

PENGARUH KEMUDAHAN PENGGUNAAN, MANFAAT YANG DIRASAKAN, DAN KEPERCAYAAN TERHADAP NIAT MENGGUNAKAN PEMBAYARAN DIGITAL

¹ Ryna Parlyna, MBA. ²Terrylina Arvinta M, SE., MM. ³ Indah Amelia Putri S.

^{1,2,3} Universitas Negeri Jakarta - Jakarta

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk memperoleh pengetahuan yang tersedia untuk memperoleh data dan fakta empiris yang valid dan reliabel mengenai dampak kemudahan penggunaan, manfaat yang dirasakan dan kepercayaan pada niat untuk menggunakan Pembayaran digital Ovo Dan Gopay diperuntukkan bagi kaum milenial berusia antara 20 dan 40 tahun. Metode penelitian yang digunakan adalah metode survei dengan populasi. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah teknik acak sederhana sebanyak 120 responden. Sedangkan teknik analisis untuk penelitian ini menggunakan regresi linier berganda. Hipotesis penelitian ini menunjukkan bahwa: (1) Terdapat pengaruh yang simultan antara kemudahan penggunaan, persepsi manfaat, dan kepercayaan terhadap niat menggunakan, dan hipotesis ini telah dibuktikan dengan nilai Fhitung (24,149). (2) Terdapat hubungan yang positif dan signifikan antara kemudahan penggunaan dan niat menggunakan. (3) Ada hubungan negatif yang tidak signifikan antara manfaat yang dirasakan dan niat untuk menggunakan. (4) Ada hubungan yang positif dan signifikan antara keyakinan dan niat menggunakan dengan. Jadi variabel kemudahan penggunaan, manfaat yang dirasakan, dan kepercayaan diri dalam menjelaskan niat menggunakan menghasilkan faktor determinasi sebesar 38,5% sedangkan sisanya 61,5% dipengaruhi oleh faktor lain di luar penelitian ini.

Kata Kunci: Kemudahan Penggunaan, Manfaat Yang Dirasakan, Kepercayaan dan, Niat Menggunakan

Abstract

This study aims to obtain available knowledge to obtain valid and reliable empirical data and facts regarding the impact of ease of use, perceived benefits and trust in the intention to use Ovo and Gopay digital payments for millennials aged between 20 and 40 years. The research method used is a survey method with a population. The sampling technique used was a simple random technique of 120 respondents. While the analysis technique for this study uses multiple linear regression. The hypothesis of this study shows that: (1) There is a simultaneous influence between ease of use, perceived benefits, and trust in intention to use, and this hypothesis has been proven by the value of Fcount (24,149). (2) There is a positive and significant relationship between ease of use and intention to use. (3) There is an insignificant negative relationship between perceived benefits and intention to use. (4) There is a positive and significant relationship between belief and intention to use with. So the variables of ease of use, perceived benefits, and self-confidence in explaining the intention to use resulted in a determination factor of 38.5% while the remaining 61.5% was influenced by other factors outside of this study.

Keywords: Ease of Use, Benefits, Trust and Intention to Use

PENDAHULUAN

Pembayaran digital merupakan salah satu alat transaksi yang di buat agar memberikan kemudahan dan keamanan kepada masyarakat Apalagi pada saat pandemi seperti ini sangatlah memberikan manfaat untuk tidak kontak langsung saat melakukan transaksi, selain itu dengan menggunakan pembayaran seluler bagi masyarakat yang ingin bertransaksi dalam jumlah banyak tidak lagi perlu membawa uang tunai secara langsung yang terkadang dapat memancing timbulnya kejahatan. Adanya pembayaran seluler ini dapat menggeser uang tunai sebagai alat pembayaran bagi konsumen dan penjual karena adanya kemudahan dalam melakukan transaksi. Sejalan dengan apa yang diteliti oleh Ipsos “perilaku masyarakat Indonesia membawa uang dan menggunakan uang telah bergeser” tertulis dalam tekno.com pada tanggal 17-Desember-2020. pada saat ini penggunaan uang elektronik mengalami kenaikan. Berdasarkan kompas.com “Pada masa pembatasan social bersekala besar ternyata penggunaan uang elektronik mengalami peningkatan pada bualan April 2020 mencapai 64,84% secara tahunan”.

Niat untuk menggunakan uang elektronik dalam bentuk pembayaran digital saat ini banyak digunakan oleh generasi melenial, sejalan dengan penelitian yang dilakukan Ipsos yang dapat kita liat pada gambar diatas, bahwa 81% dari jumlah responden adalah generasi milenial dengan rentan usia 18-40 tahun. Menurut survei yang dilakukan oleh Ipsos, sebagian besar pengguna dompet digital adalah generasi muda yang sudah memiliki kemampuan bayar. Persentase tertinggi pengguna dompet digital berada pada kelompok usia 25-40. Dalam kelompok usia tersebut, pengguna berusia antara 25 -29 biasanya yang paling banyak melakukan isi ulang saldo. Sedangkan orang dewasa cenderung lebih sedik melakukan isi ulang saldo. (Ramadhan, 2020). Dalam meningkatkan niat menggunakan pembayaran digital konvensional di saat seperti ini. Pihak pembayaran digital konvensional perlu mempelajari bagaimana keinginan pengguna sesungguhnya ketika mereka memanfaatkan pembayaran digital. Karena kenyamanan telah menjadi bagian dari kehidupan sehari-hari, dengan itu dompet digital kini memiliki tempat dalam kehidupan konsumen. Jelas sulit bagi konsumen untuk meninggalkan kenyamanan yang didapat dari fasilitas yang mereka gunakan hampir setiap minggu (Ramadhan, 2020).

Dibelakang kemajuan sistem pembayaran digital, bukan berarti semua pengguna tidak memiliki masalah atau kendala dalam menggunakan pembayaran digital. Ternyata masih adanya kendala yang sering ditemui dalam transaksi yang dapat mempengaruhi niat perilaku menggunakan pembayaran digital. Dari banyaknya masalah, yang sering terjadi dalam pembayaran digital yaitu adanya kesulitan pengguna dalam menjalankan aplikasi pembayaran digital yang terkendala dengan jaringan yang eror saat ingin melakukan transaksi, menimbulkan gagalnya transaksi, selain itu sulitnya pelanggan dalam melakukan transfer uang atau isi ulang saldo dalam pembayaran digital.

Gambar 1. Keluhan Pelanggan Tentang Presepsi Kemudahan, Manfaat yang dirasakan dan Kepercayaan



Sejalan dengan hasil survei awal yang dilakukan peneliti terhadap 62 responden pengguna mobile payment. Dari 62 responden tersebut, hanya 11% responden yang tidak mengalami kendala atau kesulitan dalam melakukan transaksi pembayaran seluler. Masih banyak responden yang mengalami kendala atau kesulitan. 44% responden mengalami masalah aplikasi atau kesalahan jaringan, selain itu 11% responden mengalami kesulitan dalam isi ulang saldo, 7% responden terkendala saat hendak mentransfer uang ke rekening lain, 27% responden mengalami masalah lain seperti pengisian saldo hanya dilakukan dengan menggunakan ATM, refund yang terlalu lama dan terdapat minimal saldo di dompet elektronik.

Dari permasalahan yang telah di paparkan di atas dengan masih adanya kesulitan dalam penggunaan pembayaran digital, kurangnya manfaat yang dirasakan dan kekecewaan yang menimbulkan kurangnya kepercayaan pengguna. Ada beberapa faktor yang mempengaruhi konsumen dalam niat menggunakan pembayaran digital, hal ini di pengaruhi oleh persepsi kemudahan, manfaat dan faktor kepercayaan yang dirasakan oleh konsumen. Menurut Vinitha dan Vasantha (2017) dalam suatu penelitian tentang faktor-faktor yang mempengaruhi niat konsumen mengadopsi pembayaran digital menyatakan adanya hubungan yang signifikan antara persepsi kemudahan, manfaat yang dirasakan, persepsi resiko dan kepercayaan terhadap penggunaan pembayaran digital.

Fokus penelitian ini adalah untuk mengetahui seberapa besar Pengaruh kemudahan penggunaan, manfaat yang dirasakan dan kepercayaan terhadap niat menggunakan pembayaran digital.

Adapun perumusan masalah dalam penelitian ini: (1)Apakah pengaruh kemudahan penggunaan terhadap niat perilaku menggunakan pembayaran digital?, (2)Apakah pengaruh manfaat yang dirasakan penggunaan terhadap niat perilaku menggunakan pembayaran digital?, (3)Apakah pengaruh kepercayaan terhadap niat perilaku menggunakan pembayaran digital?, (4)Apakah pengaruh kemudahan penggunaan, manfaat yang dirasakan dan kepercayaan terhadap niat perilaku menggunakan pembayaran digital?

Tujuan umum dari penelitian ini mengacu pada perumusan masalah di atas, yaitu: (1) Terdapat pengaruh kemudahan penggunaan terhadap niat perilaku menggunakan pembayaran digital, (2) Terdapat pengaruh manfaat yang di rasakan penggunaan terhadap niat perilaku menggunakan pembayaran digital, (3) Terdapat pengaruh kepercayaan terhadap niat perilaku menggunakan pembayaran digital, (4) Terdapat pengaruh kemudahan penggunaan, manfaat yang dirasakan dan kepercayaan terhadap niat perilaku menggunakan pembayaran digital. Hipotesis dalam penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut :

H1: Kemudahan penggunaan berpengaruh secara langsung terhadap niat menggunakan.

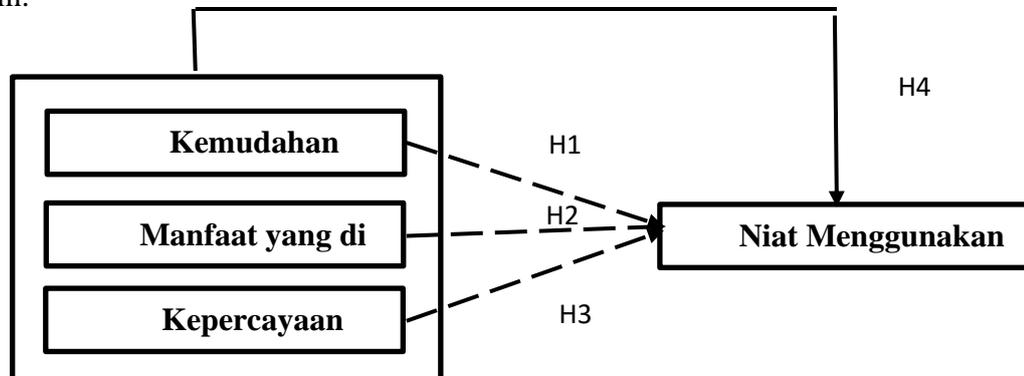
H2: Manfaat yang dirasakan berpengaruh secara langsung terhadap niat menggunakan.

H3: Kepercayaan berpengaruh secara langsung terhadap niat menggunakan

H4: Kemudahan penggunaan, Manfaat yang dirasakan, Kepercayaan berpengaruh secara simultan terhadap niat menggunakan

Metode

Metode yang dilakukan pada penelitian ini adalah metode kuantitatif. Alasan peneliti menggunakan metode ini karena ingin mengetahui hubungan antar variabel satu dengan variabel lain.



Populasi

Populasi dari penelitian ini adalah mahasiswa generasi milenial dengan usia 20-40 tahun.

Sampel

Sampel untuk penelitian ini adalah mahasiswa di Jakarta yang merupakan Generasi milenial yang menggunakan pembayaran digital sebanyak 120 responden. Teknik ini dipilih karena sampel yang diambil memiliki karakteristik tertentu. Karakteristik tersebut antara lain: (1) Pengguna pembayaran digital dengan usia 20-40 tahun, (2) Pernah menggunakan pembayaran digital OVO dan Gopay untuk transaksi minimal dua kali dalam kurun waktu 6 bulan terakhir.

Teknik Pengumpulan Data

Penelitian ini menggunakan dua sumber data yaitu data primer dan sekunder. Metode yang digunakan untuk pengumpulan data primer dalam penelitian ini adalah metode survey dengan menggunakan instrument berupa kuesioner yang disebarakan secara online melalui Google Form. Dalam penelitian ini, data sekunder yang digunakan peneliti bersumber dari teori, beberapa portal berita harian dan jurnal.

Penyusunan Instrumen

Variabel Dependent

Dalam penelitian ini yang menjadi variabel dependen yaitu Niat Menggunakan. Berikut adalah instrument kisi-kisi dari intensi pembelian:

Tabel 2. Instrumen kisi-kisi variabel Dependen

Variabel	Indikator	Adopsi	Referensi/ Sumber
----------	-----------	--------	----------------------

Niat Menggunakan	<ul style="list-style-type: none"> • <i>I intend to use mobile banking in the future.</i> • <i>I will always try to use mobile banking in my daily life.</i> • <i>I plan to use mobile banking more frequently in the future.</i> • <i>I want to manage my bank accounts using mobile banking</i> 	<ul style="list-style-type: none"> • Saya berniat menggunakan pembayaran digital OVO dan Gopay di masa mendatang. • Saya akan selalu menggunakan pembayaran digital OVO dan Gopay dalam keseharian saya. • Saya berencana untuk lebih sering menggunakan pembayaran digital OVO dan Gopay di masa mendatang.. • Saya ingin mengelola keuangan saya menggunakan pembayaran digital OVO dan Gopay 	Hassan&Wood (2020)
------------------	---	---	--------------------

Variabel Independent

Dalam penelitian ini yang menjadi varibel independen yaitu kemudahan penggunaan Berikut adalah instrument kisi-kisi dari kemudahan penggunaan:

Tabel 3. Instrumen kisi-kisi variabel independen

Variabel	Indikator	Adopsi	Referensi/Sumber
Kemudahan penggunaan	<ul style="list-style-type: none"> • <i>I find it easy to learn how to use Internet banking.</i> • <i>Interacting with the system does not require a lot of my mental effort.</i> • <i>I find Internet banking easy for me My</i> • <i>Interaction with Internet banking is clear and understandable</i> 	<ul style="list-style-type: none"> • Saya merasa mudah untuk mempelajari cara menggunakan pembayaran digital OVO dan Gopay • Saya tidak membutuhkan banyak usaha dan mental saya saat berinteraksi dengan sistem pembayaran digital OVO dan Gopay • Saya merasa pembayaran digital OVO dan Gopay mudah bagi saya • Saya merasa Interaksi dengan pembayaran digital OVO dan Gopay jelas dan dapat dimengerti 	(Al-Sharafi et al., 2016)

Dalam penelitian ini yang menjadi varibel intervening yaitu manfaat yang dirasakan. Berikut adalah instrument kisi-kisi dari manfaat yang dirasakan:

Tabel 4. Instrumen kisi-kisi variabel independen

Variabel	Indikator	Adopsi	Referensi/ Sumber
Manfaat yang dirasakan	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Using Internet banking improves my performance in conducting my banking transactions.</i> • <i>Using Internet banking in my job increases my productivity.</i> • <i>Using the system enhances my effectiveness conducting my banking and decrease time.</i> • <i>Internet banking services meet my needs, so I find it useful for me.</i> 	<ul style="list-style-type: none"> • Saya Merasa, Menggunakan pembayaran digital OVO dan Gopay meningkatkan kinerja saya dalam melakukan transaksi. • Saya merasa, Menggunakan pembayaran digital OVO dan Gopay sangat meningkatkan produktivitas saya dalam bekerja • Menurut saya, Menggunakan pembayaran digital OVO dan Gopay meningkatkan efektivitas dan mengurangi waktu saya dalam melakukan transaksi. • Layanan pembayaran digital OVO dan Gopay memenuhi kebutuhan saya, dan berguna bagi saya. 	(Al-Sharafi et al., 2016)

Dalam penelitian ini yang menjadi variabel independen yaitu kepercayaan Berikut adalah instrument kisi-kisi dari kepercayaan.

Tabel 4. Instrumen kisi-kisi variabel independen

Variabel	Indikator	Adopsi	Referensi/ Sumber
Kepercayaan	<ul style="list-style-type: none"> • <i>I think that mobile banking is trust worthy.</i> • <i>I think that mobile banking sites take care of users' interests.</i> • <i>I trust my bank to provide secure mobile banking.</i> • <i>I think that mobile banking sites do not disclose my personal information</i> 	<ul style="list-style-type: none"> • Menurut saya, pembayaran digital OVO dan Gopay dapat dipercaya. • Menurut saya, situs pembayaran digital OVO dan Gopay menjaga kepentingan saya • Saya percaya aplikasi OVO dan Gopay menyediakan pembayaran digital yang aman. • menurut saya, situs pembayaran digital OVO dan Gopay tidak mengungkapkan informasi pribadi saya. 	(Al-Sharafi et al., 2016)

Teknik Analisis Data

Teknik yang digunakan dalam penelitian ini bertujuan untuk dapat menentukan pengaruh secara langsung ataupun tidak langsung dalam suatu besaran pengaruh satu variabel dengan variabel yang lain. Pengolahan data dilakukan dengan menggunakan program SPSS. Uji yang digunakan dalam penelitian ini adalah : (1) Uji Prasyarat Analisis yang meliputi Uji Normalitas dan Linearitas, (2) Persamaan Regresi Linear Berganda dan (3) Uji hipotesis yang meliputi Uji Signifikansi Simultan (Uji F) dan Uji Signifikansi Parsial (Uji T)

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil pengujian uji normalitas menggunakan pengujian One Sample Kolmogorov-Smirnov Test, dapat diketahui nilai signifikansi (Asymp. Sig) yaitu 0,066. Karena data variabel tersebut memiliki signifikansi lebih besar dari 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa H_0 diterima, yang artinya data berdistribusi normal. Hasil pengujian uji linearitas dengan melihat nilai signifikansi pada Deviation from Linearity dari setiap variabel $< 0,05$ dapat dikatakan bahwa keseluruhan uji linearitas dari setiap variabel memiliki hubungan yang linier.

Tabel 5. Persamaan Regresi Linear

No	Variabel	Deviation from Linearity
1.	Niat Menggunakan * Kemudahan penggunaan	0,954
2.	Niat Menggunakan * Manfaat yang Dirasakan	0,351
3.	Niat Menggunakan * Kepercayaan	0,830

Uji regresi linier berganda digunakan untuk mengetahui arah hubungan linier antara dua atau lebih variabel independen dengan variabel dependen yang memiliki hubungan negatif atau positif untuk memprediksi nilai variabel dependen apakah nilai variabel independen mengalami kenaikan atau penurunan. Hasil perhitungan uji regresi linier berganda dengan menggunakan IBM SPSS 25 adalah sebagai berikut: Analisis regresi berganda dilakukan dengan cara menetapkan persamaan $\hat{Y} = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$. Hasil perhitungan nilai-nilai yaitu:

Tabel 6. Persamaan Regresi Linear Berganda

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized		Standardized	T	Sig.
		Coefficients		Coefficients		
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1,080	1,920		,563	,575
	KEMUDAHAN PENGUNAAN	,371	,140	,262	2,653	,009
	MANFAAT YANG DIRASAKAN	,020	,149	,016	,135	,893
	KEPERCAYAAN	,512	,115	,458	4,475	,000

Hasil persamaan regresi berganda ini :

$$\hat{Y} = 1,080 + 0,371 X_1 + 0,020 X_2 + 0,512 X_3$$

Nilai constant a= 1,080 artinya jika variabel kemudahan penggunaan, manfaat yang dirasakan, kepercayaan tidak dimasukan dalam penelitian maka niat menggunakan pembayaran digital Ovo dan Gopay masih meningkat 1,080%. Nilai koefisien b1= 0,371 artinya jika variabel kemudahan penggunaan semakin di tingkatkan lebih baik seperti(memudahkan dalam meningkatkan akun premium, memudahkan dalam melakukan transaksi, memudahkan dalam pengisian data pribadi) maka niat menggunakan pembayaran digital Ovo dan Gopay akan meningkat sebesar 0,371% dengan asumsi variabel independen yang lain konstan. Nilai koefisien b2= 0,020 artinya jika variabel manfaat yang dirasakan semakin di tingkatkan lebih baik seperti(memberikan diskon, tidak adanya biaya admin dan memberikan pelayanan yang cepat saat melakukan transaksi) maka niat menggunakan pembayaran digital Ovo dan Gopay akan meningkat sebesar 0,20% dengan asumsi variabel independen yang lain konstan. Nilai koefisien b3= 0,512 artinya jika variabel kepercayaan semakin di tingkatkan lebih baik seperti(menjaga kerahasiaan data pelanggan) maka niat menggunakan pembayaran digital Ovo dan Gopay akan meningkat sebesar 0,512% dengan asumsi variabel independen yang lain konstan.

Tabel 7. Uji F

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
Regression	236,804	3	78,935	24,149	,000 ^b
Residual	379,163	116	3,269		
Total	615,967	119			

Pada tabel di atas dinyatakan bahwa nilai sig = 0,000 <0,05 dan F hitung = 24,149 > F tabel = 2,68 (df1 = 3 dan df2 = 116), maka Ho diterima yang dapat disimpulkan variabel kemudahan penggunaan, manfaat yang dirasakan dan kepercayaan pengaruhnya secara bersama-sama (secara simultan) berpengaruh signifikan terhadap variabel niat menggunakan.

Tabel 8. Uji t

Model	Unstandardized		Standardized	t	Sig.
	Coefficients		Coefficients		
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	1,080	1,920		,563	,575

Kemudahan Penggunaan	,371	,140	,262	2,653	,009
Manfaat yang Dirasakan	,020	,149	,016	,135	,893
Kepercayaan	,512	,115	,458	4,475	,000

Hasil uji parsial variabel kemudahan penggunaan (X1) terhadap niat menggunakan (Y) menunjukkan nilai probabilitas signifikansi 0,009 dan t hitung = 2,653, sedangkan t tabel dengan tingkat kesalahan 0,05 dan dk (n-4) = (120-4) = 1,65. Sehingga t hitung (2,653) < t tabel (1,65) dan dengan batas signifikansi 0,05 maka nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 dengan arah koefisien bertanda positif, sehingga hipotesis yang menyatakan kemudahan penggunaan berpengaruh terhadap niat menggunakan dapat diterima. Hasil uji parsial manfaat yang dirasakan (X2) terhadap niat menggunakan (Y) menunjukkan nilai probabilitas signifikansi 0,893 dan hitung = 0,135 sedangkan t tabel dengan tingkat kesalahan 0,05 dan dk (120-3) = 1,65. Jadi dengan batas signifikansi 0,05 nilai signifikansi lebih besar dari 0,05 dengan koefisien arah bertanda negatif, sehingga asumsi pengaruh negatif dan tidak signifikan pada niat menggunakan tidak dapat diterima. Hasil uji parsial variabel kepercayaan (X3) terhadap niat menggunakan (Y) menunjukkan nilai probabilitas signifikansi 0,000 dan hitung = 4,475, sedangkan t tabel dengan tingkat kesalahan 0,05 dan dk (n-3) = (120-3) = 1,65. Sehingga t hitung (4,475) < t tabel (1,65) dan dengan batas signifikansi 0,05 maka nilai signifikansi tersebut lebih kecil dari 0,05 dengan arah koefisien positif, dengan demikian diasumsikan kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat menggunakan dapat diterima.

Tabel 9. Perhitungan Koefisien Determinasi (R²), X1,X2,X3 Terhadap Y

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,621 ^a	,385	,370	1,80651

Hasil perhitungan regresi dapat dilihat dari tabel di atas bahwa nilai koefisien determinasi (nilai AdjustR²) sebesar 0,385. Hal ini menunjukkan bahwa 38,5% niat menggunakan dipengaruhi oleh kemudahan penggunaan, manfaat yang dirasakan, dan kepercayaan diri, sedangkan 61,5% sisanya dipengaruhi oleh variabel di luar model regresi ini.

PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil penghitungan yang diuraikan di atas, diketahui bahwa terdapat pengaruh positif antara kemudahan penggunaan, Manfaat yang Dirasakan dan Kepercayaan terhadap Niat Menggunakan Pembayaran Digital pada Generasi Milenial dengan Rentan Usia 20-40 Tahun. Dapat diinterpretasikan bahwa kemudahan penggunaan, manfaat yang dirasakan dan kepercayaan secara simultan mempengaruhi manfaat yang dirasakan. Dengan kata lain bahwa semakin mudah sebuah pembayaran digital maka semakin kuat niat menggunakan, semakin banyak manfaat yang diberikan maka semakin kuat niat menggunakan dan semakin tinggi kepercayaan maka semakin kuat niat menggunakan pembayaran digital Ovo dan Gopay pada generasi Milenial dengan usia 20-40 tahun.

1. Kemudahan Penggunaan terhadap Niat Menggunakan

Dari hasil pengujian yang dilakukan dalam penelitian ini, terdapat variabel kemudahan penggunaan (X1) terhadap niat menggunakan (Y) yang memiliki hubungan positif dan signifikan yang terbukti pada generasi milenial usia 20-40 tahun. Hal ini terbukti berdasarkan uji signifikansi parsial X1 terhadap Y (uji t) bahwa t hitung (2,653) > t tabel (1,65) sehingga hipotesis H_a diterima. Dengan demikian hipotesis yang menyatakan ada pengaruh positif antara kemudahan penggunaan dengan niat menggunakan dapat diterima.

Dapat disimpulkan bahwa variabel kemudahan penggunaan sesuai dengan yang diharapkan, hal ini terjadi karena kemudahan penggunaan merupakan pandangan awal seseorang dalam menggunakan suatu teknologi, dimana semakin mudah pembayaran digital maka semakin kuat niat seseorang untuk menggunakannya. didukung oleh hasil penelitian Ipsos yang ditulis Fajar Sulaiman (2020), di wartaekonomi.co.id yang menyatakan bahwa “pada segmen inspire, pengguna baru menggunakan pembayaran nontunai dengan alasan mendapatkan keuntungan sebesar 11% sedangkan 10% responden lainnya menggunakan pembayaran nontunai, dengan alasan mereka menginginkan produk non tunai yang lebih berkualitas dan mudah”.

Hal ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Liébana-Cabanillas et al.,(2020) dengan hasil pengaruh kemudahan terhadap niat menggunakan, peneliti ini membuktikan bahwa pengaruh kemudahan penggunaan terhadap niat menggunakan dalam adopsi layanan berbasis teknologi dalam ekonomi dalam pembangunan memiliki pengaruh yang signifikan. Menurut Yusvita (2020) kemudahan penggunaan adalah keyakinan seseorang dalam menggunakan teknologi yang dapat dengan mudah digunakan dan dipahami, serta memberikan dampak positif pada sikap penggunaan teknologi.

2. Manfaat yang Dirasakan terhadap Niat Menggunakan

Pengaruh manfaat yang dirasakan terhadap niat menggunakan adalah negatif dan tidak signifikan, artinya hipotesis kedua (H_2) yaitu tidak terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara manfaat yang dirasakan dengan niat menggunakan terbukti nyata pada 120 Generasi Milenial dengan Usia 20-40 Tahun. Hal ini telah dibuktikan berdasarkan uji keberartian koefisien korelasi (uji t) bahwa t hitung (0,893) > t tabel (1,65) sehingga hipotesis H_a ditolak. Dapat disimpulkan variabel ini tidak sesuai dengan apa yang diharapkan.

Manfaat yang dirasakan tidak memiliki hubungan secara parsial dengan niat menggunakan hasil ini tidak sejalan dengan penelitian yang telah dilakukan peneliti terdahulu, Temuan mengungkapkan bahwa manfaat yang dirasakan merupakan penentu utama keputusan konsumen untuk mengadopsi aplikasi m-banking. Keunggulan merupakan faktor kunci yang memotivasi konsumen untuk menggunakan m-banking. Ini menyoroti fakta bahwa upaya pemasaran harus fokus pada kegunaan inovasi bagi konsumen, terlepas dari kebangsaan konsumen atau negara tempat mereka tinggal (Hassan & Wood, 2020). Penelitian ini juga tidak sejalan dengan hasil Penelitian yang di Singh et al (2020) dalam penelitiannya yang di lakukan di Delhi NCR, mengatakan sehubungan dengan manfaat, peneliti ini menunjukkan bahwa ketika pengguna potensial merasakan manfaat dari sistem pembayaran yang di usulkan, dia akan meningkatkan kinerja pekerjaan yang ingin dia lakukan dan akibatnya sikap yang di hadirkan menuju sistem itu sendiri akan meningkat, dengan itu manfaat yang di uang kapkan melalui keuntungan yang di wakili oleh alat jenis ini bagi pengguna adalah fundamental untuk meningkatkan niat penggunaan.

3. Kepercayaan terhadap Niat Menggunakan

Hasil pengujian penelitian terhadap variabel kepercayaan (X3) niat menggunakan (Y) terbukti berpengaruh positif dan signifikan pada generasi milenial usia 20-40 tahun. Hal ini terbukti berdasarkan uji signifikansi parsial X1 terhadap Y (uji t) bahwa t hitung (4,475) > t tabel (1,65) sehingga hipotesis H_a diterima. Dengan demikian hipotesis yang menyatakan ada pengaruh positif antara kepercayaan dan niat menggunakan dapat diterima. Hasil tersebut sesuai dengan yang diharapkan, didukung oleh hasil penelitian yang dilakukan oleh Ipsos yang ditulis Fajar Sulaiman (2020) pada wartaekonomi.co.id yang menyatakan bahwa “alasan konsumen menggunakan pembayaran digital adalah karena merasa aman dan nyaman dengan persentase 26% responden. Semakin besar kepercayaan yang diberikan oleh pembayaran digital maka semakin tinggi pula niat konsumen untuk menggunakannya”.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yang mengatakan bahwa kepercayaan di temukan secara langsung mempengaruhi niat konsumen untuk menggunakan layanan m-banking dan kepercayaan menempati peringkat kedua dalam kepentingan relative dalam menjelaskan penggunaan m-banking, ternyata dimana pun mereka tinggal, konsumen yang mempercayai penyediaan m-banking dan aplikasi m-banking lebih cenderung menggunakannya. (Hassan & Wood, 2020). Kepercayaan merupakan hal penting dari sebuah sistem pembayaran elektronik, karena kepercayaan adalah reputasi yang di bangun pada lingkungan transaksin, yang meruapakan sebuah keyakinan subjektif bahwa suatu pihak akan memenuhi kewajibanya sesuai dengan harapan stakeholders sebagai goodwill (Nguyen & Huynh, 2018).

4. Kemudahan Penggunaan, Manfaat yang Dirasakan, Kepercayaan terhadap Niat Menggunakan

Pengaruh kemudahan penggunaan, manfaat yang dirasakan dan kepercayaan secara simultan terhadap niat menggunakan, artinya hipotesis ketiga (H_4) yaitu terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara kemudahan penggunaan, manfaat yan dirasakan dan kepercayaan terhadap niat menggunakan terbukti nyata pada 120 Generasi Milenial dengan Usia 20-40 tahun. Hal ini telah dibuktikan berdasarkan uji signifikansi simultan X1, X2, dan X3 terhadap Y (uji f) bahwa f hitung (24.149).

Hasil penelitian ini berarti memiliki hasil yang sama dengan penelitian yang dilakukan sebelumnya bahwa hasil penelitian sebelumnya menunjukkan terdapat pengaruh secara simultan antara kemudahan penggunaan, manfaat yang dirasakan dan kepercayaan terhadap niat menggunakan.

Nguyen dan Huynh (2018) mengatakan bahwa kemudahan penggunaan, manfaat yang dirasakan, dan kepercayaan memiliki pengaruh yang signifikan dan secara bersamaan terhadap niat menggunakan pembayaran digital, serta menjadi peran utama dalam model struktural dalam mengukur niat menggunakan pembayaran digital. Penelitian yang peneliti lakukan yaitu menunjukkan koefisien determinasi $R^2 = 0,385$. Pembayaran digital Ovo dan Gopay pada generasi milenial dengan usia 20-40 tahun.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian berupa kajian teoretik, analisis data dan deskripsi hasil penelitian yang peneliti lakukan oleh Generasi Milenial terkait niat menggunakan telah

memberikan kesimpulan serta pembuktian bahwa hipotesis yang dikemukakan di awal adalah dapat diterima. Peneliti melakukan penelitian pada Generasi Milenial dengan rentan usia 20-40 tahun sejak bulan Agustus 2020 sampai dengan Januari 2021 memberikan hasil sebagai berikut.

1. Terdapat pengaruh positif dan signifikan kemudahan penggunaan terhadap niat menggunakan Generasi Milenial. Apabila semakin mudah pembayaran digital maka semakin kuat niat menggunakan pembayaran digital Ovo dan Gopay.
2. Tidak adanya pengaruh manfaat yang dirasakan terhadap niat menggunakan pada Generasi Millennial. Maka tidak ada pengaruh besar pada niat menggunakan pembayaran digital Ovo dan Gopay
3. Terdapat pengaruh positif dan signifikan kepercayaan terhadap niat menggunakan Generasi Millennial. Apabila semakin terpercaya pembayaran digital maka semakin kuat niat menggunakan pembayaran digital Ovo dan Gopay.
4. Terdapat pengaruh positif dan signifikan antara kemudahan penggunaan, manfaat yang dirasakan dan kepercayaan secara simultan terhadap niat menggunakan pada Generasi Milenial. Apabila semakin tinggi kemudahan, manfaat dan kepercayaan semakin tinggi niat untuk menggunakan pembayaran digital Ovo dan Gopay.

Berdasarkan hasil penelitian yang telah diuraikan pada bab sebelumnya, bahwa 38,5% niat menggunakan dipengaruhi oleh kemudahan penggunaan, manfaat yang dirasakan dan kepercayaan sedangkan sisanya sebesar 61,5% oleh variabel-variabel lain di luar model regresi ini.

DAFTAR RUJUKAN

- Al-Sharafi, M. A., Arshah, R. A., Abo-Shanab, E. A., & Elayah, N. (2016). The effect of security and privacy perceptions on customers' trust to accept internet banking services: An extension of TAM. *Journal of Engineering and Applied Sciences*, 11(3), 545–552.
- Hassan, H. E., & Wood, V. R. (2020). Does country culture influence consumers' perceptions toward mobile banking? A comparison between Egypt and the United States. *Telematics and Informatics*, 46, 101312.
- Al-Sharafi, M. A., Arshah, R. A., Abo-Shanab, E. A., & Elayah, N. (2016). The effect of security and privacy perceptions on customers' trust to accept internet banking services: An extension of TAM. *Journal of Engineering and Applied Sciences*, 11(3), 545–552.
- Hassan, H. E., & Wood, V. R. (2020). Does country culture influence consumers' perceptions toward mobile banking? A comparison between Egypt and the United States. *Telematics and Informatics*, 46, 101312.
- Ajzen, I. (1985). From intentions to actions: A theory of planned behavior. In *Action control* (pp. 11–39). Springer.
- Al-Sharafi, M. A., Arshah, R. A., Abo-Shanab, E. A., & Elayah, N. (2016). The effect of security and privacy perceptions on customers' trust to accept internet banking services: An extension of TAM. *Journal of Engineering and Applied Sciences*, 11(3), 545–552.
- Alalwan, A. A., Baabdullah, A. M., Rana, N. P., Tamilmanni, K., & Dwivedi, Y. K. (2018). Examining adoption of mobile internet in Saudi Arabia: Extending TAM with perceived enjoyment,

- innovativeness and trust. *Technology in Society*, 55, 100–110.
- Ariffin, S. K., & Lim, K. T. (2020). Investigating Factors Affecting Intention to Use Mobile Payment Among Young Professionals in Malaysia. *First ASEAN Business, Environment, and Technology Symposium (ABEATS 2019)*, 6–11.
- Davis, F. D. (1989). Perceived usefulness, perceived ease of use, and user acceptance of information technology. *MIS Quarterly*, 319–340.
- de Luna, I. R., Liébana-Cabanillas, F., Sánchez-Fernández, J., & Muñoz-Leiva, F. (2019). Mobile payment is not all the same: The adoption of mobile payment systems depending on the technology applied. *Technological Forecasting and Social Change*, 146, 931–944.
- Ehrenhard, M., Wijnhoven, F., van den Broek, T., & Stagno, M. Z. (2017). Unlocking how start-ups create business value with mobile applications: Development of an App-enabled Business Innovation Cycle. *Technological Forecasting and Social Change*, 115, 26–36.
- Fajar Sulaiman. (2020, January). Ini Tiga Alasan Transaksi Digital Makin Digandrungi. *Wartaekonomi.Co.Id*. <https://www.wartaekonomi.co.id/read266680/ini-tiga-alasan-transaksi-digital-makin-digandrungi>
- Hansen, J. M., Saridakis, G., & Benson, V. (2018). Risk, trust, and the interaction of perceived ease of use and behavioral control in predicting consumers' use of social media for transactions. *Computers in Human Behavior*, 80, 197–206.
- Hassan, H. E., & Wood, V. R. (2020). Does country culture influence consumers' perceptions toward mobile banking? A comparison between Egypt and the United States. *Telematics and Informatics*, 46, 101312.
- Johnson, V. L., Kiser, A., Washington, R., & Torres, R. (2018). Limitations to the rapid adoption of M-payment services: Understanding the impact of privacy risk on M-Payment services. *Computers in Human Behavior*, 79, 111–122.
- Leong, L.-Y., Hew, T.-S., Tan, G. W.-H., & Ooi, K.-B. (2013). Predicting the determinants of the NFC-enabled mobile credit card acceptance: A neural networks approach. *Expert Systems with Applications*, 40(14), 5604–5620.
- Liébana-Cabanillas, F., Japutra, A., Molinillo, S., Singh, N., & Sinha, N. (2020). Assessment of mobile technology use in the emerging market: Analyzing intention to use m-payment services in India. *Telecommunications Policy*, 44(9), 102009.
- Liébana-Cabanillas, F., Marinkovic, V., de Luna, I. R., & Kalinic, Z. (2018). Predicting the determinants of mobile payment acceptance: A hybrid SEM-neural network approach. *Technological Forecasting and Social Change*, 129, 117–130.
- Malhotra, N. K. (2010). An applied orientation. *Marketing Research*, 2.
- Mayer, R. C., Davis, J. H., & Schoorman, F. D. (1995). An integrative model of organizational trust. *Academy of Management Review*, 20(3), 709–734.
- Media Indonesia. (2020, June). Pembayaran Digital Tetap Jadi Pilihan. *Mediaindonesia.Com*. <https://mediaindonesia.com/ekonomi/320637/pembayaran-digital-tetap-jadi-pilihan>
- Muflihadi, I., & Rubiyanti, R. N. (2016). Pengaruh Perceived Usefulness, Perceived Ease Of Use, Dan Trust Terhadap Kepuasan Konsumen (studi Pada Gojek Bandung). *EProceedings of Management*, 3(2).
- Munoz-Leiva, F., Climent-Climent, S., & Liébana-Cabanillas, F. (2017). Determinants of intention to

use the mobile banking apps: An extension of the classic TAM model. *Spanish Journal of Marketing-ESIC*, 21(1), 25–38.

Natarajan, T., Balasubramanian, S. A., & Kasilingam, D. L. (2018). The moderating role of device type and age of users on the intention to use mobile shopping applications. *Technology in Society*, 53, 79–90.