



DETERMINAN MINAT PENGGUNAAN DOMPET DIGITAL

Muhammad Agam Refais¹⁾, Siti Aliyah²⁾

^{1,2)} Akuntansi, Universitas Islam Nahdlatul Ulama, Jepara

^{1,2)} agamrefais@gmail.com, staliyah10@gmail.com

ARTICLE HISTORY

Received:

July 2, 2025

Revised

August 4, 2025

Accepted:

August 5, 2025

Online available:

August 25, 2025

Keyword:

Digital Wallet, Perceived
Usefulness, Perceived Ease of Use,
Perceived Trust, Usage Interest.

*Correspondence:

Name: Muhammad Agam Refais

E-mail: agamrefais@gmail.com

Editorial Office

Ambon State Polytechnic
Center for Research and
Community Service
Ir. M. Putuhena Street, Wailela-
Rumahtiga, Ambon
Maluku, Indonesia
Postal Code: 97234

ABSTRACT

Introduction: This study aims to analyze the determinants of interest in using digital wallets, with a focus on perceived usefulness, ease of use, and trust as independent variables.

Methods: The research focuses on OJK registered digital wallet users who have completed transactions. The sampling method used purposive sampling with 100 respondents. Data was collected through an online questionnaire using a 1-5 Likert scale. Data analysis included t-tests, F-tests, and the coefficient of determination (R^2) to measure the strength of variable influence.

Results: Through multiple linear regression analysis, it was found that these three variables have a significant influence both partially (t-test) and simultaneously (F-test). Individually, the perception of usefulness ($t = 7.790$; sig. 0.031), ease ($t = 6.618$; sig. 0.025), and trust ($t = 5.170$; sig. 0.000) have a positive impact on the interest in using digital wallets. Simultaneously, the F-test shows a value of 111.151 with a significance of 0.000, proving a significant joint effect. The coefficient of determination (R^2) value of 65.8% indicates that these three variables can explain the majority of the variation in the interest in using digital wallets, while the remaining 34.2% is influenced by factors outside the scope of the study. Therefore, it can be concluded that the perceptions of usefulness, ease, and trust play an important role in shaping and increasing students' interest in using digital wallets.

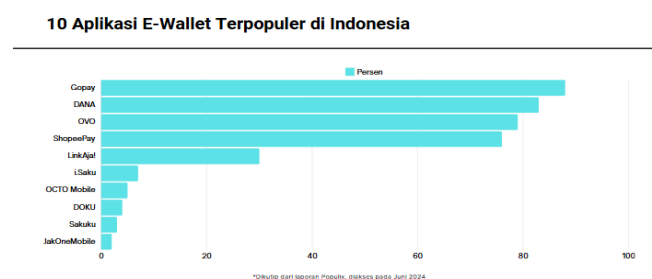
PENDAHULUAN

Di masa kini, kemajuan teknologi dalam dunia digital semakin pesat dan terus berkembang mendorong berbagai transaksi digital untuk bertransaksi non tunai dan non kartu, transformasi teknologi telah mengubah cara individu dan bisnis melakukan transaksi keuangan. Salah satu terobosan paling penting yang muncul adalah kemunculan dompet digital memfasilitasi pembayaran dan pengelolaan keuangan secara praktis dan efisien. Dengan meningkatnya adopsi dompet digital di masyarakat. *E-wallet* atau dompet elektronik berfungsi sebagai sarana transaksi online yang memanfaatkan koneksi internet. Kemajuan sistem pembayaran digital turut membantu meminimalisir potensi tindak kriminal. Kebutuhan akan sistem informasi akuntansi yang terintegrasi dan efektif menjadi semakin penting, penggunaan dompet digital sebagai salah satu bentuk sistem informasi akuntansi yang terintegritasi dan efektif menjadi semakin penting, penggunaan dompet digital sebagai salah satu bentuk Sistem

Informasi Akuntansi (SIA) telah mengalami peningkatan signifikan. Perkembangan sistem informasi akuntansi untuk dompet digital adalah respons terhadap tuntutan pasar yang dinamis, kebutuhan akan transparansi dan efisiensi, serta tantangan dalam menjaga keamanan dan akuntabilitas transaksi keuangan digital (Virginia & Puspitasari, 2023)

Dompet digital merupakan media penyimpanan informasi yang berhubungan dengan sarana pembayaran, baik berupa kartu maupun uang elektronik, yang juga memuat saldo untuk melakukan transaksi. (Nizar & Yusuf, 2022). Dompet digital menawarkan kemudahan, kemanfaatan, dan kepercayaan dalam melakukan transaksi finansial. Hal ini mendorong banyak individu untuk berpindah dari sistem pembayaran konvensional ke sistem pembayaran digital. Meskipun demikian, preferensi terhadap penggunaan dompet digital tidak serta merta ditentukan oleh aspek teknis dan fungsionalitas, melainkan juga dipengaruhi berbagai faktor sosial, ekonomi, serta psikologis. Secara sosial, pengaruh dari teman dan keluarga menciptakan norma baru, sementara gengsi dan kemudahan berinteraksi turut memotivasi. Dari sisi ekonomi, promosi, diskon, dan efisiensi biaya serta waktu menjadi daya tarik utama, ditambah lagi dengan akses ke layanan finansial yang lebih mudah. Secara psikologis, kepercayaan terhadap keamanan, pengalaman pengguna yang memuaskan, dan rasa kendali atas keuangan menjadi pendorong kuat, didukung oleh rasa takut ketinggalan (*FOMO*) yang memicu adopsi lebih cepat. Beberapa elemen yang berdampak pada ketertarikan masyarakat dalam memanfaatkan SIA pada dompet elektronik meliputi persepsi kepercayaan terhadap keamanan transaksi, kemudahan akses dan penggunaan, serta manfaat yang lebih praktis. Selain itu, tren teknologi dan perubahan perilaku konsumen juga berperan penting dalam adopsi dompet digital. Memahami faktor-faktor ini menjadi krusial bagi pengembang, pemasar, dan penyedia layanan untuk merancang strategi yang tepat dalam meningkatkan penggunaan dompet digital.

Berdasarkan hasil survei Populix terhadap 1000 responden, data persentase pengguna dompet digital tahun 2024, Terdapat sepuluh jenis dompet digital yang saat ini beroperasi di Indonesia. Berdasarkan data tahun 2024 mengenai alasan penggunaan dompet digital, sebanyak 79% responden menyatakan lebih memilih menggunakan dompet digital dibandingkan uang tunai. Alasan utamanya adalah karena pengguna tidak perlu membawa sejumlah besar uang tunai, serta dompet digital maupun aplikasi kartu debit/kredit dapat diakses dan digunakan kapan pun dibutuhkan.



Gambar 1. Aplikasi E-Wallet Terpopuler di Indonesia

Persepsi terhadap manfaat mengacu pada pandangan seseorang bahwa penggunaan suatu sistem, termasuk teknologi digital, dapat memberikan nilai tambah serta meningkatkan efektivitas kerja. Oleh karena itu, semakin besar keyakinan individu terhadap manfaat yang diberikan teknologi tersebut, semakin tinggi pula kemungkinan mereka untuk menerima dan menggunakannya dalam kegiatan sehari-hari. Sementara itu, menurut (Laksana et al., 2015) Persepsi kemanfaatan dapat diartikan keyakinan seseorang terhadap manfaat yang muncul akibat penggunaan suatu teknologi. Penelitian yang dilakukan oleh (Laksana, 2015), (Kristianti & Pambudi, 2017), (Pratama & Suputra, 2019), (Prasetya & Putra, 2020), (Rodiah & Melati, 2020), (Artina, 2021), (Afolo & Dewi, 2022), dan (Khoiriyah et al., 2023). Menunjukkan penelitian yang serupa, yakni persepsi kemanfaatan terhadap minat penggunaan dompet digital terdapat dampak positif yang signifikan. Penelitian yang menunjukkan dampak positif signifikan biasanya terjadi karena pengguna merasakan manfaat nyata, seperti kemudahan, kecepatan, dan promosi menarik yang ditawarkan dompet digital, sehingga minat mereka untuk menggunakannya meningkat. Sedangkan penelitian (Utami & Kusumawati, 2017) menunjukkan bahwa persepsi kemanfaatan tidak berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan dompet digital (Virginia & Puspitasari, 2023). Penelitian yang tidak menemukan dampak signifikan bisa jadi karena manfaat dompet digital sudah dianggap biasa atau standar di lingkungan tersebut, atau faktor lain seperti kemudahan penggunaan dan pengaruh sosial justru menjadi pendorong utama yang lebih kuat dalam membentuk minat pengguna.

Persepsi kemudahan merupakan pandangan masyarakat yang meyakini bahwa penggunaan suatu sistem, termasuk teknologi digital, adalah sesuatu yang dianggap sederhana dan tidak membutuhkan upaya besar. Dengan kata lain, ketika individu memiliki kepercayaan bahwa teknologi tertentu akan memudahkan aktivitasnya, maka ia lebih tertarik untuk memakainya. Kemudahan penggunaan berarti individu memiliki keyakinan bahwa dengan menerapkan teknologi, penggunaan dompet digital memungkinkan penyelesaian transaksi secara lebih cepat dan praktis, yang pada akhirnya mendorong penerimaan teknologi ini di kalangan masyarakat. Kemudahan dan rasa nyaman saat bertransaksi merupakan salah satu faktor kunci yang memengaruhi keputusan pengguna dalam menggunakan layanan keuangan digital. (Nizar & Yusuf, 2022). Beberapa studi terdahulu telah mengkaji fenomena terkait, antara lain (Laksana, 2015), (Kristianti & Pambudi, 2017), (Pratama & Suputra, 2019), (Prasetya & Putra, 2020), (Rodiah & Melati, 2020), (Artina, 2021), (Afolo & Dewi, 2022), (Khoiriyah et al., 2023). Menunjukkan penelitian yang serupa, yakni persepsi terhadap kemudahan penggunaan terdapat pengaruh positif secara signifikan terhadap minat penggunaan dompet digital. Dijelaskan karena persepsi ini secara langsung mengurangi hambatan psikologis dan teknis yang sering ditemui pengguna baru. Ketika sebuah aplikasi dompet digital dirasa mudah dipahami dan digunakan, pengguna tidak perlu menghabiskan banyak waktu untuk belajar, yang pada akhirnya meningkatkan efisiensi dan menciptakan pengalaman yang lebih menyenangkan. Kemudahan ini membangun kepercayaan diri pengguna, membuat mereka merasa kompeten saat bertransaksi, dan pada akhirnya mendorong mereka untuk terus menggunakan dompet digital dalam kehidupan sehari-hari, karena dinilai sebagai solusi yang praktis dan tidak merepotkan. Sementara itu, penelitian (Ernawati & Noersanti, 2020) dan (Ong & MN, 2022) Hasil tersebut mengindikasikan bahwa persepsi mengenai kemudahan tidak berpengaruh secara signifikan dan cenderung berdampak negatif terhadap minat individu dalam menggunakan dompet digital. Minat terhadap dompet digital tidak dipengaruhi oleh kemudahan penggunaan karena faktor ini sudah dianggap sebagai standar. Pengguna lebih mempertimbangkan keuntungan lain seperti promosi, diskon, dan keamanan. Dampak negatif muncul akibat pengalaman buruk, seperti proses verifikasi yang rumit atau kendala teknis, yang mengalahkannya persepsi awal tentang kemudahan.

Persepsi terhadap kepercayaan mencerminkan evaluasi individu terkait keyakinan masyarakat bahwa penggunaan suatu sistem, termasuk teknologi digital, didasarkan pada kepercayaan personal. Dalam konteks ini, kepercayaan merujuk pada tingkat kemampuan penyedia layanan uang elektronik dalam menjamin aspek keamanan dan kerahasiaan dari alat yang digunakan konsumen, sehingga mampu menumbuhkan rasa percaya dari para pengguna. (Pratama & Suputra, 2019). Penelitian yang dilakukan (Laksana, 2015), (Kristianti & Pambudi, 2017), (Pratama & Suputra, 2019), (Prasetya & Putra, 2020), (Rodiah & Melati, 2020), (Artina, 2021), (Afolo & Dewi, 2022), (Khoiriyah et al., 2023) menunjukkan penelitian yang serupa, yakni persepsi kepercayaan terhadap minat penggunaan dompet digital terdapat pengaruh positif signifikan. Penelitian yang menunjukkan dampak positif signifikan biasanya terjadi karena pengguna merasakan manfaat nyata, seperti kemudahan, kecepatan, dan promosi menarik yang ditawarkan dompet digital, sehingga minat mereka untuk menggunakannya meningkat. Sedangkan penelitian (Wardhana, 2016) dan (Kusumaningtyas, 2016) menunjukkan bahwa persepsi kepercayaan terhadap minat penggunaan dompet digital terdapat pengaruh positif dan tidak signifikan.

Berdasarkan survey awal bahwa mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Nahdlatul Ulama Jepara terkait minat penggunaan, terdapat beberapa permasalahan seperti mahasiswa khawatir tentang keamanan data dan transaksi di dompet digital, dan masih terdapat kemungkinan aplikasi dompet digital mengalami *error* atau *bug*.

Temuan dalam penelitian ini diharapkan mampu memberikan kontribusi terhadap pemahaman secara teoritis dalam literatur sistem informasi akuntansi atau dompet digital serta rekomendasi praktis bagi institusi pendidikan dalam mengembangkan program penguatan penggunaan sistem informasi akuntansi bagi calon pengguna.

TINJAUAN PUSTAKA

Persepsi Kemanfaatan

Persepsi terhadap manfaat merujuk pada keyakinan individu bahwa penggunaan sebuah sistem informasi mampu menunjang peningkatan kinerja. Maka dari itu pengertian ini, dapat diambil kesimpulan yakni persepsi manfaat berperan dalam proses pengambilan keputusan. Jika individu merasa bahwa sistem tersebut menawarkan manfaat, mereka cenderung menggunakannya, dan juga sebaliknya (Davis et al, 2016). Persepsi kemanfaatan juga

membuat seseorang yakin terhadap keputusannya untuk mampu untuk mempercepat pekerjaan, mengurangi ketergantungan terhadap sesuatu yang berlebihan, dan meningkatkan produktivitas kerja. Menurut (Davis et al, 2016) Beberapa indikator yang memengaruhi persepsi terhadap kemanfaatan mencakup kemudahan dalam proses pembayaran, kecepatan dalam menyelesaikan transaksi, adanya manfaat tambahan saat bertransaksi, jaminan rasa aman selama transaksi berlangsung, serta peningkatan efisiensi dalam aktivitas pembayaran.

Persepsi Kemudahan

Persepsi kemudahan dalam penggunaan dompet digital sangat penting untuk mengevaluasi sejauh mana pengguna menganggap layanan tersebut dirancang untuk aksesibilitas dan kemudahan, tanpa memerlukan upaya rumit atau butuh waktu lama untuk mengimplementasikannya (Afolo & Dewi, 2022). Menurut (Davis et al, 2016) indikator yang mempengaruhi persepsi kemudahan meliputi: kemudahan dalam mempelajari sistem; kemudahan dalam penggunaannya; dan kemudahan dalam mendapatkan informasi terkait layanan tersebut.

Persepsi Kepercayaan

Persepsi kepercayaan merupakan penilaian seseorang setelah memperoleh, mengolah informasi dalam situasi yang tidak pasti serta membuat berbagai penilaian dan asumsi (Pratama & Suputra, 2019). *Perceived trust* juga diartikan sebagai keyakinan seseorang bahwa penggunaan sistem keamanan yang handal menjamin privasi data pengguna, sehingga membuat mereka merasa lebih aman saat menggunakan sistem tersebut. Menurut (Mahardika & Basuki, 2011) Persepsi kepercayaan dapat diukur melalui beberapa indikator, antara lain: kepercayaan terhadap layanan yang diberikan; kesesuaian pelayanan dengan janji yang ditawarkan; kemampuan dalam menjaga data konsumen dengan baik; memiliki reputasi positif; serta dapat dipercaya oleh pengguna.

Minat Penggunaan Dompet Digital

Minat penggunaan dapat didefinisikan sebagai kondisi psikologis ketika individu mendapatkan stimulus eksternal yang memicu munculnya ketertarikan, hasrat, dan motivasi untuk mengadopsi, mencoba, atau memiliki suatu produk tertentu (Pratama & Suputra, 2019). Menurut Ferdinand (2011:12) Minat dalam menggunakan suatu produk dapat dievaluasi melalui beberapa indikator, antara lain adanya peluang untuk mencoba produk tersebut, pengaruh dari rekomendasi atau saran pengguna lain, serta dorongan internal untuk terus memanfaatkan produk tersebut secara berkelanjutan.

Hipotesis

Pengaruh Persepsi Kemanfaatan terhadap Minat Penggunaan Dompet Digital

Persepsi kemanfaatan merujuk pada keyakinan individu bahwa penggunaan suatu sistem informasi mampu memberikan kontribusi terhadap peningkatan kinerja. Jika individu merasa bahwa sistem tersebut menawarkan manfaat, mereka cenderung menggunakannya, dan juga sebaliknya. (Davis et al, 2016). Pendapat tersebut ditunjang dari perolehan aktivitas penelitian (Artina, 2021), (Khoiriyah et al., 2023), (Rodiah & Melati, 2020), dan (Afolo & Dewi, 2022) yakni persepsi kemanfaatan terhadap minat penggunaan dompet digital terdapat dampak positif yang signifikan.

H1. Terdapat pengaruh persepsi kemanfaatan terhadap minat menggunakan dompet digital.

Pengaruh Persepsi Kemudahan terhadap Minat Penggunaan Dompet Digital

Persepsi kemudahan dalam penggunaan dompet digital sangat penting untuk mengevaluasi sejauh mana pengguna menganggap layanan tersebut dirancang untuk aksesibilitas dan kemudahan, tanpa memerlukan upaya rumit atau butuh waktu lama untuk mengimplementasikannya (Afolo & Dewi, 2022). Pendapat tersebut ditunjang dari perolehan aktivitas penelitian (Laksana, 2015), (Kristianti & Pambudi, 2017), (Prasetya & Putra, 2020), dan (Pratama & Suputra, 2019) yakni persepsi terhadap kemudahan penggunaan terdapat pengaruh positif secara signifikan terhadap minat penggunaan dompet digital.

H2. Terdapat pengaruh persepsi kemudahan terhadap minat menggunakan dompet digital.

Pengaruh Persepsi Kepercayaan terhadap Minat Penggunaan Dompet Digital

Persepsi kepercayaan merupakan penilaian seseorang setelah memperoleh, mengolah informasi dalam situasi yang tidak pasti serta membuat berbagai penilaian dan asumsi (Pratama & Suputra, 2019). *Perceived trust* juga diartikan sebagai keyakinan seseorang bahwa penggunaan sistem keamanan yang handal menjamin privasi data pengguna, sehingga membuat mereka merasa lebih aman saat menggunakan sistem tersebut. Pendapat tersebut ditunjang dari perolehan aktivitas penelitian (Asri et al., 2022) serta (Kurniadi & Hendityasari, 2021) yang

membuktikan bahwa tingkat kepercayaan pengguna berperan penting dalam meningkatkan minat menggunakan dompet digital.

H3. Terdapat pengaruh persepsi kepercayaan terhadap minat menggunakan dompet digital.

METODE PENELITIAN

Peneliti perlu memilih metode yang tepat dan sesuai dengan permasalahan yang diteliti serta mengemukakan alasannya secara jelas agar pembaca dapat memahami dasar pemilihan metode tersebut. Objek dalam penelitian ini adalah pengguna dompet digital yang terdaftar di Otoritas Jasa Keuangan (OJK), baik yang sudah pernah maupun yang masih aktif menggunakannya. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh persepsi kemudahan, kemanfaatan, dan kepercayaan terhadap minat penggunaan dompet digital di kalangan mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Nahdlatul Ulama (UNISNU) Jepara. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *purposive sampling*, dengan jumlah responden ditentukan berdasarkan rumus *Slovin*. Dengan populasi sebesar 1.721 mahasiswa dan *margin of error* sebesar 10%, maka jumlah sampel minimum yang dibutuhkan adalah:

$$n = \frac{N}{1 + N \cdot e^2} = \frac{1721}{1 + 1721 \cdot (0,1)^2} = \frac{1721}{1 + 17,21} = 95$$

Sehingga, jumlah sampel ditetapkan sebanyak 100 responden untuk memperoleh hasil yang lebih representatif. Pengumpulan data dilakukan melalui kuesioner daring dengan menggunakan skala Likert 1–5 (Harpe, 2015).

Penelitian ini dilakukan karena belum ada bukti empiris di Fakultas Ekonomi Dan Bisnis UNISNU mengenai hubungan ketiga variabel independen tersebut dengan minat penggunaan dompet digital. Responden dipilih berdasarkan kriteria pengguna dompet digital terdaftar OJK yang pernah melakukan transaksi. Berdasarkan deskripsi penelitian yang diberikan, teknik analisis yang digunakan adalah regresi linier berganda. Analisis ini dipilih karena penelitian bertujuan untuk menguji hubungan dan pengaruh dari tiga variabel independen terhadap satu variabel dependen, yaitu minat penggunaan dompet digital. Untuk mengukur pengaruh parsial (individu) dari setiap variabel, akan dilakukan uji statistik t. Sementara itu, uji F akan digunakan untuk menguji pengaruh ketiga variabel tersebut secara serentak atau bersama-sama. Terakhir, koefisien determinasi (R^2) akan digunakan untuk mengukur seberapa besar variasi pada minat penggunaan dompet digital dapat dijelaskan oleh ketiga variabel independen tersebut, sehingga memberikan gambaran komprehensif tentang kekuatan model penelitian secara keseluruhan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Validitas

Tabel 1. Hasil Uji Validitas

No Item	r _{hitung}	r _{tabel}
1	.362	.194
2	.433	.194
3	.421	.194
4	.490	.194
5	.509	.194
6	.331	.194
7	.355	.194
8	.451	.194
9	.674	.194
10	.665	.194
11	.698	.194
12	.572	.194
13	.475	.194
14	.533	.194
15	.509	.194

Sumber: Output SPSS (2025)

Semua pertanyaan dalam angket penelitian ini valid, seperti yang ditunjukkan oleh tabel hasil uji validitas. Nilai r hitung lebih besar dari r tabel (0,194) menunjukkan bahwa data dapat dinyatakan valid jika r hitung lebih besar dari r tabel.

Uji Reliabilitas

Tabel 2. Hasil Uji Reliabilitas

Jumlah Item	Cronbach's Alpha
15	.787

Sumber: Output SPSS (2025)

Dari hasil uji reliabilitas menggunakan SPSS terhadap 15 item pertanyaan dalam penelitian menunjukkan nilai Cronbach's Alpha yaitu $0.787 > 0.6$ yang berarti data pada penelitian ini reliabel.

Uji Normalitas

Tabel 3. Hasil Uji Normalitas

Nama Uji	Hasil Asym.sig (2-Tailed)	Keterangan
Uji Kolmogorov-Smirnov	.200	Data Berdistribusi Normal

Sumber: Output SPSS (2025)

Dari hasil Uji Kolmogorov-Smirnov diperoleh Sig. $0.200 > 0.05$. Hasil ini menunjukkan bahwa data kuesioner pada penelitian terdistribusi normal.

Uji Multikolinieritas

Tabel 4. Hasil Uji Multikolinieritas

Variabel Independen	VIF	Tolerance	Keterangan
X1	1.124	.890	Tidak Ada Multikolinearitas
X2	1.003	.997	
X3	1.123	.891	

Sumber: Output SPSS (2025)

Hasil analisis multikolinearitas menunjukkan bahwa semua variabel independen memenuhi kriteria yang ditetapkan. Variabel persepsi kemanfaatan (X1) memiliki VIF 1,124, persepsi kemudahan (X2) bernilai VIF 1,003, dan persepsi kepercayaan (X3) menunjukkan VIF 1,123 seluruhnya berada di bawah batas kritis 10. Di sisi lain, nilai Toleransi untuk masing-masing variabel adalah 0,890 (X1), 0,997 (X2), dan 0,891 (X3), yang semuanya melampaui nilai ambang batas minimum 0,10. Dengan demikian, ketiga variabel persepsi kegunaan, kemudahan, dan kepercayaan memenuhi syarat untuk digunakan dalam analisis regresi.

Uji Heteroskedastisitas

Tabel 5. Hasil Uji Heteroskedastisitas

Model		Unstandardized	Coefficients Std.	Standardized	t	Sig.
		B	Error	Coefficients Beta		
1	(Constant)	-1.386	1.418		-.977	.331
	X1	.031	.049	.064	.645	.521
	X2	.151	.067	.224	2.259	.262
	X3	.036	.036	.099	1.004	.318

Sumber: Output SPSS (2025)

Dari hasil uji heteroskedastisitas menggunakan SPSS pada data kuesioner diatas diperoleh nilai Sig. untuk setiap variabel persepsi kegunaan (X1) nilai Sig. 0,521, persepsi kemudahan (X2) nilai Sig. 0,262 dan nilai persepsi kepercayaan (X3) Sig. 0,318, nilai Sig. dari ketiga variabel tersebut lebih besar dari 0,05. Jadi tidak terjadi masalah heteroskedastisitas pada penelitian ini.

Uji Model Regresi

Tabel 6. Hasil Pengujian Regresi

Model	Unstandardized		Standardized		t	Sig.
	B	Coefficients Std. Error	Beta	Coefficients		
1	(Constant)	5.024	2.126		2.363	.020
	X1	.714	.090	.698	7.790	.031
	X2	.731	.063	.505	6.168	.025
	X3	.327	.063	.465	5.171	.000

Sumber: Output SPSS (2025)

$$Y = 5.024 + 0.714X1 + 0.731X2 + 0.327X3 + e$$

Dari persamaan regresi di atas dapat sebagai berikut:

- Berdasarkan hasil analisis regresi, diperoleh nilai konstanta (a) sebesar 5,024. Artinya, apabila variabel persepsi terhadap kemanfaatan (X1), kemudahan (X2), dan kepercayaan (X3) dianggap tidak memiliki pengaruh atau bernilai nol, maka tingkat minat dalam menggunakan dompet digital (Y) akan tetap berada pada nilai awal sebesar 5,024.
- Dampak persepsi kemanfaatan (X1) terhadap minat menggunakan dompet digital (Y):
 - Koefisien regresi: 0,714, mengindikasikan bahwa setiap peningkatan satu unit akan meningkatkan minat menggunakan dompet digital sebesar 0,714.
 - Nilai t statistik: 7,790
 - Nilai signifikansi : 0,031 berada di bawah ambang batas 0,05 menunjukkan bahwa persepsi kegunaan mempunyai pengaruh positif signifikan terhadap minat menggunakan dompet digital.
 - Interpretasi: Dimana semakin tinggi manfaat yang dirasakan pengguna, maka semakin besar kecenderungan mereka untuk mengadopsi layanan digital tersebut.
- Dampak persepsi kemudahan (X2) terhadap minat menggunakan dompet digital (Y):
 - Koefisien regresi: 0,731, mengindikasikan bahwa setiap peningkatan satu unit akan meningkatkan minat menggunakan dompet digital sebesar 0,731.
 - Nilai t statistik: 6,168.
 - Nilai signifikansi : 0,025 berada di bawah ambang batas 0,05 menunjukkan bahwa persepsi kenyamanan mempunyai pengaruh positif signifikan terhadap minat menggunakan dompet digital.
 - Interpretasi: Kemudahan yang dirasakan lebih baik mempunyai dampak yang signifikan terhadap keputusan untuk menggunakan dompet digital.
- Dampak persepsi kepercayaan (X3) terhadap minat menggunakan dompet digital (Y):
 - Koefisien regresi: 0,327, mengindikasikan bahwa setiap peningkatan satu unit akan meningkatkan minat penggunaan dompet digital sebesar 0,327.
 - Nilai t statistik: 0,465
 - Nilai signifikansi: 0,000, berada di bawah ambang batas 0,05 menunjukkan bahwa persepsi kepercayaan mempunyai pengaruh positif signifikan terhadap minat menggunakan dompet digital.
 - Interpretasi: Persepsi kepercayaan yang lebih baik mempunyai dampak signifikan terhadap keputusan penggunaan dompet digital.

Uji Hipotesis

Tabel 7. Hasil Uji Hipotesis

Jenis Uji	Nilai			Hasil
	Persepsi Kemanfaatan	Persepsi Kemudahan	Persepsi Kepercayaan	
Uji t	Thitung 7.790 Nilai sig. .031	Thitung 6.168 Nilai sig. .25	Thitung 5.17 Nilai sig. .000	H1, H2 dan H3 diterima

Uji F	Fhitung 111.151	X1, X2 dan X3 berpengaruh signifikan terhadap Y
	Nilai sig. .000	
Uji Koefisien Determinasi	.658	X1 dan X2 berpengaruh 65,4 % terhadap Y

Sumber: *Output SPSS (2025)*

Hasil uji hipotesis menunjukkan bahwa ketiga variabel independen memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap minat penggunaan dompet digital. Temuan ini menunjukkan bahwa: persepsi kemanfaatan (H1), persepsi kemudahan (H2), dan persepsi kepercayaan (H3) masing-masing memberikan kontribusi positif dalam meningkatkan minat pengguna terhadap dompet digital. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa seluruh aspek persepsi yang diteliti secara konsisten mendorong adopsi dompet digital di kalangan responden.

Uji Parsial (Uji-t)

Uji parsial menunjukkan bahwa persepsi kemanfaatan berpengaruh signifikan terhadap minat penggunaan dompet digital, dengan t hitung $7,790 > t$ tabel $1,985$ dan signifikansi $0,031 < 0,05$. Temuan ini sejalan dengan penelitian (Afolo & Dewi, 2022) yakni persepsi kemanfaatan terhadap minat penggunaan dompet digital terdapat dampak positif yang signifikan.

Demikian pula, persepsi kemudahan berpengaruh signifikan, ditunjukkan oleh t hitung $5,17 > t$ tabel $1,985$ dan signifikansi $0,000 < 0,05$. Temuan ini sejalan dengan penelitian (Pratama & Suputra, 2019) yakni Persepsi mengenai kemudahan penggunaan memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap minat dalam menggunakan dompet digital.

Selain itu, persepsi kepercayaan juga terbukti berpengaruh signifikan dengan t hitung $6,168 > t$ tabel $1,985$ dan signifikansi $0,025 < 0,05$. Temuan ini sejalan dengan penelitian (Kurniadi & Hendityasari, 2021) yang membuktikan bahwa tingkat kepercayaan pengguna berperan penting dalam meningkatkan minat menggunakan dompet digital.

Uji Simultan (Uji-F)

Uji F menunjukkan bahwa persepsi kemanfaatan, persepsi kemudahan, dan persepsi kepercayaan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap minat penggunaan dompet digital, dengan Fhitung $111,151 > F$ tabel $3,090$ dan signifikansi $0,000 < 0,05$. Maka dapat disimpulkan bahwa ketiga variabel independen secara simultan berpengaruh signifikan terhadap minat penggunaan dompet digital pada tingkat signifikansi 5%.

Uji Koefisien Determinasi

Analisis koefisien determinasi (R^2) mengungkapkan bahwa 65,8% dari variasi minat penggunaan dompet digital secara bersama-sama persepsi kemanfaatan, kemudahan, dan kepercayaan dengan nilai R^2 sebesar 0,658. Temuan ini menunjukkan kekuatan prediktif yang substansial dari model penelitian, sementara 34,2% variasi lainnya dipengaruhi oleh faktor-faktor eksternal yang tidak termasuk dalam model analisis.

Pembahasan

Pengaruh Persepsi Kemanfaatan Terhadap Minat Menggunakan Dompet Digital

Hasil uji statistik mengungkapkan nilai signifikansi sebesar 0,031, yang lebih kecil dari batas 0,05. Ini berarti persepsi kemanfaatan berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan dompet digital, sehingga hipotesis H1 diterima. Temuan ini mendukung teori *Technology Acceptance Model* (TAM), yang menyatakan bahwa persepsi manfaat merupakan salah satu faktor utama dalam penerimaan dan penggunaan teknologi. Dalam konteks dompet digital, persepsi kemanfaatan yang tinggi muncul ketika pengguna merasakan manfaat nyata seperti kemudahan transaksi, efisiensi waktu, dan keuntungan finansial berupa promo atau *cashback*. Namun, jika manfaat yang dirasakan pengguna tidak signifikan, misalnya karena terbatasnya merchant yang menerima atau minimnya fitur tambahan, maka pengaruhnya terhadap minat penggunaan bisa berkurang. Teori perilaku yang direncanakan juga mendukung temuan ini dengan menekankan bahwa niat seseorang dipengaruhi oleh persepsi mereka terhadap manfaat suatu tindakan.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian (Artina, 2021), (Khoiriyah et al., 2023), (Rodiah & Melati, 2020), dan (Afolo & Dewi, 2022) yang menegaskan bahwa persepsi kemanfaatan terhadap minat penggunaan dompet digital memiliki pengaruh positif signifikan.

Pengaruh Persepsi Kemudahan Terhadap Minat Menggunakan Dompet Digital

Nilai signifikansi sebesar 0,025 yang lebih kecil dari 0,05 menunjukkan bahwa persepsi kemudahan memiliki pengaruh positif terhadap minat penggunaan dompet digital, sehingga hipotesis H2 diterima. Temuan ini sejalan dengan konsep *usability* dalam literatur teknologi informasi, yang menyoroti bahwa tingkat kemudahan penggunaan merupakan faktor penting yang mempengaruhi keputusan pengguna untuk mengadopsi suatu teknologi. Dompet digital dengan antarmuka yang intuitif, proses registrasi sederhana, dan fitur yang mudah dipahami akan lebih cepat diadopsi oleh masyarakat, termasuk kalangan yang kurang melek teknologi. Sebaliknya, kompleksitas prosedur seperti verifikasi berlapis atau navigasi yang membingungkan dapat mengurangi minat penggunaan. Teori efusi inovasi menjelaskan bahwa kemudahan penggunaan merupakan karakteristik inovasi yang mempercepat penyebarannya di masyarakat.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian (Laksana, 2015), (Kristianti & Pambudi, 2017), (Prasetya & Putra, 2020), dan (Pratama & Suputra, 2019) yang menegaskan bahwa persepsi kemudahan penggunaan terhadap minat menggunakan dompet digital mempunyai pengaruh positif signifikan.

Pengaruh Persepsi Kepercayaan Terhadap Minat Menggunakan Dompet Digital

Dengan nilai signifikansi sebesar 0,000 yang jauh di bawah ambang batas 0,05, dapat disimpulkan bahwa persepsi kepercayaan memiliki pengaruh signifikan terhadap minat menggunakan dompet digital. Oleh karena itu, hipotesis H3 dinyatakan diterima. Temuan ini memperkuat peran kepercayaan sebagai faktor kritis dalam transaksi finansial digital, sebagaimana ditekankan dalam teori Kepercayaan dalam transaksi elektronik. Dompet digital yang dioperasikan oleh perusahaan terpercaya dan diawasi OJK cenderung lebih mudah mendapatkan kepercayaan masyarakat. Sebaliknya, kasus kebocoran data atau penipuan dapat secara signifikan mengurangi minat penggunaan, terlepas dari manfaat dan kemudahan yang ditawarkan. Teori pertukaran sosial menjelaskan bahwa pengguna akan enggan berpartisipasi dalam sistem elektronik jika persepsi risikonya lebih tinggi daripada manfaat yang diperoleh.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian (Asri et al., 2022) dan (Kurniadi & Hendityasari, 2021) yang menunjukkan bahwa persepsi kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap minat penggunaan dompet digital.

KESIMPULAN

Hasil penelitian menunjukkan bahwa minat seseorang dalam menggunakan dompet digital dipengaruhi secara kuat oleh tiga faktor utama. Pertama, persepsi kemanfaatan, di mana pengguna tertarik karena mereka melihat dompet digital sebagai alat yang mempermudah berbagai transaksi keuangan, menggantikan kebutuhan akan uang tunai. Kedua, persepsi kemudahan, yang mana pengalaman pengguna yang lancar, mulai dari proses pendaftaran hingga penggunaan sehari-hari, sangat menentukan apakah mereka akan terus menggunakan layanan tersebut. Ketiga, persepsi kepercayaan, yang menjadi fondasi penting di mana rasa aman akan data pribadi dan dana yang tersimpan menjadi penentu utama dalam menumbuhkan minat. Meskipun ketiga variabel ini secara signifikan menjelaskan sebagian besar minat pengguna, penelitian selanjutnya perlu mempertimbangkan faktor-faktor lain, seperti pengaruh promosi, insentif, dan aspek sosial, untuk mendapatkan pemahaman yang lebih menyeluruh.

DAFTAR PUSTAKA

- Adistyasari, N., Firmansyah, R., & Gunadi, W. (2020). Analyzing the Use of P2P Lending Mobile Applications in Greater Jakarta. *International Journal of Advanced Trends in Computer Science and Engineering*, 9(2), 2010-2020.
- Afolo, S. C. M., & Dewi, N. N. S. R. T. (2022). Minat Mahasiswa Akuntansi Untrim Sebagai Pengguna E-Wallet Dengan Mempertimbangkan Persepsi Kemanfaatan, Persepsi Kemudahan, Dan Persepsi Kepercayaan. *KRISNA: Kumpulan Riset Akuntansi*, 13(2), 267-277.
- Artina, N. (2021). Pengaruh persepsi manfaat, persepsi kemudahan, kepercayaan dan fitur layanan terhadap tingkat kepuasan pelanggan dalam menggunakan e-money di Kota Palembang. *Forbiswira Forum Bisnis Dan Kewirausahaan*,
- Asri, H. R., Setyarini, E., & Gisijanto, H. A. (2022). Pengaruh persepsi kemudahan, persepsi risiko, dan kepercayaan terhadap minat penggunaan peer to lending. *Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, 1(03), 01-09.

- Ernawati, N., & Noersanti, L. (2020). Pengaruh Persepsi Manfaat, Kemudahan Penggunaan dan Kepercayaan Terhadap Minat Penggunaan Pada Aplikasi OVO. *Pengaruh Persepsi Manfaat, Kemudahan Penggunaan Dan Kepercayaan Terhadap Minat Penggunaan Pada Aplikasi Ovo*.
- Harpe, S. E. (2015). How to analyze Likert and other rating scale data. *Currents in pharmacy teaching and learning*, 7(6), 836-850.
- Khoiriyah, S. U., Zulkarnaeni, A. S., & Halim, M. (2023). Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, dan Persepsi Keamanan terhadap Minat Menggunakan Financial Technology pada Aplikasi Dana. *JRAK (Jurnal Riset Akuntansi dan Bisnis)*, 9(1), 70-79.
- Kristianti, M. L., & Pambudi, R. (2017). Analisis Pengaruh Persepsi Kemudahan, Persepsi Kemanfaatan, Persepsi Tingkat Keamanan, Dan Fitur Layanan Terhadap Penggunaan Mobile Banking Pada Mahasiswa Di Dki Jakarta. *Jurnal Akuntansi*, 11(1), 50-67.
- Kurniadi, E., & Hendiyasari, G. G. (2021). Analysis factors affecting lenders intention in P2p lending platform using Utaut2 model. *Turkish Journal of Computer and Mathematics Education*, 12(3), 3527-3537.
- Kusumaningtyas, D. (2016). Pengaruh PersepsiPrivasi, Persepsi Keamanan, Persepsi Kepercayaan, PersepsiRisiko, PersepsiKegunaan dan Persepsi Kemudahan terhadap Minat PenggunaanTransaksiE-commerce dengan SistemOnline to Offline (O2O). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB*, 4(2).
- Laksana, G. B. (2015). *Pengaruh persepsi kemanfaatan, persepsi kemudahan penggunaan, persepsi resiko dan persepsi kesesuaian terhadap minat menggunakan mobile banking (studi pada nasabah Bank Rakyat Indonesia (BRI) Kantor Cabang Rembang, Jawa Tengah)* Brawijaya University].
- Lalu Agustino. (2021). Pengaruh Promosi, Persepsi Kemudahan Dan Persepsi Manfaat Terhadap Minat Penggunaan E-Wallet Dengan Kepercayaan Sebagai Variabel Mediasi Pada Pengguna E-Wallet Di Kota Banjarmasin. *Kindai*, 17(3), 401-422. <https://doi.org/10.35972/kindai.v17i3.631>
- Mahardika, A., & Basuki, R. (2011). Factor Determining Acceptance Level of Internet Banking Implementation. *Journal of Economics, Business, and Accountancy*.
- Nizar, A. M., & Yusuf, A. (2022). Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan dan Kepercayaan Terhadap Minat Menggunakan Aplikasi Dompot Digital LinkAja. *J-MAS (Jurnal Manajemen dan Sains)*, 7(2), 928-933.
- Nurul Haqiqi, Untung Lasiyono, & Tri Ari Prabowo. (2020). Pengaruh Kemudahan, Manfaat Dan Persepsi Risiko Terhadap Kepuasan Belanja Online Dalam Menggunakan E-Commerce Shopee Di Kelurahan Tanjungsari, Kecamatan Taman Sidoarjo. *Journal of Sustainability Bussiness Research (JSBR)*, 1(1), 317-328. <https://doi.org/10.36456/jsbr.v1i1.3000>
- Ong, V., & MN, N. (2022). Pengaruh Persepsi Risiko, Persepsi Kemudahan, dan Literasi Keuangan terhadap Minat Penggunaan Linkaja. *Jurnal Manajerial Dan Kewirausahaan*, 4(2), 516.
- Prasetya, H., & Putra, S. E. (2020). Pengaruh persepsi kemudahan, manfaat dan risiko pada minat penggunaan e-money di Surabaya. *Jurnal Dinamika Ekonomi Dan Bisnis*, 17(2), 151-158.
- Pratama, A. B., & Suputra, I. (2019). Pengaruh persepsi manfaat, persepsi kemudahan penggunaan, dan tingkat kepercayaan pada minat menggunakan uang elektronik. *E-jurnal Akuntansi*, 27(2), 927-953.
- Rodiah, S. R., & Melati, I. S. (2020). Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Kemanfaatan, Risiko, dan Kepercayaan terhadap Minat Menggunakan E-wallet pada Generasi Milenial Kota Semarang. *Journal of Economic Education and Entrepreneurship*, 1(2), 66-80.
- Utami, S. S., & Kusumawati, B. (2017). Faktor-faktor yang memengaruhi minat penggunaan e-money (Studi pada mahasiswa STIE Ahmad Dahlan Jakarta). *BALANCE: Economic, Business, Management and Accounting Journal*, 14(02).
- Virginia, S. G., & Puspitasari, E. (2023). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Pengguna Sistem Informasi Akuntansi Berbasis Dompot Digital. *Ekonomis: Journal of Economics and Business*, 7(1), 643-652.
- Wardhana, O. H. P. (2016). Pengaruh Persepsi Kemudahan, Persepsi Kegunaan, Persepsi Nilai, Pengaruh Sosial, Persepsi Risiko, dan Kepercayaan Terhadap Minat Menggunakan E-commerce. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB*, 4(2).