

PENGARUH KEMANFAATAN, EFISIENSI WAKTU, DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PENGGUNAAN E-WALLET SHOPEE PAY DI SIDOARJO

Oleh :

MUHAMMAD SEPTIAN AFIFFUDIN

17210625

Mahasiswa S1 Program Studi Manajemen

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Mahardhika Surabaya

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dan mengetahui apakah Kemanfaatan, Efisiensi Waktu dan Promosi berpengaruh secara parsial dan simultan signifikan terhadap Keputusan Penggunaan aplikasi *e-wallet* Shopee Pay di Sidoarjo..Populasi penelitian ini yaitu seluruh masyarakat Sidoarjo yang menggunakan Shopee Pay baik pengguna aktif maupun meraka yang pernah menggunakan Shopee Pay dengan rentang usia 17 s/d 40 tahun, Sampel penelitian sebanyak 100 Responden. Metode penelitian yang digunakan adalah metode Kuantitatif dengan teknik pengambilan sampel *Insidental Sampling*. Pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan Kuesioner *Google Form*.Metode analisis data dengan bantuan sistem komputerisasi SPSS versi 19. Berdasarkan dari hasil uji signifikan parsial (uji t) variabel Kemanfaatan memiliki nilai signifikan $0.011 < 0.05$, variabel Efisiensi Waktu memiliki nilai signifikan $0.027 < 0.05$, Dan variabel Promosi memiliki nilai signifikan $0.023 < 0.05$ yang berarti bahwa semua variabel X_1 , X_2 . Dan X_3 terdapat pengaruh secara parsial terhadap variabel Y yaitu Keputusan Penggunaan. Berdasarkan hasil uji koefisien determinasi diperoleh nilai R Square sebesar 0.731 maka dapat disimpulkan bahwa 73% variabel Kemanfaatan, Efisiensi Waktu, dan Promosi berpengaruh terhadap keputusan penggunaan *e-wallet* Shopee Pay di Sidoarjo dan 0.270 atau 27% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain. Penelitian ini menyimpulkan bahwa Shopee Pay sebagai *e-wallet* yang tergolong pendatang baru mampu bersaing dengan pendahulunya seperti DANA, GOPAY, LINK AJA, OVO. Kesimpulan dari penelitian ini adalah Kemanfaatan, Efisiensi Waktu, dan Promosi berpengaruh secara simultan dan signifikan terhadap Keputusan Penggunaan *e-wallet* Shopee Pay di Sidoarjo.

Kata Kunci: Kemanfaatan, Efisiensi Waktu Promosi Keputusan Penggunaan

Abstrack

This study aims to analyze and find out whether Benefit, Time Efficiency and Promotion have a significant partial and simultaneous effect on the decision to use the Shopee Pay e-wallet application in Sidoarjo. The population of this study is all Sidoarjo people who use Shopee Pay, both active users and those who never used Shopee Pay with an age range of 17 to 40 years, the research sample was 100 respondents. The research method used is quantitative method with incidental sampling technique. Data was collected using a Google Form Questionnaire. The data analysis method was with the help of the SPSS computerized version 19 system. Based on the results of the partial significant test (t test) the Benefit variable had a significant value of $0.011 < 0.05$, the Time Efficiency variable had a significant value of $0.027 < 0.05$, and Promotion variable has a significant value of $0.023 < 0.05$ which means that all variables are X1, X2. And X3 has a partial effect on the Y variable, namely the Decision to Use. Based on the results of the coefficient of determination test, the R Square value of 0.731 can be concluded that 73% of the variables of Benefit, Time Efficiency, and Promotion affect the decision to use Shopee Pay e-wallet in Sidoarjo and 0.270 or 27% influenced by other factors. This study concludes that Shopee Pay as an e-wallet that is classified as a newcomer is able to compete with its predecessors such as DANA, GOPAY, LINK AJA, OVO. The conclusion of this study is that the benefits, time efficiency, and promotion have a simultaneous and significant effect on the decision to use the Shopee Pay e-wallet in Sidoarjo.

Keywords: Benefit, Efficiency Of Time Promotion Decision Use

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Transaksi dengan non tunai (*cashless*) di era digital saat ini yang telah terjadi menjadi salah satu inovasi pembayaran. Transaksi *e-money* serta *e-wallet* merupakan inovasi pembayaran yang mampu merubah kebiasaan masyarakat yang awalnya selalu bertransaksi dengan uang tunai kini beralih ke uang digital. Kebijakan Bank Indonesia No. 11/12 PBI tahun 2009 menjadi salah satu kebijakan pertama untuk *e-money*. Pengakuan Negara mengenai uang digital merupakan salah satu wujud adaptasi pada pengembangan teknologi serta menjadi pendukung adanya uang digital. Di Indonesia *e-commerce* menjadi sebab adanya pembayaran digital yang dilakukan masyarakat saat ini, kemudahan dalam menjangkau transaksi menjadi salah satu persyaratan wajib yang dilakukan *e-commerce*, kecepatan, serta mampu menjamin terhindar dari kejahatan bertransaksi. Siti Rodiah , Inaya Sari Melati. (2020) menyampaikan *e-money* yang semakin bertumbuh seharusnya mampu meningkatkan total transaksi digital yang dilakukan masyarakat. Adanya kebijakan pemerintah terkait

pembatasan kegiatan dimuka umum atau PSBB menjadikan sebab adanya kenaikan jumlah transaksi elektronik yang terjadi di tahun 2020, sebab masyarakat dianjurkan untuk tidak keluar selama kebijakan diberlakukan akhirnya *e-commerce* menjadi pilihan untuk berbelanja serta penggunaan transaksi digital. Objek riset pada kesempatan ini penulis menggunakan pembayaran *e-wallet* shopeepay. SEA Grup atau sebelumnya Garena telah meresmikan pertama kalinya shopee di Singapura ditahun 2005. Pemimpin Lazada serta Zalora yaitu Cheng Feng dan Forrest Li pemilik SEA Grup bersama-sama membangun Shopee. Melakukan penjualan, berbelanja dimanapun berada serta dalam waktu kapan pun menjadi konsep pasar yang ditawarkannya. Selain itu fitur pendukung dalam bertransaksi juga telah disediakan ialah Shopee Pay dengan begitu diharapkan bahwa para pelaku usaha maupun konsumen akan mampu melaksanakan pembayaran dengan mudah tanpa harus membayar tunai. Shopee memfasilitasi para merchant ataupun mitranya dalam kemudahan bertransaksi dengan *e-wallet* yaitu dengan fitur Shopee Pay, dimana transaksi ini dilakukan tanpa tunai serta bisa dilakukan dalam pasar online maupun konvensional sekalipun. Snapcart melaksanakan riset selama kurang lebih 3 bulan yaitu di bulan Juni, Juli, serta Agustus melibatkan masyarakat hampir menyeluruh dengan responden sebanyak 1000 orang dimana hasilnya mengarah pada pertumbuhan *e-wallet* menjadi sangat pesat. Shopee Pay menjadi salah satu yang dimaksudkan dalam riset tersebut, kebutuhan pembayaran yang disediakan oleh shopee seperti listrik, pulsa, serta BPJS ada dalam satu aplikasi yang mana semua didesain sesuai kebutuhan masyarakat sehingga Shopee cepat dalam menuju pertumbuhannya khususnya di Indonesia. Shopee Pay menawarkan kemudahan dalam melakukan pembayaran belanja dengan system *e-wallet* yang dimiliki serta memberikan kecepatan, kemudahan serta keamanan dalam bertransaksi dijamin teknologi yang saat ini semakin berkembang.

Sehingga adanya pokok studi permasalahan yang telah diuraikan peneliti merasa tertarik dalam melakukan riset mengenai *e-wallet* dengan judul: **Pengaruh Kemanfaatan, Efisiensi Waktu, Dan Promosi Terhadap Keputusan Penggunaan *e-wallet* Shopee Pay di Sidoarjo.**

TINJAUAN PUSTAKA

Manajemen Pemasaran

Merujuk pada Kamus Besar Bahasa Indonesia (2021) aspek dalam manajemen selalu terhubung dengan fungsi-fungsi lainnya yang ada di dalam pemasaran. Melaksanakan rencana, mengawasi, mengarahkan serta mengelompokan ialah makna dari manajemen. Rangkaian yang dilaksanakan dengan maksud untuk mengejar cita-cita perusahaan dengan melakukan pengawasan, implementasi dari rencana, serta melakukan evaluasi yang kemudian agar konsumen kembali kepada perusahaan dimaknai sebagai pemasaran.

Kemanfaatan

Penggunaan suatu perkembangan jaman yang berhubungan dengan teknologi kemudian mampu memberikan kemudahan pada para penggunannya dimaksud sebagai persepsi kebermanfaatan pendapat Menurut Jogiyanto (2019:933). *Theory of Reasoned Action (TRA)*, *Theory of Planned Behaviour (TPB)*, serta *Technology Acceptance Model (TAM)* ialah contoh dari adanya teknologi yang mampu memberikan kebermanfaatan yang kemudian oleh banyak pihak termasuk penggunannya diterima dengan mudah, hal ini membuktikan segala bentuk kemudahan yang memberikan kebermanfaatan akan mudah juga untuk diterima.

Efisiensi Waktu

Adapun makna dari efisiensi berdasarkan KBBI diantaranya mencakup :

- a.) waktu, tenaga serta biaya tidak dibuang sia-sia, melainkan bekerja lebih cepat namun dengan hasil yang baik
- b.) memaksimalkan segala potensi dengan terus melakukan upaya yang mampu memberikan waktu yang singkat, serta biaya yang minim, dan tenaga yang tidak terlalu besar dalam proses pekerjaan.

Biaya serta laba yang diperoleh merupakan bentuk rasio yang mampu dikelola pada sistem efisiensi. Efisiensi adalah ukuran keberhasilan suatu kegiatan yang dinilai

berdasarkan jumlah biaya atau sumber daya yang digunakan untuk mencapai hasil yang diinginkan pendapat Rully Marcell (2020:7). Suatu kegiatan dapat dikatakan efisien jika ada perbaikan dalam prosesnya misalnya menjadi lebih cepat dalam segi waktu, tidak membutuhkan tenaga yang ekstra, dan terjangkau.

Promosi

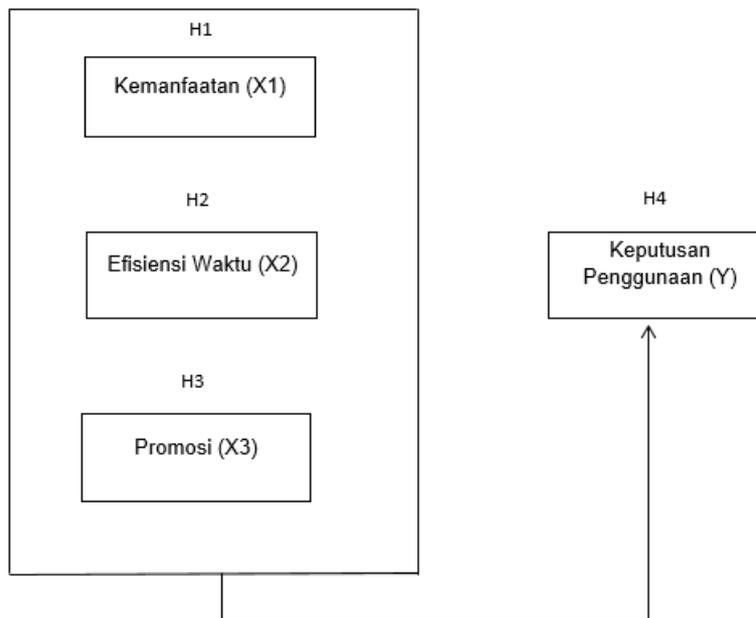
Dalam bahasa Prancis kuno, *promocion* bermakna “berjalan maju”, “terus maju” maupun “kemajuan”, *promotinoem* menurut bahasa Latin “maju yang mengarah untuk kemajuan”. “*Promotion is refers to activities that communication the merits of the product and persuade target customers to buy it*” pendapat Kotler serta Armstrong (2018:78) bermakna melakukan bujukan kepada pembeli untuk dimanfaatkan sebagai suatu transaksi agar produk dari perusahaan mampu dijangkau oleh konsumen. Memberikan kepuasan, membentuk keinginan, ketertarikan dalam produk merupakan makna yang bisa diambil dari adanya suatu pengertian beberapa ahli mengenai promosi. Penawaran dilakukan agar mereka tertarik serta merasa ingin membeli produk dari suatu organisasi.

Keputusan Penggunaan

Perilaku konsumen yang mengarah kepada keputusan mereka dalam melakukan transaksi sama halnya dalam keputusan seseorang dalam menggunakan. Ada ungkapan yaitu “*Consumer behavior may be defined as decision process and physical activity individuals engage in when evaluating, acquiring, using for disposing of goods and services*” pendapat David serta Bitta dikutip Mangkunegara (2019:3). Menggunakan, mengevaluasi, memperoleh kemudian memakai suatu barang yang banyak ditawarkan hingga mereka melakukan suatu keputusan dimana mereka mau menggunakan barang maupun jasa dari suatu organisasi.

KERANGKA KONSEPTUAL

Gambar 2.1 Kerangka Konseptual



Sumber : data diolah penulis 2021

Hipotesis

- H1 : Kemanfaatan mampu memberikan pengaruh dengan signifikan pada keputusan penggunaan *e-wallet* Shopee Pay di Sidoarjo
- H2 : Efisiensi Waktu mampu memberikan pengaruh dengan signifikan keputusan penggunaan *e-wallet* Shopee Pay di Sidoarjo
- H3 : Promosi mampu memberikan pengaruh dengan signifikan keputusan penggunaan *e-wallet* Shopee Pay di Sidoarjo.
- H4 : Kemanfaatan, Efisiensi Waktu, serta Promosi mampu memberikan pengaruh bersamaan dengan signifikan terhadap keputusan penggunaan *e-wallet* Shopee Pay di Sidoarjo

METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian

Kuantitatif menjadi pilihan metode riset yang saat ini dipergunakan peneliti. Memberikan suatu bukti dari banyaknya populasi yang dipakai kemudian diperkecil dengan sampel yang mampu menjadi perwakilan adanya populasi dengan menggunakan perhitungan statistic kemudian diolah dari aplikasi SPSS maupun yang lainnya guna mendapatkan simpulan dari riset yang dilakukan menjadi makna dari kuantitatif pendapat Sugiyono (2019:16). Sugiyono (2019:65) berpendapat adanya metode ini mampu memberikan hasil suatu hubungan diantara variabel yang dilibatkan.

Populasi dan Sampel

Setiap area yang diukur serta bersifat keseluruhan dimaknai sebagai populasi. Sugiyono (2019:126). Populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat di Sidoarjo yang menggunakan Shopee Pay baik pengguna aktif maupun mereka yang pernah menggunakan Shopee Pay dengan rentang usia 17 s/d 40 tahun. Sedangkan sampel menurut Pendapat Sugiyono (2016;81) mengenai makna dari sampel ialah sedikit dari populasi yang mampu memberikan perwakilan dari seluruhnya. *Nonprobability Sampling* dipakai dalam menentukan sampel yang akan di libatkan dalam riset kali ini dimana maknanya ialah pengambilan sampel disyaratkan bagi yang memenuhi kriteria saja, *Sampling Insidental* ialah teknik yang dipilih untuk menentukan siapa yang akan dilibatkan, pendapat Sugiyono (2019:131) bermakna secara acak siapa yang ditemui oleh peneliti dan memiliki kriteria yang cocok maka akan dilibatkan untuk membantu riset. Teori dari Roscoe dalam *Research Methods For Business* dikutip Sugiyono (2019:144) menjadi pilihan dalam menentukan sampel yang akan dilibatkan sebab banyaknya pengguna shopeepay yang tidak mampu dihitung menjadi pertimbangannya, maka peneliti menentukan jumlah yaitu 100 responden yang dilibatkan dinyatakan layak, berdasarkan hasil perhitungan serta teori yang ada, sehingga riset ini sudah bisa dilaksanakan untuk melibatkan 100 pengguna Shopee Pay.

Teknik Pengumpulan Data

Kuisisioner maupun angket dipakai peneliti dalam melakukan pengumpulan data secara langsung dilapangan untuk nantinya akan diolah menjadi suatu informasi. Responden yang dilibatkan akan menjawab setiap pernyataan yang diajukan oleh para peneliti guna mendapatkan informasi yang relvan ialah makna kuisisioner pendapat Sugiyono (2019:199). Wilayah yang menjadi tempat dari responden yang dibutuhkan akan lebih mudah serta tepat bila mengukurnya menggunakan suatu alat ukur berupa angket. Skala likert yang ada pada angket digunakan untuk menilai pernyataan yang diajukan kepada responden.

METODE ANALISIS DATA

Analisis Regresi Linier Berganda

Secara umum Analisis Linier Regresi berganda digunakan untuk melihat adanya suatu hubungan yang memiliki pengaruh masing-masing diantara dua variabel bebas maupun lebih terhadap variabel terikat mampu dilakukan pengujian analisis regeresi berganda. Adapun persamaan yang terbentuk dari pengujian ini:

$$Y = a + b_1.X_1 + b_2.X_2 + \dots$$

Keterangan :

Y = Keputusan Penggunaan

a = Konstanta

b₁, b₂ = Koefisien regresi untuk masing-masing variabel bebas

X₁ = Variabel independen pertama (Kemanfaatan)

X₂ = Variabel independen kedua (Efisiensi waktu)

X₃ = Variabel independen ketiga (Promosi)

UJI HIPOTESIS

Uji t (Pengujian secara Individual)

Digunakan untuk melihat adanya hubungan secara individu diantara variabel x dengan variabel yang diukur ialah variabel y bisa dilakukan dengan pengujian t, uji parsial ialah nama lainnya. Hipotesis Uji t :

1. H_0 : tidak memiliki pengaruh
2. H_a : memiliki pengaruh

Berikut merupakan kategori yang bisa diambil dalam penentuan hasil pengujian ini ialah :

1. $Sig > 0.05$, dimana tidak terdapat pengaruh, maka H_0 diterima, H_a ditolak
2. $Sig < 0.05$, bermakna terdapat pengaruh, maka H_0 ditolak sedangkan H_a diterima

Uji F (Pengujian Secara Keseluruhan)

Untuk melihat pengaruh yang melibatkan seluruh variabel bebas dengan bersamaan memberikan pengaruh dapat dilakukan pengujian simultan ataupun yang dikenal uji f.

Hipotesis Uji F adalah :

1. H_0 : tidak memiliki pengaruh secara bersamaan
2. H_a : memiliki pengaruh bersamaan

Adapun pengkategorian dalam memberikan simpulanya ialah:

1. Tidak terdapat pengaruh simultan bila $Sig F > 0.05$, dengan kata lain H_0 : diterima, H_a :ditolak
2. H_0 ditolak dan H_a diterima apabila $sig F < 0,05$, artinya variabel independen secara simultan berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen.

Analisis Koefisien Determinasi (R^2)

Melihat kekuatan dari adanya variabel independent yang dilibatkan dalam pengukuran variabel terikat sejauh mana kemampuannya dalam memberikan pengaruhnya. *Goodnes-fit* yang berasal dari regresi mampu diukur dengan determinasi pendapat Ghozali (2018:179). 1 ialah nilai terbesar dalam perhitungan ini sedangkan 0 ialah nilai terendah. Kekuatan variabel bebas dalam memeberikan pengaruh dilihat akan lebih kuat jika dekat

dengan angka satu, sebaliknya jika nilainya mendekati angka nol maka lemah dalam memberikan pengaruh.

HASIL PENELITIAN

Analisis Regresi Linier Berganda

Coefficients^a

| Model | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | t | Sig. |
|----------------------|-----------------------------|------------|---------------------------|-------|------|
| | B | Std. Error | Beta | | |
| 1 (Constant) | 1.734 | 1.652 | | 1.050 | .297 |
| Kemanfaatan (X1) | .493 | .074 | .220 | .606 | .011 |
| Efisiensi waktu (X2) | -.314 | .152 | -.032 | .351 | .027 |
| Promosi (X3) | .284 | .201 | .124 | .558 | .023 |

a. Dependent Variable: Keputusan Penggunaan

- Keputusan pembelian memiliki nilai tetap 1.734, artinya bahwa nilai dari keputusan pembelian yang dipengaruhi variabel bebas nilainya tetap 1.734.
- 0.493 merupakan nilai dari koefisien dari nilai kemanfaatan (X1) yang mana bila terjadi kenaikan nilai sebesar satu-satuan maka keputusan pembelian akan meningkat juga sebesar 0.493, begitu sebaliknya bila mengalami penurunan maka juga turun sebesar 0.493. Semakin kemanfaatan dirasakan oleh pengguna maka keputusan penggunaan juga akan meningkat.
- 0.314 merupakan koefisien yang dihasilkan dari variabel efisiensi waktu (X2) dimana apabila dibaratkan ada suatu kenaikan pada efisiensi waktu sebesar satu-satuan maka keputusan pembelian juga akan meningkat sebesar 0.314, begitu juga sebaliknya bila efisiensi waktu mendapat penilaian rendah. Semakin cepat penggunaan Shopee Pay akan memberikan pengaruh pada keputusan dalam menggunakannya.
- 0.284 merupakan koefisien yang dihasilkan dari variabel promosi (X3) dimana apabila dibaratkan ada suatu kenaikan pada promosi sebesar satu-satuan

maka keputusan pembelian juga akan meningkat sebesar 0.284, begitu juga sebaliknya bila promosi mendapat penilaian rendah.

Uji Hipotesis

Hasil Uji t

Tabel 4.17
Analisis parsial (t)

| Coefficients^a | | | | | |
|---------------------------------|-----------------------------|------------|---------------------------|-------|------|
| Model | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | t | Sig. |
| | B | Std. Error | Beta | | |
| 1 (Constant) | 1.734 | 1.652 | | 1.050 | .297 |
| Kemanfaatan (X1) | .493 | .074 | .220 | .606 | .011 |
| Efisiensi waktu (X2) | .314 | .152 | .032 | .351 | .027 |
| Promosi (X3) | .284 | .201 | .124 | .558 | .023 |

a. Dependent Variable: Keputusan Penggunaan

Berikut perhitungan yang bisa dilihat dalam membuktikan hasil uji parsial:

1. Secara parsial kebermanfaatan memberikan pengaruh pada keputusan penggunaan Shopee Pay, sebab nilai dari sig $0.011 < 0.05$.
2. Secara parsial Efisiensi waktu memberikan pengaruh pada keputusan penggunaan Shopee Pay, sebab nilai dari sig $0.027 < 0.05$.
3. Secara parsial promosi memberikan pengaruh pada keputusan penggunaan Shopee Pay, sebab nilai dari sig $0.023 < 0.05$.

Hasil Uji f

Tabel 4.18
Analisis F hitung

| ANOVA^b | | | | | | |
|--------------------------|------------|----------------|----|-------------|--------|-------------------|
| Model | | Sum of Squares | df | Mean Square | F | Sig. |
| 1 | Regression | 418.459 | 3 | 83.692 | 28.799 | .008 ^a |
| | Residual | 261.541 | 96 | 2.906 | | |
| | Total | 680.000 | 99 | | | |

a. Predictors: (Constant), Kemanfaatan, Efisiensi waktu, Lokasi

b. Dependent Variable: Keputusan Penggunaan

Diketahui dari hasil output diatas menunjukkan nilai dari f hitung senilai 28.799, dimana nilai ini lebih besar dibandingkan 3.09 yang mana sebagai nilai f tabel, serta nilai dari koefisiensi sebesar 0.008 lebih kecil dari 0.05 maka dinyatakan bahwa secara bersamaan variabel kemanfaatan, efisiensi waktu serta promosi mampu memberikan pengaruh pada keputusan penggunaan Shopee Pay.

Hasil Uji Koefisien Determinasi (R²)

Tabel 4.19
Koefisien determinasi

Model Summary^b

| Model | R | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate |
|-------|------|----------|-------------------|----------------------------|
| 1 | .854 | .731 | .166 | 3.04770 |

a. Predictors: (Constant), Kemanfaatan; Harga; Lokasi

b. Dependent Variable: Keputusan Penggunaan

Penilaian dari tabel tersebut menunjukkan bahwa pengaruh variabel bebas pada variabel terikat memiliki pengaruh yang kuat yaitu senilai 0.731 dimana merupakan nilai dari R *square*. Maknya senilai 73.1% ialah kontribusi yang diberikan variabel bebas pada riset saat ini yang mana diantaranya ialah kemanfaatan, Efisiensi Waktu serta promosi sisanya dipengaruhi oleh varibel diluar riset ini ialah senilai 26.9%.

PEMBAHASAN

Kemanfaatan berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan penggunaan e-wallet Shopee Pay di Sidoarjo

Dari hasil pengolahan data menggunakan SPSS didapat bahwa kemanfaatan memiliki pengaruh yang positif serta signifikan pada keputusan penggunaan e-wallet Shopee Pay di Sidoarjo, hal demikian dilihat dari nilai sig 0.011 yang tidak lebih besar dari 0.05. Meningkatnya keputusan penggunaan juga selaras dengan naiknya penilaian terhadap kemanfaatan. Pengoperasian dalam fitur maupun layanan pada Shopee Pay dirasa responden mampu memberikan mereka kemudahan hal ini mendapatkan jawaban sangat setuju sebanyak 58% dari total responden yang dilibatkan. Maknanya pengguna Shopee Pay merasakan manfaatnya.

Efisiensi Waktu berpengaruh secara signifikan terhadap Keputusan Penggunaan *e-wallet* Shopee Pay di Sidoarjo

Efisiensi waktu memberikan pengaruh positif serta signifikan pada keputusan penggunaan alat pembayaran digital Shopee Pay yang diteliti, dimana hasil ini dapat dilihat sebab nilai sig $0.027 < 0.05$. Meningkatnya keputusan penggunaan pembayaran digital Shopee Pay diakibatkan adanya efisiensi waktu yang di dapat para penggunanya. Sebanyak 53% para pengguna menyatakan sangat setuju dengan kemudahan dalam pembayaran digital yang mereka lakukan, jadi lebih mudah serta cepat prosesnya. Efisiensi waktu dirasakan oleh para pengguna Shopee Pay yang ada di Sidoarjo, mereka merasa transaksi lebih cepat dan mudah dalam pengoperasiannya. Kemampuan cara kerja yang mampu memberikan kecepatan waktu, tenaga, serta biaya yang dikeluarkan.

Promosi berpengaruh secara signifikan terhadap Keputusan Penggunaan *e-wallet* Shopee Pay di Sidoarjo

Dari hasil pengolahan data menggunakan SPSS didapat bahwa promosi memiliki pengaruh yang positif serta signifikan pada keputusan penggunaan *e-wallet* Shopee Pay di Sidoarjo, hal demikian dilihat dari nilai sig 0.023 yang tidak lebih besar dari 0.05. Meningkatnya keputusan penggunaan juga selaras dengan naiknya penilaian terhadap promosi yang dilakukan organisasi. Pengguna Shopee Pay akan meningkat bila promosi yang diberikan kepada konsumen mampu menebus persepsi mereka.

Kemanfaatan, Efisiensi Waktu dan Promosi berpengaruh secara simultan dan signifikan terhadap Keputusan Penggunaan *e-wallet* Shopee Pay di Sidoarjo.

Nilai determinasi yang menunjukkan 0.731, merupakan bentuk dari kekuatan kontribusi variabel bebas yang dilibatkan dalam pengukuran keputusan penggunaan Shopee Pay di Sidoarjo, dimana variabel yang memberikan pengaruh diantaranya ialah kemanfaatan, efisiensi waktu, serta promosi. Artinya ada setidaknya sebesar 26.9% keputusan penggunaan mampu dijelaskan oleh variabel lainnya yang diluar riset ini, sedangkan 73.1% ini adalah kekuatan pengaruh yang ditimbulkan oleh variabel bebas yang dilibatkan untuk pengukuran keputusan penggunaan Shopee Pay di Sidoarjo.

Simpulan

1. Secara individu kebermanfaatan *e-wallet* Shopee Pay mampu memberikan pengaruh signifikan serta positif pada keputusan penggunaan. Maka ada suatu pengaruh yang ditimbulkan dari adanya kebermanfaatan produk *e-wallet* pada keputusan masyarakat dalam menggunakannya.
2. Secara individu Efisiensi Waktu penggunaan *e-wallet* Shopee Pay mampu memberikan pengaruh signifikan serta positif pada keputusan penggunaan. sehingga dapat disimpulkan bahwa Variabel Efisiensi Waktu berpengaruh terhadap Keputusan Penggunaan *e-wallet* Shopee Pay di Sidoarjo.
3. Secara individu Promosi penggunaan *e-wallet* Shopee Pay mampu memberikan pengaruh signifikan serta positif pada keputusan penggunaan. Maka promosi mampu membuat masyarakat memutuskan menggunakan *e-wallet* Shopee Pay.
4. Secara bersamaan Kemanfaatan (X1), Efisiensi Waktu (X2), dan Promosi (X3) mampu *menimbulkan* pengaruh pada masyarakat Sidoarjo dalam keputusan penggunaan *e-wallet* Shopee Pay, maka ketiga variabel yang dipakai seluruhnya mampu memberikan pengaruh pada keputusan penggunaan *e-wallet* Shopee Pay.

Saran

1. Untuk organisasi
 - a. Edukasi mengenai fitur Shopee Pay perlu dilaksanakan oleh penyelenggara maupun organisasi terkait sebab hal ini akan menambah wawasan konsumen mengenai produk yang telah ditawarkan organisasi untuk kemudahan bertransaksi, hal ini tentu saja merujuk pada kebermanfaatan produk untuk konsumen.
 - b. Kemudahan bertransaksi biasanya ditandai dengan adanya kecepatan dalam prosesnya, maka dari itu perlu adanya kepastian terhadap fitur *e-wallet* yang

- ditawarkan kepada konsumen agar mereka merasakan adanya kecepatan dan efisiensi waktu yang bisa mereka dapatkan dari Shopee Pay tersebut.
- c. Dengan produk yang menawarkan kemudahan biasanya akan banyak peminat, namun juga akan muncul pesaing dengan produk yang serupa, maka perlu dilakukan promosi agar konsumen memilih produk atau layanan yang ditawarkan perusahaan.
2. Untuk peneliti selanjutnya perlu melakukan pensmbshsn sampel, variabel baru, analisis atau metode perbandingan guna semakin memperkaya pembahasan tentang *e-wallet* Shopee Pay.

Daftar Pustaka

Bank Indonesia. (2020). *Jumlah Uang Elektronik Yang Beredar Sepanjang Tahun 2020*. (<https://www.bi.go.id/id/statistik/ekonomi-keuangan/ssp/uang-elektronik/transaksi.aspx>). Diakses pada 06 maret 2021 pukul 22.38 WIB.

Kamus Besar Bahasa Indonesia. (2021). *Pengertian Efisiensi*. <https://kbbi.web.id/efisiensi.html>. Diakses pada Minggu 14 Maret 2021 pukul 09.14.

Liputan 6.com. (2020). *Inilah Dompot Digital Dengan Pertumbuhan Paling Pesat di 2020*. <https://m.liputan6.com/on-off/read/4338554/inilah-dompot-digital-dengan-pertumbuhan-paling-pesat-di-2020>. Diakses pada 10 Maret 2021 pukul 22.19

Marcell Evan Pratama Reynaldo Rully. (2020). "Efisiensi Waktu Dalam Proses Produksi Konfeksi Terkait Kaus dan Kemeja". Skripsi. Yogyakarta : Universitas Sanata Dharma.

Meri Puspita. (2020) *Sejarah Shopee, Model Bisnis, dan Visi Misinya*. <https://www.google.com/amp/s/pojoksosmed.com/marketplace/sejarahshopee/amp/>. Diakses pada Senin 15 Maret 2021 pukul 22.09 WIB.

Siti Rodiah , Inaya Sari Melati. (2020). Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Kemanfaatan, Risiko, dan Kepercayaan terhadap Minat Menggunakan *E-wallet* pada Generasi Milenial Kota Semarang. *Journal Of Economic Education and Entrepreneurship*. 1 (2) (2020) 66-80.

Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung:Alfabeta.

Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Edisi kedua. Yogyakarta:Alfabeta.

