

Literasi keuangan dan kepercayaan sebagai determinan adopsi dompet digital: Studi pada pengguna Shopeepay di kalangan mahasiswa pendidikan ekonomi

Nenden Susilowati*, Sabrina Alisa Febriyanti, Axelina Dava Avrielliandiny, Puspita Tyas Shabrina, Angga Revaldo

Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Negeri Yogyakarta, Indonesia

*) Korespondensi (e-mail: nendensusilowati87@uny.ac.id)

Abstract

The development of digital financial services has changed people's transaction patterns, including among university students. ShopeePay, a popular digital wallet, offers convenience, speed, and secure transactions. However, students' decisions to use it are influenced not only by technical aspects but also by financial literacy and trust levels. This study aims to analyze the influence of financial literacy and trust on the decision to use ShopeePay among Economics Education students using a quantitative approach through a questionnaire survey. The sample for this study consisted of students selected using a proportional random sampling technique. Data were analyzed using validity and reliability tests, classical assumption tests, and multiple regression. The results showed that all variables were valid and reliable, that the regression model met the classical assumption tests, and that financial literacy and trust had a positive and significant effect on the decision to use ShopeePay. Thus, the higher the students' financial literacy and the stronger their trust in ShopeePay, the greater their tendency to use the service. This study suggests that improving financial literacy and strengthening security and trust are important factors in encouraging university students to use digital wallets.

Keywords: Digital Wallet, Trust, Financial Literacy, ShopeePay

Abstrak

Perkembangan layanan keuangan digital telah mengubah pola transaksi masyarakat, termasuk di kalangan mahasiswa. ShopeePay sebagai salah satu dompet digital populer menawarkan kemudahan, kecepatan, dan keamanan transaksi, namun keputusan mahasiswa dalam menggunakannya tidak hanya dipengaruhi oleh aspek teknis, melainkan juga oleh literasi keuangan dan tingkat kepercayaan. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh literasi keuangan dan kepercayaan terhadap keputusan penggunaan ShopeePay pada mahasiswa Pendidikan Ekonomi dengan pendekatan kuantitatif melalui survei kuesioner. Sampel penelitian ini adalah mahasiswa yang dipilih menggunakan teknik *proportional random sampling*. Data dianalisis menggunakan uji validitas, reliabilitas, uji asumsi klasik, serta regresi berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa semua variabel valid dan reliabel, model regresi memenuhi uji asumsi klasik, dan literasi keuangan serta kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan ShopeePay. Dengan demikian, semakin tinggi literasi keuangan dan semakin kuat kepercayaan mahasiswa terhadap ShopeePay, semakin besar pula kecenderungan mereka menggunakan layanan tersebut. Penelitian ini memberikan implikasi bahwa peningkatan literasi keuangan serta penguatan aspek keamanan dan kepercayaan merupakan faktor penting dalam mendorong penggunaan dompet digital di kalangan mahasiswa.

Kata kunci: Dompet Digital, Kepercayaan, Literasi Keuangan, ShopeePay

How to cite: Susilowati, N., Febriyanti, S. A., Avrielliandiny, A. D., Shabrina, P. T., & Revaldo, A. (2025). Literasi keuangan dan kepercayaan sebagai determinan adopsi dompet digital: Studi pada pengguna Shopeepay di kalangan mahasiswa pendidikan ekonomi. *Journal of Accounting and Digital Finance*, 5(3), 345–357. <https://doi.org/10.53088/jadfi.v5i3.2326>



1. Pendahuluan

Pada era digital sekarang, sudah seharusnya mengikuti perkembangan yang ada, terdapat banyak kemajuan yang terjadi, terutama dalam bidang teknologi digital (Rifai et al., 2022). Perkembangan teknologi digital telah merevolusi industri keuangan di Indonesia, terutama dalam metode transaksi dan cara masyarakat mengelola keuangan sehari-hari. Kemunculan *e-wallet* merupakan inovasi penting dalam perkembangan keuangan digital, dengan ShopeePay sebagai salah satu contohnya yang kini semakin populer di kalangan mahasiswa. Platform ini memberikan berbagai kemudahan dalam bertransaksi, tingkat keamanan yang tinggi, serta tawaran promosi yang menarik, sehingga mengubah cara konsumsi dan pola pembayaran di lingkungan mahasiswa (Nurhayani et al., 2024). Perkembangan layanan digital dalam bidang keuangan tidak hanya berpengaruh pada cara mahasiswa melakukan transaksi, tetapi juga memberikan efek yang besar terhadap pola konsumsi mereka.

Pemahaman tentang literasi keuangan digital di kalangan mahasiswa belum sepenuhnya berkembang dengan baik. Sebagian besar mahasiswa telah memahami konsep dasar terkait manajemen keuangan dan risiko, namun mereka belum maksimal dalam menggunakan teknologi dan platform digital untuk mendapatkan informasi keuangan yang lebih mendalam. Kondisi tersebut memperlihatkan bahwa literasi keuangan digital perlu ditingkatkan agar mahasiswa lebih mandiri dan cermat dalam menentukan keputusan, terutama dalam penggunaan layanan dompet digital. Tingkat literasi keuangan yang baik dapat meningkatkan inklusi dan mempengaruhi perilaku keuangan mahasiswa, sehingga mendorong penggunaan layanan dompet digital (Apriliani & Yudiaatmaja, 2023). Pentingnya literasi keuangan digital bertujuan agar penggunaan teknologi keuangan dilakukan dengan bijak, mengurangi risiko perilaku boros, serta meningkatkan pengambilan keputusan finansial yang sehat. Berbagai studi menunjukkan bahwa tingkat literasi keuangan digital di kalangan mahasiswa masih tergolong rata-rata dan perlu ditingkatkan agar mereka dapat memanfaatkan layanan keuangan digital dengan aman dan maksimal. Kesenjangan antara akses terhadap teknologi finansial dan pengetahuan keuangan ini menjadi tantangan signifikan untuk mencapai inklusi keuangan yang berkelanjutan (Cahyadi et al., 2024).

Selain literasi keuangan dan perilaku konsumsi, pandangan mahasiswa mengenai dompet digital seperti ShopeePay juga mempengaruhi seberapa besar mereka menggunakan layanan keuangan digital. ShopeePay menjadi salah satu *e-wallet* dengan tingkat kemudahan tinggi dan risiko rendah di kalangan mahasiswa (Utami et al., 2024). Berdasarkan penelitian di lingkungan kampus, sebagian besar mahasiswa memiliki persepsi yang positif tentang ShopeePay, yang terutama dipengaruhi oleh kemudahan penggunaannya, fitur keamanan yang ada, serta kemudahan dalam melakukan transaksi. Faktor internal seperti pengalaman yang sederhana dan manfaat nyata dari dompet digital menjadi daya tarik utama, sedangkan faktor eksternal seperti promosi yang menarik dan pengaruh dari teman sebaya semakin meningkatkan penggunaan ShopeePay di kalangan mahasiswa (Pratama & Sinduwiatmo, 2024).

Kepercayaan menjadi faktor penting saat pengguna menentukan untuk memanfaatkan layanan keuangan digital. Dalam dunia fintech, kepercayaan

melibatkan keyakinan pengguna terhadap keamanan, kehandalan, dan kemampuan layanan dalam melindungi data serta uang mereka dari potensi penyalahgunaan. Kepercayaan mahasiswa terhadap ShopeePay sangat ditentukan oleh persepsi kemudahan dan keamanan dalam bertransaksi (Yohana et al., 2025). Kepercayaan yang dimiliki pengguna terbentuk melalui konsistensi dari penyedia layanan dalam menjaga keamanan, memberikan pengalaman yang baik selama transaksi, serta adanya dukungan dari pemerintah yang menciptakan rasa aman. Tingkat kepercayaan pengguna terhadap privasi dan keamanan yang semakin tinggi akan meningkatkan kecenderungan masyarakat dalam memanfaatkan layanan fintech. Jika pengguna yakin bahwa penyedia layanan dapat melindungi data dengan baik dan menjamin keamanan dalam setiap transaksi, maka tingkat loyalitas terhadap penggunaan fintech akan meningkat (Efrianto & Tresnawaty, 2021).

Pentingnya pemahaman bagi pengguna bagaimana mahasiswa menilai manfaat serta risiko dari layanan fintech dalam meningkatkan penerimaan terhadap dompet digital. Para pengembang teknologi dan pemasar perlu meningkatkan fitur-fitur yang penting, memastikan keamanan, serta menyediakan pendidikan tentang keuangan digital agar pengguna dapat memaksimalkan manfaat dan meminimalkan risiko dari penggunaan *fintech*. Dengan meningkatnya kepercayaan dan pemahaman, ShopeePay dapat berfungsi sebagai solusi transaksi yang inklusif dan sesuai dengan kebutuhan generasi muda, terutama mahasiswa Pendidikan Ekonomi di era digital. Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh literasi keuangan digital dan kepercayaan terhadap perilaku mahasiswa Pendidikan Ekonomi dalam menggunakan dompet digital ShopeePay. Dengan demikian, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam meningkatkan pemahaman mengenai faktor-faktor yang memengaruhi penerimaan layanan keuangan digital pada generasi muda.

2. Tinjauan Pustaka

Literasi Keuangan

Literasi keuangan didefinisikan sebagai pemahaman individu mengenai prinsip-prinsip dasar keuangan pribadi serta kemampuannya agar dapat membuat keputusan keuangan yang tepat. Tingkat literasi keuangan yang tinggi dapat memberikan mahasiswa pengetahuan yang diperlukan untuk mengatur keuangan mereka dengan baik, sehingga mereka merasa lebih yakin dalam memanfaatkan layanan keuangan digital seperti ShopeePay. Penelitian yang dilakukan oleh Andiani & Maria (2023), menunjukkan bahwa pemahaman terkait aspek keuangan memberikan dampak yang baik terhadap cara mengelola keuangan oleh generasi Z. Sementara, Mudrikah (2021) mengindikasikan bahwa kemampuan literasi keuangan mempunyai dampak besar terhadap ketertarikan dalam menggunakan produk keuangan yang berbasis teknologi. Namun, beberapa penelitian juga mengindikasikan bahwa literasi keuangan belum tentu mengurangi perilaku konsumtif, karena mahasiswa yang lebih memahami keuangan malah cenderung melakukan konsumsi yang lebih terstruktur. Dengan demikian, literasi keuangan sangat penting untuk mempengaruhi mahasiswa dalam memilih dan memanfaatkan ShopeePay, meskipun dampaknya bisa berbeda-beda tergantung pada aspek gaya hidup dan seberapa mudah penggunaannya.

Kepercayaan

Kepercayaan merupakan keyakinan pengguna mengenai keamanan, kredibilitas, dan reputasi suatu layanan pembayaran digital. Dalam penggunaan dompet digital, tingkat kepercayaan memiliki peranan penting dalam membentuk minat dan keputusan untuk menggunakan layanan tersebut. Penelitian menunjukkan bahwa kepercayaan memiliki dampak positif pada penerimaan ShopeePay, terutama berkaitan dengan sudut pandang mahasiswa tentang keamanan sistem dan perlindungan informasi (Efrianto & Tresnawaty, 2021). Namun, beberapa penelitian mengungkapkan bahwa kepercayaan tidak selalu memberikan pengaruh yang signifikan terhadap minat penggunaan. Hal ini menunjukkan adanya ketidaksesuaian dalam hasil, yang bisa disebabkan oleh variasi pada populasi serta metode penelitian yang digunakan. Risiko keamanan seperti pengambilan data pribadi dan peretasan akun menjadi elemen yang memengaruhi kepercayaan mahasiswa terhadap ShopeePay. Penyedia layanan harus memastikan integritas dan keamanan agar kepercayaan pengguna tetap terjaga.

Keputusan Penggunaan ShopeePay

Keputusan penggunaan adalah tindakan konsumen dalam memilih, menerima, dan memanfaatkan produk atau layanan tertentu. Penggunaan ShopeePay tergolong sederhana untuk dipahami. Hal ini menandakan bahwa layanan tersebut mampu memberikan kenyamanan bagi konsumen karena memudahkan proses pembayaran (Hawari & Harahap, 2023). Oleh sebab itu, banyak konsumen memilih ShopeePay sebagai metode transaksi dalam setiap keputusan pembelian, terutama karena faktor kepraktisan yang ditawarkan. Dalam konteks mahasiswa, keputusan untuk menggunakan ShopeePay dipengaruhi oleh aspek kemudahan, keuntungan, promosi, pengetahuan tentang keuangan, dan kepercayaan. Promosi cashback dan persepsi kemudahan merupakan faktor penting yang berkontribusi dalam meningkatkan minat mahasiswa terhadap penggunaan ShopeePay. Dengan demikian, keputusan untuk menggunakan ShopeePay bisa dilihat sebagai hasil dari interaksi antara faktor rasional (literasi keuangan) dan faktor psikologis (kepercayaan).

Berdasarkan hasil kajian teori dan berbagai penelitian terdahulu yang meneliti hubungan antara literasi keuangan, kepercayaan, dan keputusan penggunaan layanan keuangan digital, maka dapat dirumuskan hipotesis penelitian secara lebih jelas dan terarah. Literasi keuangan merupakan kemampuan seseorang dalam memahami dan mengelola keuangan pribadi dengan baik, termasuk dalam hal pengambilan keputusan keuangan sehari-hari. Seseorang yang memiliki literasi keuangan yang tinggi cenderung mampu memilih dan memanfaatkan layanan keuangan digital, seperti ShopeePay, secara lebih bijak dan efisien. Dengan demikian, secara teoritis dapat diasumsikan bahwa literasi keuangan berpengaruh positif terhadap keputusan penggunaan ShopeePay. Selain itu, kepercayaan terhadap suatu platform keuangan digital juga menjadi faktor penting yang memengaruhi keputusan individu dalam menggunakannya.

Kepercayaan mencakup keyakinan terhadap keamanan transaksi, keandalan sistem, serta integritas penyedia layanan. Mahasiswa yang memiliki tingkat

kepercayaan tinggi terhadap ShopeePay akan lebih termotivasi untuk menggunakan layanan tersebut dalam berbagai aktivitas transaksi keuangan. Oleh karena itu, kepercayaan diperkirakan berpengaruh positif terhadap keputusan penggunaan ShopeePay. Lebih lanjut, kombinasi antara tingkat literasi keuangan dan kepercayaan diyakini secara bersama-sama memberikan pengaruh yang signifikan terhadap keputusan penggunaan ShopeePay, karena individu yang memahami keuangan dengan baik dan percaya terhadap sistem akan lebih yakin dalam memanfaatkan layanan tersebut. Berdasarkan uraian tersebut, hipotesis penelitian ini adalah: (1) literasi keuangan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan ShopeePay pada mahasiswa Pendidikan Ekonomi, (2) kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan ShopeePay pada mahasiswa Pendidikan Ekonomi, dan (3) literasi keuangan dan kepercayaan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan penggunaan ShopeePay pada mahasiswa Pendidikan Ekonomi.

3. Metode Penelitian

Penelitian ini dilakukan melalui riset lapangan dengan menggunakan metode kuantitatif. Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh literasi keuangan dan kepercayaan terhadap keputusan penggunaan ShopeePay pada mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta. Data penelitian diperoleh dari kuesioner online yang dibuat melalui Google Form, Gmail, serta media sosial lain yang digunakan oleh mahasiswa. Populasi penelitian mencakup mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta angkatan 2023 dan 2024. Penentuan jumlah sampel dilakukan dengan menggunakan rumus Slovin. Berdasarkan hasil perhitungan, jumlah sampel yang digunakan sebanyak 178 responden yang terdiri atas 88 mahasiswa angkatan 2023 dan 90 mahasiswa angkatan 2024. Sampel dipilih dengan metode proportional random sampling, pada mahasiswa yang memakai layanan ShopeePay.

Instrumen penelitian yang digunakan berupa angket dengan skala Likert 1–5, di mana skor 1 menunjukkan "sangat tidak setuju" dan skor 5 menunjukkan "sangat setuju". Setiap indikator pada variabel literasi keuangan, kepercayaan, dan keputusan penggunaan ShopeePay diterjemahkan ke dalam beberapa butir pernyataan yang dapat diukur melalui tanggapan responden. Kuesioner disusun berdasarkan indikator yang telah ditetapkan dalam definisi operasional sehingga hasil pengukuran dapat menggambarkan kondisi nyata dari variabel penelitian.

Data yang terkumpul kemudian dianalisis menggunakan regresi linear berganda. Analisis ini digunakan untuk mengukur seberapa besar pengaruh literasi keuangan serta kepercayaan terhadap keputusan penggunaan ShopeePay. Sebelum dilakukan uji regresi, data penelitian terlebih dahulu diuji melalui uji validitas untuk menilai ketepatan instrumen dalam mengukur indikator, serta uji reliabilitas untuk melihat konsistensi jawaban responden. Selanjutnya, dilakukan serangkaian uji prasyarat yang meliputi uji normalitas, multikolinearitas, dan heteroskedastisitas guna memastikan kelayakan model analisis yang digunakan.

Tabel 1. Definisi Operasional beserta Indikator Pengukuran

Variabel	Definisi Operasional	Indikator Pengukuran	Skala
Literasi Keuangan (X1)	Pemahaman mahasiswa mengenai konsep dasar keuangan pribadi serta keterampilan dalam menggunakan pengetahuan keuangan untuk membuat keputusan finansial.	1. Pemahaman konsep dasar keuangan pribadi (Remund, 2010). 2. Individu mampu menggunakan pengetahuan keuangan (Huston, 2010). 3. Keterampilan membuat keputusan keuangan yang rasional (Remund, 2010).	1–5
Kepercayaan (X2)	Keyakinan mahasiswa terhadap keamanan dan kredibilitas ShopeePay sebagai layanan pembayaran digital.	1. Keyakinan terhadap keamanan sistem & perlindungan data (Pavlou, 2002). 2. Kredibilitas & reputasi penyedia layanan (Morgan & Hunt, 1994). 3. Komitmen ShopeePay terhadap kepuasan pengguna (Morgan & Hunt, 1994).	1–5
Keputusan Penggunaan ShopeePay (Y)	Tingkat kesediaan mahasiswa dalam memilih dan menggunakan ShopeePay untuk kebutuhan transaksi sehari-hari.	1. Tingkat literasi keuangan dalam membuat keputusan penggunaan ShopeePay (Fadhilah & Rianto, 2023). 2. Kemudahan penggunaan ShopeePay (Fadhilah & Rianto, 2023). 3. Perilaku aktual dalam penggunaan ShopeePay (Ajzen, 1991).	1–5

4. Hasil dan Pembahasan

4.1. Hasil penelitian

Uji Validitas

Seluruh item pertanyaan untuk ketiga variabel (Literasi Keuangan, Kepercayaan, dan Keputusan Penggunaan ShopeePay) memiliki nilai KMO > Bartlett's Test SIG (0,000), sehingga dinyatakan valid.

Tabel 2. Uji Validitas

Variabel	KMO	Bartlett's Test (SIG)	Keterangan
Literasi Keuangan (X1)	0,820	0,000	Valid
Kepercayaan (X2)	0,779	0,000	Valid
Keputusan Penggunaan ShopeePay (Y1)	0,853	0,000	Valid

Berdasarkan hasil uji KMO and Bartlett's Test pada Tabel 2, diperoleh nilai KMO untuk variabel Literasi Keuangan (X1) sebesar 0,820, Kepercayaan (X2) sebesar 0,779, dan Keputusan Penggunaan ShopeePay (Y1) sebesar 0,853, dengan nilai signifikansi Bartlett's Test sebesar 0,000 ($< 0,05$). Hal ini menunjukkan bahwa data pada ketiga variabel memenuhi syarat untuk dianalisis lebih lanjut karena nilai KMO > 0,50 dan uji Bartlett's signifikan. Dengan demikian, instrumen penelitian dapat dinyatakan valid dan layak digunakan untuk analisis faktor.

Uji Reliabilitas

Berdasarkan hasil uji reliabilitas, variabel Literasi Keuangan (X1) dengan 9 butir pernyataan memperoleh nilai Cronbach's Alpha sebesar 0,722, variabel Kepercayaan (X2) dengan 9 butir pernyataan sebesar 0,693, serta variabel Keputusan Penggunaan ShopeePay (Y1) dengan 9 butir pernyataan sebesar 0,779. Seluruh nilai Cronbach's Alpha tersebut berada di atas ambang batas 0,60 sehingga instrumen penelitian dapat

dinyatakan reliabel. Walaupun nilai reliabilitas pada variabel Kepercayaan (X2) masih di bawah 0,70, namun angka tersebut tetap dapat diterima karena penelitian ini bersifat sosial dan menggunakan pendekatan sederhana, di mana batas 0,60 sudah dianggap memadai. Dengan demikian, instrumen yang digunakan dalam penelitian ini mampu menghasilkan data yang konsisten serta layak digunakan untuk analisis lebih lanjut.

Tabel 3. Uji Reliabilitas

Variabel	Jumlah item	Cronbach's Alpha	Keterangan
Literasi Keuangan (X1)	9	0,722	Reliabel
Kepercayaan (X2)	9	0,693	Reliabel
Keputusan Penggunaan Shopeepay (Y1)	9	0,779	Reliabel

Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik dilakukan untuk menjamin bahwa model regresi pada penelitian ini sesuai dengan syarat statistik, sehingga hasil analisis dapat dipercaya. Hasil uji normalitas memperoleh nilai Asymp. Sig. (2-tailed) sebesar 0,880 ($> 0,05$), sehingga data dapat dinyatakan terdistribusi secara normal. Selanjutnya, uji linearitas memperoleh nilai signifikansi sebesar 0,943 untuk hubungan Y1X1 dan 0,422 untuk hubungan Y1X2. Karena keduanya lebih besar dari 0,05, maka dapat disimpulkan adanya hubungan linear antara variabel bebas dan terikat

Tabel 4. Uji Asumsi Klasik

Jenis Uji	Indikator	Nilai	Kriteria	Kesimpulan
Normalitas	Asymp. Sig.(2-tailed)	0,880	Sig. $> 0,05$	Data Terdistribusi normal
Linieritas	Deviation from linearity Sig Y1*X1 Sig Y1*X2	0,943; 0,422	Sig $> 0,05$	Terjadi linieritas
Multikolonieritas	Tolerance (X1;X2) VIF (X1;X2)	0,994; 0,994 1,006; 1,006	$> 0,10$ $< 10,00$	Tidak terjadi multikolinearitas
Heteroskedastisitas	Sig X1 Sig X2	0,430 0,550	Sig $> 0,05$	Tidak terjadi Heteroskedastisitas

Hasil uji multikolinearitas memberikan hasil Tolerance 0,994 ($> 0,10$) dan VIF 1,006 (< 10), yang menandakan tidak adanya multikolinearitas antar variabel bebas. Sementara itu, uji heteroskedastisitas menghasilkan nilai signifikansi sebesar 0,430 untuk variabel X1 dan 0,550 untuk variabel X2. Kedua nilai tersebut lebih besar dari 0,05, sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi gejala heteroskedastisitas dalam model regresi. Oleh karena itu, model regresi pada penelitian ini sudah sesuai dengan seluruh asumsi klasik dan dapat dipakai untuk analisis selanjutnya.

Uji Koefisien Determinasi dan F

Tabel 5. Uji Koefisien Determinasi dan F

R	R Square	Adj. R Square	F	Sig
0,588 ^a	0,345	0,338	46,187	0,000

Model regresi menunjukkan bahwa nilai R Square sebesar 0,345 atau 34,5%. Artinya, kombinasi variabel literasi keuangan (X1) dan kepercayaan (X2) mampu

menjelaskan variasi keputusan penggunaan ShopeePay (Y1) sebesar 34,5%, sedangkan sisanya 65,5% dipengaruhi oleh faktor lain di luar model penelitian. Nilai Adjusted R Square sebesar 0,338 juga memperkuat hasil tersebut, yang menunjukkan kontribusi X1 dan X2 terhadap Y1 berada pada kategori sedang. Selain itu, hasil uji F menunjukkan nilai F sebesar 46,187 dengan signifikansi $0,000 < 0,05$, sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel literasi keuangan (X1) dan kepercayaan (X2) secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan penggunaan ShopeePay (Y1).

Dalam penelitian ini, variabel yang digunakan baru mencakup literasi keuangan (X1) dan kepercayaan (X2), sehingga nilai R^2 masih berada di bawah 0,50. Oleh karena itu, penelitian selanjutnya dapat menambahkan variabel lain seperti promosi, gaya hidup, atau faktor sosial agar model regresi lebih komprehensif dan mampu menjelaskan variasi keputusan penggunaan dompet digital secara lebih kuat.

Uji T (Parsial)

Tabel 6. Uji t

Variabel	Koefisien	t	Sig	Keterangan
X1 (Literasi Keuangan)	-0,047	-1,266	0,207	Tidak Signifikan
X2 (Kepercayaan)	0,665	9,401	0,000	Signifikan

Analisis data dalam penelitian ini dilakukan menggunakan software IBM SPSS Statistics versi 25 dengan metode regresi linier berganda, yang terdiri atas uji parsial (uji t), uji simultan (uji F), serta uji koefisien determinasi (R^2). Berdasarkan hasil uji parsial (uji t), diketahui bahwa variabel Literasi Keuangan (X1) memiliki nilai signifikansi sebesar $0,207 > 0,05$, sehingga secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan penggunaan ShopeePay (Y). Nilai koefisien regresi sebesar -0,047 menunjukkan arah hubungan negatif antara literasi keuangan dengan keputusan penggunaan ShopeePay, namun pengaruh tersebut tidak signifikan. Sebaliknya, variabel Kepercayaan (X2) memiliki nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$, yang berarti bahwa kepercayaan berpengaruh signifikan secara parsial terhadap keputusan penggunaan ShopeePay. Koefisien regresi positif sebesar 0,665 menunjukkan bahwa semakin tinggi tingkat kepercayaan pengguna, maka semakin besar pula keputusan untuk menggunakan ShopeePay.

Sementara itu, hasil uji simultan (uji F) menunjukkan bahwa nilai F hitung sebesar 46,187 dengan signifikansi $0,000 < 0,05$, yang berarti bahwa literasi keuangan (X1) dan kepercayaan (X2) secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap keputusan penggunaan ShopeePay (Y). Nilai R Square sebesar 0,345 menunjukkan bahwa kedua variabel independen tersebut mampu menjelaskan 34,5% variasi perubahan keputusan penggunaan ShopeePay, sedangkan sisanya 65,5% dijelaskan oleh faktor lain di luar model penelitian ini. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa model regresi yang digunakan layak dan kedua variabel independen secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan penggunaan ShopeePay, dengan kepercayaan (X2) sebagai faktor yang memiliki pengaruh paling dominan.

4.2. Pembahasan

Literasi Keuangan dan Keputusan Penggunaan ShopeePay

Penelitian ini menemukan bahwa tingkat literasi keuangan berperan positif dalam memengaruhi keputusan mahasiswa Pendidikan Ekonomi untuk menggunakan ShopeePay. Literasi keuangan didefinisikan sebagai kemampuan mahasiswa untuk mengelola keuangannya agar bisa mengambil keputusan yang lebih baik setiap hari. Kemampuan ini membantu mahasiswa lebih mengerti produk dan layanan keuangan digital seperti ShopeePay. Individu yang memiliki literasi keuangan yang baik serta sikap bertanggung jawab akan mampu memandang uang dari perspektif yang lebih rasional dan bijaksana. Mereka mampu mengelola keuangan mereka sendiri, bukan hanya mengikuti keinginan untuk belanja secara boros atau mengikuti trend zaman. Seorang individu seperti itu tahu bagaimana menggunakan uang yang dimilikinya secara benar dan memanfaatkannya dengan semestinya (Azizah, 2020). Dengan literasi keuangan yang baik, mahasiswa dapat menimbang keuntungan, biaya, dan risiko penggunaan *e-wallet* sehingga lebih percaya dalam mengambil keputusan. Literasi keuangan juga membantu mengelola keuangan sehari-hari dan membuat keputusan finansial yang tepat, seperti memilih metode pembayaran digital yang sesuai (Priyatna et al., 2024).

Dengan pemahaman yang cukup, penggunaan ShopeePay bukan hanya sekadar menjadi transaksi sesaat, melainkan bagian dari manajemen keuangan harian mahasiswa. Literasi keuangan yang baik mendorong mahasiswa untuk lebih aktif mencari informasi tambahan, membandingkan opsi pembayaran digital, dan mengintegrasikan ShopeePay dalam aktivitas pembayaran sehari-hari, baik untuk belanja online maupun layanan digital lainnya. Oleh karena itu, peningkatan edukasi literasi keuangan lebih intensif di lingkungan kampus sangat penting untuk mendukung penggunaan teknologi keuangan digital secara luas dan bertanggung jawab (Putri et al., 2023). Penelitian membuktikan bahwa kemampuan memahami keuangan mempengaruhi cara seseorang membuat keputusan finansial, termasuk dalam menggunakan layanan keuangan digital. Orang yang memiliki pemahaman keuangan tinggi biasanya lebih mampu mengelola risiko, tidak terlalu sering menggunakan uang secara berlebihan, serta memilih aplikasi pembayaran digital yang cocok dengan kebutuhan mereka.

Kepercayaan dan Keputusan Penggunaan ShopeePay

Kepercayaan merupakan faktor utama yang mempengaruhi keputusan mahasiswa dalam menggunakan ShopeePay. Kepercayaan terhadap penggunaan ShopeePay adalah keyakinan bahwa layanan ini memiliki atribut yang bermanfaat, serta keyakinan bahwa setiap transaksi yang dilakukan akan memberikan hasil sesuai harapan dan dapat diandalkan (Ilmiyah & Krishnawan, 2020). Penelitian ini menunjukkan semakin besar kepercayaan mahasiswa mengenai keamanan, dan kemudahan penggunaan ShopeePay, semakin tinggi kemungkinan mereka menggunakan aplikasi tersebut secara rutin. Kepercayaan ini mencakup keyakinan bahwa data pribadi dan informasi keuangan terlindungi dengan baik, transaksi berjalan lancar tanpa hambatan teknis, serta layanan pelanggan yang responsif (Maulana & Zoraya, 2024). Dalam bidang

teknologi informasi, teori kepercayaan menjelaskan bahwa kepercayaan mampu mengurangi risiko yang dirasakan oleh pengguna ketika menggunakan teknologi baru, sehingga meningkatkan kenyamanan dan loyalitas pengguna.

Pada umumnya, pembayaran digital tidak menggunakan uang tunai sebagai alat transaksi, melainkan dilakukan melalui transfer bank atau memanfaatkan jaringan internal yang dimiliki oleh bank (Fauzi et al., 2023). Layanan pembayaran digital yang memiliki sistem keamanan terjamin mampu memberikan rasa tenang bagi penggunanya. Perasaan aman tersebut mendorong mereka untuk lebih sering bertransaksi dan menjadikan dompet digital sebagai sarana pembayaran utama. Selain itu, pengalaman positif dalam menggunakan layanan ini juga sangat memengaruhi keputusan pengguna. Semakin nyaman pengalaman yang dirasakan, semakin besar pula keinginan, termasuk di kalangan mahasiswa, untuk terus memilih ShopeePay sebagai alat pembayaran utama. Di sisi lain, kepercayaan menjadi faktor penting dalam penerimaan teknologi digital. Banyak mahasiswa masih berhati-hati karena khawatir dengan keamanan data, privasi, maupun risiko penipuan yang mungkin terjadi. Kepercayaan inilah yang sering kali menentukan apakah mereka akan terus menggunakan sebuah layanan digital atau tidak. Melihat kondisi tersebut, ShopeePay perlu terus meningkatkan keamanan sistem serta menjaga transparansi layanan. Langkah ini bukan hanya untuk mempertahankan kepercayaan pengguna, tetapi juga untuk menumbuhkan loyalitas, khususnya dari kalangan generasi muda yang sangat peduli terhadap isu privasi dan keamanan digital.

Interaksi Literasi Keuangan dan Kepercayaan dalam Keputusan Penggunaan ShopeePay

Interaksi antara literasi keuangan dan tingkat kepercayaan memberikan kontribusi yang signifikan dalam menentukan pilihan untuk menggunakan ShopeePay jika dibandingkan dengan pengaruh masing-masing variabel secara terpisah. Mahasiswa yang memiliki pemahaman keuangan yang baik serta kepercayaan yang kuat terhadap ShopeePay cenderung lebih mudah untuk mengadopsi dan memanfaatkan aplikasi dengan konsisten. Literasi keuangan mendorong dalam menilai manfaat serta risiko pemakaian, sementara kepercayaan bisa mengurangi hambatan psikologis terkait keamanan dan keandalan layanan. Literasi keuangan menunjukkan kemampuan seseorang dalam menentukan prioritas kebutuhan finansial, mendiskusikan persoalan keuangan, menyusun rencana untuk masa depan serta merespons berbagai kejadian hidup dengan bijak yang memengaruhi keputusan keuangan sehari-hari (Napitupulu et al., 2021). Dalam banyak kasus, literasi keuangan tanpa didukung kepercayaan yang cukup bisa menimbulkan keraguan dalam penggunaan aplikasi, demikian pula, kepercayaan tanpa literasi yang cukup dapat mengakibatkan penggunaan yang tidak maksimal dan potensi kesalahan dari pengguna. Oleh karena itu, kedua variabel ini saling melengkapi dan memperkuat secara simultan dalam mendorong penggunaan ShopeePay di kalangan mahasiswa.

Menurut Hidayanti et al. (2023), kepercayaan memiliki peran besar dalam keputusan menggunakan layanan fintech. Rasa percaya ini membantu pengguna merasa lebih aman karena dapat mengurangi keraguan terhadap risiko yang mungkin

muncul dalam transaksi digital. Literasi keuangan memiliki peran penting dalam mendukung seseorang dalam menentukan langkah yang tepat terkait pengelolaan keuangan. Pemahaman yang baik memungkinkan individu untuk menggunakan layanan digital dengan lebih bijak dan bertanggung jawab. Tingkat literasi keuangan yang tinggi juga berkontribusi langsung terhadap kemampuan seseorang dalam mengatur keuangannya. Mahasiswa yang menguasai teknologi dengan baik cenderung lebih siap dalam mengambil keputusan untuk memanfaatkan ShopeePay (Dinda Silva et al., 2022). Hal ini karena mereka sudah memahami informasi mengenai digitalisasi ekonomi, termasuk penggunaan uang elektronik, sehingga dapat merasakan berbagai kemudahan yang ditawarkan ShopeePay. Bagi mahasiswa, hal ini mendorong penggunaan *e-wallet* seperti ShopeePay agar lebih optimal dan memberikan manfaat nyata dalam kegiatan sehari-hari.

5. Kesimpulan

Penelitian ini menunjukkan bahwa literasi keuangan dan kepercayaan secara simultan memberikan pengaruh yang nyata terhadap keputusan mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta dalam menggunakan ShopeePay. Namun, secara parsial hanya variabel kepercayaan yang berpengaruh positif dan signifikan, sedangkan literasi keuangan tidak memiliki pengaruh signifikan langsung terhadap keputusan penggunaan ShopeePay. Hal ini berarti bahwa kepercayaan terhadap keamanan, keandalan, dan kemudahan layanan ShopeePay menjadi aspek utama yang memotivasi mahasiswa untuk memakai aplikasi ini. Oleh karena itu, peningkatan literasi keuangan perlu tetap diperhatikan, tetapi upaya penguatan kepercayaan melalui peningkatan keamanan dan transparansi layanan menjadi kunci utama dalam mendorong adopsi dompet digital di kalangan mahasiswa. Penelitian ini mengimplikasikan pentingnya edukasi keuangan yang lebih intensif serta peningkatan aspek keamanan dalam layanan fintech agar penggunaan teknologi keuangan digital dapat lebih optimal dan bertanggung jawab di kalangan generasi muda.

Ucapan Terimakasih

Penulis menyampaikan rasa terima kasih kepada dosen pengampu mata kuliah Keuangan Digital Program Studi Pendidikan Ekonomi atas arahan dan bimbingan yang diberikan dalam proses penyusunan artikel ini. Ucapan terima kasih juga ditujukan kepada mahasiswa Pendidikan Ekonomi angkatan 2023 dan 2024 yang telah berpartisipasi sebagai responden. Penghargaan yang sama diberikan kepada semua pihak yang turut membantu, baik secara langsung maupun tidak langsung, hingga penelitian dan penulisan artikel ini dapat terselesaikan dengan baik.

Referensi

- Ajzen, I. (1991). The Theory of Planned Behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 179–211. [https://doi.org/10.1016/0749-5978\(91\)90020-T](https://doi.org/10.1016/0749-5978(91)90020-T)
- Andiani, D. A. P., & Maria, R. (2023). Pengaruh Financial Technology dan Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Keuangan Pada Generasi Z. *Jurnal Akuntansi Bisnis Dan Ekonomi*, 9(2), 3468–3475.

<https://doi.org/10.33197/jabe.vol9.iss2.2023.1226>

- Apriliani, P. A., & Yudiaatmaja, F. (2023). Pengaruh Literasi Keuangan dan Financial Technology Terhadap Inklusi Keuangan Mahasiswa Program Studi S1 Manajemen Universitas Pendidikan Ganesha. *Prospek: Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 5(1), 20–28. <https://doi.org/10.23887/pjmb.v5i1.49635>
- Azizah, N. S. (2020). Pengaruh Literasi Keuangan, Gaya Hidup Pada Perilaku Keuangan Pada Generasi Milenial. *Prisma (Platform Riset Mahasiswa Akuntansi)*, 01, 93–100.
- Cahyadi, N. M. A. K., Prima, S. R., Febrianti, R., Hadziq, M. F., & Sariwon. (2024). Digital Financial Literacy: Open and Distance Learning Student Basis. *Jurnal Kewirausahaan Dan Bisnis Digital*, 1(02), 98–108.
- Dinda Silva, I., Yunita, A., & Rahmadoni, F. (2022). Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan dan Kemanfaatan Terhadap Keputusan Penggunaan E-Money Dengan Pemahaman Teknologi Sebagai Variabel Intervening. *Journal of Economics and Business (AJEB)*, 1(1), 52–66.
- Efrianto, G., & Tresnawaty, N. (2021). Pengaruh Privasi, Keamanan, Kepercayaan Dan Pengalaman Terhadap Penggunaan Fintech Di Kalangan Masyarakat Kabupaten Tangerang Banten. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Ekonomi*, 6(1), 53–72. <https://doi.org/10.54964/liabilitas.v6i1.71>
- Fadhilah, F., & Rianto, M. R. (2023). Determinants Influencing the Decision to Use the ShopeePay Digital Wallet in Generation Z in North Bekasi City. *Journal of Scientific Research, Education, and Technology (JSRET)*, 2(1), 162–172. <https://doi.org/10.58526/jsret.v2i1.57>
- Fauzi, A., Salwa, S. A., Safitri, A., Julianti, E. A. C., & Fazriyah, S. N. (2023). Analisis Pengaruh Penggunaan Sistem Pembayaran Digital Dan Digital Marketing Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Ekonomi Dan Manajemen*, 2(1), 11–17.
- Hawari, A. P., & Harahap, K. (2023). Pengaruh Promosi Dan Persepsi Kemudahan Dalam Penggunaan E-Wallet ShopeePay Terhadap Keputusan Pembelian Pada Masyarakat Kota Medan. *Jurnal Ekonomi, Akuntansi Dan Manajemen Indonesia*, 2(01), 27–40. <https://doi.org/10.58471/jeami.v2i01.90>
- Hidayanti, N., Wiryaningtyas, D. P., Ariyantiningasih, F., & Ciptasari, A. D. W. (2023). Pengaruh Literasi Keuangan Dan Persepsi Risiko Terhadap Keputusan Penggunaan Shopee Paylater Melalui Financial Technology Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Abdurachman Saleh Situbondo. *Jurnal Mahasiswa Entrepreneurship (JME)*, 2(7), 1471. <https://doi.org/10.36841/jme.v2i7.3560>
- Huston, S. J. (2010). Measuring Financial Literacy. *Journal of Consumer Affairs*, 44(2), 296–316. <https://doi.org/10.1111/j.1745-6606.2010.01170.x>
- Ilmiyah, K., & Krishernawan, I. (2020). Pengaruh Ulasan Produk, Kemudahan, Kepercayaan, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Marketplace Shopee Di Mojokerto. *Maker: Jurnal Manajemen*, 6(1), 31–42.
- Maulana, R., & Zoraya, I. (2024). Pengaruh Perceived Ease Of Use, Kepercayaan dan Literasi Keuangan Terhadap Penggunaan ShopeePay pada Masyarakat Bengkulu. *Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah*, 7(1), 640–654. <https://doi.org/10.36778/jesya.v7i1.1442>
- Morgan, R. M., & Hunt, S. D. (1994). The Commitment-Trust Theory of. *Journal of*

Marketing, 58, 20–38.

- Mudrikah, A. (2021). Pengaruh Tingkat Literasi Keuangan Terhadap Minat Penggunaan Produk Finansial Teknologi Pada Mahasiswa FEBI UIN Sumatera Utara. *Jurnal Ekonomi-Teknik*, 1(2), 57–68. <https://doi.org/10.54543/etnik.v1i2.23>
- Napitupulu, J. H., Ellyawati, N., & Astuti, R. F. (2021). Pengaruh Literasi Keuangan dan Sikap Keuangan Terhadap Perilaku Pengelolaan Keuangan Mahasiswa Kota Samarinda. *Jurnal Pendidikan Ekonomi (JUPE)*, 9(3), 138–144. <https://doi.org/https://doi.org/10.26740/jupe.v9n3.p138-144>
- Nurhayani, Anindito, R., & Edy, J. K. (2024). Pengaruh penggunaan dompet digital (ShopeePay) terhadap perilaku konsumsi mahasiswa (Studi pada mahasiswa Universitas Jambi Fakultas Ekonomi dan Bisnis). *Jurnal Paradigma Ekonomika*, 19(4), 2085–1960.
- Pavlou, P. A. (2002). Institution-based trust in interorganizational exchange relationships: The role of online B2B marketplaces on trust formation. *Journal of Strategic Information Systems*, 11(3–4), 215–243. [https://doi.org/10.1016/S0963-8687\(02\)00017-3](https://doi.org/10.1016/S0963-8687(02)00017-3)
- Pratama, T. R. I., & Sinduwiatmo, K. (2024). Pandangan Mahasiswa Terhadap ShopeePay Sebagai Metode Pembayaran. *CONVERSE Journal Communication Science*, 1(1), 37–47. <https://doi.org/10.47134/converse.v1i1.2849>
- Priyatna, A., Hajar, A. S., Djaelani, G. P., Ramadhanti, N., Widyastuti, U., & Kurnianti, D. (2024). Pengaruh Literasi Keuangan dan Kemudahan Penggunaan terhadap Keputusan Penggunaan ShopeePay pada Mahasiswa D4 dan S1 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Negeri Jakarta. *PPIMAN Pusat Publikasi Ilmu Manajemen*, 3(1), 56–76. <https://doi.org/10.59603/ppiman.v3i1.615>
- Putri, W. D., Fontanella, A., & Handayani, D. (2023). Pengaruh Penggunaan Financial Technology, Gaya Hidup dan Pendapatan Orang Tua Terhadap Perilaku Keuangan Mahasiswa. *Akuntansi Dan Manajemen*, 18(1), 51–72.
- Remund, D. L. (2010). Financial literacy explicated: The case for a clearer definition in an increasingly complex economy. *Journal of Consumer Affairs*, 44(2), 276–295. <https://doi.org/10.1111/j.1745-6606.2010.01169.x>
- Rifai, D., Fitri, S., Ramadhan, I. N., & Ramadan, R. (2022). *Perkembangan Ekonomi Digital Mengenai Perilaku Pengguna Media Sosial Dalam Melakukan Transaksi*. 3(1), 49–52. <https://doi.org/10.34306/abdi.v3i1.752>
- Utami, E. Y., Hendrayani, E., Nitawati, E. Y., Nuraini, L., & Kalalo, R. R. (2024). *Eksplorasi Penggunaan E-Wallet ShopeePay Pada Mahasiswa di Indonesia*. 4(02), 7823–7830. <https://doi.org/10.29040/jje.v8i2.13780>
- Yohana, M., Ramadhani, I., Putri, A. M., Barri, A. A., & Umar, A. T. (2025). Pengaruh Kemudahan dan Keamanan ShopeePay terhadap Minat Mahasiswa Bertransaksi di E-Commerce. *Jurnal Ekonomi Manajemen Dan Bisnis*, 2(5), 259–264.