

**ANALISIS PENGGUNAAN *TECHNOLOGY ACCEPTANCE MODEL* (TAM)
TERHADAP KEPUTUSAN BERTRANSAKSI DALAM BERBELANJA
ONLINE PADA MASYARAKAT KOTA LANGSA**

SKRIPSI

Diajukan Kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh
Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)

Oleh

Anggi Rezzita Naibaho
NIM. 4032017004



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN KEUANGAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI LANGSA
1445 H/2023 M**

PERSETUJUAN

Skripsi Berjudul:

ANALISIS PENGGUNAAN *TECHNOLOGY ACCEPTANCE MODEL* (TAM) TERHADAP KEPUTUSAN BERTRANSAKSI DALAM BERBELANJA ONLINE PADA MASYARAKAT KOTA LANGSA

Oleh:

Anggi Rezzita Naibaho
NIM. 4032017004

Dapat Disetujui Sebagai Salah Satu Persyaratan
Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (SE)
Pada Program Studi Manajemen Keuangan Syariah

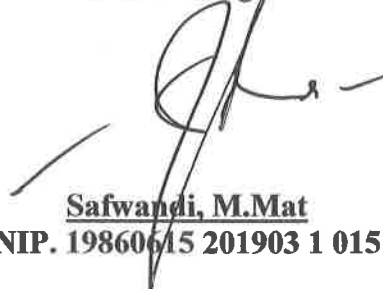
Langsa, September 2023

Pembimbing I



Dr. Safwan Kamal, S.El., M.E.I.
NIP.19900518 202012 1 011

Pembimbing II



Safwandi, M.Mat
NIP. 19860615 201903 1 015

Mengetahui
Ketua Jurusan Manajemen Keuangan Syariah



Ade Fadillah W Pospos, MA
NIP. 19880407 201903 2 010

LEMBAR PENGESAHAN

Skripsi berjudul “**Analisis Penggunaan *Technology Acceptance Model (TAM)* Terhadap Keputusan Bertransaksi Dalam Berbelanja Online Pada Masyarakat Kota Langsa**” Atas Nama **Anggi Rezzita Naibaho** dengan NIM. **4032017004**. Program Studi Manajemen Keuangan Syariah telah dimunaqasyahkan dalam Sidang Munaqasyah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Langsa pada tanggal 22 Januari 2024. Skripsi ini telah diterima untuk memenuhi syarat memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (SE) pada Program Studi Manajemen Keuangan Syariah

Langsa, 06 Februari 2024
Panitia Sidang Munaqasyah Skripsi
Program Studi Manajemen Keuangan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Institut Agama Islam Negeri Langsa

Penguji I



Dr. Safwan Kamal, S.E.I., M.E.I.
NIP.19900518 202012 1 011

Penguji II



Safwandi, M.Mat
NIP. 19860615 201903 1 015

Penguji III



Dr. Muhammad Amin, MA
NIP. 19820205 200710 1 001

Penguji IV



Dr. Arief Muammar, M.Pem.I
NIDN. 2025118902



Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
IAIN Langsa

Dr. Muhammad Amin, MA
NIP. 19820205 200710 1 001

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Anggi Rezzita Naibaho
NIM : 4032017004
Tempat, Tanggal Lahir : Seumadam, 20 Mei 1998
Pekerjaan : Mahasiswa
Alamat : Desa Alur Mentawak Kecamatan Kejuruan Muda
Aceh Tamiang.

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa skripsi yang berjudul “**Analisis Penggunaan *Technology Acceptance Model (TAM)* Terhadap Keputusan Bertransaksi Dalam Berbelanja Online Pada Masyarakat Kota Langsa**” benar karya asli saya, kecuali kutipan-kutipan yang disebutkan sumbernya. Apabila terdapat kesalahan dan kekeliruan di dalamnya, sepenuhnya menjadi tanggung jawab saya.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya.

Langsa, September 2023

Yang membuat pernyataan



Anggi Rezzita Naibaho

MOTTO

"Ketika kamu merasa sendirian, ingatkan diri bahwa Allah sedang menjauhkan mereka darimu, agar hanya ada kamu dan Allah."

"Dunia ini ibarat bayangan. Kalau kamu berusaha menangkapnya, ia akan lari. Tapi kalau kamu membelakanginya, ia tak punya pilihan selain mengikutimu." - Ibnu Qayyim Al Jauziyyah

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh persepsi kemudahan penggunaan, kemanfaatan, sikap, minat dan risiko terhadap keputusan bertransaksi dalam berbelanja online pada masyarakat di Kota Langsa. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif dengan menggunakan analisis regresi berganda. Populasi dalam penelitian ini jumlahnya tidak diketahui sedangkan sampel dalam penelitian ini berjumlah 100 sampel diambil menggunakan rumus lameshow. Hasil penelitian menunjukkan bahwa nilai t_{hitung} dari persepsi kemudahan sebesar $2,811 >$ dari t_{tabel} sebesar $1,660$, dengan nilai signifikansi sebesar $0,006 <$ alpha $0,05$. Artinya persepsi kemudahan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan bertransaksi dalam berbelanja online pada masyarakat di Kota Langsa. Kedua kemanfaatan memiliki nilai t_{hitung} sebesar $6,234 >$ dari t_{tabel} sebesar $1,660$, dengan nilai signifikansi sebesar $0,000 <$ alpha $0,05$ artinya kemanfaatan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan bertransaksi dalam berbelanja online pada masyarakat di Kota Langsa. Ketiga nilai t_{hitung} dari persepsi sikap sebesar $2,259 >$ dari t_{tabel} sebesar $1,660$, dengan nilai signifikansi sebesar $0,026 <$ alpha $0,05$ artinya sikap berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan bertransaksi dalam berbelanja online pada masyarakat di Kota Langsa. Keempat nilai t_{hitung} dari minat sebesar $5,025 >$ dari t_{tabel} sebesar $1,660$, dengan nilai signifikansi sebesar $0,006 <$ alpha $0,000$ artinya minat berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan bertransaksi dalam berbelanja online pada masyarakat di Kota Langsa. Kelima nilai t_{hitung} dari risiko sebesar $3,093 >$ dari t_{tabel} sebesar $1,660$, dengan nilai signifikansi sebesar $0,003 <$ alpha $0,05$ artinya resiko berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan bertransaksi dalam berbelanja online pada masyarakat di Kota Langsa. Hasil penelitian menyatakan ada pengaruh secara simultan (keseluruhan) variabel kemudahan, kemanfaatan, sikap, minat dan risiko dapat dilihat dari hasil uji F, dengan nilai $F_{hitung} = 31,798 >$ dari $F_{tabel} 2,19$ dengan nilai signifikansi = $0,000$. Dengan demikian nilai signifikansi ($0,000 < 0,05$), maka terdapat pengaruh yang signifikan antara kemudahan (X_1), kemanfaatan (X_2), sikap (X_3), minat (X_4) dan risiko (X_5) terhadap keputusan (Y)

Kata kunci : *Technology Acceptance Model* (TAM), Keputusan, Kota Langsa.

ABSTRACT

This research aims to determine the influence of perceived ease of use, usefulness, attitudes, interests and risks on transaction decisions in online shopping among people in Langsa City. The method used in this research is a quantitative method using multiple regression analysis. The population in this study is unknown, while the sample in this study was 100 samples taken using the lameshow formula. The results of the research show that the t value of perceived ease is $2.811 > t$ table of 1.660, with a significance value of $0.006 < \alpha 0.05$. This means that the perception of convenience has a positive and significant influence on transaction decisions in online shopping among people in Langsa City. Both research results show that usefulness has a t value of $6.234 >$ from t table of 1.660, with a significance value of $0.000 < \alpha 0.05$, meaning that usefulness has a positive and significant effect on transaction decisions in online shopping among people in Langsa City. The three research results show that the t-count value of perceived attitude is $2.259 > t$ table of 1.660, with a significance value of $0.026 < \alpha 0.05$, meaning that attitude has a positive and significant influence on transaction decisions in online shopping among people in Langsa City. The four research results show that the t-count value of interest is $5.025 > t$ table of 1.660, with a significance value of $0.006 < \alpha 0.000$, meaning that interest has a positive and significant effect on transaction decisions in online shopping among people in Langsa City. The five research results show that the calculated risk value is $3.093 > t$ table of 1.660, with a significance value of $0.003 < \alpha 0.05$, meaning that risk has a positive and significant effect on transaction decisions in online shopping among people in Langsa City. The results of the research state that there is a simultaneous (overall) influence on the variables of convenience, usefulness, attitude, interest and risk which can be seen from the results of the F test, with a value of $F_{count} = 31.798 >$ from $F_{table} 2.19$ with a significance value = 0.000. Thus, the significance value is ($0.000 < 0.05$), then there is a significant influence between convenience (X1), usefulness (X2), attitude (X3), interest (X4) and risk (X5) on the decision (Y)

Keywords: Technology Acceptance Model (TAM), Decision, Langsa City

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Dengan nama Allah Yang Maha Pengasih lagi Maha Penyayang. Segala puja puji bagi Ilahi Zat Yang Maha Sempurna muara segala kerinduan dari pencinta yang haus akan kekekalan kasih sayang-Nya, berkat rahmat dan kasih sayang-Nya maka peneliti dapat menyelesaikan Skripsi dengan judul, “ **Analisis Penggunaan *Technology Acceptance Model (TAM)* Terhadap Keputusan Bertransaksi Dalam Berbelanja Online Pada Masyarakat Kota Langsa**” dengan baik. Shalawat beriringan salam kepada Nabi Besar Muhammad SAW. yang telah membawa umat manusia menuju kearah jalan kesempurnaan.

Skripsi ini ditulis sebagai salah satu syarat mendapatkan Gelar Sarjana Ekonomi pada Program Studi manajemen keuangan syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis IAIN Langsa, serta selesai berkat bantuan dan bimbingan yang sangat berarti dari berbagai pihak. Pada kesempatan baik ini, perkenankan peneliti mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Ismail Fahmi Ar Rauf Nasution, MA., selaku Rektor IAIN Langsa.
2. Bapak Dr. Muhammad Amin, MA., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Langsa.
3. Bapak M. Yahya, SE, M.Si., selaku Ketua Prodi Manajemen Keuangan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Langsa

4. Bapak Dr. Safwan Kamal, S.EI., M.E.I. selaku pembimbing I yang dengan sabar memberikan pengarahan, saran, dan bimbingan kepada peneliti sehingga skripsi ini dapat diselesaikan.
5. Bapak Safwandi, M.Mat., selaku pembimbing II yang dengan sabar memberikan pengarahan, saran, dan bimbingan kepada peneliti sehingga skripsi ini dapat diselesaikan.
6. Ibu Mastura M.Si., selaku Kepala Laboratorium Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.
7. Segenap Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam dan Program Studi Manajemen Keuangan Syariah yang telah memberikan bekal berbagai teori, ilmu pengetahuan dan pengalaman yang sangat bermanfaat bagi peneliti.
8. Segenap Staff TU Prodi Manajemen Keuangan Syariah yang memberi kemudahan administratif bagi peneliti selama masa perkuliahan.
9. Orang tua tercinta dan keluarga yang telah memberikan dukungan doa, moral dan materil sehingga peneliti mampu menyelesaikan skripsi ini serta semangat dan perjuangannya yang telah menginspirasi peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini.
10. Kepada sahabat saya Aldya Dwi Rizky Hsb yang telah sama – sama berjuang untuk menyelesaikan skripsi ini, terimakasih atas semangat dan dukungannya
11. Semua teman-teman yang sama-sama lagi menyusun skripsi di Prodi Manajemen Keuangan Syariah. Terima kasih, peneliti ucapkan untuk kalian yang telah setia berjuang bersama-sama mencari ilmu di Fakultas tercinta kita.

Akhir kata, kepada Allah SWT, kita berserah diri. Semoga skripsi ini bermanfaat bagi semua pihak. Wassalamualaikum Wr. Wb.

DAFTAR ISI

| | Halaman |
|--|-------------|
| PERSETUJUAN | i |
| PENGESAHAN | ii |
| SURAT PERNYATAAN | iii |
| MOTTO DAN PERSEMBAHAN | iv |
| ABSTRAK | v |
| ABSTRACK | vi |
| KATA PENGANTAR | viii |
| DAFTAR ISI | ix |
| DAFTAR TABEL | xi |
| DAFTAR GAMBAR | xii |
| DAFTAR LAMPIRAN | xiii |
| BAB I PENDAHULUAN | |
| 1.1. Latar Belakang Masalah..... | 1 |
| 1.2. Identifikasi Masalah | 8 |
| 1.3. Rumusan Masalah | 9 |
| 1.4. Tujuan dan Manfaat Penelitian | 10 |
| 1.5. Penjelasan Istilah..... | 11 |
| 1.6. Sistematika Pembahasan | 14 |
| BAB II KAJIAN PUSTAKA | |
| 2.1. TAM (<i>Technology Acceptance Model</i>) | 15 |
| 2.2. Persepsi Kemudahan Transaksi | 20 |
| 2.2.1. Pengertian Persepsi Kemudahan Transaksi | 20 |
| 2.2.2. Indikator Persepsi Kemudahan Transaksi | 21 |
| 2.3. Persepsi Kemanfaatan Teknologi | 22 |
| 2.3.1. Pengertian Persepsi Kemanfaatan Teknologi | 22 |
| 2.3.2. Indikator Persepsi Kemanfaatan Teknologi | 24 |
| 2.4. Sikap Terhadap Penggunaan Teknologi dalam Bertransaksi | 24 |
| 2.4.1. Pengertian Sikap Terhadap Penggunaan Teknologi dalam Bertransaksi..... | 24 |
| 2.4.2. Indikator Sikap Terhadap Penggunaan Teknologi dalam Bertransaksi..... | 26 |
| 2.5. Minat Prilaku Bertransaksi | 27 |
| 2.5.1. Pengertian Minat Prilaku Bertransaksi | 27 |
| 2.5.2. Indikator Minat | 28 |
| 2.6. Risiko | 29 |
| 2.6.1. Pengertian Risiko..... | 29 |
| 2.6.2. Indikator Risiko | 31 |
| 2.7. Keputusan Bertransaksi | 32 |
| 2.7.1. Pengertian Keputusan Bertransaksi | 32 |
| 2.7.2. Indikator Keputusan Bertransaksi..... | 34 |
| 2.7.3. Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Bertransaksi..... | 35 |
| 2.8. Hubungan Antar Variabel..... | 38 |

| | |
|---|----|
| 2.9. Penelitian Terdahulu..... | 40 |
| 2.10. Kerangka Teori..... | 47 |
| 2.11. Hipotesis..... | 48 |
| | |
| BAB III METODE PENELITIAN | |
| 3.1. Jenis Penelitian | 51 |
| 3.2. Lokasi dan Waktu Penelitian | 51 |
| 3.3. Populasi dan Sampel | 52 |
| 3.4. Sumber Data Penelitian..... | 53 |
| 3.5. Teknik Pengumpulan Data..... | 54 |
| 3.6. Identifikasi dan Definisi Operasional..... | 55 |
| 3.7. Analisis Data Penelitian | 58 |
| 3.7.1. Analisis Statistik Penelitian | 58 |
| 3.7.2. Analisis Uji Instrumen..... | 59 |
| 3.7.3. Uji Hipotesis | 64 |
| | |
| BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN | |
| 4.1. Hasil Penelitian | 68 |
| 4.1.1. Gambaran Umum Lokasi Penelitian | 68 |
| 4.1.2. Karakteristik Responden | 70 |
| 4.1.3. Uji Validitas | 72 |
| 4.1.4. Uji Reliabilitas | 74 |
| 4.1.5. Uji Asumsi Klasik..... | 74 |
| 4.1.6. Uji Regresi Berganda | 82 |
| 4.1.7. Uji T (Parsial)..... | 84 |
| 4.1.8. Uji F (Simultan) | 87 |
| 4.1.9. Uji R..... | 87 |
| 4.2. Pembahasan | 88 |
| 4.2.1. Pengaruh persepsi kemudahan penggunaan terhadap keputusan dalam berbelanja online pada masyarakat di Kota Langsa | 87 |
| 4.2.2. Pengaruh persepsi kemanfaatan penggunaan terhadap keputusan dalam berbelanja online pada masyarakat di Kota Langsa | 90 |
| 4.2.3. Pengaruh persepsi sikap penggunaan terhadap keputusan dalam berbelanja online pada masyarakat di Kota Langsa | 91 |
| 4.2.4. Pengaruh persepsi minat menggunakan terhadap keputusan dalam berbelanja online pada masyarakat di Kota Langsa | 93 |
| 4.2.5. Pengaruh risiko menggunakan terhadap keputusan dalam berbelanja online pada masyarakat di Kota Langsa .. | 95 |
| 4.2.6. Pengaruh persepsi kemudahan, kemanfaatan, sikap, minat penggunaan dan risiko terhadap keputusan dalam berbelanja online pada masyarakat di Kota Langsa | 96 |

| | |
|----------------------------|------------|
| BAB V PENUTUP | |
| 5.1 Kesimpulan | 97 |
| 5.2 Saran | 98 |
| DAFTAR PUSTAKA..... | 100 |
| DAFTAR LAMPIRAN | |

DAFTAR TABEL

| | Halaman |
|---|---------|
| Tabel 3.1 Definisi dan Operasional Variabel Penelitian..... | 46 |
| Tabel 3.2 Skala Pengukuran Kuesioner | 49 |

DAFTAR GAMBAR

| | Halaman |
|--|---------|
| Gambar 1.1 Hasil Survey penggunaan Fintech jenis <i>Payment</i> (Pembayaran) yang paling banyak Digunakan di Indonesia | 3 |
| Gambar 2.1 Kerangka Teori..... | 38 |

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

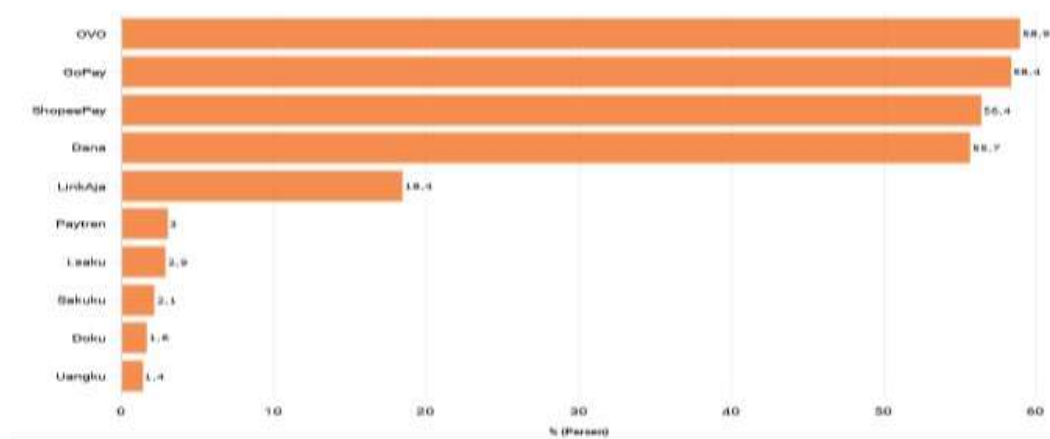
Pada era revolusi industri 4.0, teknologi sudah menjadi kebutuhan penting bagi manusia sehingga sebagian besar dari aktivitas manusia tidak terlepas dari penggunaan teknologi. Teknologi merupakan alat yang mempermudah manusia dalam memanfaatkan sumber daya yang diperlukan. Berbagai inovasi baru bermunculan di bidang teknologi digital mulai dari perangkat keras, perangkat lunak hingga perangkat pendukung lainnya. Perkembangan teknologi digital dibuktikan dengan penggunaan *gadget* dan internet yang didukung oleh berbagai aplikasi canggih.

Menurut hasil survei yang dilakukan oleh Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) bahwa pengguna Internet di Indonesia sebanyak 171,17 juta jiwa atau sebesar 64,8% dari total penduduk Indonesia sebesar 246,16 juta jiwa adalah pengguna Internet.¹ Data tersebut menunjukkan bahwa teknologi sangat membantu seluruh masyarakat Indonesia dalam berbagai kegiatan salah satunya adalah kegiatan perekonomian terutama pada bidang jasa keuangan. Saat ini, fenomena inovasi pada industri jasa keuangan merubah pandangan industri secara global. Akibat perubahan-perubahan tersebut, muncul sebuah fenomena baru, yaitu keuangan yang dahulu bersifat konvensional berubah menjadi digital. Fenomena ini disebut dengan *Financial Technology* atau *Fintech*.

¹ Penetrasi Pengguna Internet, *Situs Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia*. Website: <https://www.apji.or.id> (diakses 10 September 2022 pukul 10.00 Wib)

Berdasarkan peraturan Otoritas Jasa Keuangan (OJK) No. 77 Tahun 2016 terdapat 164 perusahaan *Financial Technology Lending* yang sudah terdaftar dan mendapat izin dari OJK. Sekitar 139 perusahaan lending sudah terdaftar, 25 perusahaan berizin, 152 perusahaan konvensional dan 12 perusahaan sudah menerapkan prinsip syariah.² Instrumen *Fintech* di Indonesia saat ini dapat dikatakan memiliki potensi yang besar dalam pengembangannya terhadap sistem pembayaran. Berikut adalah grafik penggunaan *fintech* jenis *Payment* (Pembayaran) paling banyak digunakan di Indonesia:

Gambar 1.1 Fintech Jenis *Payment* (Pembayaran) yang Paling Banyak Digunakan di Indonesia



Sumber: Survey dailysocial.id

Berdasarkan survei yang dilakukan oleh dailysocial.id pada tahun 2021, e-wallet berbasis aplikasi mobile yang paling banyak digunakan adalah Ovo sebanyak 58,9%, lalu diikuti oleh Ovo sebanyak 58,4%, Shoope Pay sebanyak 56,4% dan kemudian DANA sebanyak 55,7%. Keempat aplikasi ini merupakan

² Peraturan Otoritas Jasa Keuangan (POJK) Nomor 77/POJK.01/2016, Layanan Pinjam Meminjam Uang Berbasis Teknologi Informasi (LPMUBTI)

jenis *financial technology* yang paling banyak digunakan oleh masyarakat Indonesia.³

Penggunaan *financial technology* sangat erat kaitannya dengan perilaku masyarakat dalam berbelanja online. Dimana masyarakat yang melakukan belanja dengan sistem online biasanya pembayaran akan dilakukan via transfer. Dalam penelitian ini jenis *Financial Technology* yang digunakan adalah aplikasi DANA, karena dari 10 masyarakat yang telah peneliti lakukan survey awal 8 diantaranya memiliki akun DANA untuk melakukan transaksi keuangan dan 2 diantaranya menggunakan aplikasi Link Aja. Hal tersebut menandakan bahwa mayoritas masyarakat menggunakan *financial technology* berjenis DANA di Kota Langsa.⁴

Untuk mengetahui faktor yang mempengaruhi masyarakat dalam menggunakan DANA dapat diketahui menggunakan teori TAM. Konsep TAM menawarkan sebuah teori sebagai landasan untuk mempelajari dan memahami perilaku pemakai dalam menerima dan menggunakan sistem informasi, konsep yang digunakan adalah persepsi kemanfaatan, persepsi kemudahan penggunaan, minat perilaku untuk menggunakan dan kondisi nyata penggunaan sistem

Model ini memiliki tujuan untuk menjelaskan faktor-faktor kunci dari perilaku pengguna teknologi informasi terhadap penerimaan pengadopsian teknologi informasi tersebut. Perluasan konsep TAM diharapkan akan membantu memprediksi sikap dan penerimaan seseorang terhadap teknologi dan dapat memberikan informasi mendasar yang diperlukan mengenai faktor-faktor yang menjadi pendorong sikap individu tersebut.

³ Survey dailysocial.id tahun 2019.

⁴ Hasil Observasi Awal pada tanggal 22 Agustus 2023

Terdapat banyak faktor yang mempengaruhi keputusan masyarakat dalam melakukan pembayaran via online seperti persepsi kemanfaatan, persepsi kemudahan penggunaan, sikap terhadap penggunaan, minat perilaku untuk menggunakan dan kondisi nyata penggunaan sistem, semua faktor tersebut termasuk kedalam teknologi TAM .

Technology Acceptance Model yang selanjutnya disebut TAM merupakan salah satu teori adaptasi dari TRA (*Theory of Reasoned Action*) yang sebelumnya telah diperkenalkan oleh Ajzen dan Fishbein pada tahun 1980 dan diusulkan oleh Davis pada tahun 1989. TAM menjelaskan suatu hubungan sebab akibat antara suatu keyakinan (manfaat suatu sistem informasi dan kemudahan penggunaannya) serta perilaku, keperluan dan pengguna suatu sistem informasi. TAM bertujuan untuk menjelaskan dan memperkirakan penerimaan pengguna terhadap suatu sistem informasi. Dengan menggunakan Teknologi TAM seseorang dapat mengetahui secara jelas mengenai faktor mana yang mempengaruhi keputusan masyarakat dalam menggunakan sebuah teknologi.

Keputusan merupakan suatu tindakan yang dilakukan dalam memutuskan sebuah produk yang dianggap menjadi solusi dari kebutuhan dan keinginan konsumen tersebut.⁵ Dalam penelitian ini, keputusan dapat diartikan sebagai sebuah tindakan individu dalam melakukan transaksi secara online saat berbelanja, dimana TAM adalah sebuah teknologi yang dapat digunakan

⁵ Siti Alya. *Perilaku Konsumen Teori dan Aplikasi Pada Riset Pemasar*. (Depok : Rajawali Press, 2018), h 126-127

untuk melihat tingkat penggunaan dari sebuah teknologi salah satunya adalah teknologi dalam melakukan transaksi.⁶

Model TAM dipilih dalam penelitian ini karena TAM secara lebih terperinci menjelaskan penerimaan sebuah teknologi terkhusus teknologi pada bidang pembayaran dengan dimensi-dimensi tertentu yang dapat mempengaruhi dengan mudah diterimanya teknologi pembayaran terbaru oleh pengguna (*user*). Model ini menempatkan faktor kepercayaan dari tiap-tiap perilaku pengguna dengan tiga variabel kemudahan penggunaan, kemanfaatan, sikap terhadap penggunaan dan juga minat. TAM juga secara empiris model ini telah terbukti memberikan gambaran pada aspek perilaku pengguna aplikasi pembayaran online, dimana banyak pengguna dapat dengan mudah melakukan pembayaran, karena sesuai dengan apa yang diinginkan.⁷

Selain model TAM yang dapat mempengaruhi keputusan masyarakat dalam menggunakan teknologi pembayaran terdapat faktor lain yaitu faktor risiko. Risiko dapat diartikan sebagai persepsi atau pandangan subyektif seorang akan ketidakpastian dan konsekuensi negatif dalam melakukan suatu kegiatan. Risiko dapat terjadi kapan saja saat masyarakat melakukan pembayaran online.

Dalam melakukan pembayaran secara online masih terdapat beberapa kendala yang belum dapat teratasi dengan maksimal seperti jaringan internet harus stabil dalam mengakses berbagai aplikasi pembayaran jika tidak stabil maka

⁶ Selfi Diana Putri. "Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Minat Menggunakan Fintech Payment (Paylater) Pada Shopee". *Jurnal Ilmiah Keuangan dan Bisnis*, 1 (2). 2021

⁷ Putu Devi Sandra Dewi. Pengaruh *Technology Acceptance Model* (TAM) Terhadap Niat Beli Ulang *Online* Di Kota Denpasar . *E-Jurnal Manajemen Unud*, Vol. 7, No. 8, 2018: 4124-4152

pembayaran akan gagal, kemudian banyak produk-produk dari aplikasi pembayaran online yang belum banyak dipahami oleh seluruh masyarakat.⁸

Kendala selanjutnya yang sangat sering terjadi saat membayar secara online menggunakan aplikasi DANA adalah laporan pengiriman transaksi gagal namun saldo sudah terpotong, hal tersebut yang sering dikeluhkan masyarakat saat membayar online. Sedangkan pengembalian saldo harus membuat laporan terlebih dahulu kepada pihak aplikasi dan harus menunggu 2-7 hari untuk pengembalian dana.

Pada saat melakukan pembayaran online dengan akun DANA masyarakat sering mengalami kejadian “maaf sistem sedang sibuk transaksi dapat dilakukan beberapa waktu lagi”. Hal tersebut menandakan bahwa sedang terjadi masalah koneksi internet yang terganggu. DANA yang memberikan informasi kepada pengguna bahwa sistem sedang sibuk dapat diartikan sebagai suatu kondisi di mana aplikasi e-wallet tersebut tidak dapat merespons atau memproses berbagai transaksi, karena kesalahan pada sistem akibat server sedang sibuk.

Hal tersebut akan membuat transaksi pembayaran online menjadi terhambat dan membuat masyarakat tidak akan mampu untuk melakukan pembayaran sehingga akan menimbulkan rasa ketidakpercayaan terhadap sistem pembayaran online. Jika sudah terjadi kejadian-kejadian tersebut maka hal tersebut akan berpengaruh terhadap minat masyarakat dalam memutuskan untuk menggunakan aplikasi DANA dalam melakukan pembayaran online.

⁸ Finfay. *Peluang dan Tantangan Fintech di Indonesia*. Artikel Publikasi diakses pada web <https://www.finpai.id/blog/posts/peluang-dan-tantangan-fintech-di-indonesia>. diakses pada tanggal 10 September 2022 pukul 09.30 Wib.

Kendala-kendala tersebut sangat bertolak belakang dengan prinsip dari teknologi TAM yang akan kemudahan serta manfaat dalam bertansaksi terutama dalam pembayaran online. Jika kendala-kendala tersebut tidak segera di atasi dimungkinkan akan berpengaruh terhadap sikap dari para user yang akan beralih ke pembayaran konvensional dan ketiga hal tersebut akan sangat mempengaruhi keputusan masyarakat terhadap penggunaan teknologi terutama dalam melakukan sebuah transaksi.

Bedasarkan latar belakang tersebut peneliti memfokuskan penelitian ini pada transaksi pembayaran online dengan judul **“Analisis Penggunaan *Technology Acceptance Model (TAM)* Terhadap Keputusan Bertransaksi Dalam Berbelanja Online Pada Masyarakat Kota Langsa”**

1.2 Identifikasi Masalah

Adapun identifikasi masalah dalam penelitian yaitu :

1. Sistem pembayaran online memberikan banyak kemudahan dalam transaksi namun masih banyak yang belum memanfaatkan teknologi dalam melakukan transaksi secara online.
2. Manfaat yang diberikan oleh berbagai macam transaksi layanan pembayaran online sangat banyak seperti peningkatan kecepatan, transparansi, dan akuntabilitas belum mampu membuat seluruh masyarakat memutuskan untuk melakukan pembayaran dengan sistem online
3. Sikap terhadap penggunaan teknologi dalam pembayaran masih kurang, hal tersebut dipengaruhi dari banyaknya kendala-kendala yang dihadapi saat melakukan transaksi secara online.

4. Kesadaran akan peralihan teknologi dalam melakukan transaksi masih kurang sehingga masyarakat belum memutuskan untuk melakukan pembayaran transaksi secara online.
5. Kendala selanjutnya yang sangat sering terjadi saat membayar secara online menggunakan aplikasi Dana adalah laporan pengiriman transaksi pembayaran gagal namun saldo sudah terpotong. Sedangkan pengembalian saldo harus membuat laporan terlebih dahulu kepada pihak aplikasi dan harus menunggu 2-7 hari untuk pengembalian dana
6. Masyarakat masih belum yakin sepenuhnya terhadap pembayaran transaksi secara online hal ini dikarenakan masih sering terjadi kendala saat melakukan transaksi.
7. Pada saat melakukan pembayaran online dengan akun DANA masyarakat sering mengalami kejadian “maaf sistem sedang sibuk transaksi dapat dilakukan beberapa waktu lagi”. Hal tersebut menandakan bahwa sedang terjadi masalah koneksi internet yang terganggu. Jika sudah terjadi kejadian-kejadian tersebut maka hal tersebut akan berpengaruh terhadap minat masyarakat dalam memutuskan untuk menggunakan aplikasi DANA dalam melakukan pembayaran online.

1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka penelitian keputusan bertransaksi dalam berbelanja online dengan menggunakan analisis TAM dapat dirumuskan masalah penelitian sebagai berikut :

1. Bagaimana pengaruh persepsi kemudahan penggunaan terhadap keputusan bertransaksi dalam berbelanja online pada masyarakat di Kota Langsa?
2. Bagaimana pengaruh persepsi kemanfaatan terhadap keputusan bertransaksi dalam berbelanja online pada masyarakat di Kota Langsa?
3. Bagaimana pengaruh sikap terhadap keputusan bertransaksi dalam berbelanja online pada masyarakat di Kota Langsa?
4. Bagaimana pengaruh minat terhadap keputusan bertransaksi dalam berbelanja online pada masyarakat di Kota Langsa?
5. Bagaimana pengaruh risiko terhadap keputusan bertransaksi dalam berbelanja online pada masyarakat di Kota Langsa?
6. Bagaimana pengaruh persepsi persepsi kemudahan penggunaan, kemanfaatan, sikap, minat dan risiko terhadap keputusan bertransaksi dalam berbelanja online pada masyarakat di Kota Langsa?

1.4 Tujuan dan Manfaat Penelitian

1.4.1 Tujuan Penelitian

Penelitian ini dilakukan bertujuan untuk mengetahui:

1. Pengaruh persepsi kemudahan penggunaan terhadap keputusan bertransaksi dalam berbelanja online pada masyarakat di Kota Langsa.
2. Pengaruh persepsi kemanfaatan terhadap keputusan bertransaksi dalam berbelanja online pada masyarakat di Kota Langsa.
3. Pengaruh sikap terhadap keputusan bertransaksi dalam berbelanja online pada masyarakat di Kota Langsa.

4. Pengaruh minat terhadap keputusan bertransaksi dalam berbelanja online pada masyarakat di Kota Langsa.
5. Pengaruh risiko terhadap keputusan bertransaksi dalam berbelanja online pada masyarakat di Kota Langsa
6. Pengaruh persepsi persepsi kemudahan penggunaan, kemanfaatan, sikap, minat dan risiko terhadap keputusan bertransaksi dalam berbelanja online pada masyarakat di Kota Langsa Langsa.

1.4.2 Manfaat Penelitian

1. Manfaat teoritis, bagi prodi diharapkan penelitian ini menjadi salah satu sumber informasi bagi pihak yang ingin mengetahui mengenai kelanjutan hasil penelitian sedangkan bagi peneliti selanjutnya hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan bahan acuan sebagai kajian untuk peneliti selanjutnya
2. Manfaat praktis, bagi penulis pribadi, sebagai wahana pengetahuan, pengalaman, informasi, tentang penelitin yang akan diteliti yaitu penggunaan teknologi TAM keputusan bertransaksi dalam berbelanja online pada masyarakat di Kota Langsa.

1.5 Penjelasan Istilah

1. *Technology Acceptance Model (TAM)*

Technology Acceptance Model yang selanjutnya disebut TAM merupakan salah satu teori adaptasi dari TRA (*Theory of Reasoned Action*) yang sebelumnya telah diperkenalkan oleh Ajzen dan Fishbein pada tahun 1980 dan diusulkan oleh

Davis pada tahun 1989. TAM menjelaskan suatu hubungan sebab akibat antara suatu keyakinan (manfaat suatu sistem informasi dan kemudahan penggunaannya) serta perilaku, keperluan dan pengguna suatu sistem informasi. TAM bertujuan untuk menjelaskan dan memperkirakan penerimaan pengguna terhadap suatu sistem informasi.⁹

2. Persepsi Kemudahan Penggunaan

Persepsi kemudahan penggunaan teknologi diartikan menjadi suatu ukuran seorang percaya bahwa teknologi tadi gampang dipahami dan gampang dalam penggunaannya. Dalam literatur lain dikatakan ada beberapa indikator suatu teknologi bisa dikatakan mempunyai kemudahan yakni seperti mudah terampil dalam menggunakan suatu teknologi informasi yang keada teknologi informasi sangat mudah dipelajari dan yang ketika teknologi informasi sangat mudah dioperasikan.¹⁰

3. Persepsi Kemanfaatan

Kemanfaatan adalah ukuran dimana teknologi diyakini bermanfaat bagi manusia yang menggunakannya. kemanfaatan juga didefinisikan di mana seseorang percaya bahwa dengan menggunakan suatu sistem maka akan dapat meningkatkan kinerjanya. Kemanfaatan didefinisikan sebagai sejauh mana

⁹ Aditiya, Siti dan Heru. Analisis Atas Praktek TAM (*Technology Acceptance Model*) Dalam Mendukung Bisnis *Online* Dengan Memanfaatkan Jejaring Sosial *Instagram*. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*|Vol. 26 No. 1 September2015|

¹⁰ Kasmir dan Jakfar. *Studi Kelayakan Bisnis*. (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2013), h 59

seseorang percaya bahwa penggunaan teknologi akan meningkatkan produktivitas kinerja.¹¹

4. Sikap Terhadap Penggunaan

Sikap terhadap penggunaan dapat diartikan sebagai sikap pengguna untuk menggunakan sistem informasi yang dapat berbentuk menerima atau menolak, yang muncul sebagai dampak ketika seseorang menggunakan sistem tersebut dalam bekerja.¹²

5. Minat

Minat perilaku menggunakan teknologi sebagai keinginan seseorang untuk melakukan perilaku tertentu. Minat perilaku untuk menggunakan dapat diartikan sebagai kecenderungan perilaku untuk tetap menggunakan suatu sistem tertentu¹³

6. Risiko

Risiko dapat diartikan sebagai persepsi atau pandangan subyektif seseorang akan ketidakpastian dan konsekuensi negatif dalam melakukan suatu kegiatan pembayaran online.¹⁴

7. Keputusan

Keputusan adalah suatu proses penilaian dan pemilihan dari berbagai alternatif sesuai dengan kepentingan-kepentingan tertentu dengan menetapkan suatu pilihan yang dianggap paling menguntungkan.¹⁵

¹¹ Scarborough & Doug Wilson, *Kewirausahaan dan Manajemen Usaha Kecil*. (Jakarta: Salemba Empat, 2011), h 88

¹² Aditiya, Siti dan Heru. Analisis Atas Praktek TAM (*Technology Acceptance Model*) Dalam Mendukung Bisnis *Online* Dengan Memanfaatkan Jejaring Sosial *Instagram*. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)* | Vol. 26 No. 1 September 2015 |

¹³ Devi, Ni Luh Nyoman Sherina dan Suartana, I Wayan. Analisis *Technology Acceptance Model (Tam)* Terhadap Penggunaan Sistem Informasi Di Nusa Dua Beach Hotel & Spa. *E Jurnal Akuntansi Universitas Udayana* 6.1. 2014: 167-184 ISSN: 2302-8556.

¹⁴ Herman Darmawi, *Manajemen Risiko Edisi 2* (Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2017), hal 19-20.

1.6 Sistematika Pembahasan

Penyusunan skripsi ini disajikan secara sistematis pembahasan berdasarkan penulisan karya ilmiah yang merujuk pada penulisan penelitian skripsi FEBI IAIN Langsa, adapun sistematiknya terdiri dari Bab I, Bab II, Bab III, Bab IV dan Bab V yang diuraikan sebagai berikut:

1. Bab I adalah bab pendahuluan yang terdiri dari latar belakang masalah, identifikasi masalah, batasan masalah, perumusan masalah, penjelasan istilah, tujuan dan manfaat penelitian dan sistematika pembahasan.
2. Bab II adalah bab kajian teoritis yang terdiri dari tinjauan pustaka, penelitian sebelumnya, kerangka teoritis dan hipotesis.
3. Bab III adalah bab metodologi penelitian yang terdiri dari lokasi dan waktu penelitian, populasi dan sampel, data penelitian, teknik pengumpulan data, definisi operasional dan teknik analisis data.
4. Bab IV adalah bab hasil penelitian dan pembahasan yang berisikan gambaran lokasi penelitian, analisis data dan interpretasi hasil penelitian
5. Bab V adalah bab penutup yang berisikan kesimpulan dan saran.

¹⁵ Agustinus Johanes. *Manajemen dan strategi Pembelian*. (Malang : Media Nusa Creative, 2016), h 45

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Hasil Penelitian

4.1.1 Gambaran Umum Lokasi Penelitian Kota Langsa

Kota Langsa merupakan salah satu Kota Otonom termuda di Provinsi Aceh, Secara geografis wilayah Kota Langsa memiliki kedudukan strategis, baik dari segi ekonomi maupun sosial budaya. Mempunyai potensi di bidang industri, perdagangan dan pertanian, kota Langsa memiliki prospek yang baik bagi pemenuhan pasar didalam maupun luar negeri.¹¹⁰ Kota Langsa memiliki luas wilayah 262,41 km², yang terletak pada posisi antara 04°24'35,68"-04°33'47,03" lintang utara dan 97°53'14,59"/98°04'42,16" bujur timur dengan ketinggian wilayah antara 0-25 meter diatas permukaan laut serta memiliki batas-batas wilayah sebagai berikut :

- a. Sebelah Utara berbatasan dengan Selat Malaka
- b. Sebelah Selatan berbatasan dengan Kecamatan Birem Bayeun dan Kabupaten Aceh Timur
- c. Sebelah Timur berbatasan dengan Kecamatan Manyak Payed Kabupaten Aceh Tamiang
- d. Sebelah Barat berbatasan dengan Kecamatan Birem Bayeun dan Kabupaten Aceh Timur.¹¹¹

¹¹⁰Al Azmi, *Walikota Langsa Resmikan Pasar Tradisional*.[www//kotalangsa.co.id](http://kotalangsa.co.id). di akses tanggal 12 Agustus 2019.

¹¹¹Ibid.

Pada tahun 2022, jumlah penduduk Kota Langsa sebanyak 192.630 jiwa dengan kepadatan penduduk 707 jiwa/km².¹¹² Kota Langsa memiliki 5 kecamatan dan 51 gampong dengan kode pos 24410-24415 (dari total 243 kecamatan dan 5.827 gampong di seluruh Aceh. Berikut ini adalah tabel kependudukan masyarakat Kota Langsa :

Tabel 4.1 Data Kependudukan Kota Langsa

| Kelompok Umur | Jumlah penduduk menurut kelompok umur dan jenis kelamin (Jiwa) | | | | | | | | |
|---------------|--|-------|-------|-----------|-------|-------|--------|--------|--------|
| | Laki-laki | | | Perempuan | | | Jumlah | | |
| | 2020 | 2021 | 2022 | 2020 | 2021 | 2022 | 2020 | 2021 | 2022 |
| Total | 93408 | 94886 | 96788 | 92563 | 93992 | 95842 | 185971 | 188878 | 192630 |
| 75+ | 882 | 915 | 956 | 1560 | 1635 | 1724 | 2442 | 2550 | 2680 |
| 70-74 | 933 | 1013 | 1108 | 1186 | 1243 | 1309 | 2119 | 2256 | 2417 |
| 65-69 | 2091 | 2211 | 2333 | 2166 | 2270 | 2389 | 4257 | 4481 | 4722 |
| 60-64 | 3253 | 3411 | 3592 | 3055 | 3205 | 3379 | 6308 | 6616 | 6971 |
| 55-59 | 4152 | 4315 | 4496 | 4259 | 4432 | 4623 | 8411 | 8747 | 9119 |
| 50-54 | 4839 | 5021 | 5233 | 5313 | 5509 | 5738 | 10152 | 10530 | 10971 |
| 5-9 | 7848 | 7850 | 7897 | 7593 | 7612 | 7668 | 15441 | 15462 | 15565 |
| 45-49 | 5801 | 5974 | 6170 | 5990 | 6174 | 6377 | 11791 | 12148 | 12547 |
| 40-44 | 6724 | 6860 | 7019 | 6485 | 6612 | 6756 | 13209 | 13472 | 13775 |
| 35-39 | 7690 | 7826 | 8002 | 7568 | 7683 | 7836 | 15258 | 15509 | 15838 |
| 30-34 | 8024 | 8132 | 8263 | 7722 | 7794 | 7887 | 15746 | 15926 | 16150 |
| 25-29 | 8034 | 8122 | 8244 | 7884 | 7941 | 8038 | 15918 | 16063 | 16282 |
| 20-24 | 8309 | 8343 | 8405 | 8308 | 8333 | 8386 | 16617 | 16676 | 16791 |
| 15-19 | 8679 | 8715 | 8795 | 8222 | 8244 | 8308 | 16901 | 16959 | 17103 |
| 10-14 | 8187 | 8190 | 8219 | 7680 | 7702 | 7754 | 15867 | 15892 | 15973 |
| 0-4 | 7962 | 7988 | 8056 | 7572 | 7603 | 7670 | 15534 | 15591 | 15726 |

Sumber : BPS Kota Langsa, 2023¹¹³

¹¹² https://id.wikipedia.org/wiki/Kota_Langsa

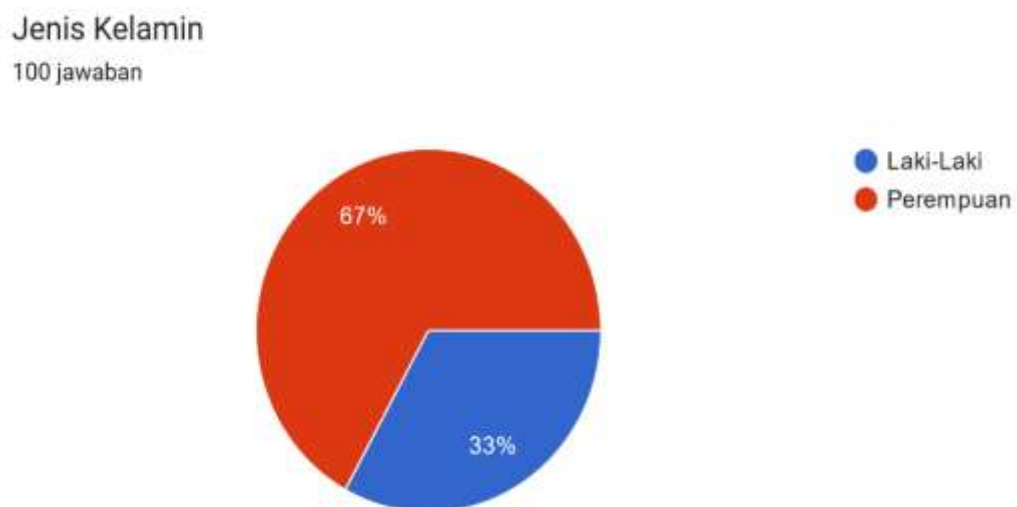
¹¹³ BPS Kota Langsa diakses pada <https://langsakota.bps.go.id/subject/6/tenaga-kerja.html>

4.1.2 Karakteristik Responden

1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Deskripsi karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin disajikan pada Gambar 4.1. berikut ini:

Gambar 4.1
Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin



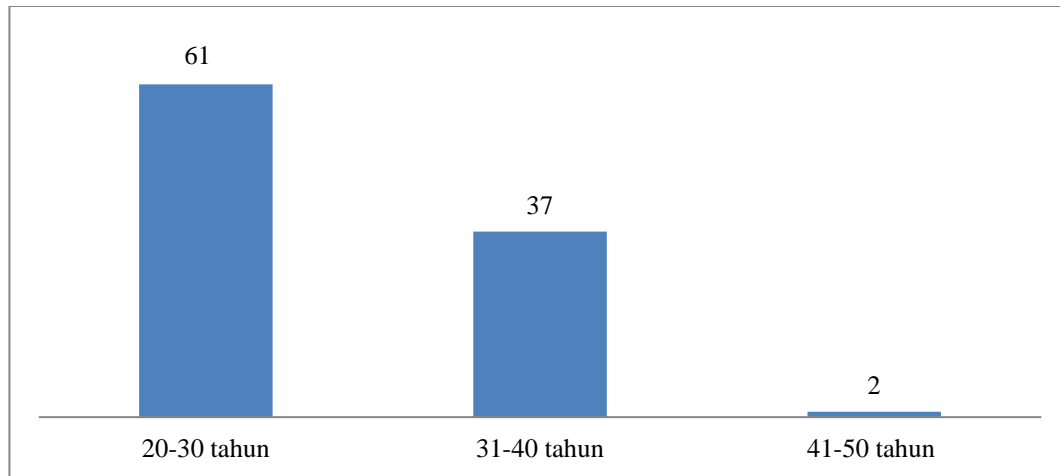
Sumber : Hasil Penelitian, 2023 (Data Diolah)

Dari Gambar 4.1 di atas dapat disimpulkan bahwa mayoritas masyarakat yang menggunakan yang melakukan pembayaran online dengan menggunakan aplikasi DANA berasal dari kalangan wanita, yaitu sebanyak 67 (67%). Sedangkan jumlah responden yang berjenis kelamin laki-laki sebanyak 33 (33%)

2. Karakteristik responden berdasarkan Usia

Deskripsi karakteristik responden berdasarkan usia disajikan pada Gambar 4.2 berikut ini:

Gambar 4.2
Karakteristik berdasarkan Usia



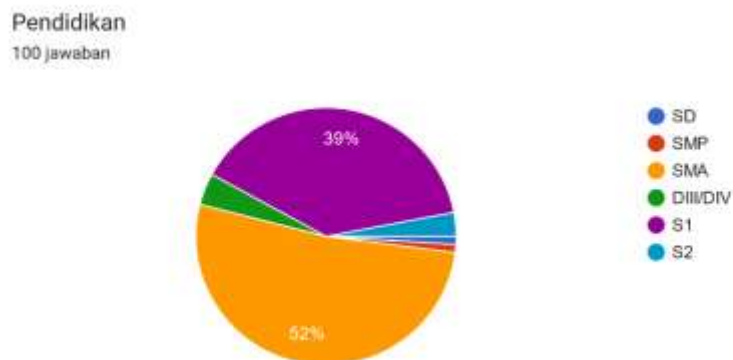
Sumber : Hasil Penelitian, 2023 (Data Diolah)

Berdasarkan Gambar 4.2 Berdasarkan terlihat bahwa responden yang mendominasi adalah responden berusia 20-30 tahun sebesar 61 (61%), kemudian berusia 31-40 tahun berjumlah 37 (37%) sedangkan yang paling sedikit adalah yang berusia 41-50 tahun sebesar 2 (2%).

3. Karakteristik responden berdasarkan Pendidikan

Deskripsi karakteristik responden berdasarkan pendidikan disajikan pada Gambar 4.3 berikut ini:

Gambar 4.3
Karakteristik berdasarkan Pendidikan



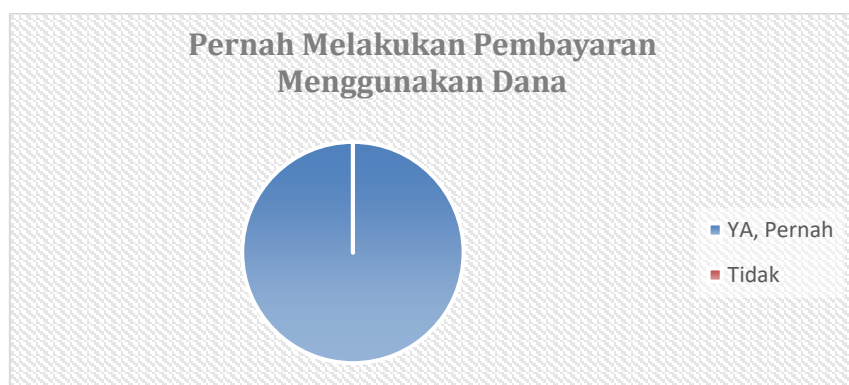
Sumber : Hasil Penelitian, 2023 (Data Diolah)

Berdasarkan Gambar 4.3 dapat disimpulkan bahwa pendidikan responden dalam penelitian ini mayoritas didominasi oleh SMA (Sekolah Menengah Atas sebanyak 52 (52%), kemudian S1 sebanyak 39 (39%), Kemudian S2 sebanyak 5 (5%) dan DIII/DIV sebanyak 4 responden (4%).

4. Karakteristik responden berdasarkan Pembayaran Menggunakan DANA

Deskripsi karakteristik responden berdasarkan pembayaran menggunakan DANA disajikan pada Gambar 4.4 berikut ini:

Gambar 4.4
Karakteristik berdasarkan Pembayaran Menggunakan DANA



Sumber : Hasil Penelitian, 2023 (Data Diolah)

Berdasarkan Gambar 4.4 dapat disimpulkan bahwa seluruh responden dalam penelitian ini pernah melakukan pembayaran menggunakan aplikasi DANA.

4.1.3 Uji Validitas

Teknik yang digunakan dalam pengujian validitas ini adalah dengan teknik korelasi, dengan membandingkan hasil koefisien korelasi r_{hitung} dengan r_{tabel} . Jika koefisien korelasi $r_{hitung} \geq$ dari r_{tabel} maka butir-butir penelitian ini dikatakan valid.

Dengan menggunakan $N = 100 - 2 = 98$ didapat r tabel 0.164. Dari uji validitas diperoleh tabel sebagai berikut:

Tabel 4.1
Uji validitas

| No. Butir | (r hitung $\geq r$ tabel) dimana r tabel 0,164 | Keterangan |
|------------------------------------|--|-------------------|
| Kemudahan (X₁) | | |
| x.1.1 | 0,816 | Valid |
| x.1.2 | 0,511 | Valid |
| x.1.3 | 0,465 | Valid |
| x.1.4 | 0,816 | Valid |
| x.1.5 | 0,639 | Valid |
| Kemanfaatan (X₂) | | |
| x.2.1 | 0,783 | Valid |
| x.2.2 | 0,650 | Valid |
| x.2.3 | 0,617 | Valid |
| Sikap (X₃) | | |
| x.3.1 | 0,779 | Valid |
| x.3.2 | 0,449 | Valid |
| x.3.3 | 0,680 | Valid |
| x.3.4 | 0,894 | Valid |
| Minat(X₄) | | |
| x4.1 | 0,734 | Valid |
| x.4.2 | 0,836 | Valid |
| x.4.3 | 0,387 | Valid |
| Risiko (X₅) | | |
| x.5.1 | 0,924 | Valid |
| x.5.2 | 0,742 | Valid |
| x.5.3 | 0,443 | Valid |
| x.5.4 | 0,456 | Valid |
| Keputusan (y) | | |
| y.1 | 0,688 | Valid |
| y.2 | 0,630 | Valid |
| y.3 | 0,482 | Valid |
| y.4 | 0,498 | Valid |
| y.5 | 0,613 | Valid |

Sumber: Hasil Penelitian, 2023 (Data Diolah)

Dari hasil perhitungan korelasi seluruhnya mempunyai r hitung yang lebih besar dari r tabel (r tabel = 0.164). Dengan demikian dapat disimpulkan

bahwa seluruh butir pertanyaan dan pernyataan pada instrument baik dari variabel kemudahan, kemanfaatan, sikap, minat, risiko dan keputusan seluruhnya valid.

4.1.4 Uji Reabilitas

Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. SPSS memberikan fasilitas untuk mengukur reabilitas dengan uji statistik Cronbach Alpha diatas 0,60 sehingga instrument dapat dikatakan valid.¹¹⁴

Tabel 4.2
Hasil uji Reliabilitas Kuesioner

| Nama Variabel | <i>Cronbach Alpha</i> ≥ 0,60 | Keterangan |
|----------------------------|---|-------------------|
| Kemudahan X ₁ | 0,759 | Reliabel |
| Kemanfaatan X ₂ | 0,742 | Reliabel |
| Sikap X ₃ | 0,775 | Reliabel |
| Minat X ₄ | 0,759 | Reliabel |
| Risiko X ₅ | 0,696 | Reliabel |
| Keputusan Y | 0,683 | Reliabel |

Sumber : Hasil penelitian, 2023 (Data Diolah)

Berdasarkan Tabel 4.2 hasil analisis uji reliabilitas, dapat disimpulkan bahwa instrumen untuk variabel kemudahan, kemanfaatan, sikap, minat, risiko dan keputusan memiliki nilai $> 0,60$, sehingga instrumen pada penelitian ini dinyatakan reliabel.

4.1.5 Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas

Uji normalitas dalam penelitian ini menggunakan uji statistik non parametric Kolmogrof-Sminov (K-S). Uji K-S dilakukan dengan menggunakan hipotesis :

¹¹⁴ Imam Ghozali, *Aplikasi Anaalisis Multivariate dengan Program SPSS* (Semarang, Badan Penerbit UNDIP, 2015), hal 48

Ho : Data residual berdistribusi normal ($\alpha > 0,05$)

Ha : Data residual tidak berdistribusi normal ($\alpha < 0,05$)

Jika signifikasi pada nilai *Kolmogroff Smirnov Z* < 0.05 , maka Ho ditolak, jadi data residual berdistribusi tidak normal. Jika signifikasi pada nilai *Kolmogroff Smirnov Z* > 0.05 , maka Ho diterima, jadi data residual berdistribusi normal. Jika signifikasi pada nilai *Kolmogroff Smirnov Z* < 0.05 , maka Ho diterima, jadi data residual berdistribusi tidak normal.¹¹⁵

Tabel 4.3
Hasil Uji Normalitas
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

| | | Unstandardized Residual |
|----------------------------------|----------------|-------------------------|
| N | | 100 |
| Normal Parameters ^{a,b} | Mean | 0E-7 |
| | Std. Deviation | 1,44397466 |
| | Absolute | ,060 |
| Most Extreme Differences | Positive | ,060 |
| | Negative | -,038 |
| Kolmogorov-Smirnov Z | | ,604 |
| Asymp. Sig. (2-tailed) | | ,858 |

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

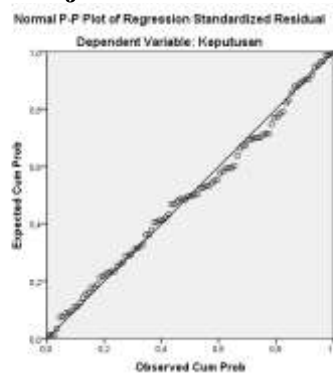
Sumber : Hasil penelitian, 2023 (Data Diolah)

Berdasarkan Tabel 4.3 hasil uji Output diketahui bahwa nilai *Kolmogorov-Smirnov Z* sebesar 0,604 $>$ dari 0,05 dan nilai *Asymp. Sig. (2-tailed)* sebesar 0,858 $>$ 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa seluruh data baik dari variabel kemudahan, kemanfaatan, sikap, minat, risiko dan keputusan seluruhnya berdistribusi normal.

¹¹⁵ Singgih Santoso, *Buku Latihan SPSS Statistik Parametrik* (Jakarta: PT. Elex Media Komputindo, 2010), hal. 147

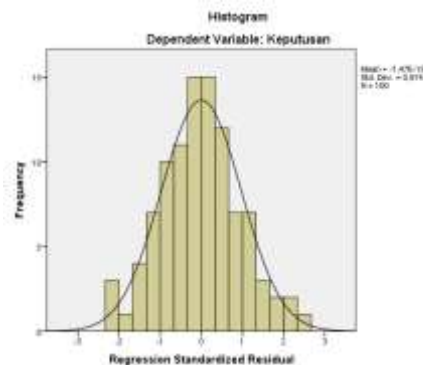
Dasar pengambilan keputusan untuk mendeteksi kenormalan adalah jika data menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal atau grafik histogramnya maka model regresi memenuhi asumsi normalitas. Sedangkan jika data menyebar jauh dari garis diagonal atau tidak mengikuti arah diagonal atau grafik histogramnya, maka model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas.

Gambar 4.5
Uji Normal P-Plot



Pada Gambar 4.5 Uji Normalitas P-Plot dapat diketahui bahwa data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal, maka data terdistribusi dengan normal dan model regresi telah memenuhi asumsi normalitas.

Gambar 4.6
Histogram



Sumber : Hasil penelitian, 2023 (Data Diolah)

Dengan melihat tampilan grafik histogram dapat disimpulkan grafik histogram memberikan pola yang seimbang atau pola distribusi yang melenceng

ke kanan yang artinya berdistribusi normal. Grafik ini menunjukkan bahwa model regresi sesuai dengan asumsi normalitas dan layak digunakan.

2. Uji Linearitas

Aturan untuk keputusan linearitas dapat dengan membandingkan nilai signifikan dari *deviation from linearity* yang dihasilkan. Jika nilai signifikan dari *deviation from linearity* > alpha (0,05) maka nilai tersebut linear.¹¹⁶ Pengujian ini dilakukan dengan menggunakan pendekatan atau analisis tabel ANOVA. *Output* analisis dapat dilihat pada tabel 4.4 sebagai berikut:

Tabel 4.4
Hasil Uji Linearitas
ANOVA Table

| | | | Sum of Squares | df | Mean Square | F | Sig. |
|--------------------------|-------------------|--------------------------------|----------------|----|-------------|--------|------|
| Keputusan * Kemudahan | Between Groups | (Combined) | 136,286 | 10 | 13,629 | 2,893 | ,004 |
| | | Linearity | 51,269 | 1 | 51,269 | 10,883 | ,001 |
| | | Deviation from Linearity | 85,016 | 9 | 9,446 | 2,005 | ,068 |
| | | Within Groups | 419,274 | 89 | 4,711 | | |
| | | Total | 555,560 | 99 | | | |

Sumber : Hasil penelitian, 2023 (Data Diolah)

ANOVA Table

| | | | Sum of Squares | df | Mean Square | F | Sig. |
|----------------------------|-------------------|--------------------------------|----------------|----|-------------|--------|------|
| Keputusan * Kemanfaatan | Between Groups | (Combined) | 262,966 | 7 | 37,567 | 11,812 | ,000 |
| | | Linearity | 222,642 | 1 | 222,642 | 70,005 | ,000 |
| | | Deviation from Linearity | 40,323 | 6 | 6,721 | 2,113 | ,059 |
| | | Within Groups | 292,594 | 92 | 3,180 | | |
| | | Total | 555,560 | 99 | | | |

Sumber : Hasil penelitian, 2023 (Data Diolah)

¹¹⁶ R. Gunawan Sudarmanto, *Analisis Regresi Linear Berganda Dengan SPSS*, (Bandung: Graha Ilmu, 2014), hal. 80.

ANOVA Table

| | | | Sum of Squares | df | Mean Square | F | Sig. |
|----------------------|-------------------|-----------------------------|----------------|----|-------------|--------|------|
| Keputusan * Sikap | Between Groups | (Combined) | 218,627 | 11 | 19,875 | 5,191 | ,000 |
| | | Linearity | 80,145 | 1 | 80,145 | 20,932 | ,000 |
| | | Deviation from Linearity | 138,482 | 10 | 13,848 | 3,617 | ,291 |
| | Within Groups | | 336,933 | 88 | 3,829 | | |
| | Total | | 555,560 | 99 | | | |

Sumber : Hasil penelitian, 2023 (Data Diolah)

ANOVA Table

| | | | Sum of Squares | df | Mean Square | F | Sig. |
|----------------------|-------------------|-----------------------------|----------------|----|-------------|--------|------|
| Keputusan * Minat | Between Groups | (Combined) | 139,827 | 8 | 17,478 | 3,826 | ,001 |
| | | Linearity | 109,106 | 1 | 109,106 | 23,882 | ,000 |
| | | Deviation from Linearity | 30,720 | 7 | 4,389 | ,961 | ,465 |
| | Within Groups | | 415,733 | 91 | 4,568 | | |
| | Total | | 555,560 | 99 | | | |

Sumber : Hasil penelitian, 2023 (Data Diolah)

ANOVA Table

| | | | Sum of Squares | df | Mean Square | F | Sig. |
|-----------------------|-------------------|-----------------------------|----------------|----|-------------|--------|------|
| Keputusan * Risiko | Between Groups | (Combined) | 212,836 | 11 | 19,349 | 4,968 | ,000 |
| | | Linearity | 63,137 | 1 | 63,137 | 16,212 | ,000 |
| | | Deviation from Linearity | 149,699 | 10 | 14,970 | 3,844 | ,713 |
| | Within Groups | | 342,724 | 88 | 3,895 | | |
| | Total | | 555,560 | 99 | | | |

Sumber : Hasil penelitian, 2023 (Data Diolah)

Berdasarkan Tabel 4.4 output SPSS diatas dapat diketahui bahwa semua variabel memiliki hubungan yang linear secara signifikan antara variabel kemudahan, kemanfaatan, sikap, minat dan risiko terhadap keputusan. Nilai signifikan tersebut dapat dilihat sebagai berikut:

1. Variabel kemudahan (X_1) terhadap keputusan (Y) memiliki nilai signifikan yaitu 0.068 . Dengan demikian nilai signifikansi lebih besar dari 0,05 yang artinya terdapat hubungan linier secara signifikan antara variabel kemudahan (X_1) terhadap keputusan (Y).
2. Variabel kemanfaatan (X_2) terhadap keputusan (Y) memiliki nilai signifikan yaitu 0.059. Dengan demikian nilai signifikansi lebih besar dari 0,05 yang artinya terdapat hubungan linier secara signifikan antara variabel kemanfaatan (X_2) terhadap keputusan (Y).
3. Variabel sikap (X_3) terhadap keputusan (Y) memiliki nilai signifikan yaitu 0.291. Dengan demikian nilai signifikansi lebih besar dari 0,05 yang artinya terdapat hubungan linier secara signifikan antara variabel sikap (X_3) terhadap keputusan (Y).
4. Variabel minat (X_4) terhadap keputusan (Y) memiliki nilai signifikan yaitu 0.465. Dengan demikian nilai signifikansi lebih besar dari 0,05 yang artinya terdapat hubungan linier secara signifikan antara variabel minat (X_4) terhadap keputusan (Y).
5. Variabel risiko (X_5) terhadap keputusan (Y) memiliki nilai signifikan yaitu 0.713. Dengan demikian nilai signifikansi lebih besar dari 0,05 yang artinya

terdapat hubungan linier secara signifikan antara variabel kemudahan (X_5) terhadap keputusan (Y).

3. Uji Multikolinearitas

Untuk mendeteksi ada tidaknya multikolinieritas dapat dilihat pada nilai *tolerance* dan VIF. Apabila nilai toleransi di atas 0,1 dan nilai VIF di bawah 10 maka tidak terjadi multikolinieritas.¹¹⁷ Adapun hasil pengujian multikolinieritas dapat dilihat pada Tabel 4.5 sebagai berikut:

Tabel 4.5
Uji Multikolinieritas
Coefficients^a

| Model | Correlations | | | Collinearity Statistics | |
|-------------|--------------|---------|------|-------------------------|-------|
| | Zero-order | Partial | Part | Tolerance | VIF |
| Kemudahan | ,304 | ,278 | ,177 | ,877 | 1,141 |
| Kemanfaatan | ,633 | ,541 | ,392 | ,742 | 1,348 |
| 1 Sikap | ,380 | ,227 | ,142 | ,733 | 1,364 |
| Minat | ,443 | ,460 | ,316 | ,868 | 1,152 |
| Risiko | ,337 | ,304 | ,194 | ,883 | 1,133 |

a. Dependent Variable: Keputusan
Sumber : Hasil penelitian, 2023 (Data Diolah)

Berdasarkan Tabel 4.5 diketahui bahwa nilai Tolerance variabel kemudahan (X_1) sebesar 0,877 lebih besar dari 0,1 sementara nilai VIF 1,141 lebih kecil dari 10 dengan demikian dapat disimpulkan tidak terjadi multikolinieritas.

Nilai Tolerance variabel kemanfaatan (X_2) sebesar 0,742 lebih besar dari 0,1 sementara nilai VIF 1,348 lebih kecil dari 10 dengan demikian dapat disimpulkan tidak terjadi multikolinieritas.

¹¹⁷ Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*, (Semarang: Badan Penerbit UNDIP, 2015), hal 95

Nilai Tolerance variabel sikap (X_3) sebesar 0,733 lebih besar dari 0,1 sementara nilai VIF 1,364 lebih kecil dari 10 dengan demikian dapat disimpulkan tidak terjadi multikolinieritas.

Nilai Tolerance variabel minat (X_4) sebesar 0,868 lebih besar dari 0,1 sementara nilai VIF 1,152 lebih kecil dari 10 dengan demikian dapat disimpulkan tidak terjadi multikolinieritas.

Nilai Tolerance variabel risiko (X_5) sebesar 0,883 lebih besar dari 0,1 sementara nilai VIF 1,133 lebih kecil dari 10 dengan demikian dapat disimpulkan tidak terjadi multikolinieritas.

4. Uji Heteroskedastisitas

Dalam Penelitian ini uji heteroskedastisitas dilakukan dengan uji glejser. Model regresi dikatakan tidak mengandung heteroskedastisitas jika probabilitas signifikansinya di atas tingkat kepercayaan 5% atau $> 0,05$ dan sebaliknya.¹¹⁸

Gambar 4.6
Hasil Uji Glesjer
Coefficients^a

| Model | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | t | Sig. |
|-------------|-----------------------------|------------|---------------------------|--------|------|
| | B | Std. Error | Beta | | |
| (Constant) | 1,370 | 1,667 | | ,822 | ,413 |
| 1 Kemudahan | -,058 | ,036 | -,172 | -1,603 | ,112 |
| Kemanfaatan | -,005 | ,067 | -,007 | -,071 | ,944 |
| Sikap | ,000 | ,038 | ,001 | ,007 | ,995 |
| Minat | ,110 | ,097 | ,120 | 1,130 | ,261 |
| Risiko | ,008 | ,022 | ,038 | ,360 | ,720 |

a. Dependent Variable: abs_res
Sumber: Hasil Penelitian, 2023 (Data Diolah)

¹¹⁸Azuar Zuliandi dan Irfan, *Metodologi Penelitian Kuantitatif Untuk Ilmu-Ilmu Bisnis*, hlm.171

Berdasarkan hasil pengujian glejser diketahui bahwa nilai signifikan dari variabel kemudahan (X_1) $0,112 > 0,05$ maka data tidak terjadi masalah heterokedastisitas. Untuk variabel kemanfaatan (X_2) nilai signifikansi sebesar $0,944 >$ dari $0,05$ maka disimpulkan bahwa data tidak terjadi masalah heterokedastisitas, untuk variabel sikap (X_3) nilai signifikansi sebesar $0,995 >$ dari $0,05$ maka disimpulkan bahwa data tidak terjadi masalah heterokedastisitas. Variabel minat (X_3) nilai signifikansi sebesar $0,261 >$ dari $0,05$ maka disimpulkan bahwa data tidak terjadi masalah heterokedastisitas dan varibael risiko nilai signifikansi sebesar $0,720 >$ dari $0,05$ maka disimpulkan bahwa data tidak terjadi masalah heterokedastisitas.

5. Uji Autokorelasi

Salah satu ukuran dalam menentukan ada tidaknya autokorelasi dengan uji Durbin-Watson (DW) dengan ketentuan sebagai berikut:¹¹⁹

1. Terjadi autokorelasi positif, jika nilai DW dibawah -2 ($DW < -2$).
2. Tidak terjadi autokorelasi, jika nilai DW berada di antara -2 dan +2 atau $-2 < DW < +2$.
3. Terjadi autokorelasi negatif, jika DW di atas +2 atau $DW > +2$.

Tabel 4.7
Hasil Uji Autokorelasi
Model Summary^b

| Mode | Change Statistics | | | | | Durbin-Watson |
|------|-------------------|----------|-----|-----|---------------|---------------|
| | R Square Change | F Change | df1 | df2 | Sig. F Change | |
| 1 | ,628 ^a | 31,798 | 5 | 94 | ,000 | 1,786 |

a. Predictors: (Constant), Risiko, Sikap, Kemudahan, Minat , Kemanfaatan

b. Dependent Variable: Keputusan

¹¹⁹ Danang Sunyoto, *Metodologi Penelitian Ekonomi*, (Bandung: PT.Rafika, 2016), hal 97

Sumber : Hasil penelitian, 2023 (Data Diolah)

Berdasarkan Tabel 4.7 output spss diatas nilai durbin watson yaitu 2,000.

nilai durbin watson berada di antara -2 dan +2 atau $-2 > DW < +2$ ($-2 > 1,786 < 2$), artinya tidak terjadi autokorelasi.

4.1.6 Uji Regresi Linear Berganda

Hasil analisis regresi berganda antara variabel kemudahan, kemanfaatan, sikap, minat dan risiko terhadap keputusan adalah sebagai berikut:

y = Keputusan

X_1 = Kemudahan

X_2 = Kemanfaatan

X_3 = Sikap

X_4 = Minat

X_5 = Risiko

Tabel 4.8
Analisis Regresi Berganda
Coefficients^a

| Model | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | t | Sig. |
|-------------|-----------------------------|------------|---------------------------|-------|------|
| | B | Std. Error | Beta | | |
| (Constant) | 1,834 | 1,529 | | 1,199 | ,233 |
| Kemudahan | ,127 | ,045 | ,189 | 2,811 | ,006 |
| Kemanfaatan | ,637 | ,102 | ,455 | 6,234 | ,000 |
| Sikap | ,127 | ,056 | ,166 | 2,259 | ,026 |
| Minat | ,425 | ,085 | ,339 | 5,025 | ,000 |
| Risiko | ,086 | ,028 | ,207 | 3,093 | ,003 |

a. Dependent Variable: Keputusan

Sumber : Hasil penelitian, 2023 (Data Diolah)

Berdasarkan pada tabel ditunjukkan sebagai berikut:

$$Y = 1,834 + 0,127 X_1 + 0,637 X_2 + 0,127 X_3 + 0,425 X_4 + 0,086 X_5$$

Keterangan :

1. Konstanta (a) sebesar 1,834 persen, dapat dijelaskan bila kemudahan, kemanfaatan, sikap, minat dan risiko atau $X_1, X_2, X_3, X_4, X_5 = 0$ dianggap konstan, maka nilai keputusan sebesar 1,834 persen.
2. Nilai variabel kemudahan sebesar 0,127 persen, jika variabel kemudahan meningkat 1 persen maka nilai keputusan akan meningkat sebesar 0,127 persen dengan asumsi kemanfaatan, minat, sikap dan risiko tetap. Artinya dalam penelitian ini variabel kemudahan berkontribusi sebesar 12,7%.
3. Nilai variabel kemanfaatan sebesar 0,637 persen, jika variabel kemanfaatan meningkat 1 persen maka nilai keputusan akan meningkat sebesar 0,637 persen dengan asumsi kemudahan, minat, sikap dan risiko tetap. Artinya dalam penelitian ini variabel kemanfaatan berkontribusi sebesar 63,7%.
4. Nilai variabel sikap sebesar 0,127 persen, jika variabel sikap meningkat 1 persen maka nilai keputusan akan meningkat sebesar 0,127 persen dengan asumsi kemudahan, kemanfaatan, minat dan risiko tetap. Artinya dalam penelitian ini variabel sikap berkontribusi sebesar 12,7%.
5. Nilai variabel minat sebesar 0,425 persen, jika variabel minat meningkat 1 persen maka nilai keputusan akan meningkat sebesar 0,425 persen dengan asumsi kemudahan, kemanfaatan, sikap dan risiko tetap. Artinya dalam penelitian ini variabel minat berkontribusi sebesar 42,5%.
6. Nilai variabel risiko sebesar 0,086 persen, jika variabel risiko meningkat 1 persen maka nilai keputusan akan meningkat sebesar 0,086 persen dengan

asumsi kemudahan, kemanfaatan, minat, sikap dan risiko tetap. Artinya dalam penelitian ini variabel kemudahan berkontribusi sebesar 0,86%.

4.1.7 Uji T (Uji Parsial)

Pengujian hipotesis yang menyatakan ada pengaruh secara parsial fasilitas dan pelayanan terhadap minat dapat dilihat dari hasil uji t. Kriteria pengujiannya apabila nilai signifikansi $< 0,05$ dan atau jika ($t_{hitung} > t_{tabel}$) maka model regresi signifikan secara statistik dan dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak. Hasil uji t dapat dilihat pada tabel berikut ini.

Tabel. 4.9
Hasil Uji T
Coefficients^a

| Model | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | t | Sig. |
|-------------|-----------------------------|------------|---------------------------|-------|------|
| | B | Std. Error | Beta | | |
| (Constant) | 1,834 | 1,529 | | 1,199 | ,233 |
| 1 Kemudahan | ,127 | ,045 | ,189 | 2,811 | ,006 |
| Kemanfaatan | ,637 | ,102 | ,455 | 6,234 | ,000 |
| Sikap | ,127 | ,056 | ,166 | 2,259 | ,026 |
| Minat | ,425 | ,085 | ,339 | 5,025 | ,000 |
| Risiko | ,086 | ,028 | ,207 | 3,093 | ,003 |

a. Dependent Variable: Keputusan

Sumber : Hasil penelitian, 2023 (Data Diolah)

1. Pengaruh persepsi kemudahan penggunaan terhadap keputusan bertransaksi dalam berbelanja online pada masyarakat di Kota Langsa

Berdasarkan Tabel 4.9 di atas menunjukkan bahwa nilai t_{hitung} dari persepsi kemudahan sebesar $2,811 > t_{tabel}$ sebesar $1,660$, dengan nilai signifikansi sebesar $0,006 < \alpha = 0,05$ maka H_{01} ditolak. Artinya persepsi kemudahan berpengaruh

positif dan signifikan terhadap keputusan bertransaksi dalam berbelanja online pada masyarakat di Kota Langsa dengan demikian hipotesis H_{a1} diterima.

2. Pengaruh persepsi kemanfaatan penggunaan terhadap keputusan bertransaksi dalam berbelanja online pada masyarakat di Kota Langsa

Berdasarkan Tabel 4.9 di atas menunjukkan bahwa nilai t_{hitung} dari kemanfaatan sebesar $6,234 > t_{tabel}$ sebesar $1,660$, dengan nilai signifikansi sebesar $0,000 < \alpha = 0,05$ maka H_{o1} ditolak. Artinya persepsi kemanfaatan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan bertransaksi dalam berbelanja online pada masyarakat di Kota Langsa dengan demikian hipotesis H_{a2} diterima.

3. Pengaruh sikap penggunaan terhadap keputusan bertransaksi dalam berbelanja online pada masyarakat di Kota Langsa

Berdasarkan Tabel 4.9 di atas menunjukkan bahwa nilai t_{hitung} dari persepsi sikap sebesar $2,259 > t_{tabel}$ sebesar $1,660$, dengan nilai signifikansi sebesar $0,026 < \alpha = 0,05$ maka H_{o3} ditolak. Artinya sikap berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan bertransaksi dalam berbelanja online pada masyarakat di Kota Langsa dengan demikian hipotesis H_{a3} diterima.

4. Pengaruh minat penggunaan terhadap keputusan bertransaksi dalam berbelanja online pada masyarakat di Kota Langsa

Berdasarkan Tabel 4.9 di atas menunjukkan bahwa nilai t_{hitung} dari minat sebesar $5,025 > t_{tabel}$ sebesar $1,660$, dengan nilai signifikansi sebesar $0,006 < \alpha = 0,05$ maka H_{o1} ditolak. Artinya minat berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan bertransaksi dalam berbelanja online pada masyarakat di Kota Langsa dengan demikian hipotesis H_{a4} diterima.

5. Pengaruh risiko penggunaan terhadap keputusan bertransaksi dalam berbelanja online pada masyarakat di Kota Langsa

Berdasarkan Tabel 4.9 di atas menunjukkan bahwa nilai t_{hitung} dari risiko sebesar $3,093 > t_{tabel}$ sebesar $1,660$, dengan nilai signifikansi sebesar $0,003 < \alpha = 0,05$ maka H_{o1} ditolak. Artinya risiko berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan bertransaksi dalam berbelanja online pada masyarakat di Kota Langsa dengan demikian hipotesis H_{a5} diterima.

4.1.8 Uji F (Uji Simultan)

Untuk menganalisis hipotesis diterima atau ditolak, maka dapat dilihat nilai F yakni nilai probabilitasnya, berpengaruh signifikan jika nilai probabilitas yang dihitung $< 0,05$ (signifikansi yang ditetapkan).¹²⁰

Tabel 4.10
Hasil Analisis Uji F
ANOVA^a

| Model | Sum of Squares | df | Mean Square | F | Sig. |
|--------------|----------------|----|-------------|--------|-------------------|
| 1 Regression | 349,139 | 5 | 69,828 | 31,798 | ,000 ^b |
| Residual | 206,421 | 94 | 2,196 | | |
| Total | 555,560 | 99 | | | |

a. Dependent Variable: Keputusan

b. Predictors: (Constant), Risiko, Sikap, Kemudahan, Minat, Kemanfaatan
Sumber : Hasil penelitian, 2023 (Data Diolah)

Berdasarkan Tabel 4.10 pengujian hipotesis yang menyatakan ada pengaruh secara simultan (keseluruhan) variabel kemudahan, kemanfaatan, sikap, minat dan risiko dapat dilihat dari hasil uji F, dengan nilai $F_{hitung} = 31,798 > F_{tabel} = 2,19$ dengan nilai signifikansi = 0.000 . Dengan demikian nilai signifikansi (0.000

¹²⁰ Mudrajad Kuncoro, *Metode Riset Untuk Bisnis dan Ekonomi*, (Jakarta: PT. Gelora Aksara Pratama, 2019), hal 239

< 0.05), maka terdapat pengaruh yang signifikan antara kemudahan (X_1), kemanfaatan (X_2), sikap (X_3), minat (X_4) dan risiko (X_5) terhadap keputusan (Y).

4.1.9 Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi merupakan suatu alat untuk mengukur besarnya pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat. Besarnya koefisien determinasi berkisar antara angka 0 sampai dengan 1, besar koefisien determinasi mendekati angka 1, maka semakin besar pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen.

Tabel 4.11
Hasil Uji Determinasi (R^2)
Model Summary

| Model | R | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate |
|-------|-------------------|----------|-------------------|----------------------------|
| 1 | ,793 ^a | ,628 | ,609 | 1,482 |

a. Predictors: (Constant), Risiko, Sikap, Kemudahan, Minat , Kemanfaatan

Sumber : Hasil penelitian, 2022 (Data Diolah)

Dari Tabel 4.10 terlihat bahwa nilai R Square yang diperoleh sebesar 0,609 atau 60,9%, yang menunjukkan keterangan kemudahan (X_1), kemanfaatan (X_2), sikap (X_3), minat (X_4) dan risiko (X_5) dalam menyelesaikan variasi yang terjadi pada keputusan (Y) sebesar 60,9%, sedangkan sisanya 39,1% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti.

4.2 Pembahasan

4.2.1 Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan Terhadap Keputusan Bertransaksi Dalam Berbelanja Online Pada Masyarakat di Kota Langsa

Hasil penelitian menunjukkan persepsi kemudahan memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan pembayaran online menggunakan

aplikasi DANA pada masyarakat Kota Langsa. Hal ini dibuktikan dengan nilai t_{hitung} dari persepsi kemudahan sebesar $2,811 > t_{tabel}$ sebesar 1,660, dengan nilai signifikansi sebesar $0,006 < \alpha = 0,05$ maka H_{o1} ditolak. Dengan nilai koefisien regresi yang didapatkan adalah:

$$Y = 1,834_{(constan)} + 0,127 X_1_{(kemudahan)} + 0,637 X_2_{(kemanfaatan)} + 0,127 X_3_{(sikap)} + 0,425 X_4_{(minat)} + 0,086 X_4_{(risiko)}$$

Hal tersebut menandakan bahwa nilai variabel kemudahan sebesar 0,127 persen, artinya jika variabel kemudahan meningkat 1 persen maka nilai keputusan akan meningkat sebesar 0,127 persen. Peneliti menyimpulkan bahwa semakin banyak kemudahan yang diberikan oleh aplikasi DANA maka akan semakin meningkatkan keputusan masyarakat dalam melakukan pembayaran secara online menggunakan aplikasi DANA tersebut.

Penelitian sejalan dilakukan oleh Rahmitiyani dimana persepsi kemudahan memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap Keputusan Minat Penggunaan Ulang E-Wallet OVO dengan nilai signifikansi 0,000.¹²¹ Hasil penelitian sejalan yang dilakukan Maulida Yulianti menunjukkan bahwa kemudahan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan penggunaan QRIS dengan nilai signifikansi 0,000.¹²² Hasil penelitian sejalan dilakukan oleh Afiful Ichwan dan Ruslan Abdul Ghofur yang menyatakan bahwa terdapat

¹²¹ Rahmitiyani. Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan dan Persepsi Risiko Terhadap Keputusan Minat Penggunaan Ulang E-Wallet OVO. *ETNIK:Jurnal Ekonomi -Teknik*, 2023. Volume 2 Issue No 5, Pages 438

¹²² Maulida Yulianti. Pengaruh Pengetahuan, Kemudahan Penggunaan, Dan Kemanfaatan Quick Response Code Indonesian Standard (Qris) Terhadap Penggunaan E-Wallet Di Kalangan Mahasiswa Universitas Islam Negeri Antasari Banjarmasin. *Skripsi*. Universitas Negeri Islam Antasari. 2021

pengaruh persepsi kemudahan terhadap keputusan muzakki membayar Zakat melalui Fintech Gopay dengan nilai signifikansi 0,000.¹²³

Kemudahan merupakan sebuah kepercayaan dari individu dimana mereka menggunakan sistem tertentu akan bebas dari upaya. Apabila seseorang percaya bahwa suatu teknologi itu mudah untuk digunakan maka orang tersebut akan menggunakannya secara terus menerus. Terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi kemudahan penggunaan seperti teknologi DANA mudah dipahami, mudah digunakan, membantu mempercepat dalam melakukan aktivitas sehari-hari dan pembayaran menggunakan DANA dapat digunakan menggunakan *smartphone*.

4.2.2 Pengaruh Persepsi Kemanfaatan Terhadap Keputusan Bertransaksi Dalam Berbelanja Online Pada Masyarakat di Kota Langsa

Hasil penelitian menunjukkan persepsi kemanfaatan memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan pembayaran online menggunakan aplikasi DANA pada masyarakat Kota Langsa. Hal ini dibuktikan dengan nilai t_{hitung} dari kemanfaatan sebesar $6,234 > t_{tabel}$ sebesar $1,660$, dengan nilai signifikansi sebesar $0,000 < \alpha = 0,05$ maka H_{01} ditolak. Dengan nilai koefisien regresi yang didapatkan adalah:

$$Y = 1,834 \text{ (constan)} + 0,127 X_1 \text{ (kemudahan)} + 0,637 X_2 \text{ (kemanfaatan)} + 0,127 X_3 \text{ (sikap)} + 0,425 X_4 \text{ (minat)} + 0,086 X_4 \text{ (risiko)}$$

Hal tersebut menandakan bahwa nilai variabel kemanfaatan sebesar 0,637 persen, artinya jika variabel persepsi kemanfaatan meningkat 1 persen maka nilai keputusan akan meningkat sebesar 0,637 persen. Peneliti menyimpulkan bahwa

¹²³ Afiful Ichwan dan Ruslan Abdul Ghofur. Pengaruh Technology Acceptance Model Terhadap Keputusan Muzakki Membayar Zakat Melalui Fintech Gopay. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 6(02), 2020, 129-135

semakin banyak manfaat yang diberikan oleh aplikasi DANA maka akan semakin meningkatkan keputusan masyarakat dalam melakukan pembayaran secara online menggunakan aplikasi DANA tersebut.

Penelitian sejalan dilakukan oleh Rahmitiyani dimana persepsi kemanfaatan memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap Keputusan Minat Penggunaan Ulang E-Wallet OVO dengan nilai signifikansi 0,007.¹²⁴ Hasil penelitian sejalan juga dilakukan oleh Sukma Hayati Hakim, Arif Rahman dan M. Syafii dimana persepsi manfaat memiliki hubungan terhadap keputusan penggunaan e-wallet dengan nilai signifikansi 0,000.¹²⁵ Hasil penelitian sejalan dilakukan oleh Afiful Ichwan dan Ruslan Abdul Ghofur yang menyatakan bahwa terdapat pengaruh persepsi manfaat terhadap keputusan muzakki membayar Zakat melalui Fintech Gopay dengan nilai signifikansi 0,017.¹²⁶

Peneliti menyimpulkan bahwa kemanfaatan teknologi sebagai salah satu ukuran yang mana penggunaan suatu teknologi dipercaya akan mendatangkan manfaat bagi orang yang menggunakannya. Persepsi kemanfaatan pengguna terhadap sebuah teknologi saat melakukan transaksi sebagai konstruk kepercayaan seseorang bahwa penggunaan sebuah teknologi tertentu akan mampu meningkatkan kinerja. Jadi dalam penelitian ini semakin besar manfaat yang

¹²⁴ Rahmitiyani. Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan dan Persepsi Risiko Terhadap Keputusan Minat Penggunaan Ulang E-Wallet OVO. *ETNIK:Jurnal Ekonomi -Teknik*, 2023. Volume 2 Issue No 5, Pages 438

¹²⁵ Sukma Hayati Hakim, Arif Rahman dan M. Syafii. Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Penggunaan *e-Wallet* di Sumatera Utara. *Owner: Riset & Jurnal Akuntansi* e-ISSN : 2548-9224 | p-ISSN : 2548-7507

¹²⁶ Afiful Ichwan dan Ruslan Abdul Ghofur. Pengaruh Technology Acceptance Model Terhadap Keputusan Muzakki Membayar Zakat Melalui Fintech Gopay. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 6(02), 2020, 129-135

diberikan oleh aplikasi DANA maka keputusan masyarakat untuk menggunakan aplikasi tersebut dalam setiap pembayaran online juga akan semakin besar.

4.2.3 Pengaruh Sikap Terhadap Keputusan Bertransaksi Dalam Berbelanja Online Pada Masyarakat di Kota Langsa

Hasil penelitian menunjukkan persepsi sikap memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan pembayaran online menggunakan aplikasi DANA pada masyarakat Kota Langsa. Hal ini dibuktikan dengan nilai t_{hitung} dari persepsi sikap sebesar $2,259 > t_{tabel}$ sebesar $1,660$, dengan nilai signifikansi sebesar $0,026 < \alpha = 0,05$ maka H_{03} ditolak.. Dengan nilai koefisien regresi yang didapatkan adalah:

$$Y = 1,834 \text{ (constan)} + 0,127 X_1 \text{ (kemudahan)} + 0,637 X_2 \text{ (kemanfaatan)} + 0,127 X_3 \text{ (sikap)} + 0,425 X_4 \text{ (minat)} + 0,086 X_4 \text{ (risiko)}$$

Hal tersebut menandakan bahwa nilai variabel sikap sebesar $0,127$ persen, artinya jika variabel sikap meningkat 1 persen maka nilai keputusan akan meningkat sebesar $0,127$ persen. Peneliti menyimpulkan bahwa semakin positif sikap masyarakat mengenai aplikasi DANA maka akan semakin meningkatkan keputusan masyarakat dalam melakukan pembayaran secara online menggunakan aplikasi DANA tersebut.

Penelitian tersebut sejalan dengan Angela Deananda Putri Budiastuti, Dul Muid dimana variabel *Attitude Towards Using* memiliki nilai koefisien regresi sebesar $0,225$ dengan nilai signifikansi $0,048$.¹²⁷ Penelitian yang dilakukan oleh

¹²⁷ Angela Deananda Putri Budiastuti, Dul Muid. Analisis Faktor-Faktor Pengaruh Minat Penggunaan Sistem Informasi Akuntansi Berbasis *E-Commerce* Pada Aplikasi Shopee Dengan Menggunakan *Technology Acceptance Model* (TAM). *Diponegoro Journal Of Accounting* . Volume 9 Nomor 4, Tahun 2020, Halaman 1-10

Dafita Hilmi menunjukkan penggunaan sikap memiliki dampak positif yang signifikan terhadap perilaku niat dengan nilai signifikansi 0,005¹²⁸

Peneliti menyimpulkan bahwa sikap mempengaruhi keputusan bertransaksi dalam berbelanja online Pada Masyarakat di Kota Langsa. Sikap seseorang dalam menerima atau menolak sistem teknologi yang telah berkembang dapat mempengaruhi keputusan bertransaksi dalam berbelanja online pada masyarakat di Kota Langsa. Sikap seseorang muncul karena merasakan dan menilai sendiri sebuah sistem pembayaran yaitu aplikasi DANA dalam penggunaannya. Sikap dalam menggunakan berupa persepsi pengguna dalam menerima maupun menolak pada model teknologi yang ada pada sebuah sistem. Jika para pengguna semakin menerima hal yang positif dan menolak hal yang negatif sesuai kebijakan dan peraturan yang ada pada aplikasi DANA, maka hal ini dapat meningkatkan keputusan masyarakat dalam menggunakan aplikasi tersebut.

4.2.4 Pengaruh Minat Terhadap Keputusan Bertransaksi Dalam Berbelanja Online Pada Masyarakat di Kota Langsa

Hasil penelitian menunjukkan persepsi minat memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan pembayaran online menggunakan aplikasi DANA pada masyarakat Kota Langsa. Hal ini dibuktikan dengan nilai t_{hitung} dari minat sebesar $5,025 > t_{tabel}$ sebesar 1,660, dengan nilai signifikansi sebesar $0,006 < \alpha = 0,000$ maka H_{01} ditolak. Dengan nilai koefisien regresi yang didapatkan adalah:

¹²⁸ Dafita Hilmi. Analisis Pendekatan Technology Acceptance Model (TAM) Pada Sistem Informasi Akuntansi Berbasis Komputer. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*. 5 (2). 2015.

$$Y = 1,834 \text{ (constan)} + 0,127 X_1 \text{ (kemudahan)} + 0,637 X_2 \text{ (kemanfaatan)} + 0,127 X_3 \text{ (sikap)} + 0,425 X_4 \text{ (minat)} + 0,086 X_4 \text{ (risiko)}$$

Hal tersebut menandakan bahwa nilai variabel minat sebesar 0,425 persen, artinya jika variabel minat meningkat 1 persen maka nilai keputusan akan meningkat sebesar 0,425 persen. Peneliti menyimpulkan bahwa besar minat masyarakat dalam menggunakan aplikasi DANA maka akan semakin meningkatkan keputusan masyarakat dalam melakukan pembayaran secara online menggunakan aplikasi DANA tersebut.

Hasil penelitian sejala dilakukan oleh Dafita Hilmi menunjukkan penggunaan minat memiliki dampak positif yang signifikan terhadap perilaku dengan nilai signifikansi 0,000.¹²⁹ Hasil penelitian sejalan dilakukan oleh Afiful Ichwan dan Ruslan Abdul Ghofur yang menyatakan bahwa terdapat pengaruh minat terhadap keputusan muzakki membayar Zakat melalui Fintech Gopay dengan nilai signifikansi 0,000.¹³⁰

Peneliti menyimpulkan bahwa minat adalah Langkah awal terjadinya sebuah keputusan. Semakin besar minat yang dimiliki masyarakat dalam melakukan pembayaran menggunakan aplikasi DANA saat berbelanja online maka kan semakin meningkatkan keputusan begitupun sebaliknya. Minat menggunakan aplikasi DANA akan timbul jika aplikasi DANA memiliki fitur yang membantu transaksi sehingga massyarakat mencoba untuk menggunakannya di masa sekarang dan masa depan.

¹²⁹ Dafita Hilmi. Analisis Pendekatan Technology Acceptance Model (TAM) Pada Sistem Informasi Akuntansi Berbasis Komputer. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*. 5 (2). 2015.

¹³⁰ Afiful Ichwan dan Ruslan Abdul Ghofur. Pengaruh Technology Acceptance Model Terhadap Keputusan Muzakki Membayar Zakat Melalui Fintech Gopay. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 6(02), 2020, 129-135

4.2.5 Pengaruh Risiko Terhadap Keputusan Bertransaksi Dalam Berbelanja Online Pada Masyarakat di Kota Langsa

Hasil penelitian menunjukkan risiko memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan Bertransaksi Dalam Berbelanja Online Pada Masyarakat di Kota Langsa. Hal ini dibuktikan dengan nilai t_{hitung} dari risiko sebesar $3,093 > t_{tabel}$ sebesar $1,660$, dengan nilai signifikansi sebesar $0,003 < \alpha = 0,05$ maka H_{01} ditolak. Artinya risiko berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan bertransaksi dalam berbelanja online pada masyarakat di Kota Langsa dengan demikian hipotesis H_{a5} diterima. Dengan nilai koefisien regresi yang didapatkan adalah:

$$Y = 1,834 \text{ (constan)} + 0,127 X_1 \text{ (kemudahan)} + 0,637 X_2 \text{ (kemanfaatan)} + 0,127 X_3 \text{ (sikap)} + 0,425 X_4 \text{ (minat)} + 0,086 X_4 \text{ (risiko)}$$

Hal tersebut menandakan bahwa nilai variabel risiko sebesar $0,086$ skala, artinya jika variabel risiko meningkat 1 persen maka nilai keputusan akan meningkat sebesar $0,086$ persen. Artinya risiko berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan dengan demikian hipotesis H_{a5} diterima. Peneliti menyimpulkan bahwa semakin besar risiko yang dapat dihindarkan dari penggunaan DANA dalam berbelanja online maka akan semakin meningkatkan keputusan masyarakat untuk berbelanja online.

Penelitian yang dilakukan oleh Hutami menunjukkan bahwa persepsi risiko berpengaruh terhadap keputusan menggunakan QRIS dengan nilai signifikansi $0,025$.¹³¹ Penelitian yang dilakukan oleh Siti Hasnah menunjukkan

¹³¹ Hutami. Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Dan Persepsi Risiko Terhadap Keputusan Menggunakan Uang Elektronik (QRIS) Pada Mahasiswa. *Jurnal IKRA-ITH Ekonomika*. 4 (1). 2021

bahwa risiko berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan dengan nilai signifikansi 0,000.¹³²

Risiko dapat diartikan sebagai peluang akan terjadinya hasil yang tidak diinginkan sebagai sebuah efek samping hanya terkait dengan situasi yang memungkinkan munculnya hasil negatif serta berkaitan dengan kemampuan memperkirakan hasil negatif. Oleh karena itu dengan meningkatnya pemahaman mengenai seluruh risiko yang dapat dihindarkan dari pembayaran online menggunakan DANA maka akan semakin meningkatkan keputusan masyarakat dalam melakukan transaksi pembayaran menggunakan DANA.

4.2.6 Pengaruh Penggunaan *Technology Acceptance Model* (TAM) Terhadap Keputusan Bertransaksi Dalam Berbelanja Online Pada Masyarakat Kota Langsa

Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara simultan pengaruh secara simultan (keseluruhan) variabel kemudahan, kemanfaatan, sikap, minat dan risiko dapat dilihat dari hasil uji F, dengan nilai $F_{hitung} = 31,798 > F_{tabel} = 2,19$ dengan nilai signifikansi = 0.000. Peneliti menyimpulkan bahwa semakin besar Penggunaan *Technology Acceptance Model* (TAM) oleh masyarakat Kota Langsa semakin meningkatkan keputusan masyarakat dalam menggunakan aplikasi DANA pada saat proses pembayaran.

Dari hasil pengujian F tersebut dapat diketahui bahwa Keputusan Bertransaksi Dalam Berbelanja Online Pada Masyarakat Kota Langsa sangat dipengaruhi oleh 5 faktor yaitu kemudahan, kemanfaatan, sikap, minat dan risiko. Semakin besar kemudahan yang dirasakan oleh masyarakat dalam menggunakan

¹³² Siti Hasnah. Pengaruh Persepsi Kebermanfaatan, Persepsi Kemudahan Dan Risiko Terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan M-Banking Pada Masa Pandemi Tahun 2020 (Studi pada PT Bank Syariah Mandiri Kcp Majenang). *Skripsi*. UIN Purwokerto. 2022

aplikasi DANA, semakin banyak manfaat yang didapat dari aplikasi DANA maka akan membentuk sebuah sikap dan minat masyarakat dalam menggunakan aplikasi tersebut. Sedangkan variabel risiko sendiri merupakan variabel yang berada di luar dari TAM, dimana masyarakat juga akan mempertimbangkan risiko yang didapat dari menggunakan DANA. Apabila semakin minim risiko yang akan ditimbulkan maka akan semakin meningkatkan keputusan.

Hal tersebut sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Putu dan Wayan bahwa secara simultan Technology Acceptance Model (TAM) memiliki pengaruh Terhadap Niat Beli Ulang Online Di Kota Denpasar.¹³³ Penelitian Hutami menunjukkan bahwa persepsi risiko berpengaruh terhadap keputusan menggunakan QRIS dengan nilai signifikansi 0,025.¹³⁴

Hasil pengujian regresi ganda menunjukkan bahwa koefisien determinasi R Square yang diperoleh sebesar 0,609 atau 60,9%, yang menunjukkan keterangan kemudahan (X_1), kemanfaatan (X_2), sikap (X_3), minat (X_4) dan risiko (X_5) dalam menyelesaikan variasi yang terjadi pada keputusan (Y) sebesar 60,9%, sedangkan sisanya 39,1% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti.

¹³³ Putu dan Wayan. Pengaruh Technology Acceptance Model (TAM) Terhadap Niat Beli Ulang Online Di Kota Denpasar. *E-Jurnal Manajemen Unud*, Vol. 7, No. 8, 2018: 4124-4152

¹³⁴ Hutami. Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Dan Persepsi Risiko Terhadap Keputusan Menggunakan Uang Elektronik (QRIS) Pada Mahasiswa. *Jurnal IKRA-ITH Ekonomika*. 4 (1). 2021

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, maka dapat ditarik beberapa kesimpulan sebagai berikut.

1. Hasil penelitian bahwa nilai t_{hitung} persepsi kemudahan = 2,811 > t_{tabel} sebesar 1,660, dengan nilai signifikansi sebesar $0,006 < \alpha = 0,05$. Artinya persepsi kemudahan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan bertransaksi dalam berbelanja online pada masyarakat di Kota Langsa dengan demikian hipotesis H_{a1} diterima
2. Hasil bahwa nilai t_{hitung} kemanfaatan = 6,234 > t_{tabel} sebesar 1,660, dengan nilai signifikansi sebesar $0,000 < \alpha = 0,05$. Artinya persepsi kemanfaatan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan bertransaksi dalam berbelanja online pada masyarakat di Kota Langsa dengan demikian hipotesis H_{a2} diterima.
3. Nilai t_{hitung} persepsi sikap = 2,259 > t_{tabel} sebesar 1,660, dengan nilai signifikansi sebesar $0,026 < \alpha = 0,05$. Artinya sikap berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan bertransaksi dalam berbelanja online pada masyarakat di Kota Langsa dengan demikian hipotesis H_{a3} diterima
4. Nilai t_{hitung} minat = 5,025 > t_{tabel} sebesar 1,660, dengan nilai signifikansi sebesar $0,006 < \alpha = 0,000$. Artinya minat berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan bertransaksi dalam berbelanja online pada masyarakat di Kota Langsa dengan demikian hipotesis H_{a4} diterima

5. Nilai t_{hitung} risiko = 3,093 > t_{tabel} sebesar 1,660, dengan nilai signifikansi sebesar $0,003 < \alpha = 0,05$. Artinya risiko berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan bertransaksi dalam berbelanja online pada masyarakat di Kota Langsa dengan demikian hipotesis H_{a5} diterima
6. Hasil penelitian menyatakan ada pengaruh secara simultan (keseluruhan) variabel kemudahan, kemanfaatan, sikap, minat dan risiko dapat dilihat dari hasil uji F, dengan nilai $F_{hitung} = 31,798 > F_{tabel} = 2,19$ dengan nilai signifikansi = 0.000. Dengan demikian nilai signifikansi ($0.000 < 0.05$), maka terdapat pengaruh yang signifikan antara kemudahan (X_1), kemanfaatan (X_2), sikap (X_3), minat (X_4) dan risiko (X_5) terhadap keputusan (Y)

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian, pembahasan dan kesimpulan yang diperoleh, maka saran yang dapat diberikan sebagai berikut:

1. Bagi Akademisi

Penelitian ini dapat menjadi bahan bacaan, keilmuan serta pengetahuan bagi para mahasiswa mengenai TAM.
2. Kepada Peneliti Selanjutnya
 - a. Disarankan menambah variabel independen yang dapat mempengaruhi keputusan.
 - b. Dapat menggunakan aplikasi *financial technology* lain selain DANA dalam berbelanja online.
 - c. Sebaiknya dirancang lebih mendalam lagi, khususnya mengenai analisis

deskripsi karakteristik responden.

3. Kepada Masyarakat Kota Langsa

Diharapkan kepada masyarakat Kota Langsa dapat menggunakan aplikasi DANA dalam setiap pembayaran yang dilakukan, hal ini bertujuan untuk mendorong efisiensi transaksi dan mempercepat inklusi keuangan di Kota Langsa. Selain itu penggunaan DANA juga lebih efektif dan efisien serta terhindar dari berbagai macam risiko jika dibandingkan melakukan pembayaran secara tunai.

DAFTAR PUSTAKA

- Agustinus Johanes. 2016. *Manajemen dan Strategi Pembelian*. Malang : Media Nusa Creative.
- Ahmad Yurida. 2022. Analisis Perkembangan Financial Technology (Fintech) Syariah Pada Masa Pandemi Covid-19 di Indonesia. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Syariah*. 1 (2).
- Aulia. 2020. Faktor-faktor yang mempengaruhi minat masyarakat mengajukan kredit di financial technology (fintech). *JII: Jurnal Investasi Islam* Vol. 5 No. 2
- Azuar Julianda & Irfan. 2013. *Metodologi Penelitian Kuantitatif*, Bandung: CitaPustaka Media Perintis.
- Bakhtiar Amsal. 2013. *Filsafat Ilmu* Jakarta: PT. Grafindo Parsada.
- Bank Indonesia. 2016. Surat Edaran No. 18/22/DKSP “Penyelenggara Layanan Keuangan Digital”
- Dien Ilham Genaldy. 2018. Pengaruh Kemudahan, Kemanfaatan dan Promosi Uang Elektronik terhadap Keputusan Penggunaan Uang Elektronik di Masyarakat, *Jurnal Ekonomi Syariah*.6 (2).
- Difa dan Risky. 2021.“ Pengaruh Media Sosial Terhadap Pengetahuan Tentang Quick Response Code Indonesian Standard (QRIS). *Jurnal Ilmu Perbankan dan Keuangan Syariah*. Vol.3 No.2
- Fatwa DSN MUI. 2018. Layanan Pembiayaan Berbasis Teknologi Informasi Berdasarkan Prinsip Syariah No 117/DSN-MUI/II/2018
- Fitriani dan Dirwan. 2020. Pengaruh Kemudahan, Promosi, Dan Kemanfaatan Terhadap Keputusan Penggunaan Uang Digital. *Jurnal Ilmiah dan Akutansi Manajemen*, Vol 3, No 1.
- Helga Drumon. 2011. *Pengambilan Keputusan*. Jakarta: Indeks.
- Kasmir dan Jakfar. 2013. *Studi Kelayakan Bisnis*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Kris H. Timotius. 2017. *Pengantar Ilmu Pengetahuan*. Yogyakarta:Andi,
- M. Anang Firmansyah. 2015. *Prilaku Konsumen* (Sikap dan Pemasaran). Yogyakarta : Depublish.

- Mahmudi. 2015. *Pengantar Kinerja Sektor Publik*, Jakarta: Unit penerbit dan percetakan sekolah tinggi ilmu manajemen YKPN.
- Mardiasmo. 2017. *Akuntansi Sektor Publik: Suatu Pengantar*. Jakarta: Erlangga.
- Muhammad Arifiyanto dan Nur Kholidah. 2020. Analisis Pengaruh Pengetahuan Produk, Persepsi Manfaat Dan Promosi Terhadap Minat Penggunaan Uang Elektronik Berbasis Server *Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis*. 4 (2).
- Muhammad Wildan, 2020. “Pengaruh Persepsi Kemudahan, Efektivitas dan Risiko Terhadap Minat Menggunakan Fintech”.*Skripsi*. FEBI UIN Walisongo Semarang
- Muhammad. 2013. *Metodologi Penelitian Ekonomi Islam Pendekatan Kualitatif* Jakarta: Rajawali pers.
- Nurdin dan Winda. 2020. Pengaruh Pengetahuan, Kemudahan dan Risiko Terhadap Minat Bertransaksi Menggunakan Finansial Technology (Fintech) Pada Mahasiswa Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palu. *Jurnal Perbankan dan Keuangan Syariah* Vol. 2 No. 2
- Nurul Indarti. 2014. *Manajemen Pengetahuan : Teori dan Praktik*, Yogyakarta: Gadjah Mada University Press.
- Penetrasi Pengguna Internet, *Situs Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia*. Website: <https://www.apji.or.id> (diakses 10 September 2022 pukul 10.00 Wib)
- Peraturan Otoritas Jasa Keuangan (POJK) Nomor 77/POJK.01/2016, Layanan Pinjam Meminjam Uang Berbasis Teknologi Informasi (LPMUBTI)
- Pusat Bahasa Departemen Pendidikan Nasional. 2016. *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Jakarta: Balai Pustaka.
- Rhomadatu Inayah. 2020. Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Kemanfaatan, Dan Promosi Terhadap Minat Penggunaan Uang Elektronik Pada Masyarakat. *Jurnal Manajemen Bisnis*. 1 (2).
- Rizky Eka Febriasnyah. 2020. *Teori Pengambilan Keputusan*,. Jawa Timur: Umsida Press.
- Saiman, Leonardus. 2012. *Kewirausahaan: Teori, Praktik, dan Kasus-kasus*. Jakarta : Salemba Empat.
- Selfi Diana Putri. 2021. “Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Minat Menggunakan Fintech Payment (Paylater) Pada Shopee”. *Jurnal Ilmiah Keuangan dan Bisnis*, 1 (2).

- Senja dan Agung. 2020. Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Penggunaan Financial Technology (Gopay) Di Kabupaten Gresik. *Jurnal Penelitian Ilmu Manajemen (JPIM)*. Volume 6 No 3 Oktober
- Soekidjo Notoatmodjo. 2013. *Pendidikan Dan Perilaku*. Jakarta: PT. Rineka Cipta.
- Sugiyono. 2016. *Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif dan R&D)*. Bandung:Alfabeda.
- Sumarwan, Ujang. 2012. *Perilaku Konsumen (Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran)* Bogor: Ghalia Indonesia.
- Trisna dan Luh. Pengaruh literasi keuangan, persepsi kemudahan, manfaat, keamanan dan pengaruh sosial terhadap minat penggunaan fintech. *Jurnal Ekonomi, Manajemen dan Akuntansi* ISSN: 1411-1713 (Print) 2528-150X (Online)
- Winardi. 2015. *Manajemen Perubahan (The Manajement Of Change) edisi pertama*, Jakarta : Kencana Prenada Media Group.