

# **Pengaruh Kemudahan Dan Kepercayaan Terhadap Minat Konsumen Menggunakan aplikasi E-Wallet Pada Masyarakat Surabaya**

Ferdyan Gaffariansyah<sup>1</sup>, Diana Juni Mulyati<sup>2</sup>, Ayun Maduwinarti<sup>3</sup>

Administrasi Bisnis, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya

[fgaffariansyah101@gmail.com](mailto:fgaffariansyah101@gmail.com), [diana@untag-sby.ac.id](mailto:diana@untag-sby.ac.id), [ayun@untag-sby.ac.id](mailto:ayun@untag-sby.ac.id)

## **ABSTRACT**

*Online marketing is a strategy used by companies to advertise their products and services via internet platforms. The aim of this research is to explore the influence of the convenience offered by online marketing and the level of consumer trust on interest in using e-wallet applications among the people of Surabaya. The quantitative method is the method chosen in this research with the data collection process via Google form. Data was taken from a total of 100 respondents with the qualifications of respondents who actively use e-wallet applications. Data analysis was carried out using multiple linear regression which aims to evaluate the relationship between the independent variable and the dependent variable. From a series of research that has been carried out, it was discovered that the ease of use offered by e-wallet applications has a positive effect on interest in use. The easier it is to use the e-wallet application, the higher the interest of the people of Surabaya in using it. Apart from that, the level of trust in e-wallet applications also has a positive effect on interest in use. This condition indicates that people's trust in the security and reliability of e-wallet applications greatly influences their decisions to adopt and continue to use these services. So it can be said that this research has had quite an important influence in understanding the various factors behind the adoption of e-wallet technology in urban environments such as Surabaya. The practical implication of these findings is the importance of e-wallet service providers to ensure easy-to-use interfaces and improve the security and reliability of applications to build user trust.*

**Keywords:** *convenience, trust, interest in using e-wallet applications, Surabaya*

## **ABSTRAK**

Pemasaran online merupakan strategi yang dilakukan oleh perusahaan untuk mengiklankan produk dan layanan mereka melalui platform internet. Adapun tujuan dari dilakukannya penelitian ini yaitu mengeksplorasi terkait pengaruh kemudahan yang ditawarkan oleh pemasaran online dan tingkat kepercayaan konsumen terhadap minat penggunaan aplikasi *e-wallet* di kalangan masyarakat Surabaya. Metode kuantitatif merupakan metode yang dipilih dalam penelitian ini dengan proses pengumpulan data melalui *google form*. Data diambil dari total jumlah responden yang berjumlah 100 dengan kualifikasi responden yang aktif menggunakan aplikasi *e-wallet*. Analisis data dilakukan menggunakan regresi linear berganda yang bertujuan mengevaluasi hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen. Dari serangkaian penelitian yang telah dilakukan, ditemukan fakta bahwa kemudahan penggunaan yang ditawarkan oleh aplikasi *e-wallet* berpengaruh positif pada minat penggunaan. Semakin mudah penggunaan yang disuguhkan oleh aplikasi *e-wallet*, semakin tinggi minat masyarakat Surabaya untuk menggunakannya. Selain itu, tingkat kepercayaan (*trust*) terhadap aplikasi *e-wallet* juga berpengaruh secara positif pada minat penggunaan. Kondisi ini menandakan apabila kepercayaan masyarakat terhadap keamanan dan keandalan aplikasi *e-wallet* sangat mempengaruhi keputusan mereka untuk mengadopsi dan terus menggunakan layanan tersebut. Sehingga dapat dikatakan jika penelitian ini memberi

pengaruh yang cukup penting dalam memahami berbagai faktor yang melatarbelakangi adopsi teknologi *e-wallet* di lingkungan urban seperti Surabaya. Implikasi praktis dari temuan ini adalah pentingnya penyedia layanan *e-wallet* untuk memastikan antarmuka yang mudah digunakan dan meningkatkan keamanan serta keandalan aplikasi untuk membangun kepercayaan pengguna.

Kata kunci: kemudahan, Kepercayaan, minat menggunakan aplikasi *e-wallet*, Surabaya

## PENDAHULUAN

Pemasaran online merupakan strategi yang dilakukan oleh perusahaan untuk mengiklankan produk dan layanan mereka serta untuk mengembangkan interaksi antara perusahaan dan konsumen melalui platform internet. Sedangkan menurut Kotler dan Armstrong (2018), pemasaran online dipahami sebagai susunan beberapa langkah dalam memperoleh suatu produk ataupun layanan berbasis internet. Biasanya, langkah tersebut dilakukan oleh orang-orang yang akan atau sudah menjadi konsumen dari pemasaran online. Pemasaran internet atau pemasaran online mengandalkan penggunaan jaringan untuk menarik pelanggan. Menggabungkan jaringan pengguna dan sumber daya membuka lebih banyak pilihan operasional. Menghubungkan pengguna dengan komputer yang kini berfungsi sebagai alat komunikasi telah membuka peluang bisnis baru dan menciptakan industri baru (Ridho Azlam Ambo Asse, 2018). Perkembangan teknologi berhasil mempermudah kehidupan manusia dan membuat manusia ketergantungan akan keberadaannya, sehingga sulit untuk memisahkan teknologi dengan kehidupan manusia. Dan pada saat ini, teknologi telah mempersatukan manusia, salah satunya yaitu pembayaran menggunakan sistem digital. Dalam beberapa tahun terakhir, cara membayar barang telah berubah dari menggunakan uang tunai atau kartu kredit, menjadi menggunakan berbagai sistem pembayaran melalui ponsel. Transisi ini

terjadi karena berubahnya perekonomian, kemajuan teknologi di Internet, banyaknya jejaring sosial, dan semakin banyaknya penggunaan perangkat mobile. Karena smartphone, konsumen bisa dengan mudah dan nyaman membayar untuk barang dan jasa saat melakukan pembayaran. Sistem pembayaran mobile telah berubah untuk mengikuti perkembangan teknologi digital dan ponsel. Kondisi ini secara tidak langsung berhasil memudahkan transaksi bisnis. Dengan diterimanya pembayaran uang digital atau *e-wallet* di Indonesia dan banyak orang yang ingin pembayaran lebih mudah, orang mulai menciptakan sistem pembayaran yang lebih efektif untuk kebutuhan sehari-hari. Sekarang ada dompet digital atau *e-wallet* yang bisa bersaing dengan *e-money*. *E-wallet* mulai digunakan tahun 2017 dan semakin banyak digunakan sampai sekarang. Layanan mobile payment semakin populer di masyarakat karena banyak orang yang menggunakan smartphone. Pengguna smartphone sudah mencapai 89% dalam 5 tahun terakhir di Indonesia. Sekarang, orang tidak perlu membawa uang tunai untuk bertransaksi, mereka dapat menggunakan smartphone. Sekarang banyak *e-wallet* yang bisa dipilih sebagaimana yang disebutkan oleh data Bank Indonesia bahwa *e-wallet* yang sekarang tersebar di seluruh Indonesia berjumlah 38 aplikasi. Salah satu dompet digital yang populer hingga tahun ini menurut seluler.id adalah GO-PAY dari Gojek, OVO, DANA, I-Saku, dan lainnya. Menurut (Khadijah 2022) kemudahan penggunaan dimaknai sebagai seberapa tinggi keyakinan

atau kepercayaan yang diberikan oleh pengguna kepada suatu teknologi akan kemudahan yang ditawarkan oleh teknologi. Sehingga dapat ditarik sebuah pemahaman jika kepercayaan antara suatu pihak dengan pihak lain merupakan point penting dalam menjalankan hubungan. Menurut Luthfi dalam Kasinem (2020). Siagian et al. (2021), minat secara umum dapat digambarkan sebagai suatu perasaan yang menarik yang kemudian diungkapkan oleh seseorang terhadap suatu objek tertentu. Menurut Siagian et al., minat memicu keinginan untuk memahami dan mempelajari tentang objek tersebut dengan tujuan untuk menggunakannya sebagai pedoman hidup.

## METODE PENELITIAN

Dalam penelitian ini, peneliti tertarik untuk menggunakan metode kuantitatif. Alasan pemilihan metode ini mengacu pada data yang diperoleh dari responden dan bertujuan untuk menguji keabsahan data yang diperoleh. Non Probability Sampling dan teknik Purposive Sampling merupakan metode inti yang digunakan oleh peneliti dalam proses pengambilan sampel. Jumlah sampel yang diambil peneliti adalah 100 responden, dengan data yang dikumpulkan melalui *google form*. Dan analisis uji percobaan merupakan salah satu dari sekian banyak teknik analisis yang dipilih peneliti untuk penelitian ini. Adapun beberapa urutan uji percobaan yang akan diterapkan dalam penelitian ini yaitu uji instrumen, uji percobaan asumsi klasik, uji percobaan regresi linier berganda, dan terakhir yaitu uji percobaan hipotesis.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### A. Hasil Regresi Linier Berganda

Uji percobaan regresi linier berganda digunakan untuk mengevaluasi validitas

hipotesis dalam penelitian. Selain itu, uji percobaan jenis ini juga dapat dilakukan untuk mengidentifikasi keterkaitan antara variabel bebas dengan variabel terikat, dan pengaruh terhadap pendistribusian data angket.

Coefficients <sup>a</sup>							
Model		Unstandardized Coefficients		t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error			Tolerance	VIF
1	(Constant)	.745	1.369	.544	.588		
	Kemudahan (X1)	.530	.078	6.756	.000	.845	1.184
	Kepercayaan (X2)	.141	.043	3.275	.001	.845	1.184

a. Dependent Variable: TOTAL Y

Tabel 1 Regresi Linier Berganda

Berdasarkan gambar di atas dapat dipahami apabila variabel kemudahan dan kepercayaan dianggap memiliki nilai 0, maka besar nilai a adalah 0,745 dan besar nilai b1 adalah 0,530. Artinya, variabel kemudahan berpengaruh baik pada minat penggunaan.

Mengacu pada gambar di atas, diketahui besar nilai b2 adalah 0,141. Artinya, variabel kepercayaan berpengaruh baik pada minat penggunaan sehingga apabila variabel kepercayaan mengalami peningkatan maka minat pengguna juga akan mengalami kenaikan.

### B. Uji Hipotesis (Uji T)

Coefficients <sup>a</sup>							
Model		Unstandardized Coefficients		t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error			Tolerance	VIF
1	(Constant)	.745	1.369	.544	.588		
	Kemudahan (X1)	.530	.078	6.756	.000	.845	1.184
	Kepercayaan (X2)	.141	.043	3.275	.001	.845	1.184

a. Dependent Variable: TOTAL Y

Uji percobaan t biasa dipakai dalam melihat keterkaitan antara variabel dependen. Acuan dalam mengetahui hasil biasanya merujuk pada tingkat signifikansi ( $\alpha$ ) sebesar 0,05 (5%). Pengaruh tersebut dievaluasi berdasarkan nilai  $t_{hitung}$  dan  $t_{tabel}$ . Jika nilai  $t_{hitung}$  lebih besar dari  $t_{tabel}$ , maka dapat diartikan apabila variabel dependen dipengaruhi secara baik oleh variabel dependen.

Dari uji percobaan yang telah dilakukan dapat diketahui apabila  $t_{hitung}$  memiliki nilai yang lebih unggul dibanding  $t_{tabel}$  dengan perolehan hasil sebanyak 6,756 dan 1,996 serta perolehan hasil signifikansi 0,000. Dari penjelasan tersebut dapat diambil kesimpulan apabila  $H_0$  ditolak sedangkan  $H_a$  diterima. Artinya, kemudahan yang ditawarkan oleh teknologi mempengaruhi minat konsumen Surabaya dalam menggunakan aplikasi *e-wallet*.

### Hipotesis Kedua

$H_0$  : Kepercayaan tidak mempengaruhi minat konsumen di Surabaya dalam penggunaan aplikasi *e-wallet*.

$H_a$  : Minat konsumen di Surabaya dalam menggunakan aplikasi *e-wallet* dipengaruhi oleh tingkat kepercayaan.

Dari uji percobaan terhadap dua dugaan di atas diperoleh hasil  $t_{hitung}$  yang lebih dominan dibanding  $t_{tabel}$  dengan perolehan nilai 3,275 dan 1,996. Dari penjelasan tersebut dapat diambil kesimpulan apabila  $H_0$  ditolak sedangkan  $H_a$  diterima. Artinya, kepercayaan pengguna aplikasi *e-wallet* mempengaruhi minat konsumen Surabaya dalam menggunakan aplikasi *e-wallet*.

### C. Uji F (Uji Simultan)

ANOVA <sup>a</sup>						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	103.938	2	51.969	43.693	.000 <sup>b</sup>
	Residual	115.372	97	1.189		
	Total	219.310	99			

a. Dependent Variable: TOTAL\_Y  
b. Predictors: (Constant), TOTAL\_X2, TOTAL\_X1

$H_0$  : Minat konsumen Surabaya dalam menggunakan aplikasi *e-wallet* tidak dipengaruhi oleh faktor kemudahan dan kepercayaan.

$H_a$  : Minat konsumen Surabaya dalam menggunakan aplikasi *e-wallet* dipengaruhi oleh faktor kemudahan dan kepercayaan.

Dari uji percobaan terhadap dua dugaan di atas diperoleh hasil  $F_{tabel}$  yang lebih kecil dari

$F_{hitung}$  dengan perolehan nilai 2,74 dan 43,693. Dari penjelasan tersebut dapat diambil kesimpulan apabila  $H_0$  ditolak sedangkan  $H_a$  diterima. Artinya, kepercayaan pengguna dan kemudahan yang ditawarkan oleh aplikasi *e-wallet* mempengaruhi minat konsumen Surabaya dalam menggunakan aplikasi *e-wallet*.

### D. Uji Koefisiensi Determinasi R<sup>2</sup>

Model Summary <sup>b</sup>				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.688 <sup>a</sup>	.474	.463	1.091

a. Predictors: (Constant), TOTAL\_X2, TOTAL\_X1  
b. Dependent Variable: TOTAL\_Y

Dari sajian data uji percobaan di atas diperoleh nilai R square (R<sup>2</sup>) berjumlah 0,474. Dengan kata lain dapat dipahami apabila 47,4% variabel minat konsumen dilatarbelakangi oleh faktor kemudahan dan kepercayaan sedangkan sisanya yang berjumlah (100%-47,4% = 52,6%) dilatarbelakangi oleh faktor lain, selain 3 hal, yaitu kepercayaan, kemudahan, serta minat konsumen dalam menggunakan aplikasi *e-wallet*.

## PENUTUP

### Kesimpulan

Setelah melakukan penelitian dan menguji hipotesis dengan berbagai uji percobaan, ada point-point penting yang menggambarkan hasil penelitian secara keseluruhan, yaitu:

1. Kemudahan memiliki pengaruh pada minat konsumen Surabaya dalam menggunakan *E-wallet*. Hasil ini mengindikasikan apabila *E-wallet* yang mudah diakses, memiliki antarmuka pengguna yang intuitif, dan proses transaksi yang cepat serta efisien akan lebih menarik bagi konsumen.

2. Kepercayaan memiliki pengaruh pada minat konsumen Surabaya dalam menggunakan aplikasi *E-wallet*. Hasil ini mengindikasikan apabila keyakinan konsumen terkait data pribadi dan informasi keuangan mereka aman dari ancaman kebocoran dan penyalahgunaan. *E-wallet* yang memiliki reputasi baik, menerapkan protokol keamanan yang ketat, dan secara transparan mengelola data pengguna akan lebih mudah memperoleh kepercayaan konsumen.

Dari kedua point di atas disimpulkan apabila minat konsumen Surabaya dalam menggunakan aplikasi *e-wallet* sangat dipengaruhi oleh faktor kemudahan yang disuguhkan dalam aplikasi dan kepercayaan konsumen akan keamanan data pribadinya. memiliki pengaruh baik pada

### Saran

Setelah melakukan penelitian ini, peneliti berharap agar ada penelitian lanjutan yang mengusung variabel lain agar mendapatkan hasil yang bervariasi. Meskipun menggunakan variabel terikat yang sama disarankan variabel bebasnya beda dengan variabel yang telah diusung sebelumnya.

### DAFTAR PUSTAKA

Alfiyanti, M., Maduwinarti, A., Nasution, U. C. M., Kuliner, S., Street, F., Jalur, S., Surabaya, G., & Small, M. (n.d.). Pengaruh Kreativitas Dan Modal Usaha Terhadap Keberlangsungan UMK Di Sentra Kuliner Food Street Semolowaru ( Jalur Gaza ) Surabaya. *9(2)*, 56–61.

Anggriani, Y. Y., & Kistyanto, A. (2021). Pengaruh Entrepreneurial Leadership Terhadap Kinerja Umkm Kota Surabaya Melalui Inovasi. *EKUITAS (Jurnal Ekonomi dan Keuangan)*, *5(3)*, 407–427.

<https://doi.org/10.24034/j25485024.y2021.v5.i3.4534>

Aprilia, D. S., & Melati, I. S. (2021). Pengaruh Jumlah Tenaga Kerja, Modal Usaha dan Bauran Pemasaran Terhadap Keberhasilan Usaha UMKM Sentra Batik Kota Pekalongan. *Journal of Economic Education and Entrepreneurship*, *2(1)*, 1–14.

Ariani, L., Utami, R. H., & Violinda, Q. (2023). Faktor-faktor yang mempengaruhi kinerja usaha pada nasabah KUR BRI Semarang. *Jurnal Bisnis Kolega*, *9(1)*, 10–23.

Ayu Lestari, Sri Andayani, A. M. (2023). Pengaruh Variasi Produk, Modal Usaha, Dan Pemanfaatan Media Sosial Terhadap Pengembangan Usaha Pet Shop Di Surabaya Barat. *Jurnal Dinamika Administrasi Bisnis*, IX NO 02.

Duli, N. (2019). Metodologi Penelitian Kuantitatif: Beberapa konsep dasar untuk penulisan skripsi & analisis data dengan SPSS. Deepublish.

Ferdiansyah, A., & Bukhari, E. (2021). Pengaruh Modal, Financial Knowledge, Teknologi Dan Media Sosial Terhadap Kinerja Umkm Fashion Di Bekasi Utara. *Jurnal Ilmiah Akuntansi dan Manajemen (JIAM)*, *17(2)*, 103–114.

Firmansyah, Maduwinarti, M. (2023). Pengaruh Motivasi Kerja Dan Disiplin Kerja Terhadap Kinerja Karyawan Pada Shopee Eexpress Surabaya DC. *Jurnal Dinamika Administrasi Bisnis*, 09 No 02.