

Pengaruh Kemudahan, Keamanan Dan Daya Tarik Promosi Terhadap Keputusan Penggunaan *E-Wallet* Shopee Pay (Studi Pada Pengguna *E-Wallet* Shopepay Di Kota Kalianda)

Ajeng Rahayu¹, Khil Wailmi²

Program Studi Manajemen, Fakultas Teknologi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Kalianda

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kemudahan, keamanan dan daya tarik promosi terhadap keputusan penggunaan *e-wallet* ShopePay di kota Kalianda. Latar belakang penelitian ini didasarkan pada fenomena meningkatnya penggunaan *e-wallet* di kalangan masyarakat. Data dalam penelitian ini menggunakan teknik *non probability sampling* dengan jumlah sampel sebanyak 100 responden. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linear berganda, korelasi product momen berganda, koefisien determinasi adjusted R² dan uji hipotesis meliputi uji t dan uji f yang diolah menggunakan aplikasi SPSS 26. Hasil penelitian ini secara parsial menunjukkan bahwa kemudahan berpengaruh positif terhadap keputusan penggunaan. Keamanan berpengaruh positif terhadap keputusan penggunaan. Daya tarik promosi berpengaruh positif terhadap keputusan penggunaan. Secara simultan kemudahan, keamanan dan daya tarik promosi memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan *e-wallet* Shopepay di kota kalianda.

Kata Kunci : *Kemudahan, Keamanan, Daya tarik promosi dan Keputusan penggunaan*

Copyright (c) 2025 Ajeng Rahayu

✉ Corresponding author :

Email Address Ajengrahayukld@gmail.com, khilwailmi123@gmail.com

PENDAHULUAN

Di era digital saat ini, teknologi informasi sudah menjadi kebutuhan yang sangat penting, kemajuan teknologi juga membuat segalanya menjadi mudah dan cepat. Perkembangan teknologi yang pesat membuat manusia sangat terikat dengan teknologi dalam aktivitas sehari-hari. Salah satu fenomena yang muncul di Indonesia adalah penerapan sistem pembayaran non tunai atau metode pembayaran berbasis digital (*cashless*) Pemanfaatan teknologi yang digunakan pada sektor keuangan ini yang juga disebut dengan *Financial Technology (Fintech)* Inovasi pembayaran online ini bertujuan untuk mempermudah masyarakat dalam melakukan transaksi keuangan. (Faizani SN, & Indriyanti AD, 2021)

Alat pembayaran elektronik merupakan alat pembayaran yang menggunakan instrumen elektronik, di dalam pembayaran elektronik uang disimpan, diproses, dan

diterima, dalam bentuk informasi digital dan proses pemindahannya di fasilitasi melalui pembayaran elektronik (Wicaksana *et al.*, 2008). Inovasi pembayaran non tunai di Indonesia bermula saat Bank Indonesia mulai menyuarakan Gerakan Nasional Non Tunai pada tahun 2014 karena gerakan tersebut mulai hadir berbagai produk dompet digital di Indonesia.

Sistem pembayaran elektronik di Indonesia juga muncul dalam beberapa model seperti *e-wallet*, *mobile banking*, dan alat pembayaran yang berbasis chip seperti *e-money*, *e-money* merupakan jenis pembayaran elektronik yang didalamnya terdapat sebuah chip yang disematkan pada perangkat kartu sebagai alat pembayaran. Sedangkan alat pembayaran yang berbasis *e-wallet* merupakan jenis alat pembayaran elektronik yang berbentuk sebuah barcode atau pin tidak membutuhkan media kartu hanya diopersikan melalui aplikasi pada smartphone, yang tiap model tersebut juga memiliki karakteristik dan fungsi tersendiri (Faizani, SN, & Indriyanti, AD 2021)

Menurut Bank Indonesia *e-wallet* atau dompet digital adalah layanan elektronik yang berfungsi untuk menyimpan data instrumen pembayaran dan memungkinkan pengguna untuk melakukan pembayaran secara elektronik dengan menggunakan *smartphone* atau *gadget*. (Bank Indonesia, 2016) Perkembangan teknologi yang pesat seperti kemunculan internet, *smartphone*, dan sistem pembayaran digital menjadi pondasi utama bagi *e-wallet* juga dengan adanya perubahan gaya hidup masyarakat yang mulai mengadopsi gaya hidup digital dan mencari cara yang lebih mudah dan cepat untuk melakukan transaksi yang disebabkan oleh pandemi covid 19 yang mempercepat adopsi *e-wallet* karna banyak orang menghindari kontak fisik dan lebih memilih transaksi non tunai, hingga saat ini *e-wallet* menjadi bagian tak terpisahkan dari kehidupan sehari-hari dengan fitur dan layanan yang semakin canggih. (Marsela, A.D, & Marchelyta., 2022).

Layanan uang elektronik khususnya *electronic wallet* berkembang secara bersamaan dengan adanya *e-commerce* dan *marketplace* seperti tokopedia, shopee, bukalapak, lazada. Sebuah *e-commerce* pasti memiliki wadah untuk menyimpan saldo uang di dalamnya atau top-up seperti go-pay, shopee-pay. Beberapa bank juga telah membuka platform *electronic wallet* nya dan menjalin sebuah kerja sama dengan beberapa *e-commerce* agar dapat melakukan transaksi pembayaran tanpa adanya potongan biaya seperti tokopedia dengan ovo dan yang lainnya. di Indonesia penyedia layanan *e-wallet* yang besar termasuk sangat beragam seperti, go-pay, ovo, linkaja, dana, jenius, sakuku, go mobile dan yang lainnya. (Marsela, A. D., & Marchelyta, 2022). Dengan adanya layanan *e-wallet* setiap penyedia layanan harus bisa lebih berinovasi dan harus bisa menjaga kualitas kinerjanya di sisi teknologi, kemudahan yang diperoleh, pemasaran yang diterapkan, keamanan, manfaat yang diberikan, dan tentang tingkat pelayanan. Menggunakan dompet digital sudah menjadi gaya hidup terutama bagi kalangan milenial. Adanya aplikasi populer seperti Shopee, Toko pedia, blibli, halodoc, Gojek, Traveloka, Grab, Ovo, Link Aja dan Ruang Guru juga membuat intensitas penggunaan aplikasi di *smartphone* semakin meningkat. Semua aplikasi tersebut membutuhkan sistem pembayaran yang cepat dan ringkas. Untuk itulah peran dompet digital dirasakan semakin penting di masa sekarang ini, dompet digital akan membantu dalam pembayaran transaksi secara online. Hal ini sesuai karena pada kenyataannya perilaku masyarakat saat ini menginginkan agar keinginan dan kebutuhannya dapat dipenuhi secara cepat dan efisien.

Uang elektronik (*E-wallet*) pertama kali muncul di indonesia pada tahun 2007, Di susul dengan peraturan Bank indonesia No 11/12/PBI/2009 sebagai salah satu

pendukung agenda bank indonesia untuk mewujudkan *cashless society*. Peraturan tersebut mendukung rencana pemerintah, Gerakan Nasional Tanpa Uang Tunai (GNNT), yang di umumkan pada agustus 2014. *e-wallet* memungkinkan pengguna untuk melakukan transaksi keuangan secara mudah, cepat, aman, dan transparan hanya dengan menggunakan *smartphone*. (Marsela, A.D, & Marchelyta., 2022).

Dengan melihat fenomena pertumbuhan produk *e-wallet* yang semakin pesat, tidak dapat dipungkiri akan selalu ada kendala-kendala yang terdapat pada penggunaan produk tersebut yang akan dapat berdampak pada minat penggunaan. Hal ini menarik penulis yang memiliki minat untuk meneliti lebih lanjut seberapa besar pengaruh kemudahan, keamanan dan daya tarik promosi terhadap minat penggunaan *e-wallet*. Studi kasus pada produk *e-wallet* Shopee Pay di Kota Kalianda. Pertimbangan pemilihan objek penelitian pada Shopee Pay, karena produk ini memiliki segmen pengguna yang cukup banyak untuk saat ini. Namun, meskipun banyak penelitian yang telah dilakukan mengenai *e-wallet*, masih terdapat kendala dalam memahami secara mendalam bagaimana kemudahan penggunaan, keamanan dan daya tarik promosi secara bersamaan mempengaruhi keputusan penggunaan Shopee Pay.

METODOLOGI

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kuantitatif, jenis penelitian kuantitatif merupakan metode dalam meneliti objek untuk mengetahui variable independen terhadap variable dependen (Akbar *et al.*, 2023). Penelitian ini menggunakan metode survei yang dilakukan dengan cara mengirimkan kuesioner kepada responden data yang dihasilkan dalam penelitian ini juga berupa angka atau skor untuk dianalisis secara statistik. Tujuan penelitian kuantitatif adalah untuk mengembangkan model matematis, teori, atau hipotesis yang berkaitan dengan fenomena yang relevan.

Dalam penelitian ini, variabel independen adalah Kemudahan yang disimbolkan dengan X1, Keamanan yang disimbolkan dengan X2 dan Daya Tarik Promosi yang disimbolkan dengan X3. Sedangkan variabel dependennya adalah Keputusan Penggunaan yang disimbolkan dengan Y.

Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian adalah tempat dimana peneliti bisa melakukan penelitian atau pengamatan untuk mendapatkan data yang akurat. Penentuan lokasi penelitian digunakan untuk mempermudah atau memperjelas lokasi yang menjadi sasaran dalam penelitian. Didalam penelitian ini peneliti akan melaksanakan penelitian di Kota Kalianda. Adapun alasan dipilihnya lokasi penelitian di Kota Kalianda karena belum pernah diadakan penelitian yang serupa di lokasi ini.

Jenis Dan Sumber Data

Dalam penelitian ini menggunakan jenis dan sumber data, yaitu:

a. Data Primer

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan data primer yang merupakan sumber utama pengumpulan informasi. Sugiyono (2019) mendefinisikan data primer sebagai informasi yang dikumpulkan langsung dari responden. Data primer ini diperoleh langsung dari objek penelitian yaitu pengguna *e-wallet* shopee pay di kota kalianda.

Metode pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan melalui distribusi kuesioner kepada responden.

b. Data Sekunder

Data diambil dengan melakukan dokumentasi, mengambil informasi dari buku-buku, jurnal, dan arsip-arsip resmi untuk memperoleh data yang diperlukan sebagai dukungan dalam penelitian ini

Sumber Data

Data yang diperlukan dalam penelitian ini adalah data primer, dimana data dalam penelitian data primer dalam penelitian ini diperoleh secara langsung dari jawaban responden melalui responden mengenai pengaruh Kemudahan (X1) Keamanan (X2) Daya Tarik Promosi (X3) Dan Keputusan Penggunaan (Y).

Populasi Dan Sampel

a. Populasi

Menurut Sugiyono (2019) Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri dari objek/subjek yang merupakan kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Dalam penelitian ini, populasi yang dimaksud adalah pengguna e-wallet shopee pay di Kota Kalianda

b. Sampel

Menurut Riduwan (2012) Sampel adalah bagian dari populasi yang diteliti. Sampel dalam penelitian ini didasarkan pada metode purposive sampling. Metode purposive sampling adalah teknik penentuan sample dengan pertimbangan tertentu (Sugiyono, 2019) Purposive sampling adalah salah satu teknik sampling yang memiliki teknik sampling non random sampling dimana peneliti akan menentukan pengambilan sampel salah satunya dengan cara menetapkan ciri-ciri khusus atau kriteria yang sudah sesuai dengan tujuan dari penelitian tersebut, sehingga diharapkan untuk dapat menjawab permasalahan penelitian ini.

Berikut kriteria yang sudah ditentukan oleh peneliti untuk dijadikan sebagai sampel:

1. Tinggal di Kota Kalianda
2. Pengguna *E-wallet* Shopee Pay
3. Pernah menggunakan Shopee Pay minimal 1 kali.

Karena populasinya cukup besar atau tidak diketahui, rumus yang digunakan adalah rumus Cochran untuk menghitung jumlah sample yang ideal untuk tingkat presisi yang diinginkan

$$\begin{aligned} N_0 &= \frac{Z^2 p q}{e^2} \\ &= \frac{(1,96)^2 (0,5) (0,5)}{(0,1)^2} \end{aligned}$$

$$= 96,04$$

Keterangan :

N_0 : ukuran sampel

Z^2 : abscissa kurva normal yang memotong area sisi (tails), atau 1 tingkat kepercayaan sebesar 95%

e : tingkat kepercayaan yang diinginkan

p : proporsi yang diestimasi suatu atribut yang ada dalam suatu populasi

q : $1 - p$

Moe : margin of error atau tingkat kesalahan maksimum 10%

Menurut perhitungan di atas, ada 96 sampel. Menurut hair *et.,l*(2020) apabila jumlah sampel tidak diketahui, jumlah minimum sampel yang disarankan adalah 100 hingga 200 responden. Maka jumlah sampel ditetapkan menjadi 100 orang.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil uji instrument

a. Uji validitas

Menurut sugiyono (2016) Validitas adalah suatu alat ukur untuk pengukuran keabsahan yang sesuai dengan sesuatu yang sedang diukur. Uji ini dilakukan untuk mengetahui kevalidan atau kesesuaian kuesioner yang digunakan oleh peneliti. Validitas di ukur dengan cara mengkorelasikan skor setiap butir yang ada.

Tabel 1. Hasil Uji Validitas

No	Variable dan Indikator	r hitung	r tabel	keterangan
1	Kemudahan penggunaan (X1)			
	Item 1	0,585	0,195	Valid
	Item 2	0,567	0,195	Valid
	Item 3	0,659	0,195	Valid
	Item 4	0,707	0,195	Valid
	Item 5	0,749	0,195	Valid
2	Keamanan (X2)			
	Item 1	0,872	0,195	Valid
	Item 2	0,894	0,195	Valid
3	Daya Tarik Promosi (X3)			
	Item 1	0,700	0,195	Valid
	Item 2	0,789	0,195	Valid
	Item 3	0,745	0,195	Valid
4	Keputusan Penggunaan (Y)			

Item 1	0,808	0,195	Valid
Item 2	0,766	0,195	Valid
Item 3	0,809	0,195	Valid

Sumber : Data yang di olah (2025)

Berdasarkan analisis uji validitas, diketahui bahwa setiap variable dan indikator yang digunakan menunjukkan bahwa semua indikator yang mengukur variable-variable memiliki koefisien korelasi yang lebih besar dari r tabel untuk sampel 100 yaitu (0,194) Nilai r hitung yang disajikan dalam tabel tersebut menunjukkan bahwa semua indikator yang digunakan dinyatakan valid.

b. Uji Reliabilitas

Uji Reliabilitas dilakukan untuk menilai sejauh mana suatu alat ukur dapat diandalkan atau dipercaya. Reliabilitas bertujuan untuk melihat apakah kuesioner memiliki konsistensi jika pengukuran dilakukan secara berulang. Untuk mengukur reliabilitas, digunakan uji statistik Cronbach' alpha, suatu variable di anggap reliable (handal) jika memiliki nilai Cronbach' alpha lebih besar dari 0,60. Hasil pengujian reliabilitas masing masing variable disajikan pada tabel berikut:

Tabel 2 . Hasil Uji Reliabilitas

No	Variable	Cronbach Alpha	Standar Reliabilitas	Keterangan
1	Kemudahan Penggunaan	0,667	0,60	Reliable
2	Keamanan	0,717	0,60	Reliable
3	Daya Tarik Promosi	0,612	0,60	Reliable
4	Keputusan Penggunaan	0,706	0,60	Reliable

Sumber: Data yang diolah (2025)

Berdasarkan hasil uji reliabilitas pada tabel diatas menunjukkan bahwa variable memiliki koefisien alpha di atas 0,600. Hal ini menunjukkan bahwa setiap pengukur dari masing masing variable dalam kuesioner dapat dinyatakan reliable. Dengan kata lain kuesioner yang digunakan dalam penelitian ini dinyatakan handal dan memiliki konsistensi apabila dilakukan pengukuran secara berulang.

Analisis Uji Asumsi Klasik

a. Hasil Uji Normalitas

Berikut ini adalah hasil uji normalitas berdasarkan perhitungan uji kolmogorov-Smirnov untuk variable Kemudahan Penggunaan,Keamanan,Daya Tarik Promosi dan Keputusan Penggunaan.

Tabel 3. Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test	
	Unstandardized Residual
N	100

Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	1,71960476
Most Extreme Differences	Absolute	,078
	Positive	,047
	Negative	-,078
Test Statistic		,078
Asymp. Sig. (2-tailed)		,137 ^c
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		
c. Lilliefors Significance Correction.		

Sumber: Data yang diolah (2025)

Berdasarkan hasil uji normalitas, diperoleh nilai signifikansi (Sig) dua arah sebesar 0,137. Sesuai dengan kriteria penerimaan, dimana nilai Sig harus lebih besar dari 0,05. Agar menunjukkan bahwa data terdistribusi normal. Dengan demikian karena nilai Sig sebesar 0,137 lebih besar dari 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa data tersebut terdistribusi dengan normal.

b. Hasil Uji Multikolinieritas

Uji Multikolinearitas merupakan uji untuk melihat ada atau tidaknya hubungan atau korelasi yang tinggi antara variable bebas. Uji Multikolinearitas di deteksi menggunakan metode Tolerance dan Variance Inflation Factor (VIF) .Jika nilai Tolerance > 0,100 dan VIF < 10,00 maka tidak terjadi Multikolinieritas. Jika nilai Tolerance < 0,100 dan VIF > 10,00 maka terjadi gejala Multikolinearitas.

Tabel 4. Hasil Uji Multikolinearitas

Coefficients ^a			
Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	X1	,581	1,722
	X2	,689	1,452
	X3	,568	1,761
a. Dependent Variable: Y			

Sumber: Data yang diolah (2025)

Berdasarkan hasil uji multikolinearitas diperoleh nilai uji Tolerance untuk variable Kemudahan Penggunaan(X1) sebesar 0,581, Variable Keamanan(X2) sebesar 0,689 dan untuk variable Daya Tarik Promosi sebesar 0,568. Karena nilai Tolerance lebih besar dari 0,10 dan nilai VIF lebih kecil dari 10,00 maka dapat disimpulkan bahwa H0 diterima dan Ha ditolak yang berarti tidak terjadi Multikolinearitas.

c. Hasil Uji Autokorelasi

Uji Autokorelasi digunakan untuk mengetahui ada tidaknya penyimpangan korelasi yang terjadi antara residual dari satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Kriteria pengambilan kesimpulan:

- 1) Jika $DW < dL$ atau $DW > 4 - dL$, maka terdapat autokorelasi.
- 2) Jika $dU < DW < 4$, maka tidak terdapat autokorelasi.
- 3) Jika $dL < DW < dU$ atau $4 - dU < DW < 4 - dL$, Uji Durbin Waston tidak menghasilkan kesimpulan yang pasti

Hasil uji autokorelasi adalah sebagai berikut:

Tabel 5. Hasil Uji Auto Korelasi

Model Summary ^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1					
1	,626 ^a	,392	,373	1,60369	2,024

a. Predictors: (Constant), _X3, _X2, _X1

b. Dependent Variable: _Y

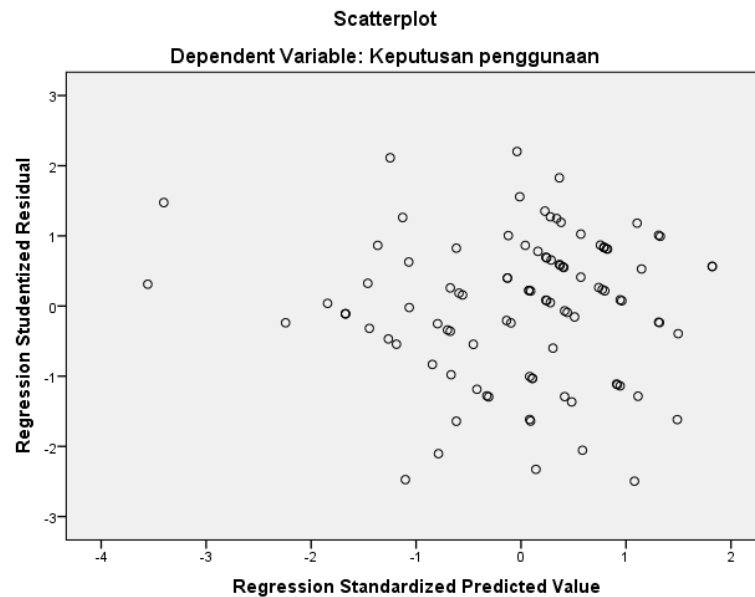
Sumber: Data yang diolah (2025)

Diketahui nilai Durbin upper (Du) adalah 1,7364 dan nilai 4-dU adalah 2,2636 Berdasarkan tabel diatas ditemukan bahwa nilai DW sebesar 2,024 yang berarti $Du (1,736) < DW (2,024) < 4-Du (2,2636)$.Maka dapat disimpulkan bahwa data variable kemudahan penggunaan,keamanan dan daya tarik promosi tidak terjadi outokorelasi.

d. Hasil Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas adalah analisis dalam model regresi yang digunakan untuk mengidentifikasi ketidaksamaan varians residual antara satu pengamatan dengan pengamatan lainnya. Dari grafik scatterplot, terlihat bahwa titik-titik data tersebar secara acak dan merata di atas serta di bawah angka 0 pada sumbu Y. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat masalah heteroskedastisitas.

Gambar 1. Hasil Uji Heteroskedastisitas



Sumber: Data yang diolah (2025)

Berdasarkan gambar diatas, terlihat bahwa plot yang terbentuk tidak menunjukkan pola yang jelas, dan titik-titik data tersebar secara acak di atas dan di bawah sumbu Y. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas.

Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Analisis linear berganda digunakan untuk mengukur seberapa kuat pengaruh variable kemudahan penggunaan, keamanan dan daya tarik promosi terhadap keputusan penggunaan e-wallet shopeepay dikota kalianda. Hasil uji regresi linear berganda menggunakan bantuan *software SPSS 24* dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

Tabel 6. Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardize d Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1,812	1,169		1,551	,124
	X1	,239	,070	,344	3,399	,001
	X2	,287	,134	,200	2,148	,034
	X3	,228	,100	,235	2,292	,024

a. Dependent Variable: Y

Sumber : Data yang diolah (2025)

Berdasarkan tabel diatas diketahui bahwa dari hasil analisis regresi linear berganda diketahui nilai regresi adalah sebagai berikut:

$$Y = 1.812 + 0,239X_1 + 0,287X_2 + 0,228X_3 + 0,05$$

Dari persamaan regresi linear berganda dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Konstanta sebesar 1.812 menyatakan bahwa jika variable kemudahan(X_1), keamanan(X_2) dan daya tarik promosi(X_3) sama dengan 0, maka keputusan penggunaan(Y) adalah sebesar 1.812
2. Koefisien variable kemudahan sebesar 0,239 berarti bahwa setiap terjadi peningkatan variable kemudahan (X_1) sebesar 1% maka variable keputusan penggunaan meningkat sebesar 0,239 (23,9%) atau sebaliknya jika terjadi penurunan variable kemudahan (X_1) sebesar 1% maka variable keputusan penggunaan menurun sebesar 0,239(23,9%), dengan asumsi variable lain tetap konstan.
3. Koefisien variable keamanan sebesar 0,287 berarti bahwa setiap terjadi peningkatan variable keamanan (X_2) sebesar 1% maka variable keputusan penggunaan meningkat sebesar 0,287(28,7%) atau sebaliknya jika terjadi penurunan variable keamanan (X_2) sebesar 1% maka variable keputusan penggunaan menurun sebesar 0,287(28,7%), dengan asumsi variable lain tetap konstan.
4. Koefisien variable daya tarik promosi sebesar 0,228 berarti bahwa setiap terjadi peningkatan variable daya tarik promosi(X_3) sebesar 1% maka variable keputusan penggunaan meningkat sebesar 0,228(22,8%) atau sebaliknya jika terjadi penurunan variable daya tarik promosi (X_3) sebesar 1% maka variable keputusan penggunaan menurun sebesar 0,228(22,8%), dengan asumsi variable lain tetap konstan.

Hasil Uji Korelasi Product Momen

Tabel 7. Hasil Uji Korelasi Product Momen

Correlations					
		Kemudahan	Keamanan	Daya tarik promosi	Keputusan penggunaan
Kemudahan	Pearson Correlation	1	,492**	,613**	,587**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000
	N	100	100	100	100
Keamanan	Pearson Correlation	,492**	1	,509**	,489**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000
	N	100	100	100	100
Daya tarik promosi	Pearson Correlation	,613**	,509**	1	,547**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000
	N	100	100	100	100
Keputusan penggunaan	Pearson Correlation	,587**	,489**	,547**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	
	N	100	100	100	100

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

Sumber :Data yang diolah (2025)

Berdasarkan tabel diatas hasil dari output SPSS terkait hasil uji korelasi produk momen berganda dapat dijelaskan sebagai berikut:

- Berdasarkan nilai *r* hitung (*pearson correlation*) diketahui nilai rhitung untuk hubungan Kemudahan (X1) dengan Keputusan penggunaan (Y) adalah sebesar 0,587 berdasarkan pedoman nilai koefisien korelasi berada pada rentang 0,400-0,599 yang berarti tingkat hubungan Kemudahan dengan keputusan penggunaan masuk ke dalam kategori (cukup). Sementara berdasarkan nilai Sig (2-Tailed) dari tabel output menunjukkan bahwa kemudahan (X1) dengan keputusan penggunaan (Y) adalah sebesar $0,000 < 0,05$ yang berarti terdapat hubungan yang signifikan antara variable kemudahan dengan keputusan penggunaan e-wallet ShopePay di Kota Kalianda.
- Berdasarkan nilai *r* hitung (*pearson correlation*) diketahui nilai rhitung untuk hubungan Keamanan (X2) dengan Keputusan penggunaan (Y) adalah sebesar 0,489 berdasarkan pedoman nilai koefisien korelasi berada pada rentang 0,400-0,599 yang berarti tingkat hubungan Keamanan dengan keputusan penggunaan masuk ke dalam kategori (cukup). Sementara berdasarkan nilai Sig (2-Tailed) dari tabel output menunjukkan bahwa keamanan(X2) dengan keputusan penggunaan (Y) adalah sebesar $0,000 < 0,05$ yang berarti terdapat hubungan yang signifikan antara variable keamanan dengan keputusan penggunaan e-wallet ShopePay di Kota Kalianda.
- Berdasarkan nilai *r* hitung (*pearson correlation*) diketahui nilai rhitung untuk hubungan Daya tarik promosi (X3) dengan Keputusan penggunaan (Y) adalah sebesar 0,547 berdasarkan pedoman nilai koefisien korelasi berada pada rentang 0,400-0,599 yang berarti tingkat hubungan daya tarik promosi dengan keputusan penggunaan masuk ke dalam kategori (cukup). Sementara berdasarkan nilai Sig (2-Tailed) dari tabel output menunjukkan bahwa daya tarik promosi (X3) dengan keputusan penggunaan (Y) adalah sebesar $0,000 < 0,05$ yang berarti terdapat hubungan yang signifikan antara variable daya tarik promosi dengan keputusan penggunaan e-wallet ShopePay di Kota Kalianda.

Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Hasil uji koefisien determinasi sebagai berikut:

Tabel 8. Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary ^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,654 ^a	,428	,410	1,650	1,522
a. Predictors: (Constant), Daya Tarik Promosi, Keamanan, Kemudahan					
b. Dependent Variable: Keputusan Penggunaan					

Sumber: Data yang diolah(2025)

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui koefisien determinasi (R^2) memperoleh nilai sebesar 0,428 atau (42,8%) maka dapat disimpulkan bahwa besarnya pengaruh variable kemudahan, keamanan, dan daya tarik promosi terhadap keputusan penggunaan ShopeePay Di Kalianda adalah sebesar 0,428(42,8%). Sedangkan sisanya 57,2% dipengaruhi oleh variable lainnya yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Uji Hipotesis

a. Uji T (Uji Parsial)

Uji t atau parsial adalah uji yang dilakukan untuk melihat signifikansi dari pengaruh variable independen (X) terhadap variable (Y) secara parsial. Dengan membandingkan nilai thitung dengan ttabel Jika nilai thitung > ttabel maka hipotesis diterima artinya variabel independen secara parsial berpengaruh terhadap variabel dependen Jika nilai thitung < ttabel maka hipotesis ditolak artinya variabel independen secara parsial tidak berpengaruh terhadap variabel dependen. Hasil dari pengujian hipotesis secara parsial adalah sebagai berikut:

Tabel 9 . Hasil Uji Parsial

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1,812	1,169		1,551	,124
	X1	,239	,070	,344	3,399	,001
	X2	,287	,134	,200	2,148	,034
	X3	,228	,100	,235	2,292	,024

a. Dependent Variable: Y

Sumber: Data yang diolah(2025)

Berdasarkan tabel diatas dapat disimpulkan bahwa:

1. Pengaruh kemudahan (X1) terhadap keputusan penggunaan (Y)

Berdasarkan output pada tabel diatas diketahui nilai sig. Untuk pengaruh Kemudahan (X1) terhadap keputusan penggunaan (Y) sebesar $0,001 < 0,05$ dan nilai $t_{hitung} 3,399 > t_{tabel} 1,660$. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_1 diterima, menunjukkan bahwa variable kemudahan memiliki pengaruh positif terhadap keputusan penggunaan *e-wallet* shopeepay di kota kalianda.

2. Pengaruh Keamanan(X2) terhadap keputusan penggunaan (Y)

Berdasarkan output pada tabel diatas diketahui nilai sig. Untuk pengaruh Keamanan (X2) terhadap keputusan penggunaan (Y) sebesar $0,034 < 0,05$ dan nilai $t_{hitung} 2,128 > t_{tabel} 1,660$. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_1 diterima, menunjukkan bahwa variable Keamanan memiliki pengaruh positif terhadap keputusan penggunaan *e-wallet* shopeepay di Kota Kalianda.

3. Pengaruh Daya Tarik Promosi (X) Terhadap Keputusan Penggunaan (Y)

Berdasarkan output pada tabel diatas diketahui nilai sig. Untuk pengaruh Daya Tarik Promosi (X3) terhadap keputusan penggunaan (Y) sebesar $0,024 < 0,05$ dan nilai $t_{hitung} 2,292 > t_{tabel} 1,660$. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_1 diterima, menunjukkan bahwa variable Daya Tarik Promosi memiliki pengaruh positif terhadap keputusan penggunaan *e-wallet* shopeepay di kota Kalianda.

b. Uji F (Uji Simultan)

Uji F bertujuan untuk menentukan apakah terdapat pengaruh variable bebas (X) secara bersama-sama terhadap variable terikat (Y). Kriteria untuk pengujian uji F (simultan) adalah sebagai berikut:

Jika nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$, maka hipotesis diterima, yang berarti variable independen secara bersama-sama berpengaruh terhadap variable dependen.

Jika nilai $F_{hitung} < F_{tabel}$, maka hipotesis ditolak, yang berarti variable independen secara bersama-sama tidak berpengaruh terhadap variable dependen.

Tabel 10. Hasil Uji Simultan (F)

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	195,617	3	65,206	23,957	,000 ^b
	Residual	261,293	96	2,722		
	Total	456,910	99			
a. Dependent Variable: Keputusan Penggunaan						
b. Predictors: (Constant), Daya Tarik Promosi, Keamanan, Kemudahan Penggunaan						

Sumber : Data yang diolah (2025)

Berdasarkan hasil Uji F (Simultan) diketahui bahwa F_{hitung} sebesar 23,957 dengan tingkat signifikansi untuk pengaruh X_1, X_2 dan X_3 secara simultan terhadap Y adalah sebesar $0,00 < 0,05$ serta derajat kebebasan $df_1 = 3$ dan $df_2 = 96$. Nilai F_{tabel} yang diperoleh adalah 2.700. Maka, dapat disimpulkan bahwa $f_{hitung} > f_{tabel}$. Dikuatkan dengan nilai signifikansi yang diperoleh yaitu $0,000 < 0,05$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa ketiga variable yaitu kemudahan (X_1) keamanan (X_2) Daya tarik promosi (X_3) memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap keputusan penggunaan (Y).

Pengaruh Kemudahan (X1) Terhadap Keputusan Penggunaan (Y)

Berdasarkan analisis dan hasil uji hipotesis (H_1) diketahui nilai sig. Untuk pengaruh Kemudahan (X_1) terhadap keputusan penggunaan (Y) sebesar $0,001 < 0,05$ dan nilai $t_{hitung} 3,399 > t_{tabel} 1,660$. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_1 diterima, menunjukkan bahwa variable kemudahan memiliki pengaruh positif terhadap keputusan penggunaan *e-wallet* shopeepay di kota kalianda. Temuan ini sejalan dengan model TAM, yang menyatakan

bahwa *perceived ease of use* merupakan determinan penting dalam penerimaan teknologi. Jadi dapat ditarik kesimpulan bahwa Kemudahan berpengaruh terhadap keputusan penggunaan *e-wallet* ShopeePay, semakin tinggi pengguna merasakan kemudahan maka semakin besar pula pengaruh positif terhadap keputusan penggunaan ShopeePay oleh konsumen

Pengaruh Keamanan (X2) Terhadap Keputusan Penggunaan (Y)

Berdasarkan analisis dan hasil uji hipotesis (H2) diketahui nilai sig. Untuk pengaruh Keamanan (X2) terhadap keputusan penggunaan (Y) sebesar $0,034 < 0,05$ dan nilai $t_{hitung} 2,128 > t_{tabel} 1,660$. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_1 diterima, menunjukkan bahwa variable Keamanan memiliki pengaruh positif terhadap keputusan penggunaan *e-wallet* shopeepay di Kota Kalianda. Jadi dapat ditarik kesimpulan bahwa Keamanan dari *e-wallet* ShopeePay berpengaruh terhadap keputusan penggunaan *e-wallet* ShopeePay, dengan meningkatnya keamanan pengguna akan merasa aman dalam proses transaksi online.

Pengaruh Daya Tarik Promosi (X3) Terhadap Keputusan Penggunaan (Y)

Berdasarkan hasil analisis dan hasil uji hipotesis (H3) diatas diketahui nilai sig. Untuk pengaruh Daya Tarik Promosi (X3) terhadap keputusan penggunaan (Y) sebesar $0,024 < 0,05$ dan nilai $t_{hitung} 2,292 > t_{tabel} 1,660$. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_1 diterima, menunjukkan bahwa variable Daya Tarik Promosi memiliki pengaruh positif terhadap keputusan penggunaan *e-wallet* shopeepay di kota Kalianda. Hasil ini mengindikasikan bahwa semakin tinggi daya tarik promosi yang ditawarkan, maka semakin besar kemungkinan konsumen memutuskan untuk menggunakan ShopeePay.

Pengaruh Kemudahan(X1), Keamanan(X2) dan Daya Tarik Promosi (X3) Terhadap keputusan Penggunaan (Y)

Berdasarkan hasil analisis dan Uji F (Simultan) atau (H_4) diketahui bahwa F_{hitung} sebesar 23,957 dengan tingkat signifikansi untuk pengaruh X_1, X_2 dan X_3 secara simultan terhadap Y adalah sebesar $0,00 < 0,05$ serta derajat kebebasan $df_1 = 3$ dan $df_2 = 96$. Nilai F_{tabel} yang diperoleh adalah 2.700. Maka, dapat disimpulkan bahwa $f_{hitung} > f_{tabel}$. Dikuatkan dengan nilai signifikansi yang diperoleh yaitu $0,000 < 0,05$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa ketiga variable yaitu kemudahan (X1) keamanan (X2) Daya tarik promosi (X3) memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap keputusan penggunaan(Y).

SIMPULAN

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh antara Kemudahan,Keamanan dan Daya tarik promosi terhadap keputusan penggunaan *e-wallet* ShopeePay di Kota Kalianda. Berdasarkan hasil analisis yang dilakukan pada taraf signifikansi 5% dan program SPSS 24, maka kesimpulan yang dikemukakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Hasil uji hipotesis pertama (H_1) untuk variable Kemudahan (X1) telah di peroleh nilai t_{hitung} sebesar 3,399 dan nilai sebesar $t_{tabel} 1,660$. Dan diperoleh

nilai sig 0,000 lebih kecil dari 0,050. Sehingga dapat disimpulkan bahwa H0 ditolak dan H1 diterima, menunjukkan bahwa kemudahan penggunaan memiliki pengaruh positif terhadap keputusan penggunaan *e-wallet* shopeepay di kota kalianda.

2. Hasil uji hipotesis kedua (H2) untuk variable Keamanan (X2) telah di peroleh nilai t hitung sebesar 2,128 dan nilai sebesar t tabel 1,660. Dan diperoleh nilai sig 0,000 lebih kecil dari 0,050. Sehingga dapat disimpulkan bahwa H0 ditolak dan H2 diterima, menunjukkan bahwa Keamanan memiliki pengaruh positif terhadap keputusan penggunaan *e-wallet* Shopeepay di kota Kalianda.
3. Hasil uji hipotesis ketiga (H3) untuk variable Daya tarik promosi (X3) telah di peroleh nilai t hitung sebesar 2,292 dan nilai sebesar t tabel 1,660. Dan diperoleh nilai sig 0,000 lebih kecil dari 0,050. Sehingga dapat disimpulkan bahwa H0 ditolak dan H3 diterima, menunjukkan bahwa Daya tarik promosi memiliki pengaruh positif terhadap keputusan penggunaan *e-wallet* Shopeepay di kota Kalianda.
4. Hasil uji hipotesis keempat (H4) untuk variable Kemudahan (X1) Keamanan (X2) Daya tarik promosi (X3) telah di peroleh nilai F hitung sebesar 23,957 lebih besar dari nilai F tabel 2.700 dan diperoleh nilai sig 0,000 lebih kecil dari 0,050. Sehingga dapat disimpulkan bahwa H0 ditolak dan H4 diterima, menunjukkan bahwa Kemudahan penggunaan, keamanan dan daya tarik promosi memiliki pengaruh positif terhadap keputusan penggunaan *e-wallet* Shopeepay di kota Kalianda.

Referensi:

- Ahyar, H., Maret, U. S., Andriani, H., Sukmana, D. J., & Mada, U. G. (2020). Buku *Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif* (Issue March). CV. Pustaka Ilmu.
- Akbar, R., Studi, P., Bisnis, M., Tinggi, S., & Ekonomi, I. (2023). *Pengaruh Kemudahan , Keamanan , Resiko Dan Promosi , terhadap Keputusan Penggunaan Shopee Paylater Di Solo Raya*. 1(3).
- Alifia, F. D., Kusuma, S. Y., & Prihatiningsih, P. (2024). PENGARUH PERSEPSI KEMUDAHAN PENGGUNAAN, KEPERCAYAAN, HARGA, DAN DAYA TARIK PROMOSI, TERHADAP INTENSI PENGGUNAAN E-WALLET SHOPEEPAY SEBAGAI SISTEM PEMBAYARAN DIGITAL PADA GENERASI Z DI KOTA SEMARANG. *Jurnal Valuasi: Jurnal Ilmiah Ilmu Manajemen dan Kewirausahaan*, 4(2), 499-523.
- Angelina, C., & Aswin Rahadi, R. (2020). *A conceptual study on the factors influencing usage Intention of E-wallets in Java*. *International Journal of Accounting, Finance and Business (IJAFB)*, 5(27), 19-29.
- Azkiya, S. R. (2023). Analisis Penerimaan Aplikasi Ikasel Menggunakan Teori *Technology Acceptance Model* (TAM). *UNILIB: Jurnal Perpustakaan*.
- Bank Indonesia. (2016). Peraturan Bank Indonesia Nomor 18/40/PBI/2016 tentang Penyelenggaraan Pemrosesan Transaksi Pembayaran.
- Ciswati, S., & Septayuda, I. (2023). Analisis Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Laptop. *Jurnal Menara*

- Ekonomi : Penelitian Dan Kajian Ilmiah Bidang Ekonomi*, 9(2), 61-71.
<https://doi.org/10.31869/me.v9i2.4215>
- Faizani, SN, & Indriyanti, AD (2021). Analisis Pengaruh Kesiapan Teknologi terhadap Persepsi Kegunaan dan Persepsi Kemudahan Penggunaan terhadap *Behavioral Intention dari Quick Response Indonesian Standard (QRIS)* untuk Pembayaran Digital (Studi Kasus: Pengguna Aplikasi e-Wallet Go-Pay, DANA, OV. *Journal of Emerging Information Systems and Business Intelligence*, 2 (2), 85-93.
<https://doi.org/10.26740/jeisbi.v2i2.39738>
- Fariska Desma Alifia¹, Septian Yudha Kusuma², P. (2024). Pengaruh persepsi kemudahan penggunaan, kepercayaan, harga, dan daya tarik promosi, terhadap intensi penggunaan e-wallet shopeepay sebagai sistem pembayaran digital pada generasi z di kota semarang. 4, 499-523.
- Fauzi, F., & Muzayanah, F. N. (2024). Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Kepercayaan dan Daya Tarik Promosi terhadap Keputusan Penggunaan E-Wallet Shopeepay di Karawang. *Communnity Development Journal*, 5(3), 4893-4900.
<https://journal.universitaspahlawan.ac.id/index.php/cdj/article/view/27618>
- Gouwtama, T., & Tambunan, D. B. (2021). Factors That Influence Reseller Purchasing Decisions. *KnE Social Sciences*, 2021, 239-245.
<https://doi.org/10.18502/kss.v5i5.8812>
- Ghozali, Imam. 2009. "*Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*". Semarang : UNDIP.
- GoodStats, 20 April 2023, E-wallet Jadi Metode Pembayaran Terpopuler Di Indonesia, <https://goodstats.id/article/e-wallet-jadi-metode-pembayaran-terpopuler-di-indonesia-2022-ini-potensinya-pada-2025-mendatang-Fonnm>. 11 Desember 2024 Pukul 08.00
- Hafifuddin, H., & Wahyudi, R. (2022). Analisis Persepsi Jamaah Masjid di Kecamatan Gondokusuman Terhadap Keputusan Penggunaan QRIS. *Dinamis: Journal of Islamic Management and Bussiness*, 5(2), 114-127.
- Hair, J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2020). *A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM)* (3rd ed.). SAGE Publications.
<https://www.shopeepay.co.id/>
- Ilmiyah, K., & Krishernawan, I. (2020). PENGARUH ULASAN PRODUK, KEMUDAHAN, KEPERCAYAAN, DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA MARKETPLACE SHOPEE DI MOJOKERTO. *Pembuat: Jurnal Manajemen*, 6 (1), 31-42. <https://doi.org/10.37403/mjm.v6i1.143>
- Irawanti, G. (2024). PENGARUH BRAND IMAGE, BRAND EXPERIENCE DAN INFLUENCER MARKETING TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN MELALUI MINAT BELI SEBAGAI VARIABEL INTERVENING PADA PRODUK KECANTIKAN. *Profit: Jurnal Penerapan Ilmu Manajemen d*, 9(2), 182-192.*an Kewirausahaan*
- Irwansyah, et al. (2021). Perilaku Konsumen. In *Paper Knowledge . Toward a Media History of Documents*.
- Joan, L., & Sitinjak, T. (2019). PENGARUH PERSEPSI KEBERMANFAATAN DAN PERSEPSI KEMUDAHAN PENGGUNAAN TERHADAP MINAT PENGGUNAAN LAYANAN PEMBAYARAN DIGITAL GO-PAY. 8(021), 27-39.

- Kotler, P., & Amstrong, G. 2006. *Prinsip- Prinsip Pemasaran* Edisi kedua belas Jilid 1. (A. Maulana, D. Barnadi, & W. Hardani, Eds.) (2006th ed.). ERLANGGA
- Marsela, A. D., Nathanael, J., & Marchelyta, N. (2022). Penggunaan e-wallet sebagai kemajuan teknologi digital dalam menentukan preferensi masyarakat di Surabaya. In *Prosiding Seminar Nasional Ilmu Ilmu Sosial (SNIIS)* (Vol. 1, pp. 784-790).
- Ma'ruf, A. (2016). *Minat Penggunaan Produk E-Money di Kalangan Mahasiswa Yogyakarta (Analisis Faktor Pengaruh Berdasarkan Perspektif TAM dan TPB)* (Doctoral dissertation, UIN SUNAN KALIJAGA).
- Nur Amanda Putri, A., & Bernarto, I. (2023). The Influence of Price Fairness, Promotion, and Perceived Ease of Use on the Repurchase Intention. *MEC-J (Management and Economics Journal)*, 7(1), 77-90. <https://doi.org/10.18860/mec-j.v7i1.19585>
- Pebrianti, P., & Novita, U. (2024). Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Keamanan, Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online pada Aplikasi Shopee di Kota Pekanbaru. *Al-Manar Journal of Accountan Business Studies*, 1(1), 32-45.
- Pratiwi, M. T., Indriani, F., & Sugiarto, J. (2017), Analisis Pengaruh Technology Readiness terhadap Minat Menggunakan T-Cash di Kota Semarang, *Jurnal Bisnis Strategi*, Vol. 26, No. 1, hlm. 76-88.
- Prena, G. Das, Nasional, U. P., Hidup, G., & Dan, P. K. (2023). *Pengaruh Kemudahan Penggunaan , Gaya Hidup , Persepsi Keamanan Dan Kepercayaan Terhadap Minat Menggunakan Shopeepay*. 22(2018), 142-155.
- Putri, C. S. P., Handayani, J., & Agustinus, T. M. (2021). Pengaruh Daya Tarik Promosi, Kemudahan Penggunaan, Dan Keamanan Terhadap Minat Penggunaan E-Money Pada Mahasiswa Politeknik Negeri Semarang. *Keunis*, 9(2), 173-183.
- Rahmawati & Yuliana. (2020). *Pengaruh persepsi manfaat, persepsi kemudahan, dan persepsi keamanan terhadap keputusan penggunaan e-wallet pada mahasiswa stie bank BPD Jateng*. 2(2), 157-168.
- Riduwan, E. A. K., & Kuncoro, A. (2012). *Cara menggunakan dan memaknai path analysis (analisis jalur)*. Alfabeta
- Robaniyah, L., & Kurnianingsih, H. (2021). Pengaruh persepsi manfaat, kemudahan penggunaan dan keamanan terhadap minat menggunakan aplikasi ovo. *IMAGE: Jurnal Riset Manajemen*, 10(1), 53-62.
- Sahat, D., Manalu, T., Pertanian Bogor, I., Nabila, A., Institut, A., Bogor, P., Nurul, A., Pertanian, I., Fitriyani, B., Khairunnisa, B., Institut, S., & Shafwa, M. (2024). ANALISIS PERILAKU KONSUMEN DALAM PENGAMBILAN KEPUTUSAN PEMBELIAN KOPI di KOPI VOKASI. *Jurnal Sains Student Research*, 2(3), 248-257. <https://doi.org/10.61722/jssr.v2i3.1344>
- Sahir, S. H. (2022). *Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: Penerbit KBM Indonesia.
- Silaen, E., & Prabawani, B. (2019). Pengaruh persepsi kemudahan menggunakan e-wallet dan persepsi manfaat serta promosi terhadap minat beli ulang saldo e-wallet Ovo. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 8(4), 155-163.

- Sholihah, R., & Dwi, A. (2022). Analisis Kepuasan Pengguna Aplikasi Camscanner Menggunakan Metode *Technology Acceptance Model (TAM)* dan *End-User Computing Satisfaction (EUCS)*.
- Sivakumar, S. (2021). *Application of Howard Sheth Model of Consumer Decision Making for the Purchase of a Television*. *SSRN Electronic Journal*, 1-19. <https://doi.org/10.2139/ssrn.3899873>
- Sugiyono. (2017). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono, (2019), *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R & D*. Bandung: Alfabeta.
- Susanti, V. R., & Febriyantor, M. T. (2021). Pengaruh persepsi kemudahan, persepsi keamanan dan daya tarik promosi terhadap keputusan penggunaan e-money pada era cashless society. *Fortunate Business Review*, 1(2), 1-8.
- Tanjaya, S. C., Mananeke, L. L., & Tawas, H. N. (2019). Pengaruh Kualitas Informasi, Kepercayaan Dan Kemudahan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Produk Vape Di Instagram. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 7(4)
- U Usmani. (2020). PENGUJIAN PERSYARATAN ANALISIS (Uji Homogenitas Dan Uji Normalitas. 7(1), 50-62.
- Wicaksana, I., Febrinata, A., Trihasta, D., & Fajaryanti, J. (2008). VoIP and Conventional PABX together based on Open Source Asterisk. *WOSOC 2008-Workshop on Open Source and Open Content, December*, 1-3.