

Pengaruh Penggunaan E-Wallet dan Literasi Digital terhadap Kemudahan Pelanggan dalam Berbelanja pada Marketplace Shopee di Kota Medan

Fayzah Putri Aulia¹, Aziz Septiatin²

^{1*} Universitas Terbuka, Medan, Sumatera Utara, Indonesia

² Universitas Islam Negeri Raden Fatah Palembang, Sumatera Selatan, Indonesia

Fayzahputri@gmail.com¹, azizseptiatin_uin@radenfatah.ac.id²

*Corresponding email: Fayzahputri@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menguji variabel x1 yaitu e-wallet dan x2 yaitu literasi digital memiliki pengaruh secara simultan dan secara parsial terhadap variabel y yaitu kemudahan pelanggan di Kota Medan. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan menggunakan data primer berupa kuesioner melalui google form yang di bagikan secara online. Dalam melakukann pemilihan sampel penelitian ini menggunakan teknik penarikan sampel secara non-probabilita yaitu teknik penarikan sampel purposive sehingga mendapatkan 77 sampel. Penelitian ini menggunakan aplikasi SPSS sebagai dasar perhitungan dan analisis terhadap data yang di miliki. Penelitian ini melakukan uji asumsi klasik yaitu uji normalitas, uji multikolinearitas, uji heteroskedastisitas sebelum melakukan analisis linear berganda, uji f, uji t, dan koefisien regresi. Hasil penelitian adalah bahwa variabel e-wallet dan literasi digital secara simultan memiliki pengaruh signifikan terhadap kemudahan pelanggan kemudian variabel literasi digital memiliki pengaruh signifikan terhadap kemudahan pelanggan.

Kata Kunci: E-wallet, Kemudahan Pelanggan, Literasi Digital

Abstract

This study aims to determine and test the variables x1 namely e-wallet and x2 namely digital literacy have a simultaneous and partial influence on the variable y namely customer convenience in Medan City. This research is a quantitative study using primary data in the form of a questionnaire via Google Form which is distributed online. In selecting the sample, this study used a non-probability sampling technique, namely a purposive sampling technique, so that 77 samples were obtained. This study uses the SPSS application as the basic for calculation and analysis of the data. This study conducted classical assumption tests, namely the normality test, multicollinearity test, heteroscedasticity test before conducting multiple linear analysis, f test, t test, and regression coefficient. The results of the study are that the e-wallet and digital literacy variables simultaneously have a significant influence on customer convenience. The e-wallet variable partially has a positive but insignificant influence on customer convenience, then the digital literacy variable has a significant influence on customer convenience.

Keywords: E-wallet, Customer Convenience, Digital Literacy

I. PENDAHULUAN / INTRODUCTION

Pengaruh perkembangan teknologi di era digitalisasi telah memberikan dampak yang sangat besar bagi kehidupan manusia. Dimana, perkembangan teknologi di era digitalisasi telah membuat segala aktivitas yang dilakukan oleh manusia menjadi mudah dan praktis sehingga manusia sangat bergantung dengan teknologi dan digitalisasi dalam menjalankan aktivitas sehari-hari. Majunya perkembangan teknologi di era digital

membuat masyarakat mengubah gaya hidup sebagai alat adaptasi dalam mengikuti perubahan (Pratami & Yudiantara, 2023), sehingga membuat manusia terdorong untuk mengikuti setiap perubahan yang terjadi akibat pengaruh dari perkembangan teknologi dan digitalisasi. Namun untuk mengikuti setiap perubahan harus diiringi oleh pemahaman dan literasi digital agar masyarakat secara langsung dapat merasakan kemudahan dan kepraktisan yang di timbulkan dalam penggunaan teknologi dan digitalisasi. Literasi digital adalah suatu ilmu dan keterampilan dalam menggunakan, mempelajari, dan memanfaatkan perangkat teknologi dan digital secara sehat, bijak, cerdas, cermat, tepat, dan sesuai hukum yang bertujuan mengarahkan masyarakat dalam melakukan komunikasi dan interaksi di kehidupan sehari-hari (Syafrial, 2023). Tanpa literasi digital maka akan menciptakan keterbatasan bagi masyarakat dalam menggunakan media teknologi dan digitalisasi di kegiatan sehari-hari sehingga pentingnya literasi digital sebagai komponen yang sesuai dalam menghadapi segala perubahan.

Salah satu gaya hidup masyarakat yang mengalami perubahan akibat pengaruh teknologi dan digitalisasi adalah kemudahan masyarakat dalam melakukan kegiatan belanja secara online. Saat ini, sudah banyak tempat yang memfasilitasi penjual dan pembeli untuk melakukan interaksi secara online sehingga penjual dan pembeli tidak perlu berjumpa secara langsung untuk melakukan interaksi dalam melakukan sebuah transaksi. Tempat melakukan transaksi secara online sering disebut dengan *e-commerce*. *E-commerce* adalah suatu tempat kegiatan jual beli barang dan jasa yang menggunakan perangkat elektronik berupa media internet (Aprilia et al., 2022). Dengan adanya *e-commerce* maka akan memudahkan masyarakat dalam melakukan transaksi secara online tanpa harus datang secara langsung ke toko offline. *E-commerce* menjadi salah satu tempat andalan bagi masyarakat dalam melakukan transaksi jual beli secara online karena tersambung ke media internet yang membuat jangkauan pasar yang di targetkan lebih luas dari pada transaksi jual beli secara offline. Tersedianya *e-commerce* membuat masyarakat mengalami perubahan signifikan dalam melakukan gaya berbelanja. Salah satu produk *e-commerce* yang merupakan bagian dari perkembangan teknologi dan digitalisasi yang sering digunakan oleh masyarakat dalam melakukan transaksi jual beli adalah platform *marketplace*.

Marketplace adalah suatu tempat kegiatan transaksi jual beli online yang memiliki berbagai layanan pemasaran bagi penjual dan memudahkan masyarakat dalam melakukan transaksi belanja online dan disempurnakan dengan sistem keamanan yang canggih (Pramiarsih, 2024). Jika *e-commerce* hanya menyediakan tempat perdagangan online untuk masing-masing satu penjual maka di dalam *marketplace* terdiri dari berbagai macam penjual dan jenis produk yang terkumpul dalam satu platform yang sama sehingga pembeli dapat melakukan transaksi dengan berbagai jenis pilihan produk melalui satu platform. *Marketplace* di sistem sebagai tempat yang aman dalam melakukan transaksi online sehingga sebagai bagian dari inovasi teknologi maka *marketplace* menawarkan dompet digital atau *e-wallet* sebagai salah satu fitur keamanan dan kemudahan dalam melakukan transaksi secara online. *E-wallet* adalah suatu perangkat pembayaran yang dapat melakukan penyimpanan uang secara digital dan dapat digunakan sebagai instrumen dalam melakukan transaksi secara online pada penjual yang telah melakukan kerja sama dengan bank pengeluar dompet digital tersebut. (Achir dan Kusumaningrum, 2021, seperti dikutip dalam Steven et al., 2023, p.268). Adanya fitur berupa dompet digital atau *e-wallet* maka akan meningkatkan kemudahan masyarakat dalam melakukan pembelian dan transaksi pembayaran secara online dengan mudah, aman, dan praktis. *E-wallet* menciptakan perubahan terhadap masyarakat dalam melakukan belanja secara online (Sahir et al., 2023). Kemudahan yang diberikan oleh *marketplace* meningkatkan semangat masyarakat dalam melakukan kegiatan belanja secara online. Salah satu *marketplace* yang populer di Indonesia adalah Shopee.

Di negara Indonesia, perilaku dalam melakukan belanja secara online melalui berbagai platform *marketplace* terutama Shopee sudah menjadi kebiasaan hidup masyarakat Indonesia. Masyarakat Indonesia lebih suka melakukan belanja secara online melalui *marketplace* dari pada melakukan pembelian secara langsung sehingga persaingan di antara penjual menjadi sangat kompetitif seiring berkembangnya industri belanja online (Adeo et al., 2022). Konsumen Indonesia termasuk ke dalam konsumen yang sangat rajin dalam melakukan belanja online sehingga dapat online selama 20 jam per minggu dan melakukan belanja online

minimal sekali dalam sebulan (Deloitte, 2021, seperti dikutip dalam Triwijayati, 2024, p.7). Hal ini dipengaruhi oleh meningkatnya industri belanja online di Indonesia dan ketersediaan dompet digital sebagai hasil inovasi sehingga membuat masyarakat bersemangat dalam melakukan kegiatan tersebut. Di Indonesia, *marketplace* Shopee mempunyai aplikasi *e-wallet* atau ShopeePay sebagai bagian dari fitur dompet digital (Nadia & Wiryawan, 2022). Di dalam aplikasi *e-wallet* atau dompet digital terdapat berbagai manfaat yaitu praktis, mudah, efisien, transaksi lebih cepat, keamanan terjaga, adanya history, dan dapat melakukan berbagai transaksi sekaligus (Silalahi et al., 2022).

Melihat berbagai manfaat dari dompet digital atau *e-wallet* mendorong masyarakat untuk melakukan transformasi dari pembayaran konvensional ke pembayaran digital. Selain itu, *e-wallet* secara signifikan mendorong masyarakat Indonesia untuk menggunakan fitur tersebut dalam melakukan belanja secara online yang menciptakan kemudahan bagi masyarakat. Namun dalam kenyataannya, masyarakat Indonesia masih ada yang tidak menggunakan fitur *e-wallet* atau dompet digital dalam melakukan pembayaran atas produk yang di beli secara online. Hal ini dipengaruhi oleh kurangnya pemahaman masyarakat Indonesia terhadap literasi digital sehingga mempengaruhi masyarakat dalam melakukan pembayaran dan pembelian secara online melalui platform *marketplace*. Berdasarkan laman Indeks Masyarakat Digital Indonesia, pada tahun 2025 indeks literasi digital di Indonesia berada pada angka 49.28% yang menunjukkan bahwa setengah dari masyarakat Indonesia masih belum memahami mengenai literasi digital tersebut (Indeks Masyarakat Digital Indonesia, 2025). Kurangnya pemahaman mengenai literasi digital terutama dalam *marketplace* membuat masyarakat akan dihadapi kesulitan dalam melakukan kegiatan belanja secara online karena tidak bisa mengidentifikasi toko palsu, membandingkan produk, memanfaatkan fitur dompet digital khususnya ShopeePay dan lainnya.

Salah satu daerah di Indonesia yaitu Kota Medan merupakan salah satu kota yang memiliki tingkat literasi digital yang masih tergolong rendah. Pada tahun 2025 indeks literasi digital di Kota Medan berada pada angka 52,39% yang menunjukkan bahwa sekitar 47,61% masyarakat Kota Medan belum mengerti mengenai literasi digital (Indonesia Indeks Masyarakat Digital, 2025). Walaupun angka tersebut lebih tinggi dari pada angka keseluruhan negara Indonesia namun angka tersebut menunjukkan bahwa masih banyak orang yang belum mengerti mengenai literasi digital khususnya di Kota Medan. Tidak memahami mengenai literasi digital berarti masyarakat Kota Medan masih mengalami kesulitan dalam menggunakan, memahami, menganalisis, mengidentifikasi, dan memanfaatkan media digital sehingga mempengaruhi dalam melakukan kegiatan berbelanja secara online dan membayar melalui *e-wallet* sehingga masyarakat Kota Medan masih mengandalkan uang tunai atau konvensional dalam melakukan pembayaran belanja. Menurut teori *Technology Acceptance Model* (TAM) mengatakan bahwa suatu individu akan menerima teknologi jika dapat merasakan manfaat dan kemudahan dari penggunaan teknologi tersebut (Davis, 1989). Dalam teori tersebut dijelaskan bahwa semakin besar manfaat dan kemudahan yang diterima oleh pengguna atau individu maka semakin besar potensi penerimaan atas teknologi, sehingga dua faktor tersebut dapat mempengaruhi seseorang dalam menggunakan teknologi tersebut.

Pada penelitian (Saputra et al., 2024), menunjukkan bahwa persepsi kemudahan tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap minat menggunakan *e-wallet* di FEBI IAIN Syekh Nurjati. Sedangkan, pada penelitian (Steven et al., 2023), menunjukkan bahwa *e-wallet* berpengaruh dan signifikan terhadap minat beli masyarakat pada aplikasi Shopee di wilayah Jakarta. Kemudian, pada penelitian (Aprilia et al., 2022), menunjukkan bahwa literasi digital berpengaruh positif secara signifikan terhadap belanja online pada Gen-Z di Universitas PGRI Madiun. Sedangkan pada penelitian (Sibuea et al., 2023) menunjukkan bahwa literasi keuangan berpengaruh positif namun tidak signifikan. Adanya perbedaan dan tidak konsistennya dalam hasil penelitian terdahulu menunjukkan bahwa adanya *research gap* (kesenjangan penelitian). Oleh sebab itu, untuk mengisi kesenjangan tersebut peneliti akan melakukan penelitian berupa pengaruh penggunaan *e-wallet* dan literasi digital terhadap kemudahan pelanggan dalam berbelanja pada *marketplace* Shopee di Kota Medan sebagai pembaruan *research gap* dari penelitian terdahulu dengan melakukan penelitian di Kota Medan. Berdasarkan teori TAM dapat diketahui bahwa penerimaan terhadap teknologi di dasari oleh faktor manfaat dan

kemudahan sehingga teori tersebut akan di jadikan sebagai grand teori pada penelitian ini. Tujuan dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui penggunaan *e-wallet* dan literasi digital secara parsial dan simultan berpengaruh signifikan terhadap kemudahan pelanggan dalam berbelanja pada marketplace Shopee di Kota Medan.

II. METODE / METHOD

Metode penelitian yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif merupakan salah satu jenis penelitian yang menggunakan metode statistik, perhitungan, pengukuran dalam menghasilkan data-data terbaru (Jaya, 2020). Dalam penelitian kuantitatif, data yang akan digunakan sebagai sumber informasi untuk dilakukan sebuah analisis dan pengolahan data adalah data primer. Data primer yang dikumpulkan akan berbentuk kuesioner berupa google form yang akan dibagikan secara online kepada responden. Setiap pernyataan kuesioner disusun menggunakan skala likert lima point yaitu sangat setuju (SS), setuju (S), netral (N), tidak setuju (TS), dan sangat tidak setuju (STS) sebagai alat yang mengukur setiap jawaban responden.

Dalam penelitian ini, populasi yang akan digunakan adalah seluruh masyarakat di kota Medan yang berjumlah 2,4 juta jiwa/Maret 2025 (Badan Pusat Statistik, 2025). Teknik yang akan digunakan dalam melakukan pemilihan sampel adalah teknik penarikan sampel secara non-probabilita yaitu teknik penarikan sampel *purposive*. Teknik penarikan sampel *purposive* adalah suatu sampel yang di pilih sesuai dengan syarat yang telah di tetapkan (Sugiyono, 2018, seperti di kutip dalam Septiatin, 2022, p.84). Dimana, dalam teknik ini pemilihan sampel harus sesuai dengan syarat yang ingin penulis kaji sehingga syarat dalam pemilihan sampel adalah berdomisili di Kota Medan, pernah belanja di shopee, dan pernah menggunakan dompet digital dalam marketplace shopee sehingga penulis mendapatkan 77 sampel dalam penelitian ini.

Data yang telah terkumpul akan dilakukan uji instrumen berupa validitas dan reliabilitas kemudian di lanjutkan dengan analisis asumsi klasik berupa uji Normalitas, uji Muktikolinearitas, dan uji Heterokedastisitas sebagai syarat untuk melakukan pengujian selanjutnya. Setelah itu, dilakukan analisis regresi linear berganda, uji t, uji f, dan uji koefisien determinasi untuk mengetahui pengaruh pada setiap variabel.

III. HASIL DAN PEMBAHASAN / RESULT AND DISCUSSION

Hasil

Instrumen Penelitian

Uji Validitas

Dalam tabel 1 dapat diketahui bahwa setiap pernyataan variabel telah melalui uji validitas. Dikatakan valid jika r hitung $>$ r tabel atau taraf signifikan $<$ 0,05. Jika melihat ke dalam tabel 1.1 maka dapat di simpulkan bahwa setiap item pernyataan valid karena memiliki hasil r hitung lebih besar dari pada r tabel.

Tabel 1 Hasil Validitas

Pernyataan	Nilai R-Hitung	Nilai R-Tabel	Keterangan
X1.1	0.656	0.2242	Valid
X1.2	0.584	0.2242	Valid
X1.3	0.668	0.2242	Valid
X1.4	0.731	0.2242	Valid
X1.5	0.838	0.2242	Valid

Pernyataan	Nilai R-Hitung	Nilai R-Tabel	Keterangan
X2.1	0.650	0.2242	Valid
X2.2	0.641	0.2242	Valid
X2.3	0.706	0.2242	Valid
X2.4	0.653	0.2242	Valid
X2.5	0.799	0.2242	Valid
X2.6	0.753	0.2242	Valid
Y.1	0.780	0.2242	Valid
Y.2	0.793	0.2242	Valid
Y.3	0.650	0.2242	Valid
Y.4	0.785	0.2242	Valid

Uji Reliabilitas

Tabel 2.1 Hasil Reliabilitas X1
Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.731	.738	5

Dalam tabel 2.1 dapat diketahui bahwa variabel *e-wallet* memiliki hasil *Cronbach's Alpha* sebesar 0.731 yang artinya dalam variabel *e-wallet* reliabel karena memiliki nilai $> 0,60$ sebagai syarat yang harus dilalui dalam melakukan pengujian reliabilitas.

Tabel 2.2 Hasil Reliabilitas X2
Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.775	.796	6

Dalam tabel 2.2 dapat diketahui bahwa variabel literasi digital memiliki *Cronbach's Alpha* sebesar 0.775 yang artinya dalam variabel literasi digital dikatakan reliabel karena memiliki nilai $> 0,60$.

Tabel 2.3 Hasil Reliabilitas Y
Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.737	.747	4

Dalam tabel 2.3 dapat diketahui bahwa variabel kemudahan pelanggan memiliki *Cronbach's Alpha* sebesar 0,737 yang artinya dalam variabel kemudahan pelanggan dikatakan reliabel karena memiliki nilai $> 0,60$.

Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

Tabel 3 Hasil Normalitas
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

N	Unstandardized Residual	
	Mean	Std. Deviation
77	.0000000	1.20896389

Most Extreme Differences	Absolute	.095
	Positive	.095
	Negative	-.060
Test Statistic		.095
Asymp. Sig. (2-tailed)		.083 ^c

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

Berdasarkan hasil uji normalitas dapat diketahui bahwa nilai *Asymptotic Significance* sebesar 0.083 yang artinya bahwa nilai residual berdistribusi normal karena nilai signifikan (0.083) > 0,05.

Uji Multikolinearitas

Tabel 4 Hasil Uji Multikolinearitas Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	4.307	1.115		3.863	.000		
	E_WALLET	.114	.060	.157	1.913	.060	.626	1.597
	LITERASI_DI GITAL	.440	.050	.725	8.863	.000	.626	1.597

a. Dependent Variable: KEMUDAHAN_PELANGGAN

Berdasarkan tabel 4 maka dapat kita lihat bahwa dalam kolom tolerance baik X1 (*E-wallet*) dan X2 (Literasi Digital) sama-sama memiliki nilai 0,626. Dikatakan bahwa jika nilai tolerance di antara range 0.1 sampai 1 maka X1 dan X2 tidak saling berhubungan. Kemudian dalam kolom VIF baik X1 dan X2 sama-sama memiliki nilai sebesar 1.597. Dikatakan bahwa jika nilai VIF di antara lebih dari 1 sampai 10 maka kedua variabel tidak saling mengganggu jika dilakukan pengujian selanjutnya sehingga dapat di simpulkan bahwa X1 dan X2 tidak mengalami multikolinearitas.

Uji Heteroskedastisitas

Tabel 5 Hasil Uji Heteroskedastisitas Correlations

		E_WALLET	LITERASI DIGITAL	Unstandardized Residual
Spearman's rho	E_WALLET	Correlation Coefficient	1.000	.657**
		Sig. (2-tailed)	.	.000
		N	77	77
LITERASI DI GITAL	Correlation Coefficient	.657**	1.000	.002
	Sig. (2-tailed)	.000	.	.985
	N	77	77	77
Unstandardize d Residual	Correlation Coefficient	-.084	.002	1.000
	Sig. (2-tailed)	.469	.985	.
	N	77	77	77

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Berdasarkan uji Heteroskedastisitas menggunakan metode Spearman's Rho pada variabel X1 (*E-wallet*) memiliki nilai signifikan sebesar 0.469 dan X2 (Literasi Digital) memiliki nilai signifikan sebesar 0.985. Jika nilai signifikan > 0.05 maka dapat dikatakan bahwa variabel tidak memiliki gejala heteroskedastisitas sehingga dapat di simpulkan bahwa kedua variabel tersebut tidak memiliki gejala heteroskedastisitas karena memiliki nilai signifikan lebih besar dari pada 0,05.

Analisis Regresi Linear Berganda

**Tabel 6 Hasil Regresi Linear Berganda
Coefficients^a**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	4.307	1.115		3.863	.000
	E-WALLET	.114	.060	.157	1.913	.060
	LITERASI DIGITAL	.440	.050	.725	8.863	.000

a. Dependent Variable: KEMUDAHAN PELANGGAN

Model dasar:

$$Y : a + b_1X_1 + b_2X_2 + e$$

$$: 4.307 + 0.114 + 0.440 + e$$

Keterangan:

- a : Konstanta
 b_1b_2 : Koefesien Regresi
 e : Error/Residual

Berikut adalah penjelasan mengenai model dasar dari analisis regresi linear berganda adalah:

- Konstanta memiliki nilai sebesar 4.307 artinya adalah jika variabel X1 dan X2 memiliki nilai 0 maka variabel Y (Kemudahan Pelanggan) memiliki nilai 4.307 tersebut.
- Koefesien Regresi X1 memiliki nilai sebesar 0.114 artinya jika X1 (*E-wallet*) mengalami kenaikan sebesar 0.114 dan memiliki nilai positif maka variabel Y (Kemudahan Pelanggan) terpengaruh dan mengalami kenaikan sebesar 0.114 tersebut.
- Koefesien Regresi X2 memiliki nilai sebesar 0.440 artinya jika X2 (Literasi Digital) mengalami kenaikan sebesar 0.440 dan memiliki nilai positif maka Y (Kemudahan Pelanggan) juga terpengaruh mengalami kenaikan sebesar 0.440 tersebut.

Uji F

Uji F merupakan suatu pengujian yang dilakukan agar mengetahui apakah variabel bebas atau independen secara bersama-sama mempengaruhi variabel terikat atau dependen. Untuk mengetahui hal tersebut maka di perlukannya tingkatan signifikan sebesar 0.05 pada f tabel dengan $df N2 = N$ (Jumlah sampel) - K (Jumlah variabel) = $77 - 3 = 74$ dan $df N1 = K - 1 = 3-1 = 2$ sehingga hasil dalam f tabel adalah 3.120.

Rumusan Hipotesis:

H_0 : Penggunaan *E-wallet* dan Literasi Digital secara simultan tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap kemudahan pelanggan

H_a : Penggunaan *E-wallet* dan Literasi Digital secara simultan memiliki pengaruh signifikan terhadap kemudahan pelanggan.

Aturan pengambilan keputusan:

- Jika nilai signifikan < 0.05 artinya secara simultan memiliki pengaruh signifikan maka H_0 ditolak dan H_a diterima
- Jika nilai signifikan > 0.05 artinya secara simultan tidak memiliki pengaruh signifikan maka H_0 diterima dan H_a ditolak.

Atau

- Jika F hitung $> F$ tabel artinya secara simultan memiliki pengaruh signifikan maka H_0 ditolak dan H_a diterima.
- Jika F hitung $< F$ tabel artinya secara simultan tidak memiliki pengaruh signifikan maka H_0 diterima dan H_a ditolak.

Tabel 7 Hasil Uji F (Simultan)
ANOVA^a

	Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	246.711	2	123.356	82.177	.000 ^b
	Residual	111.081	74	1.501		
	Total	357.792	76			

a. Dependent Variable: KEMUDAHAN PELANGGAN

b. Predictors: (Constant), LITERASI DIGITAL, E-WALLET

Berdasarkan tabel 7 ANOVA dapat diketahui bahwa pada kolom signifikan memiliki nilai 0.000 yang artinya $0.000 < 0,05$ dan nilai F hitung $82.177 > 3.120$ F tabel. Jika melihat aturan pengambilan keputusan dapat disimpulkan bahwa variabel X_1 (*E-wallet*) dan X_2 (Literasi Digital) secara simultan atau bersama-sama memiliki pengaruh signifikan terhadap Y (Kemudahan Pelanggan), maka H_0 ditolak dan H_a diterima.

Uji T

Uji T merupakan suatu pengujian untuk mengetahui masing-masing variabel bebas secara sendiri memiliki pengaruh terhadap variabel terikat. Dalam pengujian ini menggunakan taraf signifikan sebesar 0,05 dalam t tabel dengan $df = N$ (Jumlah sampel) – K (Jumlah variabel) = $77-3 = 74$ sehingga hasil dalam t tabel 1,992.

Rumusan Hipotesis:

- H_0 : Penggunaan *E-wallet* atau Literasi Digital secara parsial tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap kemudahan pelanggan
- H_a : Penggunaan *E-wallet* atau Literasi Digital secara parsial memiliki pengaruh signifikan terhadap kemudahan pelanggan.

Aturan Pengambilan Keputusan:

- Jika nilai signifikan < 0.05 artinya secara parsial memiliki pengaruh signifikan maka H_0 ditolak dan H_a diterima
- Jika nilai signifikan > 0.05 artinya secara parsial tidak memiliki pengaruh signifikan maka H_0 diterima dan H_a ditolak.

Atau

- Jika t hitung $> t$ tabel artinya secara parsial memiliki pengaruh signifikan maka H_0 ditolak dan H_a diterima.
- Jika t hitung $< t$ tabel artinya secara parsial tidak memiliki pengaruh signifikan maka H_0 diterima dan H_a ditolak.

Tabel 8. Hasil Uji T Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	4.307	1.115		3.863	.000
	E-WALLET	.114	.060	.157	1.913	.060
	LITERASI DIGITAL	.440	.050	.725	8.863	.000

a. Dependent Variable: KEMUDAHAN PELANGGAN

Berdasarkan tabel 8 maka dapat diketahui bahwa X1 (*E-wallet*) memiliki nilai signifikan $0.060 > 0.05$ atau nilai t hitung $1.913 < 1.993$ t tabel yang artinya *e-wallet* secara parsial tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap kemudahan pelanggan sehingga H_0 diterima dan H_a ditolak. Pada X2 (Literasi Digital) memiliki nilai signifikan $0.000 < 0.05$ atau nilai t hitung $8.863 > 1.993$ yang artinya literasi digital secara parsial memiliki pengaruh signifikan terhadap kemudahan pelanggan sehingga H_0 ditolak dan H_a diterima.

Koefesien Determinasi (R^2)

Tabel 9. Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.830 ^a	.690	.681	1.225

a. Predictors: (Constant), LITERASI DIGITAL, E-WALLET

Berdasarkan output SPSS tersebut diketahui nilai R Square 0.690 yang dapat di artikan bahwa pengaruh variabel X1 (*E-wallet*) dan X2 (Literasi Digital) secara simultan terhadap Y (Kemudahan Pelanggan) adalah sebesar 69 % dan sisa sebesar 31% di pengaruhi oleh variabel lain yang tidak termasuk ke dalam penelitian ini.

Pembahasan

Dari hasil penelitian di atas dapat diketahui bahwa *e-wallet* secara parsial memiliki pengaruh positif namun tidak signifikan terhadap kemudahan pelanggan dalam berbelanja pada *marketplace* Shopee di Kota Medan. Dimana nilai signifikan menunjukkan nilai $0.060 > 0.05$ yang menjelaskan bahwa faktor dari teori TAM yaitu kemudahan dan manfaat belum cukup untuk dirasakan oleh pelanggan Kota Medan dalam menggunakan *e-wallet* untuk berbelanja pada *marketplace* Shopee. Dimana, penggunaan *e-wallet* memiliki pengaruh terhadap kemudahan pelanggan namun tidak memiliki dampak yang cukup besar dalam mempengaruhi kemudahan pelanggan dalam melakukan belanja pada *marketplace* Shopee di Kota Medan sehingga belum ada bukti yang kuat atas pengaruh dari *e-wallet* tersebut dan jika tidak menggunakan *e-wallet* pelanggan Kota Medan masih bisa melakukan belanja secara online di *marketplace* Shopee tersebut. Kemudian, hasil penelitian ini sedikit berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh (Saputra et al., 2024) yang menunjukkan bahwa persepsi kemudahan tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap minat menggunakan *e-wallet* di FEBI IAIN Syekh Nurjati. Perbedaan dalam hasil penelitian tersebut bisa di landasi oleh perbedaan karakteristik setiap wilayah sehingga cara penggunaan pada *e-wallet* sedikit berbeda di antara dua wilayah tersebut.

Untuk variabel x2 menunjukkan hasil berupa literasi digital secara parsial memiliki pengaruh signifikan terhadap kemudahan pelanggan dalam berbelanja pada *marketplace* Shopee di Kota Medan. Dimana, nilai signifikan menunjukkan $0.000 < 0.05$ yang menjelaskan bahwa pemahaman mengenai literasi digital dapat membantu dan memudahkan pelanggan Kota Medan dalam melakukan belanja pada *marketplace* Shopee

yang sesuai dengan teori TAM. Dalam teori TAM dijelaskan bahwa penerimaan teknologi di pengaruhi oleh dua faktor yaitu kemudahan dan manfaat (Davis, 1989). Artinya pelanggan Kota Medan sebagian besar telah merasakan kemudahan dan manfaat dari pemahaman mengenai literasi digital sehingga mempengaruhi pelanggan dalam melakukan belanja pada *marketplace* Shopee sehingga dapat dikatakan bahwa pentingnya literasi digital dalam membantu dan memudahkan masyarakat Kota Medan dalam melakukan belanja pada *marketplace* Shopee. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian (Aprilia et al., 2022) yang menunjukkan bahwa literasi digital berpengaruh positif secara signifikan terhadap belanja online pada Gen-Z di Universitas PGRI Madiun. Persamaan hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa literasi digital merupakan komponen penting dalam mendukung masyarakat dalam melakukan belanja secara online.

Kemudian, *e-wallet* dan literasi digital secara bersama-sama memiliki pengaruh signifikan terhadap kemudahan pelanggan dalam berbelanja pada *marketplace* Shopee di Kota Medan. Secara simultan nilai signifikan menunjukkan angka $0,000 < 0,05$ yang menegaskan bahwa peran dari *e-wallet* dan literasi digital sangat krusial dalam memudahkan masyarakat Kota Medan dalam melakukan belanja pada *marketplace* Shopee sehingga dengan menguasai *e-wallet* dan literasi digital secara bersama-sama maka akan mendorong dan membantu masyarakat Kota Medan dalam melakukan belanja pada *marketplace* Shopee. Hal ini sesuai dengan teori TAM yang menunjukkan bahwa semakin besarnya kemudahan dan manfaat yang di rasakan oleh pengguna maka meningkatkan penerimaan terhadap teknologi (Davis, 1989). Selain itu, 69% kemudahan pelanggan dalam melakukan berbelanja pada *marketplace* Shopee di Kota Medan di pengaruhi oleh *e-wallet* dan literasi digital sehingga dapat dikatakan bahwa sebagian besar masyarakat Kota Medan telah menggunakan dan memanfaatkan *e-wallet* dan literasi digital secara bersama-sama dalam melakukan belanja secara online dan sisa 31% tersebut di pengaruhi oleh faktor atau variabel lain yang tidak termasuk ke dalam variabel pada penelitian ini.

IV. KESIMPULAN / CONCLUSION

Berdasarkan hasil penelitian di atas maka dapat di simpulkan bahwa variabel *e-wallet* dan variabel literasi digital secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap kemudahan pelanggan Kota Medan sehingga *e-wallet* dan literasi digital sangat di butuhkan karena memiliki pengaruh yang kuat untuk memudahkan pelanggan dalam berbelanja. Variabel *e-wallet* secara parsial berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap kemudahan pelanggan Kota Medan sehingga *e-wallet* tetap berpengaruh namun tidak terlalu kuat pengaruh yang di berikan terhadap kemudahan pelanggan Kota Medan dalam berbelanja pada *marketplace* Shopee. Variabel literasi digital secara parsial memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kemudahan pelanggan dalam berbelanja sehingga dapat dikatakan bahwa literasi digital sangat penting bagi masyarakat Kota Medan dalam memudahkan dalam melakukan berbelanja di *marketplace* Shopee.

Berdasarkan penelitian di atas maka peneliti akan memberikan beberapa saran sebagai masukan bagi penelitian selanjutnya agar ke depannya penelitian yang di hasilkan semakin berkualitas. Peneliti selanjutnya bisa melakukan penambahan terhadap variabel bebas agar hasil penelitian lebih kompleks dari pada sebelumnya. Peneliti selanjutnya bisa melakukan modifikasi terhadap variabel bebas agar faktor-faktor yang mempengaruhi kemudahan pelanggan dapat diketahui secara kompleks.

REFERENSI / REFERENCE

- Adoe, V. S., Yusfiana, M., Diana, A., Lubis, R., & Harahap, M. (2022). *Buku ajar e-commerce*. Feniks Muda Sejahtera.
- Aprilia, D., Sari, N. E., & Berlianantiya, M. (2022). Pengaruh Literasi Digital Terhadap Perilaku Belanja Online Pada Gen -Z Di Universitas PGRI Madiun. *EQUILIBRIUM: Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan*

- Pembelajarannya*, 10(2), 179. <https://doi.org/10.25273/equilibrium.v10i2.13447>
- Badan Pusat Statistik. (2025). *Badan Pusat Statistik*. <https://doi.org/10.1055/s-2008-1040325>
- Davis, F. D. (1989). Perceived usefulness, perceived ease of use, and user acceptance of information technology. *MIS Quarterly: Management Information Systems*, 13(3), 319–339. <https://doi.org/10.2307/249008>
- Indonesia Indeks Masyarakat Digital. (2025). *Indeks Masyarakat Digital Indonesia*.
- Jaya, I. M. L. M. (2020). *Metode penelitian kuantitatif dan kualitatif teori, penerapan, dan riset nyata*. Anak Hebat Indonesia.
- Nadia, G., & Wiryawan, D. (2022). Pengaruh persepsi kegunaan dan persepsi kemudahan terhadap niat penggunaan e-wallet shopeepay (Studi pada pengguna shopeepay di Bandar Lampung). *REVENUE: Jurnal Manajemen Bisnis Islam*, 3(2), 185–198. <https://doi.org/10.24042/revenue.v3i2.13486>
- Pramiarsih, E. E. (2024). *Perilaku konsumen di era digital*. Deepublish Digital (Grup Penerbitan CV Budi Utama).
- Pratami, K. I., & Yudiantara, I. G. A. P. (2023). Pengaruh Financial Attitude, Shopping Lifestyle Dan Penggunaan E-Wallet Terhadap Perilaku Impulsive Buying Dalam Marketplace Shopee. *JIMAT (Jurnal Ilmiah Mahasiswa Akuntansi Undiksha)*, 14(04), 896–907. <https://doi.org/10.23887/jimat.v14i04.49420>
- Sahir, S. H., Sudarmanto, E., Rosihana, R. R. E., Arni, S., Hendrixon, R. F. M., Sari, A. P., Muniarty, V. S. P., Clara, C., & Sudirman. (2023). *Metode pembayaran digital*. Yayasan Kita Menulis.
- Saputra, A. T., AWKA, A. M., & Ghoni, A. (2024). Pengaruh Persepsi Kemudahan, Manfaat dan Risiko Terhadap Minat Mahasiswa Menggunakan Mobile Banking dan E-Wallet. *Jurnal Keuangan Dan Perbankan Syariah*, 3(1), 75–104. <https://doi.org/10.24260/jkubs.v3i1.2850>
- Septiatin, A. (2022). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pertumbuhan Deposito Mudharabah Pada Bank Umum Syariah Periode 2016-2020. *Jurnal Manajemen Daya Saing*, 24(1), 80–92. <https://doi.org/10.23917/dayasaing.v24i1.18137>
- Sibuea, C. A., Simorangkir, H. H., Nababan, C., Nadapdap, T. I., & Sipayung, R. (2023). Pengaruh Literasi Keuangan Dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Keputusan Penggunaan Uang Digital. *Jurnal Maneksi*, 12(3), 696–701. <https://doi.org/10.31959/jm.v12i3.1669>
- Silalahi, P. R., Safira, R., Hubara, Z. A., & Sari, E. P. (2022). Pengaruh Dompot Digital Terhadap Budaya Belanja Individu di Kota Medan. *EKOMBIS REVIEW: Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, 10(2). <https://doi.org/10.37676/ekombis.v10i2.2673>
- Steven, J., Ramli, A. H., & Mariam, S. (2023). E-Service Quality, E-Wallet Dan Kepercayaan Terhadap Minat Beli Pada Pengguna Pembayaran Non Tunai Aplikasi Shopee. *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan*, 11(2). <https://doi.org/10.37641/jimkes.v11i2.1997>
- Syafrial, H. (2023). *Literasi digital*. Penerbit Nas Media Pustaka.
- Triwijayati, A. (2024). *Perilaku konsumen digital saat “prosumer” mendominasi dunia digital dan e-commerce*. Widina Media Utama.