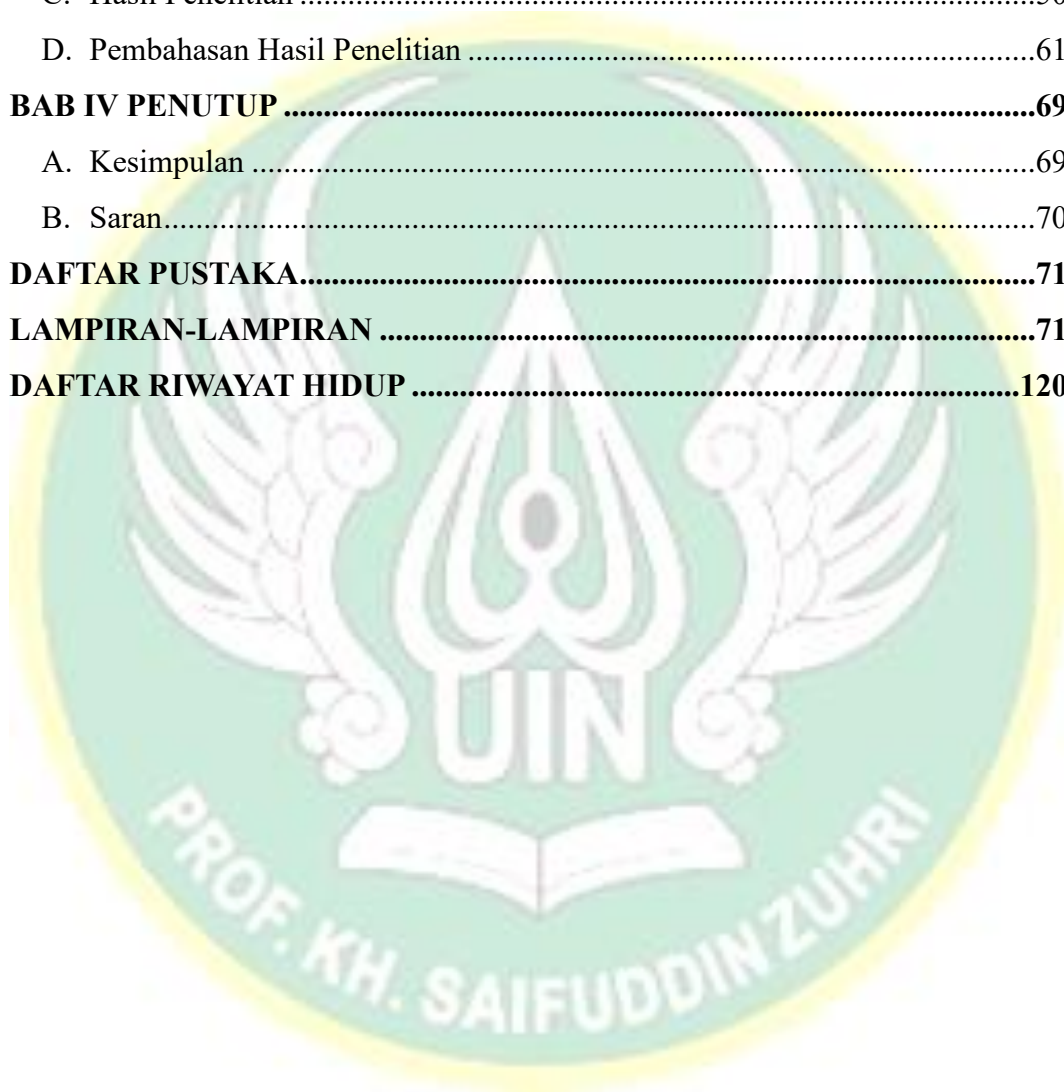
Gambar 1.1 Metode pembayaran yang paling banyak digunakan di Indonesia	3
Gambar 1.2 <i>E-wallet</i> yang paling banyak digunakan di Indonesia.....	4
Gambar 2.1 Kerangka Teori.....	28



DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	
PERNYATAAN KEASLIAN	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
NOTA DINAS PEMBIMBING	iii
MOTTO	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
PEDOMAN TRANSLITERASI BAHASA ARAB-INDONESIA	vii
KATA PENGANTAR	x
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR ISI	xvi
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah	10
C. Tujuan dan Manfaat Penelitian	10
D. Sistematika Pembahasan	12
BAB II LANDASAN TEORI	13
A. Kajian Teori.....	13
B. Landasan Teologis.....	20
C. Kajian Pustaka.....	23
D. Kerangka Teori	27
E. Hipotesis Penelitian.....	28
BAB III METODE PENELITIAN	32
A. Jenis Penelitian.....	32
B. Tempat dan Waktu Penelitian.....	32
C. Populasi dan Sampel Penelitian	32
D. Variabel dan Indikator Penelitian	34

E. Pengumpulan Data Penelitian	36
F. Analisis Data Penelitian	38
BAB IV PEMBAHASAN.....	44
A. Gambaran Umum ShopeePay	44
B. Karakteristik Responden	45
C. Hasil Penelitian	50
D. Pembahasan Hasil Penelitian	61
BAB IV PENUTUP	69
A. Kesimpulan	69
B. Saran.....	70
DAFTAR PUSTAKA.....	71
LAMPIRAN-LAMPIRAN	71
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	120



BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

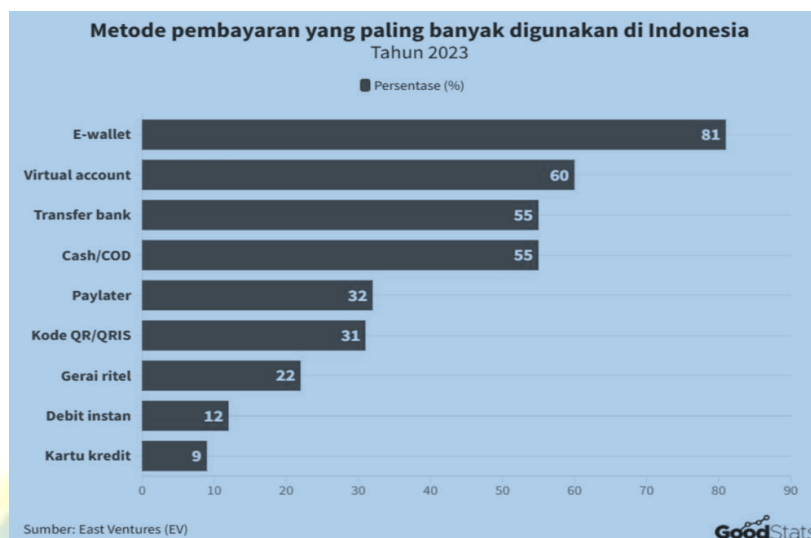
Perkembangan teknologi di Indonesia mengalami kemajuan yang sangat pesat dan tentunya membawa perubahan, terutama perkembangan teknologi pada teknologi digital. Seperti teknologi berbasis internet yang selalu digunakan oleh semua masyarakat dari berbagai kalangan. Internet merupakan server yang paling banyak digunakan dan paling efisien dalam penggunaan sistem informasinya. Dan kemajuan internet di Indonesia pun terus meningkat dalam jumlah yang besar di setiap tahunnya (Abrilia, 2020).

Memasuki era industri 4.0, Indonesia mengalami banyak kemajuan dalam teknologi, terutama di sektor ekonomi, pendidikan, sosial, dan budaya. *Financial Technology (Fintech)* adalah salah satu inovasi teknologi di bidang keuangan. *Fintech* merupakan model bisnis baru yang memudahkan masyarakat dalam melakukan transaksi tanpa harus memiliki rekening bank (Rahma, 2018). Meskipun bukan lembaga keuangan formal, *fintech* tetap diawasi dan diatur oleh Bank Indonesia untuk memastikan perlindungan konsumen. Pengaturan ini tercantum dalam Peraturan Bank Indonesia No. 19/12/PBI/2018.

Berdasarkan Undang-Undang Bank Indonesia, sistem pembayaran mencakup mekanisme yang memungkinkan pemenuhan kewajiban dari aktivitas ekonomi. Sistem ini terbagi menjadi dua, yaitu *cash* (tunai) dan *non-cash* (non-tunai). Seiring dengan perkembangan zaman, penggunaan uang tunai dianggap kurang efisien karena biaya pengadaan dan pengelolaannya yang tinggi, serta waktu transaksi yang lebih lama dan risiko keamanan yang lebih besar. Melihat tantangan tersebut, Bank Indonesia memperkenalkan Gerakan Nasional Non Tunai (GNNT) pada tahun 2014. Gerakan ini bertujuan untuk mendorong masyarakat beralih ke transaksi non-tunai yang lebih efisien dan aman. Dalam Peraturan Bank

Indonesia No. 20/6/PBI/2018, uang elektronik didefinisikan sebagai instrumen pembayaran non-tunai yang memenuhi beberapa syarat, yaitu nilai yang disetor terlebih dahulu, nilai yang dapat disimpan secara elektronik, dan nilai tersebut bukan merupakan simpanan. Menurut laporan Bank Indonesia (BI), nilai transaksi uang elektronik pada Maret 2024 mencapai Rp199,82 triliun. Jumlah tersebut meningkat 12% dibandingkan dengan bulan sebelumnya (*month to month/MtM*) yang sebesar Rp178,37 triliun.

Seiring perkembangan zaman, uang elektronik tidak hanya diterbitkan dalam bentuk *chip* namun sudah diterbitkan dalam bentuk lain yang harus terkoneksi dengan server. Uang yang disimpan secara elektronik disebut *e-money* sedangkan yang disimpan dalam media server disebut *e-wallet*. *E-wallet* merupakan adalah sebuah aplikasi yang menyimpan uang secara digital yang digunakan sebagai alat pembayaran yang sah (Ika Febrilia et al., 2020). Dimana *e-wallet* ini memberikan kemudahan bagi penggunaanya untuk bertransaksi tanpa harus membawa uang tunai ataupun kartu kredit. Pengguna *e-wallet* dapat mengaksesnya melalui *smartphone*, dan mereka dapat melakukan berbagai macam transaksi, seperti belanja online, transportasi online, pembayaran tagihan, pembelian pulsa, tiket pesawat, dan lain sebagainya (Tusyanah, 2022). Berdasarkan laporan *East Ventures (EV)* bertajuk *Digital Competitiveness Index 2023: Equitable Digital Nation*, metode pembayaran yang paling banyak digunakan di Indonesia sebagai berikut:



Gambar 1.1 Metode pembayaran yang paling banyak digunakan di Indonesia

(Sumber: <https://bank.jombang.co.id>)

Berdasarkan gambar di atas *e-wallet* menjadi metode pembayaran yang paling banyak digunakan di Indonesia dengan persentase sebesar 81% pada tahun 2022. Diikuti oleh *virtual account* dengan 60%. Selain itu, ada juga metode transfer bank dan cash/COD (*cash on delivery*) dengan persentase masing-masing mencapai 55%. Lalu, disusul oleh metode *paylater* dan QR/QRIS (*Quick Response Code Indonesian Standard*) dengan proporsi masing-masing sebesar 32% dan 31% di tahun 2022.

E-wallet didefinisikan sebagai perkembangan layanan keuangan pada era abad ke-21 dengan layanan serba cepat dan mudah, selalu berinovasi untuk meningkatkan kenyamanan dalam penggunaan layanan keuangan untuk masyarakat milenial. Selain itu *fintech* dikembangkan oleh perusahaan *startup* untuk menyediakan kemudahan khususnya dalam melakukan transaksi keuangan hal ini turut menantang perusahaan konvensional yang masih belum menggunakan teknologi keuangan (Mahardika et al., 2021). Sistem pembayaran *e-wallet* ini banyak diminati karena memiliki banyak manfaat dan kemudahan dalam bertransaksi. Selain manfaat dan kemudahan, fitur yang ditawarkan produk *e-wallet* juga mempengaruhi minat dalam penggunaannya. *E-wallet* yang paling banyak digunakan masyarakat Indonesia adalah aplikasi ShopeePay, LinkAja,

Dana, GO-PAY, dan Ovo. Rata-rata masyarakat Indonesia menggunakan *e-wallet* secara bersamaan. Beberapa *e-wallet* digunakan karena masing-masing aplikasi menawarkan metode pembayaran yang praktis, aman, dan menguntungkan bagi para penggunanya. Dengan munculnya berbagai jenis *e-wallet*, banyak perusahaan yang berlomba-lomba untuk menawarkan produknya dibidang jasa keuangan non-tunai untuk menarik minat konsumen. Berikut beberapa *e-wallet* yang paling banyak digunakan di Indonesia, yaitu:



Gambar 1.2 E-wallet yang paling banyak digunakan di Indonesia
(Sumber: <https://pressrelease.kontan.co.id>)

Menurut riset Neurosensum menyatakan bahwa yang mengakibatkan naiknya pemakaian *e-wallet* yaitu aktivitas belanja online. Shopee merupakan *marketplace* dengan pengunjung terbanyak dan favorit nomor satu yang banyak digunakan untuk belanja online. Dengan posisi Shopee menjadi *marketplace* terbanyak Shopee kemudian melakukan pembaharuan dengan menyediakan layanan fitur pembayaran secara online yaitu ShopeePay. ShopeePay mendapatkan pangsa pasar tertinggi (68%), diikuti oleh OVO (62%), DANA (54%), GoPay (53%), dan LinkAja (23%). Nilai transaksi tertinggi dari belanja offline dan online menggunakan ShopeePay (33%), OVO (24%), GoPay (19%), DANA (18%), LinkAja

(6%). Disisi lain, secara frekuensi pun ShopeePay berhasil menjadi pilihan dompet digital dengan frekuensi tertinggi (14,4 kali per bulan). Posisi brand lainnya terdiri dari OVO (13,5 kali per bulan), GoPay (13,1 kali per bulan), DANA (12,2 kali per bulan), LinkAja (8,2 kali per bulan) (Juanda, 2021).

ShopeePay diluncurkan oleh PT Airpay International Indonesia pada 28 November 2018 serta telah memperoleh izin resmi dari Bank Indonesia pada Agustus 2018. ShopeePay mencukupi kebutuhan transaksi non-tunai konsumennya dengan memanfaatkan saldo yang tersimpan. Penggunaan ShopeePay juga dapat dilakukan pada toko fisik ataupun *ecommerce* yang sudah menjadi mitra. Semenjak dirilisnya ShopeePay, *e-wallet* ini menjadi merek perangkat lunak *e-wallet* yang paling banyak penggunanya dibandingkan perangkat lunak *e-wallet* lainnya (Brahanta & Wardhani, 2021).

Sebagai suatu merek yang baru, ShopeePay dapat dengan pesat menjadi alat transaksi digital yang digemari masyarakat. Hal ini dikarenakan ShopeePay memberikan kecerdasan UI/UX *designer*, kesederhanaan di dalam pengalaman konsumen yang tentunya tidak membuat konsumen bingung dan juga memberikan sejumlah promo yang menjadi daya tarik konsumen. Bukan hanya itu, ShopeePay juga menawarkan fitur dan tampilan pada ShopeePay yang tidak membutuhkan pemahaman yang rumit atau perlu mempelajari mekanismenya terlebih dahulu, dan juga mitra layanan pembayaran yang tidak sulit dijumpai oleh penggunanya. Seperti fitur untuk bayar praktis dan transfer gratis. Pengguna dapat melakukan transfer saldo baik sesama pengguna ShopeePay ataupun ke beragam rekening bank tujuan, bayar belanjaan dengan QRIS, top up pulsa, dan bayar tagihan. Ada kemudahan beli sekarang bayar nanti pakai Spaylater dan bisa juga mengajukan pinjaman dana (Denisa Nopita et al, 2023).

Aktivasi ShopeePay sangatlah mudah dan bisa dilakukan dengan cepat hanya dengan mengunduh aplikasi Shopee di *Play Store* atau *App Store* kemudian masuk ke halaman ShopeePay dan memasukkan kode

verifikasi yang dikirim ke nomor ponsel yang terdaftar dalam akun kemudian atur PIN ShopeePay (Mawardani et al., 2021). Saat ini transaksi menggunakan non tunai lebih sering digunakan oleh masyarakat dalam kehidupan sehari-hari. Karena generasi z dan generasi milenial menggunakannya sebagai dompet digital untuk alat transaksi *cashless* dalam proses pembayaran, baik melalui aplikasi Shopee atau pembayaran secara langsung. Tidak hanya generasi z dan generasi milenial saja, melainkan generasi sepuh seperti bapak-bapak, ibu-ibu, semuanya sudah banyak yang mencoba menggunakan dompet digital ShopeePay ini (Margareta et al., 2022).

Walaupun *e-wallet* telah menawarkan manfaat serta kemudahan bagi penggunanya, sistem pembayaran menggunakan digital menjadi persoalan penting bagi setiap orang untuk memiliki *e-wallet*. Karena faktanya masih ditemukan kendala seperti ketidakpuasan pengguna, kualitas layanan yang belum maksimal, fitur yang kurang lengkap, dan komplain yang membutuhkan waktu lama. Keberhasilan penggunaan *e-wallet* di masa mendatang sangat bergantung pada kualitas layanan yang diberikan oleh penyedia. Jika pengalaman pengguna memenuhi harapan, konsumen cenderung merasa puas dan lebih memungkinkan untuk menggunakannya lagi produk tersebut di masa yang akan datang (Mt & Sukresna, 2021).

Menurut Jogiyanto (2007) penggunaan persepsi adalah proses pengambilan keputusan tentang kepercayaan (belief). Seseorang akan merasa dalam sistem informasi bisa digunakan dalam penggunaan tersebut dengan sebaiknya. Menurut Gefen dkk., dalam (Priyono, 2017) memberi definisi bahwa persepsi manfaat memberikan penilaian subjektif tentang salah satu keuntungan yang ditawarkan oleh sistem untuk mempermudah dalam memperoleh jasa yang diinginkan pengguna. Effendy (2020) menyatakan persepsi manfaat yang dirasakan dalam penggunaan dompet digital diklasifikasikan ke dalam tiga aspek yaitu manfaat ekonomi, kenyamanan, dan proses transaksi. Persepsi manfaat menjadi sarana untuk

mengetahui informasi tentang pengetahuan dan pemahaman dari generasi milenial tentang minat menggunakan *e-wallet*. Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Ramadhan & Tamba, (2022) memperoleh hasil bahwa persepsi manfaat berpengaruh positif secara signifikan terhadap minat menggunakan *e-wallet*. Sedangkan penelitian lain yang membahas tentang persepsi manfaat menunjukkan hasil bahwa persepsi manfaat tidak berpengaruh terhadap minat menggunakan *e-wallet* (Olivia & Marchyta, 2022).

Persepsi kemudahan didefinisikan sebagai sejauh mana seseorang percaya bahwa ketika menggunakan suatu sistem tertentu maka upaya yang diperlukan lebih kecil. Jogiyanto menyatakan bahwa persepsi kemudahan sebagai tingkat kepercayaan seseorang dalam penggunaan teknologi dapat memberikan kebebasan dari usaha. Sementara Anarjia dan Zenas Rante menyatakan bahwa persepsi kemudahan dianggap memiliki keterikatan yang kuat dengan penggunaan. Sedangkan Sun dan Zhang (2015) menjelaskan dari dimensi persepsi kemudahan ialah *ease to learn* (mudah dipelajari), *ease to use* (mudah digunakan), *clear and understandable* (jelas dan mudah dimengerti), dan *become skillful* (menjadi terampil) (Aisyah et al., 2022). Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Ramadhan & Tamba, (2022) memperoleh hasil bahwa persepsi kemudahan berpengaruh positif secara signifikan terhadap minat menggunakan *e-wallet*. Sedangkan penelitian Masalah, (2023) memperoleh hasil bahwa persepsi kemudahan tidak berpengaruh terhadap minat menggunakan *e-wallet*.

Menurut Nurdin dkk, (2020), persepsi risiko didefinisikan sebagai ambiguitas yang akan diperoleh pengguna (*user*) dalam melakukan kegiatan tertentu. Sedangkan menurut Rodiah dan Melati (2020) mendefinisikan persepsi risiko sebagai kepercayaan akan adanya ketidakpastian dan konsekuensi yang tidak diinginkan oleh pengguna dalam melakukan transaksi dengan menggunakan layanan. Persepsi risiko memiliki dua efek yaitu efek positif atau disebut juga dengan peluang atau *opportunity*, dan efek negatif atau yang disebut juga dengan ancaman atau *threat* (Iffat &

Laksmi, 2023). Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Kinanti & Mukhlis (2022) memperoleh hasil bahwa persepsi risiko mempunyai pengaruh yang positif serta signifikan terhadap minat penggunaan *e-wallet*. Penelitian Ningsih et al., (2021) didapatkan adanya persepsi risiko mempunyai pengaruh secara positif serta signifikan terhadap penggunaan uang elektronik. Sedangkan penelitian Savitri (2022) memperoleh hasil bahwa persepsi risiko tidak berpengaruh terhadap minat menggunakan *e-wallet*.

Minat dapat diartikan sebagai kecenderungan atau ketertarikan seseorang terhadap suatu objek, kegiatan, atau topik tertentu. Menurut Hardjana (1994) minat merupakan kecenderungan hati yang tinggi terhadap sesuatu yang timbul karena kebutuhan. Menurut teori TAM, keinginan untuk menggunakan suatu teknologi dapat dipengaruhi oleh persepsi manfaat dan persepsi kemudahan. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa minat seseorang dalam menggunakan teknologi jika orang tersebut yakin bahwa penggunaannya dapat meningkatkan kinerjanya dan teknologi tersebut dianggap mudah digunakan (Brahanta & Wardhani, 2021). Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Ramadhan & Tamba, (2022) menyatakan bahwa minat menggunakan *e-wallet* secara simultan dipengaruhi oleh persepsi manfaat dan persepsi kemudahan. Begitu juga dengan Pebriantje & Sulaeman, (2023) menyatakan minat menggunakan *e-wallet* dipengaruhi oleh persepsi risiko. Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Abrilia, (2020) minat menggunakan *e-wallet* juga dipengaruhi oleh fitur layanannya.

Penelitian ini penulis mengambil beberapa penelitian terdahulu yang digunakan sebagai acuan yaitu, dari Ramadhan & Tamba, (2022) dan Pebriantje & Sulaeman, (2021). Penelitian yang dilakukan oleh Ramadhan & Tamba, (2022) membahas tentang persepsi manfaat dan persepsi kemudahan terhadap minat penggunaan *e-wallet* dan hasil dari penelitian tersebut menunjukkan bahwa persepsi manfaat dan persepsi kemudahan berpengaruh signifikan terhadap minat penggunaan *e-wallet*. Selanjutnya penelitian Pebriantje & Sulaeman, (2021) membahas tentang persepsi

risiko dan kepercayaan terhadap minat menggunakan dompet digital ShopeePay dan hasil dari penelitian tersebut menunjukkan bahwa persepsi risiko dan kepercayaan konsumen berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan dompet digital ShopeePay.

Berdasarkan pemaparan permasalahan diatas penulis tertarik untuk mengangkat permasalahan tersebut dan melakukan penelitian tentang persepsi manfaat, persepsi kemudahan, dan persepsi risiko terhadap minat menggunakan *e-wallet* pada generasi milenial di kabupaten Purbalingga. *E-wallet* yang akan diteliti yaitu pada aplikasi *e-wallet* ShopeePay. Alasan penulis mengambil penelitian di Purbalingga adalah karena ingin mengeksplorasi bagaimana penggunaan *e-wallet* berkembang dan bagaimana generasi milenial di Purbalingga menerima teknologi pembayaran digital. Selain itu saya telah melakukan observasi secara langsung di lokasi tersebut dan menunjukkan hasil bahwa masih ada yang belum mengetahui tentang *e-wallet* ShopeePay seperti yang diungkapkan oleh Sahiroh bahwa ia belum mengetahui ShopeePay karena hanya bisa menggunakan handphone untuk komunikasi saja. Sedangkan Nisa memilih menggunakan ShopeePay karena butuh pembayaran digital. Seperti Fitri yang menyukai ShopeePay karena cepat dan praktis, bisa transaksi dimanapun dan kapanpun. Dan transaksi menggunakan ShopeePay bisa mendapat potongan harga dan gratis biaya pengiriman. Berbeda dengan Tri, ia mengungkapkan bahwa penggunaan ShopeePay mempunyai beberapa kendala seperti sistem tiba-tiba eror ketika melakukan transaksi, dan harus top up terlebih dahulu karena tidak mempunyai m-banking.

Karakteristik populasi yang digunakan untuk menentukan sampel adalah generasi milenial yang mengetahui *e-wallet* ShopeePay. Alasannya karena generasi milenial dikenal sebagai kelompok adaptif terhadap teknologi baru. Generasi milenial ini lahir bersamaan dengan munculnya teknologi informasi dan komunikasi yang membuat mereka mengenal gawai, mengakses komputer, dan memiliki media sosial. Namun pembayaran digital di Kabupaten Purbalingga masih terbatas seperti banyak

merchant yang belum menerima pembayaran digital dan pengguna Shopee yang lebih memilih membayar *cod* daripada membayar menggunakan ShopeePay. Penelitian ini merupakan pengembangan penelitian dari Ramadhan & Tamba, (2022) yang berjudul “Pengaruh Persepsi Manfaat dan Persepsi Kemudahan Terhadap Minat Penggunaan E-wallet Gopay di wilayah DKI Jakarta” yang membedakan dengan penelitian adalah variabel penelitian, penulis menambahkan variabel “Persepsi Risiko” dalam penelitian ini. Selain itu *e-wallet* yang digunakan juga berbeda, penulis menggunakan *e-wallet* ShopeePay dan objek dalam penelitian ini penulis berfokus kepada generasi milenial di kabupaten Purbalingga. Sehingga judul pada penelitian ini **“Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, dan Persepsi Risiko Terhadap Minat Menggunakan E-wallet ShopeePay Pada Generasi Milenial di Kabupaten Purbalingga”**.

B. Rumusan Masalah

1. Apakah persepsi manfaat berpengaruh positif terhadap minat menggunakan *e-wallet* ShopeePay pada generasi milenial di Kabupaten Purbalingga?
2. Apakah persepsi kemudahan berpengaruh positif terhadap minat menggunakan *e-wallet* ShopeePay pada generasi milenial di Kabupaten Purbalingga?
3. Apakah persepsi risiko berpengaruh positif terhadap minat menggunakan *e-wallet* ShopeePay pada generasi milenial di Kabupaten Purbalingga?
4. Apakah persepsi manfaat, persepsi kemudahan, dan persepsi risiko secara simultan berpengaruh positif terhadap minat menggunakan *e-wallet* ShopeePay pada generasi milenial di Kabupaten Purbalingga?

C. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Berdasarkan dasar masalah yang sudah dirumuskan dalam penelitian, dapat dijabarkan tujuan yang akan diperoleh dari penelitian ini, yaitu:

- a. Untuk menganalisis persepsi manfaat berpengaruh positif terhadap minat menggunakan *e-wallet* ShopeePay pada generasi milenial di Kabupaten Purbalingga.
- b. Untuk menganalisis persepsi kemudahan berpengaruh positif terhadap minat menggunakan *e-wallet* ShopeePay pada generasi milenial di Kabupaten Purbalingga.
- c. Untuk menganalisis persepsi risiko berpengaruh positif terhadap minat menggunakan *e-wallet* ShopeePay pada generasi milenial di Kabupaten Purbalingga.
- d. Untuk menganalisis persepsi manfaat, persepsi kemudahan, dan persepsi risiko secara simultan berpengaruh positif terhadap minat menggunakan *e-wallet* ShopeePay pada generasi milenial di Kabupaten Purbalingga.

2. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan memberi manfaat untuk semua pihak pada umumnya, khususnya untuk peneliti. Adapun manfaat penelitian ini, sebagai berikut:

a. Manfaat Teoritis

- 1) Diharapkan dapat memberikan ilmu yang bermanfaat terhadap masyarakat dalam penggunaan *e-wallet* untuk bertransaksi.
- 2) Diharapkan dapat memberikan saran atau masukan untuk perusahaan *e-wallet* mengenai faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi penggunaan *e-wallet* pada generasi milenial di Kabupaten Purbalingga sehingga pihak *e-wallet* itu dapat meningkatkan layanan pada aplikasi *e-wallet*.
- 3) Diharapkan dapat dijadikan sebagai salah satu bahan acuan atau masukan bagi peneliti lain yang akan melakukan penelitian lebih lanjut.

b. Manfaat Praktis

- 1) Bagi penulis, penelitian ini dapat menambah wawasan dan pengalaman langsung tentang penggunaan *e-wallet*.

- 2) Bagi pengguna *e-wallet*, penelitian ini diharapkan dapat memberikan penjelasan terhadap konsumen bahwa *e-wallet* merupakan alat transaksi non-tunai yang bisa mempermudah dan bermanfaat bagi penggunanya.
- 3) Bagi akademik, dari hasil penelitian yang telah diteliti dapat dijadikan sebagai bahan referensi serta sumber untuk jenis penelitian yang sama atau penelitian selanjutnya.

D. Sistematika Pembahasan

Sistematika pembahasan adalah penyusunan penulisan skripsi untuk memudahkan pemahaman tentang isi skripsi. Sistematika pembahasan dibagi menjadi lima bab, diantaranya yaitu:

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini menjelaskan tentang identifikasi pada latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, dan sistematika pembahasan.

BAB II LANDASAN TEORI

Bab ini berisi penjelasan konseptual atau teori yang mendasari landasan yang digunakan sebagai dasar dalam melakukan analisis terhadap masalah yang diteliti.

BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini menjelaskan tentang ruang lingkup, populasi, sampel data dan sumber data, metode pengumpulan data, serta alat analisis yang telah dikonsep pada penelitian ini.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini membahas mengenai hasil penelitian terkait pengaruh persepsi manfaat, persepsi kemudahan, dan persepsi risiko terhadap minat menggunakan *e-wallet* ShopeePay pada generasi milenial di Kabupaten Purbalingga.

BAB V PENUTUP

Bab ini merupakan bagian terakhir dari rangkaian penulisan skripsi yang berisi kesimpulan dan saran hasil penelitian.

BAB II LANDASAN TEORI

A. Kajian Teori

1. *Technology Acceptance Model (TAM)*

Technology Acceptance Model (TAM) adalah teori yang diadaptasi dari *Theory of Reasoned Action (TRA)* diperkenalkan oleh Azjen dan Fishbein pada tahun 1980 dan diusulkan oleh Davis pada tahun 1989. Menurut Jefri (2013), *Technology Acceptance Model (TAM)* adalah persepsi dari pengguna terhadap sebuah sistem teknologi mengenai pengguna teknologi informasi dengan mereka terhadap penggunaan sistem tersebut. Selain itu, *Technology Acceptance Model (TAM)* mendefinisikan bahwa penerimaan suatu sistem teknologi dipengaruhi oleh manfaat (*usefulness*) dan kemudahan dalam penggunaan (*easy of use*).

TAM melibatkan dua konstruk tambahan dalam TRA, yaitu:

a. Persepsi kegunaan (*perceived usefulness*)

Kegunaan yang dirasakan menggambarkan sejauh mana seseorang yakin bahwa prestasi kerjanya dapat ditingkatkan dengan menggunakan sistem, misalnya apakah sistem dapat membantu mereka menyelesaikan suatu tugas dengan lebih cepat.

b. Persepsi kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*)

Kemudahan penggunaan merujuk pada sejauh mana seseorang harus melakukan upaya mental atau fisik untuk menggunakan teknologi.

Tujuan TAM adalah menjelaskan faktor-faktor yang mempengaruhi penerimaan teknologi dan menguraikan perilaku penggunanya (Desvronita, 2021). Selain menggunakan *Technology Acceptance Model* atau Penerimaan Teknologi (TAM), dalam penelitian ini akan menambah satu variabel yang mana dapat mempengaruhi minat menggunakan *e-wallet* ShopeePay, yaitu variabel persepsi risiko

yang terkait dengan *Theory of Planned Behavior* atau Teori Perilaku Terencana (TBP) oleh Ajzen.

TBP digunakan untuk lebih spesifik memprediksi perilaku pengguna, dengan menyoroti persepsi risiko yang mempengaruhi minat generasi milenial terhadap teknologi. Dalam penelitian ini, faktor minat menggunakan *e-wallet* ShopeePay, yang dijadikan variabel terikat (Y), merupakan bagian dari persepsi risiko yang mempengaruhi minat penggunaan teknologi.

Penelitian ini menggunakan pendekatan melalui teori TAM dengan komponen (Persepsi Manfaat dan Persepsi Kemudahan) serta komponen (Persepsi Risiko) mengenai sistem pembayaran berbasis teknologi digital menggunakan *e-wallet* ShopeePay. Tingkat minat menggunakan *e-wallet* ShopeePay dapat diukur melalui pendekatan dengan teori tersebut. Dengan pendekatan variabel persepsi manfaat, persepsi kemudahan dan persepsi risiko dapat diketahui alasan atau jawaban pengguna terhadap penerapan dengan metode pembayaran *e-wallet* ShopeePay.

2. Persepsi Manfaat

Persepsi manfaat (*perceived usefulness*) berasal dari kata *useful* yang artinya berguna atau bermanfaat. Persepsi manfaat menurut Davis (1989), mencerminkan keyakinan pengguna mengenai kebermanfaatan suatu sistem, diukur oleh tingkat keyakinan dan kepercayaan bahwa sistem tersebut dapat meningkatkan kinerja pekerjaan mereka. Menurut Jogiyanto (2007) persepsi manfaat adalah sejauh mana seseorang percaya bahwa penggunaan suatu teknologi akan meningkatkan kinerja pekerjaannya (Fadillah & ZA, 2023). Menurut Kim et al., (2008), persepsi manfaat adalah keyakinan konsumen terkait sejauh mana mereka merasakan manfaat dalam melakukan transaksi online atau melalui situs web.

Menurut Shomad dan Purnomosidhi (2012) persepsi manfaat menjadi tolak ukur penting dalam memberikan kepercayaan terhadap

teknologi yang akan datang, itu menunjukkan bahwa konsumen melihat manfaat bagi pengguna tersebut (Humaidi et al., 2022). Persepsi manfaat bisa dinilai dari beberapa faktor, yaitu:

- a. *Utilitas*, mencakup aspek-aspek seperti kemudahan penggunaan, manfaat yang diberikan, dan peningkatan produktivitas yang dapat dicapai.
- b. *Efektivitas*, meliputi beberapa aspek seperti kemampuan meningkatkan efisiensi dan kemampuan untuk meningkatkan kinerja pekerjaan.

3. Persepsi Kemudahan

Menurut Jogiyanto (2016) persepsi kemudahan adalah suatu kepercayaan tentang proses pengambilan keputusan. Menurut Vankatesh dan Davis, persepsi kemudahan mengacu pada seberapa mudah seseorang merasa menggunakan sistem tanpa banyak usaha. Menurut Dewi & Warmika (2016), persepsi kemudahan adalah kepercayaan individu terhadap teknologi baru yang dianggap mudah dipahami, sehingga tidak memerlukan pembelajaran yang mendalam. Menurut Kholid (2018) juga mendefinisikan persepsi kemudahan sebagai tingkat kepercayaan individu dalam menggunakan teknologi atau sitem dengan mudah (Sati & Ramaditya, 2020).

Dari definisi diatas, dapat disimpulkan bahwa persepsi kemudahan adalah keyakinan terhadap proses pengambilan keputusan. Jika seseorang merasa yakin bahwa suatu sistem mudah digunakan, maka mereka akan menggunakannya. Maka dari itu, penyedia layanan pasti akan berusaha memberikan kemudahan kepada pelanggannya, contohnya adalah kemudahan dalam mempelajari penggunaan teknologi. Teknologi yang sulit dipelajari akan kurang diminati, hal itu berdampak pada sikap negatif dari calon konsumennya. Oleh karena itu, layanan biasanya memperkenalkan teknologi baru dan unik yang tidak terlalu merepotkan pengguna dalam menggunakannya. Faktor persepsi kemudahan mencakup bagaimana pengguna

memandang seberapa mudah teknologi tersebut untuk digunakan, termasuk dalam hal pembelajaran, pengoperasian, dan keandalannya (Prayudi et al.,2022).

Menurut Venkatesh dan Davis (2000) dimensi pembagian persepsi kemudahan terdiri dari:

- a. Interaksi individu dengan sistem jelas dan mudah dimengerti (*clear and understandable*).
- b. Tidak dibutuhkan banyak usaha untuk berinteraksi dengan sistem tersebut (*does not require a lot of mental effort*).
- c. Mudah mengoperasikan sistem sesuai dengan apa yang ingin individu kerjakan (*easy to get the system to do what he/she wantsto do*).
- d. Sistem mudah digunakan (*easy to use*).

4. Persepsi Risiko

Menurut Schiffman dan Kanuk (2007) persepsi risiko adalah ketidakpastian yang dirasakan oleh konsumen saat mereka tidak dapat memperkirakan hasil dari keputusan pembelian mereka. Ini terjadi saat konsumen tidak dapat melihat langsung dampak dari tindakan yang mereka ambil. Menurut Firdayanti (2012), persepsi risiko adalah cara dimana konsumen mempersepsikan kemungkinan kerugian yang mungkin terjadi akibat keputusannya dikarenakan ketidakpastian dari hal yang diputuskan tersebut. Fadhli dan Fachrudin (2016), menyatakan bahwa persepsi risiko melibatkan penilaian individu terhadap kemungkinan hasil positif atau negatif dari suatu transaksi atau situasi. Sedangkan menurut Oetario (2017), menggambarkan persepsi risiko sebagai prediksi konsumen tentang tingkat ketidakpastian dari transaksi online (Fatonah & Hendratmoko, 2020).

Menurut Liao Xio dalam Yusnidar et al., (2014), dapat dikatakan bahwa dimensi risiko adalah sebagai berikut:

a. *Physical Risk* (Risiko Fisik)

Risiko Fisik mencakup pada ancaman terhadap kondisi tubuh atau keamanan yang terkait dengan pembelian produk atau layanan.

b. *Performance Risk* (Risiko Kinerja)

Risiko Kinerja mencakup ketidaksesuaian antara kinerja sebenarnya dari produk atau layanan yang dibeli dengan harapan konsumen.

c. *Psychological Risk* (Risiko Psikologis)

Risiko psikologis melibatkan timbulnya emosi negatif yang mempengaruhi kesejahteraan mental akibat pembelian atau layanan.

d. *Financial Risk* (Risiko Keuangan)

Risiko Keuangan adalah kemungkinan kerugian finansial akibat pembelian produk atau layanan.

e. *Time-loss Risk* (Risiko Kehilangan Waktu)

Risiko kehilangan waktu adalah risiko adanya waktu yang terbuang percuma akibat proses pembelian produk atau layanan.

f. *Social Risk* (Risiko Sosial)

Risiko sosial terjadi ketika pembelian produk dianggap negatif oleh lingkungan sosial konsumen, yang dapat mengancam kedudukan sosial konsumen tersebut (Yuliana et al.,2020).

5. Minat Menggunakan

Jogiyanto (2007) mengartikan minat sebagai dorongan untuk melakukan suatu tindakan. Sebagai tambahan, Kotler (2012) menggambarkan minat sebagai respon terhadap produk yang dilihat, yang kemudian timbul keinginan untuk mencobanya dan pada akhirnya menghasilkan keinginan untuk membeli dan memiliki produk tersebut. Menurut Chuang, Liu, and Kao (2016) minat menggunakan adalah dimensi yang berkaitan dengan kecenderungan individu untuk menggunakan layanan teknologi informasi.

Tingkat keinginan seseorang untuk menggunakan suatu teknologi informasi bisa dilihat dari sikap atau perilaku individu terhadap teknologi tersebut, seperti keinginan untuk terus menggunakan dan memotivasi untuk mengajak orang lain menggunakan teknologi tersebut. Ketika seseorang menganggap bahwa sebuah layanan teknologi informasi memberikan manfaat baginya, maka cenderung akan tetap menggunakan layanan tersebut dan bahkan mengajak orang lain untuk menggunakannya (Misissaifi & Sriyana, 2021).

Ledesman (2018) mengemukakan bahwa minat dapat diukur melalui aspek-aspek berikut:

- a. Minat dalam pembelian atau penggunaan produk (Minat Transaksional).
- b. Minat dalam memberikan rekomendasi produk kepada orang lain (Minat Referensial).
- c. Minat yang mendorong individu untuk mencari informasi terkait produk yang diminatinya (Minat Eksploratif) (Robaniyah & Kurnianingsih, 2021).

6. *E-wallet*

Bank Indonesia mendefinisikan *e-wallet* sebagai suatu layanan elektronik yang digunakan untuk menyimpan informasi mengenai instrument pembayaran. Seperti kartu atau uang elektronik, yang memungkinkan pengguna untuk menyimpan dana dan melakukan transaksi pembayaran. Scheider (2011) menyatakan bahwa *e-wallet* adalah sebuah perangkat elektronik atau layanan online yang memungkinkan pengguna untuk melakukan transaksi dengan orang lain untuk membeli barang dan jasa secara digital. Uang atau saldo yang ada dalam *e-wallet* sebelumnya disimpan di dalamnya, dan pengguna juga dapat menambah saldo dengan cara menghubungkan rekening bank ke akun *e-wallet*. *E-wallet* merupakan layanan elektronik yang menyimpan data pembayaran, seperti kartu atau saldo untuk

pembayaran. Penggunaan *e-wallet* dapat mempermudah transaksi dikarenakan pengguna tidak perlu membawa uang tunai secara langsung, cukup dengan saldo dalam *e-wallet* di smartphone mereka yang terhubung dengan internet (Kesuma & Nurbaiti, 2023).

Keuntungan bagi pelanggan dalam penggunaan *e-wallet*:

- a. Transaksi menggunakan *e-wallet* lebih aman, tanpa uang tunai, dan lebih mudah.
- b. Kemudahan dalam melacak transaksi supaya bisa memantau pengeluaran pengguna karena disediakan catatan dalam setiap pembayaran.
- c. *E-wallet* menyediakan program top up yang gampang dipakai, dengan menggunakan uang tunai, kartu debit/kredit, serta transfer bank.
- d. *E-wallet* didukung oleh sistem jaminan uang kembali oleh penyedia, oleh karena itu pengguna dapat melakukan proses pembayaran dengan penuh percaya karena fitur keamanan yang sudah ditingkatkan.
- e. *E-wallet* menyediakan proses pengiriman uang yang mencakup berbagai produk dan layanan, jaringan pembayaran *e-wallet* yang luas membuat pengalaman pengguna menjadi lebih baik dalam melakukan pembayaran.
- f. Metode pembayaran *e-wallet* juga mendukung transfer dana *peer* yang memungkinkan pergerakan uang tunai menjadi lebih lancar diantara para pengguna sistem *e-wallet* (Sriyono et al., 2023).

7. Generasi Milenial

Istilah milenial pertama kali dicetuskan oleh William Strauss dan Neil dalam bukunya yang berjudul *Millennials Rising: The Next Great Generation* (2000). Mereka menciptakan istilah ini tahun 1987, yaitu pada saat anak-anak yang lahir pada tahun 1982 masuk pra sekolah. Istilah ini mulai dikenal secara luas oleh media saat generasi ini lulus SMA pada tahun 2000, dianggap sebagai kelompok yang

terhubung dengan milenium baru. Menurut Elwood Carlson dalam bukunya yang berjudul *The Lucky Few: Between the Greatest Generation and the Baby Boom* (2008), generasi milenial didefinisikan sebagai individu yang lahir tahun 1983 sampai 2001. Berdasarkan teori generasi yang diperkenalkan oleh Karl Mannheim pada tahun 1923, generasi milenial termasuk individu yang lahir antara tahun 1980 sampai 2000. Generasi milenial juga disebut sebagai generasi Y. Istilah ini mulai dikenal dan dipakai pada editorial koran besar Amerika Serikat pada Agustus 1993. Secara umum generasi milenial adalah kelompok yang didefinisikan berdasarkan tahun kelahiran. Generasi muda yang lahir antara tahun 1980 hingga 2000, tumbuh dalam era dimana kemajuan teknologi dan dunia modern telah berkembang pesat (Arif, 2021).

B. Landasan Teologis

1. Persepsi manfaat dalam perspektif islam

Persepsi manfaat diartikan sejauh mana tingkat kepercayaan seseorang bahwa menggunakan teknologi akan meningkatkan kinerjanya dalam bekerja (Nasri et al., 2013). Persepsi manfaat berkaitan dengan aspek pengambilan keputusan apakah seseorang akan menggunakan *e-wallet* tersebut atau tidak. Jika penggunaan *e-wallet* mampu meningkatkan kinerja maka pengguna akan memutuskan untuk menggunakan dan begitupun sebaliknya. Landasan manfaat yang diperoleh dapat ditemui dalam Q.S Shad: 27 yang berbunyi:

وَمَا خَلَقْنَا السَّمَاءَ وَالْأَرْضَ وَمَا بَيْنَهُمَا بَاطِلًا ۚ ذَٰلِكَ ظَنُّ الَّذِينَ كَفَرُوا فَوَيْلٌ
لِّلَّذِينَ كَفَرُوا مِنَ النَّارِ ﴿٢٧﴾

Artinya: “ dan kami tidak menciptakan langit dan bumi dan apa yang ada antara keduanya tanpa hikmah, yang demikian itu adalah anggapan orang-orang kafir; Maka celakah orang-orang kafir itu karena mereka akan masuk neraka (Q.S. Shad:27)”.

Ayat ini menjelaskan bahwa segala sesuatu yang diciptakan dilangit dan bumi memiliki hikmah dan manfaat. Ayat ini juga memberikan pijakan bahwa penciptaan teknologi hendaknya

memberikan manfaat kepada manusia. Dalam konteks *e-wallet* tentu saja kemunculan teknologi memiliki hikmah dan manfaat yang dapat diperoleh, yaitu berhubungan dengan kemaslahatan karena pengguna yang merasakan manfaat akan mampu meningkatkan kinerja dan produktivitasnya dalam bekerja.

2. Persepsi kemudahan dalam perspektif islam

Dalam Islam, perilaku seseorang untuk mengatur dan memilih sesuatu harus berpegang teguh pada kemudahan yang dirasakan. Hal ini dikarenakan kemudahan adalah anugerah yang diberikan oleh Tuhan kepada hambanya agar manusia tetap semangat dan tekun dalam menjalankan perintahnya (Wida et al., 2016). *E-wallet* yang saat ini berkembang selalu mengutamakan kemudahan dan menghilangkan kesukaran. Oleh karena itu, kemudahan ShopeePay dianggap menjadi faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen. Adapun ayat mengenai kemudahan tertera dalam Q.S Al-Baqarah ayat 185 yang berbunyi:

شَهْرُ رَمَضَانَ الَّذِي أُنزِلَ فِيهِ الْقُرْآنُ هُدًى لِّلنَّاسِ وَبَيِّنَاتٍ مِّنَ الْهُدَى
وَالْفُرْقَانِ فَمَن شَهِدَ مِنْكُمُ الشَّهْرَ فَلْيَصُمْهُ وَمَن كَانَ مَرِيضًا أَوْ عَلَى سَفَرٍ فَعِدَّةٌ مِّنْ
أَيَّامٍ أُخَرَ يُرِيدُ اللَّهُ بِكُمُ الْيُسْرَ وَلَا يُرِيدُ بِكُمُ الْعُسْرَ وَلِتُكْمِلُوا الْعِدَّةَ وَلِتُكَبِّرُوا اللَّهَ
عَلَى مَا هَدَيْكُمْ وَلَعَلَّكُمْ تَشْكُرُونَ ﴿١٨٥﴾

Artinya: “(Beberapa hari yang ditentukan itu ialah) bulan Ramadhan, bulan yang didalamnya diturunkan (permulaan) Al Qur’an sebagai petunjuk bagi manusia dan penjelasan-penjelasan mengenai petunjuk itu dan pembeda (antara yang hak dan yang bathil). Karena itu, barangsiapa diantara kamu hadir (di negeri tempat tinggalnya) di bulan itu, Maka hendaklah ia berpuasa pada bulan itu, dan barangsiapa sakit atau dalam perjalanan (lalu ia berbuka), Maka (wajiblah baginya berpuasa), sebanyak hari yang ditinggalkannya itu, pada hari-hari yang lain. Allah menghendaki kemudahan bagimu, dan tidak menghendaki kesukaran bagimu, dan hendaklah kamu mencukupkan bilangannya dan hendaklah kamu mengagungkan Allah atas petunjuk-Nya yang diberikan kepadamu, supaya kamu bersyukur (Q.S. Al-Baqarah:185)”

Dalam ayat tersebut yang menjadi poin penting tentang kemudahan terletak pada terjemahan “Allah menghendaki kemudahan

bagimu dan tidak menghendaki kesukaran bagimu”. Jika dikaitkan dengan kemudahan dalam menggunakan ShopeePay dapat dipahami bahwa penggunaan *e-wallet* sebagai alat transaksi memberikan banyak kemudahan bagi penggunanya. Dengan tercapainya banyak kemudahan yang dirasakan maka generasi milenial di Kabupaten Purbalingga memiliki kepercayaan untuk tetap menggunakan *e-wallet* ShopeePay.

3. Persepsi risiko dalam perspektif islam

Dalam menggunakan teknologi, seorang muslim dihadapkan pada ketidakpastian terhadap apa yang akan terjadi. Islam sangat menginginkan umatnya untuk mengantisipasi risiko dan menganjurkan untuk melaksanakan perencanaan agar lebih baik dimasa yang akan mendatang. Sebagaimana yang terlihat dalam Q.S. Al-Hasyr ayat 18 yang berbunyi:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا اتَّقُوا اللَّهَ وَلِنُنظِرْ نَفْسَ مَا قَدَّمْتُمْ لِغَدٍ وَاتَّقُوا اللَّهَ إِنَّ

اللَّهُ خَيْرٌ بِمَا تَعْمَلُونَ ﴿١٨﴾

Artinya: “Wahai orang-orang yang beriman! Bertakwalah kepada Allah dan hendaklah setiap orang memperhatikan apa yang telah diperbuatnya untuk hari esok (akhirat), dan bertakwalah kepada Allah. Sungguh, Allah Maha Teliti terhadap apa apa yang kamu kerjakan” (Q.S. Al-Hasyr:18).

Ayat tersebut menjelaskan bahwa seorang muslim diperbolehkan mempersiapkan apa yang diperbuat untuk hari esok dengan mempelajari atau menganalisa risiko. Selanjutnya kita bertawakal kepada Allah karena manusia hanya bisa memprediksi, selanjutnya Allah yang menetapkan.

4. Minat menggunakan dalam perspektif islam

Sebagaimana Allah berfirman dalam Q.S. Al-Isro ayat 84 yang berbunyi:

قُلْ كُلٌّ يَعْمَلُ عَلَىٰ شَاكِلَتِهِ فَرَبُّكُمْ أَعْلَمُ بِمَنْ هُوَ أَهْدَىٰ سَبِيلًا ﴿٨٤﴾

Artinya: “Katakanlah (Nabi Muhammad), “Setiap orang berbuat sesuai dengan pembawaannya masing-masing. “Maka, Tuhanmu lebih mengetahui siapa yang lebih benar jalannya” (Q.S.Al-Isro:84).

Ayat tersebut dapat dikaitkan dengan minat, seseorang akan termotivasi untuk mempelajari sesuatu yang ia minati. Minat bukan hanya sekedar keinginan pengguna untuk menggunakan melainkan keinginan untuk tetap menggunakannya dimasa yang akan datang. Minat seseorang dalam menggunakan ShopeePay juga dipengaruhi beberapa faktor seperti persepsi manfaat dan persepsi kemudahan. Apabila pengguna merasakan manfaat dan kemudahan, mereka akan tetap menggunakan *e-wallet* sebagai alat untuk bertransaksi.

C. Kajian Pustaka

Kajian pustaka ini bertujuan untuk memperoleh gambaran yang berkaitan dengan masalah yang akan diteliti. Pada penulisan skripsi, peneliti menggunakan beberapa macam sumber seperti buku, jurnal, artikel dan lainnya yang berfungsi untuk memudahkan ketika mencari informasi tentang permasalahan yang diteliti. Ada beberapa penelitian sebelumnya digunakan untuk referensi ditampilkan pada tabel sebagai berikut:

Tabel 2.1
Kajian Pustaka

No.	Judul dan Nama Peneliti	Hasil Penelitian	Perbedaan
1.	Pengaruh Persepsi Manfaat dan Persepsi Kemudahan Terhadap Minat Penggunaan <i>E-wallet</i> Gopay di wilayah DKI Jakarta. Ramadhan & Tamba, (2022)	Hasil dari penelitian ini menunjukkan signifikasi antara variable X dengan variable Y yang artinya persepsi manfaat dan persepsi kemudahan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan <i>e-wallet</i> Gopay sebesar 78, 7% dan sisanya 21,3% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.	Penelitian ini hanya menggunakan dua variable dan berfokus pada pengguna <i>e-wallet</i> Gopay di wilayah DKI Jakarta. Tempat dan waktu penelitiannya berbeda.

2.	<p>Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan dan Persepsi Risiko Terhadap Minat Menggunakan Dompet Digital Pada Generasi Z Di Purbalingga Pada Aplikasi Dana.</p> <p>Amalia, Oktavia (2023)</p>	<p>Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa hubungan antara persepsi kemudahan penggunaan dan persepsi risiko dengan minat menggunakan dompet digital Dana ada kekuatan hubunganyang positif. Dalam perhitungan regresi ordinal perhitungan <i>Pseudo Rsquare</i> menunjukkan nilai <i>R-Square</i> sebesar 33.% sedangkan sisanya sebesar 66.2% dipengaruhi oleh variable yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Generasi Z di Purbalingga merasakan adanya ketertarikan dengan kemudahan yang dirasakan disamping itu juga pasti memiliki risiko dan timbul kekhawatiran pengguna.</p>	<p>Penelitian ini hanya menggunakan dua variable, berfokus pada generasi Z yang menggunakan <i>e-wallet</i> Dana, dan waktu penelitian berbeda.</p>
3.	<p>Pengaruh Persepsi Kemudahan dan Fitur Layanan Terhadap Minat Menggunakan <i>E-wallet</i> Pada Aplikasi Dana Di Surabaya</p> <p>Abrilia, (2020)</p>	<p>Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa persepsi kemudahan dan fitur layanan secara simultan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap minat menggunakan <i>e-wallet</i> pada aplikasi DANA di Surabaya.</p>	<p>Penelitian ini terdapat variable fitur layanan dan penelitian ini berfokus pada aplikasi <i>e-wallet</i> Dana. Tempat dan waktu penelitian berbeda.</p>

4.	<p>Pengaruh Persepsi Risiko dan Kepercayaan Konsumen terhadap Minat Menggunakan Dompot Digital ShopeePay</p> <p>Pebriantie & Sulaeman, (2023)</p>	<p>Hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi risiko berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan dompot digital ShopeePay dan kepercayaan konsumen berpengaruh positif terhadap minat menggunakan dompot digital ShopeePay. Risiko yang dirasakan mempengaruhi niat untuk menggunakan kembali dompot digital ShopeePay dan kepercayaan konsumen yang dirasakan mempengaruhi permintaan untuk menggunakan dompot digital ShopeePay.</p>	<p>Penelitian ini terdapat variabel Kepercayaan Konsumen. Tempat dan waktu penelitian berbeda.</p>
5.	<p>Pengaruh Persepsi Kemanfaatan, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Risiko, Promosi dan Fitur Layanan terhadap Minat Menggunakan Transaksi <i>Non Cash</i> pada Aplikasi Dompot Elektronik (<i>E-wallet</i>)</p> <p>Desita & Dewi, (2022)</p>	<p>Hasil penelitian dalam ini menyatakan bahwa persepsi kemanfaatan, persepsi kemudahan penggunaan, promosi dan fitur layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan aplikasi <i>e-wallet</i>. Sedangkan persepsi risiko berpengaruh negatif dan signifikan terhadap minat menggunakan aplikasi <i>e-wallet</i>.</p>	<p>Penelitian ini terdapat variabel promosi dan fitur layanan. Penelitian ini berfokus pada mahasiswa pengguna aplikasi <i>e-wallet</i>. Tempat dan waktu penelitian berbeda.</p>

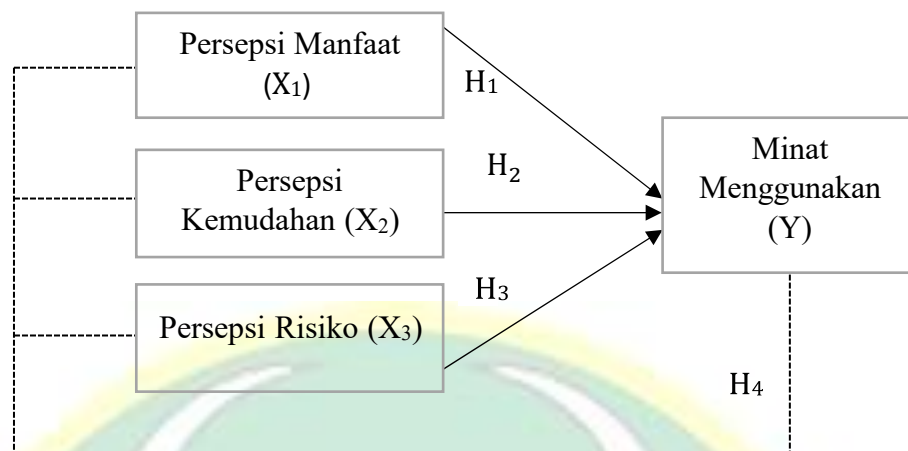
6.	<p>Pengaruh Persepsi Kebermanfaatan, Kemudahan, Risiko Terhadap Minat Menggunakan Ulang Shopeepay Di Surabaya</p> <p>Brahata & Wardhani, (2021)</p>	<p>Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa persepsi kebermanfaatan, kemudahan, risiko berpengaruh positif minat menggunakan kembali Shopeepay. Dalam penelitian ini menunjukkan bahwa minat seseorang untuk menggunakan kembali Shopeepay dipengaruhi oleh faktor persepsi kebermanfaatan, persepsi kemudahan, persepsi risiko. Seseorang akan menggunakan kembali suatu teknologi apabila dia merasa teknologi tersebut mampu membantu meningkatkan efektivitas kerjanya atau bermanfaat dan cara penggunaannya yang cukup mudah serta minim risiko.</p>	<p>Penelitian ini berfokus pada pengguna yang pernah bertransaksi menggunakan ShopeePay di <i>e-commerce</i> di Kota Surabaya. Tempat dan waktu penelitian berbeda.</p>
7.	<p>Pengaruh Persepsi Kemudahan, Persepsi Kemanfaatan, Kepercayaan Terhadap Minat Penggunaan Gopay (Studi Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lampung)</p> <p>Lestari, Puji (2021)</p>	<p>Hasil penelitian ini menjelaskan bahwa secara parsial persepsi kemudahan (X1), berpengaruh secara signifikan terhadap minat penggunaan sebesar 12.3%, persepsi kemanfaatan (X2) sebesar 12.7%, dan kepercayaan (X3) sebesar 72.9%. Hasil pengujian secara simultan menunjukkan bahwa persepsi kemudahan, persepsi kemanfaatan dan</p>	<p>Penelitian ini terdapat variable kepercayaan dan berfokus pada mahasiswa fakultas ilmu sosial dan ilmu politi Universitas Lampung yang menggunakan aplikasi Gopay. Tempat dan waktu penelitian berbeda.</p>

		kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan Gopay sebesar 67,6%.	
8.	Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Persepsi Keamanan Terhadap Keputusan Penggunaan <i>E-wallet</i> Pada Mahasiswa STIE Bank BPD Jateng Rahmawati & Yuliana, (2020)	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa persepsi terhadap manfaat, kemudahan dan keamanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan <i>e-wallet</i> . Persepsi keamanan memberikan pengaruh yang paling dominan dalam keputusan penggunaan <i>e-wallet</i> yang dapat dilihat dari nilai koefisien regresi. Hal ini memberikan bukti empiris bahwa faktor keamanan <i>e-wallet</i> menjadi pertimbangan utama dalam menggunakan <i>e-wallet</i> .	Penelitian ini terdapat variable persepsi keamanan dan berfokus pada mahasiswa STIE Bank BPD Jateng yang menggunakan <i>e-wallet</i> . Tempat dan waktu penelitian berbeda.

Sumber: Data sekunder yang diolah

D. Kerangka Teori

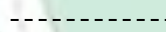
Kerangka teori merupakan kerangka pemikiran yang menggambarkan bagaimana teori berhubungan pada beberapa faktor yang teridentifikasi sebagai masalah yang penting (Sugiyono, 2019). Kerangka penelitian ini bertujuan untuk memudahkan pembaca dalam memahami penelitian, penulis akan menggambarkan hubungan antara variabel bebas (Persepsi Manfaat (X_1), Persepsi Kemudahan (X_2), dan Persepsi Risiko (X_3)) dengan variabel terikat (Minat Menggunakan (Y)), maka dapat dirumuskan kerangka berfikirnya seperti gambar dibawah ini:



Keterangan:



: Menunjukkan pengaruh secara parsial



: Menunjukkan pengaruh secara simultan

Gambar 2.1 Kerangka Teori

E. Hipotesis Penelitian

Hipotesis merupakan dugaan sementara atau jawaban sementara terhadap rumusan masalah atau pertanyaan penelitian yang masih harus diuji kebenarannya (Zaki & Saiman :2021). Berikut hipotesis penelitian ini:

1. Persepsi Manfaat Berpengaruh Positif Terhadap Minat Menggunakan *E-wallet* ShopeePay Pada Generasi Milenial Di Kabupaten Purbalingga

Menurut Jogiyanto (2007) persepsi manfaat adalah sejauh mana seseorang percaya bahwa penggunaan suatu teknologi akan meningkatkan kinerja pekerjaannya. Persepsi manfaat menjadi sarana untuk mengetahui informasi tentang pengetahuan dan pemahaman dari generasi milenial tentang minat menggunakan *e-wallet*. Penelitian yang dilakukan oleh Ramadhan & Tamba, (2022) menunjukkan bahwa persepsi manfaat berpengaruh positif secara signifikan terhadap minat menggunakan *e-wallet* dengan angka t_{hitung} sebesar $16.315 > t_{tabel}$ 1.984 dan (Sig.) $0,000 < 0,05$. Hal ini diperkuat dengan penelitian yang dilakukan oleh Khoeriyah et al., (2023) dibuktikan dari hasil nilai t_{hitung}

$4,266 > t_{\text{tabel}} 2,015$ dan nilai $\text{sig} < 0,05$ hal ini menunjukkan bahwa persepsi manfaat berpengaruh secara signifikan terhadap minat menggunakan *e-wallet*. Berdasarkan teori dan penelitian terdahulu maka penulis mengajukan dugaan sementara, yaitu:

H1: Persepsi manfaat berpengaruh positif terhadap minat menggunakan *e-wallet* ShopeePay pada generasi milenial di kabupaten Purbalingga.

2. Persepsi Kemudahan Berpengaruh Positif Terhadap Minat Menggunakan *E-wallet* ShopeePay Pada Generasi Milenial Di Kabupaten Purbalingga

Persepsi kemudahan adalah keyakinan terhadap proses pengambilan keputusan yang mencakup bagaimana pengguna memandang seberapa mudah teknologi tersebut untuk digunakan, termasuk dalam hal pembelajaran, pengoperasian, dan keandalannya. Semakin tinggi tingkat kemudahan untuk mengaplikasikan sebuah teknologi maka semakin banyak manfaat yang diperoleh. Hal ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Ramadhan & Tamba, (2022) bahwa nilai t_{hitung} sebesar $13,012 > t_{\text{tabel}} 1,984$ dan nilai signifikansi (Sig.) $0,000 < 0,05$ hal ini menunjukkan bahwa persepsi kemudahan berpengaruh positif secara signifikan terhadap minat menggunakan *e-wallet*. Berdasarkan teori dan penelitian terdahulu maka penulis mengajukan dugaan sementara, yaitu:

H2: Persepsi kemudahan berpengaruh positif terhadap minat menggunakan *e-wallet* ShopeePay pada generasi milenial di kabupaten Purbalingga.

3. Persepsi Risiko Berpengaruh Positif Terhadap Minat Menggunakan *E-wallet* ShopeePay Pada Generasi Milenial Di Kabupaten Purbalingga

Rodiah dan Melati (2020) mendefinisikan persepsi risiko sebagai kepercayaan akan adanya ketidakpastian dan konsekuensi yang tidak diinginkan oleh pengguna dalam melakukan transaksi dengan menggunakan layanan. Tingginya tingkat risiko yang ada dapat

menyebabkan ketakutan yang lebih saat akan melakukan kegiatan transaksi, dan juga sebaliknya. Seseorang tidak akan merasa ragu saat melakukan kegiatan transaksi ketika tingkat risiko rendah. Penelitian yang dilakukan oleh Kinanti & Mukhlis, (2022) menunjukkan bahwa persepsi risiko berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan *e-wallet* dengan angka bahwa nilai $t_{hitung} 3,587 > t_{tabel} 1,658$ dan nilai (Sig.) $0,000 < 0,005$. Berdasarkan teori dan penelitian terdahulu maka penulis mengajukan dugaan sementara, yaitu:

H3: Persepsi risiko berpengaruh positif terhadap minat menggunakan *e-wallet* ShopeePay pada generasi milenial di kabupaten Purbalingga.

4. Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, dan Persepsi Risiko Secara Simultan Berpengaruh Positif Terhadap Minat Menggunakan *E-wallet* ShopeePay Pada Generasi Milenial Di Kabupaten Purbalingga

Persepsi manfaat menjadi tolak ukur penting dalam memberikan kepercayaan terhadap teknologi yang akan datang. Persepsi kemudahan bisa dilihat jika seseorang merasa yakin bahwa suatu sistem mudah digunakan, maka mereka akan menggunakannya. Sedangkan persepsi risiko merupakan anggapan masyarakat tentang timbal balik yang mungkin diterima seseorang setelah melakukan sebuah kegiatan transaksi. Pada penelitian terdahulu yang diteliti oleh Ramadhan & Tamba, (2022) yang berjudul “Pengaruh Persepsi Manfaat dan Persepsi Kemudahan Terhadap Minat Penggunaan *E-wallet* Gopay di wilayah DKI Jakarta” menunjukkan bahwa pengaruh persepsi manfaat dan persepsi kemudahan secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap variabel minat penggunaan *e-wallet*. Dalam penelitian Pebriantje & Sulaeman, (2023) yang berjudul “Pengaruh Persepsi Risiko dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Minat Menggunakan Dompot Digital ShopeePay” menunjukkan bahwa Persepsi risiko berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan dompet digital.

Berdasarkan teori dan penelitian terdahulu maka penulis mengajukan dugaan sementara, yaitu:

H4: Persepsi manfaat, persepsi kemudahan, dan persepsi risiko secara simultan berpengaruh positif terhadap minat menggunakan *e-wallet* ShopeePay pada generasi milenial di kabupaten Purbalingga.



BAB III METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif. Menurut Sugiyono (2019) penelitian kuantitatif adalah metode penelitian didasarkan pada filsafat positivisme, berfungsi untuk mempelajari populasi atau sampel khusus/spesifik yang dirancang untuk menguji hipotesis yang sudah ditentukan dengan menggunakan instrumen penelitian dalam bentuk pengumpulan data yang dianalisis secara statistik atau kuantitatif. Penelitian ini merupakan jenis penelitian yang menunjukkan hubungan kausal atau hubungan sebab akibat dengan adanya variabel bebas (*Independent variable*) dan variabel terikat (*dependent variable*) (Sugiyono, 2019). Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh variabel bebas yaitu persepsi manfaat, persepsi kemudahan, dan persepsi risiko terhadap variabel terikat yaitu minat menggunakan.

B. Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Kabupaten Purbalingga dan penelitian ini dilaksanakan pada bulan April 2024 sampai bulan Juni 2024.

C. Populasi dan Sampel Penelitian

1. Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek/subjek yang mempunyai kuantitas dan ciri tertentu yang akan digunakan oleh peneliti untuk mempelajarinya sehingga dapat diambil kesimpulan (Sugiyono, 2019). Populasi dalam penelitian ini yaitu seluruh generasi milenial di wilayah Purbalingga yang mengetahui *e-wallet* ShoopePay. Berdasarkan data dari BPS Kabupaten Purbalingga, jumlah populasi dari penelitian ini terdapat 30.811 orang.

Tabel 3.1
Data BPS Kabupaten Purbalingga, 2024

Umur	Laki-laki	Perempuan	Jumlah
24 – 44	15.705	15.106	30.811

(Sumber: <https://purbalinggakab.bps.go.id>)

2. Sampel

Sampel ialah bagian dari jumlah serta ciri yang dimiliki oleh populasi (Harusjowono & Arnata, 2020). Proses *sampling* berfungsi untuk menggeneralisasikan karakteristik komponen yang mewakili seluruh populasi agar dapat ditarik kesimpulan dan dapat dipertanggungjawabkan, maka sampel yang diambil harus *representatif*/mewakili. Dalam penelitian ini menggunakan teknik *non probability sampling* untuk pengambilan sampelnya, sehingga tidak memberikan kesempatan yang sama untuk setiap sampel yang diambil dari sebuah populasi (Sugiyono, 2019). Metode pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan *purposive sampling*, yaitu dimana penentuan sampel berdasarkan pada kriteria tertentu. Kriteria yang digunakan dalam pengambilan sampel, yaitu:

- a. Berusia 24 - 44 tahun.
- b. Berdomisili di Kabupaten Purbalingga.
- c. Mengetahui *e-wallet* Shopeepay.

Karena jumlah populasi pada penelitian ini sudah diketahui, maka untuk menetapkan besarnya sampel menggunakan rumus Slovin. Rumus slovin biasa digunakan dalam penelitian yang bertujuan untuk mengestimasi proporsi populasi, bukan mengestimasi rata-rata populasi atau parameter lainnya. Semakin akurat hasil penelitian, maka semakin kecil batas kesalahan yang digunakan. Standar eror yang digunakan adalah 5%, maka rumus Slovin sebagai berikut:

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

Keterangan:

N = Jumlah sampel

N = Jumlah Populasi

e = Batas kesalahan (*error tolerance*)

Penelitian ini dengan populasi Generasi Milenial di Kabupaten Purbalingga dengan jumlah 30.811 orang, akan menggunakan rumus Slovin untuk pengambilan sampel. Dengan menggunakan perhitungan berikut, ukuran sampel dapat ditentukan:

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

$$30.811$$

$$n = \frac{30.811}{1 + 30.811(0,05)^2}$$

$$n = \frac{30.811}{1 + 77,0275}$$

$$n = \frac{30.811}{78,0275}$$

$$n = 394,87 \text{ (dibulatkan menjadi 395)}$$

Hasil perhitungan dari rumus di atas, maka jumlah sampel yang akan diambil minimal sebanyak 394,87 sehingga dapat dibulatkan menjadi 395 responden.

D. Variabel dan Indikator Penelitian

1. Variabel Penelitian

Variabel penelitian merupakan sebuah sifat atau nilai yang terdapat pada diri manusia, objek, organisasi/aktivitas khusus yang sudah ditentukan oleh peneliti untuk dipelajari dan ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2019). Pada penelitian ini, terdapat empat variabel yaitu persepsi manfaat, persepsi kemudahan, persepsi risiko, dan minat menggunakan. Variabel tersebut dibagi menjadi *independent variable* (variabel bebas) dan *dependent variable* (variabel terikat).

a. Variabel bebas (*Independent variable*)

Variabel bebas ialah variabel yang dapat mempengaruhi variabel terikat baik berpengaruh positif atau berpengaruh negatif dengan variabel terikat (Garaika & Darmanah, 2019). Variabel ini disimbolkan dengan X. Pada penelitian ini variabel bebas yaitu persepsi manfaat (X1), persepsi kemudahan (X2), dan persepsi risiko (X3).

b. Variabel terikat (*Dependent variable*)

Variabel terikat adalah variabel yang menjadi akibat atau dipengaruhi karena adanya variabel bebas (Garaika & Darmanah, 2019). Variable ini disimbolkan dengan Y. Variabel terikat pada penelitian ini yaitu minat menggunakan (Y).

2. Indikator Penelitian

Tabel 3.2
Indikator Penelitian

No.	Variabel	Definisi Variabel	Indikator Penelitian
1.	Persepsi Manfaat (X ₁)	Menurut Davis (1989) dalam Gundlapalli et al, (2017) Persepsi manfaat adalah sebuah keyakinan konsumen mengenai sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan teknologi akan meningkatkan kinerjanya (Utari & Pertiwi, 2021).	Pengukuran persepsi manfaat bisa dilakukan menggunakan indikator sebagai berikut: 1. Transaksi cepat dan praktis. 2. Meningkatkan efisiensi. 3. Memudahkan pekerjaan.
2.	Persepsi Kemudahan (X ₂)	Persepsi kemudahan adalah kepercayaan seseorang dimana dalam penggunaan suatu teknologi dapat dengan mudah digunakandan dipahami (Sati & Ramaditya, 2019).	Menurut Davis et al, 2019) Beberapa indikator yang dapat mengukur persepsi kemudahan, yaitu: 1. Mudah dipelajari (<i>easy to learn</i>). 2. Dapat dikontrol (<i>controllable</i>). 3. Fleksibel (<i>flexible</i>). 4. Mudah digunakan (<i>easy to use</i>).

3.	Persepsi Risiko (X_3)	Menurut Liebana-Cabanillas et al (2020) persepsi risiko didefinisikan sebagai konsekuensi konsumen terhadap keputusannya.	Pengukuran persepsi risiko bisa dilakukan menggunakan tiga indikator yang meliputi: 1. Terdapat kerugian yang dirasakan atau diterima. 2. Mengalami kerugian. 3. Pemikiran bahwa berisiko (Aisyah et al., 2022).
4.	Minat Menggunakan <i>E-wallet</i> (Y)	Menurut Jogiyanto (2007) minat menggunakan adalah suatu keinginan seseorang atau alasan untuk melakukan perilaku tertentu jika mempunyai keinginan yang kuat untuk melakukannya (Wicky T. J Laloan et al., 2023).	Menurut Tan et al, (2014) indikator minat menggunakan sebagai berikut: 1. Akan menggunakannya. 2. Tertarik menggunakan dimasa yang akan datang. 3. Berpikir untuk menggunakan. 4. Berniat untuk menggunakan.

Sumber: Data sekunder yang diolah

F. Pengumpulan Data Penelitian

1. Teknik Pengumpulan Data

Teknik yang dipakai oleh peneliti dalam mengumpulkan data untuk penelitian kali ini adalah:

a. Kuisisioner atau Angket

Teknik kuisisioner atau angket merupakan suatu teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya (Sugiyono, 2019). Kuisisioner kemudian disebar kepada responden pada generasi milenial di kabupaten Purbalingga yang mengetahui *e-wallet* ShopeePay. Skala pengukuran yang digunakan dalam penelitian untuk pengumpulan kuisisioner atau angket yaitu menggunakan skala likert. Skala likert berfungsi untuk mengukur

pendapat dan sikap individu atau kelompok manusia terkait gejala sosial. Variabel yang akan diukur diuraikan menjadi indikator variabel. Adapun alternatif jawaban yang digunakan adalah dengan memberikan skor (Hamzah & Susanti, 2020) sebagai berikut:

Tabel 3.3
Skala Pengukuran

Preferensi	Skor
Sangat Tidak Setuju (STS)	1
Tidak Setuju (TS)	2
Kurang Setuju (KS)	3
Setuju (S)	4
Sangat Setuju (SS)	5

b. Observasi

Metode observasi adalah salah satu cara mengumpulkan data yang diamati secara langsung berdasarkan subjek yang diteliti. Observasi bertujuan untuk mengamati kegiatan yang berhubungan dengan perilaku manusia, fenomena alam lainnya (Hamzah & Susanti, 2020). Pada penelitian ini pengamatan dilakukan dengan melihat aktifitas responden untuk mengetahui persepsi manfaat, persepsi kemudahan, dan persepsi risiko terhadap minat menggunakan *e-wallet* ShopeePay pada generasi milenial di Kabupaten Purbalingga.

2. Sumber Data

Data yang dikumpulkan oleh peneliti ini merupakan data yang bersifat primer dan data sekunder. Sebagai berikut:

a. Data Primer

Menurut Kuncoro (2010), data primer merupakan sumber data penelitian yang diperoleh secara langsung dari sumber asli. Data primer dapat berupa opini subjek (orang) secara individu atau kelompok, hasil observasi terhadap suatu benda, kejadian atau kegiatan dan dan hasil pengujian (Julianto, 2020). Data primer dalam

penelitian ini diambil langsung dengan cara menyebarkan kuisioner atau angket kepada masyarakat di kabupaten Purbalingga pada generasi milenial dalam bentuk *Google Form*. Dari kuisioner tersebut dapat memperoleh data berkaitan dengan persepsi manfaat, persepsi kemudahan, persepsi risiko, dan minat menggunakan *e-wallet* ShopeePay (Shafrani, 2017).

b. Data Sekunder

Sugiyono (2012), mengatakan bahwa data sekunder merupakan sumber data yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data, misalnya melalui orang lain atau lewat dokumen. Sumber data sekunder digunakan untuk mendukung informasi yang didapatkan dan sumber data primer (Julianto, 2020). Data sekunder yang didapat dalam penelitian ini yaitu dari berbagai sumber literatur, penelitian terdahulu, media elektronik (internet), buku, jurnal, dan lain sebagainya.

G. Analisis Data Penelitian

Analisis adalah proses pencarian teknik analisis data dan bahan lain yang telah terkumpul agar peneliti mengerti benar makna yang telah ditemukannya, dapat menyajikan kepada orang lain secara jelas (Ma'sumah, 2019). Penelitian menggunakan uji statistik yang bertujuan mengolah data primer yang sudah digabungkan melalui penyebaran kuisioner atau angket. Adapun uji statistiknya, yaitu:

1. Uji Instrumen Data

1. Uji Validitas

Uji validitas merupakan suatu ukuran yang menunjukkan tingkat kesahihan atau kevalidan suatu instrument (Sundayana, 2020). Uji validitas digunakan untuk mengukur apakah kuisioner dalam penelitian valid atau tidak. Dalam menguji kevalidan data pada penelitian ini, maka dapat menggunakan uji korelasi *Pearson Product Moment*, dimana setiap item akan diuji relasinya dengan skor total variabel yang dimaksud. Adapun kriterianya sebagai berikut:

- 1) Jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ maka instrumen atau item-item pertanyaan berkorelasi signifikan terhadap skor total (dikatakan valid).
- 2) Jika $r_{hitung} < r_{tabel}$ maka instrumen atau item-item pertanyaan tidak berkorelasi signifikan terhadap skor total (dinyatakan tidak valid) (Suhendry, 2021).

2. Uji Reliabilitas

Menurut Al Hawasyi, Sunaryo, & ABS, (2019) uji reliabilitas digunakan untuk mengetahui tingkat konsistensi suatu alat ukur, apakah alat pengukur yang digunakan dapat dipercaya dan konsisten jika pengukuran tersebut diulang (Kesuma & Nurbaiti, 2023). Suatu pengukuran dikatakan reliabel apabila suatu instrument bisa menghasilkan data yang tepat walaupun jika berulang-ulang digunakan hasilnya akan tetap. Tingkat reliabilitas bisa ditinjau melalui aplikasi SPSS menggunakan angka pada tabel *Cronbach's alpha*. Menurut Priyanto (2008), kuisioner dianggap reliabel jika nilai *Cronbach' Alpha* $> 0,60$.

2. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik adalah syarat dalam menguji statistik pada analisis regresi linier yang harus dipenuhi dahulu. Dalam penelitian ini, menggunakan data primer sehingga hanya membutuhkan uji normalitas, multikolinieritas, dan heteroskedastisitas.

a. Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk menguji normal tidaknya sebuah variabel yang diteliti, pengujian hipotesis tidak bisa dilakukan menggunakan statistik parametrik apabila data variabelnya tidak normal (Sugiyono, 2017). Jika regresi memiliki distribusi yang normal atau mendekati normal maka regresi tersebut dapat dikatakan regresi yang baik. Dalam penelitian ini untuk menguji sebuah normalitas menggunakan uji statistik *non parametrik Kolmogorov-smirnov* dengan taraf signifikansi 0,05 dengan indikator pengambilan keputusan sebagai berikut:

- 1) Jika nilai signifikansi $< 0,05$ maka data dikatakan tidak normal.

2) Jika nilai signifikansi $> 0,05$ maka data dikatakan normal.

b. Uji Multikolinearitas

Menurut Ghozali, (2011) menjelaskan bahwa uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas atau tidak. Jika dalam model regresi tidak terdapat korelasi antar variabel bebasnya maka penelitian tersebut dikatakan berhasil. Sedangkan jika terjadi korelasi maka hubungan antara variabel bebas akan terganggu dan penelitian akan semakin bagus apabila tidak ada hubungan antar variabel bebas (Yuliana et al., 2020). Uji multikolinearitas dalam model regresi ditetapkan berdasarkan nilai Tolerance (TOL) dan nilai Variance Inflation Factor (VIF).

1) Apabila nilai VIF > 10 dan nilai toleransi $< 0,10$ maka dalam penelitian tersebut dikatakan multikolinearitas.

2) Apabila nilai VIF < 10 dan nilai toleransi $> 0,10$ maka dalam penelitian tersebut dikatakan tidak multikolinearitas.

c. Uji Heteroskedastisitas

Untuk menguji apakah dalam penelitian terjadi ketidaksamaan varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan lainnya peneliti menggunakan uji heteroskedastisitas. Apabila hasilnya konstan maka disebut homoskedastisitas dan jika tidak konstan maka disebut heteroskedastisitas. Model regresi yang baik yaitu yang memiliki hasil homoskedastisitas, bersifat tetap, konstan dan stabil dari varian residual satu pengamatan ke pengamatan lain. Adanya heteroskedastisitas dapat diketahui melalui uji Glejser dengan ketentuan sebagai berikut:

1) Jika probabilitas nilai sign. Masing-masing variabel bebas $< 0,05$ maka terjadi heteroskedastisitas.

2) Jika probabilitas nilai sign. Masing-masing variabel bebas $> 0,05$ maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

3. Analisis Data

a. Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linear merupakan sebuah alat statistik yang dipergunakan untuk mengetahui pengaruh antara variabel terhadap sebuah variabel (Yuliana et al., 2020). Analisis regresi linear berganda digunakan pada penelitian ini karena terdiri dari beberapa variabel bebas. Analisis ini digunakan untuk mengetahui arah hubungan antara variabel bebas yaitu Persepsi Manfaat (X_1), Persepsi Kemudahan (X_2), dan Persepsi Risiko (X_3) dengan variabel terikat yaitu Minat Menggunakan (Y) apakah setiap variabel bebas memiliki hubungan positif atau negatif. Untuk mengetahui pengaruh antara variabel-variabel tersebut, digunakan rumus sebagai berikut:

$$Y = a + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + e$$

Keterangan:

Y	=	Minat Menggunakan
A	=	Konstanta
β_1	=	Koefesien regresi dari persepsi manfaat
β_2	=	Koefesien regresi dari persepsi kemudahan
β_3	=	Koefesien regresi dari persepsi risiko
X_1	=	Persepsi manfaat
X_2	=	Persepsi Kemudahan
X_3	=	Persepsi Risiko
E	=	<i>Error</i> (Utami, 2018)

4. Uji Hipotesis

a. Uji Parsial (Uji t)

Uji ini dilakukan untuk mengetahui apakah variabel bebas (X) secara parsial berpengaruh secara signifikan terhadap variabel terikat (Y). Dalam uji statistik t akan menunjukkan seberapa jauh setiap satu variabel bebas terhadap variabel terikat dengan asumsi bahwa variabel bebas yang lain itu konstan. Pengujian ini dilakukan dengan cara

membandingkan nilai t_{hitung} dengan nilai t_{tabel} (Untari, 2020). Berikut merupakan hipotesis penelitian dari uji parsial dalam penelitian ini:

1) Hipotesis Pertama

H_01 : Persepsi manfaat tidak berpengaruh positif terhadap minat menggunakan *e-wallet* ShopeePay pada generasi milenial.

H_a1 : Persepsi manfaat berpengaruh positif terhadap minat menggunakan *e-wallet* ShopeePay pada generasi milenial.

2) Hipotesis Kedua

H_02 : Persepsi kemudahan tidak berpengaruh positif terhadap minat menggunakan *e-wallet* ShopeePay pada generasi milenial.

H_a2 : Persepsi kemudahan berpengaruh positif terhadap minat menggunakan *e-wallet* ShopeePay pada generasi milenial.

3) Hipotesis Ketiga

H_03 : Persepsi risiko tidak berpengaruh positif terhadap minat menggunakan *e-wallet* ShopeePay pada generasi milenial.

H_a3 : Persepsi risiko berpengaruh positif terhadap minat menggunakan *e-wallet* ShopeePay pada generasi milenial.

Adapun kriteria uji parsial (t) yaitu:

a) Apabila $t_{hitung} > t_{tabel}$ dan nilai signifikansi $< 0,05$ maka H_0 ditolak H_a diterima.

b) Apabila $t_{hitung} < t_{tabel}$ dan nilai signifikansi $> 0,05$ maka H_0 diterima H_a ditolak.

b. Uji Simultan (Uji f)

Uji ini digunakan untuk mengetahui apakah variabel bebas (X) secara simultan berpengaruh secara signifikan terhadap variabel terikat (Y). Untuk menarik kesimpulan apakah variabel bebas secara simultan mempengaruhi variabel terikat, maka perlu membandingkan nilai F_{hitung} dengan nilai F_{tabel} yang sesuai. Hipotesis yang digunakan dalam uji simultan yaitu sebagai berikut:

H₀4: Persepsi manfaat, persepsi kemudahan, dan persepsi risiko secara simultan tidak berpengaruh positif terhadap minat menggunakan *e-wallet* ShopeePay pada generasi milenial.

H_a4: Persepsi manfaat, persepsi kemudahan, dan persepsi risiko secara simultan berpengaruh positif terhadap minat menggunakan *e-wallet* ShopeePay pada generasi milenial.

Adapun kriteria uji simultan (f) yaitu:

- 1) Apabila $F_{hitung} > F_{tabel}$ dan nilai signifikansi $\leq 0,05$ maka H₀ ditolak H_a diterima.
- 2) Apabila $F_{hitung} \leq F_{tabel}$ dan nilai signifikansi $> 0,05$ H₀ diterima H_a ditolak.

c. Uji Koefisien Determinasi (*Uji Adjusted R-Square*)

Hinanti (2019) menjelaskan bahwa pengujian koefisien determinasi (R^2) dilakukan untuk mengetahui *variable dependent* mampu dipengaruhi seberapa besar oleh *variable independent*. Pengambilan Keputusan uji ini dilakukan dari melihat nilai *Adjusted R Square* pada output SPSS, jika nilainya mendekati 1 artinya *variable independent* pada penelitian ini mampu menyediakan hampir seluruh informasi yang diperlukan guna menjelaskan prediksi *variable dependent* (Robaniyah & Kurnianingsih, 2021).

BAB IV PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum ShopeePay

1. Sejarah singkat ShopeePay

PT AirPay international Indonesia berdiri pada bulan November 2015. PT AirPay memiliki produk uang elektronik dengan merek dagang ShopeePay yang sudah memperoleh lisensi Bank Indonesia pada bulan Agustus 2018 berdasarkan Surat Bank Indonesia No. 20/293/DKSP/Srt/B tanggal 8 Agustus 2018 dan secara resmi diluncurkan pada bulan November 2018. ShopeePay merupakan layanan uang elektronik yang bisa dipakai untuk melakukan pembayaran dan penyimpanan pengembalian uang dari *e-commerce* Shopee. Saat ini ShopeePay bukan hanya melakukan pembayaran di Shopee, namun bisa dipakai oleh *merchant* yang berkolaborasi dengan ShopeePay (Fikri, 2021).



Gambar 4.1 Logo ShopeePay
(Sumber: <https://shopeepay.co.id>)

2. Visi dan misi ShopeePay

Sama halnya dengan Shopee, ShopeePay mempunyai visi misi, yaitu:

Visi dari Shopee yaitu:

“Menjadi mobile *marketplace* nomor 1 di Indonesia”.

Kemudahan untuk mewujudkan visi tersebut, Shopee menetapkan misi sebagai tahapan yang dilakukan untuk mencapai visi

perusahaan. Misi Shopee yaitu:

“Mengembangkan jiwa kewirausahaan bagi para penjual di Indonesia”

3. Fitur-fitur ShopeePay

- a. Pembayaran dapat dilakukan dengan menggunakan scan kode QR. Ketika berbelanja di toko (*offline*), website, dan aplikasi *merchant*, pengguna dapat melakukan scan barcode untuk pembayaran sesuai jumlah harga dari produk yang dibeli.
- b. Pengguna ShopeePay yang sudah melakukan verifikasi akun, dapat mentransfer saldo ShopeePay ke akun ShopeePay milik orang lain atau ke rekening bank.
- c. Pengguna akan mengetahui penawaran Voucher ShopeePay di *merchant* terdekat melalui deals sekitarmu.
- d. Pengguna dapat melakukan pengisian saldo ShopeePay melalui transfer bank yang secara otomatis di cek melalui verifikasi.
- e. Setelah melakukan verifikasi, batas maksimal transfer ke pengguna ShopeePay dan rekening bank adalah sebesar Rp. 10.000.000.
- f. ShopeePay menjaga keamanan akun pengguna dalam melakukan pembayaran dan transfer saldo dengan melengkapinya dengan PIN.

B. Karakteristik Responden

Untuk memahami karakteristik responden dalam penelitian ini, dimaksudkan pada bagian kuisisioner yang disebar. Penelitian ini dilakukan di Kabupaten Purbalingga. Data penelitian yang diperoleh dari penyebaran kuisisioner yang dibagikan kepada generasi milenial di Kabupaten Purbalingga yang mengetahui *e-wallet* ShopeePay terkumpul 400 responden. Gambaran mengenai karakteristik responden diperoleh melalui data yang terdapat pada kuisisioner. Adapun karakteristik responden dalam penelitian ini, yaitu:

1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Data karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin adalah sebagai berikut:

Tabel 4. 1
Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

No	Jenis Kelamin	Frekuensi	Presentase
1.	Laki-laki	156	39%
2.	Perempuan	244	61%
Total		400	100%

Sumber: Data primer yang diolah, 2024

Berdasarkan pada Tabel 4.1 menunjukkan jumlah frekuensi dan presentase berdasarkan jenis kelamin. Dari data tersebut dapat diketahui bahwa terdapat 156 responden berjenis kelamin laki-laki dan 244 responden yang berjenis kelamin perempuan. Selain itu, dapat dilihat dari presentase masing-masing jenis kelamin dalam penelitian ini terdapat 39% untuk presentase berjenis kelamin laki-laki dan 61% berjenis kelamin perempuan.

Berdasarkan data tersebut dapat disimpulkan dari 400 responden, sebagian besar respondennya berjenis kelamin perempuan. Hal ini dikarenakan peneliti menggunakan metode *purposive sampling* dan *non probability sampling*, yaitu penulis memberikan syarat bahwa pengisian kuisioner yaitu generasi milenial di Kabupaten Purbalingga yang mengetahui *e-wallet* ShopeePay.

2. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Data karakteristik responden berdasarkan usia adalah sebagai berikut:

Tabel 4.2
Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

No.	Usia	Frekuensi	Presentase
1.	24-29 tahun	143	35,8%
2.	30-35 tahun	88	22%
3.	36-40 tahun	96	24%
4.	41-44 tahun	73	18,2%
Total		400	100%

Sumber: Data primer yang diolah, 2024

Berdasarkan dari Tabel 4.2 menunjukkan jumlah frekuensi dan presentase berdasarkan usia. Dari data tersebut dapat diketahui bahwa terdapat 143 responden dari usia 24-29 tahun, 88 responden dari usia 30-35 tahun, 96 responden dari usia 36-40 tahun, dan 73 responden dari usia

41-44 tahun. Selain itu, diperoleh informasi dari data diatas tentang presentase masing-masing usia. Usia 24-29 tahun sebanyak 35,8%, usia 30-35 tahun sebanyak 22%, usia 36-40 tahun sebanyak 24%, dan usia 41-44 tahun sebanyak 18,2%.

Berdasarkan data tersebut dapat disimpulkan bahwa mayoritas dalam penelitian ini yang berusia 24-29 tahun sebanyak 143 responden dengan presentase 35,8%.

3. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

Data karakteristik responden berdasarkan pekerjaan adalah sebagai berikut:

Tabel 4.3
Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

No.	Pekerjaan	Frekuensi	Presentase
1.	Pelajar/Mahasiswa	56	14%
2.	Pegawai PNS/TNI/POLRI	50	12,5%
3.	Wiraswasta	135	33,8%
4.	Ibu Rumah Tangga	135	33,8%
5.	Lainnya	24	5,9%
Total		400	100%

Sumber: Data primer yang diolah, 2024

Berdasarkan dari Tabel 4.3 menunjukkan jumlah frekuensi dan presentase berdasarkan pekerjaan. Dari data tersebut dapat diketahui bahwa jumlah responden wiraswasta sebanyak 135 responden dengan presentase 33,8%. Ibu rumah tangga sebanyak 135 responden dengan presentase 33,8%. Pelajar/mahasiswa sebanyak 56 responden dengan presentase 14%. Pegawai PNS/TNI/POLRI sebanyak 50 responden dengan presentase 12,5%. Dan responden yang berprofesi lainnya yang tidak disebutkan dalam kuisisioner sebanyak 24 responden dengan presentase 5,9%.

Berdasarkan data tersebut dapat disimpulkan bahwa jumlah responden terbesar dalam pengambilan sampel memiliki pekerjaan sebagai wiraswasta dan ibu rumah tangga, dimana wiraswasta sebanyak 135 responden dengan presentase 33,8% dan ibu rumah tangga sebanyak 135 responden dengan presentase 33,8%.

4. Karakteristik Responden Berdasarkan Tempat Tinggal

Data karakteristik responden berdasarkan tempat tinggal adalah sebagai berikut:

Tabel 4.4
Karakteristik Responden Berdasarkan Tempat Tinggal

No.	Kecamatan	Frekuensi	Presentase
1.	Kecamatan Purbalingga	33	8,2%
2.	Kecamatan Rembang	27	6,8%
3.	Kecamatan Karangreja	24	6%
4.	Kecamatan Karanganyar	53	13,2%
5.	Kecamatan Pengadegan	24	6%
6.	Kecamatan Kemangkon	16	4%
7.	Kecamatan Kertanegara	36	9%
8.	Kecamatan Mrebet	19	4,8%
9.	Kecamatan Bojongsari	10	2,5%
10.	Kecamatan Bobotsari	22	5,5%
11.	Kecamatan Karangjambu	21	5,2%
12.	Kecamatan Padamara	15	3,8%
13.	Kecamatan Kaligondang	15	3,8%
14.	Kecamatan Bukateja	19	4,8%
15.	Kecamatan Kalimanah	9	2,2%
16.	Kecamatan Kutasari	14	3,5%
17.	Kecamatan Karangmoncol	32	8%
18.	Kecamatan Kejobong	11	2,8%
Total		400	100%

Sumber: Data primer yang diolah, 2024

Berdasarkan Tabel 4.4 menunjukkan jumlah frekuensi dan presentase berdasarkan tempat tinggal. Dari data tersebut menjelaskan bahwa dalam penelitian ini Kecamatan Purbalingga sebanyak 33 responden, Kecamatan Rembang sebanyak 27 responden, Kecamatan Karangreja sebanyak 24 responden, Kecamatan Karanganyar sebanyak 53 responden, Kecamatan Pengadegan sebanyak 24 responden, Kecamatan Kemangkon sebanyak 16 responden, Kecamatan Kertanegara sebanyak 36 responden, Kecamatan Mrebet sebanyak 19 responden, Kecamatan Bojongsari sebanyak 10 responden, Kecamatan Bobotsari sebanyak 22 responden, Kecamatan Karangjambu sebanyak 21 responden, Kecamatan Padamara sebanyak 15 responden, Kecamatan

Kaligondang sebanyak 15 responden, Kecamatan Bukateja sebanyak 19 responden, Kecamatan Kalimanah sebanyak 9 responden, Kecamatan Kutasari sebanyak 14 responden, Kecamatan Karangmoncol sebanyak 32 responden, dan Kecamatan Kejobong sebanyak 11 responden.

Selain itu, dalam penelitian ini diperoleh juga data tentang presentase dari masing-masing tempat tinggal responden. Terdapat 8,2% dari Kecamatan Purbalingga, 6,8% dari Kecamatan Rembang, 6% dari Kecamatan Karangreja, 13,2% dari Kecamatan Karanganyar, 6% dari Kecamatan Pengadegan, 4% dari Kecamatan Kemangkon, 9% dari Kecamatan Kertanegara, 4,8% dari Kecamatan Mrebet, 2,5% dari Kecamatan Bojongsari, 5,5% dari Kecamatan Bobotsari, 5,2% dari Kecamatan Karangjambu, 3,8% dari Kecamatan Padamara, 3,8% dari Kecamatan Kaligondang, 4,8% dari Kecamatan Bukateja, 2,2% dari Kecamatan Kalimanah, 3,5% dari Kecamatan Kutasari, 8% dari Kecamatan Karangmoncol, dan 2,8% dari Kecamatan Kejobong.

Berdasarkan data tersebut dapat disimpulkan bahwa jumlah responden terbesar ialah generasi milenial yang berasal dari Kecamatan Karanganyar yaitu sebanyak 53 responden dengan presentase 13,2%.

5. Karakteristik Responden Berdasarkan Intensitas Penggunaan *E-wallet* ShopeePay

Data karakteristik responden berdasarkan intensitas penggunaan *e-wallet* ShopeePay adalah sebagai berikut:

Tabel 4.5
Karakteristik Responden Berdasarkan Intensitas Penggunaan *E-wallet* ShopeePay

No.	Intensitas Penggunaan <i>E-wallet</i> ShopeePay	Frekuensi	Presentase
1.	Belum Pernah	32	8%
2.	1 kali	53	13,2%
3.	2 kali	74	18,5%
4.	> 3 kali	241	60,3%
Total		400	100%

Sumber: Data primer yang diolah, 2024

Berdasarkan Tabel 4.5 menunjukkan jumlah frekuensi dan presentase berdasarkan intensitas penggunaan *e-wallet* ShopeePay. Dari data tersebut dapat diketahui bahwa penggunaan *e-wallet* ShopeePay > 3 kali sebanyak 241 responden dengan presentase 60,3%, 2 kali sebanyak 74 responden dengan presentase 18,5%, 1 kali sebanyak 53 responden dengan presentase 13,2%, dan belum pernah sebanyak 32 responden dengan presentase 8%.

Dari data tersebut dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden dalam penelitian ini intensitas penggunaan *e-wallet* ShopeePay > 3 kali yaitu sebanyak 241 responden dengan presentase 60,3%.

C. Hasil Penelitian

1. Hasil Uji Instrumen

a. Uji Validitas

Uji Validitas dilakukan dengan cara membandingkan angka r_{hitung} dan r_{tabel} . Jika r_{hitung} lebih besar dari r_{tabel} maka item tersebut valid dan sebaliknya jika r_{hitung} lebih kecil dari r_{tabel} maka item dikatakan tidak valid. Penelitian ini menggunakan taraf signifikan sebesar 0,05 dengan jumlah n sebanyak 400 sampel, maka dapat diketahui $df = 400 - 2 = 398$ dan diketahui r_{tabel} sebesar 0,0981. Berikut adalah pengujian validitas yang dilakukan dengan menggunakan IBM SPSS 25:

Tabel 4.6
Hasil Uji Validitas

Variabel	No. Item	Nilai r-tabel	Nilai r-hitung	Keterangan
Persepsi Manfaat (X1)	X1.1	0,0981	0,679	VALID
	X1.2	0,0981	0,707	VALID
	X1.3	0,0981	0,726	VALID
	X1.4	0,0981	0,583	VALID
	X1.5	0,0981	0,648	VALID
	X1.6	0,0981	0,648	VALID
Persepsi Kemudahan (X2)	X2.1	0,0981	0,594	VALID
	X2.2	0,0981	0,602	VALID
	X2.3	0,0981	0,659	VALID
	X2.4	0,0981	0,648	VALID

	X2.5	0,0981	0,594	VALID
	X2.6	0,0981	0,638	VALID
	X2.7	0,0981	0,685	VALID
	X2.8	0,0981	0,680	VALID
Persepsi Risiko (X3)	X3.1	0,0981	0,676	VALID
	X3.2	0,0981	0,756	VALID
	X3.3	0,0981	0,721	VALID
	X3.4	0,0981	0,747	VALID
	X3.5	0,0981	0,739	VALID
	X3.6	0,0981	0,737	VALID
Minat Menggunakan (Y)	Y.1	0,0981	0,563	VALID
	Y.2	0,0981	0,610	VALID
	Y.3	0,0981	0,615	VALID
	Y.4	0,0981	0,635	VALID
	Y.5	0,0981	0,626	VALID
	Y.6	0,0981	0,612	VALID
	Y.7	0,0981	0,616	VALID
	Y.8	0,0981	0,660	VALID

Sumber: Data Primer yang diolah SPSS 25, 2024

Berdasarkan tabel diatas membuktikan bahwa hasil perhitungan uji validitas pada setiap pertanyaan item yaitu variabel Persepsi Manfaat (X1) berjumlah 6 pertanyaan, variabel Persepsi Kemudahan (X2) berjumlah 8 pertanyaan, variabel Persepsi Risiko (X3) berjumlah 6 pertanyaan dan variabel Minat Menggunakan (Y) berjumlah 8 pertanyaan. Dari data tersebut menunjukkan bahwa r_{hitung} lebih besar dari r_{tabel} ($r_{hitung} > 0,0981$). Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa semua item pertanyaan dalam kuisisioner terbukti valid dan dapat dimasukkan dalam analisis berikutnya.

b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk memastikan apakah pertanyaan kuisisioner penelitian yang digunakan untuk mengumpulkan data penelitian reliabel atau tidak. Tingkat reliabilitas bisa ditinjau melalui aplikasi SPSS menggunakan angka pada tabel *Cronbach's alpha*. Menurut Priyanto (2008), kuisisioner dianggap reliabel jika nilai *Cronbach' Alpha* $> 0,6$. Hasil uji reliabilitas sebagai berikut:

Tabel 4. 7
Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Nilai <i>Cronbach Alpha</i>	Standar nilai <i>Cronbach Alpha</i>	Keterangan
Persepsi Manfaat (X1)	0,747	0,60	Reliabel
Persepsi Kemudahan (X2)	0,790	0,60	Reliabel
Persepsi Risiko (X3)	0,824	0,60	Reliabel
Minat Menggunakan (Y)	0,768	0,60	Reliabel

Sumber: Data Primer yang diolah SPSS 25, 2024

Berdasarkan Tabel 4.7 menunjukkan hasil dari uji reliabilitas dalam penelitian ini, bahwa nilai *cronbach' Alpha* atas variabel Persepsi Manfaat (X1) sebesar 0,747, variabel Persepsi Kemudahan (X2) sebesar 0,790, variabel Persepsi Risiko (X3) sebesar 0,824 dan variabel Minat Menggunakan (Y) sebesar 0,768. Dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa semua pertanyaan dalam kuisisioner menunjukkan hasil reliabel karena hasilnya $> 0,60$. Hal ini menunjukkan bahwa semua item pertanyaan yang digunakan memperoleh data yang konsisten sehingga data tersebut dapat dilanjutkan untuk pengujian hipotesis.

2. Hasil Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Uji normalitas merupakan uji untuk mengetahui apakah angka residual berdistribusi normal atau tidak. Pada penelitian ini uji normalitasnya menggunakan uji statistik *non parametik Kolmogorov-smirnov* dengan melihat nilai *Asymp. Sig (2 tailed)*. Jika nilai sig $< 0,05$ maka distribusi dikatakan tidak normal, sedangkan jika nilai sig $> 0,05$ maka distribusi dikatakan normal.

Tabel 4.8
Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		400
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.91393116
Most Extreme Differences	Absolute	.042
	Positive	.042
	Negative	-.030
Test Statistic		.042
Asymp. Sig. (2-tailed)		.094 ^c
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		
c. Lilliefors Significance Correction.		

Sumber: Data Primer yang diolah SPSS 25, 2024

Berdasarkan Tabel 4.8 membuktikan bahwa nilai signifikansi *Asymp. Sig (2 tailed)* adalah 0,94 yang berarti $> 0,05$. Dengan demikian nilai tersebut sudah sesuai dengan dasar pengambilan keputusan uji normalitas *Kolmogorov-Smirnov*. Maka dapat disimpulkan bahwa data berdistribusi normal dan asumsi atau kriteria normalitas pada model telah terpenuhi.

b. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas dilakukan dengan melihat nilai *Variance Inflation Faktor (VIF)* dan *tolerance* nya. Jika nilai $VIF > 10$ dan nilai toleransi $< 0,10$ maka dalam penelitian tersebut dikatakan multikolinearitas. Sedangkan jika nilai $VIF < 10$ dan nilai toleransi $> 0,10$ maka dalam penelitian tersebut dikatakan tidak multikolinearitas.

Tabel 4.9
Hasil Uji Multikolinearitas

Coefficients ^a			
Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	(Constant)		
	Persepsi Manfaat (X1)	.697	1.435
	Persepsi Kemudahan (X2)	.648	1.544
	Persepsi Risiko (X3)	.762	1.313

a. Dependent Variable: Minat Menggunakan (Y)

Sumber: Data Primer yang diolah SPSS 25, 2024

Berdasarkan Tabel 4.9 uji multikolinearitas menunjukkan masing-masing variabel memiliki nilai tabel *output coefficients* dengan nilai VIF < 10 dari setiap variabel bebas yaitu Persepsi Manfaat (X1) sebesar 1,435, Persepsi Kemudahan (X2) sebesar 1,544, dan Persepsi Risiko (X3) sebesar 1.313.

Sedangkan apabila dilihat melalui nilai TOL (*Tolerance*) pada masing-masing variabel memiliki nilai TOL (*Tolerance*) > 0,10 yaitu Persepsi Manfaat (X1) sebesar 0,597, Persepsi Kemudahan (X2) sebesar 0,648, dan Persepsi Risiko (X3) sebesar 0,762. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa semua variabel tidak terjadi gejala multikolinearitas.

c. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas dilakukan untuk menentukan apakah ada perbedaan dalam variasi residu antara observasi yang berbeda dalam model regresi. Heteroskedastisitas terjadi ketika residu memiliki variasi yang tidak seragam. Dalam konteks ini, model regresi dianggap bagus jika tidak ada heteroskedastisitas, yang berarti residu memiliki variasi yang stabil (Widiana & Muliani, 2020).

Dalam penelitian ini menggunakan teknik glejser untuk mendeteksi ada atau tidaknya gejala heteroskedastisitas, dengan cara meregresikan variabel bebas dengan nilai absolut residualnya. Dengan melihat nilai sig. antara variabel bebas dengan variabel absolut

residual > 0,05 maka tidak terjadi heteroskedastisitas, namun jika nilai sig. antara variabel bebas (Suliyana, 2011).

Tabel 4.10
Hasil Uji Heteroskedastisitas

Coefficients ^a					
Model		Unstandardized Coefficients		t	Sig.
		B	Std. Error		
1	(Constant)	.758	.260	2.912	.004
	Persepsi Manfaat (X1)	-.008	.010	-.813	.417
	Persepsi Kemudahan (X2)	-.001	.007	-.069	.945
	Persepsi Risiko (X3)	-.012	.008	-1.622	.106

a. Dependent Variable: ABS_RES

Sumber: Data Primer yang diolah SPSS 25, 2024

Berdasarkan Tabel 4.10 diatas uji heteroskedastisitas yang dilakukan membuktikan bahwa hasil setiap variabel memiliki signifikansi > 0,05 yaitu Persepsi Manfaat (X1) sebesar 0,417, Persepsi Kemudahan (X2) sebesar 0,945, dan Persepsi Risiko (X3) sebesar 0,106. Sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat gejala heteroskedastisitas pada model regresi ini.

3. Analisis Data

a. Uji Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linear berganda digunakan untuk mengidentifikasi hubungan antara satu *variable dependent* (terikat) dan campuran dua atau lebih *variable independent* (bebas). Hal ini dapat dipahami melalui hasil uji statistik yang disajikan menggunakan IBM SPSS *Statistics 25*, yaitu sebagai berikut:

Tabel 4.10
Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	11.705	1.364		8.582	.000
	Persepsi Manfaat (X1)	.299	.051	.257	5.831	.000
	Persepsi Kemudahan (X2)	.261	.039	.307	6.699	.000
	Persepsi Risiko (X3)	.275	.040	.287	6.811	.000

a. Dependent Variable: Minat Menggunakan (Y)

Sumber: Data Primer yang diolah SPSS 25, 2024

Berdasarkan Tabel 4.11 di atas maka hasil dari analisis regresi linear berganda diperoleh koefisien untuk variabel $X_1 = 0,299$, $X_2 = 0,261$, $X_3 = 0,275$ dengan konstanta sebesar 9,956 sehingga model persamaan regresi yang diperoleh sebagai berikut:

$$Y = a + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + e$$

$$Y = 11,705 + 0,299X_1 + 0,261X_2 + 0,275X_3$$

Berdasarkan rumusan di atas terkait dengan uji regresi linear berganda, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

- 1) Nilai konstanta sebesar 11,705 menunjukkan bahwa jika Persepsi Manfaat (X1), Persepsi Kemudahan (X2), dan Persepsi Risiko (X3) konstan atau tidak mengalami perubahan, maka Minat Menggunakan (Y) yaitu sebesar 11,705 satuan.
- 2) Koefisien regresi pada variabel Persepsi Manfaat (X1) dari perhitungan linier berganda didapat nilai koefisien (β_1) = 0,299. Selain itu, bisa diartikan juga bahwa berpengaruh positif terhadap Minat Menggunakan (Y). Hal ini berarti setiap ada peningkatan Persepsi Manfaat (X1) sebesar 1 satuan maka Minat Menggunakan (Y) akan mengalami peningkatan sebesar 0,299 satuan dengan

anggapan variabel X2 dan X3 adalah konstan.

- 3) Koefisien regresi pada variabel Persepsi Kemudahan (X2) dari perhitungan linier berganda didapat nilai koefisien (β_2) = 0,261. Selain itu, bisa diartikan juga bahwa pengaruh positif terhadap Minat Menggunakan (Y). Hal ini berarti setiap ada peningkatan Persepsi Kemudahan (X2) sebesar 1 satuan maka Minat Menggunakan (Y) akan mengalami peningkatan sebesar 0,261 satuan dengan anggapan variabel X1 dan X3 adalah konstan.
- 4) Koefisien regresi pada variabel Persepsi Risiko (X3) dari perhitungan linier berganda didapat nilai koefisien (β_3) = 0,275. Selain itu, bisa diartikan juga bahwa pengaruh positif terhadap Minat Menggunakan (Y). Hal ini berarti setiap ada peningkatan Persepsi Risiko (X3) sebesar 1 satuan maka Minat Menggunakan (Y) akan mengalami peningkatan sebesar 0,275 satuan dengan anggapan variabel X1 dan X2 adalah konstan.

4. Uji Hipotesis

a. Uji Parsial (Uji t)

Uji parsial digunakan untuk mengetahui pengaruh *variable independent* terhadap *variable dependent* secara parsial. Untuk mengukur uji t yaitu dengan membandingkan t_{hitung} dan t_{tabel} , untuk mencari t_{tabel} yaitu dengan cara:

$$\begin{aligned} t_{tabel} &= (a/2 ; n-k-1) \\ &= (0,05/2 ; 400 - 3 - 1) \\ &= 396 \end{aligned}$$

Keterangan:

- a = Nilai probabilitas
n = Jumlah sampel
k = Jumlah variabel *independent* (bebas)

Dengan tingkat signifikansi 0,05 maka dapat ditentukan t_{tabel} sebesar 1,966 (lampiran tabel) (Haribowo, 2022). Berikut hasil perhitungan uji t, yaitu:

Tabel 4.11
Hasil Uji Parsial (uji t)

Coefficients^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	11.705	1.364		8.582	.000
	Persepsi Manfaat (X1)	.299	.051	.257	5.831	.000
	Persepsi Kemudahan (X2)	.261	.039	.307	6.699	.000
	Persepsi Risiko (X3)	.275	.040	.287	6.811	.000

a. Dependent Variable: Minat Menggunakan (Y)

Sumber: Data Primer yang diolah SPSS 25, 2024

Berdasarkan Tabel 4.12 diatas, diperoleh t_{hitung} X1 sebesar 5,831, X2 sebesar 6,699, dan X3 sebesar 6,811. Untuk t_{tabel} diperoleh 1,966. Berikut merupakan analisis dari uji t:

1) Pengujian Hipotesis Pertama (H1)

Pada variabel persepsi manfaat diketahui nilai t_{hitung} sebesar $5,831 > t_{tabel}$ 1,966 serta sig. sebesar $0,000 < 0,05$. Dari hasil tersebut, maka dapat disimpulkan persepsi manfaat berpengaruh positif terhadap minat menggunakan *e-wallet* ShopeePay pada generasi milenial di Kabupaten Purbalingga, sehingga berkesimpulan **H₁ diterima**.

2) Pengujian Hipotesis Kedua (H2)

Pada variabel persepsi kemudahan diketahui nilai t_{hitung} sebesar $6,699 > t_{tabel}$ 1,966 serta sig. sebesar $0,000 < 0,05$. Dari hasil tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa persepsi kemudahan berpengaruh positif terhadap minat menggunakan *e-wallet* ShopeePay pada generasi milenial di Kabupaten Purbalingga, sehingga berkesimpulan **H₂ diterima**.

3) Pengujian Hipotesis Ketiga (H3)

Pada variabel persepsi risiko diketahui nilai t_{hitung} sebesar $6,811 > t_{tabel} 1,966$ serta sig. sebesar $0,000 < 0,05$. Dari hasil tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa persepsi kemudahan berpengaruh positif terhadap minat menggunakan *e-wallet* ShopeePay pada generasi milenial di Kabupaten Purbalingga, sehingga berkesimpulan **H₃ diterima**.

b. Uji Simultan (Uji F)

Uji simultan (Uji F) digunakan untuk mengetahui apakah semua variabel *independent* yang dimasukkan kedalam model regresi memiliki pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel *dependent*. Uji simultan di uji dengan menggunakan nilai signifikansi sebesar 0,05. Untuk mengukur uji F yaitu dengan membandingkan F_{hitung} dan F_{tabel} , dengan:

$$\begin{aligned} F_{tabel} &= a ; (k ; n-k-1) \\ &= 0,05 (3 ; 400-3-1) \\ &= 0,05 (3 ; 396) \end{aligned}$$

Keterangan:

- a = Nilai probabilitas (0,05)
- n = Jumlah sampel
- k = Jumlah variabel *independent* (bebas)

Maka, nilai F_{tabel} nya adalah sebesar 2,63 (lampiran tabel F).

Berikut hasil perhitungan uji F yaitu:

Tabel 4.12
Hasil Uji Simultan (Uji)

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1260.800	3	420.267	113.866	.000 ^b
	Residual	1461.590	396	3.691		
	Total	2722.390	399			
a. Dependent Variable: Minat Menggunakan (Y)						
b. Predictors: (Constant), Persepsi Risiko (X3), Persepsi Manfaat (X1), Persepsi Kemudahan (X2).						

Sumber: Data Primer yang diolah SPSS 25, 2024

Berdasarkan tabel 4.13 diatas, diperoleh F_{hitung} sebesar 113,866. Untuk F_{tabel} diperoleh 2,63. Hal ini menunjukkan bahwa $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($113,866 > 2,63$). Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa **H₄ diterima**, yang berarti variabel *independent* yaitu persepsi manfaat, persepsi kemudahan, dan persepsi risiko secara simultan berpengaruh positif terhadap variabel *dependent* yaitu minat menggunakan.

c. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Uji koefisiensi determinasi digunakan untuk mengukur sejauh mana tingkat kesesuaian antara variabel bebas dengan variabel terikat. Pengambilan keputusan ini dilakukan dengan melihat nilai *Adjusted R Square* pada output spss, jika nilainya mendekati 1 artinya variabel *independent* pada penelitian ini mampu menyediakan hampir seluruh informasi yang diperlukan untuk menjelaskan prediksi variabel *dependent* (Robiyah & Kurnianingsih, 2021). Berikut hasil perhitungan uji koefisien determinasi R^2 adalah sebagai berikut:

Tabel 4.13
Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.681 ^a	.463	.459	1.921
a. Predictors: (Constant), Persepsi Risiko (X3), Persepsi Manfaat (X1), Persepsi Kemudahan (X2)				
b. Dependent Variable: Minat Menggunakan (Y)				

Sumber: Data Primer yang diolah SPSS 25, 2024

Berdasarkan pada tabel 4.14 diatas, dapat diketahui nilai *Adjusted R Square* adalah 0,459 (45,9%) artinya variabel persepsi manfaat, persepsi kemudahan, dan persepsi risiko dapat mempengaruhi minat menggunakan *e-wallet* ShopeePay sebesar 45,9% sedangkan sisanya 54,1% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Seperti daya tarik promosi dan

keamanan (Sari et al., 2021).

D. Pembahasan Hasil Penelitian

1. Pengaruh Persepsi Manfaat Terhadap Minat Menggunakan *E-wallet* ShopeePay Pada Generasi Milenial Di Kabupaten Purbalingga

Berdasarkan hasil perhitungan regresi linear (tabel 4.11) yang sudah dilakukan pada variabel *independent* dan pada tabel uji t (parsial) (tabel 4.12) menunjukkan hasil dari t_{hitung} variabel persepsi manfaat (X1) terhadap minat menggunakan (Y) sebesar 5,831 yang berarti nilai tersebut lebih besar dari nilai t_{tabel} ($5,831 > 1,966$) dan menghasilkan tingkat signifikansi 0,000 lebih kecil dari 0,05 ($0,000 < 0,05$). Hal tersebut membuktikan bahwa persepsi manfaat memiliki pengaruh positif terhadap minat menggunakan *e-wallet* ShopeePay pada generasi milenial di Kabupaten Purbalingga. Dengan demikian, hipotesis pertama (**H₁**) persepsi manfaat secara parsial berpengaruh positif terhadap minat menggunakan *e-wallet* ShopeePay pada generasi milenial di Kabupaten Purbalingga **diterima**.

Hasil yang menunjukkan adanya pengaruh positif ini dapat dijadikan sebagai acuan bagi responden dalam minat menggunakan *e-wallet* ShopeePay. Dalam teori *Technology Acceptance Model* menyatakan bahwa minat seseorang untuk menggunakan *e-wallet* ShopeePay didorong oleh keinginan pribadi sebagai bentuk menerima keberadaan teknologi baru. Pengguna akan menerima atau berminat menggunakan teknologi tersebut apabila mereka merasakan bahwa teknologi tersebut bermanfaat dan mudah digunakan. Oleh karena itu, semakin banyak manfaat yang diterima pengguna maka tingkat minat seseorang dalam menggunakan *e-wallet* ShopeePay juga semakin meningkat.

Menurut Kim et al., (2008), persepsi manfaat adalah keyakinan konsumen terkait sejauh mana mereka merasakan

manfaat dalam melakukan transaksi online atau melalui situs web. Adanya *e-wallet* ShopeePay memberikan transaksi yang praktis, cepat, dan efisien sehingga dapat melakukan transaksi kapanpun dan dimanapun. Selain itu, *e-wallet* ShopeePay memudahkan seseorang untuk mengelola uang masuk dan uang keluar, sehingga terhindar dari perilaku konsumtif.

Dalam Q.S. Shad ayat 27 menjelaskan bahwa segala sesuatu yang diciptakan dilangit dan bumi memiliki hikmah dan manfaat. Ayat tersebut juga memberikan pijakan bahwa penciptaan teknologi hendaknya memberikan manfaat kepada manusia. Dalam konteks *e-wallet* tentu saja kemunculan teknologi memiliki hikmah dan manfaat yang dapat diperoleh, yaitu berhubungan dengan kemaslahatan karena pengguna yang merasakan manfaat akan mampu meningkatkan kinerja dan produktivitasnya dalam bekerja.

Hasil ini menunjukkan bahwa persepsi manfaat berpengaruh terhadap minat menggunakan *e-wallet* ShopeePay pada generasi milenial di Kabupaten Purbalingga. Hal ini dapat disimpulkan bahwa banyak manfaat yang dirasakan oleh pengguna dalam menggunakan *e-wallet* ShopeePay, seperti memudahkan transaksi sehari-hari (untuk membayar belanjaan di Shopee, membeli pulsa dan paket data, membayar tagihan listrik, dan lain sebagainya), transaksi pembayaran lebih cepat dan praktis, lebih efisien dibandingkan uang tunai, dapat meminimalisir kesalahan pengembalian, mendapatkan potongan harga dan biaya pengiriman, meningkatkan kinerja dan produktivitasnya dalam bekerja, dapat memantau pengeluaran karena riwayat transaksinya tercatat oleh sistem (jawaban responden dipertanyaan terbuka (lampiran 3.5)).

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Ramadhan & Tamba, (2022) menunjukkan bahwa persepsi manfaat berpengaruh positif secara signifikan terhadap minat menggunakan *e-wallet* dengan angka t_{hitung} sebesar $16.315 >$

t_{tabel} 1.984 dan (Sig.) $0,000 < 0,05$. Hal ini diperkuat dengan penelitian yang dilakukan oleh Khoeriyah et al., (2023) dibuktikan dari hasil nilai t_{hitung} $4,266 > t_{\text{tabel}}$ 2,015 dan nilai sig $< 0,05$ hal ini menunjukkan bahwa persepsi manfaat berpengaruh secara signifikan terhadap minat menggunakan *e-wallet*.

2. Pengaruh Persepsi Kemudahan Terhadap Minat Menggunakan *E-wallet* ShopeePay Pada Generasi Milenial Di Kabupaten Purbalingga

Berdasarkan hasil perhitungan regresi linear (tabel 4.11) yang sudah dilakukan pada variabel *independent* dan pada tabel uji t (parsial) (tabel 4.12) menunjukkan hasil dari t_{hitung} variabel persepsi kemudahan (X2) terhadap minat menggunakan (Y) sebesar 6,699 yang berarti nilai tersebut lebih besar dari nilai t_{tabel} ($6,699 > 1,966$) dan menghasilkan tingkat signifikansi 0,000 lebih kecil dari 0,05 ($0,000 < 0,05$). Hal tersebut membuktikan bahwa persepsi kemudahan memiliki pengaruh positif terhadap minat menggunakan *e-wallet* ShopeePay pada generasi milenial di Kabupaten Purbalingga. Dengan demikian, hipotesis kedua (H_2) persepsi kemudahan secara parsial berpengaruh positif terhadap minat menggunakan *e-wallet* ShopeePay pada generasi milenial di Kabupaten Purbalingga **diterima**.

Hasil ini menunjukkan adanya pengaruh positif yang dapat digunakan menjadi tolak ukur responden dalam minat menggunakan *e-wallet* ShopeePay. Dalam teori *Technology Acceptance Model* menyatakan bahwa minat seseorang untuk menggunakan *e-wallet* ShopeePay didorong oleh keinginan pribadi sebagai bentuk menerima keberadaan teknologi baru. Pengguna akan menerima atau berminat menggunakan teknologi tersebut apabila mereka merasakan bahwa teknologi tersebut bermanfaat dan mudah digunakan.

Menurut Vankatesh dan Davis, persepsi kemudahan mengacu pada seberapa mudah seseorang merasa menggunakan sistem tanpa banyak usaha. Jika seseorang merasa yakin bahwa suatu sistem mudah digunakan, maka mereka akan menggunakannya. Dalam Islam, perilaku seseorang untuk mengatur dan memilih sesuatu harus berpegang teguh pada kemudahan yang dirasakan. Hal ini dikarenakan kemudahan adalah anugerah yang diberikan oleh Tuhan kepada hambanya agar manusia tetap semangat dan tekun dalam menjalankan perintahnya (Wida et al., 2016). *E-wallet* yang saat ini berkembang selalu mengutamakan kemudahan dan menghilangkan kesukaran. Oleh karena itu, kemudahan ShopeePay dianggap menjadi faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen.

Dalam Q.S. Al-Baqarah ayat 185 yang menjadi poin penting tentang kemudahan terletak pada terjemahan “*Allah menghendaki kemudahan bagimu dan tidak menghendaki kesukaran bagimu*”. Jika dikaitkan dengan kemudahan dalam menggunakan ShopeePay dapat dipahami bahwa penggunaan *e-wallet* sebagai alat transaksi memberikan banyak kemudahan bagi penggunanya. Dengan tercapainya banyak kemudahan yang dirasakan maka generasi milenial di Kabupaten Purbalingga memiliki kepercayaan untuk tetap menggunakan *e-wallet* ShopeePay.

Hasil tersebut menunjukkan bahwa persepsi kemudahan berpengaruh terhadap minat menggunakan *e-wallet* ShopeePay pada generasi milenial di Kabupaten Purbalingga. Hal ini dapat disimpulkan bahwa banyak kemudahan yang dirasakan pengguna dalam menggunakan *e-wallet* ShopeePay, seperti fitur dalam menggunakan *e-wallet* ShopeePay jelas dan mudah dimengerti, mudah dalam mengoperasikannya, pengoperasian ShopeePay tidak memerlukan banyak usaha, tidak mendapat kesulitan dalam menggunakannya, dapat digunakan kapanpun dan dimanapun,

layanan informasi yang ada dalam ShopeePay juga mudah dipahami, dan mudah dalam penataan keuangan karena tersedia akses terhadap informasi keuangan (jawaban responden dipertanyaan terbuka (lampiran 3.6)).

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Ramadhan & Tamba, (2022) menunjukkan bahwa persepsi kemudahan berpengaruh positif secara signifikan terhadap minat menggunakan *e-wallet* dengan angka t_{hitung} sebesar $13,012 > t_{tabel} 1.984$ dan nilai signifikansi (Sig.) $0,000 < 0,05$.

3. Pengaruh Persepsi Risiko Terhadap Minat Menggunakan *E-wallet* ShopeePay Pada Generasi Milenial Di Kabupaten Purbalingga

Berdasarkan hasil perhitungan regresi linear (tabel 4.11) yang sudah dilakukan pada variabel *independent* dan pada tabel uji t (parsial) (tabel 4.12) menunjukkan hasil dari t_{hitung} variabel persepsi risiko (X3) terhadap minat menggunakan (Y) sebesar 6,811 yang berarti nilai tersebut lebih besar dari nilai t_{tabel} ($6,811 > 1,966$) dan menghasilkan tingkat signifikansi 0,000 lebih kecil dari 0,05 ($0,000 < 0,05$). Hal tersebut membuktikan bahwa persepsi risiko memiliki pengaruh positif terhadap minat menggunakan *e-wallet* ShopeePay pada generasi milenial di Kabupaten Purbalingga. Dengan demikian, hipotesis ketiga (**H₃**) persepsi risiko secara parsial berpengaruh positif terhadap minat menggunakan *e-wallet* ShopeePay pada generasi milenial di Kabupaten Purbalingga **diterima**.

Hasil yang menunjukkan adanya pengaruh positif ini dapat dijadikan sebagai acuan bagi responden dalam minat menggunakan *e-wallet* ShopeePay, yang menunjukkan bahwa salah satu faktor dari *Theory of Planned Behavior (TPB)* adalah kontrol perilaku yang dirasakan (*perceived control behavior*). Faktor ini sesuai dan relevan karena jika seseorang memiliki harapan terlalu tinggi terhadap

keuntungan menggunakan *e-wallet* ShopeePay dan hanya mencari risiko rendah, hal ini bisa membuat calon pengguna membuat keputusan yang kurang tepat. Kontrol perilaku juga dapat memfasilitasi atau menghambat pengguna berminat menggunakan, tergantung pada kepribadian individu masing-masing.

Rodiah dan Melati (2020) mendefinisikan persepsi risiko sebagai kepercayaan akan adanya ketidakpastian dan konsekuensi yang tidak diinginkan oleh pengguna dalam melakukan transaksi dengan menggunakan layanan. Tingginya tingkat risiko yang ada dapat menyebabkan ketakutan yang lebih saat akan melakukan kegiatan transaksi, dan juga sebaliknya. Seseorang tidak akan merasa ragu saat melakukan kegiatan transaksi ketika tingkat risiko rendah.

Dalam Q.S. Al-Hasyr ayat 18 menjelaskan bahwa seorang muslim diperbolehkan mempersiapkan apa yang diperbuat untuk hari esok dengan mempelajari atau menganalisa risiko, karena penggunaan segala sesuatu tentu ada risikonya. Begitu juga dengan penggunaan *e-wallet*. Risiko dari penggunaan *e-wallet* ShopeePay yang mungkin terjadi seperti kualitas layanan yang belum maksimal, sistemnya eror jadi harus mengulang-ulang dalam melakukan pembayaran, komplain yang membutuhkan waktu lama, saldo berkurang tiba-tiba, dan riwayat transaksi tidak tercatat oleh sistem (jawaban responden dipertanyaan terbuka (lampiran 3.7)). Jadi risiko mengakibatkan kerugian bagi penggunanya. Peningkatan persepsi risiko mengakibatkan menurunnya minat seseorang dalam menggunakan suatu produk. Oleh sebab itu persepsi risiko terhadap penggunaan *e-wallet* harus diminimalkan. Perusahaan *e-wallet* harus dapat memberikan jaminan keamanan dan penggantian kerugian apabila terjadi masalah yang disebabkan oleh kesalahan sistem pada aplikasi ShopeePay.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Kinanti & Mukhlis, (2022) menunjukkan bahwa persepsi risiko berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan *e-wallet* dengan angka bahwa nilai $t_{hitung} 3,587 > t_{tabel} 1,658$ dan nilai (Sig.) $0,000 < 0,005$.

4. Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, dan Persepsi Risiko Terhadap Minat Menggunakan *E-wallet* ShopeePay Pada Generasi Milenial Di Kabupaten Purbalingga

Berdasarkan tabel 4.13 diatas, diperoleh F_{hitung} sebesar 113,866. Untuk F_{tabel} diperoleh 2,63 dengan nilai signifikansinya sebesar 0,000. Karena nilai signifikansi dibawah 0,05 ($0,000 < 0,05$) dan nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($113,866 > 2,63$). Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa hipotesis yang menyatakan “persepsi manfaat, persepsi kemudahan dan persepsi risiko secara simultan berpengaruh positif terhadap minat menggunakan *e-wallet* ShopeePay pada generasi milenial di Kabupaten Purbalingga”. Dinyatakan **diterima**.

Dalam Q.S. Al-Isro ayat 84 menjelaskan bahwa seseorang akan termotivasi untuk mempelajari sesuatu yang ia minati. Minat bukan hanya sekedar keinginan pengguna untuk menggunakan melainkan keinginan untuk tetap menggunakannya dimasa yang akan datang. Minat seseorang dalam menggunakan *e-wallet* ShopeePay juga dipengaruhi beberapa faktor seperti persepsi manfaat, persepsi kemudahan, dan minimnya risiko. Apabila pengguna merasakan manfaat, kemudahan, dan tidak adanya risiko maka mereka akan tetap menggunakan *e-wallet* sebagai alat untuk bertransaksi.

Hal ini dibuktikan dengan generasi milenial di Kabupaten Purbalingga menggunakan *e-wallet* ShopeePay dilihat dari persepsi manfaat yang diperoleh dan persepsi kemudahan yang dirasakan, meskipun ada risiko yang terkandung didalamnya. Berdasarkan nilai koefisien R sebesar 0,681 (68,1 %) yang berarti variabel bebas

yang terdiri dari persepsi manfaat, persepsi kemudahan, dan persepsi risiko memiliki hubungan yang kuat dengan variabel terikat yaitu minat menggunakan. Selanjutnya, diketahui bahwa nilai *R Square* pada penelitian ini diperoleh nilai *Adjusted R Square* adalah 0,463 (45,9%) artinya variabel persepsi manfaat, persepsi kemudahan, dan persepsi risiko dapat mempengaruhi minat menggunakan *e-wallet* ShopeePay sebesar 45,9% sedangkan sisanya 54,1% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.



BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan pada hasil analisis data pembahasan pada Bab IV, maka kesimpulan dari hasil penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Variabel persepsi manfaat (X1) secara parsial berpengaruh positif terhadap minat menggunakan *e-wallet* ShopeePay pada generasi milenial di Kabupaten Purbalingga (Y), dibuktikan dengan nilai t_{hitung} sebesar 5,831 dengan signifikansi sebesar 0,000. Artinya semakin banyak manfaat yang ditawarkan oleh perusahaan *e-wallet* kepada pengguna, maka akan semakin tinggi pula pengaruh terhadap minatnya untuk menggunakan *e-wallet* tersebut.
2. Variabel persepsi kemudahan (X2) secara parsial berpengaruh positif terhadap minat menggunakan *e-wallet* ShopeePay pada generasi milenial di Kabupaten Purbalingga (Y), dibuktikan dengan nilai t_{hitung} sebesar 6,699 dengan signifikansi sebesar 0,000. Artinya semakin banyak kemudahan yang dirasakan pengguna maka akan semakin tinggi pula pengaruh terhadap minatnya untuk menggunakan *e-wallet* tersebut.
3. Variabel persepsi risiko (X3) secara parsial berpengaruh positif terhadap minat menggunakan *e-wallet* ShopeePay pada generasi milenial di Kabupaten Purbalingga (Y), dibuktikan dengan nilai t_{hitung} sebesar 6,811 dengan signifikansi sebesar 0,000. Artinya semakin rendah risiko yang ada pada suatu sistem maka akan semakin tinggi pula pengaruh terhadap minatnya untuk menggunakan *e-wallet* tersebut.
4. Variabel persepsi manfaat (X1), persepsi kemudahan (X2), persepsi risiko (X3) secara simultan atau bersama-sama berpengaruh positif terhadap minat menggunakan *e-wallet* ShopeePay pada generasi milenial di Kabupaten Purbalingga (Y), dibuktikan dengan nilai F_{hitung} sebesar 113,866 dengan signifikansi sebesar 0,000. Artinya variabel persepsi manfaat, persepsi kemudahan dan persepsi risiko menjadi tolak ukur responden dalam minat menggunakan *e-wallet* ShopeePay.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan yang telah dijabarkan sebelumnya, peneliti memberikan saran sebagai berikut:

1. Bagi perusahaan *e-wallet* ShopeePay diharapkan terus meningkatkan keamanan sistem transaksinya guna meminimalisir risiko yang akan muncul sehingga pengguna merasa aman dan nyaman dalam menggunakan *e-wallet* ShopeePay. Hal tersebut tentu saja dapat meningkatkan minat masyarakat untuk menggunakan *e-wallet* ShopeePay.
2. Bagi pengguna *e-wallet* ShopeePay disarankan harus bisa lebih bijak dalam menggunakan aplikasi tersebut dalam kehidupan sehari-hari, sehingga dengan manfaat dan kemudahan yang diberikan oleh *e-wallet* ShopeePay tidak menimbulkan gaya hidup yang konsumtif.
3. Bagi penelitian selanjutnya diharapkan dapat memperluas cakupan atau menambahkan variabel selain variabel *independent* (bebas) yang digunakan dalam penelitian ini, misalnya seperti menambahkan variabel kepercayaan dan kelengkapan fitur sebagai variabel bebas.

DAFTAR PUSTAKA

- Abrilia, N. D & Tri, S. (2020). Pengaruh Persepsi Kemudahan dan Fitur Layanan Terhadap Minat Menggunakan E-Wallet pada Aplikasi DANA di Surabaya. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 8(3).
- Adjie, M., Mt, P., & Sukresna, M. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Persepsi Nilai, Dan Persepsi Kegunaan, Terhadap Minat Berkelanjutan Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Pengguna Dompot Digital (e-wallet) OVO di Kota Semarang). *Diponegoro Journal of Management*, 10(1), 1-11.<http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/dbr>
- Aisyah, & dkk. (2022). Determinan Penggunaan E-wallet Generasi Milenial Muslim. *LABATILA: Jurnal Ilmu Ekonomi Islam*, 6(2), 189-206.
- Azka, Fikri. (2021). Pengaruh Penggunaan Shopeepay Sebagai Dompot Digital Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Feb Usu, *Jurnal Komunika* 17, no. 2
- BPS Kab. Purbalingga, pada <https://purbalinggakab.bps.go.id>
- Brahanta, G., P & Wardhani, N. I. K. (2021). Pengaruh Persepsi Kebermanfaatan, Kemudahan, Risiko Terhadap Minat Menggunakan Ulang Shopeepay Di Surabaya. *Jurnal Sains Manajemen*, 7(2), 97-108.
- Databoks, pada <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023> diakses pada 20 September 2023 pukul 17:09 WIB.
- Desvronita. (2021). Faktor-faktor yang Mempengaruhi Minat Menggunakan Sistem Pembayaran E-wallet Menggunakan Technology Acceptance Model. *Jurnal Akmenika*, 18(2).
- Fadillah, W., & ZA, S., Z. (2023). Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan dan Persepsi Manfaat Terhadap Minat Menggunakan Aplikasi Canva. *MAMEN: Jurnal Manajemen*, 2(2), 231-240.
- Fatonah, F., & Hendratmoko, C. (2020). Menguji faktor-faktor yang mempengaruhi minat generasi millennial menggunakan e-money. *Jurnal Manajemen*, 12(2), 209-217.
- Hamzah, A., & Susanti, L. (2020). Metode Penelitian Kuantitatif Kajian Teoritik & Praktik Dilengkapi Desain, Proses, dan Hasil Penelitian. Malang: Literasi Nusantara.
- Humaidi., Utomo, S., & Lestari, D. (2022). Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan dan Fitur Layanan Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Mahasiswa FISIP ULM Di Kota Banjarmasin). *Jurnal Bisnis dan Pembangunan*, 11(1), 22-32.

- Iffat, M., F., & Laksmi, A. C. (2023). Pengaruh persepsi manfaat, kemudahan penggunaan, risiko terhadap minat menggunakan dompet elektronik. *NCAF: Proceeding of National Conference on Accounting & Finance*, 5, 441-449.
- Kesuma, N., & Nurbaiti. (2023). Minat Menggunakan E-wallet Dana Di Kalangan Mahasiswa Di Kota Medan. *Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah*, 6(1), 694-703. <https://doi.org/10.36778/jesy.v6i1.979>
- Kinanti, S., A., & Mukhlis, I. (2022). Analysis Of The Influence Of Perception Factors On Interest In Using E-wallet ShopeePay. *BALANCE: Jurnal Ekonomi*, 18(2), 264-27. <https://journal.unismuh.ac.id/index.php/jeb>
- Mahardika, M. S., Fauzi, A., & Mardi. (2021). Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Keamanan, dan Persepsi Risiko Terhadap Minat Penggunaan Financial Technology (FINTECH) Payment Linkaja Syariah. *Indonesian Journal of Economy, Business, Entrepreneurship and Finance*, 1(3), 233-244. <https://doi.org/10.53067/ijebef>
- Ma'sumah, S. (2019). Pola Investasi Tenaga Kerja Wanita Indonesia Di Desa Sikanco Kecamatan Nusawungu Kabupaten Cilacap. *El-Jizya: Jurnal Ekonomi Islam*, 7(1), 103-128. <https://doi.org/10.24090/ej.v7i1.3449>
- Misissaifi, M., & Sriyana, J. (2021). Faktor-faktor yang Mempengaruhi Minat Menggunakan Fintech Syariah. *IQTISHADUNA: Jurnal Ilmiah Ekonomi Kita*, 10(1), 109-124.
- Nopita, D., Nuraini, S. S., & Nirbaiti, B. N. (2023). Perbandingan Penggunaan ShopeePay Terhadap Belanja Online. *Jurnal Bisnis Net*, 6 (1).
- Nuryadi, Astuti, T. D., Utami, E. S., & Budiantara, M. (2017). *Dasar-dasar Statistik Penelitian*. Yogyakarta: UPP STIM YKPN.
- Olivia, M., & Marchyta, N. K. (2022). The Influence of Perceived Ease of Use and Perceived Usefulness on E-Wallet Continuance Intention: Intervening Role of Customer Satisfaction. *Jurnal Teknik Industri*, 24(1), 1-9. <https://doi.org/10.9744/jti.24.1>
- Pebriantje, D., & Sulaeman, E. (2023). Pengaruh Persepsi Risiko dan Kepercayaan Konsumen terhadap Minat Menggunakan Dompet Digital ShopeePay. *Economics and Digital Business Review*, 4(1), 91-98.
- Prayudi, I., G., & I Putu G. S., dkk. (2022). A Studi: Persepsi Kemudahan Penggunaan dan Kegunaan Untuk Membangun Kepercayaan dan Niat Menggunakan Kembali Layanan Mobile Banking. Bandung: CV Media Sains Indonesia.
- Ramadhan, A., & Tamba, R., S. (2022). Pengaruh Persepsi Manfaat dan Persepsi Kemudahan Terhadap Minat Penggunaan E-wallet Gopay di wilayah DKI Jakarta. *Jurnal Abiwara*, 3(2), 134-139.

- Robaniyah, L., & Kurnianingsih, H. (2021). Pengaruh Persepsi Manfaat, Kemudahan Penggunaan dan Keamanan Terhadap Minat Menggunakan Aplikasi OVO. *Jurnal IMAGE*, 10(1), 53-62.
- Shafrani, Y. S. (2017). Pengaruh Motivasi dan Literasi Keuangan Terhadap Minat Berinvestasi di Pasar Modal (Studi Kasus Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Purwokerto). *El-Jizya: Jurnal Ekonomi Islam*, 5(1), 25- 50.
- Sriyono., dkk. (2023). Efektivitas Penggunaan Fintech (E-wallet) Terhadap Keputusan Pembelian Di Kalangan Generasi Milenial. *JEMMA: Jurnal of Economic, Management, and Accounting*, 6(2), 153-161. <http://ojs.unanda.ac.id/index.php/Jemma/index>
- Statistika. (2022). E-wallet paling populer berdasarkan bulan juli 2022. <https://statistika.com>
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R & D*. Bandung: CV Alfabeta.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: CV Alfabeta
- Suhendry, Wendy. (2021). Minat Penggunaan E-wallet Dana Di Kota Pontianak. *Jurnal Ekonomi Manajemen*, 7(1), 46-56. <http://jurnal.unsil.ac.id/index.php/jem>
- Suliyanto. (2011). *Ekonometrika Terapan: Teori dan Aplikasi dengan SPSS*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Tusyanah. (2022). *Eksplorasi Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Adopsi Transaksi Nontunai dengan Model UTAUT pada Generasi Milenial*. Jakarta: Penerbit Qiara Media.
- Untari, D. T. (2020). *Modul praktek pengolahan data penelitian dengan SPSS untuk skripsi mahasiswa*. 1-15.
- Utami, H. T. (2018). Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, dan Persepsi Risiko Terhadap Minat Menggunakan E-wallet Shopeepay Pada Generasi Milenial di Kabupaten Purbalingga. *El-Jizya: Jurnal Ekonomi Islam*, 6(1).
- Utari, R., H., & Pertiwi, T., K. (2021). Persepsi Belanja Menggunakan Aplikasi E-wallet (Studi Pada Pengguna E-wallet DANA di Indonesia). *Journal of Information System, Applied, Management, Accounting and Research*, 5(1), 215-226. <http://journal.stmikjayakarta.ac.id/index.php/jisamar>
- Yuliana, D., Wijayanto, H., & Santoso, E. (2020). Pengaruh Efisiensi, Persepsi Resiko, dan Tingkat Kemudahan Terhadap Keputusan Pembelian (Konsumen Toko Online Shopee Di Ponorogo). *ASSET: Jurnal Ilmiah Bidang Manajemen dan Bisnis*, 3(1), 33-41.



LAMPIRAN-LAMPIRAN

Lampiran 1: Kuisisioner Penelitian

KUISISIONER PENELITIAN

**“PENGARUH PERSEPSI MANFAAT, PERSEPSI KEMUDAHAN DAN
PERSEPSI RISIKO TERHADAP MINAT MENGGUNAKAN *E-WALLET*
SHOPEEPAY PADA GENERASI MILENIAL DI KABUPATEN
PURBALINGGA”**

Assalamu'alaikum Wr. Wb

Dengan Hormat,

Perkenalkan nama saya Imroatun Khasanah, Mahasiswa Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto yang sedang melakukan penelitian guna memenuhi tugas akhir (skripsi) mengenai “Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan dan Persepsi Risiko Terhadap Minat Menggunakan *E-wallet* ShopeePay Pada Generasi Milenial di Kabupaten Purbalingga”.

Adapun tujuan penelitian ini semata-mata untuk kepentingan penelitian akademis, sehingga semua data responden yang terkait akan dijaga kerahasiaannya dan tidak akan disebarluaskan tanpa persetujuan dari yang bersangkutan. Dengan ini, saya memohon saudara/i untuk meluangkan waktu mengisi kuisisioner ini.

Demikian permohonan ini saya sampaikan, atas perhatian dan kerjasama saudara/i yang telah meluangkan waktu untuk mengisi kuisisioner ini saya ucapkan terimakasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Hormat saya,

Imroatun Khasanah

NIM. 2017202232

a. Identitas Responden

Lengkapilah data yang ada dibawah ini.

Nama Lengkap :
Jenis Kelamin :
Usia :
Pekerjaan :
Alamat/Tempat Tinggal :
Intensitas penggunaan di :
Shopeepay

b. Petunjuk Pengisian Kuisisioner

Pilihlah salah satu alternatif jawaban untuk setiap pertanyaan berdasarkan pendapat saudara/i yang terdiri dari 5 jawaban dengan memberi tanda centang (√), antara lain:

STS : Sangat Tidak Setuju
TS : Tidak Setuju
KS : Kurang Setuju
S : Setuju
SS : Sangat Setuju

c. Variabel Penelitian

1. Persepsi Manfaat (X₁)

No.	Pertanyaan	Jawaban				
		STS (1)	TS (2)	KS (3)	S (4)	SS (5)
1.	Proses transaksi pembayaran menggunakan <i>e-wallet</i> ShopeePay lebih cepat.					
2.	Transaksi menggunakan <i>e-wallet</i> ShopeePay lebih efisien daripada menggunakan uang tunai.					
3.	Penggunaan <i>e-wallet</i> ShopeePay lebih praktis daripada uang tunai.					
4.	Penggunaan <i>e-wallet</i> ShopeePay dapat meminimalisir kesalahan pengembalian dalam bertransaksi.					

5.	Penggunaan <i>e-wallet</i> ShopeePay dapat meningkatkan ketepatan waktu saya dalam bertransaksi					
6.	Penggunaan <i>e-wallet</i> ShopeePay sebagai alat transaksi memudahkan pekerjaan saya, karena bisa transfer, bayar belanja, top up pulsa, bayar tagihan, dan lain sebagainya.					
Manfaat apa yang anda rasakan selama menggunakan <i>e-wallet</i> ShopeePay? Jawaban:						

2. Persepsi Kemudahan (X₂)

No.	Pertanyaan	Jawaban				
		STS (1)	TS (2)	KS (3)	S (4)	SS (5)
1.	Saya merasa fitur dalam menggunakan <i>e-wallet</i> ShopeePay jelas dan mudah dimengerti.					
2.	Saya merasa <i>e-wallet</i> ShopeePay dapat digunakan kapanpun dan dimanapun.					
3.	Saya merasa tidak mendapat kesulitan dalam mengoperasikan <i>e-wallet</i> ShopeePay.					
4.	Saya merasa mengoperasikan <i>e-wallet</i> ShopeePay tidak memerlukan banyak usaha.					
5.	Saya merasa memiliki kemudahan untuk mengoperasikan <i>e-wallet</i> ShopeePay sesuai keinginan saya.					
6.	Saya merasa <i>e-wallet</i> ShopeePay sebagai alternatif pengganti uang tunai mudah dibawa kemana-mana.					
7.	Saya merasa penggunaan <i>e-wallet</i> ShopeePay lebih fleksibel daripada uang tunai.					
8.	Saya merasa layanan informasi pada <i>e-wallet</i> ShopeePay mudah dipahami.					
Menurut anda apakah kemudahan yang ditawarkan dapat menjadi alasan yang kuat seseorang dalam menggunakan <i>e-wallet</i> ShopeePay? Jawaban:						

3. Persepsi Risiko (X₃)

No.	Pertanyaan	Jawaban				
		STS	TS	KS	S	SS
		(5)	(4)	(3)	(2)	(1)
1.	Saya merasa khawatir apabila <i>e-wallet</i> ShopeePay tidak dapat difungsikan dengan baik.					
2.	Saya merasa tidak aman apabila bertransaksi dengan <i>e-wallet</i> ShopeePay.					
3.	Saya merasa tidak nyaman menggunakan <i>e-wallet</i> ShopeePay.					
4.	Saya khawatir jika saldo dalam <i>e-wallet</i> ShopeePay berkurang tanpa sebab.					
5.	Saya mengalami kerugian saat menggunakan <i>e-wallet</i> ShopeePay.					
6.	Saya merasa khawatir apabila transaksi menggunakan <i>e-wallet</i> ShopeePay riwayat transaksinya tidak tercatat oleh sistem.					
Apakah anda merasa ada risiko setelah sering menggunakan <i>e-wallet</i> ShopeePay? Sertakan alasannya! Jawaban?						

4. Minat Menggunakan (Y)

No.	Pertanyaan	Jawaban				
		STS	TS	KS	S	SS
		(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
1.	Saya akan menggunakan <i>e-wallet</i> ShopeePay sebagai alat pembayaran dalam bertransaksi.					
2.	Saya berminat menggunakan <i>e-wallet</i> ShopeePay karena mudah digunakan.					
3.	Saya tertarik untuk menggunakan <i>e-wallet</i> ShopeePay dimasa yang akan datang karena efektif dan efisien.					
4.	Saya merasa penggunaan <i>e-wallet</i> ShopeePay sangat praktis, sehingga cocok digunakan di masa depan.					
5.	Saya memutuskan untuk menggunakan <i>e-wallet</i> ShopeePay secara rutin dan teratur.					

6.	Saya sering menggunakan <i>e-wallet</i> Shopeepay daripada <i>e-wallet</i> yang lain.					
7.	Saya akan merekomendasikan <i>e-wallet</i> Shopeepay kepada orang lain.					
8.	Manfaat yang ada dalam <i>e-wallet</i> Shopeepay membuat saya berminat untuk terus menggunakannya.					
Menurut anda faktor apa saja yang mendorong minat seseorang dalam menggunakan <i>e-wallet</i> Shopeepay? Jawaban:						

Lampiran 2 Identitas Responden

No.	Jenis Kelamin	Usia	Pekerjaan	Tempat Tinggal	Intensitas Penggunaan
1.	Perempuan	24 - 29	Pelajar/Mahasiswa	Kedungbenda, Kemangkon	> 3 kali
2.	Perempuan	24 - 29	Pelajar/Mahasiswa	Kaliori, Karanganyar	1 kali
3.	Perempuan	24 - 29	Wiraswasta	Kaliori, Karanganyar	2 kali
4.	Perempuan	30 - 35	Ibu Rumah Tangga	Kaliori, Karanganyar	> 3 kali
5.	Perempuan	24 - 29	Wiraswasta	Serang, Karangreja	> 3 kali
6.	Perempuan	24 - 29	Pelajar/Mahasiswa	kaliori, karanganyar	> 3 kali
7.	Perempuan	24 - 29	Pelajar/Mahasiswa	Kembangan, Bukateja	> 3 kali
8.	Laki-laki	41 - 44	Wiraswasta	Rembang	2 kali
9.	Laki-laki	24 - 29	Pelajar/Mahasiswa	Kec. Pengadegan	2 kali
10.	Perempuan	41 - 44	Pegawai PNS/TNI/POLRI	Kec. Karanganyar	> 3 kali
11.	Perempuan	24 - 29	Lainnya: Guru	Cipawon, Bukateja	> 3 kali
12.	Perempuan	24 - 29	Pelajar/Mahasiswa	Kecamatan Pengadegan	> 3 kali
13.	Perempuan	24 - 29	Ibu Rumah Tangga	Cipawon, Bukateja	2 kali
14.	Laki-laki	24 - 29	Wiraswasta	Kec pengadegan	1 kali
15.	Perempuan	24 - 29	Wiraswasta	Kembangan, kec bukateja	1 kali
16.	Perempuan	30 - 35	Ibu Rumah Tangga	Tangkisan, Kec. Mrebet	2 kali
17.	Perempuan	36 - 40	Ibu Rumah Tangga	tangkisan, kec. Mrebet	> 3 kali
18.	Laki-laki	41 - 44	Wiraswasta	Kaliori, Kec. Karanganyar	2 kali
19.	Perempuan	36 - 40	Ibu Rumah Tangga	Makam, Kec. Rembang	2 kali
20.	Laki-laki	24 - 29	Wiraswasta	Sindang, Kec. Mrebet	> 3 kali
21.	Laki-laki	36 - 40	Wiraswasta	Mergasana, Kertanegara	2 kali
22.	Perempuan	36 - 40	Ibu Rumah Tangga	Kecamatan Karanganyar	> 3 kali
23.	Perempuan	30 - 35	Ibu Rumah Tangga	Kecamatan Rembang	> 3 kali
24.	Perempuan	24 - 29	Pegawai PNS/TNI/POLRI	Kaliori Kec. Karanganyar	> 3 kali
25.	Perempuan	24 - 29	Pelajar/Mahasiswa	Bobotsari	1 kali
26.	Perempuan	36 - 40	Ibu Rumah Tangga	Kaliori, Kec. Karanganyar	> 3 kali
27.	Perempuan	24 - 29	Pelajar/Mahasiswa	Kec. Kemangkon	> 3 kali
28.	Perempuan	24 - 29	Pelajar/Mahasiswa	Majasari, Kec. Bukateja	> 3 kali
29.	Laki-laki	24 - 29	Pelajar/Mahasiswa	Kec Karangjambu	1 kali
30.	Perempuan	24 - 29	Pelajar/Mahasiswa	Kecamatan Karangreja	2 kali

31.	Perempuan	30 - 35	Lainnya: Perangkat Desa	Kecamatan Karanganyar	1 kali
32.	Perempuan	30 - 35	Ibu Rumah Tangga	Kecamatan Kutasari	> 3 kali
33.	Laki-laki	24 - 29	Lainnya: Guru	Kec.Karangmoncol	> 3 kali
34.	Perempuan	24 - 29	Ibu Rumah Tangga	Baleraksa, Karangmoncol	> 3 kali
35.	Laki-laki	36 - 40	Pegawai PNS/TNI/POLRI	Kecamatan Purbalingga	> 3 kali
36.	Perempuan	24 - 29	Pelajar/Mahasiswa	Bancar, Kec. Purbalingga	> 3 kali
37.	Laki-laki	24 - 29	Wiraswasta	Kalijaran, Karanganyar	> 3 kali
38.	Laki-laki	24 - 29	Wiraswasta	Condong, Kertanegara	> 3 kali
39.	Perempuan	24 - 29	Pelajar/Mahasiswa	selabaya kalimanah	> 3 kali
40.	Perempuan	24 - 29	Pelajar/Mahasiswa	Grantung, karangmoncol	> 3 kali
41.	Laki-laki	24-29	Pelajar/Mahasiswa	Grantung, karangmoncol	> 3 kali
42.	Perempuan	24 - 29	Pelajar/Mahasiswa	Grantung, Karangmoncol	> 3 kali
43.	Laki-laki	30 - 35	Pegawai PNS/TNI/POLRI	Darma, Kertanegara	> 3 kali
44.	Perempuan	24 - 29	Ibu Rumah Tangga	Kaliori, Karanganyar	> 3 kali
45.	Perempuan	41 - 44	Ibu Rumah Tangga	Kertanegara	2 kali
46.	Laki-laki	36 - 40	Wiraswasta	Kaliori, Karanganyar	1 kali
47.	Perempuan	24 - 29	Ibu Rumah Tangga	Sindang, Mrebet	> 3 kali
48.	Perempuan	24 - 29	Ibu Rumah Tangga	Kec. Karanganyar	> 3 kali
49.	Perempuan	24 - 29	Ibu Rumah Tangga	Kalijaran, Karanganyar	> 3 kali
50.	Perempuan	24 - 29	Ibu Rumah Tangga	Kaliori, karanganyar	> 3 kali
51.	Perempuan	36 - 40	Ibu Rumah Tangga	Kaliori, Karanganyar	1 kali
52.	Perempuan	30 - 35	Pegawai PNS/TNI/POLRI	Kec. Karanganyar	> 3 kali
53.	Laki-laki	30 - 35	Pegawai PNS/TNI/POLRI	Tangkisan, Mrebet	> 3 kali
54.	Laki-laki	30 - 35	Pegawai PNS/TNI/POLRI	Kutasari, Karangreja	> 3 kali
55.	Perempuan	30 - 35	Wiraswasta	Limbasari, Karangreja	> 3 kali
56.	Laki-laki	24 - 29	Wiraswasta	Sirandu, Karangjambu	2 kali
57.	Perempuan	41 - 44	Pegawai PNS/TNI/POLRI	Mergasana, Kertanegara	> 3 kali
58.	Laki-laki	24 - 29	Wiraswasta	Kec. Bojongsari	> 3 kali
59.	Perempuan	24 - 29	Wiraswasta	Kecamatan Bobotsari	> 3 kali
60.	Perempuan	24 - 29	Wiraswasta	Tangkisan, Mrebet	> 3 kali
61.	Perempuan	24 - 29	Pelajar/Mahasiswa	Kec. Padamara	> 3 kali
62.	Laki-laki	24 - 29	Wiraswasta	Kecamatan Purbalingga	2 kali
63.	Laki-laki	24 - 29	Pelajar/Mahasiswa	Tangkisan Mrebet	1 kali
64.	Perempuan	24 - 29	Ibu Rumah Tangga	Kalijaran, Karanganyar	> 3 kali
65.	Perempuan	30 - 35	Ibu Rumah Tangga	Kaliori, Karanganyar	> 3 kali
66.	Laki-laki	24 - 29	Pegawai PNS/TNI/POLRI	Purbalingga	> 3 kali
67.	Perempuan	24 - 29	Ibu Rumah Tangga	Kec. Karangmoncol	> 3 kali
68.	Perempuan	24 - 29	Ibu Rumah Tangga	Kecamatan Kertanegara	> 3 kali
69.	Perempuan	24 - 29	Ibu Rumah Tangga	Darma, Kertanegara	> 3 kali
70.	Laki-laki	36 - 40	Wiraswasta	Kaliori, Karanganyar	1 kali
71.	Laki-laki	24 - 29	Pelajar/Mahasiswa	kaliori kec karanganyar	Belum Pernah
72.	Perempuan	30 - 35	Ibu Rumah Tangga	Pbg lor, Kec. Purbalingga	> 3 kali
73.	Laki-laki	41 - 44	Wiraswasta	Pbg lor, Kec. Purbalingga	> 3 kali
74.	Perempuan	41 - 44	Ibu Rumah Tangga	Kec. Rembang	> 3 kali

75.	Perempuan	36 - 40	Ibu Rumah Tangga	Kec. Rembang	> 3 kali
76.	Perempuan	41 - 44	Ibu Rumah Tangga	Kec, Karangmoncol	2 kali
77.	Laki-laki	30 - 35	Wiraswasta	Kaliori, Karanganyar	> 3 kali
78.	Perempuan	30 - 35	Ibu Rumah Tangga	Kaliori, Karanganyar	> 3 kali
79.	Perempuan	36 - 40	Ibu Rumah Tangga	Kaliori, Karanganyar	1 kali
80.	Perempuan	24 - 29	Wiraswasta	Makam, Rembang	> 3 kali
81.	Laki-laki	41 - 44	Pegawai PNS/TNI/POLRI	Kecamatan Bobotsari	> 3 kali
82.	Laki-laki	24 - 29	Wiraswasta	Kecamatan Kertanegara	2 kali
83.	Laki-laki	24 - 29	Pelajar/Mahasiswa	Dagan, Bobotsari	> 3 kali
84.	Laki-laki	30 - 35	Wiraswasta	Kalijaran, Karanganyar	1 kali
85.	Laki-laki	24 - 29	Wiraswasta	Mergasana, Kertanegara	> 3 kali
86.	Laki-laki	24 - 29	Pegawai PNS/TNI/POLRI	Kecamatan Kertanegara	2 kali
87.	Perempuan	24 - 29	Pelajar/Mahasiswa	Grantung, Karangmoncol	> 3 kali
88.	Perempuan	41 - 44	Ibu Rumah Tangga	Kalijaran, Karanganyar	> 3 kali
89.	Laki-laki	41 - 44	Wiraswasta	Kaliori, Kec. Karanganyar	1 kali
90.	Perempuan	41 - 44	Ibu Rumah Tangga	Kaliori, Karanganyar	2 kali
91.	Perempuan	36 - 40	Pegawai PNS/TNI/POLRI	Kecamatan Kertanegara	> 3 kali
92.	Laki-laki	41 - 44	Wiraswasta	Kecamatan Purbalingga	1 kali
93.	Perempuan	36 - 40	Ibu Rumah Tangga	Kecamatan Rembang	2 kali
94.	Laki-laki	24 - 29	Pelajar/Mahasiswa	Karang Jambu	1 kali
95.	Perempuan	41 - 44	Pegawai PNS/TNI/POLRI	Karanggedang, Krngnyar	> 3 kali
96.	Laki-laki	24 - 29	Wiraswasta	Sirau Karangmoncol	> 3 kali
97.	Laki-laki	24 - 29	Wiraswasta	Kecamatan Purbalingga	> 3 kali
98.	Laki-laki	24 - 29	Wiraswasta	Kec, Karangjambu	2 kali
99.	Laki-laki	36 - 40	Wiraswasta	Kecamatan Bobotsari	1 kali
100.	Perempuan	36 - 40	Ibu Rumah Tangga	Kecamatan Bukateja	> 3 kali
101.	Perempuan	36 - 40	Ibu Rumah Tangga	Kecamatan Karangjambu	> 3 kali
102.	Perempuan	24 - 29	Pelajar/Mahasiswa	Grantung, karangmoncol	> 3 kali
103.	Perempuan	24 - 29	Pelajar/Mahasiswa	Purbalingga	2 kali
104.	Perempuan	41 - 44	Ibu Rumah Tangga	Kembangan, bukateja	2 kali
105.	Laki-laki	24 - 29	Wiraswasta	Kecamatan purbalingga	Belum Pernah
106.	Laki-laki	41 - 44	Wiraswasta	Purbalingga	Belum Pernah
107.	Perempuan	36 - 40	Ibu Rumah Tangga	Kecamatan Pengadegan	> 3 kali
108.	Laki-laki	41 - 44	Wiraswasta	Kecamatan Kemangkon	1 kali
109.	Perempuan	41 - 44	Ibu Rumah Tangga	Kecamatan Purbalingga	1 kali
110.	Perempuan	41 - 44	Ibu Rumah Tangga	Kecamatan Rembang	2 kali
111.	Perempuan	30 - 35	Ibu Rumah Tangga	Kecamatan Karangreja	1 kali
112.	Perempuan	36 - 40	Lainnya: Guru	Kecamatan Karangreja	Belum Pernah
113.	Laki-laki	30 - 35	Wiraswasta	Kaliori, Karanganyar	Belum Pernah
114.	Laki-laki	41 - 44	Wiraswasta	Kecamatan Bojongsari	1 kali

115.	Laki-laki	36 - 40	Pegawai PNS/TNI/POLRI	Kecamatan Kutasari	Belum Pernah
116.	Perempuan	36 - 40	Ibu Rumah Tangga	Kecamatan Padamara	2 kali
117.	Perempuan	24 - 29	Ibu Rumah Tangga	Kecamatan Kaligondang	Belum Pernah
118.	Perempuan	36 - 40	Ibu Rumah Tangga	Kecamatan Mrebet	2 kali
119.	Perempuan	41 - 44	Ibu Rumah Tangga	Kecamatan Kalimanah	1 kali
120.	Perempuan	36 - 40	Pegawai PNS/TNI/POLRI	Kecamatan Bukateja	> 3 kali
121.	Perempuan	30 - 35	Wiraswasta	Kecamatan Kejobong	> 3 kali
122.	Perempuan	36 - 40	Ibu Rumah Tangga	Bobotsari	2 kali
123.	Laki-laki	24 - 29	Wiraswasta	Kalijaran, Karanganyar	2 kali
124.	Laki-laki	24 - 29	Pegawai PNS/TNI/POLRI	Kecamatan Kertanegara	Belum Pernah
125.	Laki-laki	24 - 29	Pelajar/Mahasiswa	Kecamatan Karangmoncol	2 kali
126.	Perempuan	24 - 29	Wiraswasta	Karanganyar	> 3 kali
127.	Perempuan	24 - 29	Wiraswasta	Karanganyar	2 kali
128.	Perempuan	30 - 35	Wiraswasta	Kaliori Karanganyar	> 3 kali
129.	Perempuan	24 - 29	Pegawai PNS/TNI/POLRI	Kecamatan Kertanegara	> 3 kali
130.	Perempuan	30 - 35	Pegawai PNS/TNI/POLRI	Kecamatan Bobotsari	> 3 kali
131.	Perempuan	24 - 29	Wiraswasta	Kecamatan Kejobong	> 3 kali
132.	Perempuan	36 - 40	Wiraswasta	Kecamatan Kertanegara	2 kali
133.	Perempuan	36 - 40	Wiraswasta	Kecamatan Kertanegara	1 kali
134.	Laki-laki	36 - 40	Wiraswasta	Kecamatan Pengadegan	Belum Pernah
135.	Laki-laki	24 - 29 tahun	Wiraswasta	Kecamatan Purbalingga	2 kali
136.	Laki-laki	30 - 35	Wiraswasta	Kecamatan Bukateja	1 kali
137.	Perempuan	36 - 40	Pegawai PNS/TNI/POLRI	Kecamatan Rembang	> 3 kali
138.	Perempuan	41 - 44	Ibu Rumah Tangga	Kecamatan Karangmoncol	Belum Pernah
139.	Perempuan	24 - 29	Pelajar/Mahasiswa	Kecamatan Kertanegara	> 3 kali
140.	Perempuan	30 - 35	Ibu Rumah Tangga	Tangkisan, Mrebet	> 3 kali
141.	Laki-laki	36 - 40	Wiraswasta	Kaliori, Karanganyar	Belum Pernah
142.	Laki-laki	24 - 29	Wiraswasta	Darma, Kertanegara	2 kali
143.	Perempuan	24 - 29	Pelajar/Mahasiswa	Kaliori, Kec. Karanganyar	> 3 kali
144.	Perempuan	24 - 29	Wiraswasta	Kecamatan karanganyar	> 3 kali
145.	Perempuan	30 - 35	Lainnya: Guru	Kecamatan Purbalingga	> 3 kali
146.	Laki-laki	36 - 40	Wiraswasta	Kecamatan Karanganyar	2 kali
147.	Perempuan	24 - 29	Wiraswasta	Kecamatan Bukateja	> 3 kali
148.	Perempuan	41 - 44	Ibu Rumah Tangga	Kecamatan Pengadegan	Belum Pernah
149.	Perempuan	30 - 35	Ibu Rumah Tangga	Kecamatan Bobotsari	> 3 kali
150.	Laki-laki	30 - 35	Wiraswasta	Kecamatan karangjambu	1 kali
151.	Laki-laki	36 - 40	Wiraswasta	Kecamatan karangmoncol	2 kali

152.	Perempuan	30 - 35	Ibu Rumah Tangga	Kecamatan Mrebet	> 3 kali
153.	Perempuan	36 - 40	Ibu Rumah Tangga	Kecamatan Kertanegara	> 3 kali
154.	Perempuan	24 - 29	Wiraswasta	Kecamatan pengadegan	> 3 kali
155.	Laki-laki	41 - 44	Wiraswasta	Kecamatan rembang	2 kali
156.	Laki-laki	41 - 44	Wiraswasta	Kecamatan karangreja	Belum Pernah
157.	Laki-laki	30 - 35	Wiraswasta	Kecamatan Karangmoncol	2 kali
158.	Laki-laki	36 - 40	Wiraswasta	Kecamatan pengadegan	Belum Pernah
159.	Perempuan	41 - 44	Ibu Rumah Tangga	Kecamatan Kertanegara	> 3 kali
160.	Perempuan	24 - 29	Ibu Rumah Tangga	Kecamatan karanganyar	> 3 kali
161.	Laki-laki	36 - 40	Wiraswasta	Kecamatan karangjambu	1 kali
162.	Laki-laki	36 - 40	Wiraswasta	Kecamatan kemangkon	Belum Pernah
163.	Perempuan	36 - 40	Ibu Rumah Tangga	Kecamatan purbalingga	> 3 kali
164.	Laki-laki	36 - 40	Wiraswasta	Kecamatan Kertanegara	> 3 kali
165.	Perempuan	30 - 35	Ibu Rumah Tangga	Kecamatan rembang	> 3 kali
166.	Laki-laki	30 - 35	Wiraswasta	Kecamatan bobotsari	1 kali
167.	Laki-laki	36 - 40	Pegawai PNS/TNI/POLRI	Kecamatan Purbalingga	> 3 kali
168.	Laki-laki	36 - 40	Pegawai PNS/TNI/POLRI	Kecamatan Rembang	> 3 kali
169.	Perempuan	30 - 35	Wiraswasta	Kecamatan karangmoncol	> 3 kali
170.	Perempuan	36 - 40	Ibu Rumah Tangga	Karangreja	1 kali
171.	Laki-laki	41 - 44	Wiraswasta	Kecamatan bojongsari	2 kali
172.	Laki-laki	30 - 35	Pegawai PNS/TNI/POLRI	Kecamatan kutasari	> 3 kali
173.	Perempuan	36 - 40	Wiraswasta	Kecamatan padamara	> 3 kali
174.	Perempuan	41 - 44	Ibu Rumah Tangga	Kecamatan Kaligondang	> 3 kali
175.	Perempuan	24 - 29	Wiraswasta	Kecamatan Mrebet	> 3 kali
176.	Perempuan	30 - 35	Pegawai PNS/TNI/POLRI	Kecamatan kalimanan	> 3 kali
177.	Perempuan	36 - 40	Pegawai PNS/TNI/POLRI	Kecamatan Kemangkon	> 3 kali
178.	Perempuan	41 - 44	Wiraswasta	Kecamatan kejobong	2 kali
179.	Perempuan	30 - 35	Ibu Rumah Tangga	Kecamatan bukateja	1 kali
180.	Perempuan	36 - 40	Pelajar/Mahasiswa	Kecamatan bobotsari	> 3 kali
181.	Perempuan	36 - 40	Ibu Rumah Tangga	Kecamatan Pengadegan	> 3 kali
182.	Perempuan	36 - 40	Wiraswasta	Kecamatan karangjambu	2 kali
183.	Perempuan	36 - 40	Ibu Rumah Tangga	Kecamatan Kertanegara	> 3 kali
184.	Perempuan	41 - 44	Ibu Rumah Tangga	Kecamatan Kertanegara	> 3 kali
185.	Perempuan	24 - 29	Pelajar/Mahasiswa	Kecamatan purbalingga	> 3 kali
186.	Perempuan	24 - 29	Wiraswasta	Kecamatan purbalingga	> 3 kali
187.	Perempuan	36 - 40	Wiraswasta	Kecamatan Rembang	> 3 kali
188.	Perempuan	36 - 40	Pegawai PNS/TNI/POLRI	Kecamatan karangmoncol	> 3 kali
189.	Perempuan	30 - 35	Wiraswasta	Kecamatan karangreja	> 3 kali
190.	Perempuan	36 - 40	Ibu Rumah Tangga	Kecamatan bobotsari	2 kali
191.	Laki-laki	30 - 35	Pegawai PNS/TNI/POLRI	Kecamatan kutasari	> 3 kali
192.	Perempuan	41 - 44	Ibu Rumah Tangga	Kecamatan padamara	> 3 kali
193.	Perempuan	30 - 35	Wiraswasta	Kecamatan Kaligondang	> 3 kali

194.	Laki-laki	36 - 40	Pegawai PNS/TNI/POLRI	Kecamatan Kaligondang	2 kali
195.	Laki-laki	41 - 44	Wiraswasta	Kecamatan kalimananah	Belum Pernah
196.	Laki-laki	30 - 35	Wiraswasta	Kecamatan kemangkon	1 kali
197.	Laki-laki	30 - 35	Wiraswasta	Kecamatan Bukateja	2 kali
198.	Perempuan	36 - 40	Wiraswasta	Kecamatan karangjambu	1 kali
199.	Laki-laki	36 - 40	Wiraswasta	Kecamatan Kaligondang	Belum Pernah
200.	Laki-laki	24 - 29	Wiraswasta	Kecamatan Bobotsari	> 3 kali
201.	Perempuan	24 - 29	Pelajar/Mahasiswa	Baleraksa, Karangmoncol	> 3 kali
202.	Laki-laki	41 - 44	Lainnya: Pedagang	Padamara	> 3 kali
203.	Perempuan	30 - 35	Ibu Rumah Tangga	Kecamatan Purbalingga	> 3 kali
204.	Perempuan	24 - 29	Ibu Rumah Tangga	Kecamatan Rembang	> 3 kali
205.	Perempuan	36 - 40	Ibu Rumah Tangga	Karangmoncol	2 kali
206.	Perempuan	36 - 40	Ibu Rumah Tangga	Kecamatan Karangreja	> 3 kali
207.	Perempuan	41 - 44	Pegawai PNS/TNI/POLRI	Kecamatan karanganyar	> 3 kali
208.	Perempuan	41 - 44	Ibu Rumah Tangga	Kecamatan Bojongsari	2 kali
209.	Laki-laki	36 - 40	Lainnya: Guru	Kecamatan Padamara	> 3 kali
210.	Perempuan	41 - 44	Ibu Rumah Tangga	Kecamatan Kaligondang	> 3 kali
211.	Laki-laki	24 - 29	Lainnya: Guru	Kecamatan Mrebet	1 kali
212.	Laki-laki	30 - 35	Wiraswasta	Kalimananah	> 3 kali
213.	Laki-laki	41 - 44	Wiraswasta	Kecamatan kemangkon	2 kali
214.	Laki-laki	36 - 40	Wiraswasta	Bukateja	> 3 kali
215.	Laki-laki	30 - 35	Pegawai PNS/TNI/POLRI	Kecamatan Kejobong	> 3 kali
216.	Laki-laki	30 - 35	Wiraswasta	Kecamatan bobotsari	2 kali
217.	Perempuan	24 - 29	Ibu Rumah Tangga	Kecamatan pengadegan	> 3 kali
218.	Laki-laki	36 - 40	Pegawai PNS/TNI/POLRI	Kecamatan karangjambu	> 3 kali
219.	Laki-laki	24 - 29	Pegawai PNS/TNI/POLRI	Kecamatan Kertanegara	> 3 kali
220.	Perempuan	24 - 29	Ibu Rumah Tangga	Kecamatan Purbalingga	> 3 kali
221.	Perempuan	36 - 40	Ibu Rumah Tangga	Kecamatan rembang	> 3 kali
222.	Laki-laki	30 - 35	Wiraswasta	Kecamatan karangreja	1 kali
223.	Perempuan	36 - 40	Ibu Rumah Tangga	Kecamatan karanganyar	> 3 kali
224.	Perempuan	24 - 29	Ibu Rumah Tangga	Kecamatan bojongsari	> 3 kali
225.	Laki-laki	41 - 44	Wiraswasta	Kecamatan Padamara	1 kali
226.	Laki-laki	36 - 40	Lainnya: Guru	Kaligondang	> 3 kali
227.	Perempuan	30 - 35	Ibu Rumah Tangga	Kecamatan Mrebet	> 3 kali
228.	Perempuan	36 - 40	Ibu Rumah Tangga	Kalimananah	2 kali
229.	Perempuan	30 - 35	Ibu Rumah Tangga	Kemangkon	> 3 kali
230.	Perempuan	24 - 29	Ibu Rumah Tangga	Bukateja	> 3 kali
231.	Perempuan	24 - 29	Ibu Rumah Tangga	Kecamatan Kejobong	> 3 kali
232.	Perempuan	36 - 40	Lainnya: Guru	Bobotsari	> 3 kali
233.	Laki-laki	30 - 35	Pegawai PNS/TNI/POLRI	Kecamatan pengadegan	2 kali
234.	Perempuan	24 - 29	Ibu Rumah Tangga	Pengadegan	> 3 kali
235.	Perempuan	24 - 29	Ibu Rumah Tangga	Karangjambu	> 3 kali
236.	Perempuan	24 - 29	Ibu Rumah Tangga	Kertanegara	> 3 kali

237.	Perempuan	30 - 35	Ibu Rumah Tangga	Purbalingga	> 3 kali
238.	Perempuan	41 - 44	Ibu Rumah Tangga	Rembang	2 kali
239.	Perempuan	41 - 44	Ibu Rumah Tangga	Kecamatan Karangmoncol	Belum Pernah
240.	Perempuan	30 - 35	Ibu Rumah Tangga	Karangreja	> 3 kali
241.	Perempuan	24 - 29	Ibu Rumah Tangga	Karanganyar	> 3 kali
242.	Perempuan	36 - 40	Ibu Rumah Tangga	Bojongsari	> 3 kali
243.	Laki-laki	30 - 35	Wiraswasta	Padamara	2 kali
244.	Laki-laki	36 - 40	Wiraswasta	Kaligondang	> 3 kali
245.	Perempuan	24 - 29	Pelajar/Mahasiswa	Kecamatan Purbalingga	> 3 kali
246.	Perempuan	30 - 35	Wiraswasta	Rembang	> 3 kali
247.	Perempuan	36 - 40	Ibu Rumah Tangga	Karangmoncol	2 kali
248.	Perempuan	41 - 44	Lainnya: Guru	Karangreja	> 3 kali
249.	Perempuan	41 - 44	Ibu Rumah Tangga	Karanganyar	1 kali
250.	Perempuan	24 - 29	Wiraswasta	Kecamatan Kertanegara	> 3 kali
251.	Laki-laki	24 - 29	Pelajar/Mahasiswa	Bojongsari	1 kali
252.	Laki-laki	24 - 29	Pelajar/Mahasiswa	Padamara	> 3 kali
253.	Perempuan	24 - 29	Lainnya: Guru	Kaligondang	> 3 kali
254.	Perempuan	30 - 35	Lainnya: Guru	Mrebet	> 3 kali
255.	Perempuan	41 - 44	Lainnya: Guru	Kalimanah	> 3 kali
256.	Laki-laki	30 - 35	Wiraswasta	Kemangkon	2 kali
257.	Laki-laki	36 - 40	Wiraswasta	Bukateja	> 3 kali
258.	Perempuan	24 - 29	Pelajar/Mahasiswa	Kejobong	> 3 kali
259.	Perempuan	24 - 29	Pelajar/Mahasiswa	Bobotsari	> 3 kali
260.	Perempuan	30 - 35	Pegawai PNS/TNI/POLRI	Pengadegan	> 3 kali
261.	Perempuan	41 - 44	Ibu Rumah Tangga	Karangjambu	1 kali
262.	Laki-laki	41 - 44	Wiraswasta	Purbalingga	Belum Pernah
263.	Laki-laki	24 - 29	Pelajar/Mahasiswa	Rembang	> 3 kali
264.	Perempuan	24 - 29	Pelajar/Mahasiswa	Karangmoncol	> 3 kali
265.	Perempuan	24 - 29	Pelajar/Mahasiswa	Kecamatan karanganyar	> 3 kali
266.	Perempuan	30 - 35	Ibu Rumah Tangga	Karangmoncol	2 kali
267.	Perempuan	24 - 29	Pelajar/Mahasiswa	Karangreja	> 3 kali
268.	Perempuan	36 - 40	Ibu Rumah Tangga	Karanganyar	> 3 kali
269.	Perempuan	41 - 44	Ibu Rumah Tangga	Karangmoncol	> 3 kali
270.	Perempuan	41 - 44	Lainnya: Guru	Karangreja	> 3 kali
271.	Perempuan	24 - 29	Lainnya: Guru	Kecamatan Kertanegara	> 3 kali
272.	Perempuan	30 - 35	Pegawai PNS/TNI/POLRI	Bojongsari	> 3 kali
273.	Perempuan	24 - 29	Ibu Rumah Tangga	Padamara	> 3 kali
274.	Perempuan	24 - 29	Ibu Rumah Tangga	Kec. Kaligondang	> 3 kali
275.	Perempuan	30 - 35	Ibu Rumah Tangga	Kecamatan Kutasari	> 3 kali
276.	Perempuan	30 - 35	Wiraswasta	Mrebet	> 3 kali
277.	Perempuan	30 - 35	Wiraswasta	Kalimanah	> 3 kali
278.	Perempuan	30 - 35	Wiraswasta	Kemangkon	> 3 kali
279.	Perempuan	30 - 35	Ibu Rumah Tangga	Bukateja	> 3 kali

280.	Perempuan	24 - 29	Ibu Rumah Tangga	Kejobong	2 kali
281.	Perempuan	30 - 35	Ibu Rumah Tangga	Bobotsari	2 kali
282.	Perempuan	41 - 44	Ibu Rumah Tangga	Pengadegan	1 kali
283.	Perempuan	30 - 35	Ibu Rumah Tangga	Karangjambu	2 kali
284.	Perempuan	36 - 40	Ibu Rumah Tangga	Purbalingga	1 kali
285.	Perempuan	24 - 29	Ibu Rumah Tangga	Rembang	> 3 kali
286.	Perempuan	24 - 29	Ibu Rumah Tangga	Kecamatan Bukateja	> 3 kali
287.	Laki-laki	24 - 29	Wiraswasta	Kecamatan pengadegan	2 kali
288.	Perempuan	24 - 29	Lainnya: Guru	Kecamatan Kutasari	> 3 kali
289.	Perempuan	30 - 35	Pelajar/Mahasiswa	Kaligondang	> 3 kali
290.	Perempuan	30 - 35	Wiraswasta	Kecamatan Bobotsari	> 3 kali
291.	Perempuan	24 - 29	Wiraswasta	Kecamatan Pengadegan	> 3 kali
292.	Perempuan	30 - 35	Pegawai PNS/TNI/POLRI	Kecamatan Karangjambu	1 kali
293.	Perempuan	41 - 44	Ibu Rumah Tangga	Kecamatan Kertanegara	Belum Pernah
294.	Perempuan	30 - 35	Ibu Rumah Tangga	Kecamatan Kemangkon	2 kali
295.	Perempuan	24 - 29	Pelajar/Mahasiswa	Kecamatan kejobong	> 3 kali
296.	Laki-laki	24 - 29	Wiraswasta	Kecamatan Pengadegan	> 3 kali
297.	Laki-laki	24 - 29	Pelajar/Mahasiswa	Kecamatan purbalingga	> 3 kali
298.	Laki-laki	30 - 35	Lainnya: Guru	Rembang	1 kali
299.	Laki-laki	41 - 44	Pegawai PNS/TNI/POLRI	Kecamatan karangmoncol	Belum Pernah
300.	Laki-laki	36 - 40	Wiraswasta	Karangreja	> 3 kali
301.	Perempuan	30 - 35	Pegawai PNS/TNI/POLRI	Kecamatan karanganyar	> 3 kali
302.	Perempuan	24 - 29	Pelajar/Mahasiswa	Kecamatan Kertanegara	> 3 kali
303.	Perempuan	24 - 29	Pelajar/Mahasiswa	Kecamatan bojongsari	> 3 kali
304.	Perempuan	41 - 44	Pegawai PNS/TNI/POLRI	Kecamatan Padamara	2 kali
305.	Perempuan	24 - 29	Pelajar/Mahasiswa	Kecamatan Kaligondang	> 3 kali
306.	Perempuan	36 - 40	Pegawai PNS/TNI/POLRI	Kecamatan Kaligondang	1 kali
307.	Perempuan	36 - 40	Pelajar/Mahasiswa	Kecamatan kutasari	1 kali
308.	Perempuan	36 - 40	Ibu Rumah Tangga	Kecamatan karanganyar	Belum Pernah
309.	Perempuan	36 - 40	Ibu Rumah Tangga	Kecamatan karanganyar	1 kali
310.	Perempuan	36 - 40	Ibu Rumah Tangga	Kecamatan kutasari	> 3 kali
311.	Perempuan	41 - 44	Ibu Rumah Tangga	Kecamatan Mrebet	Belum Pernah
312.	Laki-laki	36 - 40	Wiraswasta	Kecamatan Karangmoncol	1 kali
313.	Laki-laki	24 - 29	Wiraswasta	Kecamatan Kertanegara	> 3 kali
314.	Laki-laki	36 - 40	Wiraswasta	Kecamatan karangjambu	1 kali
315.	Laki-laki	30 - 35	Wiraswasta	Kecamatan kemangkon	2 kali
316.	Perempuan	36 - 40	Ibu Rumah Tangga	Kecamatan bobotsari	> 3 kali
317.	Laki-laki	41 - 44	Pegawai PNS/TNI/POLRI	Kecamatan pengadegan	1 kali
318.	Laki-laki	41 - 44	Pegawai PNS/TNI/POLRI	Kecamatan pengadegan	> 3 kali
319.	Laki-laki	36 - 40	Lainnya: Guru	Kecamatan Karangreja	2 kali

320.	Laki-laki	30 - 35	Wiraswasta	Kecamatan purbalingga	Belum Pernah
321.	Laki-laki	30 - 35	Lainnya: Guru	Kecamatan padamara	> 3 kali
322.	Laki-laki	36 - 40	Wiraswasta	Kecamatan karangreja	> 3 kali
323.	Laki-laki	41 - 44	Wiraswasta	Kecamatan Mrebet	1 kali
324.	Laki-laki	41 - 44	Wiraswasta	Kecamatan Kertanegara	2 kali
325.	Laki-laki	36 - 40	Wiraswasta	Kecamatan karangmoncol	> 3 kali
326.	Laki-laki	41 - 44	Wiraswasta	Kecamatan kutasari	Belum Pernah
327.	Laki-laki	41 - 44	Pegawai PNS/TNI/POLRI	Kecamatan padamara	> 3 kali
328.	Perempuan	30 - 35	Ibu Rumah Tangga	Kecamatan mrebet	2 kali
329.	Laki-laki	24 - 29	Pelajar/Mahasiswa	Kecamatan Kertanegara	> 3 kali
330.	Perempuan	36 - 40	Ibu Rumah Tangga	Karangjambu	> 3 kali
331.	Perempuan	41 - 44	Ibu Rumah Tangga	Kecamatan karangmoncol	> 3 kali
332.	Perempuan	36 - 40	Ibu Rumah Tangga	Kecamatan Kertanegara	> 3 kali
333.	Perempuan	41 - 44	Ibu Rumah Tangga	Kecamatan rembang	2 kali
334.	Laki-laki	41 - 44	Lainnya: Guru	Kecamatan kemangkon	1 kali
335.	Laki-laki	41 - 44	Pegawai PNS/TNI/POLRI	Kecamatan purbalingga	> 3 kali
336.	Laki-laki	36 - 40	Pegawai PNS/TNI/POLRI	Kecamatan pengadegan	> 3 kali
337.	Perempuan	36 - 40	Ibu Rumah Tangga	Kecamatan kutasari	> 3 kali
338.	Perempuan	30 - 35	Ibu Rumah Tangga	Kecamatan karangreja	> 3 kali
339.	Perempuan	41 - 44	Ibu Rumah Tangga	Kecamatan Purbalingga	1 kali
340.	Laki-laki	24 - 29	Pelajar/Mahasiswa	Kecamatan Rembang	> 3 kali
341.	Laki-laki	24 - 29	Wiraswasta	Kecamatan Karangmoncol	> 3 kali
342.	Laki-laki	24 - 29	Wiraswasta	Kecamatan Karangreja	> 3 kali
343.	Laki-laki	30 - 35	Wiraswasta	Kecamatan Karanganyar	2 kali
344.	Laki-laki	36 - 40	Wiraswasta	Kecamatan bojongsari	1 kali
345.	Laki-laki	41 - 44	Wiraswasta	Kecamatan Mrebet	Belum Pernah
346.	Laki-laki	30 - 35	Wiraswasta	Kecamatan kemangkon	> 3 kali
347.	Laki-laki	41 - 44	Pegawai PNS/TNI/POLRI	Kecamatan kejobong	> 3 kali
348.	Perempuan	36 - 40	Ibu Rumah Tangga	Kecamatan bobotsari	> 3 kali
349.	Perempuan	24 - 29	Ibu Rumah Tangga	Kecamatan kutasari	> 3 kali
350.	Perempuan	24 - 29	Ibu Rumah Tangga	Kecamatan padamara	> 3 kali
351.	Laki-laki	24 - 29	Lainnya: Guru	Kecamatan Kaligondang	> 3 kali
352.	Perempuan	24 - 29	Ibu Rumah Tangga	Kecamatan Kalimanah	> 3 kali
353.	Laki-laki	30 - 35	Wiraswasta	Kecamatan bukateja	Belum Pernah
354.	Laki-laki	36 - 40	Pegawai PNS/TNI/POLRI	Kecamatan pengadegan	2 kali
355.	Perempuan	24 - 29	Pelajar/Mahasiswa	Kecamatan pengadegan	> 3 kali
356.	Perempuan	24 - 29	Pelajar/Mahasiswa	Kecamatan karangjambu	> 3 kali
357.	Laki-laki	30 - 35	Lainnya: Pedagang	Kecamatan karangjambu	2 kali
358.	Laki-laki	30 - 35	Pegawai PNS/TNI/POLRI	Kecamatan Kertanegara	Belum Pernah
359.	Laki-laki	36 - 40	Wiraswasta	Kecamatan Purbalingga	> 3 kali

360.	Perempuan	41 - 44	Ibu Rumah Tangga	Kecamatan rembang	2 kali
361.	Perempuan	30 - 35	Ibu Rumah Tangga	Kecamatan karangmoncol	> 3 kali
362.	Laki-laki	24 - 29	Pelajar/Mahasiswa	Kecamatan karangreja	2 kali
363.	Perempuan	36 - 40	Wiraswasta	Kecamatan karanganyar	> 3 kali
364.	Perempuan	24 - 29	Pelajar/Mahasiswa	Kecamatan Bukateja	> 3 kali
365.	Perempuan	24 - 29	Ibu Rumah Tangga	Kecamatan rembang	> 3 kali
366.	Perempuan	41 - 44	Ibu Rumah Tangga	Kecamatan karangmoncol	Belum Pernah
367.	Perempuan	36 - 40	Ibu Rumah Tangga	Kecamatan Purbalingga	1 kali
368.	Laki-laki	36 - 40	Wiraswasta	Kec rembang	2 kali
369.	Perempuan	41 - 44	Ibu Rumah Tangga	Kecamatan karangreja	> 3 kali
370.	Laki-laki	41 - 44	Pegawai PNS/TNI/POLRI	Kecamatan karanganyar	> 3 kali
371.	Laki-laki	30 - 35	Wiraswasta	Kecamatan pengadegan	> 3 kali
372.	Perempuan	24 - 29	Ibu Rumah Tangga	Kecamatan kemangkon	> 3 kali
373.	Perempuan	24 - 29	Ibu Rumah Tangga	Kecamatan Kertanegara	> 3 kali
374.	Perempuan	24 - 29	Wiraswasta	Kecamatan padamara	> 3 kali
375.	Laki-laki	30 - 35	Wiraswasta	Kecamatan karangjambu	> 3 kali
376.	Perempuan	24 - 29	Pelajar/Mahasiswa	Kecamatan Kutsari	> 3 kali
377.	Laki-laki	30 - 35	Wiraswasta	Kecamatan karangjambu	> 3 kali
378.	Laki-laki	36 - 40	Wiraswasta	Kecamatan kutasari	> 3 kali
379.	Perempuan	36 - 40	Ibu Rumah Tangga	Kecamatan Kertanegara	> 3 kali
380.	Perempuan	24 - 29	Ibu Rumah Tangga	Kecamatan rembang	> 3 kali
381.	Laki-laki	30 - 35	Wiraswasta	Kecamatan bobotsari	2 kali
382.	Perempuan	24 - 29	Pelajar/Mahasiswa	Kecamatan purbalingga	> 3 kali
383.	Laki-laki	41 - 44	Wiraswasta	Kecamatan rembang	Belum Pernah
384.	Perempuan	41 - 44	Ibu Rumah Tangga	Kecamatan karangmoncol	2 kali
385.	Perempuan	24 - 29	Pelajar/Mahasiswa	Kecamatan karangreja	> 3 kali
386.	Laki-laki	41 - 44	Wiraswasta	Kecamatan karanganyar	2 kali
387.	Laki-laki	30 - 35	Lainnya: Guru	Kecamatan bojongsari	> 3 kali
388.	Perempuan	36 - 40	Ibu Rumah Tangga	Kecamatan mrebet	1 kali
389.	Perempuan	36 - 40	Ibu Rumah Tangga	Kemangkon	> 3 kali
390.	Laki-laki	24 - 29	Wiraswasta	Kecamatan kejobong	2 kali
391.	Laki-laki	24 - 29	Wiraswasta	Kac. Bobotsari	> 3 kali
392.	Laki-laki	30 - 35	Pegawai PNS/TNI/POLRI	Kecamatan kutasari	1 kali
393.	Laki-laki	24 - 29	Wiraswasta	Kecamatan karangjambu	> 3 kali
394.	Laki-laki	41 - 44	Wiraswasta	Kecamatan Kertanegara	Belum Pernah
395.	Perempuan	30 - 35	Wiraswasta	Kecamatan karangmoncol	> 3 kali
396.	Laki-laki	36 - 40	Pegawai PNS/TNI/POLRI	Kecamatan kejobong	2 kali
397.	Laki-laki	30 - 35	Wiraswasta	Kecamatan Kaligondang	2 kali
398.	Laki-laki	36 - 40	Wiraswasta	Kecamatan bobotsari	Belum Pernah
399.	Laki-laki	24 - 29	Pelajar/Mahasiswa	Kecamatan karangreja	> 3 kali
400.	Laki-laki	30 - 35	Wiraswasta	Kecamatan karangjambu	> 3 kali

Lampiran 3 Data Penelitian

TABULASI DATA

Lampiran 3.1 Tabulasi Data Persepsi Manfaat (X1) dan Persepsi Kemudahan (X2)

No. T	Persepsi Manfaat						Total X1	Persepsi Kemudahan								Total X2
	X1. 1	X1. 2	X1. 3	X1. 4	X1. 5	X1. 6		X2. 1	X2. 2	X2. 3	X2. 4	X2. 5	X2. 6	X2. 7	X2. 8	
1.	5	4	5	4	5	5	28	5	4	5	4	5	4	5	4	36
2.	5	4	5	3	4	5	26	4	3	3	4	4	5	5	3	31
3.	4	3	4	4	4	3	22	4	4	3	5	3	5	4	4	32
4.	4	4	4	4	4	4	24	3	3	4	4	4	4	4	4	30
5.	4	4	4	4	4	5	25	5	4	5	4	5	5	5	4	37
6.	5	5	5	5	4	5	29	4	4	4	4	4	4	4	4	32
7.	3	4	3	4	4	3	21	4	5	4	4	4	4	4	4	33
8.	5	5	5	5	4	5	29	5	4	5	4	4	5	5	4	36
9.	4	4	4	4	4	5	25	4	3	3	4	3	3	4	4	28
10.	4	5	4	5	4	5	27	5	4	4	4	4	5	5	5	36
11.	4	4	4	4	4	4	24	5	4	4	2	5	4	3	3	30
12.	4	4	3	4	4	4	23	4	5	4	5	4	5	4	5	36
13.	4	5	5	5	5	5	29	4	4	4	4	4	5	5	5	35
14.	4	5	4	5	4	5	27	4	3	4	3	4	3	4	4	29
15.	4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	4	4	4	4	32
16.	5	4	5	5	5	5	29	4	5	5	4	5	5	4	4	36
17.	5	5	5	3	4	4	26	4	4	4	4	4	4	3	4	31
18.	5	5	5	5	5	5	30	5	4	4	4	5	5	5	5	37
19.	4	5	5	5	4	5	28	5	4	4	4	4	5	5	4	35
20.	5	5	5	5	5	5	30	4	3	4	4	4	5	5	4	33
21.	4	3	4	5	3	4	23	5	3	4	4	4	5	5	4	34
22.	4	4	4	4	4	4	24	5	3	4	3	4	5	3	4	31
23.	5	5	5	5	5	5	30	5	3	4	4	5	5	5	4	35
24.	5	5	5	4	5	5	29	4	5	4	5	4	5	4	5	36
25.	4	5	4	5	3	5	26	4	4	4	4	4	4	4	4	32
26.	4	4	5	3	5	4	25	4	5	5	4	5	5	5	4	37
27.	5	5	5	5	5	5	30	5	4	5	5	5	5	5	5	39
28.	4	5	4	5	5	5	28	4	4	3	4	3	3	3	3	27
29.	5	5	5	5	5	5	30	4	5	5	4	5	5	5	5	38
30.	4	4	4	4	4	4	24	5	5	5	5	5	5	5	5	40
31.	5	5	5	5	5	5	30	5	4	4	4	4	5	4	4	34

32.	4	5	5	4	4	5	27	5	5	5	5	5	5	5	5	40
33.	5	5	5	4	4	5	28	4	3	4	4	4	5	4	4	32
34.	5	5	5	5	5	5	30	4	4	4	4	4	4	4	4	32
35.	4	4	5	5	4	5	27	5	5	5	5	5	5	5	5	40
36.	5	5	5	5	5	5	30	5	5	4	4	5	5	5	4	37
37.	4	4	4	4	4	5	25	5	5	5	5	5	5	5	5	40
38.	5	4	5	5	5	5	29	5	4	5	4	5	5	5	5	38
39.	4	5	4	5	4	5	27	4	5	4	4	5	4	5	4	35
40.	5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	5	5	5	5	5	40
41.	5	5	5	5	4	5	29	5	5	3	5	3	5	5	5	36
42.	5	5	5	5	5	5	30	5	5	4	5	5	4	5	5	38
43.	5	5	5	5	4	5	29	4	4	4	4	4	4	4	4	32
44.	4	4	4	4	4	4	24	5	5	5	5	5	5	5	5	40
45.	5	5	5	5	5	5	30	5	4	5	5	5	5	5	5	39
46.	5	5	4	4	5	5	28	5	4	5	4	5	5	5	5	38
47.	5	5	5	4	5	5	29	5	5	5	5	5	5	5	5	40
48.	3	5	5	4	4	5	26	5	4	4	5	5	5	5	5	38
49.	5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	5	5	5	5	5	40
50.	4	4	4	4	4	4	24	5	3	4	4	5	5	5	5	36
51.	5	5	4	4	5	5	28	5	4	4	5	5	5	5	4	37
52.	5	5	5	5	5	5	30	4	5	3	5	5	4	5	5	36
53.	5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	5	5	5	5	5	40
54.	4	5	5	4	4	5	27	5	3	4	4	5	5	5	5	36
55.	4	5	5	5	5	5	29	5	5	5	5	5	5	5	5	40
56.	4	4	4	4	4	4	24	5	3	4	4	5	5	5	5	36
57.	5	5	5	5	5	5	30	4	4	4	4	4	4	4	4	32
58.	4	5	4	5	4	5	27	5	5	5	5	5	5	5	5	40
59.	5	4	4	4	4	4	25	4	5	5	5	4	5	5	5	38
60.	5	5	4	5	5	5	29	5	5	5	5	5	5	5	5	40
61.	5	5	5	5	5	5	30	4	5	4	4	5	5	5	4	36
62.	5	4	5	4	5	5	28	5	5	5	5	5	5	5	5	40
63.	4	4	5	5	4	4	26	5	3	4	4	4	4	4	4	32
64.	4	4	4	4	4	4	24	5	5	5	5	5	5	5	5	40
65.	3	5	5	5	5	5	28	4	4	4	4	4	4	4	4	32
66.	4	4	3	4	3	4	22	5	4	5	4	4	5	5	5	37
67.	4	3	5	5	5	5	27	5	5	5	4	5	4	5	5	38
68.	4	5	5	5	4	5	28	5	4	5	4	4	5	5	5	37
69.	5	5	5	5	4	5	29	5	5	5	5	5	5	5	4	39
70.	5	5	5	5	5	5	30	5	4	5	4	5	5	3	5	36

71.	5	4	5	4	5	5	28	3	3	3	3	3	3	3	3	24
72.	4	5	5	5	5	5	29	5	5	5	5	5	5	5	5	40
73.	4	4	4	4	4	4	24	4	5	4	5	5	4	5	5	37
74.	5	4	5	5	5	5	29	5	4	5	3	5	5	3	5	35
75.	5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	5	5	5	5	5	40
76.	5	5	5	3	5	4	27	5	5	5	5	5	4	5	5	39
77.	4	4	5	5	5	5	28	4	4	4	4	4	4	4	4	32
78.	4	4	4	4	4	4	24	5	5	5	5	5	5	5	5	40
79.	4	5	5	4	4	5	27	4	4	4	4	4	4	4	4	32
80.	5	4	5	5	5	5	29	5	5	5	5	5	5	5	5	40
81.	5	5	5	5	5	5	30	4	4	4	5	5	5	5	5	37
82.	4	4	4	4	4	4	24	4	4	5	5	5	5	5	5	38
83.	4	3	4	5	4	5	25	5	5	5	5	5	5	5	5	40
84.	5	4	3	4	5	4	25	5	4	5	4	4	4	4	4	34
85.	4	4	4	4	4	4	24	4	4	5	5	5	5	5	5	38
86.	5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	4	4	4	4	4	35
87.	4	4	4	4	4	4	24	5	4	4	4	5	5	4	5	36
88.	5	5	5	4	4	5	28	4	4	5	5	5	5	5	5	38
89.	3	5	3	5	3	5	24	4	4	4	4	3	4	3	4	30
90.	5	5	5	5	5	5	30	4	5	5	4	5	5	4	5	37
91.	4	4	4	4	4	4	24	5	5	5	5	5	5	5	5	40
92.	4	4	4	5	5	5	27	4	4	4	4	4	4	4	4	32
93.	4	5	5	4	5	5	28	4	5	4	5	5	5	5	5	38
94.	4	4	5	4	5	4	26	4	4	3	3	5	5	5	4	33
95.	5	5	4	5	4	5	28	5	4	4	4	4	5	5	5	36
96.	4	4	4	5	3	5	25	5	4	4	4	5	5	5	5	37
97.	5	5	5	3	5	5	28	5	5	5	5	5	5	5	5	40
98.	4	4	5	4	4	5	26	4	4	4	4	4	5	5	5	35
99.	4	4	4	5	5	5	27	5	5	5	5	5	5	5	5	40
100.	4	4	4	4	5	5	26	5	4	5	5	5	5	5	5	39
101.	5	4	4	5	4	5	27	4	4	4	4	4	4	4	4	32
102.	3	4	4	4	3	5	23	5	5	5	5	5	5	4	5	39
103.	4	5	5	5	5	5	29	3	3	3	3	4	3	3	3	25
104.	5	5	4	4	5	5	28	5	5	5	5	5	5	5	5	40
105.	5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	4	5	5	4	5	38
106.	4	4	4	4	4	4	24	3	3	4	2	4	2	4	2	24
107.	5	5	5	5	5	5	30	5	5	3	5	5	3	5	5	36
108.	4	5	5	4	5	5	28	4	4	4	4	4	4	4	4	32
109.	4	4	4	4	4	5	25	4	4	5	5	5	5	5	5	38

188.	4	5	4	4	4	5	26	4	3	4	4	4	4	4	5	32
189.	5	5	5	5	5	5	30	4	5	5	5	5	4	5	5	38
190.	5	5	5	3	5	4	27	5	5	5	5	5	4	4	4	37
191.	5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	5	4	5	5	5	39
192.	5	5	4	5	4	5	28	5	5	5	5	5	5	5	5	40
193.	4	4	4	4	4	4	24	4	3	5	5	5	5	5	5	37
194.	4	5	4	5	5	5	28	4	4	4	4	3	4	4	4	31
195.	4	5	4	5	4	4	26	4	5	4	4	5	5	5	5	37
196.	5	5	5	5	5	5	30	4	5	5	5	5	4	3	4	35
197.	4	5	5	5	4	5	28	4	5	5	4	5	5	4	4	36
198.	4	5	4	5	5	5	28	4	4	5	4	5	4	5	4	35
199.	5	5	5	5	5	5	30	4	5	5	4	5	4	4	5	36
200.	4	5	5	5	5	5	29	4	4	4	4	4	4	4	4	32
201.	5	4	5	4	4	5	27	5	4	5	4	5	5	3	5	36
202.	4	4	5	4	4	4	25	4	4	2	4	5	4	4	4	31
203.	5	5	5	5	5	5	30	4	5	5	4	5	5	5	5	38
204.	4	4	4	5	5	4	26	5	5	5	5	4	5	5	5	39
205.	5	5	5	5	5	5	30	4	4	4	4	4	4	4	4	32
206.	4	5	5	4	4	5	27	4	5	4	5	4	4	5	4	35
207.	5	4	4	4	5	4	26	5	5	5	5	5	5	5	5	40
208.	5	5	5	5	5	5	30	5	5	4	5	4	5	5	5	38
209.	4	4	4	4	4	4	24	4	4	5	4	5	5	4	5	36
210.	4	5	5	5	4	5	28	4	5	5	5	4	5	5	5	38
211.	5	4	4	4	5	4	26	4	5	4	5	4	5	4	5	36
212.	4	4	5	4	5	5	27	5	4	5	5	5	4	5	5	38
213.	4	4	4	4	4	4	24	5	5	5	5	4	5	5	5	39
214.	5	5	5	5	5	5	30	5	4	4	5	4	5	5	5	37
215.	4	4	4	4	4	4	24	4	5	5	5	5	5	4	5	38
216.	4	3	4	5	4	5	25	4	5	4	5	4	5	5	4	36
217.	3	5	4	4	5	5	26	5	5	5	5	5	5	5	5	40
218.	5	5	5	3	5	3	26	5	4	5	5	4	5	5	5	38
219.	5	5	5	5	5	5	30	5	4	5	4	5	4	5	5	37
220.	5	4	5	5	5	5	29	5	5	4	4	4	4	5	5	36
221.	4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	4	4	4	4	32
222.	5	5	5	4	5	5	29	4	5	4	5	5	5	4	5	37
223.	4	4	4	4	4	5	25	5	5	4	5	5	5	5	5	39
224.	4	5	4	5	4	4	26	3	5	5	2	5	5	3	5	33
225.	4	4	4	4	4	4	24	4	5	5	4	5	5	5	5	38
226.	4	4	5	5	5	4	27	4	5	4	4	5	5	4	5	36

227.	4	5	4	5	4	4	26	5	5	5	5	5	5	5	5	40
228.	5	5	5	5	5	5	30	4	4	4	4	4	4	5	5	34
229.	4	4	4	5	4	4	25	4	4	4	4	4	5	5	5	35
230.	5	5	5	5	5	4	29	5	5	5	5	3	5	4	5	37
231.	4	4	5	4	5	4	26	5	5	5	5	5	5	5	5	40
232.	5	5	5	5	4	5	29	5	4	5	4	5	5	5	5	38
233.	4	4	4	4	4	4	24	5	5	4	5	4	4	5	5	37
234.	4	5	4	4	5	5	27	5	5	5	5	5	5	4	5	39
235.	4	5	4	5	5	5	28	5	5	5	5	5	5	5	5	40
236.	4	4	4	5	4	5	26	5	5	4	5	5	5	3	4	36
237.	5	5	5	5	4	4	28	5	4	4	5	5	5	5	5	38
238.	4	4	4	4	4	4	24	5	4	5	4	4	4	4	4	34
239.	5	5	5	5	5	5	30	4	4	4	5	5	4	5	5	36
240.	4	5	4	4	5	5	27	5	5	4	5	4	4	5	5	37
241.	5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	4	3	5	4	5	36
242.	4	4	4	4	4	4	24	4	5	4	5	5	5	5	5	38
243.	4	5	5	3	5	5	27	4	5	5	4	5	5	4	5	37
244.	4	5	4	3	5	4	25	5	5	5	5	5	5	5	5	40
245.	4	4	4	4	5	5	26	4	5	4	5	4	5	5	5	37
246.	4	3	4	4	5	4	24	5	4	5	4	5	5	5	5	38
247.	5	4	4	5	4	5	27	4	4	4	5	5	4	5	5	36
248.	4	5	5	3	4	5	26	5	5	5	5	5	5	5	5	40
249.	4	5	5	4	5	4	27	4	5	5	4	5	5	5	5	38
250.	5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	5	5	5	5	5	40
251.	5	5	4	5	5	5	29	4	5	5	4	4	5	5	5	37
252.	4	4	4	4	4	4	24	4	4	5	5	4	4	3	4	33
253.	5	4	4	5	5	4	27	5	5	5	5	4	3	5	4	36
254.	5	5	5	5	5	5	30	4	5	4	5	4	4	4	4	34
255.	4	4	5	5	4	5	27	4	5	4	4	5	5	4	4	35
256.	4	4	4	4	4	4	24	5	4	5	4	5	5	5	5	38
257.	5	4	4	4	5	5	27	5	5	5	4	4	5	5	5	38
258.	4	3	3	3	5	4	22	4	4	4	5	5	5	5	5	37
259.	4	5	5	5	4	5	28	5	5	5	5	5	5	5	5	40
260.	4	5	4	5	4	4	26	4	4	4	4	4	4	4	5	33
261.	4	5	4	4	4	4	25	5	4	5	5	4	5	5	4	37
262.	4	4	3	4	3	4	22	5	3	4	5	4	4	5	5	35
263.	4	5	5	5	4	5	28	3	4	5	4	4	5	5	5	35
264.	4	5	3	5	5	5	27	5	5	5	5	5	5	5	5	40
265.	3	5	5	4	3	5	25	4	5	5	5	5	5	5	4	38

266.	4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	3	5	3	5	3	31
267.	4	5	4	5	4	5	27	4	5	5	4	5	4	5	5	37
268.	5	5	5	5	4	4	28	4	5	5	5	5	5	5	5	39
269.	4	5	4	5	4	5	27	4	5	4	5	5	4	5	5	37
270.	4	5	5	4	5	5	28	4	4	4	4	4	4	4	4	32
271.	4	4	4	4	4	4	24	4	4	5	4	5	4	5	5	36
272.	5	4	5	4	4	5	27	4	5	4	5	5	5	4	5	37
273.	4	5	5	5	5	4	28	5	5	5	5	5	5	5	5	40
274.	4	5	5	4	5	5	28	4	4	4	4	4	5	5	4	34
275.	4	4	4	5	3	4	24	5	5	5	5	5	5	5	5	40
276.	4	5	5	4	4	4	26	5	4	5	4	5	4	5	5	37
277.	5	5	5	5	5	5	30	5	4	5	4	5	5	3	5	36
278.	4	5	5	5	5	5	29	5	4	4	5	5	5	5	5	38
279.	5	4	4	4	4	5	26	5	4	5	4	5	5	5	5	38
280.	5	4	4	5	4	5	27	4	4	4	4	4	4	4	4	32
281.	5	5	5	4	5	4	28	4	5	4	4	4	5	3	3	32
282.	4	4	4	4	5	5	26	5	4	4	5	4	4	5	5	36
283.	4	4	5	5	5	4	27	4	4	5	4	5	4	5	4	35
284.	4	5	4	4	4	5	26	5	4	3	5	4	4	4	5	34
285.	5	5	5	5	5	5	30	4	4	4	4	5	4	5	5	35
286.	5	5	5	5	5	5	30	5	2	5	5	4	4	3	5	33
287.	4	3	4	3	4	3	21	4	4	4	4	4	4	4	4	32
288.	4	4	5	4	5	5	27	5	5	5	5	5	5	5	5	40
289.	4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	4	4	4	4	32
290.	4	4	5	5	5	4	27	4	5	4	4	5	5	4	5	36
291.	5	5	5	5	5	5	30	4	5	5	5	5	5	5	5	39
292.	5	5	5	4	5	5	29	4	4	4	4	4	4	4	4	32
293.	4	5	5	5	4	5	28	4	3	5	4	5	4	5	5	35
294.	5	4	5	5	5	3	27	4	3	4	5	5	4	4	4	33
295.	4	5	4	5	4	4	26	5	4	4	5	5	4	4	5	36
296.	5	5	5	5	5	5	30	5	4	4	4	5	5	4	4	35
297.	5	5	5	4	4	5	28	5	5	5	5	5	5	5	5	40
298.	4	4	5	5	4	4	26	4	5	1	4	5	2	4	5	30
299.	4	5	4	4	5	4	26	4	4	4	4	4	4	4	4	32
300.	4	4	4	4	4	5	25	4	5	4	5	4	5	5	5	37
301.	5	5	4	5	4	5	28	5	5	5	5	5	5	5	5	40
302.	4	4	3	4	5	5	25	5	4	5	3	5	4	3	3	32
303.	5	5	5	4	5	5	29	4	4	4	3	4	4	4	4	31
304.	5	5	5	5	5	5	30	5	4	4	5	5	4	5	5	37

305.	5	4	4	4	5	5	27	5	5	4	5	3	5	3	5	35
306.	5	5	5	5	5	4	29	5	4	5	4	5	4	5	5	37
307.	4	5	4	5	4	5	27	4	5	5	4	5	5	4	5	37
308.	4	5	4	5	5	4	27	4	5	4	5	4	5	5	5	37
309.	4	4	4	4	4	4	24	4	5	5	5	4	4	4	5	36
310.	4	5	5	4	5	5	28	4	4	4	4	4	4	4	4	32
311.	5	5	5	5	5	5	30	5	4	5	4	5	4	5	5	37
312.	4	5	5	3	5	5	27	5	4	5	4	5	4	4	5	36
313.	5	4	5	5	3	4	26	5	5	4	4	5	5	5	5	38
314.	4	5	5	5	5	4	28	5	3	4	4	5	5	4	5	35
315.	4	5	4	5	5	4	27	4	4	5	4	4	4	4	4	33
316.	4	5	5	4	5	5	28	4	4	4	4	5	4	5	5	35
317.	5	5	5	5	5	5	30	5	4	5	5	5	5	5	5	39
318.	5	4	4	4	4	4	25	4	3	5	4	4	5	5	5	35
319.	4	4	5	5	4	5	27	5	4	5	5	5	4	5	5	38
320.	4	4	5	5	4	4	26	5	4	5	5	4	5	4	5	37
321.	5	5	5	5	5	5	30	5	4	5	5	4	5	5	4	37
322.	4	5	5	4	5	5	28	4	4	4	5	4	4	2	4	31
323.	3	4	5	4	4	5	25	4	5	5	4	5	4	5	1	33
324.	5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	3	4	5	2	3	32
325.	4	5	4	4	4	5	26	4	5	4	5	5	5	4	5	37
326.	4	4	4	5	5	5	27	4	5	4	3	5	4	4	2	31
327.	4	4	4	4	4	4	24	5	4	4	5	5	3	5	3	34
328.	4	5	5	4	5	5	28	4	4	4	4	4	4	4	4	32
329.	4	3	4	3	4	5	23	4	4	4	4	4	4	5	5	34
330.	3	5	4	5	4	5	26	5	5	5	5	5	5	5	5	40
331.	4	3	5	5	4	4	25	4	4	5	4	5	4	5	5	36
332.	5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	4	5	5	5	5	39
333.	5	4	4	4	4	5	26	5	4	5	4	5	5	4	5	37
334.	5	4	4	5	4	5	27	5	4	5	4	4	5	5	5	37
335.	5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	5	5	5	5	5	40
336.	5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	5	5	5	5	5	40
337.	4	4	4	4	5	5	26	4	5	4	5	4	5	4	5	36
338.	4	4	5	5	5	4	27	5	5	5	5	5	4	5	5	39
339.	4	5	4	4	4	5	26	4	4	5	5	5	5	5	4	37
340.	5	5	5	5	5	5	30	5	5	4	5	5	5	5	4	38
341.	5	5	5	5	5	5	30	4	5	5	5	4	4	5	5	37
342.	5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	5	5	5	5	5	40
343.	4	3	4	3	4	3	21	4	4	3	4	5	4	4	5	33

383.	4	5	5	4	5	5	28	4	5	4	4	5	5	4	5	36
384.	3	4	5	4	4	5	25	4	4	5	5	5	5	5	5	38
385.	5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	5	5	5	5	5	40
386.	5	5	5	5	5	5	30	4	5	4	4	5	5	5	4	36
387.	4	4	4	4	5	5	26	4	4	4	5	3	5	2	5	32
388.	5	5	4	4	5	5	28	4	4	4	4	4	4	4	4	32
389.	5	5	5	5	5	5	30	4	5	4	5	4	5	5	4	36
390.	4	5	4	5	3	3	24	5	4	4	3	4	5	5	4	34
391.	5	4	5	4	5	5	28	4	5	5	5	4	4	5	5	37
392.	5	4	5	3	4	5	26	4	5	4	5	4	4	5	4	35
393.	4	3	4	4	4	3	22	5	4	4	4	4	4	4	4	33
394.	4	4	4	4	4	4	24	4	5	5	4	5	4	4	5	36
395.	4	4	4	4	4	5	25	4	5	5	5	5	5	5	4	38
396.	5	5	5	5	4	5	29	4	4	4	4	4	4	4	4	32
397.	3	4	3	4	4	3	21	4	5	4	4	3	4	5	5	34
398.	5	5	5	5	4	5	29	4	5	4	5	4	4	5	4	35
399.	4	4	4	4	4	5	25	4	5	4	4	5	4	3	5	34
400.	4	5	4	5	4	5	27	5	5	4	5	4	5	3	5	36

Lampiran 3.2 Tabulasi Data Persepsi Risiko (X3) dan Minat Menggunakan (Y)

No. T	Persepsi Risiko						Total X3	Minat Menggunakan								Total Y
	X3. 1	X3. 2	X3. 3	X3. 4	X3. 5	X3. 6		Y. 1	Y. 2	Y. 3	Y. 4	Y. 5	Y. 6	Y. 7	Y. 8	
1.	5	4	4	5	4	5	27	5	4	4	5	4	4	4	4	34
2.	4	3	5	3	4	5	24	5	3	5	4	3	5	4	3	32
3.	3	4	4	5	5	5	26	5	4	4	4	5	3	3	5	33
4.	2	2	2	2	2	2	12	4	4	4	4	4	4	4	4	32
5.	2	4	4	4	4	3	21	4	4	4	3	4	4	4	4	31
6.	4	5	4	5	4	5	27	4	5	4	4	5	4	4	4	34
7.	3	3	4	3	3	4	20	4	4	4	4	3	4	4	4	31
8.	5	5	4	5	4	5	28	4	5	4	4	5	4	5	5	36
9.	5	5	5	4	5	5	29	4	4	3	3	5	5	5	5	34
10.	4	5	4	5	5	4	27	4	5	4	5	4	5	5	4	36
11.	4	4	4	4	4	4	24	5	4	4	4	5	5	5	5	37
12.	4	4	4	5	5	4	26	4	4	4	4	4	4	4	4	32
13.	4	5	4	4	4	4	25	5	5	4	4	5	4	5	4	36
14.	4	5	4	4	5	4	26	5	4	5	4	4	5	5	4	36
15.	4	4	4	4	4	2	22	4	4	4	4	4	4	4	4	32
16.	2	5	5	5	5	5	27	5	5	4	4	4	4	4	4	34

17.	3	4	3	3	4	2	19	4	3	3	4	4	4	4	3	29
18.	4	1	1	1	1	1	9	4	4	4	4	4	5	5	4	34
19.	4	5	5	4	4	4	26	4	5	4	4	4	4	4	4	33
20.	4	4	4	4	4	4	24	4	5	4	4	3	5	5	5	35
21.	4	4	4	5	5	5	27	4	5	4	5	5	5	4	5	37
22.	4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	5	4	4	4	33
23.	5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	5	5	5	5	5	40
24.	5	4	5	3	5	5	27	5	4	5	5	5	5	5	5	39
25.	4	4	4	4	4	4	24	4	5	5	5	5	4	5	5	38
26.	4	5	4	5	5	4	27	4	4	5	4	5	4	4	5	35
27.	5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	5	4	5	5	5	39
28.	5	5	5	4	4	5	28	5	5	5	5	5	5	5	5	40
29.	5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	4	5	5	4	5	38
30.	5	4	5	4	4	5	27	4	4	4	4	4	4	4	4	32
31.	4	4	4	4	4	4	24	5	5	5	5	5	5	5	5	40
32.	4	5	4	5	4	5	27	5	5	5	5	5	5	5	4	39
33.	5	5	4	4	5	5	28	4	5	5	5	5	5	4	5	38
34.	5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	5	5	5	5	5	40
35.	5	5	4	4	4	5	27	5	5	5	5	4	5	5	5	39
36.	5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	5	5	5	5	5	40
37.	4	5	4	5	4	5	27	5	5	4	4	5	4	4	5	36
38.	4	4	4	4	4	4	24	4	4	5	4	4	4	4	4	33
39.	5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	5	5	5	5	5	40
40.	5	5	5	5	5	5	30	5	5	4	5	5	5	4	5	38
41.	4	4	5	5	5	5	28	4	5	4	4	5	5	5	5	37
42.	5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	5	5	5	5	5	40
43.	4	4	4	5	4	5	26	4	5	4	4	4	5	4	4	34
44.	4	4	5	4	5	5	27	4	5	4	4	4	5	5	4	35
45.	5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	5	5	5	5	5	40
46.	5	5	5	4	5	4	28	4	5	5	5	5	4	4	4	36
47.	4	4	5	2	5	4	24	5	4	4	5	4	4	5	4	35
48.	5	4	4	5	4	5	27	5	5	5	4	4	5	4	4	36
49.	5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	5	5	5	5	5	40
50.	4	4	4	5	5	4	26	4	4	4	5	5	4	4	4	34
51.	5	5	4	5	5	5	29	4	4	5	5	5	5	4	4	36
52.	5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	5	5	5	5	5	40
53.	5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	5	5	5	5	5	40
54.	5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	4	4	4	5	5	37
55.	4	5	4	5	5	5	28	5	5	5	5	3	4	5	4	36

56.	4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	4	4	4	4	32
57.	5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	5	5	5	5	5	40
58.	5	4	5	5	5	5	29	4	4	5	5	5	5	5	5	38
59.	5	4	4	4	5	5	27	5	4	4	5	4	4	5	4	35
60.	4	4	5	5	4	5	27	5	5	4	5	4	5	5	5	38
61.	4	4	4	5	5	5	27	5	4	4	5	5	4	5	5	37
62.	4	4	4	3	5	4	24	4	4	4	4	5	4	5	5	35
63.	4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	4	4	4	4	32
64.	4	4	4	4	4	4	24	5	5	5	5	5	4	5	4	38
65.	5	4	4	5	5	5	28	4	5	4	4	5	4	5	5	36
66.	4	4	4	4	4	4	24	4	5	5	4	5	5	5	5	38
67.	4	3	5	5	5	3	25	4	4	3	4	3	5	5	5	33
68.	4	4	4	5	5	5	27	5	5	5	5	5	5	5	5	40
69.	4	5	5	5	4	5	28	5	5	4	4	5	4	5	5	37
70.	5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	5	5	5	5	5	40
71.	4	4	4	4	4	4	24	4	5	5	4	4	4	4	4	34
72.	4	4	5	5	4	5	27	5	5	5	5	5	5	5	5	40
73.	4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	4	4	4	4	32
74.	2	4	4	4	4	4	22	4	4	4	4	5	5	5	5	36
75.	5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	5	5	5	5	5	40
76.	5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	4	5	4	5	5	38
77.	4	5	4	5	4	5	27	5	5	5	5	5	5	5	5	40
78.	4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	4	4	4	4	32
79.	5	5	5	5	5	5	30	5	5	4	5	4	5	5	5	38
80.	4	4	4	4	4	4	24	5	5	5	4	4	4	4	4	35
81.	5	5	5	3	5	5	28	4	5	5	5	4	4	5	5	37
82.	4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	5	4	4	4	4	33
83.	4	4	4	4	4	4	24	4	5	4	4	5	4	4	4	34
84.	4	4	4	4	4	4	24	3	4	4	3	4	4	5	4	31
85.	4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	4	4	4	4	32
86.	5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	5	5	5	5	5	40
87.	4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	4	4	4	4	32
88.	5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	5	5	5	5	5	40
89.	5	5	5	5	5	5	30	3	5	5	5	4	5	5	3	35
90.	5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	5	5	5	5	5	40
91.	4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	4	4	4	4	32
92.	4	4	4	4	4	5	25	4	5	5	4	5	5	5	5	38
93.	4	4	4	5	5	5	27	5	4	4	4	4	5	4	5	35
94.	4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	3	4	4	4	4	31

173.	4	5	5	5	5	4	28	5	5	4	4	5	5	4	5	37
174.	5	4	5	5	5	4	28	5	5	5	5	5	4	5	4	38
175.	5	5	4	5	4	5	28	4	5	5	4	5	5	5	5	38
176.	4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	4	4	4	4	32
177.	4	5	4	4	5	5	27	5	5	5	5	5	5	4	5	39
178.	4	5	5	5	5	5	29	4	4	4	5	5	4	5	5	36
179.	5	5	5	5	5	5	30	4	5	5	5	4	5	5	5	38
180.	4	4	4	4	5	5	26	4	5	4	5	5	5	3	4	35
181.	4	4	4	4	4	4	24	4	5	5	5	5	5	5	5	39
182.	5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	5	5	5	5	5	40
183.	4	5	5	5	4	5	28	4	5	5	5	5	4	4	4	36
184.	4	5	5	5	4	5	28	4	5	5	4	5	4	5	5	37
185.	5	4	3	5	4	5	26	4	5	4	5	5	5	5	5	38
186.	5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	5	5	5	5	5	40
187.	5	4	5	5	5	5	29	5	5	5	4	5	5	5	5	39
188.	4	5	3	4	4	5	25	5	5	5	4	5	5	4	5	38
189.	4	5	5	4	5	5	28	5	5	4	5	5	5	5	5	39
190.	5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	4	5	5	4	5	38
191.	5	5	5	5	4	5	29	5	5	5	5	5	5	5	5	40
192.	4	5	5	5	5	3	27	4	5	4	5	4	5	5	4	36
193.	4	4	5	5	4	4	26	4	5	5	5	5	5	5	4	38
194.	4	4	5	4	5	5	27	4	5	5	5	5	5	5	5	39
195.	4	5	5	5	4	5	28	4	5	4	5	4	5	5	5	37
196.	4	5	4	5	4	5	27	5	5	4	5	5	4	4	4	36
197.	4	5	5	4	4	4	26	4	5	4	4	5	5	4	4	35
198.	5	4	5	5	4	5	28	5	5	5	4	5	4	5	4	37
199.	5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	5	5	5	5	5	40
200.	4	5	4	5	5	5	28	5	4	5	4	5	5	4	4	36
201.	5	5	5	4	4	4	27	4	5	5	5	4	5	3	5	36
202.	4	5	4	5	5	5	28	5	4	4	5	5	5	5	5	38
203.	5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	5	5	5	5	5	40
204.	4	5	4	5	5	5	28	4	5	5	5	5	5	5	5	39
205.	5	5	5	5	5	4	29	4	5	5	5	5	5	5	5	39
206.	4	5	4	4	5	5	27	5	4	5	5	5	4	4	4	36
207.	5	5	4	5	4	5	28	5	4	5	5	5	5	5	4	38
208.	5	4	4	5	5	5	28	5	5	4	5	5	5	5	5	39
209.	4	4	4	5	5	5	27	4	5	5	4	5	5	5	5	38
210.	5	5	5	5	5	4	29	5	4	5	5	4	5	4	5	37
211.	5	5	5	4	5	5	29	5	4	5	5	5	5	4	5	38

290.	4	5	4	5	4	5	27	5	4	4	4	5	4	4	4	34
291.	5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	5	5	5	5	5	40
292.	4	4	5	5	4	4	26	5	5	4	4	4	5	4	5	36
293.	5	5	4	4	5	3	26	4	5	5	4	4	5	5	5	37
294.	5	4	4	5	4	5	27	5	4	5	4	5	4	4	5	36
295.	4	5	4	5	5	3	26	5	4	4	5	5	5	5	5	38
296.	5	5	5	5	4	5	29	4	5	4	4	5	5	5	4	36
297.	5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	5	5	5	5	5	40
298.	5	3	4	5	3	5	25	4	5	5	3	5	5	4	4	35
299.	4	4	5	5	5	4	27	4	4	5	5	4	4	3	5	34
300.	4	4	5	4	5	4	26	5	4	5	5	4	5	4	4	36
301.	4	5	5	5	4	4	27	4	5	3	5	5	5	5	4	36
302.	4	4	5	4	5	4	26	4	5	4	5	5	4	5	4	36
303.	5	4	4	5	4	5	27	4	5	4	5	4	5	5	3	35
304.	5	4	5	5	4	4	27	5	4	5	5	5	5	4	5	38
305.	4	5	5	5	5	4	28	5	5	5	5	4	5	5	5	39
306.	4	5	4	5	5	5	28	4	3	5	5	5	4	5	5	36
307.	5	4	5	5	4	5	28	5	5	4	5	4	5	5	4	37
308.	5	4	5	4	5	4	27	5	5	4	5	5	5	5	5	39
309.	4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	4	4	4	4	32
310.	4	5	4	5	4	5	27	5	5	4	5	5	5	5	5	39
311.	5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	5	5	5	5	5	40
312.	5	3	5	5	3	5	26	5	5	5	5	5	5	5	5	40
313.	5	5	5	4	5	5	29	5	5	5	5	5	5	5	5	40
314.	5	4	5	4	5	4	27	5	4	5	4	5	4	5	4	36
315.	4	4	5	5	4	5	27	4	5	4	5	4	5	5	5	37
316.	5	4	5	4	4	5	27	5	4	4	5	5	4	5	4	36
317.	5	5	5	5	5	5	30	5	4	5	5	5	5	5	5	39
318.	5	4	4	5	4	5	27	4	4	5	5	5	5	5	5	38
319.	4	5	3	5	4	2	23	4	5	5	4	5	4	5	4	36
320.	4	4	5	5	4	5	27	5	4	5	4	5	4	5	4	36
321.	4	5	5	5	5	5	29	5	4	5	5	5	5	5	5	39
322.	4	5	5	4	4	5	27	4	5	5	5	4	5	5	5	38
323.	4	5	5	5	4	4	27	4	5	4	5	4	5	4	5	36
324.	5	5	4	5	5	5	29	5	4	5	4	5	4	5	5	37
325.	5	4	5	4	4	4	26	4	5	4	4	5	4	4	4	34
326.	4	4	5	4	5	4	26	4	5	5	5	5	4	5	5	38
327.	4	4	4	4	4	5	25	4	4	4	4	4	4	4	4	32
328.	4	5	4	5	4	4	26	4	5	5	5	4	5	3	5	36

368.	4	5	4	5	5	5	28	4	4	4	5	5	5	5	5	37
369.	5	5	5	5	5	5	30	4	5	4	5	5	5	5	5	38
370.	4	4	4	4	4	4	24	5	5	4	5	5	5	5	4	38
371.	5	5	5	5	5	5	30	4	5	5	4	5	4	5	5	37
372.	5	5	5	5	5	5	30	4	5	4	5	5	5	5	5	38
373.	4	4	5	4	5	4	26	4	5	5	5	5	5	5	4	38
374.	4	5	5	5	5	5	29	4	5	4	5	4	5	5	5	37
375.	4	4	4	4	4	4	24	5	4	5	5	5	5	5	5	39
376.	5	5	5	5	5	5	30	5	5	4	5	4	4	5	5	37
377.	5	5	5	5	5	5	30	5	4	5	5	5	5	4	5	38
378.	4	4	4	4	4	4	24	5	5	4	5	4	5	5	4	37
379.	4	4	4	4	4	4	24	5	4	5	4	5	5	5	5	38
380.	4	4	4	4	4	4	24	5	5	5	5	5	5	5	5	40
381.	4	4	4	4	4	4	24	5	5	4	4	5	5	4	5	37
382.	5	4	4	4	4	4	25	5	5	5	5	5	4	5	4	38
383.	4	4	4	4	4	4	24	4	5	5	4	5	5	5	5	38
384.	4	4	4	4	4	5	25	4	4	4	4	4	4	4	4	32
385.	4	5	5	5	4	5	28	5	5	5	5	5	5	4	5	39
386.	5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	5	5	5	5	5	40
387.	5	4	4	4	4	4	25	4	4	4	5	5	5	5	5	37
388.	4	5	4	5	5	5	28	4	5	4	5	5	5	5	5	38
389.	5	5	5	5	5	4	29	5	5	4	5	5	5	5	4	38
390.	5	4	5	5	5	5	29	4	5	5	4	5	4	5	5	37
391.	5	4	4	5	4	5	27	5	4	4	5	4	4	4	4	34
392.	4	3	5	3	4	5	24	5	3	5	4	3	5	4	3	32
393.	3	4	4	5	5	5	26	5	4	4	4	5	3	3	5	33
394.	2	2	2	2	2	2	12	4	4	4	4	4	4	4	4	32
395.	2	4	4	4	4	3	21	4	4	4	3	4	4	4	4	31
396.	4	5	4	5	4	5	27	4	5	4	4	5	4	4	4	34
397.	3	3	4	3	3	4	20	4	4	4	4	3	4	4	4	31
398.	5	5	4	5	4	5	28	4	5	4	4	5	4	5	5	36
399.	5	5	5	4	5	5	29	4	4	3	3	5	5	5	5	34
400.	4	5	4	5	5	4	27	4	5	4	5	4	5	5	4	36

Lampiran 3.3 Rekap Hasil Pertanyaan Terbuka Persepsi Manfaat (X1)

Jumlah Responden	Jawaban
120 Responden	Menyatakan bahwa menggunakan <i>e-wallet</i> ShopeePay dapat menghemat waktu, lebih efisien, penggunaan yang cepat dan praktis, fleksibel, dan meningkatkan produktivitas,

155 Responden	Menyatakan bahwa penggunaan <i>e-wallet</i> ShopeePay dapat memudahkan transaksi sehari-hari, seperti transaksi online maupun offline, transfer ke sesama pengguna ataupun ke rekening bank lain, membeli pulsa dan paket data dengan harga murah, membayar tagihan listrik, membayar belanjaan di Shopee dan bisa melakukan transaksi dimanapun dan kapanpun.
81 Responden	Menyatakan bahwa melakukan transaksi menggunakan <i>e-wallet</i> ShopeePay bisa mendapatkan potongan harga, gratis ongkir biaya pengiriman, transfer bebas admin, dan menikmati promosi bulanan misalnya 8.8.
31 Responden	Menyatakan bahwa transaksi menggunakan <i>e-wallet</i> ShopeePay aman karena ada fitur memasukkan sidik jari atau pin terlebih dahulu sebelum melakukan pembayaran, dan dapat memantau pengeluaran karena riwayat transaksi tercatat oleh sistem.
13 Responden	Menyatakan bahwa penggunaan <i>e-wallet</i> ShopeePay dapat meminimalisir kesalahan pengembalian dan terhindar dari uang palsu.

Lampiran 3.4 Rekap Hasil Pertanyaan Terbuka Persepsi Kemudahan (X2)

Jumlah Responden	Jawaban
265 Responden	Menyatakan iya, karena kemudahan dapat mempengaruhi minat seseorang dalam menggunakan <i>e-wallet</i> ShopeePay.
6 Responden	Menyatakan dengan menggunakan <i>e-wallet</i> ShopeePay bisa melakukan transaksi pembayaran dimana saja dan kapan saja.
5 Responden	Menyatakan bahwa penggunaan <i>e-wallet</i> ShopeePay lebih fleksibel daripada uang tunai.
14 Responden	Menyatakan bahwa penggunaan <i>e-wallet</i> ShopeePay mudah dalam mengoperasikannya dan tidak memerlukan banyak usaha.
4 Responden	Menyatakan bahwa fitur-fitur <i>e-wallet</i> ShopeePay jelas dan mudah dipahami.
3 Responden	Menyatakan bahwa penggunaan <i>e-wallet</i> ShopeePay mudah karena dapat melakukan pembayaran non tunai tanpa harus datang langsung ke marketnya.
3 Responden	Menyatakan menggunakan <i>e-wallet</i> ShopeePay dengan mudah dalam penataan keuangan dan meningkatkan kemudahan akses terhadap informasi keuangan.

Lampiran 3.5 Rekap Hasil Pertanyaan Terbuka Persepsi Risiko (X3)

Jumlah Responden	Jawaban
330 Responden	Tidak ada/belum
53 Responden	Sistem kadang eror karena jaringan internet
5 Responden	Komplain mmbutuhkan waktu lama
2 Responden	Salo berkurang secara tiba-tiba dan uang yang sudah disetorkan tidak masuk.
7 Responden	Harus top up ke alfamart/indomart karena tidak memiliki m-banking.
1 Responden	Kualitas layanan yang belum maksimal
2 Responden	Riwayat transaksi yang tidak tercatat oleh sistem

Lampiran 3.6 Rekapitan Hasil Pertanyaan Terbuka Minat Menggunakan (Y)

Jumlah Responden	Jawaban
266 Responden	Faktor manfaat dan kemudahan
52 Responden	Praktis
20 Responden	Efisien waktu
5 Responden	Promosi, chasbak dan gratis ongkir
17 Responden	Fleksibel
30 Responden	Faktor keamanan
3 Responden	Rendahnya risiko
7 Responden	Faktor kepercayaan dan sikap penggunaan

Lampiran 4. Uji Validitas

Lampiran 4.1 Hasil Uji Validitas Persepsi Manfaat (X1)

Correlations								
		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1
X1.1	Pearson Correlation	1	.336**	.443**	.253**	.398**	.280**	.679**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	400	400	400	400	400	400	400
X1.2	Pearson Correlation	.336**	1	.426**	.359**	.314**	.389**	.707**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000	.000
	N	400	400	400	400	400	400	400
X1.3	Pearson Correlation	.443**	.426**	1	.258**	.405**	.365**	.726**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000	.000
	N	400	400	400	400	400	400	400
X1.4	Pearson Correlation	.253**	.359**	.258**	1	.156**	.259**	.583**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.002	.000	.000
	N	400	400	400	400	400	400	400
X1.5	Pearson Correlation	.398**	.314**	.405**	.156**	1	.325**	.648**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.002		.000	.000
	N	400	400	400	400	400	400	400
X1.6	Pearson Correlation	.280**	.389**	.365**	.259**	.325**	1	.648**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000		.000
	N	400	400	400	400	400	400	400
X1	Pearson Correlation	.679**	.707**	.726**	.583**	.648**	.648**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	400	400	400	400	400	400	400

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

Lampiran 4.2 Hasil Uji Validitas Persepsi Kemudahan (X2)

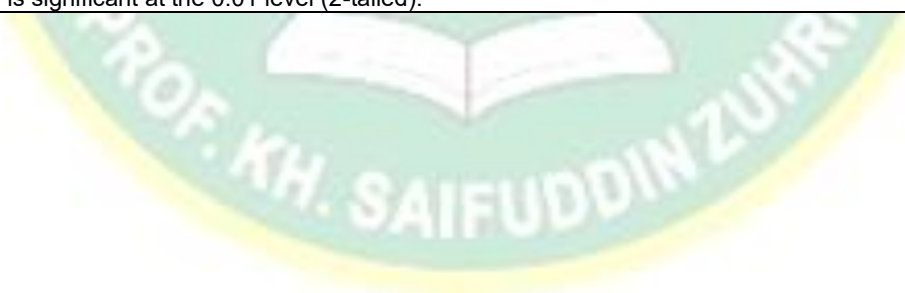
		Correlations								
		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	X2.7	X2.8	X2
X2.1	Pearson Correlation	1	.158**	.380**	.291**	.316**	.342**	.368**	.271**	.594**
	Sig. (2-tailed)		.002	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	400	400	400	400	400	400	400	400	400
X2.2	Pearson Correlation	.158**	1	.309**	.413**	.257**	.292**	.241**	.313**	.602**
	Sig. (2-tailed)	.002		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	400	400	400	400	400	400	400	400	400
X2.3	Pearson Correlation	.380**	.309**	1	.268**	.379**	.389**	.331**	.297**	.659**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	400	400	400	400	400	400	400	400	400
X2.4	Pearson Correlation	.291**	.413**	.268**	1	.162**	.297**	.399**	.463**	.648**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.001	.000	.000	.000	.000
	N	400	400	400	400	400	400	400	400	400
X2.5	Pearson Correlation	.316**	.257**	.379**	.162**	1	.253**	.354**	.312**	.594**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.001		.000	.000	.000	.000
	N	400	400	400	400	400	400	400	400	400
X2.6	Pearson Correlation	.342**	.292**	.389**	.297**	.253**	1	.341**	.364**	.638**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000
	N	400	400	400	400	400	400	400	400	400
X2.7	Pearson Correlation	.368**	.241**	.331**	.399**	.354**	.341**	1	.447**	.685**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000
	N	400	400	400	400	400	400	400	400	400
X2.8	Pearson Correlation	.271**	.313**	.297**	.463**	.312**	.364**	.447**	1	.680**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000
	N	400	400	400	400	400	400	400	400	400
X2	Pearson Correlation	.594**	.602**	.659**	.648**	.594**	.638**	.685**	.680**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	400	400	400	400	400	400	400	400	400

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

Lampiran 4.3 Hasil Uji Validitas Persepsi Risiko (X3)

		Correlations						
		X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X 3.5	X3.6	X3
X3.1	Pearson Correlation	1	.352**	.422**	.392**	.410**	.384**	.676**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	400	400	400	400	400	400	400
X3.2	Pearson Correlation	.352**	1	.411**	.566**	.530**	.442**	.756**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000	.000
	N	400	400	400	400	400	400	400
X3.3	Pearson Correlation	.422**	.411**	1	.377**	.507**	.457**	.721**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000	.000
	N	400	400	400	400	400	400	400
X3.4	Pearson Correlation	.392**	.566**	.377**	1	.402**	.514**	.747**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000	.000
	N	400	400	400	400	400	400	400
X3.5	Pearson Correlation	.410**	.530**	.507**	.402**	1	.408**	.739**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000	.000
	N	400	400	400	400	400	400	400
X3.6	Pearson Correlation	.384**	.442**	.457**	.514**	.408**	1	.737**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000		.000
	N	400	400	400	400	400	400	400
X3	Pearson Correlation	.676**	.756**	.721**	.747**	.739**	.737**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	400	400	400	400	400	400	400

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



Lampiran 4.4 Hasil Uji Validitas Minat Menggunakan (Y)

		Correlations								
		Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Y.5	Y.6	Y.7	Y.8	Y
Y.1	Pearson Correlation	1	.111*	.344**	.318**	.276**	.262**	.201**	.272**	.563**
	Sig. (2-tailed)		.027	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	400	400	400	400	400	400	400	400	400
Y.2	Pearson Correlation	.111*	1	.271**	.328**	.295**	.323**	.330**	.356**	.610**
	Sig. (2-tailed)	.027		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	400	400	400	400	400	400	400	400	400
Y.3	Pearson Correlation	.344**	.271**	1	.324**	.352**	.260**	.208**	.269**	.615**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	400	400	400	400	400	400	400	400	400
Y.4	Pearson Correlation	.318**	.328**	.324**	1	.237**	.347**	.288**	.274**	.635**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000
	N	400	400	400	400	400	400	400	400	400
Y.5	Pearson Correlation	.276**	.295**	.352**	.237**	1	.200**	.339**	.394**	.626**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000
	N	400	400	400	400	400	400	400	400	400
Y.6	Pearson Correlation	.262**	.323**	.260**	.347**	.200**	1	.307**	.331**	.612**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000
	N	400	400	400	400	400	400	400	400	400
Y.7	Pearson Correlation	.201**	.330**	.208**	.288**	.339**	.307**	1	.375**	.616**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000
	N	400	400	400	400	400	400	400	400	400
Y.8	Pearson Correlation	.272**	.356**	.269**	.274**	.394**	.331**	.375**	1	.660**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000
	N	400	400	400	400	400	400	400	400	400
Y	Pearson Correlation	.563**	.610**	.615**	.635**	.626**	.612**	.616**	.660**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	400	400	400	400	400	400	400	400	400
*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).										
**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).										

Lampiran 5. Uji Reliabilitas

Lampiran 5.1 Hasil Uji Reliabilitas Persepsi Manfaat (X1)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.747	6

Lampiran 5.2 Hasil Uji Reliabilitas Persepsi Kemudahan (X2)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.790	8

Lampiran 5.3 Hasil Uji Reliabilitas Persepsi Risiko (X3)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.824	6

Lampiran 5.4 Hasil Uji Reliabilitas Minat Menggunakan (Y)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.768	8

Lampiran 6. Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		400
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.91393116
Most Extreme Differences	Absolute	.042
	Positive	.042
	Negative	-.030
Test Statistic		.042
Asymp. Sig. (2-tailed)		.094 ^c
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		
c. Lilliefors Significance Correction.		

Lampiran 7. Hasil Uji Multikolinearitas

Coefficients ^a								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	11.705	1.364		8.582	.000		
	Persepsi Manfaat (X1)	.299	.051	.257	5.831	.000	.697	1.435
	Persepsi Kemudahan (X2)	.261	.039	.307	6.699	.000	.648	1.544
	Persepsi Risiko (X3)	.275	.040	.287	6.811	.000	.762	1.313

a. Dependent Variable: Minat Menggunakan (Y)

Lampiran 8. Hasil Uji Heteroskedastisitas

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.758	.260		2.912	.004
	Persepsi Manfaat (X1)	-.008	.010	-.049	-.813	.417
	Persepsi Kemudahan (X2)	-.001	.007	-.004	-.069	.945
	Persepsi Risiko (X3)	-.012	.008	-.093	-1.622	.106

a. Dependent Variable: ABS_RES

Lampiran 9. Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda, Uji Parsial (Uji t)

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	11.705	1.364		8.582	.000
	Persepsi Manfaat (X1)	.299	.051	.257	5.831	.000
	Persepsi Kemudahan (X2)	.261	.039	.307	6.699	.000
	Persepsi Risiko (X3)	.275	.040	.287	6.811	.000

a. Dependent Variable: Minat Menggunakan (Y)

Lampiran 10. Hasil Uji Simultan (Uji F)

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1260.800	3	420.267	113.866	.000 ^b
	Residual	1461.590	396	3.691		
	Total	2722.390	399			

a. Dependent Variable: Minat Menggunakan (Y)

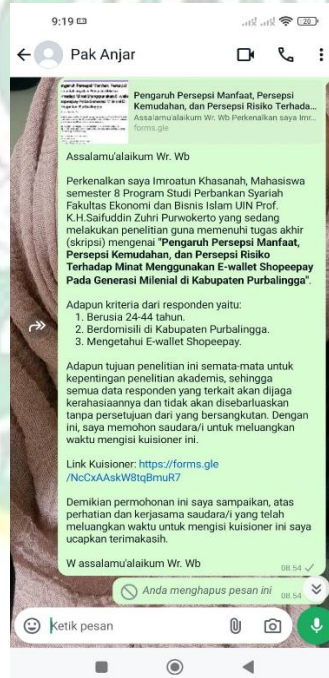
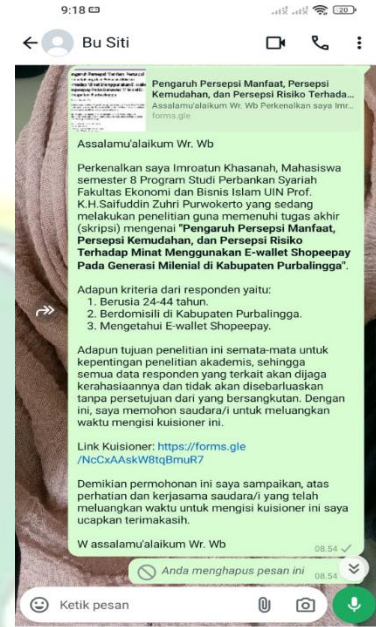
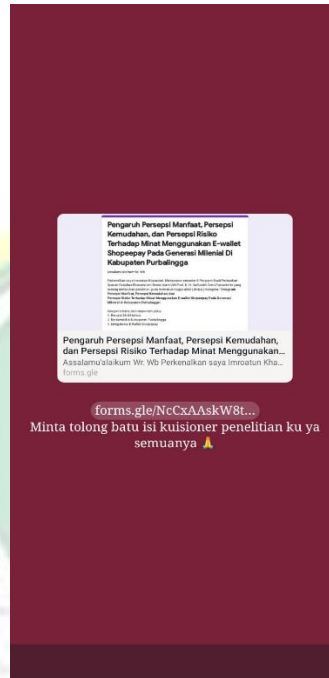
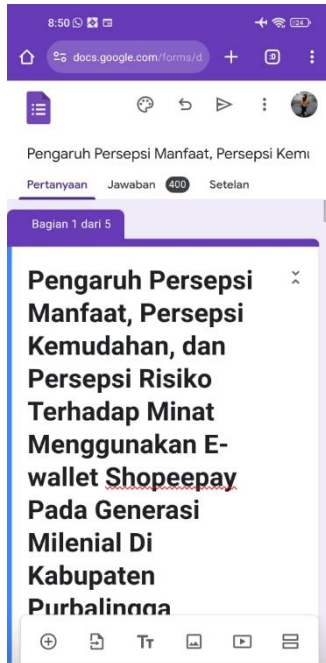
b. Predictors: (Constant), Persepsi Risiko (X3), Persepsi Manfaat (X1), Persepsi Kemudahan (X2)

Lampiran 11. Hasil Uji Koefisien Determinasi R^2

Model Summary^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.681 ^a	.463	.459	1.921
a. Predictors: (Constant), Persepsi Risiko (X3), Persepsi Manfaat (X1), Persepsi Kemudahan (X2)				
b. Dependent Variable: Minat Menggunakan (Y)				



Lampiran 12. Distribusi Kuisioner



Lampiran 13. r tabel, t tabel dan F table

DISTRIBUSI NILAI r_{tabel} SIGNIFIKANSI 5% dan 1%

N	The Level of Significance		N	The Level of Significance	
	5%	1%		5%	1%
3	0.997	0.999	38	0.320	0.413
4	0.950	0.990	39	0.316	0.408
5	0.878	0.959	40	0.312	0.403
6	0.811	0.917	41	0.308	0.398
7	0.754	0.874	42	0.304	0.393
8	0.707	0.834	43	0.301	0.389
9	0.666	0.798	44	0.297	0.384
10	0.632	0.765	45	0.294	0.380
11	0.602	0.735	46	0.291	0.376
12	0.576	0.708	47	0.288	0.372
13	0.553	0.684	48	0.284	0.368
14	0.532	0.661	49	0.281	0.364
15	0.514	0.641	50	0.279	0.361
16	0.497	0.623	55	0.266	0.345
17	0.482	0.606	60	0.254	0.330
18	0.468	0.590	65	0.244	0.317
19	0.456	0.575	70	0.235	0.306
20	0.444	0.561	75	0.227	0.296
21	0.433	0.549	80	0.220	0.286
22	0.432	0.537	85	0.213	0.278
23	0.413	0.526	90	0.207	0.267
24	0.404	0.515	95	0.202	0.263
25	0.396	0.505	100	0.195	0.256
26	0.388	0.496	125	0.176	0.230
27	0.381	0.487	150	0.159	0.210
28	0.374	0.478	175	0.148	0.194
29	0.367	0.470	200	0.138	0.181
30	0.361	0.463	300	0.113	0.148
31	0.355	0.456	400	0.098	0.128
32	0.349	0.449	500	0.088	0.115
33	0.344	0.442	600	0.080	0.105
34	0.339	0.436	700	0.074	0.097
35	0.334	0.430	800	0.070	0.091
36	0.329	0.424	900	0.065	0.086
37	0.325	0.418	1000	0.062	0.081

Tabel Distribusi Student t						
DF atau DK	uji satu sisi (one tailed)					
	0,25	0,1	0,05	0,025	0,01	0,005
	Uji dua sisi (two tailed)					
	0,5	0,2	0,1	0,05	0,02	0,01
364	0,675	1,284	1,649	1,967	2,337	2,589
365	0,675	1,284	1,649	1,966	2,337	2,589
366	0,675	1,284	1,649	1,966	2,337	2,589
367	0,675	1,284	1,649	1,966	2,337	2,589
368	0,675	1,284	1,649	1,966	2,337	2,589
369	0,675	1,284	1,649	1,966	2,336	2,589
370	0,675	1,284	1,649	1,966	2,336	2,589
371	0,675	1,284	1,649	1,966	2,336	2,589
372	0,675	1,284	1,649	1,966	2,336	2,589
373	0,675	1,284	1,649	1,966	2,336	2,589
374	0,675	1,284	1,649	1,966	2,336	2,589
375	0,675	1,284	1,649	1,966	2,336	2,589
376	0,675	1,284	1,649	1,966	2,336	2,589
377	0,675	1,284	1,649	1,966	2,336	2,589
378	0,675	1,284	1,649	1,966	2,336	2,589
379	0,675	1,284	1,649	1,966	2,336	2,589
380	0,675	1,284	1,649	1,966	2,336	2,589
381	0,675	1,284	1,649	1,966	2,336	2,589
382	0,675	1,284	1,649	1,966	2,336	2,589
383	0,675	1,284	1,649	1,966	2,336	2,589
384	0,675	1,284	1,649	1,966	2,336	2,589
385	0,675	1,284	1,649	1,966	2,336	2,589
386	0,675	1,284	1,649	1,966	2,336	2,589
387	0,675	1,284	1,649	1,966	2,336	2,589
388	0,675	1,284	1,649	1,966	2,336	2,589
389	0,675	1,284	1,649	1,966	2,336	2,589
390	0,675	1,284	1,649	1,966	2,336	2,588
391	0,675	1,284	1,649	1,966	2,336	2,588
392	0,675	1,284	1,649	1,966	2,336	2,588
393	0,675	1,284	1,649	1,966	2,336	2,588
394	0,675	1,284	1,649	1,966	2,336	2,588
395	0,675	1,284	1,649	1,966	2,336	2,588
396	0,675	1,284	1,649	1,966	2,336	2,588
397	0,675	1,284	1,649	1,966	2,336	2,588
398	0,675	1,284	1,649	1,966	2,336	2,588
399	0,675	1,284	1,649	1,966	2,336	2,588
400	0,675	1,284	1,649	1,966	2,336	2,588
401	0,675	1,284	1,649	1,966	2,336	2,588
402	0,675	1,284	1,649	1,966	2,336	2,588
403	0,675	1,284	1,649	1,966	2,336	2,588
404	0,675	1,284	1,649	1,966	2,336	2,588
405	0,675	1,284	1,649	1,966	2,336	2,588
406	0,675	1,284	1,649	1,966	2,336	2,588
407	0,675	1,284	1,649	1,966	2,336	2,588
408	0,675	1,284	1,649	1,966	2,336	2,588
409	0,675	1,284	1,649	1,966	2,335	2,588
410	0,675	1,284	1,649	1,966	2,335	2,588
411	0,675	1,284	1,649	1,966	2,335	2,588
412	0,675	1,284	1,649	1,966	2,335	2,588
413	0,675	1,284	1,649	1,966	2,335	2,588
414	0,675	1,284	1,649	1,966	2,335	2,588
415	0,675	1,284	1,649	1,966	2,335	2,588

Titik Presentase Distribusi F untuk Probabilitas = 0,05					
df untuk penyebut (N2)	df untuk pembilang (N1)				
	1	2	3	4	5
385	3.87	3.02	2.63	2.40	2.24
386	3.87	3.02	2.63	2.40	2.24
387	3.87	3.02	2.63	2.40	2.24
388	3.87	3.02	2.63	2.39	2.24
389	3.87	3.02	2.63	2.39	2.24
390	3.87	3.02	2.63	2.39	2.24
391	3.87	3.02	2.63	2.39	2.24
392	3.87	3.02	2.63	2.39	2.24
393	3.87	3.02	2.63	2.39	2.24
394	3.87	3.02	2.63	2.39	2.24
395	3.87	3.02	2.63	2.39	2.24
396	3.87	3.02	2.63	2.39	2.24
397	3.86	3.02	2.63	2.39	2.24
398	3.86	3.02	2.63	2.39	2.24
399	3.86	3.02	2.63	2.39	2.24
400	3.86	3.02	2.63	2.39	2.24



DAFTAR RIWAYAT HIDUP

A. Identitas Diri

1. Nama Lengkap : Imroatun Khasanah
2. NIM : 2017202232
3. Tempat/Tgl. Lahir : Purbalingga, 03 Mei 2003
4. Alamat Rumah : Desa Kaliori, Rt 13/03, Kec.
Karanganyar, Kab. Purbalingga.
5. Nama Orangtua
Nama Ayah : Musodik
Nama Ibu : Tursiyah

B. Riwayat Pendidikan

1. TK/PAUD : TK Pertiwi 1 Kaliori, 2008
2. SD/MI, tahun lulus : SD Negeri 2 Kaliori, 2014
2. SMP/MTS, tahun lulus : Mts Negeri 1 Purbalingga, 2017
3. SMA/MA, tahun lulus : SMA Ma'arif Karanganyar, 2020
4. S1, tahun masuk : Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi
dan Bisnis Islam, UIN Prof. K.H.
Saifuddin Zuhri Purwokerto, 2020

C. Pengalaman Organisasi

1. Ketua PMR Wira Sma Ma'arif Karanganyar.
2. Sekretaris II IPNU IPPNU Ranting Desa Kaliori.
3. Sekretaris II Creative Entrepreneur Organization Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
4. Departemen Administrasi IBM (Inkubator Bisnis Mahasiswa) FEBI Universitas Islam Negeri Prof.K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.

Purwokerto, 27 September 2024

Imroatun Khasanah

2017202232