

**PENGARUH PERSEPSI KEMUDAHAN, KEPERCAYAAN, DAN
KEAMANAN TERHADAP KEPUTUSAN PENGGUNAAN SHOPEEPAY
PADA MAHASISWA UNIVERSITAS NUSANTARA PGRI KEDIRI**

SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Syarat Guna
Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen (S.M.)
Pada Prodi Manajemen



OLEH:

DIO ARDIANSYAH
NPM: 2212010326

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS (FEB)
UNIVERSITAS NUSANTARA PGRI KEDIRI
2026**

Skripsi oleh:

DIO ARDIANSYAH
NPM: 2212010326

Judul:

**PENGARUH PERSEPSI KEMUDAHAN, KEPERCAYAAN, DAN
KEAMANAN TERHADAP KEPUTUSAN PENGGUNAAN SHOPEEPAY
PADA MAHASISWA UNIVERSITAS NUSANTARA PGRI KEDIRI**

Telah disetujui untuk diajukan Kepada Panitia Ujian/Sidang Skripsi Prodi
Manajemen
FEB UN PGRI Kediri

Tanggal: 24 Juni 2026

Pembimbing I



Basthoumi Muslih, M.M.
NIDN. 0701018607

Pembimbing II



Sigit Wisnu Setya Bhirawa, M.M.
NIDN. 0720108202

Skripsi oleh:

DIO ARDIANSYAH

NPM: 2212010326

Judul:

**PENGARUH PERSEPSI KEMUDAHAN, KEPERCAYAAN, DAN
KEAMANAN TERHADAP KEPUTUSAN PENGGUNAAN SHOPEEPAY
PADA MAHASISWA UNIVERSITAS NUSANTARA PGRI KEDIRI**

Telah dipertahankan di depan Panitia Ujian/Sidang Skripsi
Prodi Manajemen FEB UN PGRI Kediri
Pada Tanggal: **13** Juli 2026

Dan Dinyatakan telah Memenuhi Persyaratan

Panitia Penguji:

- | | |
|---------------|-----------------------------------|
| 1. Ketua | : Basthoumi Muslih, M.M. |
| 2. Penguji I | : Restin Meilina, M.M. |
| 3. Penguji II | : Sigit Wisnu Setya Bhirawa, M.M. |



Mengetahui,
Dekan FEB

Dr. Amia Tohari, M.Si.
NIDN: 0715078102

Motto:

“Siapa pun yang berhenti belajar akan menjadi tua, baik di usia dua puluh atau delapan puluh tahun. Siapa pun yang terus belajar akan tetap muda. Hal terbesar dalam hidup adalah menjaga pikiranmu tetap muda”

(Henry Ford)

“Skripsi inni tidak sempurna, tapi cukup untuk membuat saya wisuda dan mendapatkan gelar S.M. Bismillah untuk segala hal-hal baik yang sedang diperjuangkan”

(Penulis)

Kupersembahkan karya ini buat:

1. Kedua Orang Tuaku. Ibu Endang Yuliati dan Bapak Safiudin
2. Keluarga Besarku.
3. Almamater Universitas Nusantara PGRI Kediri.

PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini saya:

Nama : Dio Ardiansyah
Jenis Kelamin : Laki-laki
Tempat/tgl Lahir : Malang/ 17 Juni 2004
NPM : 2212010326
Fak/Jur/Prodi : Ekonomi dan Bisnis / S1 Manajemen

Menyatakan dengan sebenarnya, bahwa dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya tidak terdapat karya tulis atau pendapat yang pernah diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara sengaja dan tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Kediri, 23 Juni 2026

Yang Menyatakan

DIO ARDIANSYAH
NPM: 2212010326

PRAKATA

Segala puji dan syukur hanya bagi Tuhan Yang Maha Esa, oleh karena anugerah-Nya yang melimpah, kemurahan, dan kasih setia yang besar akhirnya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.

Penyusunan skripsi ini merupakan tugas akhir dari peneliti yang disusun sebagai syarat memperoleh gelar Sarjana Manajemen (S.M.). Dengan segala kerendahan hati, penulis menyadari bahwa sejak awal hingga terselesainya penyusunan skripsi ini tidak lepas dari dukungan, bimbingan, dan dorongan dari berbagai pihak yang telah menyumbangkan pikiran, waktu, tenaga, dan sebagainya dan tentunya tidak akan terwujud tanpa adanya bantuan dari bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini dengan segala kerendahan hati penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Dr. Zainal Afandi, M.Pd., selaku Rektor Universitas Nusantara PGRI Kediri.
2. Dr. Amin Tohari, M.Si., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nusantara PGRI Kediri.
3. Restin Meilina, M.M., selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Nusantara PGRI Kediri.
4. Basthoumi Muslih, M.M. dan Sigit Wisnu Setya Bhirawa, M.M., selaku Dosen pembimbing I dan II yang telah rela meluangkan waktu dan bimbingan kepada penulis dalam proses penyusunan skripsi.
5. Seluruh Dosen dan Karyawan Program Studi Manajemen.
6. Kedua Orang Tua saya yang telah membantu menguatkan saya dan selalu memberikan semangat pada saya.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, saran serta kritik yang membangun sangat penulis harapkan.

Demikian semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi para pembaca dan semua pihak yang berkepentingan.

Kediri, 23 Juni 2026

DIO ARDIANSYAH

NPM: 2212010326

RINGKASAN

Dio Ardiansyah: Pengaruh Persepsi Kemudahan, Kepercayaan, Dan Keamanan Terhadap Keputusan Penggunaan ShopeePay Pada Mahasiswa Universitas Nusantara PGRI Kediri, Skripsi, Manajemen, FEB UN PGRI Kediri, 2026.

Kata kunci: Persepsi Kemudahan, Kepercayaan, Keamanan, Keputusan Penggunaan.

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh adanya fenomena tingkat intensitas penggunaan ShopeePay bervariasi di kalangan mahasiswa, sebagian mahasiswa menjadikan ShopeePay sebagai alat pembayaran utama, sementara sebagian lainnya masih ragu atau menggunakannya secara terbatas. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh persepsi kemudahan, kepercayaan, dan keamanan secara parsial dan simultan terhadap keputusan penggunaan ShopeePay pada mahasiswa Universitas Nusantara PGRI Kediri. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dan teknik korelasional. Populasi penelitian ini adalah seluruh mahasiswa Universitas Nusantara PGRI Kediri yang menggunakan atau pernah menggunakan layanan ShopeePay, teknik sampling menggunakan *purposive sampling*, dan jumlah sampel ditentukan mengacu pada perhitungan rumus Lemeshow untuk populasi tak terhingga sehingga ditentukan sejumlah 384 responden. Instrumen yang digunakan adalah kuesioner tertutup dengan skala Likert lima poin (1–5). Berdasarkan hasil pengujian validitas dan reliabilitas, semua item pernyataan dinyatakan valid dan reliabel. Penelitian ini dianalisis menggunakan uji regresi linier berganda. Hasil penelitian ini menemukan bahwa persepsi kemudahan, kepercayaan, dan keamanan berpengaruh positif signifikan secara parsial maupun simultan terhadap keputusan penggunaan ShopeePay pada mahasiswa Universitas Nusantara PGRI Kediri. Bagi pihak pemilik ShopeePay sebaiknya dapat mempertahankan kepercayaan yang sudah dimiliki oleh para penggunanya, karena terbukti merupakan faktor yang paling dominan untuk meningkatkan keputusan penggunaan. Penelitian selanjutnya disarankan untuk mengembangkan lokasi penelitian yang lebih luas untuk mendapatkan respon pengguna ShopeePay yang lebih komprehensif. Selain itu, perlu meneliti faktor penentu keputusan penggunaan lainnya terhadap ShopeePay karena hasil *adjusted R²* menunjukkan nilai yang cukup rendah yaitu 11,7%, variabel lain semisal integrasi pembayaran yang lebih beragam dan sebagainya.

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
LEMBAR PERSETUJUAN	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
LEMBAR MOTTO.....	iv
PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN	v
PRAKATA	vi
RINGKASAN	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
 BAB I: PENDAHULUAN.....	 1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah.....	4
C. Tujuan Penelitian.....	5
D. Manfaat Penelitian.....	5
BAB II: LANDASAN TEORI	7
A. Teori dan Penelitian Terdahulu Keputusan Penggunaan.....	7
B. Teori dan Penelitian Terdahulu Persepsi Kemudahan.....	12
C. Teori dan Penelitian Terdahulu Kepercayaan	14
D. Teori dan Penelitian Terdahulu Keamanan	17
E. Kerangka Berpikir	20
F. Hipotesis Penelitian	22
BAB III: METODE PENELITIAN	24
A. Desain Penelitian	24
B. Definisi Operasional	25
C. Instrumen Penelitian	26
D. Tempat dan Jadwal Penelitian	32
E. Populasi dan Sampel.....	32
F. Prosedur Penelitian	34
G. Teknik Analisis Data	36
BAB IV: HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	42
A. Hasil Penelitian.....	42
B. Pembahasan	55
BAB V: PENUTUP	58
A. Simpulan.....	58
B. Saran	58
DAFTAR PUSTAKA	60
LAMPIRAN.....	62

DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
2.1 : Rangkuman Kajian Penelitian Terdahulu Keputusan Penggunaan .	9
2.2 : Rangkuman Kajian Penelitian Terdahulu Persepsi Kemudahan	13
2.3 : Rangkuman Kajian Penelitian Terdahulu Kepercayaan.....	16
2.4 : Rangkuman Kajian Penelitian Terdahulu Keamanan	19
3.1 : Alternatif Jawaban Penelitian.....	27
3.2 : Instrumen Penelitian.....	27
3.3 : Hasil Uji Validitas	30
3.4 : Hasil Uji Reliabilitas	31
3.5 : Jadwal Penelitian.....	32
4.1 : Ringkasan Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	42
4.2 : Ringkasan Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	42
4.3 : Deskripsi Data Variabel Keputusan Penggunaan.....	43
4.4 : Deskripsi Data Variabel Persepsi Kemudahan.....	44
4.5 : Deskripsi Data Variabel Kepercayaan	45
4.6 : Deskripsi Data Variabel Keamanan	46
4.7 : Hasil Uji Kolmogorov Smirnov	48
4.8 : Hasil Uji Multikolinieritas.....	49
4.9 : Ringkasan Hasil Uji Glejser.....	51
4.10 : Hasil Analisis Regresi Linier Berganda	51
4.11 : Hasil <i>Adjusted R</i> ²	53
4.12 : Hasil Uji-t (Parsial)	54
4.14 : Hasil Uji-F (Simultan).....	55

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
2.1 : Kerangka Konseptual	22
3.1 : Diagram Alir	36
4.1 : Hasil Uji Normalitas (<i>Normal Probability Plots</i>)	48
4.2 : Hasil Uji Heteroskedastisitas (<i>scatterplots</i>)	50

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Halaman
1: Angket Penelitian	63
2: Hasil <i>Output</i> SPSS.....	66
3: Draft Artikel Skripsi.....	72

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perkembangan teknologi finansial (*financial technology/fintech*) dalam satu dekade terakhir telah membawa perubahan besar terhadap sistem keuangan global, termasuk di Indonesia. *Fintech* menjadi wujud nyata dari sinergi antara teknologi informasi dan layanan keuangan yang bertujuan untuk meningkatkan efisiensi, aksesibilitas, dan inklusivitas keuangan di berbagai lapisan masyarakat (Arner et al., 2017). Kehadiran *fintech* tidak hanya mempercepat proses transaksi keuangan, tetapi juga mengubah perilaku konsumen dalam mengelola dan memanfaatkan uang. Menurut Otoritas Jasa Keuangan (OJK, 2023), pertumbuhan sektor *fintech* di Indonesia mencapai lebih dari 20% setiap tahunnya dengan jumlah penyelenggara yang terus meningkat di berbagai sektor, seperti pembayaran digital, *peer-to-peer lending*, hingga investasi berbasis aplikasi. Fenomena ini memperlihatkan bagaimana inovasi teknologi menjadi pendorong utama transformasi ekonomi menuju sistem keuangan digital yang lebih modern dan inklusif.

Salah satu inovasi *fintech* yang paling populer di masyarakat Indonesia adalah dompet digital (*electronic wallet atau e-wallet*). *E-wallet* berfungsi sebagai wadah penyimpanan uang elektronik yang memungkinkan pengguna melakukan transaksi non-tunai secara cepat, aman, dan praktis melalui perangkat seluler (Laudon & Traver, 2020). Dengan fitur-fitur seperti QRIS, transfer saldo, pembayaran tagihan, dan *cashback* menarik, *e-wallet* menjadi alternatif utama bagi masyarakat urban dan pelajar dalam menjalankan aktivitas finansial sehari-hari. Berdasarkan laporan (Social, 2024), sekitar 73% pengguna internet di Indonesia telah memanfaatkan *e-wallet* untuk bertransaksi, menunjukkan peningkatan signifikan dalam adopsi teknologi keuangan digital. Perkembangan ini sejalan dengan visi Bank Indonesia (2023) untuk mewujudkan ekosistem *cashless society*, yang ditandai dengan menurunnya ketergantungan masyarakat terhadap uang tunai dalam berbagai kegiatan ekonomi.

Dalam konteks pasar Indonesia, ShopeePay merupakan salah satu layanan *e-wallet* yang menonjol dan berhasil meraih pangsa pengguna yang

besar. ShopeePay dikembangkan oleh Sea Group sebagai bagian dari ekosistem aplikasi *e-commerce* Shopee yang telah populer di berbagai negara Asia Tenggara. Keunggulan ShopeePay terletak pada kemampuannya mengintegrasikan transaksi online dan offline melalui fitur QRIS, kemudahan *top-up*, serta berbagai promosi seperti diskon dan voucher belanja yang menarik bagi pengguna muda (Pratama & Gunawan, 2023). Strategi integrasi antara *e-commerce* dan dompet digital yang dilakukan oleh ShopeePay mampu meningkatkan loyalitas pengguna karena menciptakan pengalaman transaksi yang efisien dan menyenangkan. (Rachmawati & Sari, 2022) Dengan demikian, ShopeePay tidak hanya berfungsi sebagai alat pembayaran, tetapi juga sebagai sarana membangun hubungan emosional antara pengguna dan *platform*.

Namun, hasil pengamatan lapangan menunjukkan bahwa tingkat penggunaan ShopeePay di kalangan mahasiswa belum seragam. Meskipun mahasiswa tergolong generasi *digital native* yang memiliki literasi teknologi cukup tinggi, tingkat intensitas penggunaan ShopeePay bervariasi antar individu. Sebagian mahasiswa menjadikan ShopeePay sebagai alat pembayaran utama, sementara sebagian lainnya masih ragu atau menggunakannya secara terbatas. Kondisi ini menunjukkan bahwa keputusan penggunaan ShopeePay tidak hanya dipengaruhi oleh akses terhadap teknologi, tetapi juga oleh faktor psikologis, persepsional, dan sosial (Rosdiana & Supardi, 2023). Variasi tersebut menandakan bahwa penerimaan teknologi digital di kalangan mahasiswa masih dipengaruhi oleh faktor-faktor subjektif yang berhubungan dengan persepsi terhadap kemudahan, kepercayaan, dan keamanan layanan tersebut.

Dalam memahami fenomena tersebut, persepsi kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*) menjadi salah satu konsep penting yang dijelaskan oleh *Technology Acceptance Model (TAM)* yang dikemukakan (Davis, 1989). Teori ini menyatakan bahwa kemudahan penggunaan merupakan sejauh mana seseorang percaya bahwa sistem atau teknologi dapat digunakan tanpa upaya besar. Persepsi ini berpengaruh terhadap sikap dan niat pengguna dalam mengadopsi teknologi baru. Namun, hasil penelitian (Rosdiana & Supardi, 2023) menunjukkan bahwa sebagian mahasiswa masih merasa kesulitan memahami beberapa fitur ShopeePay, seperti pengaturan *auto top-up*, mekanisme *refund*,

hingga penggunaan QRIS. Hal ini menunjukkan bahwa meskipun teknologi sudah tersedia dengan fitur lengkap, persepsi kemudahan belum sepenuhnya terbentuk secara optimal di kalangan pengguna muda, terutama mahasiswa yang baru beradaptasi dengan sistem pembayaran digital.

Selain kemudahan, faktor kepercayaan (*trust*) juga berperan penting dalam menentukan keputusan seseorang untuk menggunakan layanan keuangan berbasis digital. bahwa kepercayaan adalah keyakinan pengguna terhadap keandalan, integritas, dan keamanan penyedia layanan dalam melindungi data serta melakukan transaksi dengan jujur (Pavlou, 2003). Kepercayaan memiliki kaitan erat dengan persepsi risiko semakin tinggi kepercayaan pengguna, semakin rendah risiko yang mereka rasakan dalam menggunakan teknologi tersebut. (Rachmawati & Sari, 2022) menunjukkan bahwa meningkatnya kasus kejahatan digital seperti phishing dan kebocoran data pribadi menurunkan tingkat kepercayaan pengguna muda terhadap e-wallet, termasuk ShopeePay. Oleh karena itu, bagi mahasiswa, faktor kepercayaan menjadi pertimbangan utama sebelum memutuskan untuk menggunakan ShopeePay secara aktif dalam kegiatan sehari-hari.

Selain kemudahan dan kepercayaan, faktor persepsi keamanan (*security*) juga menjadi variabel yang sangat berpengaruh terhadap keputusan penggunaan *e-wallet*. Persepsi keamanan mengacu pada keyakinan pengguna bahwa sistem mampu melindungi informasi pribadi dan dana mereka dari ancaman eksternal seperti peretasan atau penipuan (Gefen, 2000). Meskipun ShopeePay telah mengimplementasikan fitur keamanan seperti PIN, OTP, dan enkripsi data, masih terdapat pengguna yang meragukan efektivitas sistem tersebut (Fadilah & Putra, 2023). Selain itu, meskipun fitur keamanan tersedia, persepsi keamanan pengguna sering kali belum optimal karena minimnya pengetahuan tentang cara kerja sistem proteksi data. Hal ini menegaskan bahwa aspek keamanan tidak hanya bergantung pada teknologi, tetapi juga pada sejauh mana pengguna memahami dan mempercayai sistem yang digunakan.

Berbagai penelitian terdahulu telah mengidentifikasi faktor-faktor yang memengaruhi penggunaan *e-wallet* di Indonesia. Anisa et al. (2023) menemukan bahwa persepsi kemudahan, kepercayaan, dan manfaat memiliki pengaruh

positif yang signifikan terhadap minat penggunaan ShopeePay. Sementara itu, Wijaya & Hartono (2021) menegaskan bahwa keamanan dan kepercayaan merupakan dua faktor dominan dalam adopsi *mobile payment* di Indonesia, menunjukkan bahwa kekhawatiran terhadap keamanan digital masih menjadi isu yang konsisten di kalangan pengguna. Namun demikian, sebagian besar penelitian tersebut masih membahas variabel-variabel tersebut secara terpisah, belum mengintegrasikan ketiganya dalam satu model penelitian yang komprehensif dan kontekstual, khususnya pada kalangan mahasiswa.

Minimnya penelitian yang menggabungkan variabel persepsi kemudahan, kepercayaan, dan keamanan secara bersamaan dalam konteks penggunaan ShopeePay oleh mahasiswa Universitas Nusantara PGRI Kediri menunjukkan pentingnya penelitian ini dilakukan. Selain memberikan kontribusi terhadap pengembangan teori penerimaan teknologi, penelitian ini juga memiliki nilai praktis bagi penyedia layanan ShopeePay dalam meningkatkan kualitas keamanan, memperkuat kepercayaan pengguna, serta merancang strategi edukasi digital yang lebih efektif. Dengan demikian, penelitian berjudul “Pengaruh Persepsi Kemudahan, Kepercayaan, dan Keamanan terhadap Keputusan Penggunaan ShopeePay pada Mahasiswa Universitas Nusantara PGRI Kediri” diharapkan mampu memberikan kontribusi teoretis dan praktis yang relevan terhadap pengembangan ilmu dan praktik keuangan digital di Indonesia.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan fenomena penggunaan ShopeePay di kalangan mahasiswa Universitas Nusantara PGRI Kediri, serta adanya ketidaksesuaian antara teori dan kondisi faktual terkait persepsi kemudahan, kepercayaan, dan keamanan, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah persepsi kemudahan berpengaruh terhadap keputusan penggunaan ShopeePay pada mahasiswa Universitas Nusantara PGRI Kediri?
2. Apakah kepercayaan berpengaruh terhadap keputusan penggunaan ShopeePay pada mahasiswa Universitas Nusantara PGRI Kediri?
3. Apakah keamanan berpengaruh terhadap keputusan penggunaan ShopeePay

pada mahasiswa Universitas Nusantara PGRI Kediri?

4. Apakah persepsi kemudahan, kepercayaan, dan keamanan secara simultan berpengaruh terhadap keputusan penggunaan ShopeePay pada mahasiswa Universitas Nusantara PGRI Kediri?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah ditetapkan, maka tujuan penelitian ini adalah:

1. Untuk menganalisis pengaruh persepsi kemudahan terhadap keputusan penggunaan ShopeePay pada mahasiswa Universitas Nusantara PGRI Kediri.
2. Untuk menganalisis pengaruh kepercayaan terhadap keputusan penggunaan ShopeePay pada mahasiswa Universitas Nusantara PGRI Kediri.
3. Untuk menganalisis pengaruh keamanan terhadap keputusan penggunaan ShopeePay pada mahasiswa Universitas Nusantara PGRI Kediri.
4. Untuk menganalisis pengaruh persepsi kemudahan, kepercayaan, dan keamanan secara simultan terhadap keputusan penggunaan ShopeePay pada mahasiswa Universitas Nusantara PGRI Kediri.

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan memberikan manfaat baik secara teoretis maupun praktis bagi pengembangan ilmu dan implementasi layanan teknologi finansial. Secara teoretis, penelitian ini berkontribusi pada penguatan dan pengembangan teori *Technology Acceptance Model (TAM)* dengan memasukkan variabel keamanan sebagai faktor penting yang memengaruhi keputusan penggunaan dompet digital. Temuan penelitian dapat memperkaya literatur mengenai perilaku konsumen dalam mengadopsi layanan *fintech*, khususnya di lingkungan mahasiswa yang selama ini belum banyak diteliti. Penelitian ini juga menyediakan model analitis yang lebih komprehensif mengenai hubungan persepsi kemudahan, kepercayaan, dan keamanan terhadap keputusan penggunaan *e-wallet*, sehingga dapat menjadi rujukan bagi penelitian selanjutnya yang berfokus pada penerimaan layanan

digital di sektor pendidikan maupun masyarakat umum.

2. Manfaat Praktis

Secara praktis, penelitian ini memberikan manfaat bagi penyedia layanan ShopeePay dengan menghadirkan informasi empiris mengenai faktor-faktor yang masih perlu ditingkatkan, seperti penyederhanaan fitur, peningkatan keamanan, dan penguatan kepercayaan pengguna. Bagi lembaga pendidikan, hasil penelitian dapat memberikan gambaran mengenai tingkat literasi digital mahasiswa sehingga dapat mendorong pengembangan program edukasi terkait penggunaan layanan digital yang aman dan efektif. Selain itu, penelitian ini bermanfaat bagi mahasiswa sebagai pengguna e-wallet dengan meningkatkan pemahaman mereka mengenai aspek-aspek penting yang memengaruhi keputusan penggunaan layanan pembayaran digital. Temuan penelitian ini juga dapat dimanfaatkan oleh peneliti selanjutnya sebagai dasar pengembangan studi lebih lanjut terkait adopsi teknologi finansial di berbagai konteks pengguna.

DAFTAR PUSTAKA

- Anisa, W. N., Anggi Rimadhani, N., Hidayati, K., & Astuti, Y. (2023). Pengaruh Persepsi Kemudahan, Manfaat Dan Kepercayaan Terhadap Minat Penggunaan ShopeePay Sebagai Sarana Transaksi Pembayaran. *Jurnal Ekonomi Sakti*, 12(1), 89–99. <https://doi.org/10.36272/jes.v12i1.245>
- Arner, D. W., Barberis, J., & Buckley, R. P. (2017). FinTech and RegTech: Impact on Regulators and Banks. *Journal of Banking Regulation*. <https://doi.org/10.1057/s41261-017-0037-3>
- Creswell, J. W. (2014). *Research Design. Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches*. Thousand Oaks, CA: SAGE Publications.
- Davis, F. D. (1989). Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology. *MIS Quarterly*, 13(3), 319–340.
- Fadilah, R., & Putra, A. (2023). Persepsi Keamanan dan Pengaruhnya terhadap Loyalitas Pengguna Dompot Digital.
- Gefen, D. (2000). E-commerce: The Role of Familiarity and Trust. *Omega: The International Journal of Management Science*, 28(6), 725–737.
- Ghozali, I. (2021). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 26* (Edisi 10). Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Kerlinger. (2006). *Asas-Asas Penelitian Behavioral*. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15th Edition). New Jersey: Pearson Pretice Hall, Inc.
- Laudon, K. C., & Traver, C. G. (2020). *E-commerce: Business, Technology, Society*. Pearson Education.
- Mubyl, M., Abidin, A., & Ramadhani, N. M. (2021). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Penggunaan E-Wallet (Studi Kasus Pada Mahasiswa Kota Makassar). *Nobel Management Review*, 2(4), 670–676. <https://doi.org/10.37476/nmar.v2i4.2963>
- OJK. (2023). *Laporan Perkembangan Fintech di Indonesia*. OJK.
- Pavlou, P. A. (2003). Consumer Acceptance of Electronic Commerce: Integrating Trust and Risk with the Technology Acceptance Model. *International Journal of Electronic Commerce*, 7(3), 69–103.
- Pratama, A., & Gunawan, H. (2023). Pengaruh Kepercayaan dan Kemudahan terhadap Penggunaan ShopeePay di Indonesia. *Jurnal Manajemen Dan Inovasi Digital*.
- Rachmawati, D., & Sari, P. (2022). Kepercayaan dan Keamanan terhadap Keputusan Penggunaan E-Wallet.
- Rosdiana, M., & Supardi. (2023). Analysis of Convenience, Trust, and Security of E-Wallet (ShopeePay) through Technology Understanding as an Intervening Variable. *Jurnal Manajemen Dan Inovasi*, 11(4), 155–165.
- Sugiyono. (2019). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- Venkatesh, V., & Bala, H. (2021). Technology Acceptance Model 3 and a Research Agenda on Interventions. *Decision Sciences*, 39, 273–315. <https://doi.org/10.1111/j.1540-5915.2008.00192.x>
- Wijaya, A. & Hartono, B. (2021). Pengaruh Persepsi Kemudahan, Kepercayaan, dan Keamanan terhadap Minat Menggunakan E-Wallet di Indonesia.

Wijaya, M., & Hartono, A. (2021). Determinants of E-wallet Adoption among Indonesian Millennials.