

Pengaruh Daya Tarik Promosi, Kemudahan Penggunaan, dan Risiko Terhadap Minat Menggunakan *E-Wallet* pada Mahasiswa di Kota Batam

Dewi Apri Yanti^{1)*}, Argo Putra Prima²⁾

¹⁾Pb200810081@upbatam.ac.id

²⁾Universitas Putera Batam

Jalan R. Soeprpto, Muka Kuning, Batam, Indonesia

Jejak Artikel:

Upload: 28 Juni 2024

Revisi 02 Juli 2024

Diterima: 05 Desember 2024

Tersedia online: 10 Desember 2024

Kata Kunci:

Ease of Use;

Interest in Using E-Wallet;

Promotion Attractiveness;

Risk;

Smartphone;

ABSTRACT

E-wallets offer many conveniences to users, despite the convenience and practicality of e-wallets, many people are reluctant to use them. Several factors contribute to the interest in using e-wallets, including promotional attractiveness, ease of use, and risk. This study aims to test passively and simultaneously. This type of research is quantitative with data collection techniques carried out by distributing questionnaires through google forms which are measured on a Likert scale. Testing in this study uses descriptive analysis, instrument test, classical assumption test, influence test and hypothesis testing. The population in this study were students majoring in accounting in Batam City and who had registered on the PDDIKTI website (Directorate General of Higher Education) with a total of 1631 students. The sample in this study used Probability Sampling technique and sample determination using Slovin technique which amounted to 100 respondents. The results of the study simultaneously show that promotional attractiveness, ease of use and risk affect the interest in using e-wallets for students in Batam City. However, based on the results of this study partially show that Promotional Attractiveness affects the interest in using e-wallets for students in Batam City. Ease of Use affects the interest in using e-wallets for students in Batam City. Meanwhile, risk has no effect on the interest in using e-wallets for students in Batam City.

LATAR BELAKANG

Seiring berjalannya waktu, teknologi telah berkembang baik dalam penggunaan maupun variasinya. Sebagai contoh, dalam perkembangan ekonomi, dahulu uang tunai digunakan untuk

* Corresponding author

semua aktivitas keuangan. Namun, saat ini, ada banyak teknologi yang memfasilitasi kegiatan ini. Kegiatan sehari-hari yang praktis dapat dilakukan dimana saja, tanpa biaya dan dengan mudah (Juliyanti & Prima, 2024). Internet adalah platform pertama yang menciptakan uang elektronik dan awal dari kemajuan pesat dalam teknologi. Internet adalah elemen penting dan komunitas sering menggunakan server untuk mengelola teknologi yang diperlukan (Endriyanto & Indrarini, 2022). Menurut statistik dari *Internet World Stats*, pada Juli 2022 pengguna internet di Asia mencapai 2.934 miliar jiwa dan tingkat penetrasi 67,4%, volume transaksi *mobile wallet* di Indonesia 2020-2025 akan terus meningkat. Pada tahun 2020, jumlah transaksi dompet seluler di Indonesia mencapai 1,7 miliar dan diperkirakan akan tumbuh menjadi 16 miliar transaksi pada tahun 2025 (Statisca, 2023).

E-wallet merupakan server yang berupa aplikasi yang digunakan untuk pembayaran transaksi yang dapat diinstal dalam *smartphone* yang berupa android mau pun iOS (Mulyaningtyas & Ihsan, 2023). Peningkatan penggunaan *e-wallet* semakin berkembang berbarengan dengan naiknya kebutuhan dan kesadaran masyarakat dalam menggunakan transaksi elektronik. *E-Wallet* memberikan banyak kemudahan bagi pengguna seperti pembayaran nontunai (Violinda & Khorunnisya, 2022). Di Indonesia, uang elektronik dibagi menjadi 2 yaitu berbasis server (*e-wallet*) dan berbasis chip (*e-money*) dimana *e-wallet* memiliki peranan besar dalam pasar (Sentanu *et al.*, 2020). *E-Wallet* mengubah dompet yang dibuat oleh kain menjadi dompet yang diakses dengan benda elektronik seperti *smartphone*.

Dipublikasikan dari Kompas.com, Populix telah melakukan penelitian dan di Indonesia saat ini ada lima metode pembayaran elektronik, antara lain Gopay, OVO, Shopee Pay, Dana, dan Link Aja. Banyak mahasiswa saat ini yang cukup maju dalam penggunaan perangkat elektronik. Alasan mengapa mahasiswa digunakan sebagai kelompok sasaran adalah karena Generasi Z adalah yang paling dominan dalam hal penggunaan internet.

Promosi pada *e-wallet* juga banyak dilakukan seperti adanya *cashback*, adanya diskon, adanya poin-poin yang dapat digunakan untuk menambah saldo pada *e-wallet*. Promosi ditujukan untuk membujuk dan menginformasikan kepada konsumen untuk menggunakan aplikasi yang ditawarkan, untuk menarik minat dan ketertarikan seseorang untuk menggunakannya (Mulyaningtyas & Ihsan, 2023). Daya tarik promosi memiliki dampak yang cukup besar dan bermanfaat bagi minat menggunakan *e-wallet*. Daya tarik promosi yang tidak menarik atau tidak mudah diingat dapat membuat pengguna *e-wallet* enggan atau malas untuk menggunakannya.

Kemudahan penggunaan didefinisikan sebagai sejauh mana orang merasa aplikasi dompet elektronik mudah digunakan (Violinda & Khorunnisya, 2022). Namun, kemudahan penggunaan dapat mempengaruhi orang-orang terutama mahasiswa, yang tertarik pada hal-hal yang mudah dan praktis, yang berujung pada belanja terus menerus dan membuat mahasiswa menjadi boros. Perilaku konsumsi yang berkelanjutan dan tidak terkendali dari generasi muda berdampak pada masa depan mereka (Soraya & Prima, 2024).

Risiko mengacu pada potensi kerugian yang mungkin dialami ketika menggunakan layanan baru dalam teknologi tertentu (Muslimah & Prima, 2024). Dari uraian ini, risiko dapat diartikan sebagai keraguan yang mungkin dialami pengguna ketika mereka gagal menghadapi peluang yang terbuka bagi mereka ketika membuat keputusan pembelian. Risiko adalah hasil yang tidak diinginkan oleh siapa pun yang menggunakan layanan baru dan harus sangat dihindari.

Minat menggunakan diartikan sebagai sebuah bentuk keinginan seseorang untuk menggunakan kembali objek tertentu. Menurut penelitian (Didied *et al.*, 2022) minat adalah jiwa yang mengandung komponen penggunaan emosional. Dari penjelasan diatas, maka dapat

disimpulkan bahwasanya minat adalah sebuah keinginan atau dorongan individu pada sebuah perilaku atau keinginan tertentu, pada riset ini yaitu pengenalan *e-wallet* pada mahasiswa.

Menurut (Endriyanto & Indrarini, 2022) promosi menjadi sebuah cara yang cukup efektif dalam strategi pemasaran dengan efektif dalam menjelaskan dan menawarkan produk. Promosi adalah langkah-langkah yang harus diambil perusahaan untuk mempresentasikan manfaat dan keuntungan dari penawaran mereka untuk menarik konsumen. Daya tarik promosi adalah komunikasi yang menjelaskan penggunaan dan manfaat suatu produk kepada calon pengguna secara ringkas dan jelas untuk membangkitkan minat untuk menggunakannya. Indikator daya tarik promosi yaitu sebagai berikut:

1. Konsep yang unik
2. Atribut promosi
3. Promosi provokatif
4. Keefektifan promosi

Menurut (Rahmawati *et al.*, 2020), kemudahan penggunaan merupakan perasaan mengenai sejauh mana seorang individu mudah memahami cara penggunaan teknologi. Dengan kata lain, teknologi informasi yang ramah pengguna dapat meningkatkan kepercayaan diri penggunaan. Kemudahan penggunaan merupakan keyakinan seorang individu dalam penggunaan suatu sistem teknologi adalah sesuatu yang mudah untuk digunakan. Sebuah sistem yang tidak akan membuat beban bagi para penggunanya (Koo & Cuandra, 2022). Indikator kemudahan penggunaan yaitu:

1. Mudah dipelajari dan dipahami.
2. Penggunaan mudah dan sesuai dengan kebutuhan.
3. Dapat dengan mudah dioperasikan.
4. Meningkatkan terampilan.

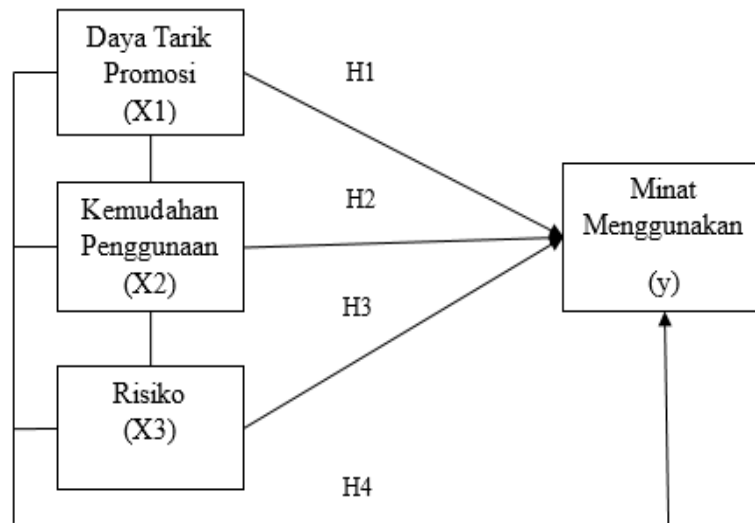
Menurut (Sentanu *et al.*, 2021) risiko adalah kekhawatiran tentang keamanan pembayaran melalui ponsel pintar. Risiko ini terkait dengan persepsi konsumen tentang peluang negatif karena kekhawatiran dalam menggunakan teknologi baru. Risiko yang dirasakan mencerminkan kerugian yang dirasakan oleh pengguna jika informasi pribadi mereka diungkapkan dan mereka menderita kerugian finansial. Risiko memiliki dua jenis dampak positif, yang dikenal sebagai peluang negatif atau sebagai ancaman. (Desita & Dewi, 2022). Indikator risiko adalah sebagai berikut:

1. Keamanan pada saldo.
2. Keamanan pada sistem.
3. Keberhasilan pada transaksi yang dilakukan.
4. Tingginya risiko.
5. Risiko privasi.

Minat adalah serangkaian tindakan yang dilakukan oleh individu (T. K. Pertiwi, 2022). Minat perilaku mengacu pada keinginan individu untuk melakukan sesuatu, disertai dengan keinginan untuk memahami dan mengeksplorasi lebih lanjut tentang hal tersebut. Menurut (Afolo & Dewi, 2022), minat merupakan aspek jiwa seseorang yang akan mengarahkan mereka untuk mengejar suatu tujuan yang diinginkan. Seseorang akan berminat jika menemukan sesuatu yang bermanfaat dan memuaskan. Minat diartikan sebagai keinginan yang timbul dari dorongan psikologis individu untuk bertindak, kekuatan dorongan atau keinginan dan hasrat untuk melakukan sesuatu. Indikator minat adalah sebagai berikut:

1. Minat Kecenderungan (*Transaksional*)
2. Minat Kesiediaan (*Referensial*)
3. Minat Prilaku (*Preferensial*)
4. Minat Keingintahuan (*Eksploratif*)

Kerangka Penelitian



Gambar 1. Kerangka Penelitian

Dilihat dari riset sebelumnya dan gambar kerangka penelitian, maka penulis menyimpulkan hipotesis :

H₁ : Daya tarik promosi berdampak positif dan signifikan pada minat menggunakan *e-wallet*.

H₂ : Kemudahan penggunaan berdampak positif dan signifikan pada minat menggunakan *e-wallet*.

H₃ : Risiko berdampak positif dan signifikan pada minat menggunakan *e-wallet*.

H₄ : Daya tarik promosi, kemudahan penggunaan dan risiko berdampak positif dan signifikan pada minat menggunakan *e-wallet*.

METODE PENELITIAN

Metode yang digunakan untuk mengevaluasi dampak dari pengaruh penggunaan *e-wallet* yaitu metodologi penelitian kuantitatif dengan menyediakan informasi data berbentuk angka. Populasi adalah sekelompok elemen dengan karakteristik tertentu dan mencakup area studi. Dalam penelitian ini, populasi adalah keseluruhan kelompok individu, peristiwa, atau elemen yang ingin peneliti sertakan dalam studi ini. Mahasiswa akuntansi aktif adalah populasi pada penelitian ini pada Universitas di Kota Batam. Pada studi ini teknik pengambilan sampel dengan acak dan dipilih dengan berdasarkan tujuan penelitian yaitu dengan kriteria tertentu agar relevan dengan tujuan penelitian. Rumus Slovin digunakan untuk menentukan ukuran sampel, yaitu:

$$n = \frac{1631}{1 + 1631 \times 0.1^2} \quad (1)$$

$$n = \frac{1631}{1631(0,01)} = \frac{1631}{16,32} = 99,93$$

n= 100

Total populasi (N) penelitian ini adalah 1631, dengan toleransi kesalahan pengambilan sampel sebesar 0,1. Terdapat 100 responden yang diperoleh dengan menggunakan rumus solvin pada penelitian ini.

Sumber Data

Kuisisioner yang disebarakan melalui *Google Forms* untuk mendapatkan data riset. (D. Pertiwi et al., 2021) Kuisisioner memberikan beberapa pertanyaan atau tugas yang perlu diisi oleh responden untuk metode pengumpulan data dengan memandu tanggapan yang telah diberikan. Pada penelitian ini kuisisioner disebarakan kepada mahasiswa melalui tautan yang terdiri dari 28 pertanyaan. Pengukuran variabel dalam pengumpulan data responden menggunakan *likert*.

Tabel 1. Pertanyaan Kuisisioner

Variabel	Pertanyaan
Daya Tarik Promosi	1 Penyedia Layanan <i>E-Wallet</i> melakukan promosi dengan menggunakan iklan secara menarik.
	2 Penampilan visual atau gambar yang ditampilkan pada saat promosi layanan <i>E-Wallet</i> sangat menarik.
	3 Penyedia layanan <i>E-Wallet</i> (Gopay, Shopee Pay dan lainnya) menunjukan alat promosi. seperti spanduk dan poster ditempat yang strategis dan melalui perangkat digital seperti media social.
	4 Saya merasa promosi yang dijelaskan dan ditawarkan oleh penyedia layanan <i>E-Wallet</i> sangat jelas dan menguntungkan.
	5 Saya menjadi sangat tertarik menggunakan layanan <i>E-Wallet</i> dikarenakan penjelasan promosi yang jelas dan menarik.
	6 Saya akan merekomendasikan kepada orang terdekat saya karena promosi yang ditawarkan sangat menarik dan menguntungkan.
	7 Saya akan terus menggunakan promosi yang ditawarkan.
Kemudahan Penggunaan	8 Saya merasa penggunaan layanan <i>E-Wallet</i> sangat mudah.
	9 Interuksi dan pilihan menu dalam aplikasi layanan <i>E-Wallet</i> yang saya gunakan sangat jelas dan mudah dipahami.
	10 Bertransaksi dengan <i>E-Wallet</i> sangat mudah untuk diingat.
	11 Saya tidak mengalami kesulitan dalam mengakses layanan aplikasi <i>E-Wallet</i> .
	12 Saya merasa sistem pada layanan <i>E-Wallet</i> yang saya gunakan sangat mudah dan jelas untuk dimengerti.
	13 Saya merasa tidak membutuhkan usaha yang banyak untuk dapat berinteraksi menggunakan layanan <i>E-Wallet</i> .
	14 Saya merasa menggunakan layanan <i>E-Wallet</i> mempermudah transaksi.
Risiko	15 Saya merasa aman menyimpan uang saya pada layanan <i>E-Wallet</i> .
	16 Saya merasa layanan <i>E-Wallet</i> yang saya gunakan sudah cukup aman dari ancaman kejahatan dari internet.
	17 Saya tidak pernah mengalami kegagalan bertransaksi selama saya menggunakan layanan <i>E-Wallet</i> .
	18 Saya tidak merasa takut terjadi kesalahan saat melakukan transaksi menggunakan layanan <i>E-Wallet</i> .
	19 Saya merasa penggunaan <i>E-Wallet</i> tidak mempunyai resiko yang tinggi.
	20 Saya memilih bertransaksi menggunakan uang non-tunai dengan layanan <i>E-Wallet</i> karena dapat meminimalisir kejahatan seperti pencurian.
	21 Saya merasa data pribadi saya dalam layanan <i>E-Wallet</i> yang saya gunakan tidak akan

disalahgunakan oleh pihak yang menyediakan layanan *E-Wallet*.

- Minat
- 22 Saya sering menggunakan *E-Wallet* Untuk melakukan transaksi.
 - 23 Saya tidak pernah merasa kesulitan dalam menggunakan layanan *E-Wallet*.
 - 24 Saya akan berusaha mencari tahu mengenai layanan apa saja yang ada dalam *E-Wallet* yang saya gunakan.
 - 25 Saya berencana akan terus menggunakan layanan *E-Wallet* dalam waktu yang cukup lama.
 - 26 Aplikasi *E-Wallet* sangat mudah dan praktis, maka dari itu sangat cocok digunakan dalam kegiatan sehari-hari.
 - 27 Saya selalu memiliki keinginan untuk mencoba menggunakan layanan *E-Wallet*.
 - 28 Saya akan merekomendasikan layanan *E-Wallet* yang saya gunakan kepada orang disekitar saya.
-

Uji Instrumen

Uji Validitas

Validasi data digunakan dalam penelitian untuk menilai seberapa akurat alat pengukuran dapat memberikan hasil pengukuran dan mencerminkan situasi yang sebenarnya sesuai dengan tujuan penelitian (Afolo & Dewi, 2022).

Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah indikator keandalan instrumen pengukuran yang digunakan dalam sebuah penelitian dan seberapa andal hasil pengukuran tersebut (Soraya & Prima, 2024). Sebuah instrumen dianggap reliabel jika memberikan hasil yang konsisten ketika menggunakan subjek yang sama pada kelompok untuk beberapa kali.

Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

Sebuah prosedur untuk digunakan dalam menentukan data yang diteliti telah berdistribusi normal. Menurut (Wahyuddin et al., 2021), data dianggap berdistribusi normal jika grafiknya menyerupai lonceng berada ditengah kurva normal.

Uji Multikolinearitas

Multikolinearitas klasik adalah uji yang melibatkan korelasi atau hubungan antara model regresi dan variabel independen. Pengujian multikolinearitas hanya berlaku ketika model regresi menyertakan beberapa variabel bebas atau dalam kasus analisis regresi berganda (Violinda & Khorunnisya, 2022).

Uji Heterokedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menilai perbedaan varians antara nilai satu periode dengan nilai periode lainnya (Syukriyyah & Karyaningsih, 2022).

Uji Pengaruh

Uji Regresi Linear Berganda

Menurut (Afolo & Dewi, 2022), metode regresi linier berganda merupakan metode pengujian untuk pengembangan dari model regresi linier sederhana dengan menyertakan dua atau beberapa variabel independen.

Uji Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi (R^2) merupakan cara yang digunakan dalam mengestimasi peran atau tingkat pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat (Soraya & Prima, 2024).

Uji Hipotesis

Uji T

Uji-t merupakan teknik statistik untuk digunakan pada pengujian perbedaan rata-rata antara tiga kelompok atau lebih dalam sebuah penelitian. Uji t memiliki tujuan untuk menentukan adakah perbedaan signifikan yang cukup pada tingkat signifikansi antara koefisien regresi dari variabel independen dan variabel yang berkorelasi (Afolo & Dewi, 2022).

Uji F

Uji F (uji simultan) merupakan uji yang digunakan untuk menilai sekumpulan variabel bebas memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel terikat pada tingkat signifikansi 0,05 (Koo & Cuandra, 2022).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Validitas

Uji validitas merupakan uji yang digunakan sebagai pernyataan pada kuesioner yang diisi responden agar dapat menilai apakah skala tersebut mengukur apa yang seharusnya diukur. Pemeriksaan ini dilakukan dengan menentukan apakah nilai hasil sesuai dengan pertanyaan untuk setiap variabel.

Tabel 2. Uji Validitas

Variabel	Item	r Hitung	r Tabel	Keterangan
Daya Tarik Promosi	1	0,678	0,164	Valid
	2	0,534	0,164	
	3	0,824	0,164	
	4	0,645	0,164	
	5	0,732	0,164	
	6	0,621	0,164	
	7	0,107	0,164	
Kemudahan Penggunaan	1	0,553	0,164	Valid
	2	0,660	0,164	
	3	0,646	0,164	
	4	0,768	0,164	
	5	0,802	0,164	
	6	0,641	0,164	
	7	0,622	0,164	
Risiko	1	0,708	0,164	Valid
	2	0,410	0,164	
	3	0,636	0,164	
	4	0,710	0,164	
	5	0,592	0,164	
	6	0,433	0,164	
	7	0,365	0,164	
Minat	1	0,553	0,164	Valid
	2	0,694	0,164	
	3	0,679	0,164	

4	0,707	0,164
5	0,748	0,164
6	0,415	0,164
7	0,494	0,164

Sumber : IBM SPSS diolah oleh Peneliti, 2024

Pada hasil diatas menunjukkan pada pertanyaan kuisioner bahwa variabel daya tarik promosi memiliki satu variabel yang tidak valid dengan nilai $0,107 < 0,164$, sedangkan pertanyaan kuisioner lainnya menunjukan nilai r hitung $> 0,164$ t tabel. Maka untuk variabel yang tidak valid tidak akan digunakan lagi untuk uji selanjutnya.

Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas merupakan sebuah pengujian yang memiliki tujuan menilai uji reliabilitas merupakan sebuah proses pengujian untuk tujuan mengevaluasi kuesioner yang menggambarkan keandalan variabel-variabel tersebut. Peraturan dan panduan untuk pengujian ini adalah sesuai dengan urutan *alpha cronbach*. Salah satu indikator dikatakan valid apabila memiliki nilai *Cronbach's Alpha* minimum 0,60.

Tabel 3. Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	Keterangan
X1	0,757	Reliabel
X2	0,796	
X3	0,617	
Y	0,731	

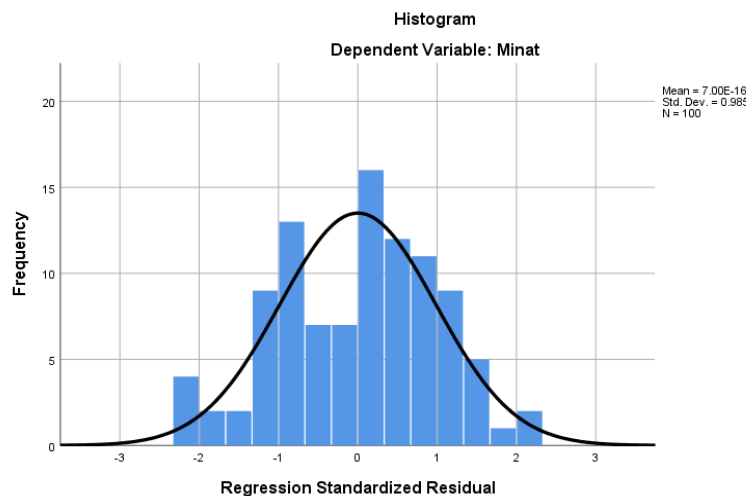
Sumber : IBM SPSS diolah oleh Peneliti, 2024

Keseluruhan hasil pada setiap variabel dapat dikatakan reliabel. Dengan hasil keseluruhan untuk setiap variabel berkisar antara *Cronbach's alpha* diatas 0,60.

Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

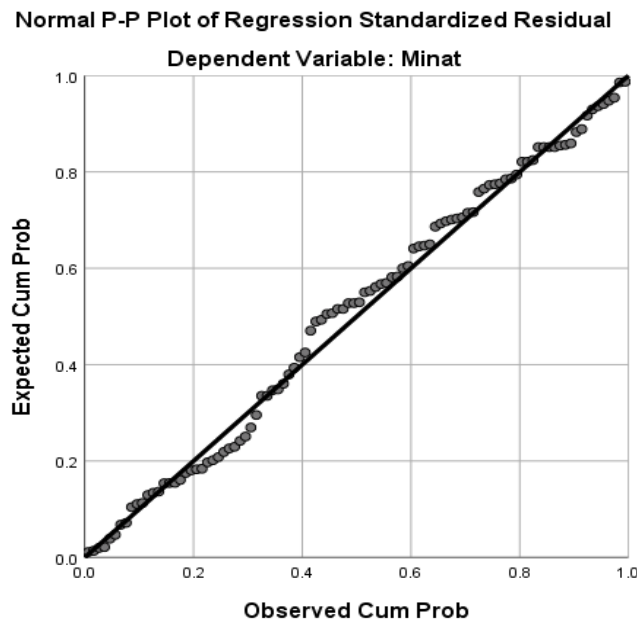
Uji normalitas adalah uji untuk menilai apakah data suatu variabel mengikuti distribusi normal (Endriyanto & Indrarini, 2022). Riset ini mempergunakan uji normalitas Kolmogorov-Smirnov.



Gambar 2. Hasil Uji Normalitas Grafik Histogram

Sumber : IBM SPSS diolah oleh Peneliti, 2024

Pada gambar diatas menunjukan bahwasanya nilai residual membentuk kurva yang mirip seperti bel, hal tersebut menyatakan distribusi data bersifat normal.



Gambar 3. Hasil Uji Normalitas Berbentuk P-P Plot

Sumber : IBM SPSS diolah oleh Peneliti, 2024

Pada hasil yang ditunjukkan diatas menyatakan bahwa data berdistribusi normal. Pada gambar tersebut menunjukan titik-titik yang menyebar disekitar garis diagonal lalu mengikuti arah garis histogram untuk menuju pola distribusi normal, maka dari itu variabel dependen dalam penelitian ini memenuhi asumsi normal.

Tabel 4. Hasil Uji Normalitas (Kolmogrov Smirnov)

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.91165085
Most Extreme Differences	Absolute	.069
	Positive	.054
	Negative	-.069
Test Statistic		.069
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

Sumber : IBM SPSS diolah oleh Peneliti, 2024

Pada hasil tabel penelitian diatas, signifikansi Kolmogorov-Smirnov adalah 0,200, yang memiliki arti $0,200 > 0,05$. Maka dari itu dapat pada penelitian ini berdistribusi normal.

Uji Multikolinearitas

Hasil yang dapat mengindikasikan apakah ada kesamaan di antara variabel-variabel independen dalam sebuah penelitian. Hasilnya menunjukkan bukti adanya multikolinearitas. Aturan untuk pengujian ini adalah jika nilai VIF < dari 10 atau toleransi > dari 0,01, maka tidak

ada multikolinieritas. Sebaliknya, multikolinieritas terjadi jika nilai VIF > dari 10 dan toleransi < dari 0,01.

Tabel 5. Hasil Uji Multikolinieritas
Coefficients^a

Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
Daya Tarik Promosi	.831	1.203
Kemudahan Penggunaan	.810	1.234
Risiko	.814	1.228

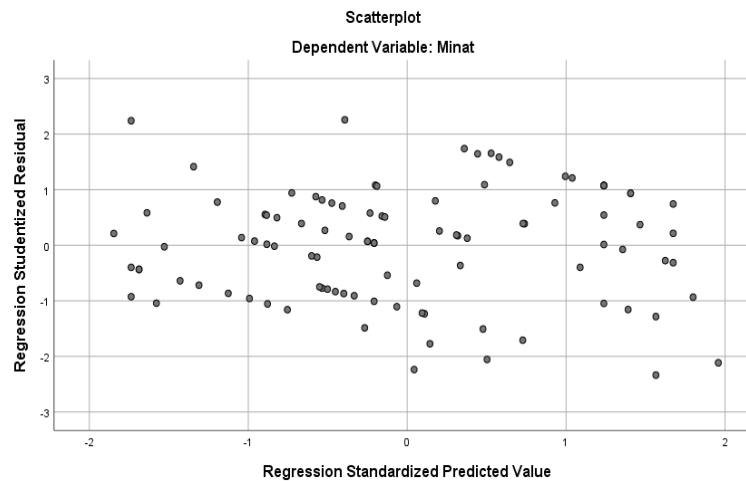
a. Dependen Variabel: MInat

Sumber : IBM SPSS diolah oleh Peneliti, 2024

Dilihat dari tabel diatas, nilai *tolerance* variabel daya tarik promosi 0,831, > 0,100 dan VIF 1,203 < 10. Kemudian variabel kemudahan penggunaan *tolerance* 0,810 > 0,100 dan VIF 1,234 < 10. Variabel risiko mempunyai *tolerance* sebesar 0,814 > 0,100 dan VIF 1,228 < 10. Dari penjelasan tersebut tidak menunjukkan adanya tanda-tanda multikolinieritas dikarenakan nilai VIF < 10,00 dan nilai *tolerance* > 0,100.

Uji Heterokedastisitas

Uji yang bermaksud untuk menilai apakah sebuah variabel pada sebuah model regresi memiliki kesamaan varians dari residual dengan satu pengamatan ke pengamatan lainnya (Koo & Cuandra, 2022). Berikut merupakan grafik *scatterplot*:



Gambar 4. Grafik Scatterplot

Sumber : IBM SPSS diolah oleh Peneliti, 2024

Pada gambar diatas menunjukkan hasil pengujian yang dilakukan di SPSS pada garfik *scatterplot* menunjukkan titik-titik grafik menyebar disekitar bawah dan diatas sumbu 0 atau Y. Artinya data penelitian tidak terjadi heterokedastisitas.

Uji Pengaruh

Uji Regresi Linier Berganda

Bentuk dan arah antar hubungan dengan mengambil ukuran yang dilihat variabel bebas dan variabel terikat.

Tabel 6. Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda

Model	Coefficients ^a		Standardized Coefficients Beta	T	Sig.
	Unstandardized Coefficients				
	B	Std. Error			
(Constant)	8.912	3.288		2.710	.008
Daya Tarik Promosi	.403	.096	.376	4.183	.000
Kemudahan Penggunaan	.225	.079	.260	2.857	.005
Risiko	.155	.103	.136	1.502	.136

a. Dependent Variable: Minat

Sumber : IBM SPSS diolah oleh Peneliti, 2024

Berikut adalah nilai interpretasi besarnya nilai dari masing-masing koefisiennya regresi diatas:

1. Nilai konstan sebesar 8,912 menunjukkan bahwa jika variabel bebas tidak mengalami perubahan, maka variabel terikatnya memiliki nilai sebesar 8,912.
2. Nilai koefisien regresi variabel X1 Daya Tarik Promosi positif dengan nilai 0,403. Artinya apabila variabel tersebut naik dengan persentasi 1%, maka akan mengakibatkan minat menggunakan *e-wallet* juga akan naik senilai 0,403 dan koefisiennya bernilai positif.
3. Nilai koefisien regresi variabel X2 Kemudahan Penggunaan dengan nilai positif 0,225. Pernyataan ini menjelaskan jika variabel X2 meningkat dengan presentase 1% maka variabel minat menggunakan *e-wallet* juga akan meningkat 0,225 koefisiennya bernilai positif.
4. Nilai koefisien regresi variabel X3 Risiko dengan nilai negatif 0,155. Pernyataan ini menjelaskan bahwa jika variabel X3 meningkat dengan setiap pertambahan satu pada satuan variabel minat menggunakan *e-wallet* akan mengalami penurunan senilai 0,155 koefisiennya bernilai negatif. Dari penjelasan hasil diatas, dapat ditarik kesimpulan bahwa ketiga variabel memiliki pengaruh yang kuat terhadap minat menggunakan *e-wallet*.

Uji Koefisien Determinasi

Analisis pengujian ini bertujuan untuk menyelidiki dan menunjukkan dampak dari variasi variabel bebas terhadap variabel terikat. Maka hasil uji data yang diperoleh :

Tabel 7. Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model	Model Summary			Std. Error of the Estimate
	R	R Square	Adjusted R Square	
1	.596 ^a	.355	.335	1.941

a. Predictors: (Constant), Risiko, Daya Tarik Promosi , Kemudahan Penggunaan

Sumber : IBM SPSS diolah oleh Peneliti, 2024

Berdasarkan hasil yang ditunjukkan pada tabel diatas nilai *Adjusted R Square* yaitu 0,335 atau sebesar 33,5%, hal tersebut dapat dikatakan bahwa besarnya nilai pengaruh variabel daya tarik promosi, kemudahan penggunaan dan risiko adalah dengan nilai 33,5%. Presentase sisa sebesar 66,5% kesimpulan tersebut berdasarkan variabel lain.

Uji Hipotesis

Uji T

Penelitian ini memiliki tujuan agar mengetahui apakah setiap variabel independen mempengaruhi variabel dependen. Hasil penelitian secara parsial disajikan di bawah ini:

Tabel 8. Hasil Uji T

Model	Coefficients ^a				
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		Sig.
	B	Std. Error	Beta	t	
1 (Constant)	8.912	3.288		2.710	.008
Daya Tarik Promosi	.403	.096	.376	4.183	.000
Kemudahan Penggunaan	.225	.079	.260	2.857	.005
Risiko	.155	.103	.136	1.502	.136

a. Dependent Variable: Minat

Sumber : IBM SPSS diolah oleh Peneliti, 2024

Pada tabel yang diatas menunjukkan kesimpulan sebagai berikut, dengan menggunakan rumus t tabel $df=n-k-1 = df=100-3-1=96$, maka t tabel = 1.660.

H₁ : Daya Tarik Promosi berdampak positif dan signifikan pada Minat Menggunakan *E-Wallet*.

Nilai signifikan dari variabel daya tarik promosi yaitu $0,000 <$ dari $0,05$ dan nilai t hitung yaitu $4,183 >$ dari nilai t tabel yaitu $1,660$. Hal ini menunjukkan bahwa variabel Daya Tarik Promosi berdampak Positif dan Signifikan pada Minat Menggunakan *E-Wallet* Pada Mahasiswa di Kota Batam.

H₂ : Kemudahan Penggunaan berdampak positif dan signifikan pada Minat Menggunakan *E-Wallet*.

Nilai signifikansi pada variabel kemudahan penggunaan memiliki nilai $0,005$ atau $< 0,05$ dan nilai t hitung yaitu $2.857 >$ dibandingkan t tabel dengan nilai 1.660 . Artinya, bahwa variabel Kemudahan Penggunaan berdampak Positif dan Signifikan pada Minat Menggunakan *E-Wallet* Pada Mahasiswa di Kota Batam.

H₃ : Risiko tidak berdampak positif dan signifikan pada Minat Menggunakan *E-Wallet*.

Sedangkan nilai signifikasi dari variabel risiko memiliki nilai $0,136$ yang artinya $>$ dari $0,05$ dan t hitung yaitu 1.502 atau $<$ dari t tabel sebesar 1.660 . Artinya variabel Risiko Tidak berdampak pada Minat Menggunakan *E-Wallet* Pada Mahasiswa di Kota Batam.

Uji F (Uji Simultan)

Tujuan dari pengujian uji f atau uji simultan adalah agar menunjukkan apakah variabel bebas secara bersama-sama berdampak pada variabel terikat. Kriteria untuk uji-f (uji simultan) Jika nilai signifikansi kurang dari $0,05$, maka hal itu dilakukan pengujian secara simultan terhadap variabel dependen.

Tabel 9. Uji F (Simultan)

Model		ANOVA ^a				
		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	199.374	3	66.458	17.635	.000 ^b
	Residual	361.786	96	3.769		
	Total	561.160	99			

a. Dependent Variable: Minat
b. Predictors: (Constant), Risiko, Daya Tarik Promosi , Kemudahan Penggunaan

Sumber : IBM SPSS diolah oleh Peneliti, 2024

Berdasarkan tabel 9 hasil dari pengujian penelitian ini menyatakan signifikansi yaitu sebesar $0,000$ yang dapat diartikan bahwa lebih rendah dari nilai $0,05$. Sedangkang F hitung dalam penelitian ini yaitu sebesar $17,635$ melebihi nilai f tabel yaitu 2.70 . Angka 2.70 tersebut didapat dari rumus $dfl(k-1) = (4-1)=3$ dan $df2=n-k=100-4= 96$. Hal ini dapat dikatakan bahwa kesimpulan dari variabel daya tarik promosi, kemudahan penggunaan, dan risiko berdampak

secara simultan pada minat.

Pengaruh Daya Tarik Promosi Pada Minat Menggunakan *E-Wallet*.

Variabel Daya Tarik Promosi (X_1) berdampak positif dan signifikan pada Minat Menggunakan *E-Wallet*, dengan nilai t hitung yaitu senilai 4,183 yang artinya $>$ dari t tabel yaitu 1,660, dan signifikansi yaitu 0,000 yang artinya nilai tersebut $<$ dari ketentuan 0,05. Data ini menyimpulkan hipotesis H_0 ditolak dan H_a diterima. (H_1) menyimpulkan variabel daya tarik promosi memiliki pengaruh positif dan signifikan pada minat menggunakan *E-Wallet*. Hasil ini selaras dengan studi (Desita & Dewi, 2022).

Pengaruh Kemudahan Penggunaan Pada Minat Menggunakan *E-wallet*.

Variabel Kemudahan Penggunaan (X_2) berdampak positif dan signifikan pada minat menggunakan *e-wallet*, dengan nilai t hitung sebesar 2.857 lebih besar dari t tabel 1.660 dan nilai signifikansi 0.005 lebih kecil dari 0.05. Dalam penjelasan diatas memberikan kesimpulan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima. (H_2) persepsi kemudahan penggunaan berdampak positif dan signifikan pada minat menggunakan *e-wallet*. Hasil penelitian ini selaras dengan (Koo & Cuandra, 2022).

Pengaruh Risiko Pada Minat Menggunakan *E-Wallet*.

Variabel Risiko (X_3) tidak berdampak positif dan signifikan pada minat menggunakan *e-wallet*, dengan nilai t hitung sebesar 1.502 kurang dari t tabel 1.660 dan signifikansi yang diperoleh 0.136 yang menunjukkan bahwa nilai tersebut lebih besar dibandingkan dengan ketentuan yaitu 0.05. Disimpulkan bahwa hipotesis ketiga (H_3) menyatakan persepsi risiko tidak berdampak positif dan signifikan pada minat menggunakan *e-wallet*. Hasil penelitian ini selaras dengan (Mustofa & Kurniawati, 2024).

Pengaruh Daya Tarik Promosi, Kemudahan Penggunaan dan Risiko Terhadap Minat Menggunakan *E-Wallet*.

Nilai pada uji f untuk variabel daya tarik promosi (X_1), kemudahan penggunaan (X_2) dan risiko (X_3) dengan sinifikansi yaitu 0,000 lebih rendah dibandingkan dengan 0,05 menyebutkan bahwa nilai f hitung 17,635 lebih tinggi dibandingkan pada nilai f tabel yaitu 2.70. Maka dari itu Daya Tarik Promosi, Kemudahan Penggunaan dan Risiko berdampak secara simultan pada Minat Menggunakan *E-Wallet* (Y).

KESIMPULAN

Berdasarkan beberapa pengujian yang telah dilakukan dengan peraturan penelitian, maka hasil pengujian ini menunjukkan bahwa variabel daya tarik promosi dan kemudahan penggunaan menunjukkan hasil secara parsial dan signifikan berdampak pada minat menggunakan *e-wallet*. Di sisi lain, hasil untuk variabel risiko menunjukkan tidak berdampak secara parsial dan signifikan pada minat menggunakan *e-wallet*. Namun untuk hasil tes uji f (uji simultan) semua variabel independen secara signifikan dan simultan berdampak pada minat menggunakan *e-wallet*.

REFERENSI

- 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.
- Desita, W., & Dewi, G. A. K. R. S. (2022). Pengaruh Persepsi Kemanfaatan, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Risiko, Promosi dan Fitur Layanan terhadap Minat Menggunakan Transaksi Non Cash pada Aplikasi Dompot Elektronik (E-Wallet). *Jurnal Akuntansi Profesi*, 13(1), 115–124.
- Didied, N. M., Yunitasari, F., & Oktavina Diah Puspita. (2022). Effect of promotion, perceived usefulness, and perceived ease of use on interest in adopting e-wallet (Ovo And Dana). *International Journal of Research in Business and Social Science (2147- 4478)*, 11(8), 191–201.
- Endriyanto, R., & Indrarini, R. (2022). Pengaruh Promosi dan Fitur Layanan terhadap Minat Menggunakan E-Wallet Linkaja (Studi Kasus di Surabaya). *Jurnal Ekonomika Dan Bisnis Islam*, 5(1), 67–80.
- Juliyanti, & Prima, A. P. (2024). *The Influence Of Security , Perceived Usefulness , And Perceived Ease Of Use On The Adoption Intention Of Fintech Among*. 5(1), 408–419.
- Koo, F., & Cuandra, F. (2022). Analysis of Factors Affecting International E-Wallet Use. *Jurnal Bisnis Dan Akuntansi*, 24(2), 337–352.
- Mulyaningtyas, D., & Ihsan, S. L. (2023). *Pengaruh Daya Tarik Promosi, Persepsi Kemudahan Dan Persepsi Keamanan Terhadap Keputusan Penggunaan Ewallet Pada Generasi Y Dengan E-Trust Sebagai Variabel Intervening*. 9(2), 69–76.
- Muslimah, H. R., & Prima, A. P. (2024). *The Effect Of Ease Of Use , Perceived Benefits , And Risk On*. 5(1), 156–165.
- Mustofa, F., & Kurniawati, L. (2024). Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Keamanan, Persepsi Risiko dan Fitur Layanan terhadap Minat Menggunakan E-Wallet Pada Aplikasi Dana. *YUME : Journal of Management*, 7(1), 856–868.
- Pertiwi, D., Suprpto, W., & Pratama, E. (2021). Perceived Usage of E-Wallet among the Y Generation in Surabaya based on Technology Acceptance Model. *Jurnal Teknik Industri*, 22(1), 17–24.
- Pertiwi, T. K. (2022). Impact of Perceived Benefits, Security, and Privacy on Interest in Using E-Wallet in Millennial Generation. *International Journal of Multidisciplinary Research and Analysis*, 05(05), 1051–1057.
- Rahmawati, Y. D., Yuliana, R., Tinggi, S., Bank, I. E., & Jateng, B. (2020). Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Dan Persepsi Keamanan Terhadap Keputusan Penggunaan E-Wallet Pada Mahasiswa Stie Bank Bpd Jateng. *Econbank*, 2(2), 157–168.
- Sentanu, W., Sagala, S. A. N., Marjuki, D., & Gunadi, W. (2020). Analysis of the effects of benefit and risk factors on the use of e-wallet. *International Journal of Advanced Research in Engineering and Technology (IJARET)*, 11(8), 721–737.
- Sentanu, W., Sagala, S. A. N., Marjuki, D., Gunadi, W., Pertiwi, D., Suprpto, W., & Pratama, E. (2021). Analysis of the effects of benefit and risk factors on the use of e-wallet. *Jurnal Teknik Industri*, 22(1), 721–737.
- Soraya, W. F., & Prima, A. P. (2024). Pengaruh Financial Knowledge, Financial Attitude dan Locus Of Control terhadap Pengelolaan Keuangan Mahasiswa Akuntansi di Kota Batam. *El-Mal: Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam*, 5(4), 2743–2759.

- Statista. (2023). *Number of mobile wallet transactions in Indonesia in 2020, with a forecast for 2025*. Statista.Com.
- Syukriyyah, S., & Karyaningsih, K. (2022). Pengaruh Promosi Penjualan, Persepsi Manfaat dan Persepsi Kemudahan terhadap Minat Menggunakan E-Wallet ShopeePay Pada Mahasiswa Universitas Singaperbangsa Karawang. *Transformasi Manageria: Journal of Islamic Education Management*, 3(1), 263–287.
- Violinda, Q., & Khorunnisya, N. V. (2022). Minat Generasi Milenial Menggunakan E-Wallet Link Aja: Perspektif Teori Persepsi dan Perilaku. *Jurnal Aplikasi Bisnis Dan Manajemen*, 8(1), 181–191.