

ABSTRAK

Di era digital sekarang ini, perkembangan teknologi semakin pesat setiap tahunnya. Para pelaku bisnis pun terus berinovasi dan berkolaborasi agar mampu menjawab tantangan globalisasi. Salah satu layanan yang diberikan adalah pembayaran non tunai atau biasa disebut dengan e-wallet. Penggunaan e-wallet semakin meningkat setiap tahunnya. ShopeePay merupakan salah satu e-wallet di Indonesia yang jumlah penggunanya terus meningkat setiap bulannya. Oleh karena itu, penting untuk menganalisis faktor-faktor yang dapat mempengaruhi niat menggunakan ShopeePay.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menjelaskan pengaruh persepsi kegunaan, persepsi kemudahan, keamanan, pengaruh sosial, dan kepercayaan terhadap niat menggunakan ShopeePay. Pengumpulan data dilakukan dengan menyebarkan kuesioner kepada 385 responden dengan menggunakan purposive sampling. Pengumpulan data menggunakan kuesioner. Analisis data menggunakan teknik analisis deskriptif dan analisis regresi linier berganda. Data dalam penelitian ini diolah dengan menggunakan SPSS 25. Hasil penelitian menunjukkan persepsi kegunaan, persepsi kemudahan, keamanan dan kepercayaan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap niat menggunakan ShopeePay, sedangkan pengaruh sosial tidak memiliki pengaruh signifikan secara parsial terhadap niat menggunakan ShopeePay. Persepsi kegunaan, persepsi kemudahan, keamanan, pengaruh sosial, dan kepercayaan memiliki pengaruh simultan terhadap niat untuk menggunakan ShopeePay.

Kata kunci: persepsi kegunaan, persepsi kemudahan, keamanan, pengaruh sosial, kepercayaan, Niat untuk Menggunakan.