

**PENGARUH KEAMANAN, KEMUDAHAN DAN KEPERCAYAAN
TERHADAP MINAT PENGGUNAAN PINJAMAN *ONLINE*
SHOPEEPAYLATER PADA MASYARAKAT
KABUPATEN BATANG HARI**

Afriantoni¹⁾, Cahya Melati Sukma²⁾

Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas
Graha Karya Muara Bulian

Email : afriantoniways@gmail.com

Abstrak

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menjelaskan Pengaruh Keamanan, Kemudahan, dan Kepercayaan terhadap Minat Penggunaan Pinjaman Online Shopeepaylater Pada Masyarakat Kelurahan Bajubang Kabupaten Batang Hari Provinsi Jambi. Metode yang digunakan adalah kuantitatif yang menggunakan alat regresi linier berganda. Pengujian signifikansi pengaruh Keamanan (X_1), Kemudahan (X_2) dan Kepercayaan (X_3) sebagai variabel independen, dan Minat (Y) sebagai variabel dependen dengan menggunakan Uji t dan Uji F . Hasil pengujian hipotesis atas pengaruh variabel Keamanan terhadap Minat Penggunaan bahwa diperoleh nilai thitung $2,613 > t_{tabel} 1,66105$ maka H_1 diterima, dengan ini dapat diketahui bahwa Keamanan ini mempunyai pengaruh terhadap Minat Penggunaan. Hasil pengujian hipotesis atas pengaruh variabel Kemudahan terhadap Minat Penggunaan bahwa diperoleh nilai thitung $3,127 > t_{tabel} 1,66105$ maka H_2 diterima, dengan ini dapat diketahui bahwa Kemudahan ini mempunyai pengaruh terhadap Minat Penggunaan. Hasil pengujian hipotesis atas pengaruh variabel Kepercayaan terhadap Minat Penggunaan bahwa diperoleh nilai thitung $2,028 > t_{tabel} 1,66105$ maka H_3 diterima, dengan ini dapat diketahui bahwa Kepercayaan ini mempunyai pengaruh terhadap Minat Penggunaan. Hasil Pengujian hipotesis variabel Keamanan, Kemudahan dan Kepercayaan terhadap Minat Penggunaan menunjukkan bahwa nilai Fhitung $51,943$ dengan tingkat signifikansi sebesar $(0,000 < 0,05)$, nilai Ftabel sebesar $2,70$ ($51,943 > 2,70$) maka H_4 diterima, ini berarti bahwa Keamanan (X_1), Kemudahan (X_2) dan Kepercayaan (X_3) berpengaruh positif secara simultan atau bersama-sama terhadap Minat Penggunaan (Y) Pinjaman Online Shopeepaylater Pada Masyarakat Kelurahan Bajubang Kabupaten Batang Hari Provinsi Jambi. Adjusted R Square yang dihasilkan sebesar $0,609$. Jadi dapat disimpulkan persentase Pengaruh Keamanan, Kemudahan dan Kepercayaan terhadap Minat Penggunaan sebesar $60,9\%$ dan $39,1\%$ dipengaruhi variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Kata kunci: Keamanan, Kemudahan, Kepercayaan, Minat Penggunaan

Abstract

The purpose of this study is to explain the Analysis of the Influence of Security, Convenience, and Trust on the Interest in Using Shopeepaylater Online Loans in the Bajubang Village Community, Batang Hari Regency, Jambi Province. The analysis method used is quantitative using multiple linear regression analysis tools. Testing the significance of the influence of Security (X_1), Convenience (X_2) and Trust (X_3) as independent variables, and Interest (Y) as the dependent variable using the t -test and F -test. The results of the hypothesis test on the influence of the Security variable on the Interest in Use obtained a t -value of $2.613 > t_{table} 1.66105$, so H_1 is accepted, with this it can be seen that this Security has an influence on the Interest in Use. The results of the hypothesis test on the influence of the Ease of Use

variable on the Interest in Use obtained a t -value of $3.127 > t$ -table 1.66105 , so H_2 is accepted, with this it can be seen that this Ease of Use has an influence on the Interest in Use. The results of the hypothesis test on the influence of the Trust variable on the Interest in Use obtained a t -value of $2.028 > t$ -table 1.66105 , so H_3 is accepted, with this it can be seen that this Trust has an influence on Interest in Use. The results of the hypothesis test of the Security, Ease and Trust variables on Interest in Use show that the F -value is 51.943 with a significance level of $(0.000 < 0.05)$, the F -value is 2.70 ($51.943 > 2.70$) then H_4 is accepted, this means that Security (X_1), Ease (X_2) and Trust (X_3) have a positive effect simultaneously or together on Interest in Use (Y) of Shopee paylater Online Loans in the Bajubang Village Community, Batang Hari Regency, Jambi Province. The resulting Adjusted R Square is 0.609 . So it can be concluded that the percentage of Analysis of the Influence of Security, Ease and Trust on Interest in Use is 60.9% and 39.1% is influenced by other variables not examined in this study.

Keyword: Security, Convenience, Trust, Interest in Use

1. PENDAHULUAN

Teknologi merupakan hal yang sangat penting dalam kemajuan digitalisasi dan menunjukkan perkembangan dan kemajuan yang cukup pesat saat ini. Perubahan teknologi berpengaruh terhadap aspek kehidupan masyarakat yang berdampak pada aktivitas harian. Sekarang ini sudah marak teknologi digital yang memakai internet. Internet adalah salah satu server yang bisa terhubung dengan suatu sistem komunikasi. Seiring dengan kemajuan dan perkembangan teknologi dan internet. Manusia semakin mudah untuk mendapatkan informasi dan produk dari berbagai penjuru dunia. Hal ini telah mempengaruhi gaya hidup manusia yang ditandai dengan semakin banyaknya masyarakat yang lebih suka berbelanja *online* dari pada datang langsung ke toko. Selain itu pula, dengan perkembangan dan kemudahan yang diberikan oleh internet telah menghadirkan bisnis-bisnis baru yang berbasis *online*, seperti *e-commerce*, dan lain sebagainya (Rozi, 2023).

Di Indonesia sendiri sudah banyak jenis *marketplace* yang sudah berkembang, seperti *Shopee*, *Lazada*, *Bukalapak*, *Tokopedia*, *Blibli* dan lain sebagainya. Namun berkembangnya *marketplace* ini hanya dikuasai oleh platform *Shopee*. Karena *Shopee* memiliki *feedback* yang paling baik kepada konsumen baik itu dari segi kualitas ataupun pelayanan. Hal ini ditandai dengan jumlah pengunjungnya yang terus meningkat setiap bulannya (Rozi, 2023). Popularitas *Shopee* berlaku sama untuk seluruh kelompok usia, mulai dari *Gen Z* (1997-2009), *milenial* (1981-1996), hingga *Gen X* (1965-1980). Ketiga kelompok usia tersebut masing-masing lebih menggemari *Shopee* dibandingkan *e-commerce* lainnya. Untuk *Gen Z*, *e-commerce* favorit kedua adalah *TikTok Shop*, diikuti *Tokopedia*, dan *Lazada*.

Shopee merupakan perusahaan *e-commerce* yang menjadi wadah belanja *online* dengan memfokuskan pada platform *mobile*, sehingga memudahkan bagi pelanggan untuk mencari barang yang dibutuhkan. Metode pembayaran yang disediakan oleh *Shopee* sangat beragam, seperti *Shopeepay*, *Shopeepaylater*, Transfer Bank, COD dan lain sebagainya. *Shopee* merupakan salah satu *e-commerce* yang banyak digunakan oleh masyarakat terutama di generasi *Gen Z* saat ini. Pada aplikasi *Shopee* memiliki alat atau fitur pembayaran menggunakan non tunai yaitu melalui *Shopeepaylater*. *Shopeepaylater* sangat menarik bagi masyarakat. Salah satu faktor yang mempengaruhi niat konsumen dalam bertransaksi *online* di *Shopee* adalah adanya keamanan dalam bertransaksi di perusahaan tersebut. Data-data yang harus dilindungi keamanannya adalah aset keuangan, nilai transaksi, dan perlindungan terhadap kecurangan yang terjadi seperti uang yang ditransfer tetapi barang tidak dikirimkan. Untuk memenuhi kebutuhan, belanja *online* pada *marketplace* menjadi pilihan yang mudah

dengan berbagai fitur dan metode pembayaran yang disediakan. Sebelum melakukan keputusan pembelian tentunya konsumen akan mempertimbangkan beberapa hal. Diantaranya adalah kepercayaan. Kepercayaan merupakan elemen yang sangat penting untuk mempengaruhi perilaku konsumen. Karena kepercayaan menjadi faktor utama konsumen dalam memutuskan pembelian suatu produk secara *online*.

Selain faktor kepercayaan, faktor yang mendorong seseorang untuk melakukan keputusan pembelian adalah kemudahan. Kemudahan sangat berdampak pada perilaku seseorang dalam memanfaatkan teknologi. Dalam *marketplace shopee* terdapat fitur-fitur dan metode pembayaran yang beragam. fitur *paylater* menjadi salah satu metode pembayaran yang sangat memudahkan konsumen dalam melakukan transaksi di *shopee*. Dari faktor keamanan, kemudahan dan kepercayaan yang diberikan oleh platform *Shopee* tersebut seperti kualitas pelayanan dan tingkat kemudahan dalam menggunakan *Shopeepaylater*, dapat menjadi penentu utama minat penggunaan pinjaman *online Shopeepaylater*. Selain itu, karena adanya keamanan yang terjamin dan kemudahan menggunakan fitur *Shopeepaylater* maka akan meningkatkan kepercayaan konsumen untuk menggunakan pinjaman *online Shopeepaylater*.

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan sampel penelitian pada masyarakat di Kelurahan Bajubang Kabupaten Batang Hari Provinsi Jambi. Adapun alasan peneliti memilih masyarakat di Kelurahan Bajubang sebagai populasi dan sampel dari penelitian karena adanya persepsi bahwa masyarakat Kelurahan Bajubang yang rata-rata sudah menggunakan aplikasi *Shopee*. Serta memanfaatkan dan menggunakan fitur *Shopeepaylater* ini untuk transaksi pembelian *online*, sebagian masyarakat yang lain masih mempunyai rasa ragu untuk menggunakan fitur *Shopeepaylater*. *Shopeepaylater* memiliki sistem pembayaran yang bisa dilunasi atau mencicilnya selama 1, 3, 6, 12 dan 18 bulan pada tanggal jatuh tempo yang sudah ditentukan. Berdasarkan paparan di atas, peneliti ingin mengetahui seberapa besar pengaruh keamanan, kemudahan dan kepercayaan terhadap minat penggunaan khususnya pada pinjaman *online Shopeepaylater*. Maka dari itu, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian lebih lanjut mengenai “Pengaruh Keamanan, Kemudahan dan Kepercayaan Terhadap Minat Penggunaan Pinjaman *Online Shopeepaylater* Pada Masyarakat Kelurahan Bajubang Kabupaten Batang Hari Provinsi Jambi”.

2. KAJIAN PUSTAKA

Keamanan

Keamanan adalah perlindungan dari aset informasi dari setiap transaksi-transaksi yang dilakukan oleh konsumen dan perusahaan dimana informasi yang diberikan oleh perusahaan sesuai dengan produk dan jasa yang diterima oleh konsumen. Data-data yang harus dilindungi keamanannya adalah aset keuangan, nilai transaksi, dan perlindungan terhadap kecurangan yang terjadi seperti uang yang ditransfer tetapi barang tidak dikirimkan. Keamanan merupakan jaminan yang harus diberikan oleh perusahaan sebagai bentuk tanggung jawab dari semua transaksi berbasis *online* kepada konsumen dimana transaksi *online* modal utamanya (Fermayani et al., 2022).

Keamanan adalah kemampuan *e-commerce shopee* dalam melakukan Menurut Lackermair, Kailer, & Kanmaz. (2013:2) dalam (Artameviah, 2022), terdapat 4 indikator keamanan meliputi, (1) Kerahasiaan, (2) Integritas, (3) Ketersediaan, (4) Penggunaan Legitimasi.

Kemudahan

Kemudahan ialah keyakinan individu terhadap penggunaan teknologi yang mana hal tersebut tidak merepotkan dan tidak menggunakan banyak tenaga untuk melakukannya

(Aisah, 2022). Kemudahan penggunaan merupakan suatu sikap dimana seseorang berpikir bahwa dalam menggunakan suatu teknologi akan mengurangi usaha baik waktu dan tenaga (Rika Widianita, 2023).

Menurut Sianadewi et. al (2017) dalam (Nurhakiki, 2023) indikator kemudahan penggunaan ada 5 yaitu, (1) Mudah dalam belajar menggunakan, (2) Mudah mendapatkan apa yang di cari, (3) Interaksi jelas dan mudah dipahami, (4) Fleksibel dalam melakukan interaksi, (5) Mudah untuk digunakan.

Kepercayaan

Menurut Philip Kotler, 1996 dalam (Saputra & Sudarwanto, 2023). Kepercayaan adalah sudut pandang deskriptif seseorang mengenai sesuatu. Kepercayaan ini tumbuh dari pengetahuan, opini, atau penilaian mereka, yang kemudian mempengaruhi cara mereka melihat merek dan produk. Kepercayaan konsumen merupakan sikap positif dari penjual yang bersedia menerima risiko dari tindakan pihak lain. Semua ini didasarkan pada harapan bahwa penjual akan melakukan langkah-langkah penting guna memuaskan pembeli yang telah mempercayai mereka.

Menurut Maharani (2010) dalam (Putri, 2024) terdapat 4 indikator dalam variabel kepercayaan yaitu, (1) Keandalan, (2) Kejujuran, (3) Kepedulian, (4) Kredibilitas.

Minat Penggunaan

Menurut Widjanarko dalam (AZ et al., 2020) minat penggunaan merupakan suatu keputusan yang diambil konsumen dengan dipengaruhi faktor ekonomi keuangan, politik, teknologi, harga, budaya, produk serta proses. Minat penggunaan merupakan sikap seseorang pada saat membeli atau menggunakan sebuah produk yang dapat memberikan kepuasan penggunaannya.

Menurut Cheng (2014) dalam (Nurhidayatulloh, 2023) mengemukakan minat penggunaan terdiri dari 3 indikator, yaitu, (1) Akan memanfaatkan dalam waktu dekat, (2) Akan sering menggunakan di masa yang akan datang,, (3) Seseorang berniat unuk menggunakan di tahun – tahun yang akan datang.

3. METODE PENELITIAN

Pendekatan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif. Menurut Sugiyono (2020:16), metode penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, data bersifat kuantitatif/statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan. Lokasi penelitian masyarakat Kelurahan Bajubang. Pada data yang telah didapat, populasi yang ada di Kelurahan Bajubang terbagi menjadi 21 RT dan 6 RW. Jumlah kartu keluarga 1.848 dengan jumlah penduduk 5.370. Adapun jumlah laki- laki 2.716 dan jumlah perempuan 2.654. Pada penelitian ini dikhususkan untuk usia produktif dikarenakan yang diteliti adalah tentang minat penggunaan pada fitur *shopeepaylater*, Dalam mengukur sampel, menggunakan pendekatan Slovin. Maka jumlah sampel dalam penelitian ini sebanyak 99 responden.

Skala yang digunakan dalam pengukuran ini adalah skala *Likert*. Skala *Likert* digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Dengan skala *Likert*, maka variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel. Kemudian indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun item-item instrumen yang dapat berupa pernyataan atau pertanyaan (Sugiyono, 2020:146).

Tabel 3.2 Penilaian Skala *Likert*

No	Tanggapan Responden	Nilai
1	Sangat Tidak Setuju (STS)	1
2	Tidak Setuju (TS)	2
3	Cukup Setuju (CS)	3
4	Setuju (S)	4
5	Sangat Setuju (SS)	5

Cara yang dapat digunakan ialah metode intervalisasi data (tabel distribusi frekuensi) dengan langkah sebagai berikut:

1. Menentukan jumlah kelas interval (dinotasikan k), dimana jumlah kelas dalam penelitian ini ada 5 diantaranya (STS, S, CS, S, SS).
2. Menentukan rentang data hasil observasi (*Range* dinotasikan R), dimana $R = \text{Nilai observasi terbesar} - \text{nilai observasi terkecil}$, dalam penelitian ini nilai observasi terbesar = 5 (SS) dan nilai observasi terkecil = 1 (STS), sehingga $R = 5 - 1 = 4$
3. Menentukan panjang kelas tiap interval (P_k), dimana:

$$P_k = \frac{R}{K} = \frac{4}{5} = 0,8$$

Alat Analisis Data

- 1) Uji Validitas
- 2) Uji Reliabilitas
- 3) Regresi Linear Berganda
- 4) Uji t (Parsial)
- 5) Uji F (Simultan)
- 6) Koefisien Determinasi (R^2)

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Pengaruh Keamanan Terhadap Minat Penggunaan Pinjaman Online Shopeepaylater

Dalam minat penggunaan oleh konsumen pada pinjaman *online Shopeepaylater* juga dapat dipengaruhi oleh variabel keamanan. Adapun jawaban dari responden diperoleh rata-rata indeks dari 10 pernyataan adalah sebesar 4,42. Berdasarkan dari hasil rata-rata indeks tabel menjelaskan bahwa tanggapan responden atas keamanan terhadap minat penggunaan pinjaman *online Shopeepaylater* sangat aman.

Pengaruh Kemudahan Terhadap Minat Penggunaan Pinjaman Online Shopeepaylater

Dalam minat penggunaan oleh konsumen pada pinjaman *online Shopeepaylater* juga dapat dipengaruhi oleh variabel kemudahan. Adapun jawaban dari responden diperoleh rata-rata indeks dari 10 pernyataan adalah sebesar 4,49. Berdasarkan dari hasil rata-rata indeks tabel menjelaskan bahwa tanggapan responden atas kemudahan terhadap minat penggunaan pinjaman *online Shopeepaylater* sangat mudah.

Pengaruh Kepercayaan Terhadap Minat Penggunaan Pinjaman Online Shopeepaylater

Dalam minat penggunaan oleh konsumen pada pinjaman *online Shopeepaylater* juga dapat dipengaruhi oleh variabel kepercayaan. Adapun jawaban dari responden diperoleh rata-rata indeks dari 10 pernyataan adalah sebesar 4,44. Berdasarkan dari hasil rata-rata indeks tabel menjelaskan bahwa tanggapan responden atas kepercayaan terhadap minat penggunaan pinjaman *online Shopeepaylater* sangat percaya.

Pengaruh Minat Penggunaan Pinjaman *Online Shopeepaylater*

Minat penggunaan merupakan hasil yang telah dicapai dalam menentukan sebuah pilihan dan kebutuhan yang diperlukan oleh konsumen. Adapun jawaban dari responden diperoleh rata-rata indeks dari 10 pernyataan adalah sebesar 5,31. Berdasarkan dari hasil rata-rata indeks tabel menjelaskan bahwa tanggapan responden atas minat penggunaan pinjaman *online Shopeepaylater* sangat minat.

Pengaruh Keamanan, Kemudahan Dan Kepercayaan Terhadap Minat Penggunaan Pinjaman *Online Shopeepaylater* Pada Masyarakat Kelurahan Bajubang Kabupaten Batanghari Provinsi Jambi

Uji Validitas

Variabel	Item	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
Keamanan (X ₁)	1	0,595	0,1975	Valid
	2	0,589	0,1975	Valid
	3	0,553	0,1975	Valid
	4	0,512	0,1975	Valid
	5	0,577	0,1975	Valid
	6	0,513	0,1975	Valid
	7	0,587	0,1975	Valid
	8	0,500	0,1975	Valid
	9	0,622	0,1975	Valid
	10	0,591	0,1975	Valid
Kemudahan (X ₂)	1	0,648	0,1975	Valid
	2	0,534	0,1975	Valid
	3	0,696	0,1975	Valid
	4	0,660	0,1975	Valid
	5	0,630	0,1975	Valid
	6	0,662	0,1975	Valid
	7	0,737	0,1975	Valid
	8	0,688	0,1975	Valid
	9	0,719	0,1975	Valid
	10	0,669	0,1975	Valid
Kepercayaan (X ₃)	1	0,567	0,1975	Valid
	2	0,499	0,1975	Valid
	3	0,359	0,1975	Valid
	4	0,645	0,1975	Valid
	5	0,654	0,1975	Valid
	6	0,511	0,1975	Valid
	7	0,612	0,1975	Valid
	8	0,652	0,1975	Valid
	9	0,660	0,1975	Valid
	10	0,646	0,1975	Valid
Minat Penggunaan (Y)	1	0,692	0,1975	Valid

	2	0,638	0,1975	Valid
	3	0,594	0,1975	Valid
	4	0,531	0,1975	Valid
	5	0,490	0,1975	Valid
	6	0,505	0,1975	Valid
	7	0,727	0,1975	Valid
	8	0,653	0,1975	Valid
	9	0,635	0,1975	Valid
	10	0,504	0,1975	Valid

Sumber: Data diolah SPSS

Berdasarkan tabel diatas, maka dapat diambil kesimpulan bahwa nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$, dari tiap variabel keamanan (X_1), kemudahan (X_2), kepercayaan (X_3) dan minat penggunaan (Y) menerangkan bahwa seluruh pernyataan tiap-tiap variabel valid.

Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	Batas Reliabilitas	Keterangan
Keamanan (X_1)	0,760	0,6	Reliabel
Kemudahan (X_2)	0,860	0,6	Reliabel
Kepercayaan (X_3)	0,783	0,6	Reliabel
Minat Penggunaan (Y)	0,802	0,6	Reliabel

Sumber: Data diolah SPSS

Berdasarkan dari tabel diatas dapat dijelaskan bahwa keseluruhan variabel menunjukkan bahwa nilai Cronbach's Alpha lebih besar dari batas reliabilitas, sehingga dengan demikian hasil dari uji reliabilitas pada variabel keamanan (X_1), kemudahan (X_2), kepercayaan (X_3) dan minat penggunaan (Y) semua menunjukkan data reliabel atau konsisten.

Regresi Linear Berganda

Regresi linear berganda digunakan ketika terdapat dua atau lebih variabel independen (X), analisis regresi linear berganda menggunakan SPSS versi 20.

c						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	6.438	3.183		2.023	.046
	Keamanan	.322	.123	.292	2.613	.010
	Kemudahan	.307	.098	.344	3.127	.002
	Kepercayaan	.223	.110	.219	2.028	.045

a. Dependent Variable: Minat Penggunaan

Sumber: Data diolah SPSS

Hasil perhitungan regresi linear berganda dengan program SPSS dari tabel koefisien yang dilihat pada tabel diatas diperoleh persamaan sebagai berikut:

$$Y = a + b_1 \cdot X_1 + b_2 \cdot X_2 + b_3 \cdot X_3 + e$$

$$Y = 6,438 + 0,322 \cdot X_1 + 0,307 \cdot X_2 + 0,223 \cdot X_3 + e$$

Dari persamaan tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. $a = 6,438$
Artinya jika nilai variabel keamanan, kemudahan dan kepercayaan sama dengan nol maka nilai variabel minat penggunaan adalah sebesar 6,438.
2. $b_1 = 0,322$
Artinya jika variabel keamanan naik satu satuan maka nilai variabel minat penggunaan akan bertambah sebesar 0,322 dengan asumsi nilai variabel lain sama dengan nol.
3. $b_2 = 0,307$
Artinya jika nilai variabel kemudahan naik satu satuan maka nilai variabel minat penggunaan akan bertambah sebesar 0,307 dengan asumsi nilai variabel lain sama dengan nol.
4. $b_3 = 0,223$
Artinya jika variabel kepercayaan naik satu satuan maka nilai variabel minat penggunaan akan bertambah sebesar 0,223 dengan asumsi nilai variabel lain sama dengan nol.

Uji t (parsial)

Berdasarkan hasil Uji t (parsial) dengan menggunakan SPSS diperoleh hasil sebagai berikut:

1. Dari pengujian sebelumnya didapatlah $t_{hitung} 2,613 > t_{tabel} 1,66105$. Dimana t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} maka H_1 diterima. Jadi kesimpulannya adalah variabel keamanan (X_1) berpengaruh signifikan terhadap variabel minat penggunaan (Y) pada pinjaman *online shopeepaylater*.
2. Dari pengujian sebelumnya didapatlah $t_{hitung} 3,127 > t_{tabel} 1,66105$. Dimana t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} maka H_2 diterima. Jadi kesimpulannya adalah variabel kemudahan (X_2) berpengaruh signifikan terhadap variabel minat penggunaan (Y) pada pinjaman *online shopeepaylater*.
3. Dari pengujian sebelumnya didapatlah $t_{hitung} 2,028 > t_{tabel} 1,66105$. Dimana t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} maka H_3 diterima. Jadi kesimpulannya adalah variabel kepercayaan (X_3) berpengaruh signifikan terhadap variabel minat penggunaan (Y) pada pinjaman *online shopeepaylater*.

Uji F (simultan)

Berdasarkan hasil Uji F (simultan) dengan menggunakan SPSS diperoleh hasil sebagai berikut:

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	879.699	3	293.233	51.943	.000 ^b
	Residual	536.301	95	5.645		
	Total	1416.000	98			
a. Dependent Variable: Minat Penggunaan						
b. Predictors: (Constant), Kepercayaan, Kemudahan, Keamanan						

Sumber: Data diolah SPSS

Dari tabel diatas nilai $F_{hitung} 51,943 > F_{tabel} 2,70$ dengan tingkat signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$ maka H_4 diterima, yang artinya dapat disimpulkan bahwa variabel keamanan, kemudahan dan kepercayaan secara bersama-sama menunjukkan adanya pengaruh yang signifikan terhadap minat penggunaan pada pinjaman *online shopeepaylater*.

Koefisien Determinasi (R^2)

Berdasarkan hasil koefisien determinasi dengan menggunakan SPSS diperoleh hasil sebagai berikut:

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.788 ^a	.621	.609	2.376
a. Predictors: (Constant), Kepercayaan, Kemudahan, Keamanan				

Sumber: Data diolah SPSS

Dari hasil koefisien determinasi (R^2) adalah sebesar 0,609 menunjukkan bahwa kombinasi variabel keamanan, kemudahan dan kepercayaan secara bersama sama memberikan kontribusi pengaruh sebesar 60,9% terhadap minat penggunaan, sedangkan sisanya sebesar 39,1% merupakan kontribusi variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Dari hasil penelitian pengaruh keamanan, kemudahan dan kepercayaan terhadap minat penggunaan pinjaman online shopeepaylater pada masyarakat kelurahan Bajubang kabupaten Batang Hari provinsi Jambi setelah dilakukan uji validitas dan reliabilitas diperoleh hasil valid dan reliabel. Berdasarkan uji t, variabel keamanan (X_1) berpengaruh signifikan terhadap variabel minat penggunaan (Y) pada pinjaman *online shopeepaylater*, variabel kemudahan (X_2) berpengaruh signifikan terhadap variabel minat penggunaan (Y) pada pinjaman *online shopeepaylater* dan variabel kepercayaan (X_3) berpengaruh signifikan terhadap variabel minat penggunaan (Y) pada pinjaman *online shopeepaylater*. Berdasarkan uji F, variabel keamanan, kemudahan dan kepercayaan secara bersama-sama memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat penggunaan pada pinjaman *online shopeepaylater*. Hasil koefisien determinasi (R^2) adalah sebesar 0,609 berarti persentase pengaruh variabel keamanan, kemudahan dan kepercayaan secara bersama-sama memberikan kontribusi sebesar 60,9% terhadap minat penggunaan pada pinjaman *online shopeepaylater*, sedangkan sisanya sebesar 39,1% merupakan kontribusi variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

5. KESIMPULAN

Berdasarkan dari hasil penelitian rata-rata nilai indeks pengaruh keamanan 4,42, kemudahan 4,49, kepercayaan 4,44, dan rata-rata nilai indeks pengaruh variabel X_1 , X_2 , dan X_3 terhadap minat penggunaan pinjaman *online shopeepaylater* sebesar 5,31 yang artinya dinyatakan sangat minat.

DAFTAR PUSTAKA

- Afriantoni. (2022). *Pengaruh Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen dalam Pembelian Ban Mobil Pada CV. Uwais Muara Bulian*. L P P M Universitas Graha Karya Muara Bulian, 3(2), 7–11.
- Aisah, S. (2022). *Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan, dan Persepsi Resiko Terhadap Keputusan Pembelian Pada Penggunaan Transaksi Shopee Paylater*. Repository: University of Islam Malang, 1–82.
- Arfiansyah, M. A., Vebriani, D., & Makarim, A. (2023). *Analisis Pengaruh Kemudahan, Kegunaan dan Tingkat Resiko Terhadap Keputusan Masyarakat Sukoharjo Menggunakan Shopee*. *Journal of Students Islamic and Business*, 3(1), 10–27.
- Artameviah, R. (2022). Bab ii kajian pustaka bab ii kajian pustaka 2.1. *Bab Ii Kajian Pustaka 2.1*, 12(2004), 6–25.
- AZ, S. M., Ratna, Fithoni, A., & Delima, R. H. (2020). *Pengaruh Diskon, Promosi, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian*. *E – Jurnal Riset Manajemen Prodi Manajemen*, Vol. 09 No(4), 132–143. <https://doi.org/10.33087/jjubj.v24i3.5695>

- Christy, F. E. (2020). *Prediksi Angka Pengguna E-commerce di Indonesia 2024*. Tempo Plus.
- Didik Trisianto. (2023). *Belajar E-Commerce*. Penerbit Adab.
- Faustina, S., & Erica Maryati, D. (2023). *Pengaruh Bauran Pemasaran terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di Toko Grosir*. *Bisnis Digital Dan Kewirausahaan*.
- Fermayani, R., Harahap, R. R., & Rahmat, R. (2022). *Analisis pengaruh privasi, keamanan, dan kepercayaan terhadap niat untuk bertransaksi secara*. *VIII(1)*, 66–78.
- Hardani, Auliya, N. H., Andriani, H., Fardani, R. A., Ustiawaty, J., Utami, E. F., Sukmana, D. J., & Ria, R. I. (2020). *Buku Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif*. In *Pustaka Ilmu*.
- Irviani, R., & Adab, P. (2024). *Konsep Dan Teori Manajemen & Strategi Digital Marketing*. Penerbit Adab.
- Kurniawan, P., Anwar, Y., & Jufri, A. (2023). *Manajemen Pemasaran*. Selat Media.
- Melati. (2021). *Manajemen Pemasaran*.
- MIN, S. (2024). *Pesatnya Pertumbuhan Akses Internet di Indonesia*. Kementerian Kominfo.
- Nurhakiki, N. (2023). *Pengaruh Penggunaan Sistem Pembayaran Shopee Paylater Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Iain Palopo*. N Nurhakiki.
- Nurhidayatulloh, D. (2023). *Pengaruh Manfaat, Kemudahan, Kepercayaan, dan Keamanan Terhadap Minat Menggunakan*. 17–40.
- Oktapiani, R. . (2021). *Pengaruh Citra Merek, Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Lipstick Maybelline Supersay Matte Pada Mahasiswi Angkatan 2017 STIE-GK Muara Bulian*.
- Putri, D. A. (2024). *Analisis Pengaruh Kepercayaan Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Go-Jek*. *Analisis Pengaruh Kepercayaan Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Go-Jek*.
- Rahma, N. D. D. (2024). *Pengaruh Social Media Marketing Tiktok Dan Online Consumer Review Terhadap Keputusan Pembelian Produk Lipcream Hanasui Mattedorable Pada Masyarakat Kelurahan Bajubang Kabupaten Batang Hari Provinsi Jambi*. *Universitas Graha Karya Muara Bulian*.
- Rika Widianita, D. (2023). *Pengaruh Kepercayaan Dan Kemudahan Terhadap Keputusan Pembelian Menggunakan Shopee Paylater Pada Masyarakat Kota Mataram*. *At-Tawassuth: Jurnal Ekonomi Islam*, *VIII(I)*, 1–19.
- Rozi, M. F. (2023). *Pengaruh Kepercayaan Dan Kemudahan Terhadap Keputusan Pembelian Menggunakan Shopee Paylater Pada Masyarakat Kota Mataram*.
- Saputra, V. R. J., & Sudarwanto, T. (2023). *Pengaruh Gaya Hidup, Kepercayaan Dan Kemudahan Terhadap Keputusan Pembelian Menggunakan Shopeepaylater masyarakat Kota Surabaya*. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, *11(2)*, 168.
- Siswanti, T. (2022). *Analisis Pengaruh Manfaat Ekonomi, Keamanan Dan Risiko Terhadap Minat Penggunaan Financial Technology (Fintech)*. *7(2)*, 89–105.
- Stat, G. (2024). *Channel Belanja Online Terfavorit Warga Indonesia Selama Ramadan 2024*. Agnes z. Yonatan.
- Sugiyono. (2023). *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*.
- Tarisa Aulia, Larasati Ahluwalia, K. P. (2023). *Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan Penggunaan Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Shopeepaylater*. *2(2)*, 58–69.
- Vera Selvina Adoe., Marnida Yusfiana., Ayu Diana., Renny Lubis., & M. H. (2022). *Buku Ajar E-Commerce*. *Feniks Muda Sejahtera*.