



Determinan Niat Penggunaan Dompet Digital GoPay pada Mahasiswa Akuntansi STIE STEKOM dan Universitas STEKOM

Novira Indah Prayuni^{1*}, Heni Susilowati², Risma Nurhapsari³, Erlinda Sholihah⁴

^{1,3} Program Studi Akuntansi, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Studi Ekonomi Modern, Indonesia

^{2,4} Program Studi Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Studi Ekonomi Modern, Indonesia

*Penulis Korespondensi: noviraindah3@gmail.com¹

Abstract. *The development of financial technology has encouraged the emergence of various innovations in digital payment systems, one of which is the GoPay digital wallet. This service provides convenience for users in conducting transactions quickly, practically, and efficiently. This study aims to analyze the effect of perceived usefulness, perceived ease of use, trust, and enjoyment on the intention to use GoPay. This research employs a quantitative approach using a survey method. The population consists of students who use GoPay, with a sample of 150 respondents selected through purposive sampling technique. Data were collected through questionnaires and analyzed using multiple linear regression with the assistance of SPSS software. The results indicate that perceived usefulness and perceived ease of use do not have a significant effect on the intention to use GoPay. In contrast, trust and enjoyment have a positive and significant effect on the intention to use GoPay. These findings suggest that users' trust in system security and reliability, as well as an enjoyable user experience, are key factors in encouraging the use of digital wallet services. Furthermore, this study provides practical implications for service providers in designing marketing strategies and developing features that prioritize trust and overall user experience.*

Keywords: *Digital Wallet; Enjoyment; Gopay; Perceived Usefulness; Trust.*

Abstrak. Perkembangan teknologi finansial mendorong munculnya berbagai inovasi dalam sistem pembayaran digital, salah satunya adalah dompet digital GoPay. Kehadiran layanan ini memberikan kemudahan bagi pengguna dalam melakukan berbagai transaksi secara cepat, praktis, dan efisien. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *perceived usefulness*, *perceived ease of use*, *trust*, dan *enjoyment* terhadap intensi penggunaan GoPay. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei. Populasi penelitian adalah mahasiswa pengguna GoPay dengan jumlah sampel sebanyak 150 responden yang diperoleh melalui teknik *purposive sampling*. Pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner, kemudian dianalisis menggunakan metode regresi linear berganda dengan bantuan aplikasi SPSS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *perceived usefulness* dan *perceived ease of use* tidak berpengaruh signifikan terhadap intensi penggunaan GoPay. Sebaliknya, *trust* dan *enjoyment* terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap intensi penggunaan GoPay. Temuan ini menunjukkan bahwa tingkat kepercayaan pengguna terhadap keamanan dan keandalan sistem, serta pengalaman penggunaan yang menyenangkan, menjadi faktor utama dalam mendorong minat penggunaan layanan dompet digital. Selain itu, hasil penelitian ini juga memberikan implikasi praktis bagi penyedia layanan dalam merancang strategi pemasaran dan pengembangan fitur yang lebih berfokus pada peningkatan kepercayaan serta pengalaman pengguna secara keseluruhan.

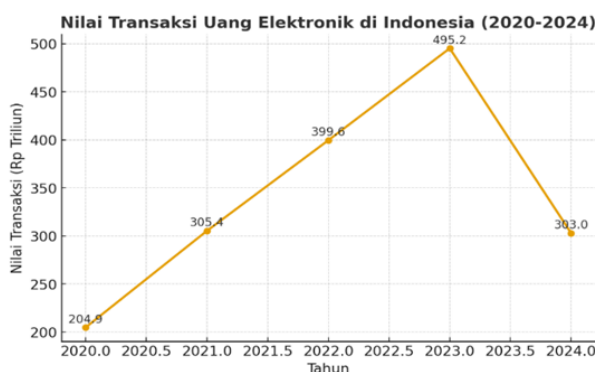
Kata kunci: Dompet Digital; GoPay; Kepercayaan; Kenikmatan; Kegunaan yang Dirasakan.

1. LATAR BELAKANG

Perkembangan teknologi informasi telah mendorong perubahan signifikan dalam berbagai aktivitas masyarakat, termasuk dalam sistem pembayaran. Transformasi digital memungkinkan proses transaksi dilakukan secara lebih cepat, efisien, dan praktis melalui perangkat elektronik (Davis, 1989; Venkatesh, 2000). Inovasi ini mendorong munculnya berbagai layanan berbasis teknologi finansial atau *financial technology* (fintech).

Fintech menghadirkan berbagai solusi pembayaran digital yang mempermudah aktivitas ekonomi masyarakat. Salah satu layanan yang mengalami perkembangan pesat adalah

dompet digital atau *electronic wallet*. Layanan ini memungkinkan pengguna melakukan transaksi tanpa menggunakan uang tunai sehingga meningkatkan efisiensi dalam sistem pembayaran (Bank Indonesia, 2024; Widayat & Masudin, 2020a)



Gambar 1. Tren Nilai Transaksi Uang Elektronik di Indonesia.

Sumber: (Bank Indonesia, 2024)

Di Indonesia, penggunaan dompet digital terus meningkat seiring dengan berkembangnya ekosistem ekonomi digital. Berbagai platform pembayaran digital seperti GoPay, OVO, dan DANA semakin populer karena menawarkan kemudahan transaksi dalam berbagai layanan, seperti transportasi, belanja, pembayaran tagihan, dan transaksi lainnya (Setiawan et al., 2021).

GoPay merupakan salah satu layanan dompet digital yang terintegrasi dalam ekosistem aplikasi Gojek. Layanan ini memberikan kemudahan bagi pengguna dalam melakukan transaksi secara cepat dan fleksibel melalui perangkat mobile (Widayat & Masudin, 2020).

Dalam kajian adopsi teknologi, *Technology Acceptance Model* (TAM) sering digunakan untuk menjelaskan faktor-faktor yang memengaruhi penerimaan teknologi oleh pengguna. Model ini menyatakan bahwa penerimaan teknologi dipengaruhi oleh persepsi manfaat (*perceived usefulness*) dan kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*) (Davis, 1989).

Namun, beberapa penelitian menunjukkan bahwa faktor psikologis lain juga berperan dalam memengaruhi penggunaan teknologi digital, seperti kepercayaan dan pengalaman penggunaan yang menyenangkan (S. Khan et al., 2020; Venkatesh et al., 2012). Kepercayaan merupakan faktor kunci dalam meningkatkan niat penggunaan layanan pembayaran digital (Tan et al., 2025).

Selain itu, faktor kesenangan atau enjoyment juga dapat memengaruhi pengalaman pengguna dalam menggunakan teknologi. Pengalaman penggunaan yang positif dapat

meningkatkan minat individu untuk menggunakan teknologi secara berkelanjutan (Fitriati et al., 2024; Venkatesh et al., 2012).

Penelitian sebelumnya menunjukkan hasil yang beragam terkait faktor-faktor yang memengaruhi penggunaan dompet digital. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *perceived usefulness*, *perceived ease of use*, *trust*, dan *enjoyment* terhadap niat penggunaan GoPay pada mahasiswa.

2. KAJIAN TEORITIS

Technology Acceptance Model (TAM)

Technology Acceptance Model merupakan model teoritis yang digunakan untuk menjelaskan penerimaan teknologi oleh pengguna. Model ini dikembangkan oleh Davis (1989) dan menyatakan bahwa penerimaan teknologi dipengaruhi oleh persepsi manfaat dan kemudahan penggunaan.

Perceived usefulness menggambarkan sejauh mana seseorang percaya bahwa penggunaan teknologi dapat meningkatkan kinerja atau *efektivitas* aktivitasnya. Sementara itu, *perceived ease of use* berkaitan dengan tingkat kemudahan yang dirasakan pengguna ketika menggunakan suatu sistem teknologi (Davis, 1989; Venkatesh, 2000).

Model TAM telah banyak digunakan dalam penelitian terkait adopsi teknologi digital, termasuk layanan pembayaran elektronik dan aplikasi finansial (Venkatesh, 2000).

Perceived Usefulness

Perceived usefulness merupakan keyakinan pengguna bahwa penggunaan suatu teknologi mampu memberikan manfaat dalam meningkatkan kinerja atau efisiensi aktivitas. Apabila pengguna merasakan manfaat yang signifikan dari suatu sistem, maka kemungkinan mereka untuk menggunakan teknologi tersebut akan semakin besar (Davis, 1989; Venkatesh et al., 2003).

Dalam konteks dompet digital, manfaat tersebut dapat berupa kemudahan transaksi, efisiensi waktu, serta akses yang lebih praktis dalam melakukan pembayaran.

H1: *Perceived usefulness* berpengaruh terhadap niat penggunaan GoPay.

Perceived Ease of Use

Perceived ease of use menggambarkan tingkat kemudahan yang dirasakan pengguna ketika menggunakan teknologi tertentu. Sistem yang mudah dipahami dan tidak memerlukan usaha yang rumit akan lebih mudah diterima oleh pengguna (Davis, 1989; Venkatesh, 2000).

Pada layanan dompet digital, kemudahan penggunaan dapat terlihat dari antarmuka aplikasi yang sederhana, proses transaksi yang cepat, serta navigasi fitur yang mudah dipahami.

H2: *Perceived ease of use* berpengaruh terhadap niat penggunaan GoPay.

Trust

Trust merupakan tingkat kepercayaan pengguna terhadap keamanan dan keandalan suatu sistem teknologi. Dalam layanan keuangan digital, kepercayaan menjadi faktor penting karena berkaitan dengan keamanan data dan transaksi pengguna (S. Khan et al., 2020; Tan et al., 2025).

Apabila pengguna memiliki tingkat kepercayaan yang tinggi terhadap sistem, maka mereka akan lebih cenderung menggunakan layanan tersebut secara berkelanjutan.

H3: *Trust* berpengaruh terhadap niat penggunaan GoPay.

Enjoyment

Perceived enjoyment merupakan tingkat kesenangan yang dirasakan pengguna ketika menggunakan suatu teknologi. Faktor ini berkaitan dengan pengalaman positif yang diperoleh pengguna selama berinteraksi dengan sistem (Venkatesh et al., 2012).

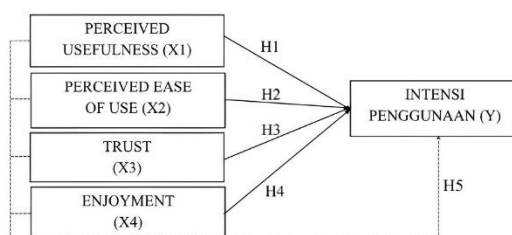
Pada aplikasi dompet digital, kesenangan dapat muncul dari desain aplikasi yang menarik, promo yang diberikan, serta pengalaman transaksi yang praktis.

H4: *Enjoyment* berpengaruh terhadap niat penggunaan GoPay.

Niat Penggunaan

Niat penggunaan adalah kecenderungan atau keinginan untuk menggunakan teknologi dalam jangka waktu tertentu. Pada GoPay, niat ini dipengaruhi oleh persepsi manfaat, kemudahan, kepercayaan, dan kesenangan. Semakin positif *persepsi*, semakin tinggi niat penggunaan.

H5: Niat penggunaan dipengaruhi oleh *perceived usefulness*, *perceived ease of use*, *trust*, dan *perceived enjoyment*.



Gambar 2. Kerangka Berpikir.

3. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menerapkan pendekatan *kuantitatif* dengan metode *survei* yang bertujuan untuk menguji hubungan antar variabel penelitian (Sugiyono, 2017). Populasi dalam penelitian ini mencakup seluruh mahasiswa aktif Program Studi Akuntansi di STIE STEKOM dan Universitas STEKOM yang pernah menggunakan GoPay.

Jumlah sampel yang digunakan sebanyak 150 responden, yang dipilih melalui teknik *purposive sampling* dengan kriteria mahasiswa aktif yang memiliki pengalaman menggunakan GoPay minimal satu kali. Jumlah tersebut dinilai telah memenuhi persyaratan dalam analisis *multivariat*, yaitu berkisar antara 5–10 kali jumlah indikator yang digunakan dalam penelitian (Ghozali, 2018; Hair et al., 2010).

Model regresi linear berganda dalam penelitian ini digunakan untuk menganalisis pengaruh variabel *perceived usefulness*, *perceived ease of use*, *trust*, dan *enjoyment* terhadap intensi penggunaan. Persamaan regresi yang digunakan dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \beta_4 X_4 + e$$

Keterangan:

Y = Intensi penggunaan GoPay

X₁ = Perceived usefulness

X₂ = Perceived ease of use

X₃ = Trust

X₄ = Enjoyment

Indikator Variabel

Tabel 1. Indikator Variabel Penelitian.

Variabel	Referensi	Pertanyaan
Perceived Usefulness (X1)	Davis (1989)	1. Penggunaan GoPay membantu mempercepat proses dalam melakukan transaksi. 2. GoPay memungkinkan saya untuk menghemat waktu saat bertransaksi. 3. GoPay memudahkan saya dalam melakukan transaksi kapan pun dan di mana pun.
Perceived Usefulness (X1)	Davis (1989)	1. Menu dan fitur GoPay mudah ditemukan dan dipahami 2. Desain tampilan GoPay sederhana dan tidak membingungkan. 3. Saya tidak mengalami kesulitan saat melakukan transaksi dengan GoPay.
Trust (X3)	Zena Amanda & Susanto (2022)	1. Saya meyakini bahwa data pribadi saya terlindungi saat menggunakan GoPay. 2. Saya percaya bahwa transaksi melalui GoPay berlangsung dengan aman dan tepat. 3. Saya percaya reputasi GoPay sebagai layanan dompet digital yang dapat diandalkan.

Enjoyment (X4)	Feryanto & Octaviani (2025)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Saya merasa senang menggunakan GoPay karena sering ada promo dan cashback. 2. Tampilan dan fitur GoPay membuat pengalaman bertransaksi menjadi menyenangkan. 3. Saya merasa nyaman dan puas saat bertransaksi menggunakan GoPay.
Intensi Penggunaan (Y)	To & Trinh (2021)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Saya memiliki keinginan untuk terus memanfaatkan GoPay dalam aktivitas transaksi sehari-hari. 2. Saya akan merekomendasikan GoPay kepada teman atau orang lain. 3. Saya berkomitmen untuk tetap menggunakan GoPay di masa mendatang.

Sumber: Data primer yang diolah, 2026

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Deskripsi Data Responden

Penelitian ini melibatkan pengguna GoPay sebagai responden dengan karakteristik yang bervariasi, meliputi jenis kelamin, usia, tingkat pendidikan, serta frekuensi penggunaan dompet digital dalam bertransaksi. Pemahaman terhadap karakteristik tersebut diperlukan untuk menggambarkan latar belakang pengguna dalam memanfaatkan layanan dompet digital. Informasi ini selanjutnya digunakan sebagai dasar dalam menganalisis faktor-faktor yang memengaruhi intensi penggunaan GoPay. Rincian karakteristik responden dapat dilihat pada Tabel 2.

Tabel 2. Data Responden.

Karakteristik	Klasifikasi	Frekuensi	%
Jenis Kelamin	Laki-laki	73	48,7
	Perempuan	77	51,3
Usia	< 20 tahun	28	18,7
	20–22 tahun	77	51,3
	> 22 tahun	45	30,0
Frekuensi Penggunaan GoPay	Jarang	17	11,3
	1 kali/minggu	43	28,7
	2–3 kali/minggu	61	40,7
	Setiap hari	29	19,3
Total		150	100

Sumber: Data primer yang diolah, 2026

Tabel 2 menunjukkan bahwa responden penelitian berjumlah 150 orang. Sebagian besar responden berjenis kelamin perempuan (51,3%) dan berusia 20–22 tahun (51,3%). Berdasarkan frekuensi penggunaan, mayoritas responden menggunakan GoPay 2–3 kali per minggu (40,7%).

Hasil Uji Instrumen

Uji Validitas

Tabel 3. Hasil Uji Validitas.

Variabel	Indikator	r hitung	r tabel	Keterang
Perceived Usefulness (X1)	PU1	0,741	0,1603	Valid
	PU2	0,821	0,1603	
	PU3	0,796	0,1603	
Perceived Ease of Use (X2)	PEOU1	0,791	0,1603	Valid
	PEOU2	0,800	0,1603	
	PEOU3	0,744	0,1603	
Trust (X3)	TR1	0,708	0,1603	Valid
	TR2	0,845	0,1603	
	TR3	0,829	0,1603	
Enjoyment (X4)	ENJ1	0,777	0,1603	Valid
	ENJ2	0,767	0,1603	
	ENJ3	0,768	0,1603	
Behavioral Intention (Y)	BI1	0,963	0,1603	Valid
	BI2	0,975	0,1603	
	BI3	0,959	0,1603	

Sumber: Data primer yang diolah, 2026

Berdasarkan Tabel 3, seluruh nilai r hitung lebih tinggi dibandingkan r tabel (0,1603), yang menunjukkan bahwa semua item pernyataan memenuhi kriteria validitas.

Uji Reliabilitas

Tabel 4. Hasil Uji Reliabilitas.

Variabel	Cronbach's Alpha	Keterangan
Perceived Usefulness (X1)	0,890	Reliabel
Perceived Ease of Use (X2)	0,886	Reliabel
Trust (X3)	0,894	Reliabel
Enjoyment (X4)	0,881	Reliabel
Intensi Penggunaan (Y)	0,984	Reliabel

Sumber: Data primer yang diolah, 2026

Tabel 4 menunjukkan bahwa seluruh variabel memiliki nilai *Cronbach's Alpha* yang melebihi 0,70, sehingga dapat disimpulkan bahwa instrumen penelitian ini bersifat reliabel.

Hasil Uji Asumsi Klasik

Pengujian asumsi klasik bertujuan untuk memastikan bahwa model regresi memenuhi standar *BLUE*, yaitu menghasilkan estimasi yang paling baik, linear, dan tidak bias.

Uji Normalitas

Tabel 5. Hasil Uji Normalitas.

Metode	Nilai Sig.	Keterangan
Kolmogorov-Smirnov	0,081	Residual berdistribusi normal

Sumber: Data primer yang diolah, 2026

Hasil pengujian normalitas *Kolmogorov-Smirnov* pada Tabel 5 menghasilkan nilai signifikansi sebesar 0,081, yang mengindikasikan bahwa data residual mengikuti distribusi normal.

Uji Multikolinearitas

Tabel 6. Hasil Uji Multikolinearitas.

Variabel	Tolerance	VIF	Keterangan
Perceived Usefulness (X1)	0,278	3,593	Tidak terjadi multikolinearitas
Perceived Ease of Use (X2)	0,238	4,204	Tidak terjadi multikolinearitas
Trust (X3)	0,137	7,280	Tidak terjadi multikolinearitas
Enjoyment (X4)	0,121	8,238	Tidak terjadi multikolinearitas

Sumber: Data primer yang diolah, 2026

Berdasarkan Tabel 6, seluruh variabel memenuhi kriteria dengan nilai tolerance > 0,10 dan VIF < 10, yang menandakan tidak adanya masalah *multikolinearitas* dalam model.

Uji Heteroskedastisitas

Tabel 7. Hasil Uji Heteroskedastisitas.

Variabel	Sig.	Keterangan
Perceived Usefulness (X1)	0,486	Tidak terjadi heteroskedastisita
Perceived Ease of Use (X2)	0,814	Tidak terjadi heteroskedastisita
Trust (X3)	0,913	Tidak terjadi heteroskedastisita
Enjoyment (X4)	0,574	Tidak terjadi heteroskedastisita

Sumber: Data primer yang diolah, 2026

Tabel 7 menunjukkan bahwa nilai signifikansi pada seluruh variabel berada di atas 0,05, sehingga dapat disimpulkan bahwa model tidak mengalami gejala *heteroskedastisitas*.

Uji Regresi Linier Berganda

Tabel 8. Hasil Uji Regresi Linier Berganda.

Variabel	Koefisien (b)	t hitung	Sig.
Konstanta	0,256	0,532	0,436
Perceived Usefulness (X1)	-0,012	-0,148	0,883
Perceived Ease of Use (X2)	-0,208	-2,408	0,019
Trust (X3)	0,964	10,257	<0,001
Enjoyment (X4)	0,226	2,224	0,030

Sumber: Data primer yang diolah, 2026

Tabel 8 menampilkan hasil analisis regresi linier berganda, sehingga model persamaan regresi dalam penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$Y = 0,256 - 0,012X_1 - 0,208X_2 + 0,964X_3 + 0,226X_4 + \varepsilon$$

Penjelasan dari persamaan tersebut dapat diuraikan sebagai berikut:

- Konstanta sebesar 0,256 mengindikasikan bahwa ketika variabel *Perceived Usefulness* (X_1), *Perceived Ease of Use* (X_2), *Trust* (X_3), dan *Enjoyment* (X_4) bernilai nol, maka nilai Intensi Penggunaan (Y) sebesar 0,256.
- Koefisien regresi *Perceived Usefulness* (X_1) sebesar -0,012 dengan tingkat signifikansi 0,883 (>0,05) menunjukkan bahwa variabel ini tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Intensi Penggunaan.

- c. Koefisien regresi *Perceived Ease of Use* (X_2) sebesar -0,208 dengan nilai signifikansi 0,019 ($<0,05$) mengindikasikan adanya pengaruh yang signifikan terhadap Intensi Penggunaan dengan arah hubungan negatif.
- d. Koefisien regresi *Trust* (X_3) sebesar 0,964 dengan nilai signifikansi $<0,001$ menunjukkan bahwa *Trust* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Intensi Penggunaan.
- e. Koefisien regresi *Enjoyment* (X_4) sebesar 0,226 dengan nilai signifikansi 0,030 ($<0,05$) menandakan bahwa *Enjoyment* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Intensi Penggunaan.

Uji t

Tabel 9. Hasil Uji t.

Model	B	Std. Error	Beta	t	Sig.
(Constant)	0,256	0,482		0,532	0,482
Perceived Usefulness (X_1)	-0,012	0,082	-0,009	-0,148	0,883
Perceived Ease of Use (X_2)	-0,208	0,087	-0,009	-2,408	0,019
Trust (X_3)	0,964	0,094	0,895	10,257	$<0,001$
Enjoyment (X_4)	0,226	0,101	0,207	2,224	0,030

Sumber: Data primer yang diolah, 2026

Tabel 9 menampilkan hasil uji t yang dapat dijelaskan sebagai berikut:

- a. *Perceived Usefulness* (X_1) memiliki nilai t hitung sebesar -0,148 dengan tingkat signifikansi 0,883 ($>0,05$), sehingga tidak menunjukkan pengaruh yang signifikan terhadap Intensi Penggunaan. Dengan demikian, hipotesis ditolak.
- b. *Perceived Ease of Use* (X_2) memiliki nilai signifikansi 0,019 $<0,05$, sehingga berpengaruh signifikan terhadap Intensi Penggunaan dengan arah negatif. Hipotesis diterima.
- c. *Trust* (X_3) menunjukkan nilai t hitung sebesar 10,257 dengan signifikansi $<0,001$, sehingga terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap Intensi Penggunaan. Hipotesis diterima.
- d. *Enjoyment* (X_4) memiliki nilai t hitung sebesar 2,224 dengan tingkat signifikansi 0,030 ($<0,05$), yang mengindikasikan adanya pengaruh positif dan signifikan terhadap Intensi Penggunaan. Dengan demikian, hipotesis diterima.

Uji F

Tabel 10. Hasil Uji F.

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
Regression	376,427	4	94,107	222,304	$<0,001$
Residual	27,939	66	0,423		
Total	404,366	70			

Sumber: Data primer yang diolah, 2026

Hasil uji F menunjukkan nilai signifikansi $<0,001$ yang lebih kecil dari 0,05, dengan nilai F hitung sebesar 222,304. Nilai tersebut juga lebih besar dibandingkan F tabel sebesar

2,51 ($\alpha = 0,05$; $df1 = 4$; $df2 = 66$). Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa seluruh variabel independen secara simultan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen.

Uji Determinasi (R^2)

Tabel 11. Hasil Uji Determinasi (R^2).

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	0,965	0,931	0,927	0,65063

Sumber: Data primer yang diolah, 2026

Tabel 11 menunjukkan hasil uji koefisien determinasi (R^2) dengan nilai Adjusted R Square sebesar 0,927. Hal ini berarti bahwa sebesar 92,7% variasi pada variabel Intensi Penggunaan dapat dijelaskan oleh variabel *Perceived Usefulness*, *Perceived Ease of Use*, *Trust*, dan *Enjoyment*. Sementara itu, sisanya sebesar 7,3% dipengaruhi oleh faktor lain di luar model penelitian yang tidak termasuk dalam analisis ini.

Pembahasan

Pengaruh Perceived Usefulness terhadap Intensi Penggunaan GoPay

Hasil temuan menunjukkan *Perceived usefulness* tidak berpengaruh signifikan terhadap intensi penggunaan GoPay. Pada kelompok responden mahasiswa yang sudah terbiasa menggunakan teknologi digital, manfaat teknologi tidak selalu menjadi determinan utama dalam membentuk niat penggunaan layanan pembayaran digital. Pada kerangka TAM menyatakan bahwa *perceived usefulness* mempengaruhi niat penggunaan (Davis, 1989; Venkatesh, 2000). Namun mahasiswa yang sudah terbiasa menggunakan teknologi digital, manfaat fungsional seperti kemudahan transaksi atau efisiensi pembayaran tidak dipersepsikan sebagai nilai tambah yang secara signifikan mempengaruhi keputusan penggunaan. Teknologi yang telah mencapai tingkat adopsi yang luas cenderung lebih mempertimbangkan factor lain seperti pengalaman pengguna, kepercayaan pada system atau fitur tambahan. Hasil penelitian ini mendukung penelitian (Wulandari & Febriatmoko, 2025)

Pengaruh Perceived Ease of Use terhadap Intensi Penggunaan GoPay

Perceived ease of use terbukti memberikan pengaruh yang signifikan terhadap intensi penggunaan, namun dengan arah hubungan yang negatif. Hasil ini cukup menarik, karena secara teoritis dalam kerangka *Technology Acceptance Model* (TAM), kemudahan penggunaan seharusnya memberikan pengaruh positif terhadap penerimaan teknologi (Davis, 1989). Karakteristik responden yang didominasi oleh mahasiswa yang memiliki tingkat literasi digital yang tinggi dapat cenderung tidak lagi menganggap kemudahan penggunaan sebagai faktor utama dalam membuat keputusan tentang teknologi. Dalam situasi seperti ini, kemudahan penggunaan dapat dikaitkan dengan fitur yang terlalu sederhana atau tidak memberikan nilai

inovatif bagi pengguna dengan pengalaman teknologi yang luas. Hal ini menyebabkan pengaruh kemudahan penggunaan terhadap niat penggunaan menjadi tidak dominan, bahkan dalam beberapa kasus dapat menunjukkan hubungan negatif apabila pengguna menganggap aplikasi yang terlalu sederhana kurang memberikan pengalaman yang menarik. Temuan dalam penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh (Pamungkas et al., 2025)

Pengaruh Trust terhadap Intensi Penggunaan GoPay

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *trust* berpengaruh positif dan signifikan terhadap intensi penggunaan GoPay. Dalam layanan fintech, transaksi dilakukan secara elektronik tanpa adanya interaksi langsung antara pengguna dan penyedia layanan. Oleh karena itu, kepercayaan terhadap keamanan sistem serta perlindungan data menjadi faktor yang sangat penting dalam mendorong penggunaan layanan keuangan digital (W. A. Khan & Abideen, 2023; Zena, F., & Susanto, 2022). Karena menimbulkan potensi ketidakpastian terkait keamanan transaksi, perlindungan data pribadi, serta risiko penyalahgunaan informasi finansial. Temuan ini mendukung studi sebelumnya bahwa kepercayaan memainkan peran penting dalam meningkatkan adopsi teknologi digital, khususnya pada layanan yang berkaitan dengan transaksi keuangan secara online. (W. A. Khan & Abideen, 2023; Zena, F., & Susanto, 2022). Dalam hal penggunaan GoPay, reputasi penyedia layanan, sistem keamanan transaksi, dan perlindungan data pengguna membentuk kepercayaan pengguna. Semakin tinggi tingkat kepercayaan terhadap sistem pembayaran digital, maka pengguna akan merasa lebih aman dan cenderung menggunakannya dalam aktivitas transaksi sehari-hari.

Pengaruh Enjoyment terhadap Intensi Penggunaan GoPay

Hasil temuan menunjukkan *enjoyment* berpengaruh positif dan signifikan terhadap intensi penggunaan GoPay. Pengalaman penggunaan layanan dompet digital yang menyenangkan seperti promo, cashback, dan tampilan aplikasi yang menarik dapat mendorong ketertarikan pengguna untuk memanfaatkan layanan dompet digital. Temuan ini konsisten dengan penelitian terdahulu (Jasin, 2022; Salsabila & Widarmanti, 2023) bahwa *enjoyment* memiliki pengaruh signifikan terhadap adopsi teknologi digital, khususnya pada kelompok pengguna muda yang cenderung lebih mempertimbangkan pengalaman dalam penggunaan.

Pengaruh Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, Trust, dan Enjoyment Secara Simultan terhadap Intensi Penggunaan GoPay

Hasil uji F menunjukkan bahwa seluruh variabel independen secara bersama-sama memiliki pengaruh signifikan terhadap intensi penggunaan GoPay. Hal ini menunjukkan bahwa model penelitian mampu menjelaskan perilaku pengguna dalam menggunakan

teknologi pembayaran digital. Dalam model TAM kombinasi antara *perceived usefulness* dan *perceived ease of use* dengan faktor psikologis seperti *trust* serta faktor pengalaman seperti *enjoyment* memberikan penjelasan yang lebih *komprehensif* terhadap perilaku pengguna dalam mengadopsi teknologi digital. Hasil penelitian ini mendukung temuan sebelumnya yang menyatakan bahwa model adopsi teknologi yang menggabungkan faktor *kognitif* dan psikologis mampu menjelaskan perilaku penggunaan teknologi secara lebih *komprehensif* dibandingkan model yang hanya menitikberatkan pada aspek fungsional (Puttri et al., 2024).

5. KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial *perceived usefulness* tidak berpengaruh signifikan terhadap intensi penggunaan GoPay. Hal ini mengindikasikan bahwa manfaat fungsional cenderung sudah dianggap sebagai fitur dasar oleh pengguna dengan tingkat literasi digital yang tinggi, sehingga tidak lagi menjadi faktor utama dalam menentukan penggunaan aplikasi pembayaran digital. *Perceived ease of use* terbukti berpengaruh signifikan dengan arah negatif terhadap intensi penggunaan. Temuan ini menunjukkan bahwa bagi pengguna yang telah terbiasa dengan berbagai aplikasi digital, kemudahan penggunaan bukan lagi menjadi pertimbangan utama dalam mengadopsi teknologi.

Selanjutnya, *trust* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap intensi penggunaan GoPay. Hal ini menegaskan bahwa kepercayaan terhadap keamanan sistem, perlindungan data, serta keandalan platform menjadi faktor penting dalam mendorong penggunaan layanan pembayaran digital secara berkelanjutan. Selain itu, *enjoyment* juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap intensi penggunaan GoPay. Pengalaman penggunaan yang menyenangkan, seperti desain aplikasi yang menarik, kemudahan interaksi, serta adanya promo seperti cashback dan diskon, mampu meningkatkan minat pengguna dalam memanfaatkan layanan dompet digital. Secara *simultan*, *perceived usefulness*, *perceived ease of use*, *trust*, dan *enjoyment* terbukti berpengaruh signifikan terhadap intensi penggunaan GoPay.

Saran

Penyedia layanan dompet digital perlu terus meningkatkan keamanan system, perlindungan data penggunaserta transparansi dalam pengelolaan transaksi digital untuk memperkuat kepercayaan pengguna terhadap platform. Selain itu perlu mengembangkan fitur untuk meningkatkan pengalaman pengguna seperti desain antarmuka yang lebih intuitif, program promosi yang menarik, serta inovasi layanan berbasis kebutuhan pengguna dapat

menjadi strategi yang efektif untuk meningkatkan keterlibatan pengguna dalam menggunakan layanan dompet digital.

Penelitian selanjutnya disarankan melibatkan responden yang lebih luas serta menambahkan variabel lain seperti *perceived risk*, *social influence*, *financial literacy*, atau *perceived security* guna memperkaya analisis mengenai perilaku penggunaan teknologi finansial

DAFTAR REFERENSI

- Bank Indonesia. (2024). *Tinjauan kebijakan moneter*.
- Davis, F. D. (1989). Perceived usefulness, perceived ease of use, and user acceptance of information technology. <https://doi.org/10.2307/249008>.
- Fitriati, A., Tubastuvi, N., Mudjiyanti, R., & Wahyuni, S. (2024). Mobile banking acceptance model for Generation Z: The role of trust, self-efficacy, and enjoyment. 25(3). <https://doi.org/10.18196/jai.v25i3.21639>
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi analisis multivariate dengan program IBM SPSS 25*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hair, F. J., Black, C. W., Babin, J. B., & Anderson, R. E. (2010). *Multivariate data analysis* (7th ed.). Pearson Prentice Hall.
- Jasin, M. (2022). The effect of perceived ease of use on behavior intention through perceived enjoyment as an intervening variable on digital payment in the digital era. *Journal of Industrial Engineering & Management Research*, 3(5). <https://doi.org/10.7777/jiemar>
- Khan, S., Zairah, N., Rahim, A., & Maarop, N. (2020). A systematic literature review and a proposed model on antecedents of trust to use social media for e-government services. *International Journal of Advanced and Applied Sciences*, 7(2), 44-56. <https://doi.org/10.21833/ijaas.2020.02.007>
- Khan, W. A., & Abideen, Z. U. (2023). Effects of behavioural intention on usage behaviour of digital wallet: The mediating role of perceived risk and moderating role of perceived service quality and perceived trust. *Future Business Journal*, 9(1), 1-15. <https://doi.org/10.1186/s43093-023-00242-z>
- Pamungkas, I. N., Prihatini, A. E., Bisnis, D. A., & Diponegoro, U. (2025). Pengaruh perceived usefulness dan perceived ease of use terhadap continuance intention penggunaan e-wallet. *Kajian Teori Perilaku Konsumen*, 14(1), 273-284.
- Putri, D., Kamela, I., & Safitri, N. (2024). The behavioral intention to use FinTech in millennial generation (Extension of TAM Model). *Jurnal Manajemen Universitas Bung Hatta*, 19(01). <https://doi.org/10.37301/jmubh.v19i1.24321>
- Salsabila, A., & Widarmanti, T. (2023). Enjoyment, perceived ease of use dan satisfaction terhadap online repurchase intention produk. *JIMEA: Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, dan Akuntansi)*, 7(2), 1353-1371. <https://doi.org/10.31955/mea.v7i2.3154>
- Setiawan, R. N. B., Andika, Wahyudi, D., & Deliani, E. (2021). On intention to use e-wallet. 1(2), 294-308.
- Sugiyono. (2017). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.

- Tan, K., Leong, C., Richter, N. F., & Tan, K. (2025). Navigating trust in mobile payments: Using necessary condition analysis to identify must-have factors for user acceptance. *International Journal of Human-Computer Interaction*, 41(5), 3325-3339. <https://doi.org/10.1080/10447318.2024.2338319>
- Venkatesh, V. (2000). Determinants of perceived ease of use: Integrating control, intrinsic motivation, and emotion into the Technology Acceptance Model. *Information Systems Research*, 11. <https://doi.org/10.1287/isre.11.4.342.11872>
- Venkatesh, V., Morris, M. G., Davis, G. B., & Davis, F. D. (2003). Quarterly. 27(3), 425-478. <https://doi.org/10.2307/30036540>
- Venkatesh, V., Thong, J. Y. L., & Xu, X. (2012). No title. 36(1), 157-178. <https://doi.org/10.2307/41410412>
- Widayat, W., & Masudin, I. (2020a). E-money payment: Customers' adopting factors and the implication for open innovation. <https://doi.org/10.3390/joitmc6030057>
- Widayat, W., & Masudin, I. (2020b). E-money payment: Customers' adopting factors and the implication for open innovation. *Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity*, 6(3), 57. <https://doi.org/10.3390/joitmc6030057>
- Wulandari, A. N., & Febriatmoko, B. (2025). Pengaruh perceived usefulness dan perceived ease of use terhadap behavior intention e-wallet DANA di Kota Semarang melalui trust sebagai mediasi. 60-77.
- Zena, F., & Susanto, P. (2022). The effect of perceived usefulness, perceived ease of use, trust, enjoyment and perceived security on intention to use e-wallet on SME customers. *Journal of Small and Medium Enterprises*, 1(2)