

ABSTRAK

Skripsi ini berjudul: “**Pengaruh *Perceived Ease of Use* dan *Perceived Usefulness* Terhadap Penggunaan *ShopeePay* Sebagai *Digital Payment* Pada Mahasiswa Perbankan Syariah Angkatan 2021 UIN Sjech M. Djamill Djambek Bukittinggi**” yang disusun oleh Tasya Aulia Rahmi, NIM 3321275. Mahasiswa Jurusan Perbankan Syariah Universitas Islam Negeri Sjech, M, Djamil Djambek Bukittinggi.

Penulisan skripsi ini bertujuan untuk mengetahui tentang seberapa berpengaruh *perceived ease of use* dan *perceived usefulness* terhadap penggunaan *shopeepay* sebagai *digital payment* pada mahasiswa perbankan syariah angkatan 2021. Latar Belakang penulis memilih judul ini karena mempertimbangkan beberapa aspek yang relevan dengan penggunaan teknologi pembayaran digital saat ini terutama pada kalangan mahasiswa.

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dan menggunakan teknik analisis deskriptif untuk menganalisis data yang terjadi berdasarkan pada hasil yang diperoleh dari jawaban responden. Data sekunder diperoleh melalui jurnal, buku serta karya ilmiah. Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa perbankan syariah angkatan 2021 dengan sampel sebanyak 116.

Teknik analisis data yang digunakan adalah uji validitas, uji reabilitas, uji normalitas, uji multikolinearitas, uji heteroskedastisitas, uji regresi linear berganda, uji F (secara simultan), uji t (secara parsial), dan uji determinasi R^2 . Hasil penelitian ini yaitu *perceived ease of use* berpengaruh positif dan signifikan terhadap penggunaan *shopeepay* sebagai *digital payment*. Hal ini dapat dilihat nilai signifikan variabel X_1 sebesar $0,005 < 0,05$ sedangkan $t_{hitung} 2,869 > t_{tabel} 1,980$ yang berarti H_1 diterima dan H_0 ditolak. *Perceived usefulness* berpengaruh positif dan signifikan terhadap penggunaan *shopeepay* sebagai *digital payment*. Dengan nilai signifikan variabel X_2 sebesar $0,001 < 0,05$ sedangkan $t_{hitung} 23,159 > t_{tabel} 1,980$ yang berarti H_2 diterima dan H_0 ditolak. Pada uji F terdapat nilai signifikansi $0,001 < 0,05$ yang artinya H_0 ditolak dan H_3 diterima. Dapat disimpulkan bahwa *perceived ease of use* dan *perceived usefulness* berpengaruh positif terhadap penggunaan *shopeepay* sebagai *digital payment* pada mahasiswa perbankan syariah angkatan 2021 UIN Sjech M. Djamil Djambek Bukittinggi.

Kata kunci : *Perceived Ease of Use, Perceived Usefulness, Shopeepay Sebagai Digital Payment.*