
**ANALISIS PENGARUH KEMUDAHAN DAN KEPERCAYAAN TERHADAP
MINAT PENGGUNAAN E-WALLET GOPAY MENGGUNAKAN
TECHNOLOGY ACCEPTANCE MODEL (TAM)**

Zalfa Salsabila^{1*}, Rizka Khairunnisa Munandar², Adam Djodistyo Pambudi³

Program Studi Ilmu Komputer, Universitas Pamulang, Tangerang Selatan, Banten

E-mail: ¹zalfasalsaa079@gmail.com, ²rizkakhairunnisaa07@gmail.com,

³adamdjodi17@gmail.com.

Abstrak

Laju perkembangan teknologi finansial di Indonesia menyebabkan perubahan signifikan dalam pola transaksi masyarakat, termasuk meningkatnya adopsi layanan dompet digital. GoPay merupakan salah satu platform e-wallet yang memiliki penetrasi pasar kuat karena integrasinya dengan ekosistem aplikasi Gojek. Meskipun demikian, minat penggunaan e-wallet dipengaruhi oleh faktor-faktor psikologis dan persepsi pengguna terkait kemudahan dan kepercayaan. Penelitian ini bertujuan menganalisis pengaruh kemudahan (*Perceived Ease of Use*) dan kepercayaan (*Trust*) terhadap minat penggunaan (*Behavioral Intention*) GoPay dengan berlandaskan model Technology Acceptance Model (TAM). Metode penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif melalui penyebaran kuesioner kepada 120 responden yang merupakan pengguna aktif GoPay. Analisis data dilakukan menggunakan regresi linier berganda untuk menguji hubungan antar variabel serta kekuatan pengaruhnya. Hasil penelitian menunjukkan bahwa baik kemudahan maupun kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan GoPay. Temuan ini memperkuat literatur sebelumnya bahwa persepsi kemudahan dan kepercayaan merupakan determinan penting dalam adopsi teknologi finansial. Penelitian ini memberikan implikasi praktis bagi penyedia layanan dompet digital dalam merancang strategi peningkatan pengalaman pengguna, keamanan sistem, dan loyalitas pelanggan.

Kata Kunci: GoPay, Kemudahan, Kepercayaan, Minat Penggunaan, TAM, Fintech.

Abstract

The rapid advancement of financial technology in Indonesia has substantially influenced consumer transaction behavior, particularly in the use of digital wallets. GoPay stands out as one of the most widely adopted platforms due to its seamless integration within the Gojek ecosystem. Nevertheless, users' intention to adopt e-wallet services is shaped by psychological determinants such as perceived ease of use and trust. This study aims to investigate the influence of perceived ease of use and trust on behavioral intention to use GoPay, employing the Technology Acceptance Model (TAM) as the theoretical foundation. A quantitative research design was utilized by distributing questionnaires to 120 active GoPay users. The collected data were examined using multiple linear regression to analyze the significance and magnitude of the relationships among variables. The findings reveal that perceived ease of use and trust both have significant positive effects on users' behavioral intention. These results corroborate previous studies stating that ease of use and trust are essential determinants in technology adoption, particularly within financial technology services. This study offers practical implications for digital wallet providers to enhance system usability, strengthen security features, and foster long-term user loyalty.

Keywords: *GoPay, Ease of Use, Trust, Behavioral Intention, TAM, Financial Technology.*

PENDAHULUAN

Transformasi digital dalam sektor keuangan telah mengubah cara masyarakat bertransaksi dan mengakses layanan finansial di berbagai negara, termasuk Indonesia. Perkembangan financial technology (fintech) memungkinkan proses pembayaran menjadi lebih cepat, efisien, dan mudah dijangkau oleh seluruh lapisan masyarakat. Bank Indonesia menegaskan bahwa digitalisasi sistem pembayaran merupakan pilar penting dalam meningkatkan efisiensi dan inklusi keuangan nasional (Bank Indonesia, 2023). Salah satu produk fintech yang berkembang pesat adalah dompet digital (e-wallet), yang kini menjadi alternatif populer dalam transaksi sehari-hari.

Di antara berbagai layanan e-wallet di Indonesia, GoPay menempati posisi strategis karena integrasinya dengan ekosistem Gojek yang mencakup layanan transportasi, belanja, kuliner, dan pembayaran QRIS. Tingginya penggunaan GoPay menunjukkan keberhasilan adopsi teknologi digital, tetapi peningkatan persaingan dengan penyedia lain seperti OVO, DANA, dan ShopeePay menuntut pemahaman lebih mendalam mengenai faktor psikologis yang memengaruhi minat penggunaan. Penelitian terdahulu menunjukkan bahwa keputusan pengguna dalam memanfaatkan teknologi digital tidak hanya dipengaruhi oleh fungsi layanan, tetapi juga oleh konstruk kognitif dan afektif seperti persepsi kemudahan dan kepercayaan (Venkatesh & Davis, 2000; Oliveira et al., 2016).

Perceived ease of use (PEOU) menggambarkan tingkat keyakinan pengguna bahwa teknologi mudah dipahami dan digunakan tanpa memerlukan usaha yang besar (Davis, 1989). Kemudahan telah terbukti sebagai salah satu determinan utama dalam penerimaan teknologi, termasuk dalam konteks pembayaran digital (Gupta & Arora, 2019; Alam et al., 2021). Ketika aplikasi dianggap sederhana dan tidak membingungkan, pengguna akan lebih terbuka untuk terus menggunakannya dalam transaksi sehari-hari.

Selain kemudahan, kepercayaan (trust) merupakan elemen penting dalam layanan keuangan digital. Trust berkaitan dengan keyakinan pengguna bahwa sistem aman, dapat diandalkan, dan melindungi informasi pribadi serta finansial mereka (Gefen et al., 2003). Berbagai penelitian menunjukkan bahwa kepercayaan berperan besar dalam membentuk intensi penggunaan layanan berbasis internet, terutama yang berhubungan dengan uang dan data pribadi, seperti mobile payment dan e-wallet (Shaw, 2014; Slade et al., 2015; Kim et al., 2010). Minimnya tingkat kepercayaan berpotensi menurunkan minat penggunaan meskipun sistem tersebut menawarkan manfaat teknologi yang tinggi (Chauhan, 2015).

Kerangka teoritis dalam penelitian ini didasarkan pada Technology Acceptance Model (TAM) yang dikembangkan oleh Davis (1989). TAM menekankan bahwa perceived usefulness dan perceived ease of use merupakan faktor utama yang menentukan niat pengguna dalam menerima teknologi. Penelitian lanjutan oleh Venkatesh dan Davis (2000) serta Venkatesh et al. (2003) memperluas pemahaman bahwa persepsi pengguna terhadap kemudahan dan manfaat merupakan prediktor kuat terhadap penerimaan teknologi digital. Dalam konteks e-wallet, penelitian sebelumnya juga mengintegrasikan variabel trust ke dalam model TAM untuk

menjelaskan perilaku pengguna secara lebih komprehensif (Gefen et al., 2003; Alalwan, 2020).

Meskipun terdapat banyak penelitian mengenai adopsi e-wallet, studi yang secara spesifik mengkaji hubungan antara kemudahan dan kepercayaan terhadap minat penggunaan GoPay masih relatif terbatas. Persaingan antar platform, karakteristik pengguna yang dinamis, dan perubahan kebutuhan teknologi mendorong perlunya penelitian lanjutan. Oleh karena itu, penelitian ini dilakukan untuk menganalisis pengaruh *perceived ease of use* dan *trust* terhadap minat penggunaan GoPay menggunakan kerangka TAM. Hasil penelitian diharapkan dapat memberikan kontribusi teoretis terhadap literatur perilaku teknologi serta memberikan rekomendasi praktis bagi penyedia layanan e-wallet dalam meningkatkan kualitas, keamanan, dan kepercayaan pengguna.

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif untuk menguji secara sistematis pengaruh *Perceived Ease of Use* dan *Trust* terhadap *Behavioral Intention* dalam penggunaan GoPay. Pendekatan kuantitatif dipilih karena mampu menghasilkan temuan yang objektif melalui pengolahan data numerik serta memungkinkan analisis hubungan antar variabel secara terukur, sejalan dengan rekomendasi penelitian perilaku teknologi (Venkatesh et al., 2003). Landasan teoritis penelitian ini menggunakan *Technology Acceptance Model* (TAM) yang diperkenalkan oleh Davis (1989), yang kemudian diperluas dengan memasukkan variabel kepercayaan untuk mengakomodasi konteks teknologi finansial yang memiliki tingkat risiko lebih tinggi (Gefen et al., 2003). Model ini telah diakui sebagai teori yang konsisten dalam memprediksi penerimaan dan penggunaan teknologi di berbagai ranah, termasuk sistem pembayaran digital dan layanan keuangan berbasis internet (Oliveira et al., 2016; Liébana-Cabanillas et al., 2017).

Populasi penelitian mencakup pengguna aktif GoPay di Indonesia. Teknik penentuan sampel yang digunakan adalah *purposive sampling*, yakni pemilihan responden berdasarkan karakteristik tertentu, yaitu mereka yang telah menggunakan GoPay minimal tiga kali dalam tiga bulan terakhir. Teknik ini banyak digunakan dalam penelitian mengenai fintech untuk memastikan bahwa responden benar-benar memiliki pengalaman aktual menggunakan layanan yang diteliti (Kim et al., 2010; Slade et al., 2015). Sebanyak 120 responden memenuhi kriteria tersebut dan jumlah ini memenuhi standar minimum untuk analisis regresi, sebagaimana disarankan oleh Hair et al. (dalam Oliveira et al., 2016).

Instrumen penelitian berupa kuesioner berbasis online dengan format skala Likert lima poin, mulai dari "Sangat Tidak Setuju" hingga "Sangat Setuju." Penyusunan butir pernyataan merujuk pada indikator teoretis: *Perceived Ease of Use* diadaptasi dari Davis (1989), variabel *Trust* mengacu pada Gefen et al. (2003) dan Shaw (2014), sedangkan variabel *Behavioral Intention* disusun berdasarkan Venkatesh et al. (2003) dan Kim et al. (2010). Penggunaan skala Likert dipandang tepat untuk menangkap persepsi pengguna secara kuantitatif, sebagaimana diterapkan pada penelitian terdahulu terkait adopsi teknologi (Alam et al., 2021). Kuesioner disebarkan melalui media sosial dan platform daring lainnya, metode yang dinilai efektif mengingat

mayoritas pengguna e-wallet merupakan pengguna internet aktif (Bank Indonesia, 2023).

Tahapan analisis data meliputi uji validitas dan reliabilitas untuk memastikan bahwa instrumen mampu mengukur konstruk secara akurat dan konsisten. Nilai Cronbach's Alpha ≥ 0.70 digunakan sebagai acuan reliabilitas yang memadai, mengikuti pedoman penelitian sebelumnya (Gefen et al., 2003; Oliveira et al., 2016). Selain itu, dilakukan pula uji asumsi klasik, meliputi uji normalitas, multikolinearitas, dan heteroskedastisitas untuk memastikan kelayakan model regresi. Analisis regresi linier berganda digunakan sebagai teknik analisis utama untuk menilai pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen secara parsial maupun simultan, sebagaimana diimplementasikan pada penelitian adopsi digital lainnya (Kim et al., 2010; Oliveira et al., 2016). Evaluasi terhadap kekuatan model dilakukan melalui pengujian nilai koefisien determinasi (R^2), uji F, serta uji t untuk mengukur sejauh mana variabel bebas memberikan kontribusi terhadap minat penggunaan.

Secara keseluruhan, metode penelitian ini dirancang untuk memberikan gambaran empiris yang komprehensif mengenai peran kemudahan dan kepercayaan dalam menjelaskan minat pengguna terhadap e-wallet GoPay dalam kerangka TAM, serta memberikan landasan empiris bagi pengembangan penelitian dan praktik di bidang fintech.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Karakteristik responden disajikan untuk memberikan gambaran umum mengenai profil pengguna e-wallet GoPay yang menjadi objek penelitian. Penyajian karakteristik responden bertujuan untuk memastikan bahwa responden yang terlibat sesuai dengan kriteria penelitian serta memiliki pengalaman yang relevan dalam menggunakan layanan GoPay. Informasi mengenai karakteristik responden juga berfungsi untuk mendukung interpretasi hasil penelitian, khususnya dalam memahami kecenderungan persepsi responden terhadap kemudahan penggunaan, kepercayaan, dan minat penggunaan e-wallet.

Dalam penelitian ini, karakteristik responden dibatasi pada data demografis dan perilaku penggunaan yang diperoleh melalui kuesioner, yaitu jenis kelamin, usia, dan frekuensi penggunaan GoPay per minggu. Ketiga karakteristik tersebut dipandang cukup representatif untuk menggambarkan profil responden dalam konteks penelitian adopsi e-wallet, karena berkaitan langsung dengan kebiasaan penggunaan teknologi digital dan intensitas pemanfaatan layanan keuangan berbasis aplikasi.

Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah Responden	Presentase (%)
Laki-laki	54	45,0
Perempuan	55	55,0
Total	120	100

Berdasarkan tabel di atas, mayoritas responden dalam penelitian ini berjenis kelamin perempuan dengan persentase sebesar 55 persen, sedangkan responden laki-laki sebesar 45 persen. Komposisi tersebut menunjukkan bahwa penggunaan e-wallet GoPay relatif seimbang antara laki-laki dan perempuan, meskipun terdapat sedikit

dominasi pengguna perempuan. Hal ini mengindikasikan bahwa layanan GoPay dapat diterima secara luas oleh berbagai kelompok gender dan tidak terbatas pada segmen tertentu saja.

Dominasi pengguna perempuan juga dapat dikaitkan dengan meningkatnya kebutuhan transaksi non-tunai dalam aktivitas sehari-hari, seperti pembayaran transportasi, belanja daring, serta layanan pesan-antar makanan yang terintegrasi dengan ekosistem Gojek. Dengan demikian, perbedaan jenis kelamin tidak menjadi hambatan utama dalam penggunaan e-wallet, melainkan menunjukkan bahwa kemudahan dan fleksibilitas layanan mampu menjangkau pengguna dari berbagai latar belakang.

Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Usia	Jumlah Responden	Presentase (%)
< 20 tahun	18	15,0
20-25 tahun	72	60,0
> 25 tahun	30	25,0
Total	120	100

Berdasarkan karakteristik usia, sebagian besar responden berada pada rentang usia 20-25 tahun dengan persentase sebesar 60 persen. Kelompok usia ini merupakan kelompok usia produktif yang umumnya memiliki tingkat adaptasi yang tinggi terhadap perkembangan teknologi digital dan inovasi layanan berbasis aplikasi. Pengguna pada rentang usia ini cenderung memiliki intensitas penggunaan smartphone yang tinggi serta terbiasa melakukan berbagai aktivitas secara digital, termasuk transaksi keuangan.

Dominasi kelompok usia 20-25 tahun menunjukkan bahwa GoPay banyak digunakan oleh generasi muda yang memiliki mobilitas tinggi dan kebutuhan transaksi yang cepat serta praktis. Sementara itu, keberadaan responden berusia di bawah 20 tahun dan di atas 25 tahun menunjukkan bahwa layanan GoPay juga digunakan oleh kelompok usia lainnya, meskipun dengan proporsi yang lebih kecil. Hal ini mengindikasikan bahwa e-wallet GoPay memiliki jangkauan pengguna yang cukup luas lintas usia, namun tetap lebih dominan di kalangan usia muda.

Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi Penggunaan GoPay per Minggu

Frekuensi Penggunaan	Jumlah Responden	Presentase (%)
1-3 kali	28	23,3
4-6 kali	52	43,3
> 6 kali	40	33,4
Total	120	100

Berdasarkan frekuensi penggunaan GoPay per minggu, mayoritas responden menggunakan GoPay sebanyak 4-6 kali per minggu dengan persentase sebesar 43,3 persen. Selanjutnya, responden yang menggunakan GoPay lebih dari 6 kali per minggu mencapai 33,4 persen. Temuan ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden memiliki tingkat intensitas penggunaan yang tinggi, sehingga dapat dikategorikan sebagai pengguna aktif e-wallet GoPay.

Tingginya frekuensi penggunaan mengindikasikan bahwa GoPay telah menjadi alat pembayaran yang terintegrasi dalam aktivitas transaksi rutin pengguna, baik untuk kebutuhan transportasi, pembelian makanan, maupun transaksi non-tunai lainnya. Intensitas penggunaan yang tinggi ini memperkuat validitas penelitian, karena

responden dinilai memiliki pengalaman yang memadai dalam menggunakan layanan GoPay. Dengan demikian, responden mampu memberikan penilaian yang lebih objektif dan akurat terhadap aspek kemudahan penggunaan, kepercayaan, serta minat penggunaan e-wallet yang diteliti.

Penelitian ini memanfaatkan data primer yang diperoleh dari 120 responden pengguna aktif dompet digital GoPay di Indonesia. Responden ditentukan menggunakan teknik *purposive sampling* dengan kriteria telah menggunakan layanan GoPay minimal tiga kali dalam tiga bulan terakhir. Penerapan kriteria tersebut bertujuan untuk memastikan bahwa responden memiliki pengalaman penggunaan yang memadai sehingga mampu memberikan penilaian yang relevan terhadap variabel yang diteliti.

Pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner secara daring dengan menggunakan platform Google Form. Instrumen penelitian disusun berdasarkan skala Likert lima poin, yang terdiri atas rentang penilaian dari 1 (Sangat Tidak Setuju) hingga 5 (Sangat Setuju). Skala ini digunakan untuk mengukur persepsi responden terhadap setiap indikator variabel penelitian secara sistematis dan terstandar.

Variabel penelitian meliputi *Perceived Ease of Use* (PEOU) dan *Trust* (TR) sebagai variabel independen, serta *Behavioral Intention* (BI) sebagai variabel dependen. Seluruh data yang diperoleh telah melalui tahap pengujian kualitas data, yang mencakup uji validitas dan reliabilitas guna memastikan ketepatan dan konsistensi instrumen penelitian. Selain itu, pengujian asumsi klasik juga dilakukan, meliputi uji normalitas, multikolinearitas, dan heteroskedastisitas. Hasil pengujian menunjukkan bahwa data memenuhi seluruh asumsi yang dipersyaratkan, sehingga layak untuk dianalisis lebih lanjut menggunakan metode regresi linier berganda.

Perceived Ease of Use (PEOU)

Indikator	Mean	Kategori
PEOU1	4,20	Tinggi
PEOU2	4,15	Tinggi
PEOU3	4,18	Tinggi
PEOU4	4,22	Tinggi
Rata-rata	4,19	Tinggi

Berdasarkan hasil pengolahan data yang disajikan pada tabel, variabel *Perceived Ease of Use* menunjukkan nilai rata-rata yang berada pada kategori tinggi. Temuan ini mengindikasikan bahwa sebagian besar responden memandang GoPay sebagai aplikasi yang relatif mudah untuk dipahami dan dioperasikan. Persepsi tersebut terbentuk dari pengalaman pengguna terhadap tampilan antarmuka yang jelas, struktur menu yang mudah dinavigasi, serta proses transaksi yang berlangsung secara cepat dan tidak kompleks.

Kondisi tersebut mencerminkan keberhasilan GoPay dalam merancang sistem dengan tingkat *user-friendliness* yang baik, sehingga mampu meminimalkan hambatan teknis yang umumnya menjadi faktor penghambat dalam penerimaan teknologi baru. Kemudahan penggunaan yang dirasakan pengguna juga berperan dalam meningkatkan kenyamanan saat berinteraksi dengan aplikasi, sehingga mengurangi potensi kesalahan penggunaan dan meningkatkan efisiensi transaksi.

Tingginya tingkat persepsi kemudahan penggunaan memiliki implikasi strategis dalam konteks adopsi dompet digital. Semakin sederhana suatu sistem, semakin

rendah pula upaya kognitif yang diperlukan pengguna untuk mempelajari serta mengoperasikannya. Dengan demikian, pengguna cenderung memiliki motivasi yang lebih kuat untuk menggunakan aplikasi secara berulang dan mengintegrasikannya sebagai metode pembayaran utama dalam aktivitas transaksi sehari-hari.

Trust (TR)

Indikator	Mean	Kategori
TR1	4,15	Tinggi
TR2	4,18	Tinggi
TR3	4,10	Tinggi
TR4	4,14	Tinggi
Rata-rata	4,14	Tinggi

Berdasarkan hasil analisis statistik deskriptif, variabel *Trust* menunjukkan nilai rata-rata sebesar 4,14 yang berada pada kategori tinggi. Temuan ini mengindikasikan bahwa responden memiliki tingkat kepercayaan yang kuat terhadap layanan GoPay. Kepercayaan tersebut tercermin dari keyakinan pengguna bahwa sistem GoPay mampu menjamin keamanan dalam setiap transaksi, menjaga kerahasiaan data pribadi, serta beroperasi secara stabil dan andal tanpa menimbulkan gangguan teknis yang berpotensi merugikan pengguna.

Dalam konteks layanan keuangan berbasis digital, aspek kepercayaan memegang peranan yang sangat penting mengingat transaksi yang dilakukan melibatkan dana serta informasi yang bersifat sensitif. Tingginya tingkat kepercayaan pengguna terhadap GoPay menunjukkan bahwa layanan ini mampu menciptakan rasa aman dan nyaman selama proses penggunaan. Kondisi tersebut berkontribusi dalam menekan risiko munculnya persepsi negatif terhadap pemanfaatan teknologi finansial.

Lebih lanjut, tingkat kepercayaan yang tinggi dapat dipandang sebagai salah satu kekuatan strategis bagi GoPay dalam menghadapi persaingan yang semakin kompetitif di industri dompet digital di Indonesia. Kepercayaan pengguna tidak hanya mendorong keberlanjutan penggunaan layanan, tetapi juga berpotensi meningkatkan loyalitas pengguna serta memperkuat posisi GoPay sebagai salah satu penyedia e-wallet yang dapat diandalkan.

Behavioral Intention (BI)

Indikator	Mean	Kategori
BI1	4,28	Tinggi
BI2	4,22	Tinggi
BI3	4,24	Tinggi
BI4	4,20	Tinggi
Rata-rata	4,24	Tinggi

Hasil pengolahan data menunjukkan bahwa variabel *Behavioral Intention* memiliki nilai rata-rata tertinggi dibandingkan dengan variabel penelitian lainnya, yaitu sebesar 4,24. Temuan ini mengindikasikan bahwa responden memiliki kecenderungan niat yang sangat kuat untuk tetap menggunakan layanan GoPay pada periode penggunaan selanjutnya. Selain itu, responden juga menunjukkan kecenderungan untuk memanfaatkan GoPay secara berkelanjutan dalam berbagai bentuk transaksi, serta memiliki kesediaan untuk merekomendasikan layanan tersebut kepada pihak lain.

Tingginya tingkat niat penggunaan mencerminkan keberhasilan GoPay dalam memberikan pengalaman penggunaan yang positif kepada penggunanya. Ketika

pengguna merasakan kemudahan dalam pengoperasian aplikasi serta memiliki kepercayaan terhadap aspek keamanan dan keandalan sistem, maka intensi untuk terus menggunakan layanan tersebut akan meningkat secara signifikan. Kondisi ini menunjukkan bahwa *Behavioral Intention* dapat dijadikan indikator penting dalam menilai potensi keberlanjutan penggunaan dompet digital dalam jangka panjang, khususnya di tengah dinamika perkembangan industri e-wallet yang semakin kompetitif.

PEMBAHASAN

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Perceived Ease of Use* berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap *Behavioral Intention* dalam penggunaan layanan GoPay. Kemudahan pengguna dalam memahami fitur-fitur aplikasi, kejelasan alur navigasi, serta proses transaksi yang sederhana dan efisien mendorong terciptanya rasa nyaman selama penggunaan e-wallet. Kondisi ini membuat pengguna tidak menghadapi hambatan berarti dalam mengoperasikan aplikasi, sehingga meningkatkan kecenderungan mereka untuk terus memanfaatkan layanan tersebut. Temuan ini konsisten dengan kerangka *Technology Acceptance Model* (TAM) yang dikemukakan oleh Davis (1989), yang menegaskan bahwa persepsi kemudahan penggunaan merupakan determinan utama dalam membentuk niat individu untuk menerima dan menggunakan suatu teknologi.

Selain faktor kemudahan, hasil analisis juga mengungkapkan bahwa variabel *Trust* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan GoPay. Kepercayaan pengguna yang berkaitan dengan keamanan sistem, perlindungan informasi pribadi, serta stabilitas dan keandalan layanan menjadi aspek krusial dalam membentuk intensi penggunaan. Dalam konteks layanan keuangan berbasis digital, tingkat kepercayaan yang tinggi berperan dalam menurunkan persepsi risiko yang dirasakan oleh pengguna, sehingga meningkatkan kesediaan mereka untuk melakukan transaksi secara daring. Temuan ini memperkuat hasil penelitian terdahulu yang menyatakan bahwa kepercayaan merupakan elemen kunci dalam proses adopsi teknologi finansial berbasis internet.

Secara simultan, kombinasi antara *Perceived Ease of Use* dan *Trust* terbukti memberikan pengaruh yang signifikan terhadap peningkatan *Behavioral Intention* pengguna GoPay. Hal ini mengindikasikan bahwa keberhasilan adopsi layanan e-wallet tidak hanya ditentukan oleh aspek teknis dan fungsional semata, tetapi juga oleh faktor psikologis yang berkaitan dengan rasa aman dan kepercayaan pengguna. Oleh karena itu, penyedia layanan e-wallet perlu secara berkelanjutan melakukan pengembangan terhadap kualitas antarmuka aplikasi, menyederhanakan alur transaksi, serta memperkuat sistem keamanan guna menjaga kepercayaan dan loyalitas pengguna, terutama di tengah persaingan industri fintech yang semakin dinamis dan kompetitif.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa variabel *Perceived Ease of Use* dan *Trust* terbukti memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap *Behavioral Intention* dalam penggunaan layanan e-wallet GoPay. Temuan ini mengindikasikan bahwa kemudahan

penggunaan dan tingkat kepercayaan pengguna merupakan faktor kunci yang berperan dalam mendorong penerimaan serta keberlanjutan pemanfaatan teknologi finansial di masyarakat. Semakin mudah suatu aplikasi digunakan – mulai dari tahap pendaftaran, pengoperasian menu, hingga proses transaksi – semakin besar pula kecenderungan pengguna untuk memanfaatkan layanan tersebut secara berulang. Tingkat kemudahan ini berkontribusi dalam menekan hambatan teknis maupun kognitif yang kerap menjadi penyebab rendahnya adopsi teknologi digital.

Selain faktor kemudahan, hasil penelitian juga menegaskan bahwa kepercayaan pengguna terhadap GoPay memiliki peran yang signifikan dalam membentuk minat penggunaan. Kepercayaan tersebut tercermin dari keyakinan pengguna terhadap kemampuan sistem dalam menjaga keamanan transaksi, melindungi data pribadi, serta memastikan keandalan layanan dalam memproses aktivitas keuangan. Dalam konteks layanan keuangan digital yang sarat dengan risiko, aspek rasa aman dan kepercayaan menjadi pertimbangan utama dalam pengambilan keputusan pengguna. Ketika pengguna memiliki keyakinan bahwa dana dan informasi pribadinya dikelola secara aman, maka intensi untuk terus menggunakan layanan e-wallet akan meningkat secara signifikan.

Secara simultan, kombinasi antara kemudahan penggunaan dan kepercayaan memberikan kontribusi yang kuat dalam membentuk intensi penggunaan GoPay. Hasil ini memperkuat relevansi *Technology Acceptance Model* (TAM) dalam menjelaskan perilaku adopsi e-wallet, khususnya pada sektor teknologi finansial. Penelitian ini juga menunjukkan bahwa penerimaan teknologi tidak hanya ditentukan oleh aspek teknis dan fungsional, tetapi turut dipengaruhi oleh faktor psikologis serta persepsi subjektif pengguna. Oleh karena itu, keberhasilan adopsi e-wallet sangat bergantung pada kemampuan penyedia layanan dalam menghadirkan sistem yang tidak hanya mudah digunakan, tetapi juga mampu membangun dan mempertahankan kepercayaan pengguna. Temuan penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi teoretis bagi pengembangan kajian adopsi teknologi serta menjadi rujukan bagi penelitian selanjutnya di bidang fintech.

Berdasarkan hasil penelitian, terdapat beberapa rekomendasi yang dapat dipertimbangkan:

1. Bagi penyedia layanan GoPay

hasil penelitian menunjukkan bahwa aspek kemudahan penggunaan dan kepercayaan memiliki peran yang signifikan dalam membentuk minat penggunaan e-wallet. Oleh karena itu, GoPay disarankan untuk terus melakukan pengembangan terhadap desain antarmuka aplikasi agar tetap sederhana, intuitif, dan mudah dipahami oleh pengguna dengan latar belakang yang beragam. Optimalisasi alur transaksi, peningkatan responsivitas dan kecepatan sistem, serta konsistensi tampilan antarmuka perlu menjadi fokus utama guna mempertahankan persepsi kemudahan penggunaan. Selain itu, penguatan sistem keamanan aplikasi, peningkatan perlindungan data pribadi, serta transparansi kebijakan privasi dan keamanan perlu terus ditingkatkan. Penyedia layanan juga disarankan untuk secara aktif melakukan edukasi kepada pengguna terkait keamanan transaksi digital, seperti penggunaan PIN, autentikasi ganda, serta upaya pencegahan penipuan, sehingga tingkat kepercayaan dan loyalitas pengguna dapat terjaga dalam jangka panjang.

2. Bagi pengguna

hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan pertimbangan dalam memilih dan menggunakan layanan e-wallet. Pengguna tidak hanya perlu memperhatikan aspek kemudahan dan kenyamanan dalam bertransaksi, tetapi juga penting untuk mempertimbangkan faktor keamanan, perlindungan data pribadi, serta keandalan sistem yang disediakan oleh penyedia layanan. Dengan meningkatnya pemahaman pengguna terhadap risiko dan mekanisme keamanan transaksi digital, diharapkan pengguna dapat memanfaatkan layanan e-wallet secara lebih bijak, aman, dan bertanggung jawab dalam aktivitas transaksi sehari-hari.

3. Bagi peneliti selanjutnya

penelitian ini masih memiliki sejumlah keterbatasan yang dapat dijadikan peluang pengembangan pada studi mendatang. Penelitian berikutnya disarankan untuk memperluas model penelitian dengan menambahkan variabel lain yang relevan, seperti *Perceived Usefulness*, persepsi risiko, kepuasan pengguna, maupun faktor pengaruh sosial, serta mengadopsi kerangka teori lain seperti *Unified Theory of Acceptance and Use of Technology* (UTAUT). Selain itu, penelitian di masa depan dapat menerapkan metode analisis yang lebih komprehensif, seperti *Structural Equation Modeling* (SEM), melakukan perbandingan antarplatform e-wallet, atau memperluas jumlah serta karakteristik responden guna memperoleh pemahaman yang lebih mendalam mengenai faktor-faktor yang memengaruhi adopsi dan keberlanjutan penggunaan e-wallet di Indonesia.

DAFTAR PUSTAKA

- Al-Sharafi, M., & others. (2022). Understanding mobile payment adoption through extended TAM: Evidence from developing countries. *Technology in Society*, 69, 101970. <https://doi.org/10.1016/j.techsoc.2022.101970>
- Alalwan, A. (2020). Mobile wallet adoption: A contemporary review and future research agenda. *International Journal of Information Management*, 54, 102067. <https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2020.102067>
- Chawla, D., & Joshi, H. (2020). Consumer attitude and intention to adopt mobile wallet in India: An empirical study. *International Journal of Bank Marketing*, 38(7), 1261–1282. <https://doi.org/10.1108/IJBM-09-2019-0350>
- Hair, J., & others. (2020). *Multivariate Data Analysis* (8th ed.). Cengage Learning.
- Haq, M., & Awan, S. (2020). Consumer trust in online payment systems: A systematic review. *Journal of Internet Commerce*, 19(1), 1–28. <https://doi.org/10.1080/15332861.2019.1668654>
- Indonesia, B. (2023). *Laporan Sistem Pembayaran Indonesia 2023*. <https://www.bi.go.id/>
- Leong, L.-Y., & Tan, G. W.-H. (2021). Predicting mobile payment adoption: A comprehensive review and future research agenda. *Telematics and Informatics*, 57, 101483. <https://doi.org/10.1016/j.tele.2020.101483>
- Liébana-Cabanillas, F., & others. (2020). Mobile payment adoption in the age of digital transformation: An empirical study. *Technological Forecasting and Social Change*, 155, 119988. <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2020.119988>
- Park, E., & others. (2021). Determinants of mobile payment usage: The roles of

- perceived risk and trust. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 62, 102613. <https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2021.102613>
- Pham, T., & Hoang, D. (2021). Determinants influencing the adoption of mobile payment: An integration of TAM and trust. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 63, 102684. <https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2021.102684>
- Rahman, M., & Sloan, T. (2022). Factors influencing digital payment adoption: A TAM-based empirical analysis. *Sage Open*, 12(3), 1–13. <https://doi.org/10.1177/21582440221117523>.