BAB I
PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perkembangan teknologi digital telah membawa perubahan besar dalam berbagai aspek kehidupan manusia, khususnya dalam bidang ekonomi dan keuangan. Transformasi ini ditandai dengan meningkatnya penggunaan teknologi dalam aktivitas transaksi yang sebelumnya dilakukan secara konvensional menjadi berbasis digital. Kehadiran *financial technology (fintech)* menjadi salah satu inovasi penting yang memberikan kemudahan, kecepatan, serta efisiensi dalam melakukan transaksi keuangan. Perubahan perilaku masyarakat yang semakin mengandalkan teknologi menunjukkan bahwa sistem pembayaran digital telah menjadi bagian dari kebutuhan sehari-hari.

Berdasarkan data Bank Indonesia (2024), transaksi pembayaran digital di Indonesia terus mengalami peningkatan seiring dengan semakin luasnya adopsi teknologi keuangan digital oleh masyarakat. Pertumbuhan transaksi uang elektronik menunjukkan bahwa sistem pembayaran non-tunai telah menjadi bagian penting dalam aktivitas ekonomi masyarakat. Perkembangan tersebut didorong oleh meningkatnya penetrasi internet, penggunaan smartphone, serta perluasan ekosistem pembayaran digital yang semakin mudah diakses oleh berbagai lapisan masyarakat (Taqiyuddin & Abdurrahman, 2022). Kondisi ini menunjukkan bahwa digitalisasi sistem pembayaran di Indonesia berkembang secara signifikan dan mendorong perubahan perilaku masyarakat menuju transaksi yang lebih praktis, cepat, dan efisien.

Dalam perkembangan dompet digital di Indonesia, ShopeePay menjadi salah satu layanan yang menunjukkan pertumbuhan signifikan dan mampu bersaing dengan berbagai platform pembayaran digital lainnya seperti GoPay, OVO, dan DANA. ShopeePay merupakan layanan dompet digital yang dikembangkan oleh Shopee dan terintegrasi secara langsung dengan ekosistem e-commerce, sehingga memberikan kemudahan bagi pengguna dalam melakukan transaksi, baik secara online maupun offline. Integrasi ini memungkinkan pengguna untuk melakukan pembayaran secara praktis dalam satu aplikasi tanpa perlu berpindah platform, sehingga meningkatkan efisiensi dan kenyamanan dalam bertransaksi.

Selain itu, ShopeePay juga didukung oleh berbagai strategi pemasaran yang agresif, seperti pemberian cashback, diskon, serta promo gratis ongkir yang menarik perhatian pengguna. Kemudahan dalam proses top-up, berbagai pilihan metode pembayaran, serta perluasan penggunaan di berbagai merchant offline menjadikan ShopeePay semakin diminati oleh masyarakat. Hal ini didukung oleh laporan Ipsos Digital Wallet Research (2026) yang menunjukkan bahwa ShopeePay menempati posisi sebagai dompet digital dengan tingkat top of mind yang tinggi di Indonesia.

Tingginya penggunaan ShopeePay juga didukung oleh berbagai hasil penelitian empiris. Penelitian Taqiyuddin & Abdurrahman (2022) menunjukkan bahwa persepsi manfaat (*perceived usefulness*) dan persepsi kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*) merupakan faktor yang berpengaruh terhadap niat masyarakat menggunakan ShopeePay. Penelitian tersebut

menjelaskan bahwa pengguna cenderung memilih ShopeePay karena dianggap mampu mempermudah transaksi, menghemat waktu, serta memberikan manfaat nyata dalam aktivitas pembayaran digital. Hasil tersebut menunjukkan bahwa penerimaan teknologi pada layanan dompet digital sangat dipengaruhi oleh persepsi pengguna terhadap manfaat dan kemudahan sistem.

Namun demikian, tingginya tingkat penggunaan ShopeePay tidak selalu mencerminkan kuatnya keputusan penggunaan secara berkelanjutan. Dalam praktiknya, masih terdapat pengguna yang menggunakan ShopeePay hanya pada saat terdapat promo tertentu, sementara pada kondisi normal mereka cenderung beralih ke metode pembayaran lain. Kondisi ini menunjukkan bahwa keputusan penggunaan tidak hanya dipengaruhi oleh faktor eksternal seperti promosi, tetapi juga oleh faktor internal pengguna, seperti persepsi manfaat, kemudahan penggunaan, serta persepsi risiko yang dirasakan dalam menggunakan layanan tersebut.

Dengan demikian, ShopeePay menjadi objek penelitian yang relevan untuk dikaji lebih lanjut dalam konteks perilaku pengguna dompet digital. Hal ini karena ShopeePay tidak hanya merepresentasikan perkembangan teknologi pembayaran digital, tetapi juga mencerminkan dinamika keputusan penggunaan yang dipengaruhi oleh berbagai faktor psikologis dan persepsi pengguna. Fenomena perkembangan pembayaran digital tersebut juga terjadi pada masyarakat di Madiun. Sebagai salah satu daerah dengan perkembangan ekonomi dan aktivitas masyarakat yang cukup dinamis, Madiun menunjukkan peningkatan dalam penggunaan teknologi digital, terutama pada kelompok usia produktif. Masyarakat mulai memanfaatkan dompet digital tidak hanya untuk

transaksi online, tetapi juga dalam pembayaran sehari-hari seperti pembelian makanan, transportasi, hingga kebutuhan rumah tangga. Hal ini menunjukkan bahwa digitalisasi pembayaran telah mulai terintegrasi dalam kehidupan masyarakat Madiun.

Fenomena penggunaan dompet digital juga terjadi di Kota Madiun. Seiring berkembangnya digitalisasi sistem pembayaran, masyarakat Madiun semakin memanfaatkan ShopeePay sebagai alat transaksi pada berbagai merchant maupun pembayaran berbasis QRIS. Penelitian yang dilakukan oleh Lestari et al., (2024) pada masyarakat Kota Madiun menunjukkan bahwa persepsi kemudahan, persepsi manfaat, persepsi keamanan, dan persepsi risiko berpengaruh terhadap minat penggunaan ShopeePay. Hasil tersebut menunjukkan bahwa keputusan masyarakat dalam menggunakan dompet digital tidak hanya didorong oleh perkembangan teknologi, tetapi juga dipengaruhi oleh bagaimana masyarakat menilai manfaat, kemudahan, keamanan, serta risiko dari layanan tersebut.

Meskipun demikian, tingginya penggunaan dompet digital tidak selalu diikuti oleh keputusan penggunaan yang kuat dan berkelanjutan. Dalam praktiknya, masih terdapat sebagian masyarakat yang belum sepenuhnya yakin untuk menggunakan dompet digital secara konsisten. Kondisi ini menunjukkan adanya kesenjangan antara tingkat adopsi teknologi yang tinggi dengan keputusan penggunaan yang stabil. Di satu sisi, layanan dompet digital menawarkan berbagai manfaat dan kemudahan, namun di sisi lain masih terdapat kekhawatiran yang dirasakan oleh pengguna terkait risiko penggunaan,

seperti keamanan data pribadi, potensi penipuan, serta kemungkinan kerugian finansial.

Di sisi lain, perkembangan penggunaan dompet digital juga diikuti oleh meningkatnya perhatian masyarakat terhadap aspek risiko penggunaan. Penelitian terbaru menunjukkan bahwa persepsi risiko masih menjadi salah satu faktor yang memengaruhi keputusan masyarakat dalam menggunakan ShopeePay. Risiko yang paling banyak dirasakan pengguna berkaitan dengan keamanan transaksi, perlindungan data pribadi, dan potensi penyalahgunaan akun (Agestha & Kristianto, 2025; Sulasih et al., 2024). Oleh karena itu, meskipun penggunaan dompet digital terus meningkat, kepercayaan masyarakat terhadap keamanan layanan tetap menjadi aspek penting yang perlu diperhatikan dalam menjelaskan keputusan penggunaan ShopeePay.

Dalam menjelaskan perilaku penerimaan teknologi, *Technology Acceptance Model* (TAM) yang dikemukakan oleh Davis (1989) menyatakan bahwa terdapat dua faktor utama yang memengaruhi penggunaan teknologi, yaitu persepsi manfaat *(perceived usefulness)* dan persepsi kemudahan penggunaan *(perceived ease of use).* Persepsi manfaat berkaitan dengan keyakinan bahwa teknologi mampu memberikan keuntungan atau meningkatkan kinerja, sedangkan persepsi kemudahan penggunaan berkaitan dengan tingkat kemudahan dalam memahami dan menggunakan teknologi tersebut (Davis, 1989). Semakin tinggi kedua persepsi tersebut, maka semakin besar kemungkinan individu untuk mengambil keputusan dalam menggunakan teknologi.

Namun demikian, dalam konteks layanan keuangan digital, kedua faktor tersebut belum sepenuhnya mampu menjelaskan keputusan penggunaan secara komprehensif. Hal ini disebabkan adanya faktor lain yang turut memengaruhi, yaitu persepsi risiko *(perceived risk).* Persepsi risiko merupakan persepsi individu terhadap potensi kerugian yang mungkin terjadi saat menggunakan suatu teknologi (Featherman & Pavlou, 2003). Risiko tersebut dapat berupa risiko keamanan, privasi, maupun finansial dalam transaksi digital (Pavlou, 2003).

Hubungan antar variabel tersebut juga diperkuat oleh Venkatesh & Davis (2000) yang menyatakan bahwa kemudahan penggunaan tidak hanya berpengaruh langsung terhadap penggunaan teknologi, tetapi juga memengaruhi persepsi manfaat (Venkatesh & Davis, 2000). Selain itu, penelitian Arifiyanto & Kholidah (2021), serta Wiratama & Sulindawati (2022) menunjukkan bahwa *perceived usefulness* dan *perceived ease of use* berpengaruh positif terhadap penggunaan teknologi.

Meskipun demikian, hasil penelitian tidak selalu konsisten. Pada variabel *perceived usefulness*, penelitian oleh Nasih et al. (2024) menunjukkan bahwa variabel tersebut tidak berpengaruh signifikan terhadap minat penggunaan. Hal ini menunjukkan bahwa manfaat yang dirasakan tidak selalu menjadi faktor penentu dalam keputusan penggunaan (Nasih et al., 2024). Pada variabel *perceived ease of use*, penelitian oleh Venkatesh et al. (2012) menunjukkan bahwa *perceived ease of use* tidak selalu berpengaruh signifikan terhadap keputusan penggunaan, terutama ketika pengguna telah memiliki pengalaman

dalam menggunakan teknologi, sehingga faktor kemudahan tidak lagi menjadi pertimbangan utama (Venkatesh et al., 2012).

Sementara itu, pada variabel *perceived risk*, penelitian oleh Pavlou (2003) menunjukkan bahwa dalam kondisi tertentu, persepsi risiko tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan penggunaan, khususnya ketika tingkat kepercayaan pengguna terhadap sistem sudah tinggi. Dalam kondisi tersebut, risiko tidak lagi menjadi faktor dominan dalam pengambilan keputusan (Pavlou, 2003).

Perbedaan hasil penelitian tersebut menunjukkan adanya ketidakkonsistenan *(research gap)* pada masing-masing variabel, di mana *perceived usefulness, perceived ease of use,* dan *perceived risk* tidak selalu berpengaruh signifikan terhadap keputusan penggunaan teknologi. Ketidakkonsistenan tersebut juga terlihat pada penelitian-penelitian terbaru mengenai ShopeePay. Beberapa penelitian menemukan bahwa persepsi manfaat dan persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh signifikan terhadap penggunaan ShopeePay, sedangkan penelitian lain menunjukkan bahwa salah satu atau kedua variabel tersebut tidak selalu berpengaruh secara langsung terhadap keputusan atau keberlanjutan penggunaan. Selain itu, terdapat penelitian yang menunjukkan bahwa persepsi risiko menjadi faktor yang lebih dominan dibandingkan persepsi manfaat dalam menjelaskan perilaku penggunaan dompet digital (Hapsoro & Kismiatun, 2022; Kinanti & Mukhlis, 2022; Sulasih et al., 2024). Perbedaan hasil tersebut menunjukkan bahwa

hubungan antarvariabel masih memerlukan pengujian lebih lanjut pada konteks dan karakteristik responden yang berbeda.

Selain itu, sebagian besar penelitian terdahulu masih berfokus pada dua variabel utama dalam model TAM tanpa mengintegrasikan variabel persepsi risiko dalam satu model penelitian secara simultan. Penelitian terkait dompet digital juga lebih banyak dilakukan pada objek lain serta pada wilayah perkotaan besar, sehingga penelitian yang secara spesifik mengkaji ShopeePay pada masyarakat di Madiun masih relatif terbatas.

Dalam penelitian ini, hubungan antara *perceived usefulness*, *perceived ease of use, dan perceived risk* terhadap keputusan penggunaan dapat dijelaskan melalui penerapan indikator masing-masing variabel. Pendekatan ini menunjukkan bahwa keputusan penggunaan ShopeePay tidak hanya dipengaruhi oleh konsep teoritis, tetapi juga oleh pengalaman nyata pengguna yang tercermin dalam indikator-indikator yang dapat diukur. Pada *perceived usefulness*, penerapan dalam penelitian ini dapat dilihat dari sejauh mana pengguna ShopeePay merasakan manfaat dalam aktivitas transaksi sehari-hari. Berdasarkan indikator yang dikemukakan oleh Davis (1989), manfaat tersebut tercermin dari kemampuan ShopeePay dalam meningkatkan kinerja pengguna, meningkatkan produktivitas, mempermudah pekerjaan, memberikan manfaat nyata, serta menghemat waktu. Dalam praktiknya, penggunaan ShopeePay memungkinkan pengguna untuk melakukan transaksi dengan lebih cepat, efisien, dan praktis tanpa harus menggunakan uang tunai. Selain itu, adanya fitur seperti cashback, diskon, dan kemudahan akses layanan semakin memperkuat

persepsi bahwa ShopeePay memberikan nilai tambah dalam aktivitas sehari-hari. Semakin tinggi manfaat yang dirasakan melalui indikator-indikator tersebut, maka semakin besar kecenderungan pengguna untuk mengambil keputusan dalam menggunakan ShopeePay.

Selanjutnya, pada *perceived ease of use*, penerapan dalam penelitian ini dapat dilihat dari kemudahan yang dirasakan pengguna dalam mengoperasikan aplikasi ShopeePay. Berdasarkan indikator yang dikemukakan oleh Davis (1989), kemudahan tersebut mencakup kemudahan dalam mempelajari sistem, kemudahan dalam penggunaan, kejelasan tampilan dan fitur, fleksibilitas dalam penggunaan, serta tidak memerlukan usaha yang besar. Dalam konteks ShopeePay, kemudahan ini tercermin dari tampilan aplikasi yang sederhana dan mudah dipahami, proses transaksi yang cepat, serta kemudahan dalam melakukan top-up dan pembayaran. Kondisi ini membuat pengguna merasa nyaman dan tidak mengalami kesulitan dalam menggunakan aplikasi, sehingga mendorong mereka untuk terus menggunakan ShopeePay dalam aktivitas sehari-hari.

Sementara itu, pada *perceived risk* penerapan dalam penelitian ini dapat dilihat dari persepsi pengguna terhadap potensi risiko dalam penggunaan ShopeePay. Berdasarkan indikator yang dikemukakan oleh Featherman & Pavlou (2003), serta Forsythe et al. (2006), risiko tersebut mencakup kekhawatiran terhadap keamanan transaksi, risiko kehilangan uang, potensi penyalahgunaan data pribadi, ketidakpastian sistem, serta rasa tidak aman dalam penggunaan. Dalam praktiknya, pengguna ShopeePay masih memiliki

kekhawatiran terhadap kemungkinan terjadinya penipuan, kebocoran data, maupun kesalahan sistem yang dapat menimbulkan kerugian. Persepsi terhadap risiko tersebut dapat memengaruhi tingkat kepercayaan pengguna dan pada akhirnya berdampak pada keputusan penggunaan.

Berdasarkan berbagai penelitian terdahulu, masih ditemukan ketidakkonsistenan hasil penelitian (*empirical research gap*) mengenai faktor-faktor yang memengaruhi keputusan penggunaan dompet digital. Beberapa penelitian menunjukkan bahwa perceived usefulness berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan dompet digital, sedangkan penelitian lainnya menunjukkan bahwa pengaruh tersebut tidak signifikan. Perbedaan hasil serupa juga ditemukan pada variabel perceived ease of use dan perceived risk, di mana terdapat penelitian yang menyatakan ketiga variabel tersebut berpengaruh signifikan terhadap keputusan penggunaan, namun terdapat pula penelitian yang memperoleh hasil berbeda. Ketidakkonsistenan tersebut menunjukkan bahwa hubungan antarvariabel masih memerlukan pengujian lebih lanjut pada konteks pengguna dan wilayah penelitian yang berbeda.

Selain *research gap empiris*, terdapat pula theoretical gap dalam penelitian mengenai penerimaan teknologi. Sebagian besar penelitian terdahulu masih menggunakan *Technology Acceptance Model* (TAM) dengan hanya menitikberatkan pada dua konstruk utama, yaitu *perceived usefulness* dan *perceived ease of use*. Padahal, pada layanan keuangan digital seperti ShopeePay, pengguna juga mempertimbangkan risiko yang mungkin timbul, seperti risiko keamanan transaksi, kebocoran data pribadi, maupun risiko

finansial. Oleh karena itu, penelitian ini mengembangkan model TAM dengan mengintegrasikan variabel *perceived risk* sehingga diharapkan mampu menjelaskan keputusan penggunaan secara lebih komprehensif.

Selanjutnya, terdapat *contextual* gap. Sebagian besar penelitian mengenai dompet digital dilakukan pada kota-kota besar seperti Jakarta, Surabaya, Denpasar, Depok, maupun Medan yang memiliki tingkat literasi digital dan adopsi teknologi relatif tinggi. Sementara itu, penelitian mengenai faktor-faktor yang memengaruhi keputusan penggunaan ShopeePay pada masyarakat di Kota Madiun masih sangat terbatas. Perbedaan karakteristik wilayah dan tingkat adopsi teknologi memungkinkan adanya perbedaan persepsi masyarakat terhadap manfaat, kemudahan, maupun risiko penggunaan ShopeePay sehingga penelitian pada konteks tersebut menjadi penting untuk dilakukan.

Selain itu, masih terdapat *practical* gap dalam penelitian terdahulu. Sebagian besar penelitian menggunakan minat penggunaan (*behavioral intention*) sebagai variabel dependen, sedangkan penelitian ini menggunakan keputusan penggunaan sebagai bentuk perilaku aktual pengguna. Penggunaan variabel keputusan penggunaan diharapkan mampu memberikan gambaran yang lebih nyata mengenai faktor-faktor yang benar-benar memengaruhi masyarakat dalam menggunakan ShopeePay.

Penelitian ini memiliki keterbaruan (*novelty*) yang terletak pada pengembangan model, fokus variabel, serta konteks penelitian yang digunakan. Selama ini, kajian mengenai penerimaan teknologi berbasis *Technology Acceptance Model* (TAM) yang diperkenalkan oleh Davis (1989) umumnya

hanya menitikberatkan pada dua variabel utama, yaitu *perceived usefulness* dan *perceived ease of use*. Pengembangan model ini kemudian diperkuat oleh Venkatesh & Davis (2000), yang menunjukkan bahwa kedua variabel tersebut memiliki pengaruh penting dalam menjelaskan penerimaan teknologi. Selain itu, penelitian oleh Venkatesh et al. (2012) juga menegaskan bahwa faktor kemudahan dan manfaat menjadi determinan utama dalam penggunaan teknologi. Namun, pendekatan tersebut dinilai belum sepenuhnya mampu menjelaskan keputusan penggunaan dalam konteks layanan keuangan digital yang memiliki tingkat ketidakpastian dan risiko yang lebih tinggi.

Dalam konteks tersebut, penelitian ini menawarkan pendekatan yang lebih komprehensif dengan mengintegrasikan variabel *perceived risk* ke dalam model TAM secara simultan. Konsep persepsi risiko sendiri telah banyak dibahas dalam penelitian *e-commerce*, salah satunya oleh Pavlou (2003), yang menjelaskan bahwa persepsi risiko dapat memengaruhi keputusan pengguna dalam bertransaksi secara digital. Selain itu, Featherman & Pavlou (2003) juga menegaskan bahwa risiko menjadi faktor penting dalam penerimaan teknologi berbasis online. Meskipun demikian, sebagian besar penelitian terdahulu masih mengkaji variabel tersebut secara terpisah, sehingga integrasi ketiga variabel dalam satu model penelitian menjadi salah satu pembeda utama dalam penelitian ini.

Lebih lanjut, sebagian besar penelitian sebelumnya masih berfokus pada variabel minat penggunaan (*behavioral intention*) sebagai variabel dependen, sebagaimana ditunjukkan dalam penelitian Dodds et al. (1991) serta konsep yang

dikemukakan oleh Kotler & Keller (2016). Padahal, minat tidak selalu berujung pada tindakan nyata. Oleh karena itu, penelitian ini menekankan pada keputusan penggunaan sebagai bentuk perilaku aktual yang lebih mencerminkan kondisi riil di lapangan, sehingga memberikan kontribusi baru dalam menjembatani kesenjangan antara niat dan perilaku aktual yang masih jarang dikaji secara mendalam.

Selain itu, keterbaruan penelitian ini juga terlihat dari konteks empiris yang digunakan. Penelitian terdahulu mengenai dompet digital umumnya dilakukan pada wilayah perkotaan besar dengan tingkat literasi digital yang tinggi, seperti yang ditunjukkan dalam penelitian Kholidah & Arifiyanto (2020) serta Wiratama & Sulindawati (2022). Sementara itu, penelitian ini dilakukan pada masyarakat di Madiun yang merepresentasikan daerah dengan tingkat adopsi teknologi yang sedang berkembang. Kondisi ini memberikan perspektif baru dalam memahami bagaimana faktor manfaat, kemudahan, dan risiko dipersepsikan oleh masyarakat di luar kota besar, sehingga memperkaya kajian perilaku konsumen dalam konteks yang lebih beragam.

Dengan demikian, penelitian ini tidak hanya mengisi kesenjangan penelitian sebelumnya, tetapi juga memberikan kontribusi teoritis melalui penguatan model TAM dengan memasukkan variabel risiko serta kontribusi empiris melalui pengujian pada konteks penggunaan dompet digital di daerah berkembang.

B. Batasan Masalah

Untuk menjaga agar penelitian ini tetap terfokus pada permasalahan yang dikaji serta menghindari perluasan pembahasan yang tidak relevan, maka ruang lingkup penelitian ini dibatasi sebagai berikut:

1. Penelitian ini hanya memfokuskan pada pengaruh *perceived usefulness* (X1), *perceived ease of use* (X2) dan *perceived risk* terhadap keputusan penggunaan (Y) pada layanan dompet digital ShopeePay.
2. Subjek dalam penelitian ini adalah individu yang telah menggunakan atau memiliki kecenderungan untuk menggunakan ShopeePay.
3. Objek penelitian difokuskan pada penggunaan ShopeePay sebagai sarana transaksi keuangan digital dalam aktivitas sehari-hari.
4. Penelitian ini tidak mengkaji variabel lain di luar yang telah ditetapkan, seperti kepercayaan, risiko, promosi, maupun faktor sosial.
5. Data penelitian diperoleh dalam periode waktu tertentu, sehingga hasil penelitian ini merepresentasikan kondisi pada saat penelitian dilaksanakan.

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah *perceived usefulness* berpengaruh terhadap keputusan penggunaan ShopeePay?
2. Apakah *perceived ease of use* berpengaruh terhadap keputusan penggunaan ShopeePay?

3. Apakah *perceived risk* berpengaruh terhadap keputusan penggunaan ShopeePay?
4. Apakah *perceived usefulness, perceived ease of use*, dan *perceived risk* secara simultan berpengaruh terhadap keputusan penggunaan ShopeePay?

D. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah tersebut, maka tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Menganalisis pengaruh *perceived usefulness* terhadap keputusan penggunaan ShopeePay.
2. Menganalisis pengaruh *perceived ease of use* penggunaan terhadap keputusan penggunaan ShopeePay.
3. Menganalisis pengaruh *perceived risk* penggunaan terhadap keputusan penggunaan ShopeePay.
4. Menganalisis *perceived usefulness, perceived ease of use*, dan *perceived risk* secara simultan terhadap keputusan penggunaan ShopeePay.

E. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi baik secara teoritis maupun praktis, sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis
   a. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam pengembangan ilmu pengetahuan, khususnya dalam bidang manajemen pemasaran yang berkaitan dengan adopsi teknologi keuangan digital.

b. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memperkaya literatur akademik yang berkaitan dengan penerapan *Technology Acceptance Model* (TAM), terutama pada variabel persepsi manfaat dan persepsi kemudahan penggunaan.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi Mahasiswa

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi sarana untuk meningkatkan pemahaman mengenai faktor-faktor yang memengaruhi keputusan penggunaan dompet digital.

b. Bagi Lembaga Pendidikan

Hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai referensi akademik serta bahan pendukung dalam kegiatan pembelajaran, khususnya pada bidang manajemen pemasaran.

c. Bagi Masyarakat

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi dan pemahaman mengenai manfaat serta kemudahan penggunaan ShopeePay, sehingga dapat membantu masyarakat dalam menentukan keputusan penggunaan layanan tersebut.

d. Bagi Perusahaan (ShopeePay)

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan pertimbangan dalam meningkatkan kualitas layanan serta pengembangan fitur yang lebih sesuai dengan kebutuhan pengguna.

e. Bagi Peneliti Selanjutnya

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi dan landasan bagi penelitian selanjutnya yang berkaitan dengan topik serupa, baik dengan pengembangan variabel maupun objek penelitian yang berbeda.