

# ANALISIS PERSEPSI MANFAAT, PERSEPSI KEMUDAHAN, PERSEPSI KEAMANAN DAN PENGARUH KEPERCAYAAN TERHADAP MINAT PENGGUNAAN APLIKASI PEGADAIAN DIGITAL SERVICE (PDS) PADA PT PEGADAIAN KANTOR CABANG NGUPASAN YOGYAKARTA

AYU WINDA PRISFITA\*  
NINA WOELAN SOEBROTO  
SEPTIAN YUDHA KUSUMA

Politeknik Negeri Semarang  
Jl. Prof. Sudarto, Kec. Tembalang, Kota Semarang Jawa Tengah, Indonesia  
ayuwindap1809@gmail.com \*

**Abstract:** *This study aims to determine the significance of the influence of Perception Technology Acceptance Model (TAM) and the Effect of Trust on Interest in Using Pawnshop Digital Service (PDS) at PT Pegadaian Ngupasan Yogyakarta. The data used in this research is primary data obtained by distributing questionnaires. The sampling technique used judgmental sampling, as many as 70 respondents. The analytical model used in this study is the Multiple Linear Regression Model. Meanwhile, data analysis techniques used the F Statistical Test, the t Statistical Test, and the Coefficient of Determination (R<sup>2</sup>). The results of the analysis and discussion in this study indicate that the variables perceived benefits and trust simultaneously and partially have a significant effect, while perceived convenience and perceived security simultaneously and partially have no significant effect on the interest in using Pegadaian Digital Service (PDS) at PT Pegadaian Ngupasan Yogyakarta Branch Office.*

**Keywords:** *Interest in use, Perceived of Use, Perceived Ease of Use, Perceived Security, and Trust*

**Abstrak:** Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui signifikansi pengaruh Persepsi *Technology Acceptance Model* (TAM) dan Pengaruh Kepercayaan Terhadap Minat Penggunaan Pegadaian Digital Service (PDS) Pada PT Pegadaian Kantor Cabang Ngupasan Yogyakarta. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer yang diperoleh melalui penyebaran kuesioner. Teknik pengambilan sampel menggunakan *judgemental sampling*, sebanyak 70 responden. Model analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah Model Regresi Linier Berganda. Sedangkan, teknik analisis data menggunakan Uji Statistik F, Uji Statistik t, dan Koefisien Determinasi (R<sup>2</sup>). Hasil analisis dan pembahasan pada penelitian ini menunjukkan bahwa variabel persepsi manfaat dan kepercayaan secara simultan dan parsial berpengaruh signifikan, sedangkan persepsi kemudahan dan persepsi keamanan secara simultan dan parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap minat penggunaan Pegadaian Digital Service (PDS) pada PT Pegadaian Kantor Cabang Ngupasan Yogyakarta.

**Kata Kunci:** *Minat Penggunaan, Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Persepsi Keamanan, dan Kepercayaan.*

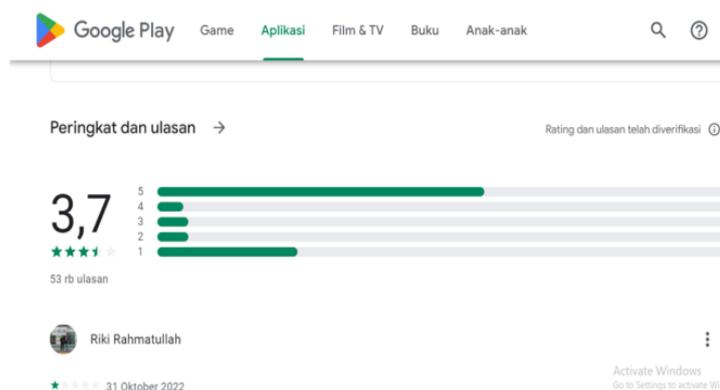
## PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi yang semakin maju dari tahun ke tahun pada era industri 4.0 ini sangat dibutuhkan pada suatu lembaga jasa keuangan, khususnya lembaga keuangan non bank. Perusahaan jasa keuangan non bank yang membutuhkan adalah pada perusahaan pembiayaan yang dapat terlihat cukup pesat perkembangannya yaitu PT. Pegadaian (Razak, 2020). PT Pegadaian menawarkan layanan teknologi dengan meluncurkan aplikasi Pegadaian Digital Service (PDS) pada akhir tahun 2017 dan akan dipublikasikan pada tahun 2018. Hingga pertengahan tahun 2020, aplikasi PDS telah diunduh lebih dari dua juta pengguna (Riyana, 2021). Aplikasi ini memberikan layanan kepada pelanggan untuk mendapatkan informasi dengan mudah dan jelas mengenai produk yang ditawarkan dalam aplikasi. Aplikasi PDS telah terdaftar dan diawasi oleh Otoritas Jasa

Keuangan (OJK) dan nyaman dalam bertransaksi karena nasabah tidak perlu lagi antri di kantor cabang terdekat dengan proses yang lebih cepat. Aplikasi PDS juga telah diterapkan pada PT Pegadaian Ngupasan Kantor Cabang Yogyakarta dengan tujuan yang sama.

Aplikasi PDS memiliki fitur gadai online, pengajuan pembiayaan usaha mikro, pembelian (top up) tabungan emas, gadai tabungan emas (GTE), pembukaan tabungan emas, fitur penjualan, transfer dan pencetakan emas, pembayaran transaksi gadai (penukaran, angsuran, perpanjangan). Pembayaran Transaksi Mikro (Kreasi, Krasida Mulia, Emasku, dll), dan Fitur Pembayaran lainnya. Dengan proses yang cepat dan mudah, pegadaian lebih unggul dibandingkan bank. Dengan demikian, masyarakat lebih tertarik menggunakan jasa gadai dibandingkan kredit bank karena kecepatan dan kemudahan akses dan pelayanannya (Arifin, 2018). Berdasarkan website resmi PT Pegadaian disebutkan bahwa pengguna aplikasi PDS terus mengalami peningkatan di tengah ketidakpastian perekonomian di Indonesia. Kepala Departemen Komunikasi Korporat PT Pegadaian Basuki Tri Andayani mengatakan, terdapat 2,9 juta orang yang mengunduh aplikasi Pegadaian Digital, meningkat 14,92 persen (yoy) hingga Agustus 2022.

Dengan bertambahnya pengguna aplikasi PDS nasabah merasa puas dan terbantu dengan adanya aplikasi tersebut, namun ada pula nasabah yang merasa kurang puas dan merasa kurang efektif dalam menggunakan aplikasi PDS dalam bertransaksi. Hal ini dibuktikan dengan wawancara yang penulis lakukan dengan seorang nasabah bernama Prayitno pada tanggal 6 Maret 2023 yang mengatakan bahwa penggunaan aplikasi PDS sangat membantu dalam transaksi pembayaran online. Namun aplikasi tersebut seringkali gagal dalam bertransaksi atau sering mengalami masalah error. Tak hanya itu, aplikasi PDS juga kerap mengalami keterlambatan dalam proses update ke akun premium. Seorang nasabah bernama Fitriana Dewi yang telah menggunakan aplikasi PDS sejak tahun 2018 dengan frekuensi penggunaan yang cukup sering setiap bulannya 3 sampai 5 kali menggunakan aplikasi merasakan manfaatnya yaitu transaksi menjadi lebih cepat dan mudah, namun pelanggan Fitriana Dewi juga mengatakan bahwa transaksi sering gagal saat menggunakan aplikasi PDS. Pelanggan bernama Rizqy Candra Mulia, pernyataannya mengenai PDS hampir sama dengan yang diungkapkan pelanggan bernama Fitriana Dewi, dimana PDS memberikan keuntungan seperti dapat diakses dimana saja. Namun aplikasi PDS sering mengalami error atau maintenance, terutama untuk transaksi yang dilakukan setelah jam sepuluh malam.



Gambar 1 Rating dan Review Aplikasi Pegadaian Digital Service (PDS).

Sumber : <https://play.google.com/store/apps/com.pegadaidigital>

Berdasarkan gambar rating dan review pelanggan pada aplikasi Google Play yang memiliki rating bintang 3,7 dengan maksimal bintang 5 dengan total 53.000 pelanggan memberikan ulasan. Terlihat juga bahwa pelanggan yang memberikan ulasan bintang satu menempati kurang lebih separuh dari pelanggan yang memberikan ulasan bintang lima yang dapat dikatakan pelanggan yang tidak puas terhadap penggunaan Aplikasi PDS tidak kalah dengan pelanggan yang puas terhadap penggunaan Aplikasi PDS.

Minat merupakan suatu keinginan dari hati untuk mengikuti dan memperhatikan sesuatu atau kegiatan yang dilakukan secara terus menerus dengan senang hati tanpa adanya paksaan dari orang lain (Suharyat, 2009). Dengan ulasan ini, minat individu dalam bertransaksi menggunakan aplikasi PDS dapat diukur dengan menggunakan teori yang dapat menggambarkan tingkat penerimaan dan penggunaan suatu teknologi. Salah satu pendekatan yang digunakan untuk melihat kemudahan suatu teknologi adalah *Technology Acceptance Model* (TAM). Penggunaan pendekatan TAM mampu memberikan penjelasan bagaimana sistem informasi dapat diterima atau tidak oleh pelanggan pengguna Aplikasi PDS (Riyana, 2021). Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui

apakah TAM dengan variabel Perceived of Use, Perceived Ease of Use, Perceived Security, dan Trust mempengaruhi minat pelanggan bertransaksi melalui Aplikasi PDS.

### KERANGKA TEORITIS DAN HIPOTESIS

Menurut Peraturan Pemerintah No. 51 Tahun 2011, Pegadaian adalah perusahaan yang melakukan usaha di bidang pergadaian dan fidusia, baik konvensional maupun syariah, serta jasa lainnya di bidang keuangan sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan, khususnya bagi masyarakat berpendapatan menengah ke bawah, usaha mikro, usaha kecil, dan usaha kecil. usaha menengah, serta optimalisasi pemanfaatan sumber daya perusahaan dengan menerapkan prinsip perseroan terbatas. Berdasarkan situs resminya, PT Pegadaian menyediakan tiga layanan inti Pegadaian, yaitu layanan pembiayaan, layanan emas, dan berbagai layanan. Masing-masing layanan Pegadaian mempunyai produk masing-masing yaitu Produk Jasa Pembiayaan, Produk Jasa Emas, dan Produk Jasa Jasa.

Pegadaian Digital Service (PDS) merupakan salah satu fasilitas dalam bentuk digital milik PT Pegadaian yang berbasis sistem dan telepon seluler. Pegadaian Digital Service (PDS) dapat memberikan layanan kepada pelanggan untuk memperoleh informasi yang lebih jelas mengenai produk-produk yang terdapat dalam aplikasi dan penggunaan saldo pinjaman (loan disbursement). Layanan baru ini menawarkan kemudahan bagi nasabah, mulai dari pengajuan KPR hingga pengajuan kredit mikro. Keunggulan PDS ini antara lain pelanggan mendapatkan layanan lebih cepat yang sejajar dengan layanan outlet Pegadaian. Pegadaian Digital Service (PDS) bertujuan untuk memperluas target pasar hingga generasi milenial. Pengembangan aplikasi mobile Pegadaian Digital telah dilakukan sejak akhir tahun 2017 dan mulai dipublikasikan secara pasif ke publik pada tahun 2018.

Minat merupakan sumber motivasi yang mendorong seseorang untuk melakukan apa pun yang diinginkannya jika diberi kebebasan untuk memilih. Jika mereka menilai sesuatu yang mereka anggap menguntungkan maka mereka akan tertarik, namun jika kepuasan menurun maka minat juga akan menurun (Hurlock, 1978). Oleh karena itu, adanya minat untuk menggunakan aplikasi PDS karena dengan menggunakan internet dalam menggunakan aplikasi PDS dapat memberikan manfaat terutama dari segi waktu dan tenaga yang dapat dihemat karena aplikasi PDS dapat dilakukan dimana saja jika terhubung dengan layanan internet (Baridwan, 2012).

Technology Acceptance Model (TAM) merupakan pengembangan teoritis dari Theory of Reasoned Action (TRA). Theory of Reasoned Action (TRA) menjelaskan bahwa perubahan perilaku didasarkan pada hasil niat berperilaku dan dipengaruhi oleh norma-norma sosial dan sikap individu terhadap perilaku. Banyak persepsi yang mempengaruhi minat. Persepsi merupakan awalan yang dimulai dari pengamatan dengan melalui beberapa proses yaitu proses hubungan melihat, mendengar, menyentuh, merasakan, dan menerima sesuatu dengan mengolahnya menjadi beberapa tahapan seperti dipilih, diorganisasikan, dan diinterpretasikan melalui informasi yang diperoleh. menjadi sebuah gambar yang mempunyai makna didalamnya. (Satianegara, 2020). Persepsi ini dijadikan sebagai variabel Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Keamanan, Kepercayaan.

Persepsi Manfaat (*Perceived of Usefulness*) adalah tolak ukur seseorang terhadap keyakinan pada penggunaan sebuah teknologi akan meningkatkan kinerja suatu pekerjaan yang sedang dilakukan (Baridwan, 2014). Dengan adanya manfaat maka seseorang berminat untuk menggunakan suatu teknologi karena seseorang merasa yakin bahwa teknologi mampu meningkatkan prestasi kerja, produktifitas dan keefektifan kinerja. Sehingga adanya hal tersebut akan menumbuhkan minat untuk menggunakan teknologi (Pratama, 2019). Dapat dibuktikan melalui penelitian sebelumnya yang menunjukkan bahwa persepsi manfaat berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan aplikasi salah satunya adalah penelitian yang dilakukan Satianegara (2020) terbukti bahwa persepsi manfaat berpengaruh positif signifikan terhadap minat penggunaan aplikasi. Hasil yang serupa juga dibuktikan pada penelitian yang dilakukan oleh Izza (2021) menunjukkan bahwa persepsi manfaat berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan aplikasi keuangan. Pada penelitian ini dapat ditarik hipotesis sebagai berikut:

H1 = Variabel Persepsi Manfaat (*Perceived of Usefulness*) berpengaruh signifikan terhadap Minat Penggunaan Aplikasi PDS.

Persepsi Kemudahan (*Perceived Ease to Use*) merupakan sebuah tingkat kepercayaan seseorang terhadap teknologi tertentu yang dapat digunakan dengan mudah tanpa adanya usaha yang lebih. Pada konsep ini dapat mencakup kejelasan pada teknologi tertentu dengan kemudahan dan tujuan yang sesuai dengan pengguna teknologi tersebut (Sari, 2014). Dalam suatu aplikasi yang penggunaannya mudah dan jelas untuk

dimengerti oleh pengguna dapat mengacu adanya minat dalam penggunaan aplikasi tersebut (Sudarwanto, 2020). Beberapa penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa persepsi kemudahan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan aplikasi. Salah satunya adalah penelitian yang dilakukan oleh Pratama (2019) menyatakan bahwa persepsi kemudahan berpengaruh positif terhadap minat penggunaan uang elektronik. Pada penelitian ini dapat ditarik hipotesis sebagai berikut:

H2 = Variabel Persepsi Kemudahan (*Perceived Ease to Use*) berpengaruh signifikan terhadap Minat Penggunaan Aplikasi PDS.

Persepsi Keamanan (*Perceived Security*) merupakan bentuk pengamanan terhadap ancaman yang mungkin timbul (Yulianti, 2017). apabila seseorang merasa aman dengan suatu penggunaan teknologi maka dengan sendirinya minat penggunaan yang berkelanjutan muncul pada diri seseorang tersebut (Suharyat, 2009). Hal ini dapat dibuktikan melalui penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Sari (2019) yang menyatakan bahwa keamanan, privasi, dan risiko keselamatan berpengaruh positif terhadap penggunaan pada kegiatan perbankan maupun bukan bank pada umumnya. Penelitian Musfiroh (2019) juga menunjukkan bahwa keamanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan aplikasi keuangan. Oleh karena itu penelitian ini dapat diajukan hipotesis sebagai berikut:

H3 = Variabel Persepsi Keamanan (*Perceived Security*) berpengaruh signifikan terhadap Minat Penggunaan Aplikasi PDS.

Kepercayaan (*Trust*) merupakan rasa percaya dan rasa aman yang dimiliki pada diri seseorang saat menggunakan sesuatu termasuk teknologi (Yulianti, 2017). Apabila seseorang merasa percaya dengan suatu teknologi pasti akan muncul rasa minat dalam penggunaannya yang berkelanjutan. Hal ini dapat dibuktikan melalui beberapa penelitian sebelumnya yang menunjukkan bahwa persepsi keamanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan aplikasi. Salah satunya penelitian yang dilakukan oleh Ratna Maulida Rahmawati (2016) menyatakan bahwa adanya pengaruh positif yang signifikan antara kepercayaan terhadap minat penggunaan. Oleh karena itu penelitian ini dapat diajukan hipotesis sebagai berikut:

H4 = Variabel Persepsi Keamanan (*Trust*) berpengaruh signifikan terhadap Minat Penggunaan Aplikasi PDS.

## METODE PENELITIAN

Dalam penelitian ini pemilihan sampel menggunakan teknik *judgemental sampling*. Teknik *judgemental sampling* adalah bentuk *non-probability sampling* yang mana elemen dari populasi ini dipilih berdasarkan sebuah pertimbangan – pertimbangan (*judgement*) peneliti. Dengan penggunaan teknik ini dilakukan berdasarkan pemilihan responden yang secara acak dengan berdasarkan ciri – ciri khusus (Simamora, 2014).

Sampel Menurut Roscoe dalam Sugiyono (2019) penelitian dilakukan dengan menggunakan analisis multivariat (termasuk yang menggunakan analisis regresi linier berganda), sehingga jumlah anggota sampel ditentukan minimal 10 kali lipat dari jumlah variabel yang diteliti. Banyaknya sampel dapat ditentukan dengan menggunakan rumus di bawah ini:

$$n = \text{variabel} \times 10$$

$$n = 5 \times 10 = 50$$

Jadi, dapat disimpulkan bahwa jumlah minimal responden pada data penelitian ini adalah 50 responden. Dapat diuji melalui tes berikut.

Definisi operasional variabel ini akan memberikan arah peneliti untuk memenuhi unsur penelitian yang memberikan pengetahuan tentang bagaimana cara untuk mengukur suatu variabel. Definisi operasional variabel dalam penelitian ini dapat dilihat berikut ini:

Tabel 1 Definisi Operasional Variabel

Variabel	Indikator Variabel
<p>Persepsi Manfaat (X1) : Menurut Jogiyanto (2019:933) persepsi manfaat merupakan sejauh apa seseorang percaya mengenai bahwa dalam menggunakan suatu teknologi tertentu akan meningkatkan kinerja suatu pekerjaan.</p>	<p>Menurut <i>Davis et al</i> (2017:4) persepsi manfaat dapat diukur dari beberapa indikator - indikator sebagai berikut: X1.1 <b>Mempermudah transaksi pembayaran</b> X1.2 <b>Mempercepat transaksi pembayaran</b> X1.3 <b>Memberikan keuntungan tambahan saat menyelesaikan transaksi</b> X1.4 <b>Meningkatkan efisiensi dalam melakukan transaksi pembayaran</b></p>
<p>Persepsi Kemudahan (X2) : Menurut Jogiyanto (2019:934) persepsi kemudahan merupakan pengukur seseorang apakah meyakini bahwa dalam menggunakan suatu teknologi tidak memerlukan banyak usaha tetapi mudah dalam penggunaannya serta pengoperasiannya.</p>	<p>Menurut <i>Davis et al</i> (2019:30) beberapa indikator yang dapat mengukur kemudahan penggunaan, yaitu: X2.1 <b>Mudah dipelajari (mudah untuk dipelajari)</b> X2.2 <b>Dapat dikontrol (dapat dikontrol)</b> X2.3 <b>Fleksibel (fleksibel)</b> X2.4 <b>Mudah digunakan (mudah digunakan)</b> X2.5 <b>Jelas dan dapat dipahami (jernih dan dimengerti)</b></p>
<p>Persepsi Keamanan (X3) : Menurut Simons dan Rahardjo (2005:2) keamanan informasi adalah cara kita untuk dapat mencegah penipuan (cheating) atau hanya sekedar mendeteksi adanya penipuan dalam system informasi tersebut yang mana informasinya tidak memiliki arti fisik.</p>	<p>Menurut Damghanian et al (2016) indikator pada persepsi keamanan dibagi menjadi tiga yaitu : X3.1 <b>Credit (akurasi waktu)</b> X3.2 <b>Reliability (keamanan saldo)</b> X3.3 <b>Privacy (kepercayaan informasi)</b></p>
<p>Persepsi Kepercayaan (X4) : Menurut Kotler dan Keller (2012:125) kepercayaan merupakan komponen kognitif dari faktor psikologis. Kepercayaan juga berhubungan dengan suatu bukti sugesti dan pengalaman jika keyakinan pada sesuatu itu benar atau bahkan salah.</p>	<p>Menurut Kotler dan Keller (2016:225) ada empat indikator pelaku kepercayaan konsumen, yaitu sebagai berikut: X4.1 <b>Kebajikan (kesungguhan/terima)</b> X4.2 <b>Kemampuan</b> X4.3 <b>Integritas (Integritas)</b> X4.4 <b>Kesediaan untuk bergantung (kerelaan bergantung)</b></p>
<p>Minat Penggunaan PDS (Y) : Menurut Jati (2019:31) minat penggunaan teknologi informasi merupakan tolak ukur keinginan seseorang dalam penggunaan atau menggunakan sebuah teknologi informasi secara berkala dengan mengasumsikan bahwa orang tersebut memiliki akses terhadap teknologi informasi.</p>	<p>Menurut Jati (2019:12) minat penggunaan bisa di hubungi melalui indikator, sebagai berikut : Y1.1 <b>Minat Transaksional</b> Y1.2 <b>Referensi Minat</b> Y1.3 <b>Minat Preferensial</b> Y1.4 <b>Minat Eksploratif</b></p>

Uji reliabilitas merupakan suatu pengujian yang digunakan sebagai alat ukur dalam suatu kuesioner yang merupakan indikator suatu variabel. Kuesioner dapat dikatakan reliabel apabila jawaban pertanyaan kuesioner konsisten atau stabil dari waktu ke waktu (Ghozali, 2018).

Uji model (F) Ghozali (2018) menyatakan bahwa uji model (F) pada dasarnya menunjukkan apakah seluruh variabel yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel terikat atau dependen.

Uji Koefisien Determinasi (R<sup>2</sup>) pada hakekatnya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam memvariasikan variabel independen menjelaskan variasi variabel dependen secara keseluruhan. Koefisien determinasinya antara nol dan satu atau  $0 < R^2 < 1$  (Ghozali, 2018).

Uji Signifikansi Individual (t) digunakan untuk menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel penjelas atau independen secara individual menjelaskan variabel dependen (Ghozali, 2018).

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji validitas merupakan suatu pengujian yang digunakan sebagai alat ukur valid atau tidaknya data atau kuesioner (Ghozali, 2018).

Tabel 2 Hasil Uji Validitas

Variabel	Indikator	r hitung	r tabel	Sign	keterangan
Persepsi Penggunaan (X1)	X1.1	0,795	0,235	0,000	Valid
	X1.2	0,802	0,235	0,000	Valid
	X1.3	0,791	0,235	0,000	Valid
	X1.4	0,789	0,235	0,000	Valid
Persepsi Kemudahan Penggunaan (X2)	X2.1	0,795	0,235	0,000	Valid
	X2.2	0,811	0,235	0,000	Valid
	X2.3	0,702	0,235	0,000	Valid
	X2.4	0,746	0,235	0,000	Valid
	X2.5	0,850	0,235	0,000	Valid
Persepsi keamanan (X3)	X3.1	0,897	0,235	0,000	Valid
	X3.2	0,869	0,235	0,000	Valid
	X3.3	0,771	0,235	0,000	Valid
Kpercayaan (X4)	X4.1	0,768	0,235	0,000	Valid
	X4.2	0,882	0,235	0,000	Valid
	X4.3	0,852	0,235	0,000	Valid
	X4.4	0,842	0,235	0,000	Valid
Minat Penggunaan PDS (Y)	Y1	0,700	0,235	0,000	Valid
	Y2	0,826	0,235	0,000	Valid
	Y3	0,828	0,235	0,000	Valid
	Y4	0,710	0,235	0,000	Valid

Berdasarkan tabel 1 uji validitas menunjukkan bahwa korelasi masing-masing indikator menunjukkan hasil yang signifikan, hal ini terlihat dari nilai rhitung > rtabel dan menunjukkan skor yang signifikan. Jadi dapat disimpulkan bahwa setiap indikator yang digunakan dinyatakan valid.

Uji reliabilitas merupakan suatu pengujian yang digunakan sebagai alat ukur dalam suatu kuesioner yang merupakan indikator suatu variabel. Kuesioner dapat dikatakan reliabel apabila jawaban pertanyaan kuesioner konsisten atau stabil dari waktu ke waktu (Ghozali, 2018).

Table 3 Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	Keterangan
Persepsi Manfaat (X1)	0,804	Reliabel
Persepsi Kemudahan X2)	0,838	Reliabel
Persepsi Keamanan (X3)	0,802	Reliabel
Kepercayaan (X4)	0,857	Reliabel
Minat Penggunaan PDS (Y)	0,758	Reliabel

Berdasarkan tabel 2 terlihat bahwa masing-masing variabel memberikan nilai Cronbach's alpha > 0,70. Jadi dapat disimpulkan bahwa data atau kuesioner tersebut reliabel atau dapat diandalkan.

Uji model (F) Ghozali (2018) menyatakan bahwa uji model (F) pada dasarnya menunjukkan apakah seluruh variabel yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel terikat atau dependen.

Table 4 Uji Model (F)

Variabel	Df	F	Sig.	Keterangan
Regression	4	40,111	0,000	Accepted

- a. Dependen Variabel : Minat Penggunaan PDS
- b. Predictors (Constant) : perceived of use, Perceived ease of use/ Perceived security, trust

Berdasarkan tabel 3 terlihat hasil Fhitung sebesar 40,111 dengan Ftabel sebesar 2,511 yang berarti Fhitung > Ftabel. Dapat dikatakan bahwa persepsi manfaat, persepsi kenyamanan, persepsi keamanan dan kepercayaan secara simultan berpengaruh terhadap minat penggunaan aplikasi Pegadaian Digital Service (PDS) di PT Peagadaian Ngupasan Kantor Cabang Yogyakarta. Selain itu hasil diatas juga menunjukkan tingkat signifikansi sebesar 0,000 yang berarti < 0,05 maka dapat dikatakan bahwa pengaruh secara simultan persepsi manfaat, persepsi kenyamanan, persepsi keamanan dan kepercayaan berpengaruh secara simultan terhadap minat penggunaan aplikasi PDS. di PT Peagadaian Kantor Cabang Ngupasan Yogyakarta yang signifikan.

Uji Koefisien Determinasi (R<sup>2</sup>) pada hakekatnya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam memvariasikan variabel independen menjelaskan variasi variabel dependen secara keseluruhan.

Table 4 Uji Koefisien Determinasi (R<sup>2</sup>)

Model Summary			
Model	R	R Square	Adjusted R Square
1	0,844	0,712	0,694

Tabel 4 menghasilkan nilai uji koefisien determinasi (R<sup>2</sup>) sebesar 0,694 atau 69,4% yang berarti variabel persepsi manfaat, persepsi kenyamanan, persepsi keamanan, dan kepercayaan memberikan kontribusi pengaruh terhadap minat penggunaan Layanan Digital Pegadaian (PDS). ) penerapan stripping pada PT Pegadaian Cabang Yogyakarta sebesar 69,4%. Sedangkan sisanya sebesar 30,6% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Uji Signifikansi Individual (t) digunakan untuk menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel penjelas atau independen secara individual menjelaskan variabel dependen (Ghozali, 2018).

Table 5 Uji Signifikansi Individual (t)

Variabel	T	Sig.
(Constant)	1,852	0,069
Perceived of Use (X1)	3,207	0,002
Perceived Ease of Use (X2)	- 0,218	0,828
Perceived Security(X3)	0,985	0,328
Trust (X4)	4,489	0,000

Hipotesis 1 Bukti menunjukkan bahwa pengaruh manfaat yang dirasakan terhadap minat menggunakan aplikasi Pegadaian Digital Service (PDS) di PT Pegadaian Ngupasan Kantor Cabang Yogyakarta adalah signifikan. Dengan demikian Ho ditolak dan Ha diterima. Sehingga hipotesis 1 menyatakan "Diduga variabel manfaat yang

dirasakan berpengaruh signifikan terhadap niat penggunaan aplikasi Layanan digital Pegadaian (PDS) di PT Pegadaian Nupusan Kantor Cabang Yogyakarta.” Dinyatakan diterima.

Hipotesis 2 Bukti  $< 1,996$  dan nilai signifikansi  $0,828 > 0,05$ . Hal ini menunjukkan bahwa pengaruh persepsi kemudahan terhadap minat penggunaan aplikasi Pegadaian Digital Service (PDS) di PT Pegadaian Ngupusan Kantor Cabang Yogyakarta tidak berpengaruh signifikan. Dengan demikian  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak. Sehingga hipotesis 2 menyatakan “Diduga variabel persepsi kemudahan berpengaruh signifikan terhadap minat penggunaan aplikasi Layanan digital Pegadaian (PDS) di PT Pegadaian Nupusan Kantor Cabang Yogyakarta.” Dinyatakan ditolak.

Pembuktian Hipotesis 3 Hasil pengolahan data menunjukkan nilai thitung  $>$  ttabel terhadap persepsi keamanan sebesar  $0,985 < 1,996$  dan nilai signifikansi  $0,328 > 0,05$ . Hal ini menunjukkan bahwa pengaruh persepsi keamanan terhadap minat penggunaan aplikasi Pegadaian Digital Service (PDS) di PT Pegadaian Ngupusan Kantor Cabang Yogyakarta tidak berpengaruh signifikan. Dengan demikian  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak. Sehingga hipotesis 3 menyatakan “Diduga variabel persepsi keamanan berpengaruh signifikan terhadap minat penggunaan aplikasi Digital Service (PDS) Pegadaian di PT Pegadaian Nupusan Kantor Cabang Yogyakarta.” Dinyatakan ditolak.

Hipotesis 4 Pembuktian menunjukkan bahwa pengaruh kepercayaan terhadap minat penggunaan aplikasi Pegadaian Digital Service (PDS) di PT Pegadaian Ngupusan Kantor Cabang Yogyakarta adalah signifikan. Dengan demikian  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Sehingga hipotesis 4 menyatakan “Diduga variabel kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap minat penggunaan aplikasi Pegadaian Digital Service (PDS) di PT Pegadaian Ngupusan Kantor Cabang Yogyakarta.” Dinyatakan diterima.

## KESIMPULAN

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan dan pembahasan yang telah diuraikan dalam penelitian yang berjudul “Persepsi Model Penerimaan Teknologi (TAM) dan Pengaruh Kepercayaan terhadap Minat Penggunaan Layanan Digital Pegadaian (PDS) di PT Pegadaian Ngupusan Cabang Yogyakarta Perkantoran Periode Juni 2023” dapat disimpulkan, bahwa hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pada variabel persepsi manfaat, persepsi kenyamanan, persepsi keamanan, dan kepercayaan, terdapat dua variabel yang tidak signifikan diantaranya persepsi kemudahan dan persepsi keamanan. minat menggunakan aplikasi Pegadaian Digital Service (PDS) di PT Pegadaian Ngupusan Kantor Cabang Yogyakarta. Hal ini terlihat berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan yang telah dilakukan sebelumnya adalah Variabel persepsi manfaat secara parsial berpengaruh signifikan terhadap minat penggunaan aplikasi Pegadaian Digital Service (PDS) di PT Pegadaian Ngupusan Kantor Cabang Yogyakarta, Variabel persepsi kenyamanan secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap minat penggunaan aplikasi Pegadaian Digital Service (PDS) di PT Pegadaian Ngupusan Kantor Cabang Yogyakarta, Variabel persepsi keamanan secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap minat penggunaan aplikasi Pegadaian Digital Service (PDS) di PT Pegadaian Ngupusan Kantor Cabang Yogyakarta, Variabel kepercayaan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap minat penggunaan aplikasi Pegadaian Digital Service (PDS) di PT Pegadaian Ngupusan Kantor Cabang Yogyakarta.

Dari hasil penelitian ini dapat memberikan saran khususnya kepada PT Pegadaian untuk lebih meningkatkan keamanan dan kualitas aplikasi Pegadaian Digital Service (PDS) guna meningkatkan minat dan meningkatkan transaksi nasabah.

Hasil penelitian ini tidak lepas dari keterbatasan yang disebabkan beberapa hal yaitu Obyek penelitian ini hanya terbatas pada nasabah pengguna Pegadaian Digital Service (PDS) pada PT Pegadaian Kantor Cabang Ngupusan Yogyakarta, Periode penelitian ini hanya dilakukan pada bulan Juni tahun 2023 saja, Penelitian ini terbatas hanya menganalisis pengaruh yang terdapat dalam teori Technology Acceptance Model (TAM) dan pengaruh kepercayaan terhadap minat pengguna Pegadaian Digital Service (PDS) pada PT Pegadaian Kantor Cabang Ngupusan Yogyakarta dengan variabel persepsi manfaat, persepsi kemudahan, persepsi keamanan, dan kepercayaan. Dimana nilai uji koefisien determinasi ( $R^2$ ) sebesar 69,4% yang artinya masih ada 30,6% yang belum diteliti dalam penelitian ini seperti contoh nya variabel perilaku konsumen, variabel pengaruh sosial, variabel pengaruh lingkungan, dan sebagainya, Teori dalam penelitian ini hanya menggunakan teori Technology Acceptance Model (TAM) saja.

Peneliti menyadari bahwa penelitian ini masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu, peneliti memberikan beberapa agenda untuk penelitian selanjutnya dengan topik yang sama yaitu penelitian selanjutnya melibatkan responden dalam jumlah yang besar dengan memperluas objek penelitian tidak hanya nasabah pengguna Pegadaian Digital Service (PDS) pada PT Pegadaian Kantor Cabang Ngupasan Yogyakarta, penelitian selanjutnya dapat dilakukan dengan periode waktu menyesuaikan berikutnya, Sehubungan dengan adanya nilai uji koefisien determinan ( $R^2$ ) sebesar 69,4% dan menunjukkan 30,6% variabel independen yang belum dijelaskan dalam penelitian ini, maka perlu dilakukan penelitian selanjutnya dengan menambah variabel independen diluar dari penelitian ini seperti contoh nya variabel perilaku konsumen, variabel pengaruh social, variabel pengaruh lingkungan, dan sebagainya, Bagi peneliti selanjutnya dapat menggunakan teori lain diluar Technology Acceptance Model (TAM) seperti Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT), Theory of Planned Behavior (TPB), dan yang lainnya.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Davis, F. D. 1989. Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology. *MIS Quarterly*.
- Davis, G. B. 1993. *Kerangka Dasar Sistem Informasi Manajemen. Terjemahan, Seri Manajemen 90-A*. Jakarta: PT Pustaka Binaman Pressindo.
- Davis, K. 1986. *Personnel Management and Human Resource*. 2. Singapore: McGraw Hill Book Company.
- Ghozali, I. 2018. *Aplikasi analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hartono. 2007. *Metodologi Penelitian Bisnis: Salah Kaprah dan Pengalaman-Pengalaman*. Yogyakarta: BPFE.
- Hurlock, E. B. 1978. *Perkembangan Anak*. Jakarta: PT Erlangga.
- Jogiyanto. 2019. Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan, dan Tingkat Kepercayaan Pada Minat Menggunakan Uang Elektronik. *E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana*.
- Keller, K. d. 2012. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Keller, K. d. 2016. *Marketing Manajemen*. Jakarta: PT Indeks.
- Mashur Razak, M. H. 2020. Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Adopsi Aplikasi Pegadaian Digital Service (PDS) Sebagai E- Service dengan Menggunakan TechnologyAcceptance Model 2 (TAM 2). *SEIKO Journal of Management & Business*, 93.
- Sari, I. T. 2014. Analisis Pengaruh Persepsi Kebermanfaatan, Persepsi Kemudahan dan Kepercayaan Terhadap Penggunaan Mobile Banking. *Publikasi Ilmiah Universitas Muhammadiyah Surakarta*.
- Satianegara, M. O. 2020. Analisis Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, dan Keamanan Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Mobile Banking (Studi Kasus pada PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk Kantor Cabang Semarang Pandanaran). *Keunis Majalah Ilmiah*.
- Setiawan, Y. 2008. Pengembangan Minat Pada Anak. *Siaksoft.net*.
- Simamora, B. 2014. *Riset Pemasaran Filsafah, Teori, dan Aplikasi*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Sugiyono. 2013. *Metodologi Penelitian Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2019. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.