



Pengaruh Kepercayaan, Fitur Layanan Dan Resiko Terhadap Minat Penggunaan Digital Payment Pada Aplikasi DANA (Dompot Digital Indonesia) Di Kecamatan Tambun Selatan

Kasidjo¹, Hendri Darusman², Rhevania Aprilianita Eka Putri³
STIE Bisnis Internasional Indonesia (BII) Bekasi
kasidjo@stiebii.ac.id

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh Kepercayaan Fitur Layanan dan Resiko Terhadap Minat Penggunaan *Digital Payment* Pada Aplikasi DANA. Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Teknik pengambilan sampel menggunakan *Acidental Sampling*, metode analisis yang digunakan adalah analisis linear berganda. Secara umum hasil analisis menunjukkan bahwa Kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap Minat Penggunaan dengan nilai perbandingan ($0,000 < 0,05$) dan nilai t_{hitung} sebesar ($8,846 > 1,966$) sehingga H_a diterima, Fitur Layanan menunjukan hasil yang signifikan terhadap Minat Penggunaan dengan nilai perbandingan ($0,000 < 0,05$) dan nilai t_{hitung} sebesar ($4,099 > 1,966$) sehingga H_a diterima, dan Resiko menunjukkan hasil yang signifikan terhadap Minat Penggunaan dengan nilai perbandingan ($0,000 < 0,05$) dan nilai t_{hitung} sebesar ($4,781 > 1,966$) sehingga H_a diterima. Kepercayaan, Fitur Layanan dan Resiko terhadap Minat penggunaan, secara simultan memperoleh nilai signifikan $0,000 < 0,05$ dan nilai f_{hitung} ($98,480 > 2,63$), maka dapat disimpulkan H_a diterima. Serta dapat dilihat besarnya koefisien determinasi pada *Adjusted R square* (R^2) adalah sebesar 0,624. Nilai tersebut memberikan gambaran bahwa sumbangan variabel independen dalam pengaruh naik turunnya variabel dependen sebesar 62,4%.

Kata kunci: Kepercayaan, Fitur Layanan, Resiko, Minat Penggunaan.

ABSTRACT

This study aims to determine the Influence of Trust, Service Features and Risk on Interest in Using Digital Payment on the DANA Application. The type of research used in this study is quantitative research. The sampling technique uses Asidental Sampling, the analysis method used is multiple linear analysis. Data analysis uses IBM SPSS Version 26. In general, the results of the analysis show that Trust has a significant effect on Interest in Use with a comparison value ($0.000 < 0.05$) and a t_{count} value of ($8.846 > 1.966$) so that H_a is accepted, Service Features show significant results on Interest in Use with a comparison value ($0.000 < 0.05$) and a t_{count} value of ($4.099 > 1.966$) so that H_a is accepted, and Risk shows significant results on Interest in Use with a

comparison value ($0.000 < 0.05$) and a t_count value of ($4.781 > 1.966$) so that H_a is accepted. Trust, Service Features and Risks on Interest in Use, simultaneously obtained a significant value of $0.000 < 0.05$ and the f_count value ($98.480 > 2.63$), then it can be concluded that H_a is accepted. And it can be seen that the magnitude of the determination coefficient in the Adjusted r square (R^2) is 0.624. This value provides an illustration that the contribution of the independent variable in the influence of the rise and fall of the dependent variable is 62.4%.

Keywords: Trust, Service Features, Risk, Interest in Use.

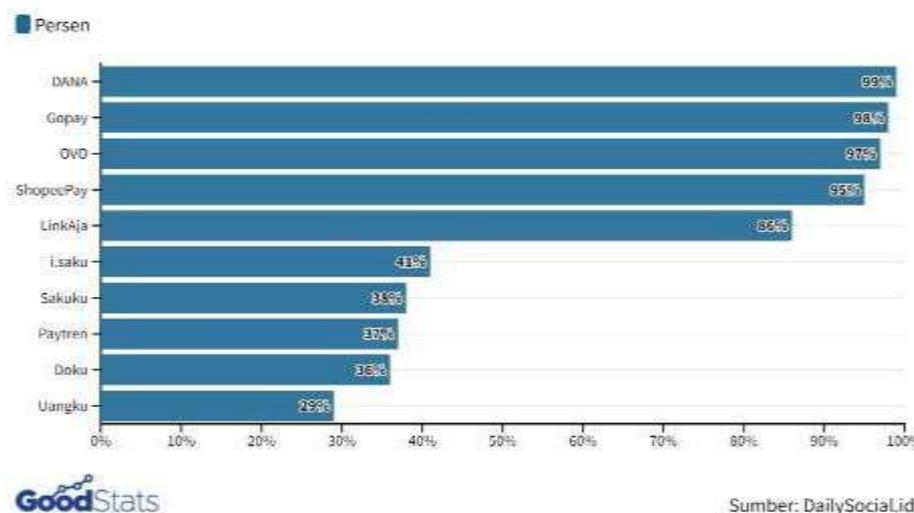
PENDAHULUAN

Sistem pembayaran di Indonesia masih menggunakan uang tunai dan berinteraksi langsung untuk transaksi keuangan. Namun, dalam beberapa tahun terakhir, pemerintah mulai mendorong penggunaan sistem pembayaran dengan menggunakan uang elektronik dalam *digital platform* atau biasa disebut dengan digital payment dan di terima secara positif oleh masyarakat. Hal ini terlihat dari keseluruhan indikator tahun 2022 bahwa kehadiran digital payment turut berkontribusi terhadap transaksi keuangan digital di Indonesia. Bank Indonesia (BI) merilis laporan yang menyebutkan volume transaksi *digital payment* pada triwulan pertama tahun 2022 meningkat 42,06% *year-on-year*. BI juga memperkirakan volume transaksi akan tumbuh sebesar 18,03% (*y-on-y*) menjadi Rp 360 triliun selama tahun 2022 (Goodstats.id, 2022). Ini berarti peningkatan yang signifikan pada tahun 2022 dibandingkan tahun sebelumnya. BI mencatat transaksi digital payment senilai Rp 305,4 triliun pada tahun 2021 (Keuangan.kontan.co.id, 2022).

Digital payment adalah sebuah layanan elektronik yang berfungsi untuk alat pembayaran atau alat pembayaran dengan aplikasi uang elektronik. *Digital payment* adalah pembayaran berbasis teknologi. Dalam digital payment, uang disimpan, diproses, dan diterima secara online dalam bentuk digital, dan proses pembayaran uang dimulai melalui aplikasi pembayaran elektronik. Salah satu faktor pendorong maraknya transaksi digital payment adalah dukungan berbagai pihak seperti pendukung dari transformasi digital di industri perbankan dan juga pesatnya pertumbuhan fintech (*financial technology* atau teknologi finansial) di Indonesia. Menurut Organisasi Jasa Keuangan (OJK), *financial technology* atau biasa disebut dengan fintech adalah inovasi di industri jasa keuangan yang memanfaatkan pemanfaatan teknologi. Fintech juga dapat didefinisikan sebagai kombinasi antara layanan keuangan dan teknologi dan dapat mengubah model bisnis dari model bisnis tradisional menjadi model bisnis kelas menengah. Berawal dari cara pembayaran yang harus berinteraksi secara langsung dan membawa sejumlah uang tunai, kini dapat melakukan pembayaran tanpa harus berinteraksi langsung dengan melakukan transaksi pembayaran pada jarak jauh dapat dilakukan dalam hitungan menit atau detik dengan menggunakan aplikasi *digital payment*.

Beberapa aplikasi digital payment yang sedang banyak digunakan antara lain yaitu OVO, GO-Pay, SHOPEEPAY dan DANA. OVO merupakan aplikasi digital payment yang menyediakan layanan pembayaran dan transaksi *online* (OVO Cash). Go-Pay merupakan aplikasi digital payment yang ditawarkan oleh aplikasi Go-Jek supaya dapat membayar *driver* menggunakan uang non tunai dengan menggunakan

aplikasi digital payment Go-Pay. ShopeePay juga merupakan aplikasi digital payment yang ditawarkan oleh aplikasi Shopee untuk lebih memudahkan konsumen untuk membayar transaksi pembelian menggunakan aplikasi digital payment ShopeePay. Dompot Digital Indonesia yang biasa disebut dengan DANA merupakan layanan *digital payment* yang berbasis aplikasi yang memiliki layanan dan dukungan transaksi online yang sangat lengkap didalamnya mulai dari pembayaran tagihan (air, listrik, telpon hingga BPJS), pembelian pulsa, dapat membayar cicilan, membeli voucher *Google play*, berbelanja dan masih banyak lagi. Dari beberapa aplikasi digital payment di atas dalam penelitian ini peneliti berfokus pada aplikasi Dompot Digital Indonesia yaitu DANA. Berikut data *digital payment* yang paling banyak diketahui oleh masyarakat Indonesia pada kuartal pertama di tahun 2022.



Gambar 1. Digital Payment Yang Paling Banyak Diketahui

Sumber : (Goodstats.id, 2022).

Berdasarkan sumber data diatas dapat diuraikan bahwa fenomena dalam penelitian ini yaitu aplikasi digital payment DANA (Dompot Digital Indonesia) dijadikan objek penelitian dikarenakan pada kuartal pertama (Q1) tahun 2022 aplikasi digital payment DANA (Dompot Digital Indonesia) diketahui oleh 99% masyarakat di Indonesia. Artinya, hampir seluruh responden mengetahui keberadaan DANA sebagai startup di industri aplikasi digital payment di Indonesia. DANA adalah layanan dompet digital yang resmi dirilis pada 5 Desember 2018 di bawah naungan PT Elang Mahkota Teknologi Tbk (EMTEK) sebagai investor utama dengan tingkat kepemilikan 99%. Didirikan oleh Vincent Iswara pada Desember 2018, dompet digital ini memiliki empat lisensi yang terdaftar di Bank Indonesia, antara lain dompet digital, uang elektronik, likuiditas keuangan digital dan transfer uang. Yang merupakan salah satu dompet digital pendatang baru sebelum OVO, GoPay, LinkAja dan dompet digital lainnya. Dana mengandalkan tiga pilar utama pemasarannya, yaitu kepercayaan (Dana menjamin keamanan 100% untuk keamanan transaksi pengguna), bersahabat (*platform* terbuka untuk menghubungkan pengguna yang tepat dengan agen bisnis) dan aksesibilitas (akses mudah ke pembayaran tanpa uang tunai). Minat penggunaan pada layanan aplikasi DANA sangat penting, sehingga perlu memahami faktor apa saja yang dapat mempengaruhi minat penggunaan. Faktor-faktor yang berpengaruh pada layanan aplikasi DANA yaitu kepercayaan, fitur pelayanan, resiko dan sebagainya.

Faktor pertama yang berpengaruh pada minat penggunaan aplikasi DANA yaitu

kepercayaan. Kepercayaan adalah dasar dari proses bisnis. Transaksi yang dilakukan antara dua pihak atau lebih ini terjadi ketika kedua belah pihak saling memiliki kepercayaan. Dalam suatu perusahaan kepercayaan tidak dapat dibuat dalam sekejap mata, melainkan itu harus dibangun dari awal mulai berbisnis. Kepercayaan merupakan keyakinan yang harus dimiliki konsumen sebelum melakukan dan memutuskan untuk melakukan transaksi di media online. Kepercayaan ini sangat diperlukan karena jika seseorang tidak mempercayai fitur tersebut, dapat dipastikan bahwa seseorang tidak akan melakukan transaksi pada aplikasi tersebut.

Faktor kedua yaitu fitur pelayanan, Fitur layanan lengkap pada dompet digital DANA merupakan aplikasi berteknologi canggih dengan pertimbangan untuk memudahkan dalam bertransaksi. Fitur adalah sarana untuk membedakan produk lain, sedangkan layanan adalah aktivitas berbasis nilai yang tidak berwujud dan tidak dimiliki oleh pesaing lain. Fitur pelayanan dari aplikasi DANA ini tidak harus berinteraksi langsung melainkan dapat melakukannya melalui transaksi secara online maupun offline sesuai minat pengguna aplikasi DANA. Beberapa fitur yang dimiliki oleh DANA antara lain minta dana, top up, kirim dana, Nearby Me, dan dana news.

Faktor yang berpengaruh pada minat penggunaan aplikasi DANA berikutnya yaitu resiko. Resiko adalah kekhawatiran pribadi yang tidak dapat diprediksi pada awalnya dan dapat terjadi pada setiap konsumen sebelum melakukan pembayaran. Resiko teknologi informasi yang terkandung dalam aplikasi Dompet Digital DANA semakin meningkat seiring dengan perkembangan teknologi, dan pemantauan secara online dapat meminimalkan risiko baik dari pihak DANA maupun pengguna.

Minat perilaku konsumen dalam penelitian ini adalah preferensi dalam menggunakan aplikasi layanan dompet digital Indonesia yaitu DANA. Minat penggunaan ini adalah perasaan bahwa Pengguna Aplikasi DANA akan merasa tertarik dengan fasilitas pembayaran yang disediakan oleh DANA tanpa paksaan atau dengan sukarela dan Pengguna percaya bahwa layanan Aplikasi DANA akan menguntungkan pengguna. Minat penggunaan digital payment semakin meningkat di kota-kota besar maupun di daerah yang mengakibatkan persaingan semakin ketat. Dari beberapa jenis digital payment di Indonesia, DANA menjadi salah satu aplikasi yang paling banyak digunakan dan paling banyak dikenal pada tahun 2022 oleh masyarakat Indonesia. Hal ini dapat dilihat dari tabel data persentase berikut:

Tabel 1. Data Minat Penggunaan
Berdasarkan Data Minat Penggunaan Dompet Digital di Indonesia
(Periode 2020-2022)

| Dompet Digital | 2020 | 2021 | 2022 |
|----------------|-------|-------|------|
| DANA | 12.2% | 55.7% | 83% |
| OVO | 38.2% | 58.9% | 79% |
| GoPay | 13.2% | 58.4% | 88% |
| ShopeePay | 15.6% | 56.4% | 76% |

Sumber data : Periode 2020-2021 (DailySocial.id, 2021) Periode 2022 (Goodstats.id, 2022).

Berdasarkan data di atas menunjukkan bahwa minat penggunaan aplikasi DANA dari tahun 2020-2022 selalu mengalami kenaikan nilai persentasenya. Pada tahun 2020 nilai persentase aplikasi DANA lebih rendah dari yang lainnya yaitu sebesar 12.2% dikarenakan faktor resiko pada teknologi informasi yang semakin meningkat dapat menimbulkan kekhawatiran pribadi pada setiap individu. Di tahun 2021 nilai persentase aplikasi DANA mengalami kenaikan sebesar 55,7% kenaikan persentase aplikasi DANA dikarenakan DANA mengandalkan tiga pilar utama pemasaran salah satunya kepercayaan di mana DANA menjamin keamanan 100% untuk transaksi para pengguna DANA, tetapi masih lebih rendah dibandingkan aplikasi lainnya.

Pada tahun 2022 nilai persentase aplikasi DANA mengalami kenaikan dari tahun sebelumnya sebesar 83% dan mengalahkan dompet digital OVO dan ShopeePay karena terdapat fitur layanan terbaru yang terdapat pada aplikasi dana dan tidak ada di aplikasi dompet digital lainnya yaitu pembayaran STNK via signal dan aplikasi *digital payment* DANA menempati posisi kedua untuk minat penggunaan digital payment di Indonesia. Akan tetapi, berdasarkan data minat penggunaan dompet digital di Indonesia periode 2020-2022 peneliti melihat masih ada permasalahan yang terdapat pada objek penelitian ini, bahwasanya aplikasi digital payment DANA (Dompet Digital Indonesia) tidak pernah menempati posisi pertama dalam minat penggunaan Dompet digital di Indonesia. Aplikasi digital payment DANA memiliki kekurangan yaitu Aplikasi DANA belum menjangkau usaha-usaha kecil, seperti pedang kaki lima.

Selain itu, hingga kini Aplikasi Dana memiliki toko-toko (*merchant*) yang sudah kerjasama tetapi masih terbatas (Lampung.co, 2023) dan masyarakat masih banyak yang belum menggunakan aplikasi dompet digital sebagai alat pembayaran. Dengan demikian peneliti berharap dengan adanya penelitian ini minat penggunaan dompet digital dapat meningkat dan menggerakkan kembali ekonomi digital di Indonesia.

Berdasarkan uraian di atas, maka peneliti mengidentifikasi masalah adalah sebagai berikut: 1) OVO, Go-Pay, ShopeePay dan DANA merupakan aplikasi digital payment menyediakan layanan pembayaran secara online; 2) OVO, Go-Pay, ShopeePay dan DANA adalah 4 startup teratas yang paling banyak diketahui di kuartal pertama 2022 di Indonesia; 3) DANA adalah dompet digital Indonesia yang mengandalkan tiga pilar utama pemasaran, salah satunya adalah kepercayaan dimana DANA menjamin 100% untuk keamanan transaksi pengguna; 4) Munculnya dompet berbasis digital atau biasa disebut digital payment dalam melakukan transaksi pembayaran. Dengan hadirnya DANA, OVO, Go-Pay dan ShopeePay sebagai Dompet Digital Indonesia yang memiliki beberapa fitur layanan canggih dan lengkap; 5) Adanya pengaruh resiko yang dirasakan para pengguna pada aplikasi DANA seiring dengan meningkatnya perkembangan teknologi sehingga mempengaruhi minat penggunaan aplikasi DANA; 6) Minat penggunaan aplikasi DANA yang selalu meningkatkan mempengaruhi persentase nilai penggunaan aplikasi DANA; 7) Aplikasi DANA tidak pernah menempati posisi pertama dalam minat penggunaan dompet digital di Indonesia pada periode 2020-2022.

Selain itu, peneliti membatasi masalah penelitian ini pada Pengaruh Kepercayaan, Fitur layanan, dan Resiko Terhadap Minat Penggunaan *Digital Payment* Pada

Aplikasi DANA (Dompet Digital Indonesia) di Kecamatan Tambun Selatan. Sehingga rumusan masalahnya, sebagai berikut: 1) Seberapa Besar Pengaruh Kepercayaan Terhadap Minat Penggunaan Digital Payment Pada Aplikasi DANA (Dompet Digital Indonesia) di Kecamatan Tambun Selatan?; 2) Seberapa Besar Pengaruh Fitur Layanan Terhadap Minat Penggunaan Digital Payment Pada Aplikasi DANA (Dompet Digital Indonesia) di Kecamatan Tambun Selatan?; 3) Seberapa Besar Pengaruh Resiko Terhadap Minat Penggunaan Digital Payment Pada Aplikasi DANA (Dompet Digital Indonesia) di Kecamatan Tambun Selatan?; 4) Seberapa besar Pengaruh Kepercayaan, Fitur layanan, dan Resiko Secara Simultan Terhadap Minat Penggunaan Digital Payment Pada Aplikasi DANA (Dompet Digital Indonesia) di Kecamatan Tambun Selatan?.

KERANGKA BERFIKIR

1. Pengaruh Kepercayaan Terhadap Minat Penggunaan

Menurut Mayer et al., dalam (Sobandi & Somantri, 2020:44) Kepercayaan adalah keyakinan konsumen bahwa individu tertentu memiliki integritas, dapat dipercaya dan orang yang dipercayai akan memenuhi semua kewajiban dalam melakukan transaksi sebagaimana yang diharapkan.

Menurut penelitian yang dilakukan oleh (Sobandi & Somantri, 2020:50), menunjukkan hasil bahwa kepercayaan memiliki nilai sig dibawah 0,050 (sig < 0,050) dapat diartikan bahwa terdapat pengaruh signifikan antara variabel kepercayaan terhadap minat penggunaan, dengan ini arah pengaruh pada penelitian tersebut positif. Berdasarkan hasil kajian teori dan kajian empiris tersebut di atas sebagai dasar penyusunan hipotesis, maka H1: Kepercayaan berpengaruh positif terhadap Minat Penggunaan.

2. Pengaruh Fitur Layanan Terhadap Minat Penggunaan

Menurut Schmitt dalam (Kurnianingsih & Maharani, 2020:5) fitur layanan merupakan karakteristik yang menambah fungsi dasar suatu produk dan fitur adalah kunci penting bagi perusahaan agar mereka dapat membandingkan dengan produk pesaing lainnya.

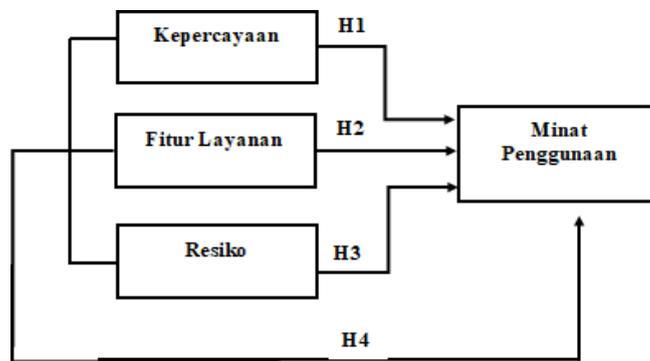
Menurut penelitian yang dilakukan oleh (Aprilia & Susanti, 2022:406), menunjukkan hasil bahwa t (hitung) > t (tabel) dan sig < 0,050 maka dapat disimpulkan terdapat pengaruh yang positif signifikan antara variabel fitur layanan terhadap minat penggunaan. Berdasarkan hasil kajian teori dan kajian empiris tersebut di atas sebagai dasar penyusunan hipotesis, maka H2 : Fitur Layanan berpengaruh positif terhadap Minat Penggunaan.

3. Pengaruh Resiko Terhadap Minat Penggunaan

Menurut Pavlou dan Fygenon (Jayantari & Seminari. Ni Ketut, 2018:2628) resiko adalah perkiraan subjektif individu untuk mendapatkan konsekuensi kerugian dalam menerima sesuatu hasil yang diinginkannya. Persepsi resiko juga dapat dikatakan sebagai pemikiran seseorang yang tidak pasti serta konsekuensi yang diterima atas layanan pada sistem yang digunakan.

Menurut penelitian yang dilakukan oleh (Fatonah & Hendratmoko, 2020:214), menunjukkan hasil bahwa t (hitung) > t (tabel) diimana terdapat pengaruh yang positif signifikan antara variabel resiko terhadap minat penggunaan.

Berdasarkan hasil kajian teori dan kajian empiris tersebut di atas sebagai dasar penyusunan hipotesis, maka H3 : Resiko berpengaruh positif terhadap Minat Penggunaan.



Gambar 2. Kerangka Pemikiran

4. Hipotesis

Berdasarkan uraian teori maka peneliti akan mengemukakan hipotesis dalam penelitian ini dengan menggunakan teori yang bersumber dari para peneliti sebelumnya:

- H1 : Terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara kepercayaan terhadap minat penggunaan.
- H2 : Terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara fitur layanan terhadap minat penggunaan.
- H3 : Terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara resiko terhadap minat penggunaan.
- H4 : Terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara kepercayaan, fitur layanan, dan resiko terhadap minat penggunaan.

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif deskriptif, karena penelitian ini digunakan untuk meneliti beberapa populasi atau sampel dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan suatu objek, maka teknik yang sering dilakukan yaitu teknik pengambilan sampel secara acak atau secara random yang bertujuan untuk pengujian hipotesis yang telah ditetapkan.

Metode yang diterapkan pada penelitian ini merupakan metode survei. Survei merupakan penelitian yang diambil dari sampel serta suatu populasi dan menggunakan informasi lapangan atau kuesioner menjadi suatu alat pengumpulan data. Sesuai dengan tujuan penelitian ini adalah ingin menjelaskan dan mengetahui bagaimana pengaruh kepercayaan, fitur layanan dan resiko terhadap minat penggunaan digital payment pada aplikasi DANA (Dompet Digital Indonesia) di kecamatan tambun selatan.

Menurut (Sugiyono, 2019:126) populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas: objek atau subjek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.

Populasi adalah keseluruhan subyek penelitian jika ingin meneliti semua unsur-unsur elemen pada suatu wilayah penelitian yang belum diketahui atau tidak diketahui jumlahnya. Populasi pada penelitian ini yaitu para pengguna aplikasi digital payment DANA (Dompet Digital Indonesia).

Sampel Menurut (Sugiyono, 2018:118) adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Sedangkan ukuran sampel merupakan suatu langkah untuk menentukan besarnya sampel yang diambil dalam melaksanakan suatu penelitian. Untuk melihat seberapa banyak sampel yang bisa dilakukan dan dapat diukur dengan statistik penelitian. Pengukuran sampel atau pengambilan sampel ini harus dilakukan sedemikian rupa sehingga diperoleh sampel yang sebenarnya.

Pengambilan sampel dalam penelitian ini ditentukan dengan metode nonprobability sampling dengan teknik pengambilan sampling *incidental* (aksidental), yaitu siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dan dapat digunakan sebagai sampel bila dipandang orang kebetulan itu cocok sebagai sumber data (Hardiana & Kayadoe, 2022:77). Sampel Aksidental (*Accidental Sampling*) merupakan teknik pengambilan sampel secara random atau kebetulan dimana sampel yang ditentukan secara acak, dimana siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel. Untuk menentukan jumlah populasi yang tidak diketahui, maka dalam penentuan sampel digunakan rumus Cochran sebagai berikut (Sugiyono, 2022:155):

$$n = \frac{Z^2 pq}{e^2}$$

Keterangan:

n = Jumlah sampel yang diperlukan Z =

Confidence level (95%)

e = sampling error (5%)

p = Peluang benar (0.5)

q = Peluang salah (0.5)

Tingkat keyakinan yang digunakan adalah 95% dimana nilai Z sebesar 1,96 dan tingkat error maksimum sebesar 5%. Jumlah ukuran sampel dalam penelitian ini sebagai berikut:

$$n = \frac{(1.96)^2(0.5)(0.5)}{(0.05)^2} = \frac{0.9604}{0.0025}$$

$$n = 384$$

Berdasarkan perhitungan jumlah sampel di atas maka peneliti menetapkan jumlah sampel yang harus digunakan dalam metode penelitian ini sebanyak 384 responden.

HASIL

Pengujian hipotesis merupakan pembuktian statistik atas semua yang telah dihipotesiskan dalam penelitian berdasarkan teori. Pengujian hipotesis dilakukan secara bertahap, dimana tahap pertama adalah menguji pengaruh secara langsung Kepercayaan terhadap Minat Penggunaan, tahap kedua Fitur Layanan terhadap Minat

Penggunaan, tahap ketiga Resiko terhadap Minat Penggunaan dan tahap keempat adalah uji simultan menguji pengaruh Kepercayaan, Fitur Layanan dan Resiko Terhadap Minat Penggunaan.

1. Uji t (Parsial)

Pengaruh langsung (*direct effect*) atas variabel Kepercayaan (X1) terhadap Minat Penggunaan (Y), variabel Fitur Layanan (X2) terhadap Minat Penggunaan (Y), variabel Resiko (X3) terhadap Minat Penggunaan (Y), dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 2. Hasil Uji t (Parsial)

| Model | | Coefficients ^a | | | t | Sig. |
|-------|------------------|-----------------------------|------------|---------------------------|-------|------|
| | | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | | |
| | | B | Std. Error | Beta | | |
| 1 | (Constant) | -.835 | 2.235 | | -.373 | .709 |
| | Kepercayaan_X1 | .479 | .054 | .423 | 8.846 | .000 |
| | Fitur Layanan_X2 | .182 | .044 | .190 | 4.099 | .000 |
| | Resiko_X3 | .349 | .073 | .203 | 4.781 | .000 |

a. Dependent Variable: Minat Penggunaan_Y

Sumber: Output SPSS Versi 26.0 for windows, 2023

a. Dasar Keputusan

Untuk memperoleh nilai yang diterima maka nilai signifikansi harus $< 0,05$, kemudian pada nilai t_{hitung} diatas terdapat tiga variabel independen, dengan jumlah data responden sebanyak 384 orang. Untuk mengetahui pada uji parsial (uji t) maka dalam penelitian ini menggunakan tingkat signifikan 5% dengan ketentuan rumus *degree of freedom* (df) yaitu $df = n-k$ atau $df = 384-4$ maka diperoleh nilai 380 dengan nilai koefisien t_{tabel} sebesar 1,966.

b. Pengujian Hipotesis 1

Pada hipotesis pertama pengaruh Kepercayaan (X1) terhadap Minat Penggunaan (Y) memperoleh nilai signifikan sebesar $0,000 < 0,05$ dan nilai t (hitung) sebesar $8,846 > 1,966$, sehingga dapat disimpulkan bahwa H_a diterima, dengan demikian secara langsung variabel Kepercayaan (X1) terhadap Minat Penggunaan (Y) berpengaruh positif dan signifikan.

c. Pengujian Hipotesis 2

Pada hipotesis kedua pengaruh Fitur Layanan (X2) terhadap Minat Penggunaan (Y) memperoleh nilai signifikan sebesar $0,000 < 0,05$ dan nilai t (hitung) sebesar $4,099 > 1,966$, sehingga dapat disimpulkan bahwa H_a diterima, dengan demikian secara langsung variabel Fitur Layanan (X2) terhadap Minat Penggunaan (Y) berpengaruh positif dan signifikan.

d. Pengujian Hipotesis 3

Pada hipotesis ketiga pengaruh Resiko (X3) terhadap Minat Penggunaan (Y) memperoleh nilai signifikan sebesar $0,000 < 0,05$ dan nilai t (hitung) sebesar $4,781 > 1,966$, sehingga dapat disimpulkan bahwa H_a diterima, dengan demikian secara langsung variabel Resiko (X3) terhadap Minat Penggunaan (Y) berpengaruh positif dan signifikan.

2. Uji F (Simultan)

Uji F digunakan untuk menguji pengaruh variabel independen (Kepercayaan, Fitur Layanan dan Resiko) secara bersama-sama terhadap variabel dependen (Minat Penggunaan), dapat dilihat pada tabel dibawah ini merupakan hasil dari uji F:

Tabel 3. Hasil Uji F (Simultan)

| ANOVA ^a | | | | | | |
|--|------------|----------------|-----|-------------|--------|-------------------|
| Model | | Sum of Squares | df | Mean Square | F | Sig. |
| 1 | Regression | 1074.681 | 3 | 358.227 | 98.480 | .000 ^b |
| | Residual | 1382.278 | 380 | 3.638 | | |
| | Total | 2456.958 | 383 | | | |
| a. Dependent Variable: Minat Penggunaan_Y | | | | | | |
| b. Predictors: (Constant), Resiko_X3, Fitur Layanan_X2, Kepercayaan_X1 | | | | | | |

Sumber: Output SPSS Versi 26.0 for windows, 2023

a. Dasar Keputusan

Untuk memperoleh nilai yang diterima maka nilai signifikan harus $< 0,05$, kemudian dalam uji Simultan (Uji F) pengaruh Kepercayaan, Fitur Layanan dan Resiko terhadap Minat penggunaan menggunakan sampel responden sebanyak 384. Jumlah variabel adalah 4 (empat) variabel untuk mengetahui nilai f_{tabel} dapat digunakan rumus degree of freedom (df) yaitu $df1 = k-1$ yang artinya $df1 = 4-1$ yang hasilnya 3. Sedangkan untuk $df2 = n-k$ atau $384-4$ adalah 380, dengan demikian maka dapat diperoleh nilai f_{tabel} sebesar 2,63 dengan tingkat signifikan 5%.

b. Pengujian Hipotesis 4

Dalam menguji hipotesis keempat pengaruh Kepercayaan, Fitur Layanan dan Resiko terhadap Minat penggunaan, secara simultan dengan menggunakan SPSS dapat diperoleh nilai signifikan $0,000 < 0,05$ dan nilai $F_{hitung} 98,480 > 2,63$ (F_{tabel}), maka dapat disimpulkan dalam penelitian hipotesis keempat H_a diterima. Yang berarti terdapat pengaruh positif dan signifikan dari variabel Kepercayaan (X1), Fitur Layanan (X2) dan Resiko (X3) terhadap Minat Penggunaan (Y).

3. Uji Regresi

a. Uji Persamaan Regresi Linear Berganda

Persamaan regresi linear berganda digunakan dalam penelitian ini dengan tujuan untuk melihat seberapa jauh perubahan yang terjadi pada variabel Y apabila variabel X berubah. Penggunaan analisis persamaan regresi linear berganda digunakan dalam penelitian ini dikarenakan terdapat 3 (tiga) variabel X dan 1 (satu) variabel Y. Analisis persamaan linear berganda menggunakan *Unstandardized Coefficients* regresi. Hasil analisis regresi pengaruh Kepercayaan, Fitur Layanan dan Resiko terhadap Minat penggunaan dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel 4. Hasil Uji Persamaan Regresi Linear Berganda

| Coefficients ^a | | | | | | |
|---------------------------|------------------|-----------------------------|------------|---------------------------|-------|------|
| Model | | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | t | Sig. |
| | | B | Std. Error | Beta | | |
| 1 | (Constant) | -.835 | 2.235 | | -.373 | .709 |
| | Kepercayaan_X1 | .479 | .054 | .423 | 8.846 | .000 |
| | Fitur Layanan_X2 | .182 | .044 | .190 | 4.099 | .000 |
| | Resiko_X3 | .349 | .073 | .203 | 4.781 | .000 |

a. Dependent Variable: Minat Penggunaan_Y

Sumber: Output SPSS Versi 26.0 for windows, 2023

Berdasarkan tabel 6 diketahui persamaan regresi dari variabel Kepercayaan (X1), Fitur Layanan (X2) dan Resiko (X3) terhadap Minat Penggunaan (Y) adalah sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3$$

$$Y = -0,835 + 0,479 X_1 + 0,182 X_2 + 0,349 X_3$$

Keterangan:

Y: Minat Penggunaan, a:

Konstanta,

b_{1,2,3}: Koefisien Regresi, X₁:

Kepercayaan,

X₂: Fitur Layanan, X₃:

Resiko

Berdasarkan tabel 4.20 diatas menunjukkan bahwa: Setiap terjadi kenaikan nilai koefisien regresi untuk variabel X1 (Kepercayaan) sebesar 0,479, artinya variabel X1 (Kepercayaan) memiliki arah yang sama (positif). Yaitu jika terjadi kenaikan satu satuan variabel kepercayaan, maka akan menambah kenaikan nilai Y (Minat Penggunaan) sebesar 0,479 satuan.

Setiap terjadi kenaikan nilai koefisien regresi untuk variabel X2 (Fitur Layanan) sebesar 0,182, artinya variabel X2 (Fitur Layanan) memiliki arah yang sama (positif). Yaitu jika terjadi kenaikan satu satuan variabel Fitur Layanan, maka akan menambah kenaikan nilai Y (Minat Penggunaan) sebesar 0,182 satuan.

Setiap terjadi kenaikan nilai koefisien regresi untuk variabel X3 (Resiko) sebesar 0,349, artinya variabel X3 (Resiko) memiliki arah yang sama (positif). Yaitu jika terjadi kenaikan satu satuan variabel Resiko maka akan menambah kenaikan nilai Y (Minat Penggunaan) sebesar 0,349 satuan. Nilai konstanta sebesar -0,835 (nilai konstanta negatif) yang artinya jika X1 (Kepercayaan), X2 (Fitur Layanan) dan X3 (Resiko) = 0 (memiliki nilai 0) maka Y (Minat Penggunaan) sebesar -0,835.

b. Uji Koefisien Korelasi

Koefisien korelasi yaitu angka yang menyatakan derajat hubungan antara variabel bebas (X) dengan variabel terikat (Y) atau untuk mengetahui kuat atau lemahnya hubungan antara variabel bebas dengan variabel terikat.

Variabel yang diteliti adalah data interval maka teknik yang digunakan adalah koefisien korelasi *Pearson Product Moment* (Sugiyono, 2014: 248). Koefisien korelasi bertujuan untuk mengukur hubungan kekuatan 2 (dua) variabel.

Tabel 5. Uji Koefisien Korelasi

| | | Correlations | | | |
|--------------------|---------------------|----------------|------------------|-----------|--------------------|
| | | Kepercayaan_X1 | Fitur Layanan_X2 | Resiko_X3 | Minat Penggunaan_Y |
| Kepercayaan_X1 | Pearson Correlation | 1 | .639** | .678** | .681** |
| | Sig. (2-tailed) | | .000 | .000 | .000 |
| | N | 384 | 384 | 384 | 384 |
| Fitur Layanan_X2 | Pearson Correlation | .639** | 1 | .711** | .651** |
| | Sig. (2-tailed) | .000 | | .000 | .000 |
| | N | 384 | 384 | 384 | 384 |
| Resiko_X3 | Pearson Correlation | .678** | .711** | 1 | .749** |
| | Sig. (2-tailed) | .000 | .000 | | .000 |
| | N | 384 | 384 | 384 | 384 |
| Minat Penggunaan_Y | Pearson Correlation | .681** | .651** | .749** | 1 |
| | Sig. (2-tailed) | .000 | .000 | .000 | |
| | N | 384 | 384 | 384 | 384 |

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

Sumber: Output SPSS Versi 26.0 for windows, 2023

Korelasi antar variabel bisa diartikan sebagai berikut: Berdasarkan data diatas diketahui Sig. (2-tailed) antara Kepercayaan (X1) dengan Minat Penggunaan (Y) adalah sebesar $0,000 < 0,05$, yang berarti terdapat korelasi yang signifikan antara variabel Kepercayaan (X1) dengan Minat Penggunaan (Y). Selanjutnya hubungan antara Fitur Layanan (X2) dengan Minat Penggunaan (Y) memiliki nilai Sig. (2-tailed) $0,000 < 0,05$, yang berarti terdapat korelasi yang signifikan antara variabel Fitur Layanan (X2) dengan Minat Penggunaan (Y). Selanjutnya hubungan antara Resiko (X3) dengan Minat Penggunaan (Y) memiliki nilai Sig. (2-tailed) $0,000 < 0,05$, yang berarti terdapat korelasi yang signifikan antara variabel Resiko (X3) dengan Minat Penggunaan (Y).

Berdasarkan nilai r_{hitung} (*Pearson Correlation*) diketahui nilai r (hitung) untuk hubungan Kepercayaan (X1) dengan Minat Penggunaan (Y) adalah sebesar $0,681 > r_{tabel} 0,100$ (kuat), maka dapat disimpulkan bahwa ada hubungan atau korelasi variabel Kepercayaan (X1) dengan Minat Penggunaan (Y). Selanjutnya diketahui nilai r (hitung) untuk hubungan Fitur Layanan (X2) dengan Minat Penggunaan (Y) adalah sebesar $0,651 > r$ (tabel) $0,100$ (kuat), maka dapat disimpulkan bahwa ada hubungan atau korelasi variabel Fitur Layanan (X2) dengan Minat Penggunaan (Y). Selanjutnya diketahui nilai r (hitung) untuk hubungan Resiko (X3) dengan Minat Penggunaan (Y) adalah sebesar $0,749 > r$ (tabel) $0,100$ (kuat), maka dapat disimpulkan bahwa ada hubungan atau korelasi variabel Resiko (X3) dengan Minat Penggunaan (Y).

Berdasarkan r (hitung) (*Pearson Correlation*) dalam analisis ini bernilai positif, maka itu artinya hubungan antara ketiga variabel tersebut positif atau dengan kata lain semakin meningkatnya baik Kepercayaan (X1),

Fitur Layanan (X2) dan Resiko (X3) maka semakin bagus Minat Penggunaan (Y) pada Aplikasi DANA (Dompet Digital Indonesia) di Kecamatan Tambun Selatan.

4. Koefisien Determinasi

Analisis koefisien determinasi berfungsi untuk menunjukkan seberapa besar kontribusi yang diberikan oleh variabel independen terhadap variabel dependen. Besarnya kemampuan Kepercayaan (X1), Fitur Layanan (X2) dan Resiko (X3) dalam menjelaskan Minat Penggunaan (Y) Aplikasi DANA (Dompet Digital Indonesia) di Kecamatan Tambun Selatan.

Tabel 6. Hasil Uji Koefisien Determinasi Adjusted (R^2)

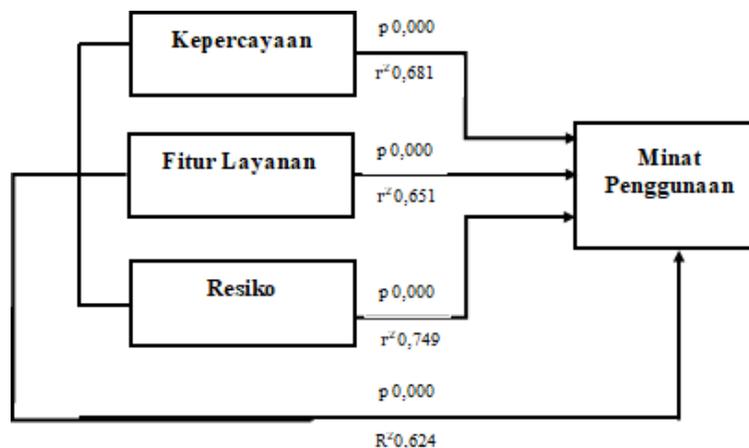
| Model Summary | | | | |
|---------------|-------------------|----------|-------------------|----------------------------|
| Model | R | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate |
| 1 | .792 ^a | .627 | .624 | 3.40809 |

a. Predictors: (Constant), Resiko_X3, Kepercayaan_X1, Fitur Layanan_X2

Sumber: Output SPSS Versi 26.0 for windows, 2023

Nilai koefisien determinasi pada penelitian ini menggunakan Adjusted r square (R^2) karena memiliki variabel independen lebih dari 2. Nilai Adjusted r square (R^2) dari hasil pengolahan data adalah sebesar 0,624 atau sebesar 62,4%. Nilai tersebut memberikan gambaran bahwa sumbangan variabel independen dalam pengaruh naik turunnya variabel dependen sebesar 62,4% dan sisanya sebesar 37,6% merupakan sumbangan variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model (tidak teliti) dan tergabung dalam variabel pengganggu dalam model regresi.

5. Model Hipotesis Teruji



Gambar 3. Model Hipotesis Teruji

Analisis Regresi antara Kepercayaan (X1), Fitur Layanan (X2) dan Resiko (X3) terhadap Minat Penggunaan (Y).

PEMBAHASAN

Penelitian mengenai Kepercayaan (X1), Fitur Layanan (X2) dan Resiko (X3) terhadap Minat Penggunaan (Y) mengungkapkan hasil-hasil sebagai berikut:

1. Pengaruh Kepercayaan Terhadap Minat Penggunaan

Berdasarkan analisis deskriptif nilai tertinggi pada indeks responden variabel Kepercayaan (X1) terdapat pada pernyataan ke-2 mengenai kepercayaan responden pada aplikasi DANA memberikan informasi yang jujur kepada pengguna. Pada data tersebut terlihat pendapat dari masing-masing responden mengenai pernyataan yang diukur menggunakan skala likert diantaranya adalah: responden yang menjawab sangat setuju tercatat sebanyak

141 responden, setuju sebanyak 205 responden, kurang setuju sebanyak 27 responden, tidak setuju sebanyak 8 responden dan sangat tidak setuju sebanyak 3 responden, jika di akumulasikan maka nilai indeks untuk variabel ini sebesar 4,23. Sehingga dapat diinterpretasikan dan dikategorikan sangat baik. Hasil penelitian ini secara deskriptif juga menunjukkan bahwa kepercayaan responden pada aplikasi DANA memberikan informasi yang jujur kepada pengguna perlu dilakukan karena dapat mempengaruhi serta membentuk minat penggunaan pada aplikasi DANA di Kecamatan Tambun Selatan.

Berdasarkan hasil uji t (parsial) mengenai pengaruh Kepercayaan terhadap minat penggunaan aplikasi DANA di Kecamatan Tambun Selatan menunjukkan bahwa hasil nilai t hitung pada uji t yaitu sebesar 8,846 Sedangkan untuk nilai t tabel yang telah dihitung yaitu sebesar 1,966, hal tersebut dapat disimpulkan bahwa nilai t hitung > t tabel ($8,846 > 1,966$) dan memiliki nilai sig $0,000 < 0,05$. Serta nilai koefisien korelasi (pearson correlation) sebesar 0,681, hal ini menunjukkan bahwa kepercayaan memiliki hubungan yang kuat dengan minat penggunaan, jika kepercayaan di tingkatkan maka minat penggunaan meningkat. Berdasarkan dasar pengambilan keputusan hal tersebut menunjukkan terdapat pengaruh signifikan pada variabel kepercayaan (X1) terhadap minat penggunaan (Y) aplikasi DANA di Kecamatan Tambun Selatan, maka dalam hal ini H1 diterima.

Hasil penelitian ini sesuai dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh (Sobandi & Somantri, 2020:50), "Pengaruh Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Online" menunjukkan hasil bahwa kepercayaan memiliki nilai sig dibawah 0,05 ($\text{sig} < 0,05$) dapat diartikan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel kepercayaan (X1) terhadap minat penggunaan (Y) kondisi ini menunjukkan bahwa arah pengaruh pada penelitian tersebut positif. Hal ini juga sejalan dengan pendapat atau teori Mayer et al., dalam (Sobandi & Somantri, 2020:44) menyatakan bahwa kepercayaan adalah keyakinan konsumen bahwa individu tertentu memiliki integritas, dapat dipercaya dan orang yang dipercayai akan memenuhi semua kewajiban dalam melakukan transaksi sebagaimana yang diharapkan.

Berdasarkan penjelasan diatas dapat disimpulkan bahwa untuk penelitian ini variabel Kepercayaan (X1) memiliki pengaruh positif signifikan dalam membentuk Minat Penggunaan (Y) Aplikasi DANA di Kecamatan Tambun Selatan.

2. Pengaruh Fitur Layanan Terhadap Minat Penggunaan

Berdasarkan analisis deskriptif nilai tertinggi pada indeks responden variabel Fitur Layanan (X2) terdapat pada pernyataan ke-2 mengenai aplikasi DANA memudahkan dalam melakukan pembayaran atau transaksi. Pada data

tersebut terlihat pendapat dari masing-masing responden mengenai pernyataan yang diukur menggunakan skala likert diantaranya adalah : responden yang menjawab sangat setuju tercatat sebanyak 221 responden, setuju sebanyak 144 responden, kurang setuju sebanyak 15 responden, tidak setuju sebanyak 2 responden dan sangat tidak setuju sebanyak 2 responden, jika di akumulasikan maka nilai indeks untuk variabel ini sebesar 4,51. Sehingga dapat diinterpretasikan dan dikategorikan sangat baik. Hasil penelitian ini secara deskriptif juga menunjukkan bahwa aplikasi DANA memudahkan dalam melakukan pembayaran atau transaksi perlu dilakukan karena dapat mempengaruhi serta membentuk minat penggunaan pada aplikasi DANA di Kecamatan Tambun Selatan.

Berdasarkan hasil uji t (parsial) mengenai pengaruh Fitur Layanan terhadap minat penggunaan aplikasi DANA di Kecamatan Tambun Selatan menunjukkan bahwa hasil nilai t hitung pada uji t yaitu sebesar 4,099 Sedangkan untuk nilai t tabel yang telah dihitung yaitu sebesar 1,966, hal tersebut dapat disimpulkan bahwa nilai t hitung > t tabel ($4,099 > 1,966$) dan memiliki nilai sig $0,000 < 0,05$. Serta nilai koefisien korelasi (pearson correlation) sebesar 0,651, hal ini menunjukkan bahwa Fitur Layanan memiliki hubungan yang kuat dengan minat penggunaan, jika Fitur Layanan di tingkatkan maka minat penggunaan meningkat. Berdasarkan dasar Pengambilan keputusan hal tersebut menunjukkan terdapat pengaruh signifikan pada variabel fitur layanan (X2) terhadap minat penggunaan (Y) aplikasi DANA di Kecamatan Tambun Selatan, maka dalam hal ini H2 diterima.

Hasil penelitian ini sesuai dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh (Aprilia & Susanti, 2022:406), “Pengaruh Kemudahan, Fitur Layanan, dan Promosi Terhadap Keputusan Penggunaan *E-Wallet* Dana di Kabupaten Kebumen” menunjukkan hasil bahwa t hitung > t tabel dan sig < 0,05 maka dapat disimpulkan terdapat pengaruh yang positif signifikan antara variabel fitur layanan (X2) terhadap minat penggunaan (Y). Hal ini juga sejalan dengan pendapat atau teori Schmitt dalam (Kurnianingsih & Maharani, 2020:5) menyatakan bahwa fitur layanan merupakan karakteristik yang menambah fungsi dasar suatu produk dan fitur adalah kunci penting bagi perusahaan agar mereka dapat membandingkan dengan produk pesaing lainnya.

Berdasarkan penjelesaian diatas dapat disimpulkan bahwa untuk penelitian ini variabel Fitur layanan (X2) memiliki pengaruh positif signifikan dalam membentuk Minat Penggunaan (Y) Aplikasi DANA di Kecamatan Tambun Selatan.

3. Pengaruh Resiko Terhadap Minat Penggunaan

Berdasarkan analisis deskriptif nilai tertinggi pada indeks responden variabel Resiko (X3) terdapat pada pernyataan pertama mengenai responden merasa setiap bertransaksi dengan jumlah biaya yang tepat. Pada data tersebut terlihat pendapat dari masing-masing responden mengenai pernyataan yang diukur menggunakan skala likert diantaranya adalah: responden yang menjawab sangat setuju tercatat sebanyak 172 responden, setuju sebanyak 171 responden, kurang setuju sebanyak 35 responden, tidak setuju sebanyak 6 responden dan sangat tidak setuju 0 (nol), jika di akumulasikan maka nilai indeks untuk variabel ini sebesar 4,33. Sehingga dapat diinterpretasikan dan dikategorikan sangat baik.

Hasil penelitian ini secara deskriptif juga menunjukkan bahwa responden merasa setiap bertransaksi dengan jumlah biaya yang tepat perlu dilakukan karena dapat mempengaruhi serta membentuk minat penggunaan pada aplikasi DANA di Kecamatan Tambun Selatan.

Berdasarkan hasil uji t (parsial) mengenai pengaruh Resiko terhadap minat penggunaan aplikasi DANA di Kecamatan Tambun Selatan menunjukkan bahwa hasil nilai t hitung pada uji t yaitu sebesar 4,781 Sedangkan untuk nilai t tabel yang telah dihitung yaitu sebesar 1,966, hal tersebut Dapat disimpulkan bahwa nilai t hitung > t tabel ($4,781 > 1,966$) dan memiliki nilai sig $0,000 < 0,05$. Serta nilai koefisien korelasi (pearson correlation) sebesar 0,749, hal ini menunjukkan bahwa Resiko memiliki hubungan yang kuat dengan minat penggunaan, jika Resiko di tingkatkan maka minat penggunaan meningkat. Berdasarkan dasar Pengambilan keputusan hal tersebut menunjukkan terdapat pengaruh signifikan pada variabel resiko (X3) terhadap minat penggunaan (Y) aplikasi DANA di Kecamatan Tambun Selatan, maka dalam hal ini H3 diterima.

Hasil penelitian ini sesuai dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh (Fatonah & Hendratmoko, 2020:214), “Menguji Pengaruh fitur layanan, Persepsi Manfaat, Persepsi Resiko, dan Kepercayaan Terhadap Minat Menggunakan E-Money di Kabupaten Klaten” menunjukkan hasil bahwa t hitung > t tabel dimana terdapat pengaruh yang positif signifikan antara variabel resiko terhadap minat penggunaan. Hal ini juga sejalan dengan pendapat atau teori Pavlou dan Fygenon (Jayantari & Seminari. Ni Ketut, 2018:2628) menyatakan bahwa resiko adalah perkiraan subjektif individu untuk mendapatkan konsekuensi kerugian dalam menerima sesuatu hasil yang diinginkannya. Persepsi resiko juga dapat dikatakan sebagai pemikiran seseorang yang tidak pasti serta konsekuensi yang diterima atas layanan pada sistem yang digunakan.

Berdasarkan penjelasan diatas dapat disimpulkan bahwa untuk penelitian ini variabel Resiko (X3) memiliki pengaruh positif signifikan dalam membentuk Minat Penggunaan (Y) Aplikasi DANA di Kecamatan Tambun Selatan.

4. Pengaruh Kepercayaan, Fitur Layanan dan Resiko Terhadap Minat Penggunaan

Berdasarkan analisis deskriptif nilai tertinggi pada indeks responden variabel Minat Penggunaan (Y) terdapat pada pernyataan ke-3 mengenai responden berniat untuk menggunakan aplikasi DANA. Pada data tersebut terlihat pendapat dari masing-masing responden mengenai pernyataan yang diukur menggunakan skala likert diantaranya adalah: responden yang menjawab sangat setuju tercatat sebanyak 204 responden, setuju sebanyak 147 responden, kurang setuju sebanyak 23 responden, tidak setuju sebanyak 9 responden dan sangat tidak setuju 1 responden, jika di akumulasikan maka nilai indeks untuk variabel ini sebesar 4,42. Sehingga dapat diinterpretasikan dan dikategorikan sangat baik. Hasil penelitian ini secara deskriptif juga menunjukkan bahwa minat penggunaan berperan penting bagi aplikasi DANA (Dompot Digital Indonesia) untuk menciptakan hal yang positif dari para pengguna aplikasi DANA (Dompot Digital Indonesia).

Berdasarkan hasil uji F (simultan) pada penelitian ini kepercayaan, fitur layanan dan resiko secara bersama-sama mempengaruhi minat penggunaan

digital payment pada aplikasi DANA di kecamatan Tambun Selatan. Hal tersebut dapat dibuktikan berdasarkan uji f (simultan) yang memperoleh nilai F hitung yaitu sebesar 98,480 sedangkan untuk nilai F tabel yang telah dihitung yaitu sebesar 2,63 dapat disimpulkan bahwa nilai F (hitung) > F (tabel) (98,480 > 2,63). Dengan nilai signifikan yaitu sebesar $0,00 < 0,05$. Serta nilai koefisien determinasi adjusted R square (R^2) sebesar 0,624 atau sebesar 62,4% sementara sisanya 37,6% (100%-62,4%) merupakan sumbangan variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model penelitian ini atau tidak diteliti. Berdasarkan hasil tersebut maka dapat disimpulkan bahwa H4 diterima. Hal tersebut juga menunjukkan bahwa kepercayaan, fitur layanan dan resiko secara bersama-sama mempengaruhi minat penggunaan digital payment pada aplikasi DANA di kecamatan Tambun Selatan. Minat penggunaan ini tentunya sangat berpengaruh bagi aplikasi DANA karena hal tersebut nantinya akan mengarah pada para pengguna digital payment, jika minat penggunaan meningkat maka keputusan para pengguna untuk menggunakan digital payment juga akan meningkat.

Hasil penelitian ini sesuai dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh (Fatonah & Hendratmoko, 2020:214), "Menguji Pengaruh fitur layanan, Persepsi Manfaat, Persepsi Resiko, dan Kepercayaan Terhadap Minat Menggunakan E-Money di Kabupaten Klaten." Menunjukkan hasil bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel mengenai Fitur layanan (X1), Persepsi Manfaat (X2), Persepsi Resiko (X3) dan Kepercayaan (X4), terhadap Minat Menggunakan (Y).

Berdasarkan penjelasan diatas dapat disimpulkan bahwa untuk penelitian ini variabel Kepercayaan (X1), Fitur Layanan (X2) dan Resiko (X3) secara bersama-sama memiliki pengaruh positif signifikan dalam membentuk Minat Penggunaan (Y) Aplikasi DANA di Kecamatan Tambun Selatan.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Kepercayaan (X1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Penggunaan (Y) pada Aplikasi DANA (Dompet Digital Indonesia) di Kecamatan Tambun Selatan dengan signifikan 0,000 dengan nilai t_{hitung} sebesar (8,846 > 1,966) dan koefisien korelasi sebesar 0,681.
2. Fitur Layanan (X2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Penggunaan (Y) pada Aplikasi DANA (Dompet Digital Indonesia) di Kecamatan Tambun Selatan dengan signifikan 0,000 dengan nilai t_{hitung} sebesar (4,099 > 1,966) dan koefisien korelasi sebesar 0,651.
3. Resiko (X3) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Penggunaan (Y) pada Aplikasi DANA (Dompet Digital Indonesia) di Kecamatan Tambun Selatan dengan signifikan 0,000 dengan nilai t_{hitung} sebesar (4,781 > 1,966) dan koefisien korelasi sebesar 0,749.
4. Kepercayaan (X1), Fitur Layanan (X2) dan Resiko (X3) berpengaruh terhadap Minat Penggunaan (Y) pada Aplikasi DANA (Dompet Digital Indonesia) di Kecamatan Tambun Selatan, dengan tingkat signifikansi 0,000 dan nilai f_{hitung} (98,480 > 2,63) serta dapat dilihat besarnya koefisien determinasi Adjusted R square (R^2) sebesar 0,624, hasil ini mengandung pengertian bahwa Kepercayaan

(X1), Fitur Layanan (X2) dan Resiko (X3) dalam menjelaskan atau mempengaruhi Minat Penggunaan (Y) pada Aplikasi DANA (Dompet Digital Indonesia) di Kecamatan Tambun Selatan sebesar 62,4% sementara 37,6% dijelaskan oleh faktor-faktor lain diluar Kepercayaan (X1), Fitur Layanan (X2) dan Resiko (X3).

SARAN

Dari hasil penelitian Kepercayaan, Fitur Layanan dan Resiko Terhadap Minat Penggunaan, diharapkan dapat menjadi acuan bagi peneliti lain untuk mengembangkannya maupun mengoreksi dan melakukan perbaikan. Maka saran yang diberikan adalah sebagai berikut:

1. Bagi Perusahaan

- a. Pihak DANA (Dompet Digital Indonesia) sebaiknya meningkatkan Kepercayaan untuk para pengguna aplikasi seperti memberikan motivasi besar untuk memberikan keuntungan bagi setiap pengguna.
- b. Pihak DANA (Dompet Digital Indonesia) sebaiknya memperhatikan Fitur Layanan yang ada pada Aplikasi DANA seperti melakukan inovasi produk untuk DANA PAY(later) agar semakin banyak pengguna untuk menggunakan DANA PAY(later).
- c. Pihak DANA (Dompet Digital Indonesia) harus meyakinkan bahwa Resiko kehilangan sangat rendah pada setiap pengguna Aplikasi DANA agar minat dalam menggunakan Aplikasi DANA semakin meningkat.
- d. Pihak DANA (Dompet Digital Indonesia) harus selalu meningkatkan dan mempertahankan citra yang baik yang positif dalam segi Kepercayaan, Fitur Layanan dan Resiko sesuai dengan fitur dan inovasi produk yang ada di Aplikasi DANA agar dapat mendorong konsumen untuk menggunakan Aplikasi DANA.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Bagi peneliti yang akan melakukan penelitian selanjutnya diharapkan dapat menggunakan variabel lain serta disarankan untuk mencari dan menambah referensi lain lebih banyak lagi sehingga hasil penelitian selanjutnya akan semakin baik serta dapat memperoleh ilmu pengetahuan yang baru serta diharapkan menambah penelitian terdahulu lebih banyak lagi agar memperkuat penelitian.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, T., & Tantri, F. (2018). Manajemen Pemasaran. Rajawali Pers.
- Alma, B. (2016). Manajemen Pemasaran Dan Pemasaran Jasa (revisi). Alfabeta. Arifudin, O., Wahrudin, U., & Rusmana, F. D. (2020). Manajemen Risiko. Widina Bhakti Persada Bandung.
- Arikunto, S. (2013). Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik. Rineka cipta. Assauri, S. (2017). Manajemen Pemasaran. Rajawali Pers.

- Ghozali, I. (2016). Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM. SPSS 23. BP universitas Diponegoro.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2015). Prinsip-prinsip Pemasaran (Benyamin (ed.); 12th ed.). Erlangga.
- Maralis, R., & Triyono, A. (2019). Manajemen Risiko. Deepublish. Priansa, D.
- J. (2017). Komunikasi Pemasaran Terpadu. Cv Pustaka Setia.
- Putranto, A. T. (2022). Loyalitas Pelanggan (Rismawati (ed.); 1st ed.). Widina Bhakti Persada Bandung.
- Sedjati, R. S. (2018). Manajemen Pemasaran. Deepublish.
- Shinta, A. (2014). Manajemen Pemasaran. Universitas Brawijaya Press(UB Press).
- Sugiyono. (2013). Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D. Alfabeta.
- _____. (2014). Metode Penelitian Pendidikan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D. Alfabeta.
- _____. (2018). Metode Penelitian Kuantitatif. Alfabeta.
- _____. (2019). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D. Alfabeta.
- _____. (2022). Metode Penelitian Manajemen (revisi). Alfabeta.
- Sumarwan, U. (2018). Perilaku Konsumen. Universitas Terbuka.
- Jurnal:
- Abrilia, N. D., & Tri, S. (2020). Pengaruh Persepsi Kemudahan Dan Fitur Layanan Terhadap Minat Menggunakan E-Wallet Pada Aplikasi Dana Di Surabaya. Jurnal Pendidikan Tata Niaga, 8(3), 1006–1012.
- Adabi, N. (2020). Pengaruh citra merek, kualitas pelayanan dan kepercayaan konsumen terhadap keputusan pembelian indihome di witel telkom depok. Manajemen, 12 No.1(1), 32–39.
- Afriyadi. (2022). Minat Penggunaan Digital Payment di Kalangan Millenial Tanjungpinang. Jurnal Akuntansi, 3(1), 4731–4738.
- Aprilia, R. W., & Susanti, D. N. (2022). Pengaruh Kemudahan, Fitur Layanan, dan Promosi Terhadap Keputusan Penggunaan E-Wallet Dana di Kabupaten Kebumen. Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi (JIMMBA), 4(3), 399–409. <https://doi.org/10.32639/jimmba.v4i3.121>
- Bakhtiar, M. R., Kartika, E., & Listyawati, I. (2020). Faktor-faktor pengaruh minat nasabah pengguna internet banking Bank Syariah Mandiri. Al Tijarah, 6(3), 156. <https://doi.org/10.21111/tijarah.v6i3.5696>
- Desvronita. (2021). FAKTO-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT MENGGUNAKAN SISTEM PEMBAYARAN E-WALLET MENGGUNAKAN TECHNOLOGY ACCEPTANCE MODEL. Jurnal Akemika, 18(2).

- Dewi, N. M. A. P., & Warmika, I. G. K. (2016). Peran Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Manfaat Dan Persepsi Resiko Terhadap Niat Menggunakan Mobile Commerce Di Kota Denpasar. *E-Jurnal Manajemen Unud*, 5(4), 251442.
- Fatonah, F., & Hendratmoko, C. (2020). Menguji Faktor - Faktor yang Mempengaruhi Minat Generasi Millennial Menggunakan E-Money. *Jurnal Manajemen*, 12(2), 209–217. <http://journal.feb.unmul.ac.id/index.php/JURNALMANAJEMEN%0AMenguji>
- Handayani, M., & Richo, Rianto, M. (2021). Pengaruh Financial Knowledge, Pendapatan dan Social influence terhadap Minat Menggunakan Financial Technology pada Generasi Milenial Islam di Kota Bekasi. *Jurnal Ilmial Ekonomi Islam*, 7(3), 1858–1865.
- Hardiana, C. D., & Kayadoe, F. R. (2022). Pengaruh Promosi Penjualan Dan Kualitas Layanan Terhadap Minat Beli Ulang Melalui Kepuasan Pelanggan Pada Starbucks Coffee Grand Wisata Bekasi. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 2(2), 71–88. <https://doi.org/10.56145/ekonomibisnis.v2i2.44>
- Jayantari, I. A. A. U., & Seminari. Ni Ketut. (2018). NIAT MENGGUNAKAN MANDIRI MOBILE BANKING DI KOTA DENPASAR Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana (Unud), Bali , Indonesia Kemajuan teknologi informasi dapat dilihat dari perkembangan internet di seluruh belahan dunia . Masyarakat saat ini cender. *E-Jurnal Manajemen Unud*, 7(5), 2621–2651.
- Kurnianingsih, H., & Maharani, T. (2020). Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Fitur Layanan Dan Kepercayaan Terhadap Tingkat Kepuasan Pelanggan Linkaja Di Indonesia. *Jurnal Ecodemica: Jurnal Ekonomi, Manajemen, Dan Bisnis*, 4(2), 200– 209. <https://doi.org/10.31294/jeco.v4i2.7934>
- Oentario, Y., Harianto, A., & Irawati, J. (2017). Pengaruh Usefulness, Ease of Use, Risk Terhadap Intention to Buy Online patisserie Melalui Consumer Attitude Berbasis Media Sosial Di Surabaya. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 11(1), 26–31. <https://doi.org/10.9744/pemasaran.11.1.26-31>
- Priambodo, S., & Prabawani, B. (2016). Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Dan Persepsi Risiko Terhadap Minat Menggunakan Layanan Uang Elektronik (Studi Kasus Pada Masyarakat Di Kota Semarang). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 5(2), 127–135.
- Sitinjak, T. (2019). Pengaruh Persepsi Kebermanfaatan dan Persepsi Kemudahan Penggunaan Terhadap Minat Penggunaan Layanan Pembayaran Digital Go-Pay. *Jurnal Manajemen*, 8(2), 27–39.
- Sobandi, A., & Somantri, B. (2020). Pengaruh Kepercayaan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online. *Winter Journal*, 1(1), 41–52.
- Bitar. (2023). Pengertian Manajemen Pemasaran. *Gurupendidikan.Co.Id*. <https://www.gurupendidikan.co.id/manajemen-pemasaran/>

- DailySocial.id. (2021). Laporan Buku: OVO Pimpin Pangsa Pasar “Mobile Wallet” di Indonesia | DailySocial.id. DailySocial.Id.
<https://dailysocial.id/post/laporan-buku-ovo-pimpin-pangsa-pasar-mobile-wallet-di-indonesia>
- Goodstats.id. (2022a). 10 Dompot Digital Paling Populer, Siapa Pemenangnya? - GoodStats. Goodstats.Id. <https://goodstats.id/article/startup-dompot-digital-paling-banyak-diketahui-masyarakat-q1-2022-siapa-pemenangnya-4e2K5>
- Goodstats.id. (2022b). Ini 10 E-Wallet yang Paling Sering Dipakai Masyarakat Indonesia Tahun 2022 - GoodStats. Goodstats.Id.
<https://goodstats.id/article/ini-10-e-wallet-yang-paling-sering-dipakai-masyarakat-indonesia-M4TA4>
- Goodstats.id. (2022c). Pengguna Dompot Digital di Indonesia Kian Tinggi, Mana yang Paling Banyak Digemari? - GoodStats. Goodstats.Id.
<https://goodstats.id/article/penggunaan-dompot-digital-di-indonesia-kian-tinggi-dompot-digital-apa-paling-banyak-digunakan-0C7Nx>
- Keuangan.kontan.co.id. (2022). BI Catat Transaksi Uang Elektronik Senilai Rp 305,4 triliun Sepanjang 2021. Keuangan.Kontan.Co.Id.
<https://keuangan.kontan.co.id/news/bi-catat-transaksi-uang-elektronik-senilai-rp-3054-triliun-sepanjang-2021>
- Lampung.co. (2023). Mengenal Aplikasi DANA: Fitur, Kelebihan dan Kekurangannya. Lampung.Co. <https://www.lampung.co/teknologi/app/aplikasi-dana/>