



Elvi Binaria¹
 Nisya Syafira²
 Laurena Ginting³
 Vina Gabriella
 Saragih⁴

PENGARUH PENGGUNAAN DOMPET DIGITAL DAN KEMUDAHAN PENGGUNAAN TERHADAP KEPUASAN BELANJA GEN Z UNIVERSITAS NEGERI MEDAN

Abstrak

Penelitian ini menganalisis pengaruh penggunaan ShopeePay dan kemudahan penggunaannya terhadap kepuasan belanja mahasiswa Pendidikan Tata Boga Universitas Negeri Medan dengan menggunakan teori Technology Acceptance Model (TAM). Metode yang digunakan adalah kuantitatif deskriptif dengan regresi linier berganda berdasarkan data dari 50 responden. Hasil menunjukkan bahwa penggunaan ShopeePay berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap kepuasan belanja (sig. 0,061 > 0,05), sedangkan kemudahan penggunaan berpengaruh positif dan signifikan (sig. < 0,001). Secara simultan, kedua variabel berpengaruh signifikan dengan $R^2 = 0,717$, artinya 71,7% variasi kepuasan belanja dijelaskan oleh kedua faktor tersebut. Kesimpulannya, kemudahan penggunaan menjadi faktor utama yang meningkatkan kepuasan belanja digital mahasiswa Gen Z, sehingga penyedia layanan perlu memperbaiki antarmuka dan sistem transaksi untuk memperkuat loyalitas pengguna.

Kata Kunci: Dompet Digital, Kemudahan Penggunaan, Kepuasan Belanja, ShopeePay, Gen Z.

Abstract

This study analyzes the influence of ShopeePay usage and its ease of use on the shopping satisfaction of Culinary Education students at Universitas Negeri Medan, using the Technology Acceptance Model (TAM) theory. The research employed a quantitative descriptive method with multiple linear regression analysis based on data from 50 respondents. The results show that ShopeePay usage has a positive but not significant effect on shopping satisfaction (sig. 0.061 > 0.05), while ease of use has a positive and significant effect (sig. < 0.001). Simultaneously, both variables have a significant influence with an R^2 value of 0.717, indicating that 71.7% of the variation in shopping satisfaction is explained by these two factors. In conclusion, ease of use is the main factor that enhances digital shopping satisfaction among Gen Z students; therefore, service providers should improve interface quality and transaction systems to strengthen user loyalty..

Keywords: Digital Wallet, Ease of Use, Shopping Satisfaction, ShopeePay, Gen Z.

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi finansial (fintech) telah membawa perubahan besar dalam sistem transaksi ekonomi modern, terutama di kalangan generasi muda. Salah satu inovasi yang berkembang pesat adalah dompet digital (e-wallet) seperti ShopeePay, yang memungkinkan pengguna melakukan transaksi secara cepat, praktis, dan aman tanpa uang tunai. Generasi Z, termasuk mahasiswa Universitas Negeri Medan (UNIMED) prodi Pendidikan tata boga , menjadi pengguna aktif dompet digital karena kemudahan akses, kecepatan transaksi, serta berbagai promo yang ditawarkan. Bagi mereka, ShopeePay tidak hanya berfungsi sebagai alat pembayaran, tetapi juga bagian dari gaya hidup digital yang efisien.

Namun, meskipun penggunaan ShopeePay di kalangan mahasiswa cukup tinggi, tingkat kepuasan yang dihasilkan belum tentu sebanding dengan intensitas penggunaannya. Berdasarkan teori Technology Acceptance Model (TAM) yang dikemukakan oleh Davis (1989), penerimaan terhadap teknologi dipengaruhi oleh persepsi kemudahan dan kegunaan.

Penelitian sebelumnya (Aini & Susanto, 2021; Fikri, 2021; Damayanti et al., 2023;

^{1,2,3)} Program Studi Pendidikan Tataboga, Fakultas Teknik, Universitas Negeri Medan
 email: elvibrginting56@gmail.com

Sakina et al., 2024) menunjukkan adanya hubungan positif antara penggunaan dompet digital, kemudahan penggunaan, dan kepuasan belanja. Namun, sebagian besar penelitian dilakukan pada konteks perkotaan besar seperti Pulau Jawa, sedangkan kajian mengenai mahasiswa di daerah Sumatera Utara, khususnya di UNIMED, masih terbatas. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk mengkaji pengaruh penggunaan ShopeePay dan kemudahan penggunaannya terhadap kepuasan belanja Generasi Z di Universitas Negeri Medan, khususnya pada mahasiswa Program Studi Pendidikan Tata Boga. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi empiris terhadap pemahaman perilaku pengguna dompet digital di kalangan mahasiswa serta menjadi dasar bagi peningkatan kualitas layanan transaksi digital.

Penggunaan Pembayaran Dompet Digital (ShopeePay)

Penggunaan dompet digital ShopeePay merujuk pada konsep adopsi fintech, yang didefinisikan sebagai frekuensi dan intensitas penggunaan aplikasi untuk transaksi non-tunai (Wijaya, 2018; Sharma, 2018). Dalam konteks Technology Acceptance Model (TAM), penggunaan ShopeePay diposisikan sebagai hasil dari persepsi kegunaan dan kemudahan. Adopsi dan penggunaan rutin e-wallet ini dianggap meningkatkan efisiensi transaksi dan berkontribusi langsung terhadap kepuasan belanja (Davis, 1989). Studi empiris konsisten menunjukkan bahwa semakin sering dan intensif Gen Z menggunakan ShopeePay, semakin tinggi pula persepsi mereka terhadap kenyamanan dan nilai yang diperoleh dari proses belanja, yang pada akhirnya meningkatkan kepuasan (Aini & Susanto, 2021; Fikri, 2021).

Meskipun penelitian terdahulu (Aini & Susanto, 2021; Fikri, 2021) menunjukkan hubungan positif antara penggunaan ShopeePay dan kepuasan belanja, sebagian besar studi masih berfokus pada konteks nasional dan populasi umum pengguna e-commerce. Belum banyak penelitian yang mengkaji intensitas penggunaan ShopeePay secara spesifik pada mahasiswa Gen Z di lingkungan perguruan tinggi daerah seperti Universitas Negeri Medan (UNIMED), terutama pada program studi Pendidikan Tata Boga. Kondisi sosial dan ekonomi yang berbeda, termasuk keterbatasan promo regional dan preferensi belanja kebutuhan harian, berpotensi memengaruhi tingkat kepuasan mereka secara berbeda dibandingkan konteks di Pulau Jawa.

Kemudahan Penggunaan

Kemudahan penggunaan didasarkan pada Technology Acceptance Model (TAM) (Davis, 1989), yang mendefinisikannya sebagai tingkat keyakinan bahwa penggunaan sistem teknologi tidak memerlukan usaha besar. Hal ini mencakup aspek-aspek teknis dan desain, seperti antarmuka yang intuitif, kecepatan proses, dan navigasi aplikasi yang sederhana. Kemudahan penggunaan berfungsi sebagai prediktor utama adopsi teknologi dan secara kausal memengaruhi kepuasan belanja melalui pengurangan hambatan transaksi dan usaha mental konsumen (Venkatesh et al., 2003). Penelitian empiris menegaskan bahwa persepsi antarmuka yang intuitif dan kecepatan navigasi yang tinggi berkorelasi kuat dengan evaluasi positif konsumen, yang mendorong peningkatan kepuasan di kalangan Gen Z (Fitri & Susanti, 2023; Nugroho & Setiawan, 2022).

Hasil penelitian (Fitri & Susanti, 2023; Nugroho & Setiawan, 2022) menegaskan pengaruh positif kemudahan penggunaan terhadap kepuasan, namun sebagian besar berfokus pada pengguna ShopeePay secara umum, bukan mahasiswa Gen Z di wilayah Sumatera Utara. Selain itu, penelitian terdahulu cenderung mengukur kemudahan penggunaan hanya dari sisi teknis antarmuka, belum secara menyeluruh menilai pengalaman pengguna (user experience) dan persepsi kepraktisan dalam konteks belanja kebutuhan sehari-hari. Oleh karena itu, perlu dilakukan kajian lebih mendalam untuk memahami bagaimana persepsi kemudahan ini memengaruhi kepuasan mahasiswa UNIMED sebagai pengguna aktif ShopeePay.

Kepuasan Belanja Generasi Z

Kepuasan belanja merujuk pada model Oliver (1997), yang mendefinisikannya sebagai evaluasi pasca-penggunaan terhadap pengalaman transaksi, mencakup kenyamanan, nilai yang diperoleh, keamanan, dan efisiensi layanan. Bagi Gen Z, kepuasan belanja merupakan outcome multidimensional yang sangat dipengaruhi oleh faktor teknologi dan pengalaman digital. Dalam kerangka TAM, kepuasan belanja terwujud ketika penggunaan ShopeePay dan persepsi kemudahan berjalan optimal sehingga memberikan pengalaman transaksi yang efisien, aman, dan menyenangkan.

Penelitian terdahulu seperti Damayanti et al. (2023), Sakina et al. (2024), dan Hermawati

(2023) telah menunjukkan bahwa kepuasan belanja dipengaruhi oleh penggunaan dompet digital dan kemudahan penggunaan secara simultan. Namun, hasilnya tidak selalu konsisten di berbagai konteks wilayah. Telaumbanua et al. (2022) menemukan pengaruh yang relatif lemah di UNIMED, kemungkinan karena Gen Z di Sumatera Utara sudah menganggap kemudahan sebagai standar dasar (Prensky, 2001). Selain itu, masih terbatas penelitian yang mengintegrasikan variabel X_1 dan X_2 secara komprehensif dalam model TAM untuk menjelaskan kepuasan belanja mahasiswa di perguruan tinggi negeri wilayah Sumatera.

METODE

Jenis penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan pendekatan asosiatif dan uji analisis regresi linier berganda. Pendekatan ini dipilih untuk mengetahui pengaruh penggunaan shopee pay (X_1), kemudahan penggunaan (X_2), terhadap kepuasan belanja Gen Z (Y).

Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian di dilaksanakan di universitas negeri medan dengan subjek penelitian mahasiswa dari berbagai program studi Pendidikan Tata Boga yang termasuk dalam kategori generasi gen Z yang berumur 19-24 tahun. penelitian kami ini dilaksanakan selama tiga bulan, dari juli 2025 sampai September 2025, yang mencakup tahap persiapan, pengumpulan data, analisis data, dan pelaporan hasil penelitian.

Populasi dan sample

Populasi penelitian ini adalah mahasiswa Universitas Negeri medan yang termasuk generasi Gen Z. pengambilan sample dilakukan dengan purposive sampling berbasis kriteria: mahasiswa aktif Universitas Negeri Medan Prodi Pendidikan Tata Boga yang aktif menggunakan Shopee Pay dalam waktu enam bulan terakhir. sampel ini menggunakan 50 responden yang dipilih melalui penyebaran kuisener online dan metode snowball melalui grup studi dan organisasi mahasiswa.

Variabel Penelitian

Penelitian ini terdiri dari tiga variabel independen dan satu variabel dependen: Variabel independen yaitu : pengaruh penggunaan shopeePay (X_1), kemudahan penggunaan (X_2), terhadap kepuasan belanja Gen Z (Y)

Teknik Pengumpulan Data

Data dikumpulkan menggunakan angket atau kuesioner dengan skala Likert 4 poin, dengan cara menyebarluaskan kuesioner secara online melalui google form kepada responden di lingkungan kampus universitas negeri medan.

Teknik analisis data

- Uji Validitas: memastikan setiap butir kuesioner benar-benar mengukur variable penelitian
- Uji Reliabilitas: mengetahui konsistensi jawaban responden
- Uji asumsi Klasik(normalitas,multikolinearitas, heteroskedastisitas): memastikan model regresi layak digunakan.
- Uji t (parsial): menguji pengaruh masing-masing variabel bebas terhadap variabel terikat.
- Uji F (simultan): menguji pengaruh semua variabel bebas secara bersama-sama terhadap variabel terikat.
- Koefisien Determinasi (R^2) : melihat seberapa besar kontribusi variabel bebas dalam menjelaskan variasi variabel terikat.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji validitas dilakukan untuk mengetahui sejauh mana setiap butir pernyataan mampu mengukur konstruk yang diteliti. Pengujian menggunakan korelasi Pearson Product Moment dengan kriteria bahwa suatu item dinyatakan valid apabila nilai r hitung lebih besar dari r tabel (0,279) pada taraf signifikansi 5%. Berdasarkan hasil uji terhadap 50 responden, diperoleh bahwa seluruh indikator pada variabel Penggunaan Shopeepay (X_1) memiliki nilai korelasi antara 0,594 – 0,773 dengan tingkat signifikansi $p < 0,001$, sehingga seluruh item dinyatakan valid. Selanjutnya, pada variabel Kemudahan Penggunaan (X_2), nilai korelasi berkisar antara 0,591 – 0,813 dengan $p < 0,001$, yang menunjukkan bahwa semua indikator valid. Sementara itu, pada variabel Kepuasan Belanja Gen Z (Y), nilai korelasi berada dalam rentang 0,519 – 0,794 dengan $p < 0,001$, sehingga seluruh item pernyataan juga dinyatakan valid. Dengan

demikian, seluruh butir pernyataan dalam penelitian ini memenuhi kriteria validitas dan layak digunakan dalam analisis selanjutnya

Tabel 1. Uji Validitas

| Variabel | Indikator | Koefisien Korelasi | Tingkat Signifikansi | Keterangan |
|----------------------------|-----------|--------------------|----------------------|------------|
| Penggunaan Shopeepay (X1) | X1.1 | .762 | ,001 | Valid |
| | X1.2 | .770 | ,001 | Valid |
| | X1.3 | .728 | ,001 | Valid |
| | X1.4 | .695 | ,001 | Valid |
| | X1.5 | .635 | ,001 | Valid |
| | X1.6 | .773 | ,001 | Valid |
| | X1.7 | .594 | ,001 | Valid |
| Kemudahan Penggunaan (X2) | X2.1 | .670 | ,001 | Valid |
| | X2.2 | .591 | ,001 | Valid |
| | X2.3 | .594 | ,001 | Valid |
| | X2.4 | .768 | ,001 | Valid |
| | X2.5 | .813 | ,001 | Valid |
| | X2.6 | .778 | ,001 | Valid |
| | X2.7 | .660 | ,001 | Valid |
| Kepuasan Belanja Gen Z (Y) | Y.1 | .519 | ,001 | Valid |
| | Y.2 | .554 | ,001 | Valid |
| | Y.3 | .705 | ,001 | Valid |
| | Y.4 | .620 | ,001 | Valid |
| | Y.5 | .695 | ,001 | Valid |
| | Y.6 | .678 | ,001 | Valid |
| | Y.7 | .794 | ,001 | Valid |

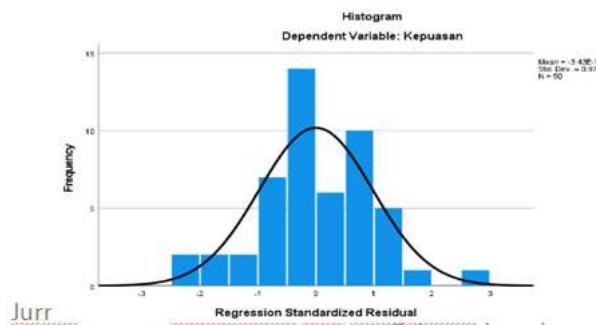
Tabel 2. Uji Reliabilitas

| Variabel | Cronbach's Alpha | Keterangan |
|----------------------------|------------------|------------|
| Penggunaan Shopeepay (X1) | .955 | Reliabel |
| Kemudahan Penggunaan (X2) | .935 | Reliabel |
| Kepuasan Belanja Gen Z (Y) | .949 | Reliabel |

Berdasarkan hasil uji reliabilitas yang dilakukan terhadap 50 responden, diperoleh nilai Cronbach's Alpha untuk variabel Penggunaan Shopeepay (X1) sebesar 0,955, variabel Kemudahan Penggunaan (X2) sebesar 0,935, dan variabel Kepuasan Belanja Gen Z (Y) sebesar 0,949, masing-masing dengan 20 item pernyataan. Seluruh nilai Cronbach's Alpha tersebut berada di atas batas minimal 0,60, bahkan termasuk dalam kategori sangat tinggi (>0,90). Hal ini menunjukkan bahwa seluruh item pernyataan pada ketiga variabel memiliki tingkat konsistensi internal yang sangat baik. Dengan demikian, instrumen yang digunakan dalam penelitian ini dinyatakan reliabel dan layak untuk digunakan pada tahap analisis selanjutnya.

Uji Asumsi Klasik

Normalitas



Histogram Uji Normalitas

Berdasarkan hasil uji normalitas yang ditampilkan pada histogram di atas, terlihat bahwa data residual menyebar mengikuti bentuk kurva normal (lonceng) yang simetris. Hal ini menunjukkan bahwa distribusi data residual mendekati normal. Selain itu, nilai mean sebesar -3.48E-16 yang mendekati nol dan standar deviasi sebesar 0.981 yang berada di sekitar angka 1 juga mengindikasikan bahwa data residual berdistribusi normal. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa asumsi normalitas terpenuhi, sehingga model regresi layak digunakan untuk analisis lebih lanjut.

Multikolinearitas

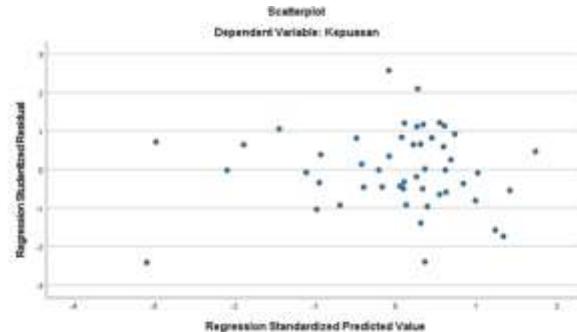
Coefficients^a

Tabel 3. Uji Multikolinearitas

| Model | Unstandardized B | Coefficient s Std. Error | Standardized Coefficients Beta | t | sig | Collinearity Tolerance | Statistic s VIF |
|--------------|------------------|--------------------------|--------------------------------|-------|-------|------------------------|-----------------|
| 1(Constant) | 6.644 | 5.337 | | 1.245 | .219 | | |
| Penggunaan | .217 | .113 | 256 | 1.923 | .061 | .341 | 2.936 |
| Shopeepay | | | | | | | |
| Kemudahan | .677 | .144 | .626 | 4.710 | <,001 | .341 | .2936 |
| n | | | | | | | |

Hasil uji multikolinearitas menunjukkan bahwa nilai **Tolerance** untuk variabel Penggunaan ShopeePay dan Kemudahan masing-masing sebesar **0,341**, sedangkan nilai **VIF (Variance Inflation Factor)** keduanya sebesar **2,932**. Kedua nilai tersebut masih berada dalam batas toleransi yang diperbolehkan, yaitu **Tolerance > 0,10** dan **VIF < 10**. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa **tidak terjadi gejala multikolinearitas** antar variabel independen dalam model regresi ini, sehingga kedua variabel layak digunakan untuk analisis lebih lanjut.

Heteroskedastisitas



Scatterplot Uji Heteroskedastisitas

Berdasarkan gambar scatterplot di atas, terlihat bahwa titik-titik data menyebar secara acak di sekitar garis horizontal (sumbu nol) dan tidak membentuk pola tertentu, baik bergelombang, mengerucut, maupun menyebar teratur. Pola penyebaran yang acak ini menunjukkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas dalam model regresi yang digunakan. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa model regresi memenuhi asumsi homoskedastisitas, artinya varians residual dari setiap nilai prediksi adalah konstan dan model layak digunakan untuk analisis lebih lanjut.

| Model | Uji t | | Standardized coefficients Beta | T | sig |
|-------------|---------------------|---------------------------|--------------------------------------|-------|-------|
| | Unstandardized B | Coefficients Sdt. Eror | | | |
| 1(constant) | 6.644 | 5.337 | | 1.245 | .219 |
| X1 | .217 | .113 | .256 | 1.923 | .061 |
| X2 | .677 | .144 | .626 | 4.710 | <.001 |

Berdasarkan hasil uji t, variabel X_1 memiliki nilai signifikansi 0.061 (>0.05) sehingga berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap Y . Sementara itu, variabel X_2 memiliki nilai signifikansi <0.001 (<0.05) sehingga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Y . Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa X_2 memiliki pengaruh yang lebih dominan terhadap Y dibandingkan X_1 .

Uji F

ANOVA^a

Tabel 4. Uji F

| Model | Sum of Squares | df | Mean Square | F | sig |
|--------------|-------------------|----|----------------|--------|--------------------|
| 1 Regression | 3528.819 | 2 | 1764.410 | 59.493 | <.001 ^b |
| Residual | 1393.901 | 47 | 29.657 | | |
| Total | 4922.720 | 49 | | | |

Berdasarkan hasil uji F pada tabel di atas, diperoleh nilai F hitung sebesar 59.493 dengan nilai signifikansi < 0.001 . Karena nilai signifikansi lebih kecil dari 0.05, maka dapat disimpulkan bahwa model regresi berpengaruh signifikan secara simultan. Artinya, variabel X_1 dan X_2 secara bersama-sama memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel Y . Dengan demikian, model regresi yang digunakan layak untuk menjelaskan hubungan antara variabel bebas dan variabel terikat.

Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary

Tabel 5. Koefisien Dertiminasi (R^2)

| Model | R | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate |
|-------|-------------------|----------|----------------------|-------------------------------|
| 1 | .847 ^a | .717 | .705 | 5.446 |

Berdasarkan hasil uji koefisien determinasi (R^2) pada tabel di atas, diperoleh nilai R Square sebesar 0.717 atau 71,7%. Hal ini menunjukkan bahwa variabel independen (X_1 dan X_2) secara bersama-sama mampu menjelaskan variasi perubahan pada variabel dependen (Y) sebesar 71,7%, sedangkan sisanya 28,3% dijelaskan oleh faktor lain di luar model penelitian ini. Nilai R sebesar 0.847 juga menunjukkan adanya hubungan yang kuat antara variabel X_1 dan X_2 terhadap Y .

Pembahasan

Pengaruh Penggunaan Pembayaran Dompet Digital (ShopeePay) terhadap Kepuasan Belanja Gen Z Universitas Negeri Medan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel Penggunaan Pembayaran Dompet Digital (ShopeePay) memiliki pengaruh positif namun tidak signifikan terhadap Kepuasan Belanja Gen Z Universitas Negeri Medan, dengan hasil uji t sebesar $0,061 (> 0,05)$ dan koefisien regresi $0,217$. Hal ini mengindikasikan bahwa meskipun peningkatan frekuensi dan intensitas penggunaan ShopeePay cenderung meningkatkan kepuasan belanja, pengaruhnya tidak cukup kuat secara statistik dalam konteks penelitian ini. Temuan ini menunjukkan bahwa mahasiswa Gen Z UNIMED sudah terbiasa menggunakan ShopeePay sebagai alat transaksi digital, sehingga penggunaan rutin tidak lagi menjadi faktor utama yang memengaruhi kepuasan mereka.

ShopeePay dianggap sebagai sarana transaksi standar yang mudah diakses dan digunakan, bukan sebagai sumber kepuasan tersendiri. Hasil ini sejalan dengan penelitian Telaumbanua et al. (2022) yang menemukan bahwa di wilayah Sumatera Utara, pengaruh penggunaan dompet digital terhadap kepuasan relatif lemah karena konsumen telah menganggap kemudahan pembayaran digital sebagai hal yang umum. Namun, hasil ini berbeda dengan temuan Penelitian Aini dan Susanto (2021) serta Fikri (2021) menunjukkan bahwa semakin sering ShopeePay digunakan, semakin tinggi tingkat kenyamanan dan kepuasan karena efisiensi, keamanan, dan promo yang ditawarkan. Perbedaan ini menunjukkan bahwa tingkat kepuasan dapat dipengaruhi oleh konteks wilayah dan ekspektasi pengguna, di mana mahasiswa Gen Z UNIMED cenderung melihat ShopeePay sebagai kebutuhan praktis, bukan faktor utama kepuasan belanja.

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa pada konteks mahasiswa Gen Z di Universitas Negeri Medan, penggunaan ShopeePay belum menjadi faktor dominan yang menentukan tingkat kepuasan belanja, melainkan berperan sebagai fasilitas pendukung yang memperlancar proses transaksi.

Pengaruh Kemudahan Penggunaan terhadap Kepuasan Belanja Gen Z Universitas Negeri Medan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel Kemudahan Penggunaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Belanja Gen Z Universitas Negeri Medan, dengan hasil uji t sebesar $0,001 (< 0,05)$ dan koefisien regresi sebesar $0,712$. Hal ini berarti semakin mudah suatu sistem pembayaran digital digunakan, maka semakin tinggi pula tingkat kepuasan belanja yang dirasakan oleh mahasiswa Gen Z. Kemudahan penggunaan mencakup aspek kecepatan transaksi, tampilan aplikasi yang sederhana, serta kemudahan akses dalam melakukan pembayaran tanpa kendala teknis. Faktor-faktor tersebut membuat pengguna merasa nyaman, efisien, dan percaya diri dalam bertransaksi, sehingga berdampak langsung pada meningkatnya kepuasan belanja.

Hasil ini sejalan dengan penelitian Aini dan Susanto (2021) yang menyatakan bahwa kemudahan penggunaan memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan pengguna dompet digital ShopeePay karena sistem yang user-friendly mampu meningkatkan pengalaman berbelanja yang positif. Selain itu, temuan ini juga didukung oleh penelitian Telaumbanua et al. (2022) yang menunjukkan bahwa generasi muda lebih menghargai aspek kepraktisan dan efisiensi dalam penggunaan teknologi finansial. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa kemudahan penggunaan merupakan faktor penting yang secara nyata memengaruhi kepuasan belanja Gen Z Universitas Negeri Medan, karena berperan langsung dalam menciptakan pengalaman transaksi yang cepat, nyaman, dan menyenangkan.

Pengaruh Penggunaan Pembayaran Dompet Digital (ShopeePay) Dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Kepuasan Belanja Gen Z Universitas Negeri Medan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel penggunaan dompet digital ShopeePay dan kemudahan penggunaan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan belanja Gen Z pada mahasiswa Universitas Negeri Medan. Nilai F hitung sebesar 59.493 dengan signifikansi < 0.001 serta koefisien determinasi (R^2) sebesar 0.717 menandakan bahwa kedua variabel bebas tersebut mampu menjelaskan $71,7\%$ variasi pada kepuasan belanja, sedangkan sisanya $28,3\%$ dipengaruhi oleh faktor lain seperti promosi, keamanan, dan kecepatan layanan.

Temuan ini memperlihatkan bahwa semakin sering mahasiswa menggunakan ShopeePay dan semakin mudah aplikasi tersebut dioperasikan, maka semakin tinggi pula tingkat kepuasan

yang dirasakan. Kombinasi antara intensitas penggunaan dan persepsi kemudahan menciptakan pengalaman bertransaksi yang efisien, praktis, dan nyaman, sesuai dengan karakteristik Gen Z yang terbiasa dengan teknologi digital. Hasil ini juga memperkuat konsep Technology Acceptance Model (TAM) yang dikemukakan oleh Davis (1989), di mana persepsi kegunaan dan kemudahan merupakan faktor utama dalam membentuk penerimaan teknologi dan kepuasan pengguna.

Selain itu, hasil penelitian ini sejalan dengan temuan Damayanti et al. (2023) dan Sakina et al. (2024) yang menunjukkan bahwa penggunaan dompet digital dan kemudahan sistem memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan belanja. Dalam konteks mahasiswa UNIMED, kedua faktor ini menjadi elemen penting yang menentukan kenyamanan berbelanja daring. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa integrasi antara penggunaan yang aktif dan kemudahan teknologi merupakan kunci utama dalam meningkatkan kepuasan belanja Gen Z di era digital saat ini.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa penggunaan dompet digital ShopeePay dan kemudahan penggunaannya berpengaruh positif terhadap kepuasan belanja mahasiswa Generasi Z Universitas Negeri Medan. Kedua variabel tersebut secara bersama-sama memberikan kontribusi dalam menciptakan pengalaman berbelanja yang lebih praktis, nyaman, dan efisien. Kemudahan penggunaan terbukti menjadi faktor yang lebih dominan dalam meningkatkan kepuasan belanja dibandingkan dengan frekuensi penggunaan ShopeePay. Hal ini menunjukkan bahwa kenyamanan dan kemudahan dalam mengoperasikan aplikasi berperan penting dalam membentuk persepsi positif terhadap layanan pembayaran digital. Dengan demikian, diharapkan pengguna, khususnya mahasiswa, dapat lebih memanfaatkan fitur-fitur ShopeePay secara optimal untuk mendukung aktivitas belanja digital yang aman dan efisien. Pihak penyedia layanan juga diharapkan terus meningkatkan kemudahan sistem, tampilan antarmuka, serta kualitas layanan agar dapat memberikan pengalaman berbelanja yang semakin memuaskan bagi generasi muda di era digital.

DAFTAR PUSAKA

- Aini, Q. N., & Susanto, T. D. (2021). Pengaruh penggunaan e-wallet terhadap kepuasan belanja konsumen Gen Z. *Jurnal Ekonomi Digital*, 12(2), 45–60.
- Bank Indonesia. (2022). Laporan transaksi e-wallet di Indonesia. Jakarta: Bank Indonesia.
- Damayanti, R. (2023). Pengaruh penggunaan dompet digital terhadap kepuasan belanja konsumen. *Jurnal Ekonomi Digital*, 15(1), 78–92.
- Davis, F. D. (1989). Perceived usefulness, perceived ease of use, and user acceptance of information technology. *MIS Quarterly*, 13(3), 319–340.
- Fikri, A. (2021). Adopsi e-wallet dan kepuasan belanja di kalangan generasi muda. *Jurnal Teknologi Informasi*, 15(1), 78–92.
- Fitri, A., & Susanti, R. (2023). Pengaruh kemudahan penggunaan antarmuka aplikasi terhadap kepuasan belanja konsumen Gen Z. *Jurnal Teknologi Informasi Dan Komunikasi*, 18(2), 112–128.
- Hermawati, S. (2023). Kemudahan penggunaan aplikasi dan kepuasan belanja di era fintech. *Jurnal Manajemen Teknologi*, 12(3), 45–60.
- Katadata Insight Center. (2020). Generasi Z di Indonesia: Adopsi teknologi dan perilaku konsumsi. Jakarta: Katadata
- Nugroho, B., & Setiawan, D. (2022). Persepsi kemudahan navigasi aplikasi dan kepuasan pengguna di era digital. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 14(1), 45–62.
- Oliver, R. L. (1997). Satisfaction: A behavioral perspective on the consumer. McGraw-Hill.
- Prensky, M. (2001). Digital natives, digital immigrants. *On the Horizon*, 9(5), 1–6.
- Sakina, A. (2024). Integrasi penggunaan e-wallet dan kemudahan dalam model kepuasan belanja. *Jurnal Teknologi Informasi*, 16(2), 112–128.
- Sharma, R. (2018). Fintech adoption in emerging markets: A case study of digital wallets. *International Journal of Finance and Economics*, 23(4), 512–528.
- Telaumbanua, D. (2022). Pengaruh kemudahan penggunaan ShopeePay terhadap kepuasan mahasiswa di Universitas Negeri Medan. *Jurnal Pendidikan Ekonomi*, 11(4), 201–215.

- Venkatesh, V., Morris, M. G., Davis, G. B., & Davis, F. D. (2003). User acceptance of information technology: Toward a unified view. *MIS Quarterly*, 27(3), 425–478.
- Wijaya, B. S. (2018). Konsep adopsi fintech: Frekuensi penggunaan dompet digital. *Jurnal Manajemen Teknologi*, 10(3), 201–