

PENGARUH KEMUDAHAN PENGGUNAAN DAN KEAMANAN TERHADAP MINAT MENGGUNAKAN PEMBAYARAN DIGITAL

Siti Amaliyah¹, Hwihanus²

Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya

1222400112@surel.untag-sby.ac.id, hwihanus@untag-sby.ac.id

Abstract

This study aims to evaluate how ease of use and security influence user attitudes and trust in digital payment systems, considering social influence and accessibility as intervening variables. The background of this study is the increasing use of digital payment systems in Indonesia and the inconsistent results of previous studies regarding factors that can influence technology adoption. This study uses a quantitative approach with an explanatory design to explore this topic. The sample consisted of 75 respondents who are digital payment users, selected through a purposive sampling method. For analysis, PLS-SEM path analysis was used to examine the direct and indirect effects between variables. The results show that ease of use has a significant effect on trust, but not on attitude. Meanwhile, security shows a significant effect on attitude, but not on trust. Social influence and service availability are not proven to have a significant impact on attitude. Furthermore, attitude also does not show a significant effect on social influence. It was also found that mediation through availability and attitude does not have a significant impact. These findings suggest that the behavior of digital payment system users is currently more influenced by direct experience and tangible benefits, compared to psychological and social factors that have been discussed in previous studies. This research contributes theoretically by validating the changes in digital user behavior that are increasingly independent and makes a practical contribution by providing input for digital service developers to focus more on the functionality aspect

Keywords: Accessibility, Digital Payment, Security, Social Influence, User Trust

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengevaluasi bagaimana kemudahan penggunaan dan keamanan memengaruhi sikap serta kepercayaan pengguna dalam sistem pembayaran digital, dengan mempertimbangkan pengaruh sosial dan aksesibilitas sebagai variabel yang mengintervensi. Latar belakang penelitian ini adalah meningkatnya penggunaan sistem pembayaran digital di Indonesia dan tidak konsistennya hasil dari penelitian sebelumnya mengenai faktor-faktor yang dapat memengaruhi adopsi teknologi. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan desain eksplanatori untuk mendalami topik tersebut. Sampel terdiri dari 75 responden yang merupakan pengguna pembayaran digital, yang dipilih melalui metode purposive sampling. Untuk analisis, digunakan analisis jalur PLS-SEM untuk memeriksa pengaruh antara variabel secara langsung maupun tidak langsung. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kemudahan penggunaan memiliki pengaruh signifikan terhadap kepercayaan, tetapi tidak terhadap sikap. Sementara itu, keamanan menunjukkan pengaruh signifikan terhadap sikap, namun tidak berpengaruh signifikan pada kepercayaan. Pengaruh sosial dan

Article history

Received: Desember 2025

Reviewed: Desember 2025

Published: Desember 2025

Plagiarism checker no 80

Doi : prefix doi :

[10.8734/musytari.v1i2.365](https://doi.org/10.8734/musytari.v1i2.365)

Copyright : author

Publish by : musytari



This work is licensed under a [creative commons attribution-noncommercial 4.0 international license](https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/)

ketersediaan layanan tidak terbukti memberikan dampak signifikan terhadap sikap. Selain itu, sikap juga tidak menunjukkan pengaruh signifikan terhadap pengaruh sosial. Juga ditemukan bahwa mediasi melalui ketersediaan dan sikap tidak memberikan dampak yang signifikan. Temuan ini menunjukkan bahwa perilaku pengguna sistem pembayaran digital saat ini lebih dipengaruhi oleh pengalaman langsung dan manfaat nyata, dibandingkan dengan faktor psikologis dan sosial yang telah dibahas dalam penelitian sebelumnya. Penelitian ini berkontribusi secara teoretis dengan memvalidasi perubahan perilaku pengguna digital yang semakin mandiri dan memberi kontribusi praktis dengan menyediakan masukan bagi pengembang layanan digital agar lebih fokus pada aspek fungsionalitas.

Kata Kunci: Aksesibilitas, Pembayaran Digital, Keamanan, Pengaruh Sosial, Kepercayaan Pengguna

1. Pendahuluan

Perkembangan teknologi keuangan telah membawa perubahan yang signifikan dalam cara masyarakat melakukan transaksi. Dalam hal ini, metode pembayaran digital seperti e-wallet dan QRIS menjadi pilihan utama karena menawarkan kemudahan, kecepatan, serta efisiensi lebih baik dibandingkan dengan uang tunai. Hal ini menunjukkan bahwa penggunaan pembayaran digital telah menjadi bagian penting dari kegiatan ekonomi modern di Indonesia.

Model Penerimaan Teknologi menekankan bahwa kemudahan penggunaan adalah faktor utama yang memengaruhi penerimaan terhadap teknologi. Namun, penelitian terbaru menunjukkan bahwa bagi pengguna yang sudah terbiasa dengan teknologi digital, kemudahan penggunaan tidak selalu menjadi faktor terpenting.

Keamanan juga merupakan faktor yang sangat penting saat mengadopsi metode pembayaran digital. Tingkat kepercayaan pengguna sering kali terkait dengan keamanan data dan transaksi. Namun, bagi pengguna yang sudah berpengalaman, aspek keamanan sering dianggap sebagai fitur standar dan tidak lagi menjadi faktor pembeda utama.

Faktor lain yang sering dibahas dalam teori UTAUT adalah pengaruh sosial dan ketersediaan layanan. Meskipun begitu, beberapa studi menunjukkan bahwa pengaruh sosial dan ketersediaan layanan tidak selalu berdampak signifikan terhadap sikap dan minat pengguna, terutama bagi mereka yang mandiri dalam mengambil keputusan digital. Dengan adanya ketidakkonsistenan dalam temuan sebelumnya, penelitian ini sangat diperlukan untuk meninjau kembali faktor-faktor yang memengaruhi sikap, kepercayaan, dan minat menggunakan pembayaran digital dalam konteks pengguna di Indonesia saat ini.

2. Tinjauan Pustaka

Grand Theory

Teori besar dalam penelitian ini berfokus pada Model Penerimaan Teknologi (TAM) yang dikembangkan oleh Davis pada tahun 1989, serta Teori Unified tentang Penerimaan dan Penggunaan Teknologi (UTAUT) yang diperkenalkan oleh Venkatesh dan rekan-rekannya pada tahun 2003. Kedua teori ini memberikan penjelasan mengenai aspek-aspek yang mempengaruhi penerimaan teknologi, seperti seberapa mudah teknologi dapat digunakan, persepsi tentang keamanannya, pengaruh dari orang lain, dan sikap pengguna terhadap teknologi tersebut. TAM menyoroti pentingnya kemudahan penggunaan dalam membentuk pandangan pengguna, sementara UTAUT menjelaskan bagaimana pengaruh sosial dapat menentukan minat dan penggunaan teknologi.

Middle Theory

Teori tengah yang digunakan meliputi beberapa teori pendukung, termasuk *Trust Theory*, *Social Influence Theory*, dan *Availability Theory*. *Trust Theory* menekankan bahwa kepercayaan merupakan aspek penting dalam penerimaan teknologi digital. *Social Influence Theory* menunjukkan bahwa perilaku seseorang bisa dipengaruhi oleh lingkungan sosial, sedangkan *Availability Theory* menekankan pentingnya ketersediaan layanan untuk menentukan kenyamanan serta keputusan dalam menggunakan teknologi.

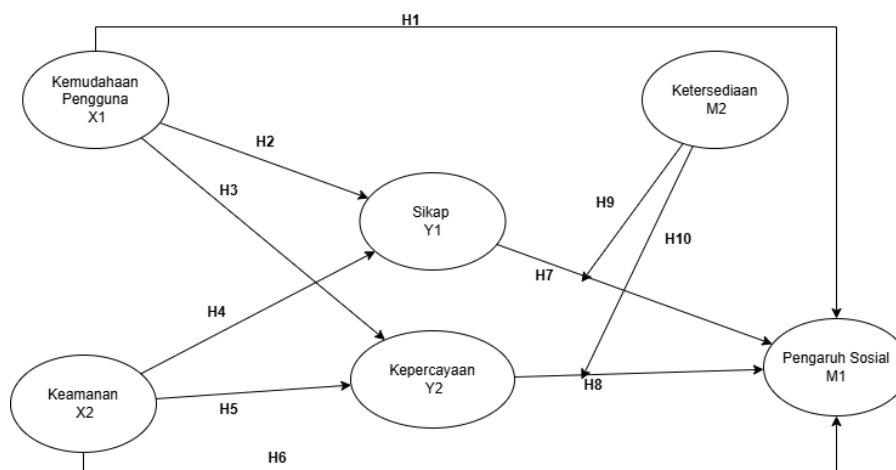
Applied Theory

Teori terapan dalam studi ini mengaitkan teori-teori tersebut dengan situasi nyata penggunaan pembayaran digital di Indonesia. Teori terapan berfungsi untuk menggambarkan bagaimana kemudahan penggunaan (X1), keamanan (X2), pengaruh sosial (M1), ketersediaan (M2), sikap (Y1), dan kepercayaan (Y2) saling berinteraksi serta memengaruhi perilaku pengguna pembayaran digital. Teori ini menjelaskan hubungan baik secara langsung maupun tidak langsung antara variabel yang diimplementasikan dalam penelitian.

Penelitian Terdahulu

Studi sebelumnya yang menjadi referensi dalam penelitian ini mencakup karya Davis (1989), Venkatesh et al. (2003), Pavlou (2003), Zhou (2011), Gefen (2000), Kim et al. (2010), Thakur (2013), Oliveira et al. (2016), Lin (2011), Chandra (2019), dan Alalwan (2020). Karya-karya ini dijadikan landasan untuk merumuskan hipotesis dalam penelitian ini. Beberapa studi menunjukkan keselarasan dengan temuan penelitian ini, seperti Zhou (2011) dan Gefen (2000), yang mengonfirmasi adanya pengaruh signifikan dari keamanan terhadap sikap serta kepercayaan terhadap pengaruh sosial. Di sisi lain, penelitian oleh Davis (1989) dan Pavlou (2003) menunjukkan hasil yang berbeda, terutama karena adanya perubahan dalam perilaku pengguna teknologi yang semakin mandiri.

Hipotesa :



Variabel	Notasi	Indikator
Kemudahan Penggunaan (X1)	X1.1	Kemudahan mengakses aplikasi pembayaran digital
	X1.2	Kemudahan melakukan transaksi dengan pembayaran digital
	X1.3	Kemudahan menggunakan pembayaran digital di berbagai tempat
Keamanan (X2)	X2.1	Keamanan data pribadi saat menggunakan pembayaran digital

	X2.2	Keamanan transaksi keuangan saat menggunakan pembayaran digital
	X2.3	Keamanan proses verifikasi identitas saat menggunakan pembayaran digital
Sikap (Y1)	Y1.1	Kenyamanan menggunakan pembayaran digital
	Y1.2	Kegunaan pembayaran digital
	Y1.3	Kemudahan menggunakan pembayaran digital
Kepercayaan (Y2)	Y2.1	Kepercayaan pada pembayaran digital
	Y2.2	Kemampuan pembayaran digital menjaga data pribadi
	Y2.3	Kemampuan pembayaran digital melakukan transaksi dengan benar
Pengaruh Sosial (M1)	M1.1	Pengaruh rekomendasi teman
	M1.2	Pengaruh rekomendasi keluarga
	M1.3	Pengaruh sosial media
Ketersediaan (M2)	M2.1	Ketersediaan pembayaran digital di berbagai tempat
	M2.2	Ketersediaan pembayaran digital untuk berbagai jenis transaksi
	M2.3	Ketersediaan pembayaran digital dengan cepat

H1 : Kemudahan penggunaan (X1) berpengaruh positif terhadap pengaruh sosial pengguna dalam menggunakan pembayaran digital (M1).

H2 : Kemudahan penggunaan (X1) berpengaruh positif terhadap ketersediaan penggunaan pembayaran digital (M2).

H3 : Keamanan (X2) berpengaruh positif terhadap pengaruh sosial (M1) dalam penggunaan pembayaran digital.

H4 : Keamanan (X2) berpengaruh positif terhadap ketersediaan pembayaran digital (M2).

H5 : Pengaruh sosial (M1) berpengaruh positif terhadap sikap pengguna dalam menggunakan pembayaran digital (Y1).

H6 : Ketersediaan pembayaran digital (M2) berpengaruh positif terhadap sikap pengguna dalam menggunakan pembayaran digital (Y1).

H7 : Sikap pengguna (Y1) berpengaruh positif terhadap kepercayaan pengguna terhadap pembayaran digital (Y2).

H8 : Pengaruh sosial (M1) memediasi hubungan antara kemudahan penggunaan (X1) dan sikap pengguna (Y1).

H9 : Ketersediaan (M2) memediasi hubungan antara keamanan (X2) dan sikap pengguna (Y1).

H10 : Kemudahan penggunaan (X1) dan keamanan (X2) secara simultan berpengaruh terhadap kepercayaan (Y2) melalui sikap pengguna (Y1).

3. Metodologi Penelitian

Jenis Penelitian

Penelitian ini mengaplikasikan metode kuantitatif yang mengusung pendekatan penelitian explanatory. Pendekatan ini dipilih karena tujuan dari studi ini adalah untuk menjelaskan

hubungan sebab-akibat antara variabel Kemudahan Penggunaan (X1), Keamanan (X2), Pengaruh Sosial (M1), Ketersediaan (M2), Sikap (Y1), serta Kepercayaan (Y2).

Sumber Data

Data didapatkan dengan menyebarkan kuesioner yang menggunakan skala Likert 1 hingga 5 kepada responden yang menggunakan pembayaran digital (*e-wallet/QRIS*).

Indikator yang diterapkan sesuai dengan dokumen penelitian:

- a. X1. 1-X1. 3
- b. X2. 1-X2. 3
- c. M1. 1-M1. 3
- d. M2. 1-M2. 3
- e. Y1. 1-Y1. 3
- f. Y2. 1-Y2. 3

Data Sekunder

A. Populasi

Subjek penelitian mencakup semua pengguna layanan pembayaran digital di Indonesia, sesuai dengan data yang ada.

B. Sampel

Total sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah 75 responden, sesuai dengan data yang di miliki.

C. Penentuan Jumlah Sampel (Rumus Slovin - Tingkat Kesalahan 5%)

Rumus Slovin: $n = N / 1 + Ne^2$

Dengan jumlah responden sebanyak 75, perkiraan populasi sekitar 94 pengguna. Angka 75 responden sudah memenuhi syarat untuk analisis PLS-SEM, sehingga dapat dianggap valid untuk digunakan.

D. Teknik Pengambilan Sampel

Metode sampling yang diterapkan adalah purposive sampling, dengan kriteria sebagai berikut:

- 1) Usia ≥ 17 tahun
- 2) Telah menggunakan pembayaran digital sebelumnya
- 3) Aktif menggunakan layanan digital dalam tiga bulan terakhir

E. Teknik Pengumpulan Data

Data dikumpulkan dengan metode:

- 1) Kuesioner Online (Google Form) : Menggunakan skala Likert 1-5.
- 2) Dokumentasi dan Studi Literatur : Untuk memperkuat teori dan menggabungkan penelitian terdahulu.

F. Teknik Analisis Data

Pengolahan data dalam Penelitian ini menggunakan Partial Least Squares - Structural Equation Modeling (PLS-SEM). Metode PLS-SEM dipilih karena sesuai dengan sifat penelitian yang melibatkan berbagai variabel laten, indikator reflektif, serta hubungan mediasi dan moderasi, dengan jumlah responden sebanyak 75 yang memenuhi kriteria minimum untuk PLS.

Langkah-langkah dalam teknik analisis data adalah sebagai berikut :

- 1) Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen
- 2) Analisis Outer Model
- 3) Analisis Inner Model
- 4) Uji Bootstrapping

5) Analisis Mediasi dan Moderasi

4. Hasil dan Pembahasan

Hasil penelitian mengungkapkan bahwa keamanan tidak memiliki pengaruh yang berarti terhadap kepercayaan pengguna. Hasil ini menunjukkan bahwa para pengguna layanan pembayaran digital saat ini melihat keamanan sebagai fitur umum yang harus ada dalam setiap sistem pembayaran digital, sehingga keberadaannya tidak lagi berperan sebagai faktor utama dalam membangun kepercayaan (Kim et al. , 2010; Oliveira et al. , 2016). Ini mencerminkan perubahan perilaku pengguna, di mana kepercayaan kini tidak sepenuhnya ditentukan oleh persepsi keamanan yang dijelaskan dalam teori kepercayaan klasik (Gefen, 2000).

Namun, keamanan terbukti berdampak signifikan terhadap sikap dan pengaruh sosial. Ketika pengguna merasa aman saat melakukan transaksi digital, mereka cenderung memiliki sikap positif terhadap layanan dan lebih mau merekomendasikannya kepada orang lain. Temuan ini sejalan dengan penelitian Zhou (2011) yang menyatakan bahwa persepsi keamanan berperan penting dalam membentuk penilaian awal pengguna terhadap layanan digital, serta mendukung pandangan UTAUT bahwa faktor keyakinan dapat memengaruhi perilaku sosial pengguna (Venkatesh et al. , 2003).

Di sisi lain, kemudahan penggunaan ternyata berpengaruh signifikan terhadap kepercayaan. Aplikasi pembayaran digital yang mudah dioperasikan memberikan keyakinan kepada pengguna bahwa sistem tersebut dapat diandalkan dan berfungsi dengan baik. Temuan ini sesuai dengan Technology Acceptance Model (TAM) yang menyatakan bahwa kemudahan penggunaan memperkuat keyakinan dan penerimaan pengguna terhadap teknologi (Davis, 1989; Pavlou, 2003).

Walau demikian, kemudahan penggunaan tidak menunjukkan pengaruh nyata terhadap sikap pengguna, bahkan tampak memiliki dampak negatif pada pengaruh sosial. Ini menunjukkan bahwa semakin simpel sebuah aplikasi digunakan, semakin rendah ketergantungan pengguna pada rekomendasi atau dorongan dari lingkungan sosial. Temuan ini mendukung penelitian Thakur (2013) yang mengemukakan bahwa pengguna teknologi yang lebih berpengalaman cenderung lebih mandiri dan rasional dalam membuat keputusan, tanpa mengandalkan pengaruh sosial.

Selanjutnya, kepercayaan terbukti memberikan dampak signifikan terhadap pengaruh sosial. Pengguna yang memiliki kepercayaan tinggi terhadap suatu layanan biasanya lebih aktif berbagi pengalaman positif dan merekomendasikan layanan tersebut kepada orang lain. Temuan ini konsisten dengan Teori Kepercayaan yang menyatakan bahwa kepercayaan mendorong perilaku berbagi informasi dan rekomendasi dalam konteks digital (Gefen, 2000; Oliveira et al. , 2016).

Sementara itu, aksesibilitas atau ketersediaan layanan tidak menunjukkan pengaruh signifikan terhadap pengaruh sosial dan tidak mampu memoderasi hubungan antara kepercayaan dan sikap terhadap pengaruh sosial. Hal ini terjadi karena adopsi pembayaran digital yang luas di Indonesia, sehingga ketersediaan layanan tidak lagi dianggap sebagai faktor utama dalam keputusan pengguna. Temuan ini melengkapi penelitian Oliveira et al. (2016) yang menyatakan bahwa saat suatu teknologi telah diadopsi secara luas, faktor ketersediaan kehilangan relevansinya sebagai penentu utama.

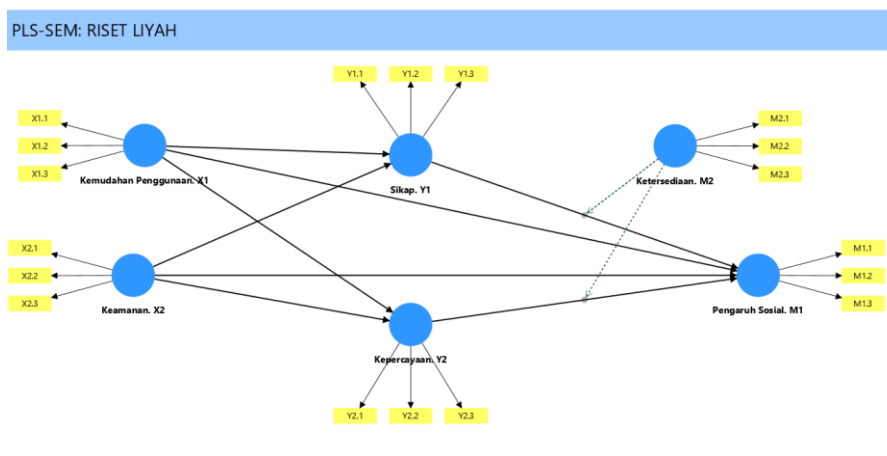
Di sisi lain, sikap pengguna tidak memberikan pengaruh signifikan terhadap pengaruh sosial, menandakan bahwa meskipun pengguna memiliki sikap positif terhadap pembayaran digital, hal itu tidak langsung mendorong mereka untuk memengaruhi orang lain. Kondisi ini mencerminkan ciri pengguna digital kini yang lebih berfokus pada manfaat langsung daripada keterlibatan sosial, seperti yang juga ditemukan dalam penelitian Pavlou (2003) dan Kim et al. (2010).

Secara keseluruhan, hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa cara pengguna berinteraksi dengan pembayaran digital di Indonesia lebih dipengaruhi oleh pengalaman langsung dan tingkat kepercayaan yang berasal dari kemudahan pemakaian, ketimbang oleh faktor psikologis seperti sikap atau faktor sosial seperti pengaruh dari orang lain. Aspek keamanan masih memiliki peranan penting dalam membentuk sikap pengguna, namun bukan lagi faktor utama dalam menciptakan kepercayaan. Hasil ini menunjukkan adanya perubahan pada karakteristik pengguna digital yang menjadi lebih mandiri, logis, dan fokus pada fungsi, sehingga cara mereka mengadopsi teknologi tidak selalu mengikuti model klasik TAM, UTAUT, Teori Kepercayaan, atau Teori Pengaruh Sosial seperti yang dijelaskan dalam penelitian sebelumnya (Davis, 1989; Venkatesh et al. , 2003; Gefen, 2000).

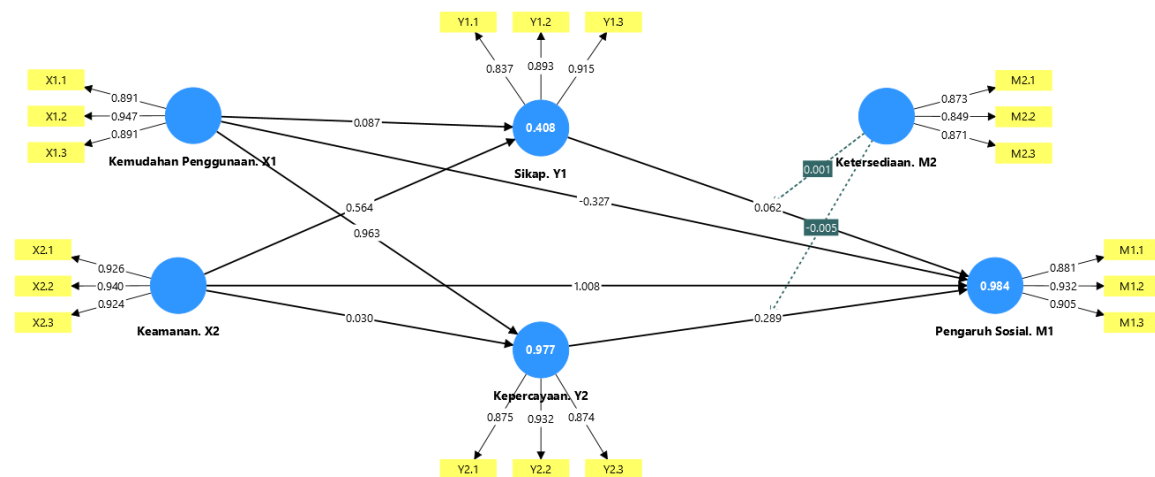
Hasil Uji Statistik :



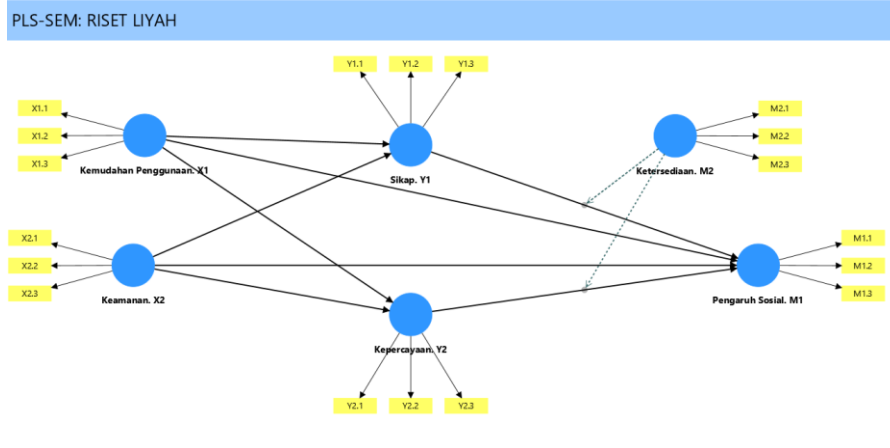
Hasil Kalkulasi 1



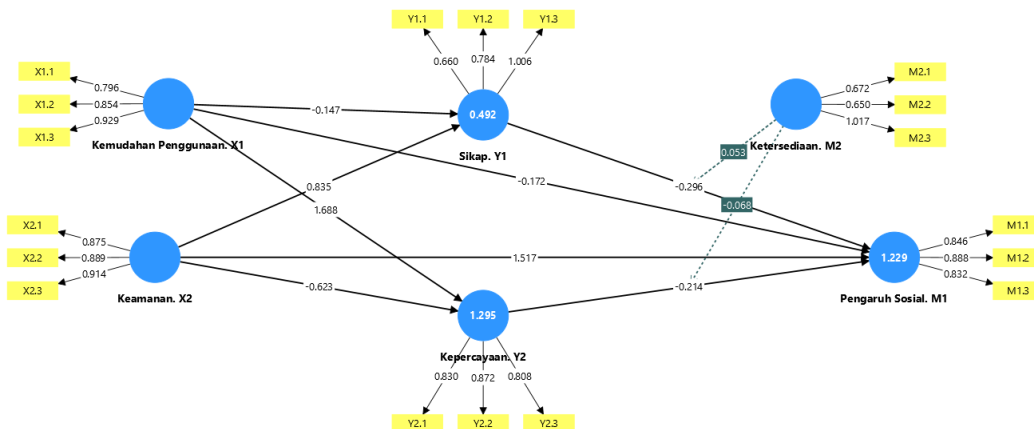
Graphic



Hasil Kalkulasi 2

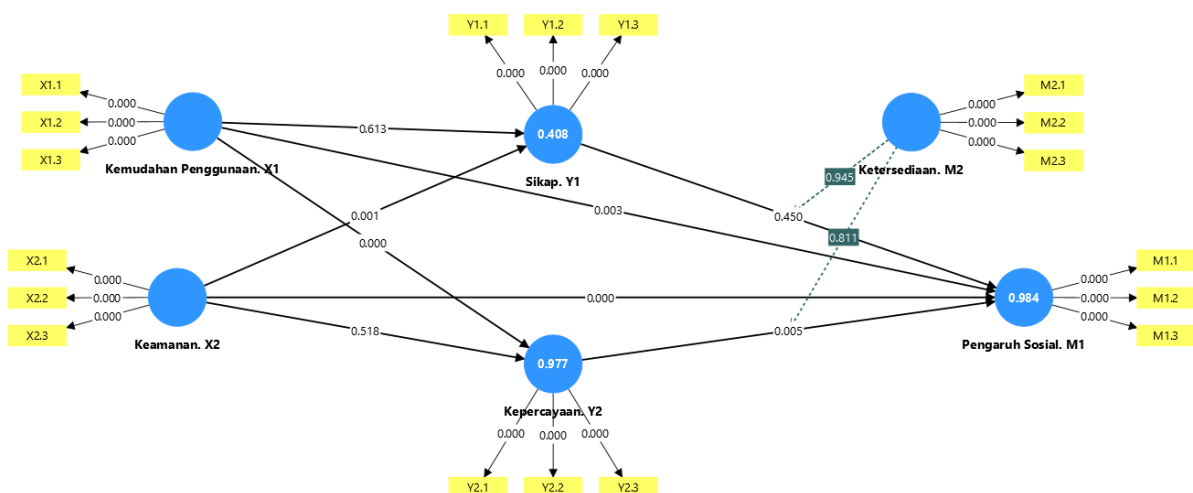


Graphic



➤ Bootstrapping

Graphic



Hasil Pengujian Hipotesa :**❖ Pengujian Langsung**

Hi	Hubungan Antar Variabel	Original Sample (O)	Sample Mean (M)	Standard Deviation (STDEV)	T Statistic (O/STDEV)	P-value	Significant
H1	Keamanan (X2) → Kepercayaan (Y2)	0.030	0.038	0.046	0.647	0.518	Not Significant
H2	Keamanan (X2) → Pengaruh Sosial (M1)	1.008	1.004	0.042	24.016	0.000	Significant
H3	Keamanan (X2) → Sikap (Y1)	0.564	0.580	0.168	3.355	0.001	Significant
H4	Kemudahan Penggunaan (X1) → Kepercayaan (Y2)	0.963	0.956	0.041	23.596	0.000	Significant
H5	Kemudahan Penggunaan (X1) → Pengaruh Sosial (M1)	-0.327	-0.311	0.110	2.963	0.003	Significant
H6	Kemudahan Penggunaan (X1) → Sikap (Y1)	0.087	0.075	0.173	0.506	0.613	Not Significant
H7	Kepercayaan (Y2) → Pengaruh Sosial (M1)	0.289	0.276	0.102	2.834	0.005	Significant
H8	Ketersediaan (M2) → Pengaruh Sosial (M1)	-0.028	-0.022	0.094	0.299	0.765	Not Significant
H9	Interaksi M2 × Y2 → Pengaruh Sosial (Moderasi)	-0.005	-0.011	0.020	0.239	0.811	Not Significant
H10	Interaksi M2 × Y1 → Pengaruh Sosial (Moderasi)	0.001	0.007	0.021	0.069	0.945	Not Significant
H11	Sikap (Y1) → Pengaruh Sosial (M1)	0.062	0.057	0.082	0.756	0.450	Not Significant

Pembahasan Hasil**H1. Keamanan (X2) → Kepercayaan (Y2)**

Berdasarkan hasil pengujian, variabel Keamanan (X2) memberikan pengaruh positif sebesar 0.030 terhadap Kepercayaan (Y2), namun tidak signifikan, ditunjukkan oleh nilai t-hitung 0.647 dan P-value $0.518 \geq 0,05$, sehingga Hipotesis diterima (H_0 diterima). Artinya, keamanan yang dirasakan pengguna belum mampu meningkatkan kepercayaan secara signifikan.

H2. Keamanan (X2) → Pengaruh Sosial (M1)

Hasil pengujian menunjukkan bahwa Keamanan (X2) memberikan pengaruh positif sebesar **1.008** terhadap Pengaruh Sosial (M1) dan dinyatakan **signifikan**, dengan nilai t-hitung **24.016** dan **P-value $0.000 \leq 0,05$** , sehingga **Ho ditolak**.

Ini menunjukkan bahwa semakin tinggi keamanan sistem, semakin tinggi pula pengaruh sosial yang terbentuk antar pengguna.

H3. Keamanan (X2) → Sikap (Y1)

Dari hasil pengujian, Keamanan (X2) memiliki pengaruh positif sebesar **0.564** terhadap Sikap (Y1) dan signifikan, dengan nilai t-hitung **3.355** dan P-value **$0.001 \leq 0,05$** , sehingga **Ho ditolak**. Artinya, semakin baik keamanan, semakin positif sikap pengguna terhadap layanan.

H4. Kemudahan Penggunaan (X1) → Kepercayaan (Y2)

Hasil pengujian menunjukkan bahwa Kemudahan Penggunaan (X1) memberikan pengaruh positif sebesar **0.963** terhadap Kepercayaan (Y2) dan signifikan, yang dibuktikan oleh nilai t-hitung **23.596** dan P-value **$0.000 \leq 0,05$** , sehingga **Ho ditolak**.

Ini berarti kemudahan penggunaan secara kuat meningkatkan kepercayaan pengguna.

H5. Kemudahan Penggunaan (X1) → Pengaruh Sosial (M1)

Kemudahan Penggunaan (X1) berpengaruh negatif sebesar **-0.327** terhadap Pengaruh Sosial (M1) namun tetap signifikan, dengan nilai t-hitung **2.963** dan P-value **$0.003 \leq 0,05$** , sehingga **Ho ditolak**.

Artinya, meskipun signifikan, arah pengaruhnya negatif—semakin mudah digunakan, justru semakin kecil kebutuhan pengguna terhadap pengaruh sosial.

H6. Kemudahan Penggunaan (X1) → Sikap (Y1)

Berdasarkan pengujian, Kemudahan Penggunaan (X1) memberikan pengaruh positif sebesar **0.087** terhadap Sikap (Y1) namun tidak signifikan, ditunjukkan oleh t-hitung **0.506** dan P-value **$0.613 \geq 0,05$** , sehingga **Ho diterima**.

Artinya, kemudahan penggunaan belum mampu mempengaruhi sikap pengguna secara signifikan.

H7. Kepercayaan (Y2) → Pengaruh Sosial (M1)

Hasil menunjukkan bahwa Kepercayaan (Y2) berpengaruh positif sebesar **0.289** terhadap Pengaruh Sosial (M1) dan signifikan, dibuktikan oleh nilai t-hitung **2.834** dan P-value **$0.005 \leq 0,05$** , sehingga **Ho ditolak**.

Artinya, semakin tinggi kepercayaan pengguna, semakin tinggi pula pengaruh sosial yang terbentuk.

H8. Ketersediaan (M2) → Pengaruh Sosial (M1)

Hasil pengujian menunjukkan bahwa Ketersediaan (M2) berpengaruh negatif sebesar **-0.028** terhadap Pengaruh Sosial (M1) namun tidak signifikan, dengan nilai t-hitung **0.299** dan P-value **$0.765 \geq 0,05$** , sehingga **Ho diterima**.

Artinya, ketersediaan layanan tidak berpengaruh terhadap pengaruh sosial.

H9. Interaksi $M2 \times Y2$ → Pengaruh Sosial (Moderasi)

Berdasarkan hasil pengujian, interaksi moderasi $M2 \times Y2$ memberikan pengaruh negatif sebesar **-0.005** namun tidak signifikan, ditunjukkan oleh t-hitung **0.239** dan P-value **$0.811 \geq 0,05$** , sehingga **Ho diterima**.

Artinya, ketersediaan tidak mampu memoderasi hubungan antara kepercayaan dan pengaruh sosial.

H10. Interaksi $M2 \times Y1$ → Pengaruh Sosial (Moderasi)

Hasil menunjukkan bahwa interaksi moderasi $M2 \times Y1$ memiliki pengaruh positif sangat kecil sebesar **0.001**, namun tidak signifikan, dengan t-hitung **0.069** dan P-value **$0.945 \geq 0,05$** , sehingga **Ho diterima**.

Artinya, ketersediaan tidak memoderasi hubungan antara sikap dan pengaruh sosial.

H11. Sikap (Y1) → Pengaruh Sosial (M1)

Dari hasil pengujian, Sikap (Y1) berpengaruh positif sebesar **0.062** terhadap Pengaruh Sosial (M1) namun tidak signifikan, dengan nilai t-hitung **0.756** dan P-value **0.450 $\geq$ 0,05**, sehingga **Ho diterima**.

Artinya, sikap pengguna tidak secara signifikan meningkatkan pengaruh sosial.

Pengujian Tidak Langsung

Hi	Hubungan Antar Variabel	Original Sample (O)	Sample Mean (M)	Standard Deviation (STDEV)	T Statistic (O/STDEV)	P-value	Significant
H12	Keamanan (X2) → Kepercayaan (Y2) → Minat Penggunaan (Y3)	0.009	0.011	0.014	0.603	0.547	Not Significant
H13	Kemudahan Penggunaan (X1) → Kepercayaan (Y2) → Minat Penggunaan (Y3)	0.278	0.263	0.097	2.862	0.004	Significant
H14	Keamanan (X2) → Sikap (Y1) → Minat Penggunaan (Y3)	0.035	0.032	0.052	0.674	0.500	Not Significant
H15	Kemudahan Penggunaan (X1) → Sikap (Y1) → Minat Penggunaan (Y3)	0.005	0.004	0.018	0.302	0.763	Not Significant

Pembahasan Hasil**H12 : Keamanan (X2) → Kepercayaan (Y2) → Minat Penggunaan (Y3)**

Analisis menunjukkan bahwa nilai T-Statistic adalah 0. 603 dan P-value adalah 0. 547, yang lebih besar dari 0. 05. Hal ini menunjukkan bahwa pengaruh keamanan yang dialihkan melalui kepercayaan terhadap minat penggunaan tidak signifikan. Ini berarti, meskipun keamanan bisa mempengaruhi rasa percaya, rasa percaya itu tidak dapat mengalihkan pengaruh keamanan menjadi peningkatan minat untuk menggunakan. Dengan kata lain, kepercayaan tidak berfungsi sebagai mediator yang efektif antara keamanan dan minat untuk menggunakan.

H13 : Kemudahan Penggunaan (X1) → Kepercayaan (Y2) → Minat Penggunaan (Y3)

Hipotesis ini menghasilkan nilai T-Statistic sebesar 2. 862 dan P-value sebesar 0. 004, yang lebih kecil daripada 0. 05, maka hasilnya dianggap signifikan.

Hasil ini menunjukkan bahwa kemudahan dalam penggunaan bisa meningkatkan rasa percaya, dan rasa percaya ini berfungsi sebagai mediator yang kuat dalam meningkatkan minat penggunaan. Oleh karena itu, semakin mudah sistem itu digunakan, semakin tinggi rasa percaya yang muncul, yang pada akhirnya akan meningkatkan minat untuk menggunakan.

H14 : Keamanan (X2) → Sikap (Y1) → Minat Penggunaan (Y3)

Nilai T-Statistic adalah 0. 674 dan P-value adalah 0. 500, yang menunjukkan hasil yang tidak signifikan. Temuan ini menunjukkan bahwa sikap tidak berhasil menghubungkan keamanan dengan minat untuk menggunakan. Dengan kata lain, meskipun keamanan bisa

mempengaruhi cara pandang terhadap sikap, sikap tersebut tidak cukup kuat untuk meningkatkan minat menggunakan.

H15 : Kemudahan Penggunaan (X1) → Sikap (Y1) → Minat Penggunaan (Y3)

Dengan nilai T-Statistic sebesar 0.302 dan P-value sebesar 0.763, hipotesis ini juga dianggap tidak signifikan. Ini menunjukkan bahwa sikap tidak berfungsi sebagai penghubung antara kemudahan penggunaan dan minat untuk menggunakan. Meskipun sistem dirasakan mudah oleh pengguna, hal tersebut tidak langsung menciptakan sikap positif yang mendukung minat untuk menggunakan.

5. Kesimpulan dan Saran

Kesimpulan

Berdasarkan analisis yang dilakukan dengan PLS-SEM, penelitian ini mencapai kesimpulan bahwa perilaku pengguna sistem pembayaran digital di Indonesia lebih banyak dipengaruhi oleh pengalaman langsung, kemudahan penggunaan, dan kepercayaan pribadi terhadap kinerja sistem. Faktor psikologis dan sosial memiliki pengaruh yang lebih kecil. Keamanan ternyata memiliki dampak yang signifikan terhadap sikap dan pengaruh sosial, tapi tidak berpengaruh pada kepercayaan. Hal ini menunjukkan bahwa aspek keamanan dianggap sebagai elemen yang esensial. Di sisi lain, kemudahan dalam penggunaan sangat memengaruhi kepercayaan, tetapi tidak berdampak pada sikap. Ini juga memiliki dampak negatif terhadap pengaruh sosial, sehingga pengguna yang merasa aplikasi mudah cenderung tidak memerlukan rekomendasi dari orang lain. Ketersediaan layanan tidak berpengaruh pada sikap dan pengaruh sosial serta tidak memengaruhi hubungan antarvariabel lainnya, yang menunjukkan bahwa akses luas ke layanan pembayaran digital tidak lagi menjadi faktor yang membedakan bagi pengguna. Selanjutnya, sikap tidak terbukti memengaruhi pengaruh sosial, yang berarti bahwa minat untuk berbagi rekomendasi lebih ditentukan oleh kepercayaan daripada oleh pandangan pribadi. Temuan ini secara keseluruhan menunjukkan bahwa perilaku pengguna digital kini lebih mandiri, rasional, dan berfokus pada fungsi, yang berarti pola adopsi teknologi tidak sepenuhnya lagi mengikuti model klasik seperti TAM, UTAUT, atau teori pengaruh sosial.

Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang diperoleh, disarankan agar pengembang layanan pembayaran digital lebih fokus pada peningkatan aspek kemudahan penggunaan dan efektivitas sistem. Hal ini disebabkan karena kemudahan dalam penggunaan sangat berpengaruh terhadap kepercayaan pengguna. Di samping itu, fitur keamanan perlu dijaga dan disampaikan dengan cara yang lebih jelas agar bisa memberikan nilai tambah. Untuk regulator dan pemerintah, penting untuk melakukan sosialisasi tentang literasi keamanan digital secara terus-menerus serta memperkuat kebijakan perlindungan data dan pengawasan transaksi guna meningkatkan rasa aman pengguna. Bagi peneliti di masa depan, harus ada pengembangan penelitian dengan menambah jumlah sampel, melibatkan variabel lain seperti risiko yang dirasakan, pengalaman pengguna, dan kebiasaan, serta mempertimbangkan analisis multikelompok untuk memahami perbedaan karakteristik pengguna. Pendekatan kualitatif juga penting untuk menggali lebih dalam mengapa sikap dan pengaruh sosial tidak lagi dominan. Terakhir, untuk praktisi di industri digital, mengingat pengaruh sosial tidak terbukti signifikan, strategi pemasaran yang berasal dari rekomendasi sebaiknya dikembangkan lebih lanjut dengan pendekatan yang lebih relevan. Hal ini termasuk peningkatan kualitas fitur, kenyamanan dalam transaksi, integrasi layanan, serta program loyalitas yang menekankan manfaat nyata bagi pengguna.

DAFTAR PUSTAKA

- Ainun Hikmah, &. R. (2023). Pengaruh Persepsi Manfaat Dan Persepsi Keamanan Terhadap Niat Menggunakan Melalui Kepercayaan Konsumen Pada Aplikasi Dompot Digital DANA. *Journal of Management and Creative Business*, 1(4), 181-202.
- Amalia, F. H. (2025). Pengaruh Persepsi Kemudahan, Manfaat, dan Keamanan Terhadap Minat Penggunaan QRIS Pada Pedagang Kaki Lima Di Kawasan Payung Madinah Kota Pasuruan. *YUME: Journal of Management*, 8(1.1), 1439-1450.
- Auliya Akhyar, R. &. (2023). Pengaruh Persepsi Manfaat Dan Persepsi Kemudahan Terhadap Keputusan Penggunaan Pembayaran Digit. *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, 4(4), 3944-3953.
- Fatmawati, E. (2015). Technology Acceptance Model (TAM) untuk Menganalisis Sistem Informasi Perpustakaan. *Iqra. Jurnal Perpustakaan Dan Informasi*, 9(1), 1-13.
- Gefen, D. (2000). E-commerce: The role of familiarity and trust. *Omega*, 28(6), 725-737. [https://doi.org/10.1016/S0305-0483\(00\)00021-9](https://doi.org/10.1016/S0305-0483(00)00021-9)
- Giri, R. S. (2025). Pengaruh Brand Image , Harga Dan Promosi Penjualan Terhadap Minat Beli Di Transmart . *Jisamar*, 9(1), 170-186.
- Joan, L. &. (2019). PENGARUH PERSEPSI KEBERMANFAATAN DAN PERSEPSI KEMUDAHAN PENGGUNAAN TERHADAP MINAT PENGGUNAAN LAYANAN PEMBAYARAN DIGITAL GO-PAY. *Jurnal Manajemen*, 8(021), 27-39.
- Kim, C., Mirusmonov, M., & Lee, I. (2010). An empirical examination of factors influencing the intention to use mobile payment. *Computers in Human Behavior*, 26(3), 310-322. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2009.10.013>
- Kurnia, R. A. (2023). Pengaruh Perceived Ease Of Use, Perceived Usefulness, Security dan Trust Terhadap Intention To Use Aplikasi Jago. . *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 17(1).
- Lin, H.-F. (2011). An empirical investigation of mobile banking adoption: The effect of innovation attributes and knowledge-based trust. *International Journal of Information Management*, 31(3), 252-260. <https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2010.07.006>
- Metode Penelitian Bisnis: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. (2022). Penerbit CV. Alfabeta: Bandung.
- Mustafa, M. A. (2022). The adoption of e-wallet by generation Z in Kuala Lumpur, Malaysia. . *Journal of Business and Management*, , 7(2), 51-67.
- Oliveira, T., Thomas, M., Baptista, G., & Campos, F. (2016). Mobile payment: Understanding the determinants of customer adoption and intention to recommend the technology. *Computers in Human Behavior*, 61, 404-414. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2016.03.030>
- Pavlou, P. A. (2003). Consumer acceptance of electronic commerce: Integrating trust and risk with the technology acceptance model. *International Journal of Electronic Commerce*, 7(3), 101-134. <https://doi.org/10.1080/10864415.2003.11044275>
- Pratama, A. W. (2022). Analisis Technology Acceptance Model (TAM) Pada Penggunaan Aplikasi PLN Daily (Studi Empiris Pada Pegawai PLN UP3 Tegal). *INOBIIS: Jurnal Inovasi Bisnis Dan Manajemen Indonesia*, 5(3), 355-368.
- Putri, N. M. (2025). Pengaruh persepsi kemudahan, kemanfaatan, keamanan dan minat terhadap keputusan penggunaan qris pada generasi z di kota denpasar. *Jurnal Revenue: Jurnal Ilmiah Akuntansi*, 5, 1843-1852.
- Ronda, A. M. (2018). *afsir Kontemporer Ilmu Komunikasi: Tinjauan Teoretis, Epistemologi, Aksiologi*. Indigo Media.
- Sari, L. R. (2022). Dampak Keamanan, Manfaat, Kepercayaan, Promosi, serta Kemudahan pada Keputusan Pemanfaatan Dompot Elektronik ShopeePay. *Metik Jurnal*, 6(1), 59-69.

- Setiawan, M. &. (2020). The Influence Of Perceived Ease Of Use On The Intention To Use Mobile Payment: Attitude Toward Using As Mediator. *JASF: Journal of Accounting and Strategic Finance*, 3(1), 18-32.
- Sulistiyowati, R. P. (2024). UPAYA UNTUK MENINGKATKAN EFISIENSI SISTEM INFORMASI PENDAFTARAN ONLINE DALAM LAYANAN PADA RSAB HARAPAN KITA DENGAN MENGGUNAKAN METODE SERVQUAL. *Jurnal Informatika & Komputasi*, 18(April), 1-6.
- Suryati, S. &. (2021). The Influence Of Perceived Ease Of Use, Trust And Security On Intention To Use E-Wallet. *Journal of Management and Islamic Finance* , 1(2), 294-308.
- Thakur, R. (2013). Customer adoption of mobile payment services by professionals across two cities in India. *International Journal of Mobile Marketing*, 8(1), 74-92
- Venkatesh, V., Morris, M. G., Davis, G. B., & Davis, F. D. (2003). User acceptance of information technology: Toward a unified view. *MIS Quarterly*, 27(3), 425-478. <https://doi.org/10.2307/30036540>
- Waspada, I. (2012). Percepatan adopsi sistem transaksi teknologi informasi untuk meningkatkan aksesibilitas layanan jasa perbankan. *Jurnal Keuangan Dan Perbankan*, 16(1).
- Wijaya, A. Y. (2021). Analisis pengaruh E-money, volume transaksi elektronik dan suku bunga terhadap jumlah uang beredar di Indonesia pada masa sebelum dan sesudah pandemi COVID-19. *Jurnal Ekonomi, Bisnis Dan Pendidikan (JEBP)*, 1(2), 135-145.
- Davis, F. D. (1989). Perceived usefulness, perceived ease of use, and user acceptance of information technology. *MIS Quarterly*, 13(3), 319-340. <https://doi.org/10.2307/249008>
- Zhou, T. (2011). An empirical examination of initial trust in mobile banking. *Internet Research*, 21(5), 527-540. <https://doi.org/10.1108/10662241111176353>