



INNOVATIVE: Journal Of Social Science Research

Volume 3 Nomor 3 Tahun 2023 Page-3795-3804

E-ISSN 2807-4238 and P-ISSN 2807-4246

Website: <https://j-innovative.org/index.php/Innovative>

Pengaruh Persepsi Kemudahan dan Persepsi Manfaat Terhadap Minat Menggunakan E-wallet Shopeepay (Studi Kasus Pada Karyawan PT Sarana Utama Adimandiri)

Indah Sari Pratiwi^{1✉}, Dona Fitria², Burhanudin³

(1)(2) Pendidikan Ekonomi, Universitas Indraprasta PGRI

(3) Bimbingan Konseling Universitas Indraprasta PGRI

Email: indahsaripratiwi28@gmail.com[✉]

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh persepsi kemudahan dan persepsi manfaat terhadap minat menggunakan e-wallet ShopeePay oleh karyawan PT Sarana Utama Adimandiri. E-wallet ShopeePay adalah salah satu bentuk pembayaran digital yang semakin populer di Indonesia. Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi faktor-faktor yang mempengaruhi minat karyawan dalam menggunakan e-wallet ShopeePay. Metode penelitian yang digunakan adalah survei dengan menggunakan kuesioner yang disebarakan kepada karyawan PT Sarana Utama Adimandiri. Sampel penelitian terdiri dari karyawan yang aktif menggunakan e-wallet ShopeePay. Data yang dikumpulkan akan dianalisis menggunakan analisis regresi untuk menguji hipotesis penelitian. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman yang lebih baik tentang faktor-faktor yang mempengaruhi minat penggunaan e-wallet ShopeePay. Persepsi kemudahan dan persepsi manfaat diidentifikasi sebagai variabel independen yang mungkin berpengaruh terhadap minat penggunaan e-wallet ShopeePay. Implikasi dari penelitian ini adalah pentingnya meningkatkan persepsi kemudahan dan manfaat yang dirasakan oleh karyawan dalam menggunakan e-wallet ShopeePay. penelitian ini dapat memberikan kontribusi bagi perusahaan e-wallet ShopeePay dan PT Sarana Utama Adimandiri dalam memahami faktor-faktor yang mempengaruhi minat penggunaan e-wallet ShopeePay oleh karyawan. Dengan pemahaman yang lebih baik tentang persepsi kemudahan dan manfaat, perusahaan dapat mengembangkan strategi yang lebih efektif dalam meningkatkan penggunaan e-wallet ShopeePay dan meningkatkan kepuasan karyawan.

Kata Kunci: *Persepsi kemudahan, Persepsi manfaat, Minat, E-wallet ShopeePay*

Abstract

This study aims to analyze the effect of perceived convenience and perceived benefits on the intention to use the ShopeePay e-wallet by employees of PT Sarana Utama Adimandiri. The ShopeePay e-wallet is one of the increasingly popular forms of digital payment in Indonesia. This study aims to identify the factors that influence employee interest in using the ShopeePay e-wallet. The research method used was a survey using a questionnaire distributed to employees of PT Sarana Utama Adimandiri. The research sample consists of employees who actively use the ShopeePay e-wallet. The data collected will be analyzed using regression analysis to test the research hypothesis. The results of this study are expected to provide a better understanding of the factors that influence interest in using the ShopeePay e-wallet. Perceived convenience and perceived benefits are identified as independent variables that may influence interest in using the ShopeePay e-wallet. The implication of this research is the importance of increasing perceptions of the convenience and benefits felt by employees in using the ShopeePay e-wallet. This research can contribute to the ShopeePay e-wallet company and PT Sarana Utama Adimandiri in understanding the factors that influence employee interest in using the ShopeePay e-wallet. With a better understanding of perceived convenience and benefits, companies can develop more effective strategies to increase the use of the ShopeePay e-wallet and increase employee satisfaction.

Keyword: *Perceived convenience, Perceived benefits, Interest, ShopeePay E-wallet*

PENDAHULUAN

Di era digital saat ini, *e-wallet* dengan cepat mendapatkan popularitas sebagai cara pembayaran yang nyaman dan aman. Platform pembayaran digital ini, seperti *ShopeePay*, menawarkan kepada pengguna kemampuan untuk melakukan pembayaran dan transaksi hanya dengan beberapa ketukan di *smartphone* mereka. Meskipun kenyamanan *e-wallet* terbukti, penting untuk memahami faktor-faktor yang memengaruhi keinginan pengguna untuk mengadopsi dan menggunakan platform ini. Menurut beberapa penelitian, ada dua faktor utama yang memengaruhi minat dan niat pengguna untuk menggunakan *e-wallet*: persepsi kemudahan penggunaan dan manfaat yang dirasakan. Kemudahan penggunaan yang dirasakan mengacu pada persepsi individu tentang betapa mudahnya mempelajari dan menavigasi aplikasi *e-wallet*. Jika suatu aplikasi intuitif dan ramah pengguna, itu lebih cenderung mendorong pengguna untuk terus menggunakannya. Hal ini didukung oleh penelitian Rithmaya yang menemukan adanya pengaruh yang signifikan antara kemudahan penggunaan dan minat pengguna dalam menggunakan *e-wallet ShopeePay*. Perceived benefit, di sisi lain, mengacu pada keuntungan dan manfaat yang dirasakan pengguna akan diperoleh dari penggunaan dompet elektronik. Ini dapat mencakup faktor-faktor seperti kenyamanan, penghematan waktu, dan keamanan yang ditingkatkan dibandingkan dengan metode pembayaran tradisional. Beberapa penelitian telah menemukan hubungan positif antara manfaat yang dirasakan dan sikap terhadap penerimaan *e-wallet*. Sebagai contoh, Chandra et al., dalam studi mereka tentang E-Wallet Gopay, menemukan bahwa manfaat

yang dirasakan dan kemudahan penggunaan yang dirasakan secara signifikan mempengaruhi penerimaan e-wallet [1]. Dalam studi lain oleh Wijayanthi, para peneliti juga menemukan bahwa persepsi kegunaan dan sikap terhadap e-wallet berdampak signifikan terhadap penerimaan e-wallet. Selain itu, Susilo et al. menemukan bahwa kegunaan dan kenyamanan yang dirasakan merupakan faktor yang berpengaruh dalam kesukaan adopsi Gopay dan OVO E-wallet. Selanjutnya, Widodo et al. dan Hidayat dkk. memanfaatkan teori penerimaan dan penggunaan teknologi terpadu untuk mengidentifikasi faktor-faktor penting yang memengaruhi niat pengguna untuk mengadopsi e-wallet [1].

Selain itu, penting untuk mempertimbangkan faktor lain yang dapat mendorong pengguna baru untuk mengadopsi e-wallet. Faktor-faktor seperti dukungan pemerintah, persepsi risiko, dan pengaruh sosial juga telah diidentifikasi sebagai faktor potensial untuk mendorong pengguna baru mengadopsi e-wallet [2]. Dengan memasukkan faktor-faktor tambahan ini, para peneliti bertujuan untuk mengisi kesenjangan pengetahuan dan memberikan pemahaman yang komprehensif tentang apa yang memotivasi individu untuk menggunakan e-wallet. Selain itu, penelitian sebelumnya juga menyoroti pentingnya faktor-faktor seperti ekspektasi kinerja, ekspektasi upaya, pengaruh sosial, kondisi yang memfasilitasi, kebiasaan, keamanan, kepercayaan, dan risiko dalam adopsi e-wallet [3].

Penelitian ini berupaya untuk berkontribusi pada kumpulan pengetahuan yang ada dengan mengatasi beberapa kesenjangan pengetahuan dan memasukkan variabel tambahan seperti dukungan pemerintah, pengaruh sosial, dan risiko yang dirasakan. Dengan memeriksa variabel-variabel ini, makalah ini bertujuan untuk memberikan pemahaman yang komprehensif tentang motivasi dan hambatan yang mungkin dimiliki pengguna potensial ketika mengadopsi e-wallet. Pada akhirnya, dengan mengidentifikasi faktor-faktor ini, penelitian ini bertujuan untuk memberikan wawasan yang dapat menginformasikan strategi untuk mempromosikan adopsi e-wallet dan memfasilitasi transisi menuju masyarakat tanpa uang tunai.

Persepsi Kemudahan adalah konsep yang mengacu pada persepsi atau kesan individu tentang betapa mudahnya menggunakan suatu produk atau teknologi tertentu. Konsep ini memainkan peran penting dalam menentukan niat individu untuk menggunakan suatu produk atau teknologi, serta keseluruhan sikap mereka terhadap penerapannya [4]. Persepsi kemudahan penggunaan merupakan faktor penting dalam menentukan apakah individu percaya bahwa suatu teknologi atau produk dapat dengan mudah dipahami dan dimanfaatkan. Persepsi ini dipengaruhi oleh faktor-faktor seperti pengalaman individu sebelumnya dengan teknologi serupa, keakraban mereka dengan produk atau teknologi yang dimaksud, dan keyakinan mereka pada kemampuan mereka sendiri untuk menavigasi dan memanfaatkan teknologi secara efektif. Persepsi kemudahan penggunaan juga mempengaruhi sikap individu terhadap teknologi. Jika individu menganggap suatu teknologi mudah digunakan, mereka cenderung memiliki sikap positif terhadap penggunaannya.

Selanjutnya, persepsi kemudahan penggunaan memiliki dampak yang signifikan terhadap niat perilaku individu untuk menggunakan teknologi. Jika individu menganggap suatu teknologi mudah digunakan, mereka cenderung mengembangkan sikap positif terhadap penggunaannya. Sikap positif ini kemudian diterjemahkan menjadi niat yang lebih tinggi untuk benar-benar menggunakan teknologi dalam kehidupan sehari-hari.

Persepsi Kegunaan mengacu pada persepsi atau keyakinan individu tentang kegunaan dan manfaat suatu teknologi tertentu. Persepsi ini dipengaruhi oleh banyak faktor, seperti kebutuhan dan tujuan individu, ekspektasi mereka tentang bagaimana teknologi dapat mendukung atau meningkatkan tugas atau aktivitas mereka, dan keyakinan mereka tentang potensi hasil positif dari penggunaan teknologi. Ketika individu menganggap suatu teknologi bermanfaat, mereka cenderung mengembangkan sikap positif terhadap penggunaannya. Sikap positif ini kemudian cenderung mengarah pada niat dan motivasi yang lebih besar untuk menggunakan teknologi tersebut. Selain itu, persepsi kegunaan juga secara langsung mempengaruhi kepuasan individu dalam menggunakan teknologi. Ketika individu menganggap suatu teknologi bermanfaat dalam memenuhi kebutuhan dan tujuan mereka, mereka cenderung merasa puas dengan penerapannya. Persepsi kegunaan ini juga memainkan peran penting dalam perilaku penggunaan aktual individu. Penting bagi organisasi dan pengembang untuk memahami pentingnya persepsi individu tentang kegunaan dan kemudahan penggunaan saat merancang dan menerapkan teknologi baru. Dengan mempertimbangkan faktor-faktor ini dan merancang teknologi yang dianggap bermanfaat dan mudah digunakan, organisasi dapat meningkatkan kemungkinan individu menerima dan mengadopsi teknologi tersebut. Persepsi kegunaan merupakan faktor penting dalam menentukan penerimaan dan adopsi teknologi oleh individu [5].

Menurut model penerimaan teknologi, penentu utama niat perilaku seseorang untuk menggunakan suatu teknologi adalah persepsi mereka bahwa teknologi tersebut berguna dan mudah digunakan. Selain itu, persepsi ini juga sangat prediktif terhadap adopsi dan penggunaan teknologi. Persepsi kegunaan dan kemudahan penggunaan e-wallet ShopeePay dapat mempengaruhi minat individu untuk menggunakan layanan tersebut. Minat menggunakan e-wallet ShopeePay dapat dipengaruhi oleh persepsi kegunaan dan kemudahan penggunaannya. Kegunaan yang dirasakan dan kemudahan penggunaan e-wallet ShopeePay merupakan faktor penting yang dapat mempengaruhi minat individu dalam menggunakan layanan tersebut. Penelitian menunjukkan bahwa ketika individu menganggap teknologi berguna dan mudah digunakan, mereka cenderung memiliki sikap positif terhadapnya dan mengembangkan niat untuk menggunakannya. Oleh karena itu, sangat penting bagi penyedia e-wallet seperti ShopeePay untuk menyoroti manfaat dan kenyamanan layanan mereka kepada calon pengguna. Dengan berfokus untuk mengedukasi pengguna tentang berbagai fitur dan manfaat e-wallet ShopeePay, seperti transaksi cepat dan aman, pembayaran tanpa kerumitan, serta akses ke promosi dan diskon eksklusif,

Shopeepay dapat meningkatkan persepsi individu tentang kegunaannya. Selain itu, Shopeepay juga harus memprioritaskan peningkatan kemudahan penggunaan e-wallet mereka. Hal ini dapat dilakukan dengan merancang antarmuka yang ramah pengguna, memberikan instruksi dan panduan yang jelas tentang cara menggunakan e-wallet, dan menawarkan layanan dukungan bagi pengguna yang mungkin mengalami kesulitan. Dengan mengatasi faktor-faktor tersebut, Shopeepay dapat secara efektif meningkatkan minat dan niat individu untuk menggunakan e-wallet mereka.

METODE PENELITIAN

Desain penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah desain kuantitatif. Peneliti menggunakan desain kuantitatif karena pada penelitian kuantitatif ini dapat menjelaskan tingkah laku manusia yang diramalkan secara objektif melalui variabel-variabel yang diteliti dengan harapan hasil yang didapat akan sesuai dengan tujuan pada penelitian ini dan tidak menyimpang dari tujuan penelitian. Dengan menggunakan survey research, peneliti akan menggunakan kuesioner sebagai alat yang akan digunakan dalam pengambilan data.

Populasi dan Sampel

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya [6]. Populasi dari penelitian ini adalah karyawan PT Sarana Utama Adimandiri yang menggunakan ewallet Shopeepay sebanyak 114 Karyawan.

Tabel 1. Jumlah Karyawan Yang Menggunakan Ewallet Shopeepay

Departemen	Jumlah Karyawan
HRD & GA	10
QHSE	3
Enginering	31
Drafter	35
FAT	6
Project Control	6
Purchasing	8

Untuk menentukan jumlah sampel pada penelitian ini, dari 114 karyawan yang memenuhi kriteria akan dijadikan sampel dengan menggunakan rumus slovin sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1 + N(e)^2}$$

Diketahui:

n = Jumlah Sampel / Responden N = Jumlah Populasi

e = Nilai Kritis / batas kesalahan yang dapat ditoleransi (5%).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Sebelum melakukan analisis jalur, kami menilai normalitas, linieritas, dan keberadaan outlier. Uji normalitas residual dilakukan untuk menentukan distribusi data, yang sangat penting untuk pemanfaatannya dalam analisis statistik. Nilai signifikansi Shapiro-Wilk Sig lebih besar dari 0,05 akan menandakan bahwa data menunjukkan distribusi normal, sehingga memastikan kesesuaiannya untuk keperluan statistik. Sebaliknya, nilai signifikansi Shapiro-Wilk Sig di bawah 0,05 menunjukkan penyimpangan dari normalitas dalam data, yang menjamin kehati-hatian dalam penerapannya untuk analisis statistik.

Tabel 2. Hasil Uji Normalitas
Tests of Normality

	Shapiro-Wilk		
	Statistic	df	Sig.
Persepsi Kemudahan	.972	89	.053
Persepsi Manfaat	.973	89	.062
Minat Menggunakan	.973	89	.060

*. This is a lower bound of the true significance.

a. Lilliefors Significance Correction

Uji multikolinieritas digunakan untuk mengetahui apakah terjadi interkorelasi (kesamaan kuat) antar variabel independen. Model regresi yang baik ditandai dengan tidak terjadi interkorelasi antar variabel independen. Tolerance mengukur variabel - variabel independen yang terpilih yang tidak dijelaskan oleh variabel-variabel independen lainnya. Jadi nilai Tolerance yang rendah sama dengan nilai VIF tinggi. Nilai cutoff yang umum dipakai untuk menunjukkan adanya multikolinieritas adalah nilai $Tolerance > 0,10$ atau sama dengan nilai $VIF < 10$, maka tidak terjadi gejala multikolinieritas.

Tabel 3. Hasil Uji Multikolinieritas
Coefficients^a

Model		Unstandardized		Standardized		Collinearity Statistics		
		Coefficients	Std. Error	Coefficients	t	Sig.	Tolerance	VIF
1	(Constant)	2.332	5.595		.417	.678		
	Persepsi Kemudahan	.274	.112	.235	2.441	.017	.713	1.403
	Persepsi Manfaat	.383	.074	.499	5.172	.000	.713	1.403

Sumber : Olah Data SPSS 26 Oleh Penulis (2022)

Analisis regresi linier berganda bertujuan untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh dua atau lebih variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y) dengan membentuk persamaan seperti berikut ini:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + \dots + b_nX_n + e$$

Dimana :

Y = Variabel Dependen

a = Konstanta

b₁b₂ = Koefisien regresi

X₁ X₂ = Variabel Independen

e = Residual / Error

Tabel 4. Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

Coefficients^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	2.332	5.595		.417	.678
	Persepsi Kemudahan	.274	.112	.235	2.441	.017
	Persepsi Manfaat	.383	.074	.499	5.172	.000

A. Dependent Variable: Minat Menggunakan

Hasil Uji Hipotesis

Tabel 5. Hasil Uji Simultan (Uji F)

ANOVA^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	594.782	2	297.391	32.436	.000 ^b
	Residual	788.499	86	9.169		
	Total	1383.281	88			

A. Dependent Variable: Minat Menggunakan

B. Predictors: (Constant), Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan

Berdasarkan pengambilan keputusan pada uji F ini apabila nilai Fhitung > Ftabel maka Ho ditolak dan Ha diterima yang artinya terdapat pengaruh yang signifikan secara simultan antara variabel independen dengan variabel dependen. Sedangkan apabila Fhitung < Ftabel maka Ho diterima dan Ha ditolak, yang artinya masing-masing variabel independen secara bersama-sama tidak memiliki pengaruh secara simultan terhadap.

Tabel 6. Hasil Uji Parsial (Uji T)
Coefficients^a

Model		Unstandardized		Standardized		
		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	2.332	5.595		.417	.678
	Persepsi Kemudahan	.274	.112	.235	2.441	.017
	Persepsi Manfaat	.383	.074	.499	5.172	.000

a. Dependent Variable: minat menggunakan

Pembahasan

Pengaruh Persepsi Kemudahan Terhadap Minat Menggunakan *E-wallet ShopeePay*

Dalam lanskap layanan keuangan digital yang terus berkembang, dompet elektronik telah muncul sebagai alat pembayaran yang nyaman dan efisien. Dengan munculnya e-commerce dan meningkatnya preferensi untuk transaksi tanpa uang tunai, semakin banyak orang beralih ke dompet elektronik sebagai alternatif yang aman dan bebas repot. Untuk memenuhi kebutuhan dan preferensi pengguna milenial, penyedia layanan e-Wallet seperti ShopeePay harus fokus pada fitur dan layanan yang meningkatkan kemudahan transaksi bagi pengguna. Dengan mengedepankan fitur dan layanan yang ramah pengguna, penyedia e-Wallet dapat menumbuhkan persepsi positif tentang kemudahan penggunaan di kalangan milenial, sehingga meningkatkan minat mereka untuk mengadopsi dan menggunakan ShopeePay sebagai e-Wallet pilihan mereka. Penelitian telah menunjukkan bahwa ketika aplikasi e-Wallet mudah digunakan, aplikasi tersebut cenderung menghasilkan minat pengguna yang positif dan mendorong penggunaan berulang.

Ini menyiratkan bahwa ShopeePay harus memprioritaskan pengembangan dan penerapan teknologi inovatif yang merampingkan transaksi dan meningkatkan pengalaman pengguna. Dengan demikian, ShopeePay dapat menciptakan platform yang mulus dan ramah pengguna yang selaras dengan preferensi dan ekspektasi pengguna milenial. Selain itu, kemudahan dalam menggunakan e-Wallet tidak hanya berdampak pada keputusan seseorang untuk menggunakan ShopeePay tetapi juga mempengaruhi keinginan mereka untuk menggunakannya berulang kali. Milenial menganggap kemudahan penggunaan dan kenyamanan sebagai faktor utama saat memilih e-Wallet [7]. Oleh karena itu, dengan memastikan bahwa ShopeePay menawarkan pengalaman pengguna yang mulus dan intuitif, perusahaan dapat menumbuhkan persepsi positif di kalangan milenial dan meningkatkan keinginan mereka untuk terus menggunakan ShopeePay sebagai e-Wallet pilihan mereka. Untuk mencapai hal ini, ShopeePay dapat mengimplementasikan fitur-fitur seperti antarmuka yang intuitif, pemrosesan pembayaran yang cepat dan aman, integrasi yang mudah dengan platform e-commerce populer, dan integrasi tanpa batas dengan layanan digital lainnya. Selain itu, sangat penting bagi ShopeePay untuk memprioritaskan pendidikan dan dukungan

pengguna.

Pengaruh Persepsi Manfaat Terhadap Minat Menggunakan E-wallet ShopeePay

Untuk memenuhi preferensi dan minat kaum milenial, penting bagi ShopeePay sebagai penyedia e-wallet untuk fokus pada fitur dan layanan yang merampingkan transaksi dan membuat penggunaan e-wallet menjadi mudah. Dengan melakukan penelitian dan memahami kebutuhan pengguna, ShopeePay dapat mengembangkan antarmuka yang ramah pengguna, navigasi yang intuitif, dan proses transaksi yang mulus. Riset ini sejalan dengan temuan yang menunjukkan aplikasi dompet digital dapat dengan mudah digunakan oleh penggunanya, yang pada akhirnya membentuk minat positif untuk menggunakan e-wallet. Selain itu, penelitian telah menunjukkan bahwa persepsi kemudahan penggunaan secara signifikan mempengaruhi niat untuk menggunakan e-wallet. Dengan memprioritaskan pengalaman pengguna dan terus meningkatkan kemudahan penggunaan, ShopeePay dapat meningkatkan daya tariknya bagi kaum milenial dan mendorong penggunaan platform mereka berulang kali. Salah satu cara untuk meningkatkan kemudahan penggunaan adalah dengan memastikan bahwa proses pengaturan dan akses akun e-wallet mudah dilakukan. Ini dapat dicapai dengan menyederhanakan proses pendaftaran, memberikan instruksi yang jelas, dan menawarkan antarmuka yang mudah digunakan.

Aspek penting lainnya adalah memprioritaskan langkah-langkah keamanan, seperti autentikasi dan enkripsi dua faktor, untuk menanamkan kepercayaan pada pengguna bahwa informasi pribadi dan keuangan mereka terlindungi. Selain itu, menawarkan berbagai pilihan pembayaran dan mengintegrasikan e-wallet dengan berbagai pedagang dan penyedia layanan dapat semakin meningkatkan kenyamanan bagi pengguna. Selain itu, memperbarui aplikasi e-wallet secara teratur untuk memperbaiki bug dan menambahkan fitur baru dapat menunjukkan komitmen untuk peningkatan berkelanjutan dan mengatasi masalah pengguna dengan segera. Dengan berfokus pada aspek-aspek tersebut dan terus berupaya untuk membuat pengalaman pengguna ShopeePay semulus dan semudah mungkin, perusahaan dapat menumbuhkan persepsi positif di kalangan milenial dan meningkatkan minat mereka untuk menggunakan ShopeePay sebagai e-wallet pilihan mereka. Selain itu, sangat penting bagi operator e-wallet seperti ShopeePay untuk memprioritaskan teknologi mutakhir yang memungkinkan pembayaran cepat dan mudah. Ini termasuk merangkul kemajuan seperti pembayaran nirsentuh, otentikasi biometrik, dan integrasi dengan asisten digital atau perangkat pintar. Dengan tetap berada di garis depan teknologi, ShopeePay dapat memberi pengguna pengalaman pembayaran yang nyaman dan efisien yang selaras dengan gaya hidup digital mereka.

SIMPULAN

Dalam penelitian ini, kami bertujuan untuk menguji pengaruh persepsi kemudahan penggunaan dan manfaat yang dirasakan terhadap niat menggunakan e-wallet ShopeePay di kalangan karyawan PT Sarana Utama Adimandiri. Temuan kami mendukung literatur yang ada yang menunjukkan hubungan positif antara persepsi kemudahan penggunaan dan niat untuk menggunakan e-wallet. Artinya, ketika aplikasi e-wallet dipersepsikan mudah digunakan, maka akan lebih mendorong individu untuk terus menggunakannya. Selanjutnya, penelitian kami juga sejalan dengan penelitian sebelumnya yang menyoroti pentingnya manfaat yang dirasakan dalam mempengaruhi niat untuk menggunakan e-wallet. Ini menyiratkan bahwa ketika pengguna merasakan manfaat nyata, seperti kenyamanan dan efisiensi dalam transaksi mereka, mereka lebih cenderung mengadopsi dan menggunakan e-wallet seperti ShopeePay. Temuan ini memiliki implikasi praktis bagi ShopeePay sebagai penyedia layanan e-wallet. Untuk meningkatkan minat dan adopsi ShopeePay di kalangan milenial, perusahaan harus fokus pada pengembangan fitur dan layanan yang memudahkan pengguna bertransaksi. Dengan mengutamakan antarmuka yang ramah pengguna, instruksi yang jelas, dan proses transaksi yang lancar, ShopeePay dapat menciptakan pengalaman pengguna yang positif yang akan mendorong penggunaan berulang dan meningkatkan penerimaan e-wallet secara keseluruhan.

DAFTAR PUSTAKA

- A. W. Dhia and M. N. Kholid, "Explaining E-Wallet Continuance Intention: A Modified Expectation Confirmation Model," *Jurnal Minds: Manajemen Ide dan Inspirasi*, vol. 8, no. 2, pp. 287–302, 2021.
- K. L. Y. Ming and M. Jais, "Factors affecting the intention to use e-wallets during the COVID-19 pandemic," *Gadjah Mada International Journal of Business*, vol. 24, no. 1, pp. 82–100, 2022.
- J. Janteng and N. F. N. Dino, "Investigating the Determinants of E-wallet Adoption Intention in Malaysia: An Empirical Study," *Sciences*, vol. 12, no. 6, pp. 561–575, 2022.
- I. M. Suarta and I. G. A. O. Sudiadnyani, "Studi faktor penentu penerimaan dan penggunaan sistem informasi akuntansi pada lembaga perkreditan desa," *Jurnal Sistem Informasi*, vol. 10, no. 1, pp. 44–51, 2014.
- K. Kongsoontornkijkul, R. Pichyangkura, P. Vadhanasindhu, and K. Vanichbuncha, "Developing A mobile web for innovative university assessment system: Thailand talent mobility programme," 2019.
- S. Tarsito, "Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D," *Alfabeta. Bandung*, 2014.
- A. Nugroho, H. Siagian, A. Oktavio, and Z. J. H. Tarigan, "The effect of e-WOM on customer satisfaction through ease of use, perceived usefulness and ewallet payment," 2022.