



ITS
Institut
Teknologi
Sepuluh Nopember

TUGAS AKHIR - IS184853

**ANALISIS INTENSI PERILAKU UNTUK MENGADOPSI DAN
MEREKOMENDASIKAN APLIKASI *MOBILE PAYMENT* DENGAN
METODE *STRUCTURAL EQUATION MODELLING*
(STUDI KASUS: OVO DAN GO-PAY)**

***BEHAVIOURAL INTENTION ANALYSIS TO ADOPT AND
RECOMMEND THE MOBILE PAYMENT APPLICATIONS USING
STRUCTURAL EQUATION MODELLING
(CASE STUDY: GO-PAY AND OVO)***

NASYWA IBTISAMAH
NRP 05211540000037

Dosen Pembimbing
Dr. Mudjahidin, S.T., M.T.
Andre Parvian Aristio, S.Kom., M.Sc.

DEPARTEMEN SISTEM INFORMASI
Fakultas Teknologi Informasi dan Komunikasi
Institut Teknologi Sepuluh Nopember

TUGAS AKHIR - IS184853

ANALISIS INTENSI PERILAKU UNTUK MENGADOPSI DAN MEREKOMENDASIKAN APLIKASI *MOBILE PAYMENT* DENGAN METODE *STRUCTURAL EQUATION MODELLING* (STUDI KASUS: OVO DAN GO-PAY)

NASYWA IBTISAMAH
NRP 0521154000037

Dosen Pembimbing
Dr. Mudjahidin, S.T., M.T.
Andre Parvian Aristio, S.Kom., M.Sc.

DEPARTEMEN SISTEM INFORMASI
Fakultas Teknologi Informasi dan Komunikasi
Institut Teknologi Sepuluh Nopember
Surabaya 2019

UNDERGRADUATE THESIS - IS184853

***BEHAVIOURAL INTENTION ANALYSIS TO ADOPT AND
RECOMMEND THE MOBILE PAYMENT APPLICATIONS
USING STRUCTURAL EQUATION MODELLING
METHODS
(CASE STUDY: GO-PAY AND OVO)***

**NASYWA IBTISAMAH
NRP 05211540000037**

**Supervisor
Dr. Mudjahidin, S.T., M.T.
Andre Parvian Aristio, S.Kom., M.Sc.**

**INFORMATION SYSTEM DEPARTMENT
Information Technology and Communication Faculty
Sepuluh Nopember Institute of Technology
Surabaya 2019**

LEMBAR PENGESAHAN

**ANALISIS INTENSI PERILAKU UNTUK
MENGADOPSI MEREKOMENDASI APLIKASI
MOBILE PAYMENT DENGAN METODE STRUCTURAL
EQUATION MODELLING
(STUDI KASUS: OVO DAN GO-PAY)**

TUGAS AKHIR

Disusun Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat
Memperoleh Gelar Sarjana Komputer
pada
Departemen Sistem Informasi
Fakultas Teknologi Informasi dan Komunikasi
Institut Teknologi Sepuluh Nopember

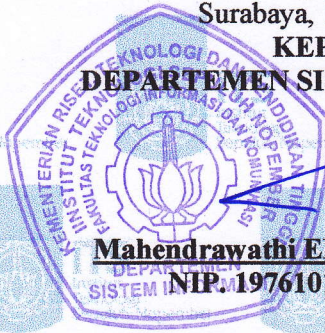
Oleh:

NASYWA IBTISAMAH
NRP. 0521154000037

Surabaya, 17 Juli 2019

**KEPALA
DEPARTEMEN SISTEM INFORMASI**

Mahendrawathi ER, S.T., M.Sc., Ph.D
NIP. 197610112006042001



LEMBAR PERSETUJUAN

**ANALISIS INTENSI PERILAKU UNTUK
MENGADOPSI DAN MEREKOMENDASIKAN
APLIKASI MOBILE PAYMENT DENGAN METODE
STRUCTURAL EQUATION MODELLING
(STUDI KASUS: OVO DAN GO-PAY)**

TUGAS AKHIR

Disusun Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat
Memperoleh Gelar Sarjana Komputer
pada
Departemen Sistem Informasi
Fakultas Teknologi Informasi dan Komunikasi
Institut Teknologi Sepuluh Nopember

Oleh:

NASYWA IBTISAMAH
NRP. 0521154000007

Disetujui Tim Penguji : Tanggal Ujian: 9 Juli 2019
Periode Wisuda : September 2019

Dr. Mudjahidin, S.T., M.T.

(Pembimbing I)

Andre Parvian Aristio, S.Kom., M.Sc.

(Pembimbing II)

Rully Agus Hendrawan, S.Kom., M.Eng.

(Penguji I)

Erma Suryani, S.T., M.T., Ph.D

(Penguji II)



**ANALISIS INTENSI PERILAKU UNTUK
MENGADOPSI DAN MEREKOMENDASIKAN
APLIKASI *MOBILE PAYMENT* DENGAN METODE
STRUCTURAL EQUATION MODELLING
(STUDI KASUS: OVO DAN GO-PAY)**

Nama Mahasiswa : Nasywa Ibtisamah
NRP : 0521154000037
Departemen : Sistem Informasi FTIK-ITS
Pembimbing I : Dr. Mudjahidin, ST., MT.
Pembimbing II : Andre Parvian Aristio, S.Kom., M.Sc

ABSTRAK

Latar Belakang: Sebuah survei yang dilakukan oleh perusahaan G4S menyebutkan bahwa transaksi menggunakan uang tunai masih mendominasi di Indonesia dan mencapai 50-55 persen. Masyarakat Indonesia seharusnya beralih pada mobile payment yang akan berdampak pada efisiensi ekonomi. Di lain sisi, tidak hanya penerimaan masyarakat terhadap sebuah teknologi yang perlu diperhatikan, merekomendasikanya pada jaringan sosial juga merupakan pilihan sikap yang berpengaruh terhadap implementasi Teknologi Finansial, termasuk mobile payment.

Permasalahan: Dari latar belakang tersebut, ingin dilakukan identifikasi terkait faktor apa saja yang mempengaruhi pembeli secara daring mengadopsi aplikasi mobile payment dalam melakukan pembayaran. Selain itu, dilakukan identifikasi mengenai keinginan pengguna yang sudah mengadopsi aplikasi mobile payment untuk merekomendasikan aplikasi tersebut kepada orang lain.

Tujuan: Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi pengaruh struktural model DOI, UTAUT2, dan PTS pada BIA untuk mengadopsi aplikasi mobile payment berbasis e-wallet pada Go-Pay dan OVO. Tujuan yang kedua yaitu melakukan identifikasi struktural pengaruh BIA terhadap BIR untuk penggunaan aplikasi mobile payment berbasis e-wallet pada

Go-Pay dan OVO. Tujuan ketiga yaitu memberikan saran kepada perusahaan terkait dengan faktor-faktor lain (diluar faktor pada model yang digunakan pada penelitian ini) yang dapat mempengaruhi BIR tersebut berdasarkan kajian literatur.

Metode: *Metode yang digunakan pada TA ini adalah mengimplementasikan sebuah model SEM yang menggunakan teori DOI, UTAUT2, dan PTS. Model ini dikembangkan oleh Oliveira, Thomas, Baptista, dan Campos. Proses pengumpulan data dilakukan melalui survei secara daring dengan jumlah responden yaitu 394 orang.*

Hasil: *Hasil yang dicapai dalam penelitian ini adalah behaviour intention to adopt (BIA) dipengaruhi secara signifikan oleh variabel laten compatibility dengan nilai koefisien yaitu 0.330. Sedangkan innovativeness dan perceived technology security berpengaruh positif namun tidak signifikan pada variabel BIA. Variabel behaviour intention to recommend (BIR) dipengaruhi positif secara signifikan oleh variabel laten BIA dan berpengaruh sebesar 0.880.*

Manfaat: *Hasil penelitian ini dapat memberikan pengetahuan dan wawasan untuk pengembangan akademik di bidang penerimaan teknologi finansial, khususnya aplikasi mobile payment di Indonesia. Penelitian ini juga dapat menjadi bahan acuan dan referensi dalam mengembangkan penelitian selanjutnya.*

Kata Kunci: *Intensi Perilaku, Adopsi, Rekomendasi, Mobile Payment, Structural Equation Modelling*

**BEHAVIOURAL INTENTION ANALYSIS TO ADOPT
AND RECOMMEND THE MOBILE PAYMENT
APPLICATIONS USING STRUCTURAL EQUATION
MODELLING METHODS
(CASE STUDY: GO-PAY AND OVO)**

Name : Nasywa Ibtisamah
NRP : 0521154000037
Department : Information System FTIK-ITS
1st Supervisor : Dr. Mudjahidin, ST., MT.
2nd Supervisor : Andre Parvian Aristio, S.Kom., M.Sc

ABSTRACT

Background: *A survey conducted by the G4S company stated that cash-using transactions still dominate in Indonesia and reach 50-55 percent. Indonesian people should turn to mobile payments which will have an impact on economic efficiency. On the other hand, not only community acceptance of a technology that needs to be considered, recommending it on social networks is also an attitude choice that influences the implementation of Financial Technology, including mobile payment.*

Problems: *From this background, an identification is needed regarding what factors influence online buyers to adopt a mobile payment application in making payments. In addition, identification of the wishes of users who have adopted a mobile payment application is recommended to recommend the application to others.*

Objective: *This study aims to identify the structural effects of DOI, UTAUT2, and PTS models on BIA to adopt e-wallet-based mobile payment applications at Go-Pay and OVO. The second objective is to make structural identification of the BIA influence on BIR for the use of e-wallet-based mobile payment applications at Go-Pay and OVO. The third objective is to give advice to companies related to other factors (excluding factors*

in the model used in this study) that can influence the BIR based on literature review.

Methods: *The method used in this TA is implementing a SEM model that uses DOI, UTAUT2, and PTS theories. This model was developed by Oliveira, Thomas, Baptista and Campos. The process of data collection was carried out through surveys online with the number of respondents being 394 people.*

Results: *The results achieved in this study is that the intention to adopt (BIA) behavior is significantly influenced by the latent compatibility variable with a coefficient value of 0.330. While innovativeness and perceived technology security have a positive but not significant effect on BIA variables. The variable intention intention to recommend (BIR) is significantly positively influenced by the latent BIA variable and has an effect of 0.880.*

Benefits: *The results of this study can provide knowledge and insight for academic development in the field of acceptance of financial technology, especially mobile payment applications in Indonesia. This research can also be a reference and reference material in developing further research.*

Keywords: *Behaviour Intention, Adoption, Recommend, Mobile Payment, Structural Equation Modelling*

KATA PENGANTAR

Dengan mengucapkan rasa syukur kepada Tuhan Yang Maha Pengasih dan Maha Penyayang atas izin-Nya penulis dapat menyelesaikan buku yang sederhana ini dengan judul Analisis Intensi Perilaku untuk Mengadopsi dan Merekomendasikan Aplikasi *Mobile Payment* (Studi Kasus: OVO dan Go-Pay). Dalam penyelesaian Tugas Akhir ini, penulis diiringi oleh pihak-pihak yang selalu memberi dukungan, saran, dan doa sehingga penelitian berlangsung dengan lancar. Secara khusus penulis mengucapkan terima kasih dari lubuk hati terdalam kepada:

1. Allah SWT, yang senantiasa memberikan bantuanNya di waktu dan saat yang tidak diketahui. Alhamdulillah, engkau selalu menghadirkan ketenangan hati usai mengingatMu. Alhamdulillah, engkau senantiasa memberikan keteguhan hati untuk berislam dan berjuang.
2. Ibu Mahendrawathi ER Selaku Ketua Departemen Sistem Informasi ITS Surabaya.
3. Bapak Mudjahidin dan Bapak Andre Parvian Aristio selaku dosen pembimbing yang telah mencurahkan segenap tenaga, waktu dan pikiran dalam Tugas Akhir ini. Penulis mengetahui bahwa apa yang Bapak berikan, tidak pernah sanggup untuk diganti. Sekali lagi, terima kasih banyak pak. Semoga Bapak sekalian diberikan kesehatan dan kebahagiaan dunia dan akhirat.
4. Ibu Erma Suryani dan Bapak Rully Hendrawan selaku dosen penguji yang telah memberikan kritik dan saran yang membuat kualitas Tugas Akhir ini lebih baik lagi.
5. Mama dan Ayah yang senantiasa mencurahkan doa dan motivasi agar penulis tetap bersemangat dalam menjalani masa perkuliahan. Terima kasih telah menjadi figur yang baik dan teladan bagi kami. Love you to the moon.
6. Mbak Nia, Nuna, dan Mas Fatih yang senantiasa menyalurkan keceriaan serta semangat bagi penulis.

7. Mas Alfian dan Alila yang telah mendampingi penulis selama proses pengerjaan tugas akhir. Terima kasih telah menjadi pembimbing 3 kami, mas!
8. Sobat Terjebak Rindu, Dina Mariana, Fadhila Alfi, Ulfania Aristya, Finsa Ayu Firnanda, Dyah Wiji Astuti, dan Ervina Chintia yang telah menemani penulis baik berlibur atau belajar dan dengan senang hati menerima penulis untuk singgah di kos. Jasa kalian tidak akan penulis lupakan.
9. Sobat Multichat Kemewahan, Firdha Rizki Aulia, Erica Maulidina Bening, Novia Karunia Nur Ashri, Elsa Siffana Hedianti, dan Arifah Kinasih yang telah kebersamaan penulis dalam mengarungi dunia perkuliahan dan memberikan saran di kala penulis tidak bisa berpikir jernih.
10. Sobat Residen SE, Aisyah Paramastri Khairina, Nadira Firinda, Ulfania Aristya, Alila Nur Hasanah, dan Kevin Widarta yang telah berjuang bersama untuk mengerjakan TA semester ini. Terima kasih atas segala keceriaan dan kenyamanan yang dibangun. Sun.
11. Sobat 2Juh, Putri, Tika, Devita, Miya, Ajeng, dan Fera yang bersedia telah menemani penulis sedari kelas X.
12. Sobat Still Counting, Hening, Icha, Ela, Aan, Giri, Tafa, dan Fahmi yang tetap menerima kekurangan dan kelebihan penulis serta mengenalkan penulis pada santainya hidup yang diisi dengan berkaraoke bersama tiap minggunya.
13. Segenap dosen dan karyawan DSI.
14. Pihak lainnya yang berkontribusi dalam tugas akhir yang belum dapat penulis sebutkan satu per satu.

Penyusunan tugas akhir ini masih jauh dari kata sempurna, untuk itu penulis menerima segala kritik dan saran yang sebagai upaya menjadi lebih baik lagi ke depannya. Semoga buku tugas akhir ini dapat memberikan manfaat untuk pembaca.

Surabaya, Juli 2019

Penulis

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN.....	iii
LEMBAR PERSETUJUAN.....	iv
ABSTRAK.....	v
ABSTRACT.....	vii
KATA PENGANTAR.....	ix
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xv
DAFTAR TABEL.....	xvii
NOMENKLATUR.....	xix
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	4
1.3 Tujuan.....	5
1.4 Batasan Masalah.....	5
1.5 Metode.....	6
1.6 Manfaat.....	6
1.7 Relevansi.....	7
1.8 Target Luaran.....	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	9
2.1 Penelitian Sebelumnya.....	9
2.2 Mobile Payment.....	12
2.2.1 Berbasis Koin Elektronik.....	13
2.2.2 <i>E- Wallet</i>	13
2.2.3 Berbasis RFID.....	13
2.3 Structural Equation Modelling.....	13
2.3.1 Model Struktural (Structured Model).....	14
2.3.2 Model Pengukuran (Measurement Model).....	15
2.4 Model Penelitian.....	17
2.4.1 Persamaan Model Struktural.....	18
2.4.2 Persamaan Model Pengukuran.....	19
2.4.3 Variabel pada Teori UTAUT2.....	21
2.4.4 Variabel pada Teori DOI.....	22
2.4.5 Variabel Independen PTS.....	22
2.4.6 Variabel Dependen BIR.....	23

2.4.7 Hipotesis Model Implementasi	23
2.5 LISREL	24
2.6 Jenis Data	25
2.7 Cara Mendapatkan Data	25
2.8 Pengujian.....	25
2.8.1 Pre-Processing Data	25
2.8.2 Asumsi Klasik	27
2.8.3 Confirmatory Factor Analysis	28
2.8.4 Kecocokan Model	30
BAB III METODOLOGI	35
3.1 Diagram Metodologi	35
3.2 Penjabaran Metodologi Penelitian	37
3.2.1 Studi Literatur	37
3.2.2 Pembuatan Kuesioner	38
3.2.3 Pengambilan Data atau Survei	38
3.2.4 Uji Preprocessing Data.....	38
3.2.5 Uji Asumsi Klasik.....	39
3.2.6 Uji Confirmatory Factor Analysis	40
3.2.7 Uji Kecocokan Model	41
3.2.8 Modifikasi Indeks pada Model	41
3.2.9 Analisis Model menggunakan Hipotesis	41
3.2.10 Penyusunan Rekomendasi	42
3.2.11 Pembuatan Luaran Tugas Akhir	42
3.3 Rangkuman Metodologi.....	42
BAB IV UJI COBA MODEL KONSEPTUAL	45
4.1 Pengambilan dan Pengolahan Data	45
4.1.1 Penyusunan Kuesioner	45
4.1.2 Pencarian Data	56
4.1.3 Hasil Kuesioner	56
BAB V HASIL DAN PEMBAHASAN	66
5.1 Hasil Pengujian	67
5.1.1 Hasil Uji Pre-Processing Data.....	67
5.1.2 Hasil Uji Asumsi Klasik.....	69
5.1.3 Hasil Confirmatory Factor Analysis	71
5.1.4 Hasil Uji Kecocokan Model.....	86
5.2 Pembahasan.....	89
5.2.1 Pembahasan Measurement Model.....	89

5.2.2 Pembahasan Structured Model.....	95
5.2.3 Pembahasan terkait Penelitian Lain	106
5.2.4 Usulan Variabel Lain	110
BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN	113
6.1 Kesimpulan	113
6.2 Saran	115
6.2.1 Bagi Penelitian Selanjutnya	115
6.2.2 Bagi Perusahaan Mobile Payment	116
DAFTAR PUSTAKA	119
LAMPIRAN A. KUESIONER SURVEI	127
LAMPIRAN B. KAMPANYE PENCARIAN DATA	135
LAMPIRAN C. HASIL UJI CFA (OUTPUT LISREL)	141
LAMPIRAN D. PENGHITUNGAN UJI RELIABILITAS INSTRUMEN	145
LAMPIRAN E. HASIL UJI KECOCOKAN MODEL (OUTPUT LISREL).....	149
BIODATA PENULIS	153

Halaman ini sengaja dikosongkan

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1. Model Konseptual Penelitian	3
Gambar 1.2. Kerangka Kerja Laboratorium SE	7
Gambar 2.1. <i>SEM Measurement and Structured Model</i>	14
Gambar 2.2. Model SEM yang Digunakan Penelitian	18
Gambar 2.3. Hipotesis Penelitian	23
Gambar 3.1. Diagram Metodologi Penelitian Bagian 1	35
Gambar 3.2. Diagram Metodologi Penelitian Bagian 2	36
Gambar 3.3. Diagram Metodologi Penelitian Bagian 3	37
Gambar 4.1. Desain Kuesioner	46
Gambar 4.2. Distribusi Kelompok Usia	57
Gambar 4.3. Distribusi Jenis Kelamin	58
Gambar 4.4. Distribusi Frekuensi Penggunaan	58
Gambar 4.5. Distribusi Aplikasi yang Digunakan	59
Gambar 4.6. Distribusi Profesi	60
Gambar 5.1. Normalitas Sumbu Mahalanobis	70
Gambar 5.2. Hasil Model Struktural	104
Gambar B.1. Pencarian Data Home Facebook	135
Gambar B.2. Pencarian Data Personal Facebook	136
Gambar B.3. Pencarian Data Group Facebook	136
Gambar B.4. Pencarian Data Group Whatsapp	137
Gambar B.5. Pencarian Data Personal Whatsapp	138
Gambar B.6. Pencarian Data Twitter	139
Gambar B.7. Pencarian Data Personal Line	139
Gambar B.8. Pencarian Data Instagram	140

Halaman ini sengaja dikosongkan

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1. Tabel Penelitian Sebelumnya.....	9
Tabel 2.2. Tabel Simbol Matematis	16
Tabel 2.3. Tabel Hipotesis.....	23
Tabel 3.1. Tabel Rangkuman Metodologi.....	42
Tabel 4.1. Tabel Skala Likert Kuesioner.....	45
Tabel 4.2. Tabel Uji Coba Kuesioner.....	47
Tabel 4.3. Tabel Kuesioner Sebenarnya.....	51
Tabel 4.4. Tabel Analisis Statistik COM	60
Tabel 4.5. Tabel Analisis Statistik INO	61
Tabel 4.6. Tabel Analisis Statistik PFX	61
Tabel 4.7. Tabel Analisis Statistik EFX.....	62
Tabel 4.8. Tabel Analisis Statistik SIN.....	62
Tabel 4.9. Tabel Analisis Statistik FCO.....	62
Tabel 4.10. Tabel Analisis Statistik HMO	63
Tabel 4.11. Tabel Analisis Statistik PVA	64
Tabel 4.12. Tabel Analisis Statistik PTS.....	64
Tabel 4.13. Tabel Analisis Statistik BIA.....	64
Tabel 4.14. Tabel Analisis Statistik BIR.....	65
Tabel 5.1. Uji Validitas Kuesioner.....	67
Tabel 5.2. Tabel Hasil Uji Normalitas	69
Tabel 5.3. Tabel Hasil Uji Multikolinearitas.....	71
Tabel 5.4. Tabel Validitas Instrumen EFX.....	72
Tabel 5.5. Tabel Validitas Instrumen FCO	73
Tabel 5.6. Tabel FCO Hapus FCO3.....	73
Tabel 5.7. Tabel Validitas Instrumen COM.....	74
Tabel 5.8. Tabel Validitas Instrumen HMO.....	74
Tabel 5.9. Tabel Validitas Instrumen PVA	75
Tabel 5.10. Tabel Pengujian Penghapusan PVA3.....	75
Tabel 5.11. Tabel Validitas Instrumen PFX.....	76
Tabel 5.12. Tabel Validitas Instrumen PFX.....	76
Tabel 5.13. Tabel Validitas Instrumen SIN.....	77
Tabel 5.14. Tabel Validitas Instrumen INO	77
Tabel 5.15. Tabel Validitas Instrumen BIA	78
Tabel 5.16. Tabel Validitas Instrumen BIR	79
Tabel 5.17. Tabel Reliabilitas Instrumen EFX.....	80
Tabel 5.18. Tabel Reliabilitas Instrumen FCO.....	80

Tabel 5.19. Tabel Reliabilitas Instrumen COM	81
Tabel 5.20. Tabel Reliabilitas Instrumen HMO	81
Tabel 5.21. Tabel Reliabilitas Instrumen PVA	82
Tabel 5.22. Tabel Reliabilitas Instrumen PFX	82
Tabel 5.23. Tabel Reliabilitas Instrumen PTS.....	83
Tabel 5.24. Tabel Reliabilitas Instrumen SIN.....	83
Tabel 5.25. Tabel Reliabilitas Instrumen Setelah Penghapusan SIN3	84
Tabel 5.26. Tabel Reliabilitas Instrumen INO	84
Tabel 5.27. Tabel Reliabilitas Instrumen BIA.....	85
Tabel 5.28. Tabel Reliabilitas Instrumen BIR.....	85
Tabel 5.29. Tabel Hasil Uji Kecocokan Iterasi 1	86
Tabel 5.30. Saran Modifikasi Indeks Iterasi 1.....	87
Tabel 5.31. Tabel Hasil Uji Kecocokan Iterasi 2	87
Tabel 5.32. Saran Modifikasi Iterasi 2	88
Tabel 5.33. Tabel Hasil Uji Kecocokan Model Iterasi 3	89
Tabel 5.34. Tabel Keseluruhan Model Struktural	99
Tabel 5.35. Tabel Perbandingan Penelitian TA dengan Paper Utama	107
Tabel 5.36. Tabel Perbandingan Penelitian TA dengan Paper Sebelumnya	108
Tabel A.1. Tabel Kuesioner	129
Tabel D.1. Tabel Penghitungan SUM SLF	145
Tabel D.2. Tabel Penghitungan SUM Standard Error.....	145
Tabel D.3. Tabel Penghitungan CR.....	146
Tabel D.4. Tabel Penghitungan VE.....	147

NOMENKLATUR

- AGFI : *Adjusted Goodness of Fit Index*. merupakan modifikasi dari GFI untuk *degree of freedom* dalam suatu model
- BIA : *Behavioural intention to adopt* merupakan variabel yang dibutuhkan untuk menguji perihal kontinuitas pengguna untuk terus menggunakan teknologi.
- BIR : *Behaviour intention to recommend* merupakan variabel untuk menguji kecenderungan pengguna untuk merekomendasikan teknologi *mobile payment* ke orang lain.
- CFA : *Confirmatory factor analysis* merupakan pengujian yang digunakan untuk mengetahui
- CFI : *Comparative fit index* merupakan bentuk revisi dari NFI untuk memperhitungkan ukuran sampel yang dapat menguji dengan baik.
- CMIN/DF : *Normed chi-square* merupakan sebuah ukuran untuk mengidentifikasi tingkat *fit* dari sebuah model.
- COM : *Compatibility* didefinisikan sebagai variabel prediktor langsung terhadap BIA untuk mengadopsi teknologi baru.
- CR : *Construct reliability* merupakan ukuran untuk menentukan reliabilitas dan konsistensi dari setiap variabel yang diukur yang mewakili jumlah indikator yang lebih sedikit.
- DOI : *Diffusion of innovations* merupakan salah satu teori yang berpengaruh dan digunakan secara luas untuk menginvestigasi faktor apa saja yang membuat seorang individu memutuskan untuk mengadopsi teknologi baru.

- EFX : *Effort expectancy* merupakan tingkat kemudahan terkait penggunaan teknologi oleh pengguna.
- Error Var. : *Error variance* merupakan nilai error dari setiap indikator yang diuji.
- FCO : *Facilitating conditions* dapat didefinisikan sebagai persepsi pengguna tentang sumber daya dan dukungan yang tersedia.
- GFI : *Goodness of fit index* merupakan ukuran yang digunakan untuk mengetahui ketepatan suatu model dalam menghasilkan *matrix covariance*.
- HMO : *Hedonic motivation* didefinisikan sebagai kesenangan yang berasal dari penggunaan teknologi dan terbukti memainkan peran penting dalam menentukan penerimaan dan penggunaan teknologi.
- INO : *Innovativeness* merupakan tingkat dimana individu memiliki kecenderungan untuk mengadopsi teknologi baru.
- LISREL : *Linear structural relations* merupakan kepanjangan dari nama software yang digunakan untuk menguji dan menghitung metode SEM dengan model penelitian yang sudah ada.
- NFI : *Normal fit index* merupakan ukuran untuk mengukur ketidakcocokan antara model yang menjadi target dengan model dasar.
- PVA : *Price value* merupakan pengorbanan aspek kognitif pengguna antara keuntungan yang didapatkan dari penggunaan dan biaya untuk menggunakannya.
- PFX : *Performance expectancy* didefinisikan sebagai tingkat penggunaan teknologi akan memberikan manfaat bagi pengguna.
- PTS : *Perceived technology security* merupakan tingkat kepercayaan untuk melakukan

- transaksi dan mengirimkan informasi sensitif melalui internet.
- RMSEA : *Root mean square error of approximation* merupakan ukuran untuk mengukur penyimpangan nilai parameter suatu model dengan matriks covariance populasinya.
- SIN : *Social influence* merupakan tingkat anggapan pengguna bahwa teknologi tersebut penting.
- SEM : *Structural equation modelling* merupakan analisis multivariat yang dapat digunakan untuk menganalisis variabel secara kompleks.
- TA : *Tugas akhir* merupakan karya ilmiah yang disusun mahasiswa berdasarkan hasil penelitian suatu masalah yang dilakukan secara seksama dengan bimbingan oleh dosen pembimbing.
- TLI/NNFI : *Tucker lewis index* atau *Non-normed fit index* merupakan ukuran untuk mengevaluasi analisis factor yang digunakan dalam SEM.
- UTAUT2 : *Unified extended theory of acceptance and use of technology* merupakan model penerimaan teknologi yang digunakan dalam penelitian untuk menggambarkan proses penerimaan teknologi informasi terhadap aplikasi *mobile payment*.
- VE : *Variance extracted* merupakan rata-rata varians yang digunakan dalam mengetahui reliabilitas variabel. Perhitungan VE bersifat opsional, karena reliabilitas variabel dapat dihitung dengan CR.
- VIF : *Variance inflating factor* merupakan indikator pengaruh dari variabel terhadap standar error dari koefisien regresi.

Halaman ini sengaja dikosongkan

BAB I PENDAHULUAN

Pada bab pendahuluan ini akan dijelaskan mengenai hal-hal yang melatarbelakangi penelitian ini. Dijelaskan juga mengenai rumusan dan batasan dari permasalahan tersebut. Selain itu, akan disebutkan tujuan dan manfaat dari penelitian serta relevansi laboratorium dengan TA yang akan dikerjakan.

1.1 Latar Belakang

Perkembangan teknologi digital membawa banyak perubahan, termasuk dalam kegiatan ekonomi, dan keuangan. Difusi antara teknologi dengan layanan keuangan menghasilkan model bisnis baru yang kemudian dikenal dengan istilah Teknologi Finansial (TekFin) (*Bank Indonesia, 2017*). Berkembangnya bentuk pembayaran non tunai menjadi salah satu bukti nyata pertumbuhan layanan TekFin (*Mohamad, 2017*).

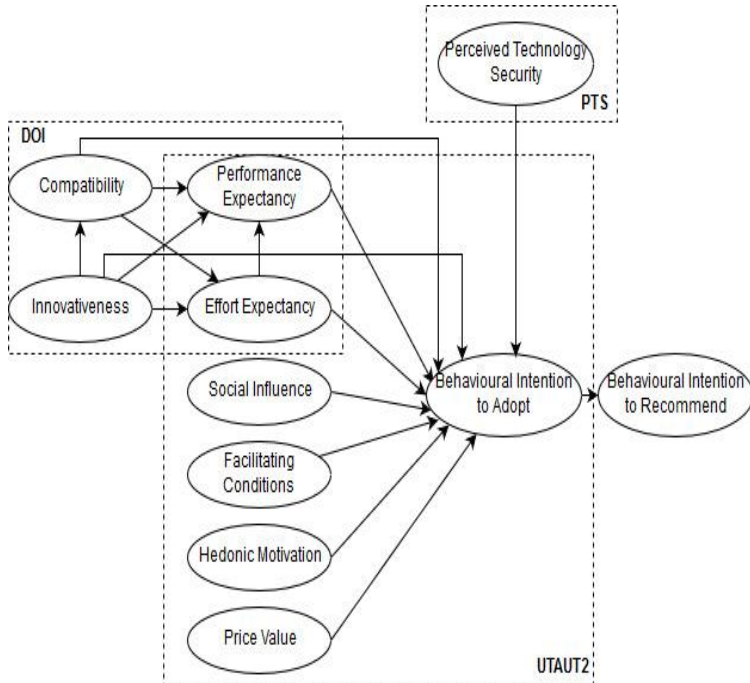
Uang elektronik merupakan instrumen baru dalam sistem pembayaran non tunai, dimana bisa melakukan transfer uang secara elektronik dari pembeli ke penjual (*Popovska-kamnar, 2014*). Di beberapa negara maju, pergerakan pembayaran non tunai lebih signifikan karena mementingkan efisiensi dan efektivitas. Sebagai contoh, Hong Kong sudah menggunakan *electronic money* atau uang elektronik dengan mengeluarkan produk Kartu Octopus sejak tahun 1997 sebagai alat pembayaran yang bisa digunakan di *Automated Teller Machine* (ATM), gerai restoran, dan secara langsung terhubung dengan akun bank pengguna. Jepang adalah negara maju lainnya yang merilis Kartu Suica sebagai alat pembayaran non tunai pada tahun 2001 (*McGrath, 2006*).

Masyarakat Indonesia mulai dikenalkan dengan uang elektronik di tahun 2007 (*Permadi, 2015*). Hal itu terbukti dengan diterbitkannya layanan pembayaran dengan teknologi *Unstructured Supplementary Service Data* (USSD). Namun, teknologi tersebut tidak tumbuh secara maksimal. Di tahun yang sama, para perusahaan bank membuat layanan pembayaran

digital dengan kartu, atau berbasis cip. Seiring perkembangan teknologi dan tingginya waktu akses masyarakat Indonesia terhadap *smartphone* (APJII, 2017), muncul sebuah inovasi pembayaran elektronik berbasis server atau yang dikenal dengan *mobile payment*. *Mobile Payment* adalah segala transaksi dimana perangkat seluler digunakan untuk menjalankan dan memverifikasi transaksi (Iman, 2018).

Meskipun masyarakat Indonesia terlihat sudah sadar akan Teknologi Finansial, nyatanya transaksi menggunakan uang tunai masih mendominasi. Hal itu dapat terlihat dari sebuah survei yang dilakukan oleh perusahaan G4S dimana 50-55 persen dari semua transaksi pembayaran di Indonesia menggunakan uang tunai (G4S, 2018). Permasalahan tersebut dipengaruhi oleh inefisiensi ekosistem pembayaran non tunai dan masih kurangnya kesadaran atas manfaat transaksi non tunai yang turut mempengaruhi kurangnya penerimaan masyarakat (Bank Indonesia, 2017).

Masyarakat Indonesia seharusnya beralih pada *mobile payment* yang akan berdampak pada efisiensi ekonomi baik dalam konteks kecepatan maupun konteks penghematan biaya distribusi dan pengelolaan uang tunai (Bank Indonesia, 2017). Tidak hanya memberikan dampak positif terhadap Indonesia, meningkatnya penerimaan masyarakat terhadap aplikasi *mobile payment* memberikan untung bagi perusahaan. Data pengguna akan dihimpun dalam sebuah *big data* dan akan dianalisis hingga dapat memberikan rekomendasi bagi pengguna yang tentunya berimbas pada pengguna yang semakin ketergantungan dengan aplikasi *mobile payment* (Makarim, 2017). Di lain sisi, tidak hanya penerimaan masyarakat terhadap sebuah teknologi yang perlu diperhatikan, merekomendasi sebuah teknologi pada jaringan sosial atau *social network* juga merupakan pilihan sikap yang dapat berpengaruh terhadap kesuksesan atau kegagalan TekFin, termasuk *mobile payment* (Oliveira et al., 2016).



Gambar 1.1. Model Konseptual Penelitian

Dari permasalahan tersebut, penelitian ini mengimplementasikan sebuah model konseptual yang mengidentifikasi hubungan teori *Diffusion of Technology* (DOI), *Extended Unified Theory of Acceptance* (UTAUT2), dan *Perceived Technology Security* (PTS) terhadap variabel *Behaviour Intention to Adopt* (BIA). Penelitian ini juga melakukan identifikasi struktural pengaruh BIA terhadap *Behaviour Intention to Recommend* (BIR) untuk penggunaan aplikasi *mobile payment* berbasis *e-wallet* pada Go-Pay dan OVO. Model konseptual penelitian tertera pada Gambar 1.1.

Terdapat 11 variabel yaitu *Compatibility* (COM), *Innovativeness* (INO), *Performance Expectancy* (PFX), *Effort Expectancy* (EFX), *Social Influence* (SIN), *Facilitating Conditions* (FCO), *Hedonic Motivation* (HMO), *Price Value* (PVA), *Behaviour Intention to Adopt* (BIA), dan *Behaviour Intention to Recommend* (BIR). Sesuai dengan model struktural

yang digunakan pada TA ini, DOI terdiri dari 4 faktor, yaitu COM, INO, PFX, dan EFX. Terdapat 7 faktor yang masuk dalam UTAUT2, yaitu PFX, EFX, SIN, FCO, HMO, dan PVA. Penjelasan untuk masing-masing faktor dapat dilihat pada Sub-Bab 2.4.

Penelitian terkait adopsi *mobile payment* dan intensi untuk merekomendasikan kepada orang lain sudah pernah dilakukan di Portugal. Penelitian tersebut memiliki kesamaan dengan Tugas Akhir (TA) ini pada penggunaan model (*Oliveira et al.*, 2016).

Terdapat pula perbedaan yang menjadi kebaruan Tugas Akhir ini, seperti segmentasi dan karakteristik responden dimana pada penelitian tersebut, sasaran responden yaitu mahasiswa dan alumni dari universitas di Portugal, sedangkan pada Tugas Akhir ini, generasi milenial di Indonesia menjadi sasaran responden yang akan diteliti. Kebaruan itu dikarenakan perbedaan kondisi masyarakat pada kedua negara tersebut, dimana masyarakat Indonesia cenderung konsumtif dan menginginkan kenyamanan dalam bertransaksi yang dapat dapat tercermin pada generasi milenial (*Damanik*, 2011), sedangkan masyarakat Portugal cepat menerima teknologi baru (*Rashed and Santos*, 2017) dan dapat tercermin pada mahasiswa yang memiliki potensi tinggi untuk menggunakan teknologi baru (*Sohn and Kim*, 2008).

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang dan model yang dipaparkan pada bagian sebelumnya, maka rumusan masalah yang diselesaikan pada Tugas Akhir ini adalah sebagai berikut.

1. Faktor apa saja yang mempengaruhi pembeli secara daring mengadopsi aplikasi *mobile payment* dalam melakukan pembayaran?
2. Apakah pengguna yang sudah mengadopsi aplikasi *mobile payment* ingin merekomendasikan aplikasi tersebut kepada orang lain?

1.3 Tujuan

Sesuai rumusan masalah dan model SEM yang telah dijelaskan diatas, tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut.

1. Melakukan identifikasi struktural pengaruh *diffusion of innovations* (DOI), *extended unified theory of acceptance and use of technology* (UTAUT2), dan *perceived technology security* (PTS) pada *behaviour intention to adopt* (BIA) untuk mengadopsi aplikasi *mobile payment* berbasis *e-wallet* pada Go-Pay dan OVO.
2. Melakukan identifikasi struktural pengaruh BIA terhadap *behaviour intention to recommend* (BIR) untuk penggunaan aplikasi *mobile payment* berbasis *e-wallet* pada Go-Pay dan OVO.
3. Setelah mengidentifikasi secara struktural berdasarkan faktor-faktor yang mempengaruhi BIA dan BIR pada penggunaan aplikasi *mobile payment* berbasis *e-wallet*, Tujuan berikutnya adalah memberikan saran kepada perusahaan terkait dengan faktor-faktor lain (diluar faktor pada model yang digunakan pada penelitian ini) yang dapat mempengaruhi BIR tersebut berdasarkan kajian literatur dan juga memberikan saran rekomendasi kepada perusahaan *mobile payment* berdasarkan hasil analisis yang dilakukan.

1.4 Batasan Masalah

Sesuai deskripsi permasalahan yang telah dijelaskan diatas, adapun batasan permasalahan dari TA ini sebagai berikut.

1. Penelitian ini berfokus pada instrumen *mobile payment* berbasis *e-wallet* dimana uang elektronik ditransfer dari pengguna ke penjual untuk ditukarkan dengan barang atau jasa.
2. Sampel penelitian ini yaitu responden yang pernah bertransaksi menggunakan aplikasi OVO dan Go-Pay minimal satu kali.
3. Penelitian ini memanfaatkan perangkat lunak Lisrel untuk melakukan analisis *Structural Equation Modelling* (SEM).

1.5 Metode

Dalam TA ini, proses pengambilan data dilakukan dengan menyebarkan kuesioner secara daring yang didasarkan pada *paper* referensi. Penyebaran *link* menggunakan beberapa media sosial, seperti instagram, twitter, facebook, line dan whatsapp. Dilakukan validasi pemahaman kepada 28 orang responden untuk menguji dan memastikan bahwa tata bahasa yang digunakan pada lembar kuesioner mudah dipahami. Detail hasil kuesioner akan dijelaskan pada Sub-Bab 4.2.3.

Metode yang digunakan pada TA ini adalah mengimplementasikan sebuah model *Structural Equation Modelling* (SEM) yang menggunakan teori *Diffusion of Innovation* (DOI), *Unified Extended Theory of Acceptance and Use of Technology* (UTAUT2), *Perceived Technology Security* (PTS). Model ini dikembangkan oleh Tiago Oliveira, Manoj Thomas, Goncalo Baptista, dan Filipe Campos (*Oliveira et al.*, 2016). Penggunaan UTAUT2 bertujuan untuk menggambarkan proses penerimaan teknologi informasi terhadap aplikasi *mobile payment*. Penggunaan DOI bertujuan untuk mengevaluasi proses sosial yang mengkomunikasikan informasi tentang ide baru yang dipandang secara subyektif. Penggunaan PTS bertujuan untuk mengukur tingkat kepercayaan untuk melakukan transaksi dan mengirimkan informasi sensitif melalui internet.

1.6 Manfaat

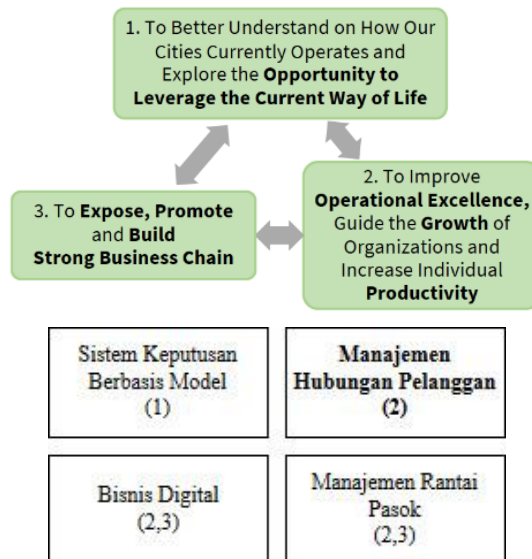
Berikut dua sudut pandang manfaat yang dapat diperoleh dengan adanya penelitian ini.

1. Manfaat dari sudut pandang praktis yaitu membantu pembaca yang berprofesi dalam bidang TekFin untuk mengidentifikasi faktor utama yang mempengaruhi intensi penggunaan aplikasi *mobile payment* dalam bertransaksi.
2. Secara sudut pandang akademis, Tugas Akhir ini diharapkan dapat memberikan pengetahuan dan wawasan untuk pengembangan akademik di bidang penerimaan Tekfin, khususnya aplikasi *mobile payment* di Indonesia.

Penelitian ini juga dapat menjadi bahan acuan dan referensi dalam mengembangkan penelitian selanjutnya.

1.7 Relevansi

Tugas Akhir ini memiliki relevansi terhadap salah satu dari empat mata kuliah pendukung Laboratorium Sistem Enterprise (SE) yaitu mengenai Bisnis Digital. Tiga mata kuliah lainnya yaitu Sistem Keputusan Berbasis Model, Manajemen Hubungan Pelanggan dan Manajemen Rantai Pasok. Mata kuliah Bisnis Digital menunjang tujuan laboratorium SE untuk meningkatkan keunggulan operasional, menjadi panduan pertumbuhan organisasi dan meningkatkan produktivitas individu. Serta untuk menghasilkan, mempromosikan, dan membangun rantai bisnis yang kuat seperti yang tertera pada Gambar 1.2.



Gambar 1.2. Kerangka Kerja Laboratorium SE

1.8 Target Luaran

Target luaran dari tugas akhir ini adalah rekomendasi sebagai saran perbaikan kepada penyedia *mobile payment* dan jurnal sistem informasi atau SISFO.

Halaman ini sengaja dikosongkan

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Pada bab kedua ini akan dijelaskan tentang penelitian serupa yang telah dilakukan dengan menjabarkan menjadi *paper* dan juga penelitian yang mengacu pada paper. Selain itu juga disertai dasar teori yang menjadi acuan dalam penelitian ini.

2.1 Penelitian Sebelumnya

Dalam penelitian ini, digunakan penelitian sebelumnya sebagai referensi dan bahan perbandingan seperti yang tertera pada Tabel 2.1.

Tabel 2.1. Tabel Penelitian Sebelumnya

No	Telaah Artikel	Telaah Penelitian
1.	<p>Oliveira et al. (2016) melakukan identifikasi terhadap integrasi teori UTAUT2, DOI, dan PTS untuk mengetahui faktor-faktor apa saja yang membuat pengguna ingin mengadopsi <i>mobile payment</i> dan merekomendasikan kepada orang lain dengan metode SEM sehingga diperoleh <i>compatibility</i>, <i>perceived technology security</i>, <i>performance expectancy</i>, <i>innovativeness</i> dan <i>social influence</i> memiliki pengaruh terhadap <i>behaviour intention to adopt</i> dan <i>behaviour intention to recommend</i>.</p> <p>“<i>Mobile Payment: Understanding the Determinants of Customer Adoption and Intention to Recommend the Technology</i>”</p>	<p>Artikel tersebut digunakan oleh Diana, 2018 untuk mengetahui minat penggunaan <i>e-money</i> di Indonesia. Diperoleh hasil bahwa pengaruh sosial (<i>social influence</i>), kondisi pendukung (<i>facilitating conditions</i>), motivasi hedonis (<i>hedonic motivation</i>), nilai harga (<i>price value</i>), kepercayaan (<i>trust</i>) memiliki pengaruh terhadap minat penggunaan <i>e-money</i> (<i>behavioural intention to adopt</i>).</p> <p>“Analisis Faktor-Faktor yang Memengaruhi Penggunaan <i>Electronic Money</i> di Indonesia”. (Diana, 2018)</p>

No	Telaah Artikel	Telaah Penelitian
2.	<p data-bbox="221 188 533 220"><i>(Oliveira et al., 2016)</i></p> <p data-bbox="221 225 533 619">Abrahamo, Moriguchi dan Andrade (2016) melakukan identifikasi terhadap teori UTAUT untuk mengetahui intensi atau niat untuk mengadopsi layanan <i>mobile payment</i> dengan perspektif konsumen <i>mobile phone</i> di Brazil. Metode yang digunakan adalah SEM dan diperoleh hasil bahwa <i>good performance, easy to use, secure and promotes</i>.</p> <p data-bbox="221 639 533 820"><i>“Intention of Adoption of Mobile Payment: An Analysis in the light of the Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT2)”</i>.</p> <p data-bbox="221 841 533 895"><i>(Abrahamo, Moriguchi and Andrade, 2016)</i></p>	<p data-bbox="557 225 869 740">Artikel ini digunakan oleh Mustaqim, Kusyanti dan Aryadita, 2018 untuk melakukan pengujian hipotesis menggunakan analisis SEM. Diperoleh hasil bahwa hanya faktor <i>social influence</i> yang berpengaruh terhadap niat seseorang dalam menggunakan <i>e-commerce XYZ</i>, sedangkan faktor <i>performance expectancy</i>, dan <i>effort expectancy</i> tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap <i>behavioural intention</i>.</p> <p data-bbox="557 761 869 911"><i>“Analisis Faktor-Faktor yang Memengaruhi Niat Penggunaan E-Commerce XYZ menggunakan Model UTAUT”</i>.</p> <p data-bbox="557 932 869 986"><i>(Mustaqim, Kusyanti and Aryadita, 2018)</i></p>
3.	<p data-bbox="221 1011 533 1406">Pietro et al. melakukan identifikasi terhadap model TAM, DOI, dan UTAUT untuk mengetahui faktor utama yang mempengaruhi intensi untuk menggunakan <i>mobile ticketing</i>. Metode yang digunakan adalah SEM dan diperoleh hasil bahwa <i>usefulness, ease of use, dan the security of that technology</i> mempengaruhi <i>intention to use a technology</i>.</p>	<p data-bbox="557 1011 869 1374">Artikel tersebut digunakan oleh Safitri (2018) untuk melakukan pengujian hipotesis menggunakan analisis SEM. Diperoleh hasil bahwa niat untuk menggunakan <i>mobile payment</i> dipengaruhi secara positif oleh variabel <i>usefulness</i> dan <i>security</i>. <i>Usefulness</i> dipengaruhi secara positif oleh</p>

No	Telaah Artikel	Telaah Penelitian
	<p>“<i>The Integrated Model on Mobile Payment Acceptance (IMMPA): An Empirical Application to Public Transport</i>”</p> <p>(Pietro et al., 2015)</p>	<p>kemudahan pengguna, dan sikap pengguna.</p> <p>“Analisis Perilaku Pengguna <i>Mobile Payment</i> dengan Menggunakan <i>Model on Mobile Payment Acceptance (IMMPA)</i>”.</p> <p>(Safitri, 2018)</p>
4.	<p>Cheng et al. (2006) melakukan identifikasi terhadap teori TAM dengan penambahan konstruk <i>perceived web security</i>, dan <i>behavioural intention of adoption internet banking</i> untuk mengetahui faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi minat pengguna nasabah untuk mengadopsi <i>internet banking</i>. Metode yang digunakan yaitu SEM dan diperoleh hasil bahwa <i>perceived usefulness</i> dan <i>perceived web security</i> memiliki pengaruh terhadap minat penggunaan.</p> <p>“<i>Adoption of internet banking: An Empirical study in Hong Kong</i>”.</p> <p>(Cheng, Lam and Yeung, 2006)</p>	<p>Artikel ini digunakan oleh Pertiwi dan Ariyanto (2017) untuk melakukan pengujian terhadap hipotesis menggunakan SEM. Diperoleh hasil bahwa kemudahan pengguna, kenyamanan aksestabilitas, keamanan penggunaan dan kepercayaan pelanggan sebagai variabel intervening terhadap minat bertransaksi ulang <i>e-banking</i>.</p> <p>“Penerapan Model UTAUT2 untuk Menjelaskan Minat dan Perilaku Penggunaan <i>Mobile Banking</i> di Denpasar”.</p> <p>(Pertiwi and Ariyanto, 2017)</p>
5.	<p>Lai (2012) melakukan identifikasi terhadap teori TAM dengan <i>personal prior experience</i> untuk mengidentifikasi tingkat</p>	<p>Artikel tersebut digunakan oleh Syahrul Fathi (2014) untuk melakukan pengujian hipotesis menggunakan SEM. Diperoleh hasil bahwa</p>

No	Telaah Artikel	Telaah Penelitian
	<p>adopsi terhadap metode pembayaran dengan jumlah sedikit menggunakan <i>ic stored value card</i>. Metode yang digunakan yaitu SEM dan diperoleh hasil bahwa <i>perceived usefulness</i> dan <i>perceiver ease of use</i> berpengaruh secara positif terhadap <i>user's attitude toward using</i>, dan <i>perceiver ease of use</i> berpengaruh secara positif terhadap <i>perceived usefulness</i>. Dimana hal tersebut menunjukkan bahwa persepsi manfaat dan kemudahan pengoperasian dari pembayaran biaya <i>clinic</i> adalah faktor yang paling penting bagi pengguna.</p> <p><i>“The Study of Technology Acceptance for e-wallets application of clinic fees payment”</i>.</p> <p>(Lai, 2012)</p>	<p>faktor-faktor yang memengaruhi adopsi <i>e-wallet</i> di Indonesia khususnya Doku <i>wallet</i> adalah <i>electronic word-of-mouth, trust, perceived risk, dan perceived ease of use</i>.</p> <p>“Analisis Penerimaan <i>E-Wallet</i> di Indonesia: Studi Kasus Doku <i>Wallet</i>”.</p> <p>(Fathi, 2014).</p>

2.2 Mobile Payment

Tujuan jangka panjang *mobile payment* adalah untuk mengintegrasikan semua pembayaran (menggunakan uang, transfer bank, kartu kredit dan lain sebagainya) dan menyediakan sebuah alternatif yang menggunakan berbagai saluran dengan cara yang homogen (Karnouskos and Fokus, 2004). Terdapat dua pendekatan terkait *mobile payment* yaitu token yang dapat ditukarkan dengan sejumlah uang asli dan pendekatan *electronic wallet* atau dompet elektronik berisi uang yang

kemudian dapat digunakan untuk bertransaksi. Jenis *mobile payment* dari kedua pendekatan ini, dapat dilihat berikut .

2.2.1 Berbasiskan Koin Elektronik

Nilai pada koin elektronik dapat ditukar dengan uang asli. Contohnya yaitu, 100 koin elektronik memiliki nilai 100 sen. Namun, berbeda dengan uang tunai, tidak ada pusat otoritas yang memproduksi koin elektronik, karena masing-masing perusahaan mengendalikan sendiri koin yang diproduksi. Contoh perusahaan yang menerapkan hal ini yaitu fairCASH, dan Meest (*Karnouskos and Fokus, 2004*).

2.2.2 E- Wallet

Aplikasi pembayaran diinstall pada telepon seluler dimana membolehkan pengguna untuk melakukan *mobile payment*. Dompet elektronik ini bisa bersifat lokal (aplikasi mengandalkan *chip* pada telepon seluler) ataupun *remote* (dompet elektronik bergantung pada penyedia pembayaran dan diakses melalui antarmuka yang standar (*Karnouskos and Fokus, 2004*)).

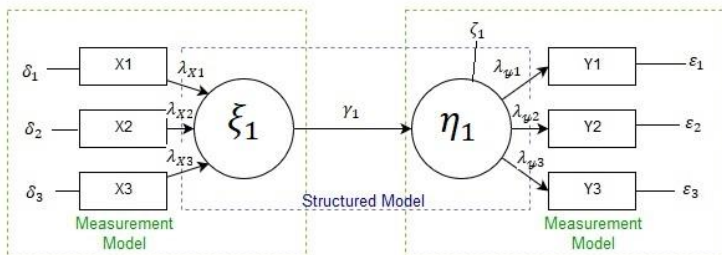
2.2.3 Berbasiskan RFID

Pendekatan ini juga dikenal sebagai “*contactless chip cards*” atau “*RF-tag*” bertujuan untuk melancarkan perpindahan dari infrastruktur yang sudah ada. Label RFID dipasang pada pelindung gawai tetapi tidak memungkinkan pada masa depan akan menjadi bagian yang tidak terpisahkan dari telepon seluler (*Karnouskos and Fokus, 2004*).

2.3 Structural Equation Modelling

Structural Equation Modeling (SEM) terdiri dari dua model yang saling terkait yaitu *structured model* dan *measurement model* (*Gefen, 2000*). SEM merupakan salah satu analisis multivariat yang dapat menganalisis hubungan antar variabel secara lebih kompleks. Metode ini dapat menganalisis hubungan antara *observed variable* dan *latent variable*, serta hubungan antara *latent variable* dengan *latent variable* yang lain. *Observed variable* atau indikator merupakan variabel yang dapat langsung diukur, sedangkan *latent variable* adalah variabel yang tidak secara langsung diukur dan

terdiri dari beberapa *observed variable* yang akan dilakukan uji coba. Sebuah model *Structural Equation* terdiri dari measurement model yaitu gambaran hubungan antara *observed variable* dengan *latent variable*, dan structural model yaitu gambaran hubungan antar *latent variable* (Sarjono and Julianita, 2015). Pada Gambar 2.1 menjelaskan bagaimana hubungan antara *measurement model* dan *structured model*.



Gambar 2.1. SEM Measurement and Structured Model

Untuk mengkonversi diagram model kedalam persamaan matematika, terdapat beberapa persamaan, yaitu (Waluyo, 2016).

2.3.1 Model Struktural (Structured Model)

Model struktural merupakan hubungan antar variabel laten dan hubungan ini dianggap *linear*. Model ini menggambarkan hubungan antar variabel laten berdasarkan teori substantif penelitian. Tanpa kehilangan sifat umumnya, diasumsikan bahwa variabel laten dan indikator atau variabel manifest di skala *zero means* dan unit varian sama dengan 1, sehingga parameter lokasi atau parameter konstanta dapat dihilangkan dari model. Model persamaan model struktural Gambar 2.1 dapat ditulis sebagai berikut.

$$\eta_1 = \gamma_1 \xi_1 + \zeta_1 \quad (2.1)$$

Dimana β merupakan parameter yang menggambarkan hubungan langsung antara variabel endogen dengan variabel endogen lainnya. Sedangkan γ merupakan parameter yang menggambarkan hubungan langsung antara variabel eksogen dengan variabel endogen. Residual yang diukur digambarkan dengan ζ dapat

diinterpretasikan sebagai kesalahan pengukuran atau *noise* pada model struktural.

Evaluasi atau analisis terhadap model struktural mencakup pemeriksaan koefisien-koefisien yang diestimasi. Kriteria-kriteria yang harus dipenuhi yaitu signifikan parameter (*t-value*) dan koefisien determinasi (R^2). Signifikan parameter yang diestimasi memberikan informasi yang sangat berguna mengenai hubungan antara variabel-variabel laten. Batas untuk menerima atau menolak suatu hubungan dengan tingkat signifikansi 5% adalah 1.96. Apabila *t-value* terletak diantara -1.96 dan 1.96 maka hipotesis harus ditolak. Jika *t-value* > 1.96, maka hipotesis berpengaruh positif dan jika *t-value* < -1.96, maka hipotesis berpengaruh secara negatif (Wijanto, 2008). Sedangkan koefisien determinasi (R^2) pada persamaan struktural mengindikasikan jumlah varian pada variabel laten endogen yang dapat dijelaskan secara bersamaan atau simultan oleh variabel-variabel eksogen. Semakin tinggi nilai R^2 , maka semakin baik persamaan struktural (Wijanto, 2008).

2.3.2 Model Pengukuran (Measurement Model)

Model pengukuran yaitu spesifikasi hubungan antara variabel laten dengan indikatornya. Hubungan dalam model ini dilakukan melalui *Confirmatory Factor Analysis* (CFA). Model pengukuran ini dievaluasi sebagaimana model SEM lainnya dengan menggunakan pengukuran uji keselarasan. Proses analisis hanya dapat dilanjutkan apabila model pengukuran valid. Adapun notasi matematik dari model pengukuran Gambar 2.1 pada masing-masing indikator variabel laten dapat ditulis sebagai berikut .

$$x_1 = \lambda_{x_1} \xi_1 + \delta_1 \quad (2.2)$$

$$y_1 = \lambda_{y_1} \eta_1 + \varepsilon_1 \quad (2.3)$$

Dimana x dan y adalah indikator untuk variabel laten eksogen dan endogen. Sedangkan λ_{x_i} dan λ_{y_n} merupakan matriks *loading* yang menggambarkan seperti koefisien regresi sederhana yang menggabungkan variabel laten dengan indikatornya. Residual yang diukur dengan ε dan δ dapat diinterpretasikan sebagai kesalahan pengukuran atau *noise*.

Evaluasi pada model pengukuran dilakukan pada setiap konstruk atau model pengukuran melalui evaluasi atau uji validitas instrumen atau indikator dan uji reliabilitas instrumen atau indikator. Uji validitas instrumen diukur melalui nilai *loading factor*, *t-value*, dan *critical ratio* (Wijanto, 2008). Sedangkan uji reliabilitas instrumen diukur melalui nilai *construct reliability* (cr) dan *variance extracted* (ve) (Wijanto, 2008) dimana penjelasan untuk masing-masing pengujian dapat dilihat pada Sub-Bab 2.8 Pengujian.

Adapun simbol matematis yang digunakan SEM tertera pada Tabel 2.2.

Tabel 2.2. Tabel Simbol Matematis

Simbol	Keterangan
ξ (<i>ksi</i>)	Variabel laten eksogen, dimana variabel eksogen adalah variabel independent yang mempengaruhi variabel dependen (endogen).
η (<i>eta</i>)	Variabel laten endogen, dimana variabel endogen adalah variabel dependen yang dipengaruhi variabel independent (eksogen)
γ (<i>gamma</i>)	Parameter untuk menggambarkan hubungan langsung dari variabel eksogen dengan variabel endogen.
β (<i>beta</i>)	Parameter untuk menggambarkan hubungan langsung dari variabel endogen dengan variabel endogen lainnya.
ζ (<i>zeta</i>)	<i>Structural error</i> yang terdapat pada sebuah variabel endogen.
δ (<i>delta</i>)	<i>Measurement error</i> yang berhubungan dengan variabel eksogen.
ε (<i>epsilon</i>)	<i>Measurement error</i> yang berhubungan dengan variabel endogen.
α (<i>alfa</i>)	<i>Loading Factor</i> , parameter yang menggambarkan langsung hubungan variabel dengan indikatornya.
x	Indikator yang berhubungan dengan variabel eksogen.
y	Indikator yang berhubungan langsung dengan variabel endogen.

SEM memiliki beberapa keunggulan-keunggulan dibandingkan dengan regresi berganda antara lain (*Narimawati and Sarwono, 2007*).

1. Memungkinkan adanya asumsi-asumsi yang lebih fleksibel.
2. Menggunakan *Confirmatory Factor Analysis* (CFA) untuk mengurangi kesalahan-kesalahan pengukuran dengan memiliki banyak indikator dalam satu variabel laten.
3. Memungkinkan untuk melakukan pengujian model secara keseluruhan daripada variabel-variabel secara sendiri-sendiri.
4. Memiliki kemampuan untuk menampilkan kesalahan (*error term*) dalam model.
5. Memiliki daya tarik *user interface* dalam pemodelan grafis sehingga memudahkan pengguna membaca keluaran hasil analisis.

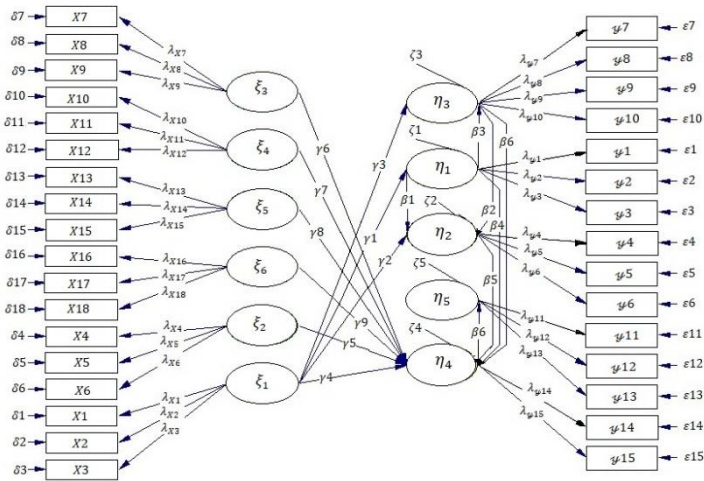
Adapun beberapa peraturan yang dimiliki SEM adalah sebagai berikut (*Narimawati and Sarwono, 2007*).

1. SEM tidak digunakan untuk menghasilkan model namun untuk mengonfirmasi suatu bentuk model.
2. Hubungan kausalitas diantara variabel tidak ditentukan oleh SEM, namun dibangun berdasarkan oleh teori yang mendukungnya.
3. SEM tidak digunakan untuk menyatakan suatu hubungan kausalitas, namun untuk menerima atau menolak hubungan sebab akibat secara teoritis melalui uji data empiris.
4. Studi yang mendalam mengenai teori yang berkaitan menjadi model dasar untuk pengujian aplikasi SEM.

2.4 Model Penelitian

Penelitian pada tugas akhir dilakukan berdasarkan paper penelitian berjudul “*Mobile Payment: Understanding the Determinants of Customer Adoption and Intention to Recommend the Technology*” (*Oliveira et al., 2016*). Penelitian tersebut teruji secara empiris menggunakan 301 responden dari survei daring yang dilakukan di Portugal. Analisis data

dilakukan menggunakan SEM. Hasilnya ditemukan bahwa variabel *compatibility*, *perceived technology security*, *performance expectations*, *innovativeness*, dan *social influence* memiliki dampak secara langsung maupun tidak langsung terhadap adopsi *mobile payment* dan intensi untuk merekomendasikan teknologi ini kepada orang lain. Model penelitian tersebut mengkombinasikan dua teori, yaitu UTAUT2 dengan karakteristik inovasi dari teori DOI. Pada penelitian tersebut juga ditambahkan satu variabel independen yaitu *Perceived Technology Security* (PTS) dan satu variabel dependen *Intention to Recommend the Technology*. Masing-masing variabel tersebut, dapat digambarkan dalam diagram jalur *full* atau *Hybrid Model* seperti pada Gambar 2.2.



Gambar 2.2. Model SEM yang Digunakan Penelitian

Model SEM diatas dapat dinyatakan dalam bentuk persamaan model struktural dan pengukuran sebagai berikut.

2.4.1 Persamaan Model Struktural

Berdasarkan model SEM pada Gambar 2.2, dapat dirubah menjadi notasi matematika pada model struktural yang menggambarkan hubungan antar variabel laten. Persamaan model struktural dapat dilihat pada Persamaan 2.4 sampai 2.8.

$$\eta_1 = \gamma_1 \xi_1 + \zeta_1 \quad (2.4)$$

$$\eta_2 = \beta_1 \eta_1 + \gamma_2 \xi_1 + \beta_2 \eta_3 + \zeta_2 \quad (2.5)$$

$$\eta_3 = \beta_3 \eta_1 + \gamma_3 \xi_1 + \zeta_3 \quad (2.6)$$

$$\eta_4 = \beta_4 \eta_1 + \beta_5 \eta_2 + \gamma_4 \xi_1 + \beta_6 \eta_3 + \gamma_5 \xi_2 + \gamma_6 \xi_3 + \gamma_7 \xi_4 + \gamma_8 \xi_5 + \gamma_9 \xi_6 + \zeta_4 \quad (2.7)$$

$$\eta_5 = \beta_7 \eta_4 + \zeta_5 \quad (2.8)$$

2.4.2 Persamaan Model Pengukuran

Model SEM pada Gambar 2.2 dapat dirubah menjadi persamaan model pengukuran untuk masing-masing variabel. Persamaan matematika tertera pada Persamaan 2.9 sampai 2.41.

1. Variabel *Innovativeness* (INO)

$$INO1 = \lambda_{X1} \xi_1 + \delta_1 \quad (2.9)$$

$$INO2 = \lambda_{X2} \xi_1 + \delta_2 \quad (2.10)$$

$$INO3 = \lambda_{X3} \xi_1 + \delta_3 \quad (2.11)$$

Maksud dari Persamaan 2.9 sampai 2.11 adalah setiap indikator INO memberikan pengaruh sebesar λ_x terhadap variabel INO ditambah dengan *measurement error* δ .

2. Variabel *Social Influence* (SIN)

$$SIN1 = \lambda_{X4} \xi_2 + \delta_4 \quad (2.12)$$

$$SIN2 = \lambda_{X5} \xi_2 + \delta_5 \quad (2.13)$$

$$SIN3 = \lambda_{X6} \xi_2 + \delta_6 \quad (2.14)$$

Maksud dari Persamaan 2.12 sampai 2.14 adalah setiap indikator SIN memberikan pengaruh sebesar λ_x terhadap variabel SIN ditambah dengan *measurement error* δ .

3. Variabel *Facilitating Conditions* (FCO)

$$FCO1 = \lambda_{X7} \xi_3 + \delta_7 \quad (2.15)$$

$$FCO2 = \lambda_{X8} \xi_3 + \delta_8 \quad (2.16)$$

$$FCO2 = \lambda_{X9} \xi_3 + \delta_9 \quad (2.17)$$

Maksud dari Persamaan 2.15 sampai 2.17 adalah setiap indikator FCO memberikan pengaruh sebesar λ_x terhadap variabel FCO ditambah *measurement error* δ .

4. Variabel *Hedonic Motivation* (HMO)

$$HMO1 = \lambda_{X10} \xi_4 + \delta_{10} \quad (2.18)$$

$$HMO2 = \lambda_{X11} \xi_4 + \delta_{11} \quad (2.19)$$

$$HMO3 = \lambda_{X12} \xi_4 + \delta_{12} \quad (2.20)$$

Maksud dari Persamaan 2.18 sampai 2.20 adalah setiap indikator HMO memberikan pengaruh sebesar λ_x terhadap variabel HMO ditambah *measurement error* δ .

5. Variabel *Price Value* (PVA)

$$PVA1 = \lambda_{x13} \xi_5 + \delta_{13} \quad (2.21)$$

$$PVA2 = \lambda_{x14} \xi_5 + \delta_{14} \quad (2.22)$$

$$PVA3 = \lambda_{x15} \xi_5 + \delta_{15} \quad (2.23)$$

Maksud dari Persamaan 2.21 sampai 2.23 adalah setiap indikator PVA memberikan pengaruh sebesar λ_x terhadap variabel PVA ditambah dengan *measurement error* δ .

6. Variabel *Perceived Technology Security* (PTS)

$$PTS1 = \lambda_{x16} \xi_6 + \delta_{16} \quad (2.24)$$

$$PTS2 = \lambda_{x17} \xi_6 + \delta_{17} \quad (2.25)$$

$$PTS3 = \lambda_{x18} \xi_6 + \delta_{18} \quad (2.26)$$

Maksud dari Persamaan 2.24 sampai 2.26 adalah setiap indikator PTS memberikan pengaruh sebesar λ_x terhadap variabel PTS ditambah dengan *measurement error* δ .

7. Variabel *Compatibility* (COM)

$$COM1 = \lambda_{y1} \eta_1 + \varepsilon_1 \quad (2.27)$$

$$COM2 = \lambda_{y2} \eta_1 + \varepsilon_2 \quad (2.28)$$

$$COM3 = \lambda_{y3} \eta_1 + \varepsilon_3 \quad (2.29)$$

Maksud dari Persamaan 2.27 sampai 2.29 adalah setiap indikator COM memberikan pengaruh sebesar λ_y terhadap variabel COM ditambah *measurement error* ε .

8. Variabel *Performance Expectancy* (PFX)

$$PFX1 = \lambda_{y4} \eta_2 + \varepsilon_4 \quad (2.30)$$

$$PFX2 = \lambda_{y5} \eta_2 + \varepsilon_5 \quad (2.31)$$

$$PFX3 = \lambda_{y6} \eta_2 + \varepsilon_6 \quad (2.32)$$

Maksud dari Persamaan 2.30 sampai 2.32 adalah setiap indikator PFX memberikan pengaruh sebesar λ_y terhadap variabel PFX ditambah dengan *measurement error* ε .

9. Variabel *Effort Expectancy* (EFX)

$$EFX1 = \lambda_{y7} \eta_3 + \varepsilon_7 \quad (2.33)$$

$$EFX2 = \lambda_{y8} \eta_3 + \varepsilon_8 \quad (2.34)$$

$$EFX3 = \lambda_{y9} \eta_3 + \varepsilon_9 \quad (2.35)$$

$$EFX4 = \lambda_{y10} \eta_3 + \varepsilon_{10} \quad (2.36)$$

Maksud dari Persamaan 2.33 sampai 2.36 adalah setiap indikator EFX memberikan pengaruh sebesar λ_y terhadap variabel EFX ditambah *measurement error* ε .

10. Variabel *Behavioural Intention to Adopt* (BIA)

$$BIA1 = \lambda_{y11} \eta_4 + \varepsilon_{11} \quad (2.37)$$

$$BIA2 = \lambda_{y12} \eta_4 + \varepsilon_{12} \quad (2.38)$$

$$BIA3 = \lambda_{y13} \eta_4 + \varepsilon_{13} \quad (2.39)$$

Maksud dari Persamaan 2.37 sampai 2.39 adalah setiap indikator BIA memberikan pengaruh sebesar λ_y terhadap variabel BIA ditambah dengan *measurement error* ε .

11. Variabel *Behavioural Intention to Recommend* (BIR)

$$BIR1 = \lambda_{y14} \eta_5 + \varepsilon_{14} \quad (2.40)$$

$$BIR2 = \lambda_{y15} \eta_5 + \varepsilon_{15} \quad (2.41)$$

Maksud dari Persamaan 2.40 dan 2.41 adalah setiap indikator BIR memberikan pengaruh sebesar λ_y terhadap variabel BIR ditambah *measurement error* ε .

Keterangan:

ξ_1 = Variabel INO (Innovativeness)

ξ_2 = Variabel SIN (Social Influence)

ξ_3 = Variabel FCO (Facilitating Conditions)

ξ_4 = Variabel HMO (Hedonic Motivation)

ξ_5 = Variabel PVA (Price Value)

ξ_6 = Variabel PTS (Perceived Technology Security)

η_1 = Variabel COM (Compatibility)

η_2 = Variabel PFX (Performance Expectancy)

η_3 = Variabel EFX (Effort Expectancy)

η_4 = Variabel BIA (Behavioural Intention to Adoption)

η_5 = Variabel BIR (Behavioural Intention to Recommend)

2.4.3 Variabel pada Teori UTAUT2

UTAUT2 menguraikan hubungan teknologi dengan pengguna dimana mengidentifikasi faktor yang mempengaruhi individu untuk menggunakan teknologi. Terdapat 6 variabel,

yaitu *performance expectancy*, *effort expectancy*, *social influence*, *facilitating conditions*, *hedonic motivation*, *price value*, dan *Behavioural Intention to Adopt*. *Performance expectancy* didefinisikan sebagai tingkat penggunaan teknologi akan memberikan manfaat bagi pengguna. *Effort expectancy* yaitu tingkat kemudahan terkait penggunaan teknologi oleh pengguna. *Social influence* adalah tingkat anggapan pengguna bahwa teknologi tersebut penting. *Facilitating conditions* mengacu pada persepsi pengguna tentang sumber daya dan dukungan yang tersedia (Venkatesh et al., 2003). *Hedonic motivation* didefinisikan sebagai kesenangan yang berasal dari penggunaan teknologi dan terbukti memainkan peran penting dalam menentukan penerimaan dan penggunaan teknologi (Venkatesh, Thong and Xu, 2015). *Price value* yaitu mengorbankan aspek kognitif pengguna antara keuntungan yang didapatkan dari penggunaan dan biaya untuk menggunakannya (Dodds, Monroe and Grewal, 1991). *Behavioural intention* atau intensi perilaku dimaknai sebagai persepsi kemungkinan pengguna untuk kembali menggunakan suatu teknologi (Nanggong, 2018). *Behaviour intention* akan menguji perihal kontinuitas pengguna untuk terus menggunakan teknologi (Ariaeinejad and Archer, 2014).

2.4.4 Variabel pada Teori DOI

Diffusion of innovations theory (DOI) menjadi salah satu teori yang berpengaruh dan digunakan secara luas untuk menginvestigasi faktor apa saja yang membuat seorang individu memutuskan untuk mengadopsi teknologi baru (Yang et al., 2012). *Innovativeness* yaitu tingkat dimana individu memiliki kecenderungan untuk mengadopsi teknologi baru (Yi et al., 2006). *Compatibility* didefinisikan sebagai variabel prediktor langsung terhadap *behavioural intention* untuk mengadopsi teknologi baru dan juga mendahului variabel *performance expectancy* dan *effort expectancy* (Kuo and Yen, 2009).

2.4.5 Variabel Independen PTS

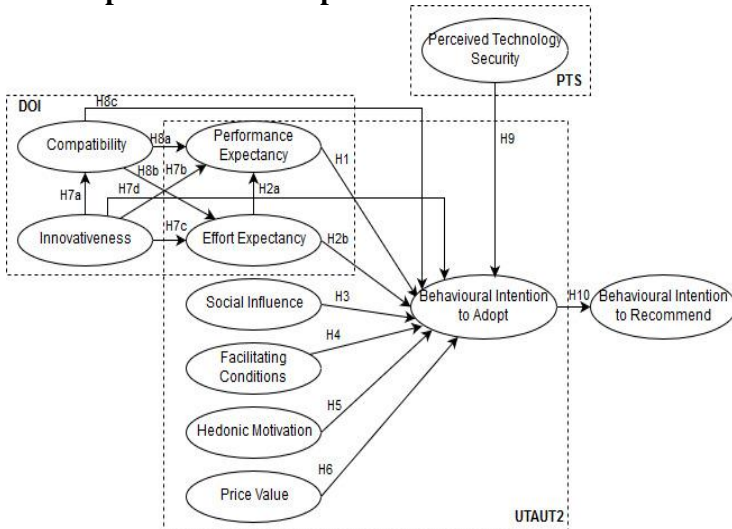
Perceived technology security adalah tingkat kepercayaan untuk melakukan transaksi dan mengirimkan informasi sensitif melalui internet (Salisbury et al., 2013).

Variabel ini memberikan pengaruh yang selaras terhadap intensi pengguna untuk mengadopsi *mobile payment* (Oliveira et al., 2016).

2.4.6 Variabel Dependen BIR

Pengguna yang memiliki intensi lebih tinggi untuk mengadopsi teknologi baru cenderung menjadi pelanggan (Leong et al., 2013) dan ingin merekomendasikan teknologi tersebut ke orang lain (Miltgen, Poovic and Oliveira, 2013).

2.4.7 Hipotesis Model Implementasi



Gambar 2.3. Hipotesis Penelitian

Gambar 2.3 menjelaskan tentang hipotesis model implementasi berdasarkan paper yang menjadi acuan. Penjelasan untuk masing-masing hipotesis dijabarkan pada Tabel 2.3.

Tabel 2.3. Tabel Hipotesis

Kode	Hipotesis
H1	<i>Performance expectancy</i> berpengaruh positif secara signifikan terhadap <i>behavioural intention to adopt</i> .

Kode	Hipotesis
H2	<i>Effort expectancy</i> berpengaruh positif secara signifikan terhadap (a) <i>performance expectancy</i> dan (b) <i>behavioural intention to adopt</i> .
H3	<i>Social influence</i> berpengaruh positif secara signifikan terhadap <i>behavioural intention to adopt mobile payment</i> .
H4	<i>Facilitating conditions</i> berpengaruh positif secara signifikan terhadap <i>behavioural intention to adopt</i>
H5	<i>Hedonic motivation</i> berpengaruh positif secara signifikan terhadap <i>behavioural intention to adopt</i> .
H6	<i>Price value</i> berpengaruh positif secara signifikan terhadap <i>behavioural intention to adopt</i> .
H7	<i>Innovativeness</i> berpengaruh positif secara signifikan sejalan dengan peningkatan (a) <i>compatibility</i> , (b) <i>performance expectancy</i> , (c) <i>effort expectancy</i> , dan (d) <i>intention to adopt mobile payment</i> .
H8	<i>Compatibility</i> berpengaruh positif secara signifikan sejalan dengan peningkatan (a) <i>performance expectancy</i> , (b) <i>effort expectancy</i> , (c) <i>the intention to adopt mobile payment</i> .
H9	<i>Perceived technology security</i> berpengaruh positif secara signifikan terhadap <i>behavioural intention to adopt</i> .
H10	<i>Behavioural intention to adopt mobile payment</i> berpengaruh positif secara signifikan terhadap <i>behavioural intention to recommend mobile payment technology</i> kepada orang lain.

2.5 LISREL

Linear Structural Relations atau LISREL adalah program aplikasi yang disediakan oleh Windows untuk melakukan SEM

dan *linear modelling* lainnya seperti multilevel linear modelling, multilevel structural equation modelling dan lain sebagainya. Saat ini LISREL tidak terbatas untuk SEM namun sudah termasuk beberapa aplikasi statistik lain seperti, PRELIS, MULTILEV, SURVEYGLIM dan MAPGLIM (Joreskog and Sorbom, 2006).

2.6 Jenis Data

Jenis data pada penelitian ini menggunakan data primer, dimana data tersebut dikumpulkan secara langsung dari sumber data dengan kriteria responden sebagai berikut.

1. Responden dibatasi pada usia 21 sampai 37 tahun dimana *range* usia tersebut termasuk dalam generasi milenial yang memiliki pengetahuan dan penguasaan terhadap Ilmu Pengetahuan dan Teknologi (IPTEK) (Dimock, 2019).
2. Tidak terbatas pada jenis kelamin.
3. Tidak terbatas pada jenis pekerjaan.
4. Responden merupakan warga negara Indonesia.

2.7 Cara Mendapatkan Data

Penggalian data dilakukan dengan penyebaran kuesioner daring dengan teknik penarikan sampel yaitu *Purposive Sampling*. Teknik tersebut dilakukan dengan memberikan kriteria khusus pada target responden agar sampel yang diambil nantinya sesuai dengan tujuan penelitian serta memberikan nilai yang lebih representatif dan mengurangi bias (Sugiyono, 2018).

2.8 Pengujian

Pengujian yang dilakukan pada TA ini adalah *Pre-Processing Data*, Uji Validitas dan Uji reliabilitas kuesioner, Uji Asumsi klasik yang mencakup uji normalitas dan uji multikolinearitas, uji *confirmatory factor analysis* yang berisi uji validitas instrumen dan uji reliabilitas instrumen, serta dilakukan pula uji kecocokan model terhadap indeks-indeks.

2.8.1 Pre-Processing Data

Pada tahapan ini dilakukan uji validitas dan uji reliabilitas terhadap data hasil survey. Tujuan dari tahap ini adalah untuk

mengetahui sejauh mana kuesioner dapat menggambarkan masalah yang diangkat oleh peneliti pada saat penelitian. Berikut adalah penjelasan terkait uji validitas dan uji reliabilitas (Kuncoro, 2014).

1. Uji Validitas

Uji validitas merupakan sebuah uji dalam mengukur valid atau tidaknya hasil kuesioner. Dalam mengukur validitas pada kuesioner dapat ditentukan dengan melihat nilai korelasi r dibandingkan dengan nilai r -tabel. Sebuah pernyataan dapat dikatakan valid apabila nilai korelasi r lebih tinggi dari pada r -tabel. Apabila terdapat nilai korelasi r yang lebih rendah dari r -tabel maka pernyataan tersebut akan dihapus, namun jika banyak pernyataan memiliki nilai korelasi r lebih rendah dari r -tabel maka perlu dilakukan evaluasi total pada kuesioner. Berikut merupakan persamaan dari uji validitas, meliputi.

$$r = \frac{n(\Sigma xy) - (\Sigma x)(\Sigma y)}{\sqrt{\{n \Sigma x^2 - (\Sigma x)^2\} \{n \Sigma y^2 - (\Sigma y)^2\}}} \quad (2.42)$$

Keterangan:

- r = koefisien korelasi
- n = banyaknya sampel penelitian
- x = skor masing-masing item
- y = skor total keseluruhan item

2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas merupakan sebuah uji untuk mengukur konsistensi dari data. Konsistensi data diukur dengan nilai *cronbach alpha*. Uji reliabilitas dapat dilakukan secara bersama-sama terhadap seluruh butir pernyataan dalam angket atau kuesioner penelitian (Sujarweni, 2014). Suatu kuesioner akan dinyatakan reliabel jika nilai *cronbach alpha* di atas 0,6. Semakin tinggi nilai *cronbach alpha*-nya maka semakin reliabel kuesioner tersebut. Persamaan dari uji reliabilitas adalah sebagai berikut.

$$r = \left[\frac{k}{k-1} \right] \left[1 - \frac{\Sigma \sigma_b^2}{\sigma_t^2} \right] \quad (2.43)$$

Keterangan:

r = nilai cronbach alpha

k = jumlah pernyataan

σ = varians

b = indeks pernyataan

t = total/keseluruhan

2.8.2 Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik merupakan persyaratan yang harus dipenuhi pada analisis regresi berganda. Uji asumsi klasik yang umum digunakan adalah uji normalitas dan uji multikolinearitas.

1. Uji Normalitas

Uji Normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Normalitas dibagi menjadi dua yaitu normalitas univariat dan normalitas multivariat. Uji normalitas univariat dapat diuji dengan melihat hasil perhitungan Zskewness dan Zkurtosis berdasarkan rumus sebagai berikut (*Field, 2009*). Sebuah variabel dapat dikatakan normal apabila nilai Zskewness ≤ 3 dan nilai Zkurtosis ≤ 8 (*Kline, 2011*). Perumusan untuk menghitung Zskewness dapat dilihat pada Nomor Persamaan 2.44.

$$Z_{skewness} = \frac{S - 0}{SE_{skewness}} \quad (2.44)$$

Keterangan:

S = skewness

SE_{skewness} = Standard Error Skewness

Perumusan untuk menghitung Zkurtosis dapat dilihat pada Nomor Persamaan 2.45.

$$Z_{kurtosis} = \frac{K - 0}{SE_{kurtosis}} \quad (2.45)$$

Keterangan:

K = Kurtosis

SE_{kurtosis} = Standard Error Kurtosis

Uji normalitas multivariat dilakukan dengan melihat *scatter-plot* jarak *mahalanobis* dan hasil hitung *chi-square*. Jika *scatter-plot* membentuk garis lurus lebih dari 50% serta hasil hitung koefisien korelasi $> r$ tabel, maka dapat dikatakan data berdistribusi normal multivariat (Johnson, 2007).

2. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas dideteksi dari determinan matriks kovarians. Nilai determinan matriks kovarians yang sangat kecil menunjukkan indikasi adanya masalah multikolinearitas (Otok, 2019). Untuk mendeteksi multikolinearitas bisa dilihat dari nilai *tolerance* dan *variance inflating factor* (VIF). Jika nilai *tolerance* < 0.1 dan nilai VIF > 10 maka dapat diindikasikan adanya multikolinearitas (Hair et al., 2013).

2.8.3 Confirmatory Factor Analysis

Confirmatory Factor Analysis atau uji validitas dan reliabilitas instrumen (indikator), merupakan bentuk model pengukuran yang memodelkan hubungan antara variabel laten dan variabel teramati. Pada metodologi SEM, preferensi yang digunakan adalah *unstandardized solutions* karena analisis berdasarkan pada variabel yang tidak standar, dan penggunaan solusi yang *standardized* justru memiliki potensi kesalahan lebih besar (Brown, 2006).

1. Uji Validitas Instrumen

Analisis validitas model pengukuran dilakukan dengan memeriksa apakah (a) *t-value* dari variabel teramati dalam model memenuhi syarat, yaitu $t \geq 1.96$ pada tabel nilai kritis dan (b) *unstandardized loading factor* dari variabel-variabel teramati memenuhi syarat yang baik sehingga dapat dikatakan signifikan apabila ≥ 0.5 (Hair et al., 2013). Namun, nilai 0.4 menjadi nilai minimal bagi sebuah *loading factor* agar dapat menginterpretasikan model dengan baik (Sharma, 1996). Pada *standardized estimates* dibatasi bahwa nilai *loading factor* diantara -1 dan +1. *Unstandardized estimates* merepresentasikan

kovarian dan dengan demikian tidak ada batasan yang terikat (Hair et al., 2013). Apabila indikator dalam sebuah variabel terdapat *loading factor* yang memiliki nilai $\leq 0,4$, maka indikator tersebut disarankan untuk dihapus karena dianggap sebagai alat ukur yang kurang tepat bagi variabel latennya (Hair et al., 2013).

Dilakukan juga uji kebenaran konvergen yang diperoleh dari data pengukuran model (*measurement model*) setiap variabel. Apabila setiap indikator atau instrumen memiliki nilai *critical ratio* dua kali lebih besar dari *standard error*, maka menunjukkan bahwa indikator secara benar telah mengukur apa yang seharusnya diukur pada model yang disajikan (Ferdinand, 2002). Persamaan matematika untuk *critical ratio* adalah sebagai berikut.

$$\text{Critical Ratio} = \frac{\lambda}{e} \quad (2.46)$$

Keterangan:

λ = *Standardized Factor Loading*

e = *Standard Error*

2. Uji Reliabilitas Instrumen

Analisis reliabilitas model pengukuran dilakukan dengan menghitung nilai *Construct Reliability* (CR) dan *Variance Extracted* (VE) dari nilai *standardized loading factors* dan *error covariance* dengan rumus sebagai berikut (Hair et al., 2013).

$$CR = \frac{(\sum\lambda)^2}{(\sum\lambda)^2 + \sum e_j} \quad (2.47)$$

$$VE = \frac{\sum\lambda^2}{\sum\lambda^2 + \sum e_j} \quad (2.48)$$

Keterangan:

λ = *Standardized Factor Loading*

e_j = *Measurement Error*

Indikator-indikator pada variabel dapat dikatakan memiliki reliabilitas yang baik apabila nilai $CR \geq 0.7$. Jika, $0.6 \leq CR \leq 0.7$, maka dikategorikan bahwa

indikator pada variabel adalah marginal reliabel atau teruji. Semakin tinggi nilai CR menunjukkan bahwa indikator secara konsisten mewakili variabel laten yang sesuai (Hair et al., 2013).

Variance extracted menunjukkan apakah total varians indikator memiliki kesamaan dengan variabel laten. VE dikatakan memiliki nilai pengukuran yang baik apabila masing-masing indikator hanya dimuat pada satu variabel laten. Dengan demikian, dapat dianggap sebagai varians pada indikator-indikator dalam variabel laten. Indikator dikatakan memiliki kesamaan dengan variabel laten apabila nilai $VE \geq 0.5$ (Hair et al., 2013). Namun, jika nilai $CR \geq 0.6$, maka $VE \geq 0.4$ diperbolehkan karena variabel masih memenuhi syarat untuk dikatakan reliabel atau teruji (Fornell and Larcker, 1981). Penghitungan VE dilakukan untuk setiap variabel laten dalam model pengukuran (Hair et al., 2013).

2.8.4 Kecocokan Model

Uji kecocokan model bertujuan untuk mengetahui apakah model SEM yang diimplementasi telah sesuai atau tidak. Validitas model tergantung pada tingkat *good-of-fit* yang dapat diterima oleh model. *Goodness-of-fit* menunjukkan seberapa baik model yang diimplementasikan mencerminkan variabel teramati atau item indikator (Hair et al., 2013). Berikut adalah beberapa indeks yang digunakan untuk mengukur kesesuaian.

1. CMIN/DF

CMIN/DF merupakan salah satu indikator untuk mengukur tingkat *fit* sebuah model. Dihasilkan dari statistik Chi – Square (CMIN) dibagi dengan *Degree of Freedom* (DF). Model dapat dikatakan *good fit* apabila $CMIN/DF \leq 2$ (Byrne, 1998). Persamaan perhitungan CMIN/DF dapat dilihat dibawah ini.

$$CMIN/DF = \frac{\chi^2}{df} \quad (2.49)$$

Keterangan:

χ^2_i = *chi-square* dari *null* atau *independence* model.

df = *degree of freedom*.

2. Goodness of Fit Index (GFI)

GFI merupakan ukuran yang digunakan untuk menghitung proporsi varians yang dicatat oleh varians populasi yang diberikan. GFI akan menunjukkan tingkat ketepatan suatu model dalam menghasilkan matriks covariance. Model akan dianggap *good fit* jika GFI lebih besar atau sama dengan 0.9 ($GFI \geq 0.9$) (Hair et al., 2013). Jika GFI bernilai 0.8 atau lebih besar, maka model dapat dikatakan *acceptable fit* (Abedi, Rostami and Nadi, 2015). Persamaan dari GFI adalah sebagai berikut.

$$GFI = 1 - \frac{F}{F_0} \quad (2.50)$$

Keterangan:

F = nilai minimum dari F untuk model yang dijadikan hipotesis.

F₀ = nilai minimum dari F, ketika tidak ada model yang dijadikan hipotesis.

3. Adjusted Goodness of Fit Index (AGFI)

AGFI merupakan modifikasi dari GFI untuk degree of freedom dalam suatu model. Suatu model dikatakan *good fit* apabila nilai $AGFI \geq 0,9$ (Maccallum and Hong, 1997). Jika AGFI bernilai 0.85 atau lebih besar, maka model dapat dikatakan *acceptable fit* (Maulana and Rufaidah, 2014). Persamaan perhitungan AGFI dapat dilihat berikut ini.

$$AGFI = 1 - \frac{P}{df_h} (1 - GFI) \quad (2.51)$$

Keterangan:

P = jumlah varian dan kovarian dari variabel teramati.

df_h = *degree of freedom* dari model yang dihipotesiskan.

4. Normed Fit Index (NFI)

NFI merupakan ukuran untuk mengukur besarnya ketidakcocokan antara model yang menjadi target dengan model dasar. Suatu model dikatakan *good fit* apabila nilai $NFI \geq 0,9$ (Hair *et al.*, 2013). Persamaan perhitungannya dapat dilihat berikut ini.

$$NFI = \frac{(\chi_i^2 - \chi_h^2)}{\chi_i^2} \quad (2.52)$$

Keterangan:

χ_i^2 = *chi-square* dari *null* atau *independence* model.

χ_h^2 = *chi-square* dari model yang dijadikan hipotesis.

5. Tucker Lewis Index (TLI) atau Non-Normed Fit Index (NNFI)

NNFI merupakan ukuran untuk mengevaluasi analisis faktor yang kemudian diperluas untuk SEM. Suatu model dikatakan *good fit* apabila nilai TLI lebih besar atau sama dengan 0.9 dan dikatakan *marginal fit* apabila nilai TLI diantara 0.8 dan 0.9 (Hair *et al.*, 2013). Persamaan perhitungan NNFI adalah sebagai berikut.

$$TLI = \frac{(\chi_i^2/df_i) - (\chi_h^2/df_h)}{(\chi_i^2/df_i) - 1} \quad (2.53)$$

Keterangan:

χ_i^2 = *chi-square* dari *null* atau *independence* model

χ_h^2 = *chi-square* dari model yang dijadikan hipotesis

df_i = *degree of freedom* dari *null* model

df_h = *degree of freedom* dari model yang dihipotesiskan

6. Comparative Fit Index (CFI)

Merupakan bentuk revisi dari NFI dimana memperhitungkan ukuran sampel yang dapat menguji dengan baik. Karakteristik model yang memiliki variabel manifes diatas 30, maka dikatakan *good fit* apabila nilai

$CFI \geq 0,9$ (Hair et al., 2013). Persamaan perhitungan CFI adalah sebagai berikut.

$$CFI = 1 - \frac{\mathcal{L}_1}{\mathcal{L}_2} \quad (2.54)$$

Keterangan:

$$\mathcal{L}_1 = \max(\mathcal{L}_h, 0)$$

$$\mathcal{L}_2 = \max(\mathcal{L}_h, \mathcal{L}_i, 0)$$

$$\mathcal{L}_h = [(n - 1) \mathcal{F}_h - df_h]$$

$$\mathcal{L}_i = [(n - 1) \mathcal{F}_i - df_i]$$

7. Root Mean Square Error of Approximation (RMSEA)

Merupakan ukuran untuk mengukur penyimpangan nilai parameter suatu model dengan matriks covariance populasinya. Nilai RMSEA yang lebih rendah menunjukkan kesesuaian yang lebih baik. Suatu model akan dikatakan *close fit* apabila nilai RMSEA kurang dari atau sama dengan 0,05 ($RMSEA \leq 0,05$) dan suatu model akan dikatakan *good fit* apabila memiliki nilai $0,05 < RMSEA \leq 0,08$ (Kline, 2011). Persamaan perhitungan RMSEA sebagai berikut.

$$RMSEA = \sqrt{\frac{F0}{df}} \quad (2.55)$$

Keterangan:

$F0$ = nilai minimum dari F, ketika tidak ada model yang dijadikan hipotesis.

df = *defree of freedom*.

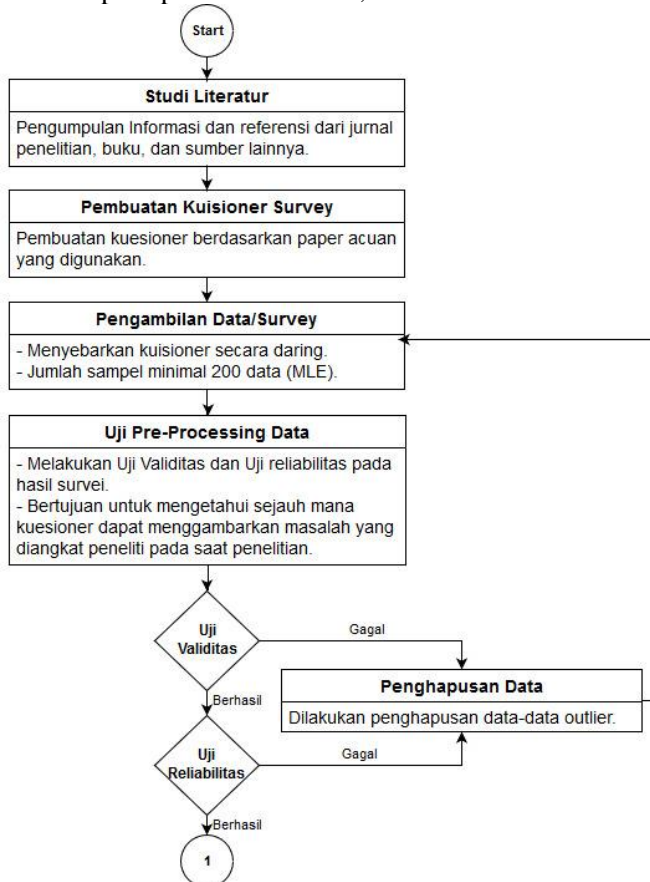
Halaman ini sengaja dikosongkan

BAB III METODOLOGI

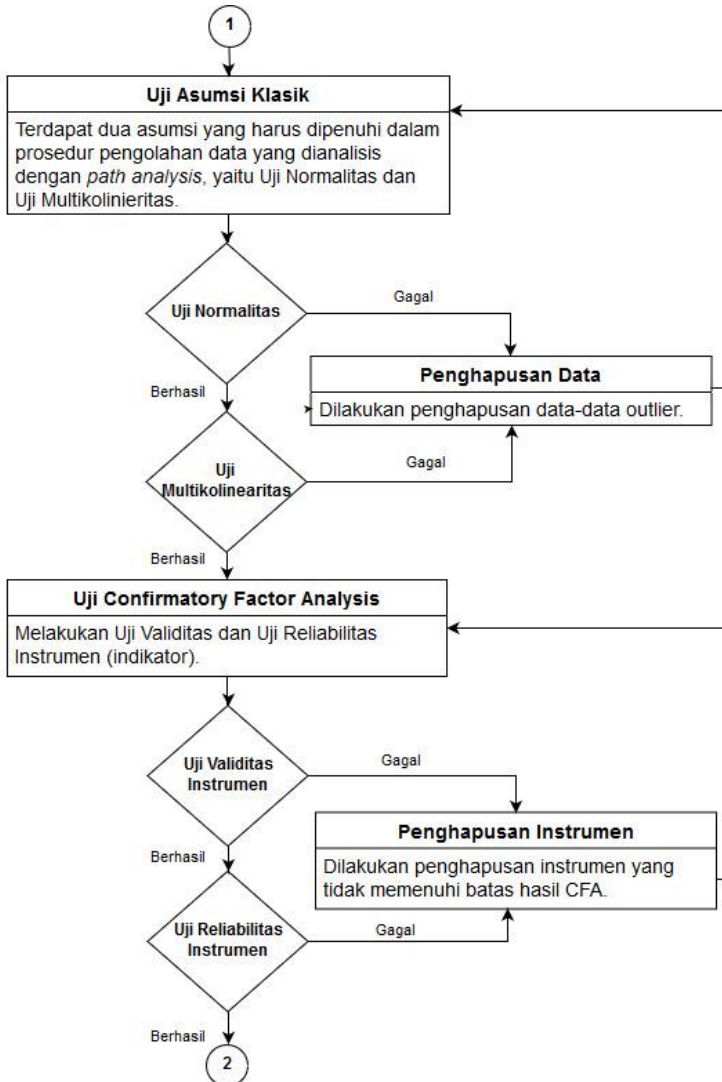
Bagian ini akan menjelaskan metodologi yang digunakan dalam pengerjaan tugas akhir ini. Metodologi ini diperlukan sebagai panduan secara sistematis dalam pengerjaan TA.

3.1 Diagram Metodologi

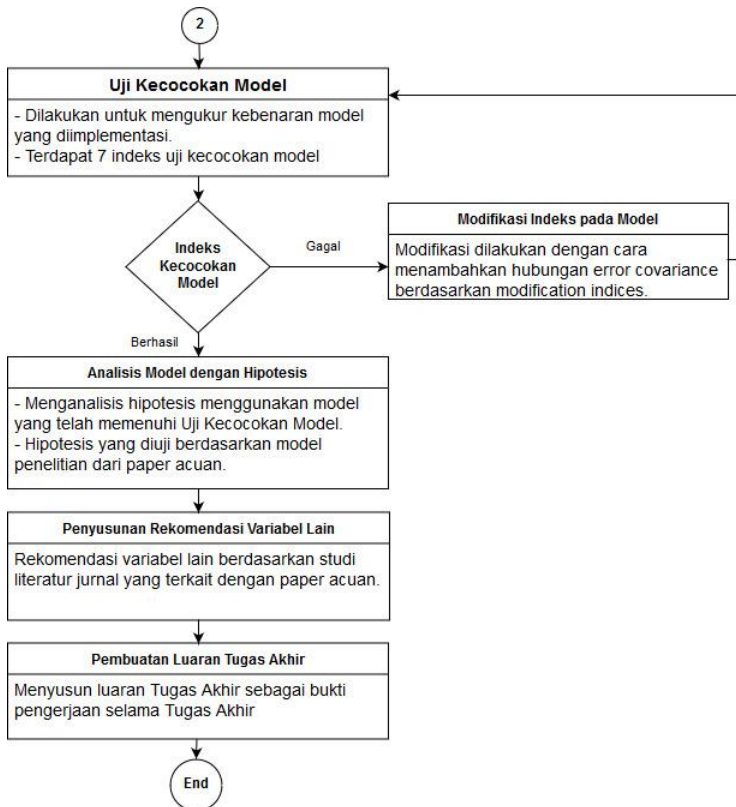
Pada sub bab ini akan dijelaskan mengenai tahapan penelitian seperti pada Gambar 3.1, Gambar 3.2 dan Gambar 3.3.



Gambar 3.1. Diagram Metodologi Penelitian Bagian 1



Gambar 3.2. Diagram Metodologi Penelitian Bagian 2



Gambar 3.3. Diagram Metodologi Penelitian Bagian 3

3.2 Penjabaran Metodologi Penelitian

Berdasarkan metodologi penelitian diatas, penjelasan setiap tahap dijelaskan berikut ini.

3.2.1 Studi Literatur

Pada tahap ini dilakukan pencarian dan pemahaman referensi yang berhubungan dengan permasalahan yang ada dalam topik tugas akhir ini. Literatur berfokus dengan jurnal, paper, dan ebook. Dari hasil studi literatur maka didapatkan beberapa hal yang menjadi rumusan, batasan hingga tujuan dimana merujuk pada permasalahan yang melatarbelakangi penelitian ini.

3.2.2 Pembuatan Kuesioner

Pada tahap ini dilakukan pembuatan kerangka kuesioner yang mengacu pada paper referensi sehingga indikator atau pernyataan berdasarkan variabel-variabel yang tertera di model penelitian pada Gambar 2.2. Penjelasan untuk masing-masing variabel dapat dilihat pada Sub-Bab 2.41, 2.42, 2.43, 2.44, dan 2.45. Kuesioner terdiri dari dua bagian, yaitu data pribadi responden dan pada bagian kedua berisi indikator-indikator untuk menguji variabel penelitian dengan skala likert 1 sampai 7. Sebelum kuesioner disebar secara daring, dilakukan uji kepaahaman responden terhadap pernyataan atau indikator setiap variabel laten kepada 20 sampel. Hal ini karena kuesioner bersifat umum dan dapat dipahami semua kalangan.

3.2.3 Pengambilan Data atau Survei

Pada tahap pengambilan data, digunakan metode kuantitatif dengan melakukan penyebaran kuesioner secara daring kepada responden yang relevan. Penyebaran secara daring dilakukan dengan menyebarkan pranala kuesioner kepada masyarakat Indonesia khususnya generasi milenial yang pernah menggunakan aplikasi *mobile payment* pada saat bertransaksi. Teknis estimasi yang digunakan yaitu *maximum likelihood estimation* (MLE) dengan 200 jumlah responden sebagai obyek penelitian. Jumlah tersebut berdasarkan ukuran sampel minimum yang diperlukan untuk mengurangi bias pada semua jenis estimasi SEM (Loehlin, 1998). Semakin besar sampelnya (> 400), maka metode MLE menunjukkan *goodness-of-fit* yang buruk. Sehingga, jumlah responden yang disarankan yaitu 100 sampai 400 responden (Kline, 2011).

3.2.4 Uji Preprocessing Data

Pada tahap preprocessing data terdapat 2 uji yang dilakukan yaitu uji validitas dan uji reliabilitas.

1. Uji Validitas

Sebuah sampel dapat dikatakan valid ketika memiliki validitas yang tinggi atau memberikan hasil ukur yang akurat sesuai dengan tujuan dari uji tersebut (Ghozali, 2006). Uji Validitas kuesioner dilakukan dengan

membandingkan nilai tabel kritis R Pearson dengan nilai r dari perhitungan. Apabila nilai r perhitungan lebih besar dari nilai tabel r , maka item pernyataan dikatakan valid (Sugiyono, 2018). Uji Validitas Model dilakukan dengan melihat *loading factor*. Sebuah indikator dikatakan valid apabila memiliki *loading factor* $\geq 0,5$ dengan variabel laten yang ingin diukur (Sarjono and Julianita, 2015). Persamaan matematika untuk melakukan Uji Validitas dapat dilihat pada nomor Persamaan 2.46 pada Bab II.

2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas merupakan pengujian untuk memastikan data tersebut reliable atau tidak. Kuesioner dinyatakan reliabel jika data yang ada konsisten (Ghozali, 2006). Suatu kuesioner dikatakan reliabel apabila nilai *Cronbach's Alpha* diatas 0,7. Uji Reliabilitas Model dilakukan dengan melihat *Construct Reliability*. Dianggap memuaskan apabila nilai diatas 0,7 (Sarjono and Julianita, 2015). Persamaan matematika untuk melakukan uji reliabilitas dapat dilihat pada Persamaan 2.47.

3.2.5 Uji Asumsi Klasik

Pada tahapan uji asumsi klasik terdapat 2 uji asumsi yang dilakukan yaitu uji normalitas dan uji multikolinearitas. Uji asumsi klasik dilakukan untuk memberikan kepastian bahwa persamaan regresi yang didapatkan memiliki ketepatan dalam estimasi, tidak bias, dan konsisten (Rosita, 2012). Sebaran data memenuhi asumsi normal multivariat dan sebaiknya data tidak ada multikolinier dan *singularity*.

1. Uji Normalitas

Pada tahapan ini dilakukan 2 tahapan uji normalitas yaitu uji normalitas univariat dan uji normalitas multivariat. Uji normalitas univariat dilakukan dengan melihat nilai z skewness dan z kurtosis. Uji normalitas multivariat dilakukan dengan melihat *scatter plot* jarak mahalanobis.

2. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas adalah uji yang dilakukan untuk memastikan apakah di dalam sebuah model regresi ada interkorelasi atau multikolinearitas antar variabel bebas.

3.2.6 Uji Confirmatory Factor Analysis

Confirmatory factor analysis (CFA) atau analisis faktor konfirmatori didasarkan pada premis bahwa masing-masing variabel manifest atau indikator tidak dapat menggambarkan secara sempurna terhadap suatu variabel laten. Oleh karena itu, CFA merupakan salah satu metode analisis multivariat yang digunakan pada SEM. Dilakukan analisis *offending estimate* untuk memastikan bahwa tidak terdapat nilai-nilai yang melebihi batas dari hasil estimasi CFA.

1. Uji Validitas Instrumen

Tahap uji validitas instrumen dilakukan dengan memeriksa apakah (a) *t-value* dari variabel teramati dalam model memenuhi syarat, yaitu $t \geq 1.96$ pada tabel nilai kritis dan (b) *unstandardized loading factor* dari variabel-variabel teramati memenuhi syarat yang baik sehingga dapat dikatakan signifikan yaitu ≥ 0.5 (Hair et al., 2013). Dilakukan juga uji kebenaran konvergen yang diperoleh dari data pengukuran model (*measurement model*) setiap variabel. Apabila setiap indikator atau instrumen memiliki nilai *critical ratio* dua kali lebih besar dari *standard error*, maka menunjukkan bahwa indikator secara benar telah mengukur apa yang seharusnya diukur pada model yang disajikan (Ferdinand, 2002).

2. Uji Reliabilitas Instrumen

Pengujian reliabilitas model pengukuran dilakukan dengan menghitung nilai *Construct Reliability* (CR) dan *Variance Extracted* (VE) dari nilai *standardized loading factors* dan *error covariance* dengan rumus sebagai berikut (Hair et al., 2013). Indikator-indikator pada variabel dapat dikatakan memiliki reliabilitas yang baik apabila nilai $CR \geq 0.7$. Jika, $0.6 \leq CR \leq 0.7$, maka dapat dikategorikan bahwa indikator-indikator pada

variabel adalah marginal reliabel atau konsisten. VE dikatakan memiliki nilai pengukuran yang baik apabila masing-masing indikator hanya dimuat pada satu variabel laten. Dengan demikian, dapat dianggap sebagai varians pada indikator-indikator dalam variabel laten. Indikator dikatakan tidak memiliki kesamaan dengan variabel laten apabila nilai $VE \geq 0.5$ (Hair *et al.*, 2013). Namun, jika nilai $CR \geq 0.6$, maka $VE \geq 0.4$ diperbolehkan karena variabel masih memenuhi syarat untuk dikatakan reliabel (Fornell and Larcker, 1981).

3.2.7 Uji Kecocokan Model

Pada tahap ini dilakukan Uji Kecocokan dengan menggunakan SEM yang mengacu pada indikator yang ada. Uji kecocokan model dilakukan untuk mengukur kebenaran model yang diimplementasi (Otok, 2019). Indikator yang diukur meliputi *CMIN/DF*, *Goodness of Fit Index* (GFI), *Adjusted Goodness of Fit Index* (AGFI), *Normal Fit Index* (NFI), *Comparative Fit Index* (CFI), dan *Root Mean Square Error of Approximation* (RMSEA). Persamaan uji kecocokan model dapat dilihat pada nomor Persamaan 2.48, 2.49, 2.50, 2.51, 2.52, 2.53 dan 2.54.

3.2.8 Modifikasi Indeks pada Model

Tahap ini dilakukan apabila nilai uji kecocokan untuk model SEM belum terpenuhi. Modifikasi indeks bertujuan agar nilai uji kecocokan model menjadi lebih baik. Modifikasi indeks pada model dilakukan dengan cara melihat nilai *modification indices* pada output model SEM.

3.2.9 Analisis Model menggunakan Hipotesis

Pada tahap ini dilakukan analisis hipotesis dimana model yang telah memenuhi uji kecocokan akan dibandingkan nilai antar variabel yang kemudian dianalisis dengan hipotesis. Hipotesis yang diuji dapat dilihat pada Tabel 2.3. Hipotesis tersebut berdasarkan model penelitian dari paper yang menjadi acuan pada penelitian ini.

3.2.10 Penyusunan Rekomendasi

Pada tahap ini dilakukan penyusunan rekomendasi variabel lain berdasarkan hasil analisis dan studi literatur jurnal yang terkait dengan paper acuan. Rekomendasi ini diharapkan dapat menjadi saran faktor atau variabel yang mempengaruhi pengadopsian aplikasi *mobile payment*. Selain itu, juga diberikan saran perbaikan bagi manajemen perusahaan *mobile payment* khususnya OVO dan GO-Pay berdasarkan hasil analisis yang dilakukan.

3.2.11 Pembuatan Luaran Tugas Akhir

Pada tahap terakhir ini dilakukan penulisan atau dokumentasi penelitian dari tahap pertama hingga tahap terakhir. Selain dapat menjadi acuan untuk penerapan model implementasi, juga dapat menjadi panduan apabila model yang ada dikembangkan lebih lanjut.

3.3 Rangkuman Metodologi

Rangkuman metologi akan membahas mengenai metodologi yang dilakukan dalam penelitian ini, dimulai dari rangkaian aktifitas, tujuan, input, output, dan metode yang digunakan seperti yang tertera pada Tabel 3.1.

Tabel 3.1. Tabel Rangkuman Metodologi

Aktivitas	Tujuan	Input	Output	Metode
Studi Literatur	Mengumpulkan referensi mengenai pengerjaan penelitian.	Kata kunci terkait topik TA	Dasar Teori	Studi Pustaka
Pembuatan Kuesioner	Penyusunan kuesioner berdasarkan paper acuan.	Kuesioner pada Paper Acuan	Dokumen Kuesioner	Studi Pustaka
Pengambilan Data	Pengambilan data penelitian melalui internet (daring).	Dokumen Kuesioner	Hasil Survei	Survei Daring

Aktivitas	Tujuan	Input	Output	Metode
Uji Preprocessing Data	Mengetahui sejauh mana kuesioner dapat menggambarkan permasalahan pada TA.	Hasil Survei	Hasil kuesioner yang telah teruji.	Uji Validitas dan uji reliabilitas.
Uji Asumsi Klasik	Memberikan kepastian bahwa persamaan regresi memiliki ketepatan dalam estimasi, tidak bias, dan konsisten.	Hasil Kuesioner yang telah teruji.	Hasil uji normalisasi dan multikolinearitas.	Uji Normalitas dan uji multikolinearitas.
Uji <i>Confirmatory Factor Analysis</i>	Memastikan bahwa tidak ada nilai yang kurang dari batas pada hasil estimasi CFA.	Hasil uji normalisasi dan multikolinearitas.	Hasil instrumen yang telah teruji.	Uji validitas dan uji reliabilitas instrumen.
Uji Kecocokan Model	Mengukur kebenaran model yang diimplementasi.	Model dengan data yang telah diinput.	Model yang memenuhi uji kecocokan.	Penggunaan indeks kecocokan model.
Analisis Model dengan Hipotesis	Menganalisis model berdasarkan hipotesis penelitian.	Model yang memenuhi uji kecocokan.	Hasil analisis terhadap hipotesis penelitian.	Analisis hipotesis penelitian.

Aktivitas	Tujuan	Input	Output	Metode
Penyusunan Rekomendasi	Memberikan saran variabel lain dan saran bagi perusahaan	Hasil analisis terhadap hipotesis penelitian	Hasil rekomendasi.	Studi Pustaka dan hasil analisis.
Pembuatan Luaran Tugas Akhir	Menyusun keseluruhan selama proses pengerjaan TA.	Seluruh data TA.	Luaran Tugas Akhir.	Penyusunan data.

BAB IV UJI COBA MODEL KONSEPTUAL

Pada bab ini diuraikan mengenai uji coba model konseptual terhadap studi kasus OVO dan Go-Pay yang meliputi beberapa proses, yaitu pengambilan dan pengolahan data, penyusunan kuesioner, pencarian data, dan hasil kuesioner. Model konseptual yang digunakan mengintegrasikan model UTAUT2, DOI, dan teori PTS dimana model konseptual tersebut mengacu pada penelitian yang dilakukan Oliveira et al. sebagai *paper* acuan.

4.1 Pengambilan dan Pengolahan Data

Sebelum melakukan pengolahan data, maka dilakukan penyusunan kuesioner, dan pencarian data yang dilakukan melalui survei. Selain itu, juga dicantumkan hasil kuesioner.

4.1.1 Penyusunan Kuesioner

Pengembangan kuesioner berdasarkan pada variabel-variabel yang terdapat pada model penelitian Oliveira et Al, dimana model penelitian tersebut memiliki 11 variabel yang terdiri dari, *Innovativeness, Social Influence, Facilitating Conditions, Hedonic Motivation, Price Value, Perceived Technology Security, Compatibility, Performance Expectancy, Effort Expectancy, Behavioural Intention to Adopt, dan Behavioural Intention to Recommend*. Kuesioner yang disusun menggunakan skala likert, dimana mengukur sikap, pendapat, dan persepsi responden terhadap sebuah pernyataan yang akan diberikan. Pada penelitian ini menggunakan tujuh skala pilihan yang dijabarkan pada Tabel 4.1.

Tabel 4.1. Tabel Skala Likert Kuesioner

No.	Pernyataan	Skor untuk Pernyataan
1.	Sangat Setuju (SS)	7
2.	Setuju (S)	6
3.	Cukup Setuju (CS)	5
4.	Netral (N)	4
5.	Tidak Terlalu Setuju (TTS)	3

No.	Pernyataan	Skor untuk Pernyataan
6.	Tidak Setuju (TS)	2
7.	Sangat Tidak Setuju (STS)	1

Kuesioner dalam penelitian ini menggunakan pertanyaan terstruktur (*structured questions*). Untuk penggambaran yang lebih jelas mengenai kuesioner yang digunakan dalam penelitian ini, dibuatlah sebuah bagan pada Gambar 4.1.



Gambar 4.1. Desain Kuesioner

Penjelasan untuk masing-masing bagian adalah sebagai berikut.

1. Perkenalan diri, bagian ini diawali dengan perkenalan nama, asal universitas, tujuan penelitian, dan tema penelitian yang dilakukan.
2. Pertanyaan *screening* bertujuan untuk mengidentifikasi apakah responden yang mengisi kuesioner merupakan bagian dari populasi yang diteliti atau tidak. Oleh karena itu, responden diajukan pertanyaan, apakah pernah menggunakan aplikasi *mobile payment*.
3. Data demografi responden, bagian ini bertujuan untuk melihat profil demografis responden, antara lain jenis kelamin, kota domisili, usia, pekerjaan saat ini, aplikasi *mobile payment* apa saja yang digunakan, frekuensi pembelian barang atau jasa menggunakan *mobile payment*, dan terakhir kali penggunaan *mobile payment*.
4. Minat penggunaan *mobile payment*, pada bagian ini diajukan pernyataan mengenai *effort expectancy* (harapan usaha), *facilitating conditions* (fasilitas kondisi), *compatibility* (kesesuaian), *hedonic motivation* (motivasi hedonis), *price value* (nilai harga), *performance expectancy* (harapan kinerja), *perceived technology*

security (keamanan teknologi yang dirasakan), *social influence* (pengaruh sosial), *innovativeness* (inovasi), *behaviour intention to adopt* (minat untuk menggunakan), dan *behaviour intention to recommend* (minat untuk merekomendasikan).

Penyusunan kuesioner dilakukan dua tahap, yaitu tahap uji coba kuesioner untuk menguji kephahaman responden terhadap setiap pernyataan dan tahap kedua yaitu pembuatan kuesioner sebenarnya.

1. Tahap Uji Coba Kuesioner

Berikut ini adalah pernyataan pada kuesioner yang disusun berdasarkan 11 variabel, mengacu pada penelitian Oliveira et Al. Untuk menguji pemahaman responden terhadap tata bahasa kuesioner, dilakukan uji pemahaman terhadap 25 orang responden, dimana terbagi menjadi dua kali iterasi evaluasi terhadap kuesioner yang disusun. Pernyataan kuesioner untuk masing-masing iterasi tertera pada Tabel 4.2.

Tabel 4.2. Tabel Uji Coba Kuesioner

Kode	Pernyataan iterasi 1	Pernyataan Iterasi 2
EFX1	Aplikasi mobile payment jelas dan mudah dipahami	Mobile payment menyuguhkan tampilan yang jelas dan informatif
EFX2	Mudah bagi saya untuk belajar memahami cara pengoperasian (how to use) aplikasi <i>mobile payment</i>	Mudah bagi saya untuk belajar memahami cara pengoperasian (how to use) aplikasi <i>mobile payment</i>
EFX3	Saya merasa aplikasi <i>mobile payment</i> mudah digunakan	Saya merasa aplikasi <i>mobile payment</i> mudah digunakan
EFX4	Mudah bagi saya untuk terampil atau mahir dalam menggunakan <i>mobile payment</i>	Mudah bagi saya untuk terampil atau mahir dalam menggunakan <i>mobile payment</i>
FCO1	Saya memiliki pengetahuan yang cukup	Saya mendapatkan panduan cara menggunakan (<i>user guide</i>) sehingga saya bisa

Kode	Pernyataan iterasi 1	Pernyataan Iterasi 2
	untuk menggunakan mobile payment	menggunakan Mobile Payment.
FCO2	Saya memiliki sumber daya (handphone) yang dapat mengoperasikan mobile payment	Saya mendapatkan respon bantuan dari Customer Service ketika mendapatkan kesulitan menggunakan Mobile Payment.
FCO3	Aplikasi mobile payment berjalan pada sistem operasi handphone (android, ios) yang saya gunakan	Aplikasi Mobile Payment dapat berjalan pada sistem operasi handphone (Android, ios) yang saya gunakan.
COM1	Menggunakan mobile payment sesuai dengan semua aspek pada gaya hidup saya	Menggunakan Mobile Payment sesuai dengan gaya hidup saya.
COM2	Menggunakan mobile payment sesuai dengan kondisi saya saat ini	Menggunakan Mobile Payment sesuai dengan kondisi saya (keuangan, domisili, waktu) saat ini.
COM3	Menggunakan mobile payment cocok dengan cara saya ingin membayar	Menggunakan Mobile Payment cocok dengan cara saya ingin membayar.
HMO1	Menggunakan mobile payment itu menyenangkan	Menggunakan Mobile Payment itu menyenangkan.
HMO2	Megunakan mobile payment itu menarik.	Menggunakan Mobile Payment itu menarik.
HMO3	Menggunakan mobile payment itu sangat nyaman.	Menggunakan Mobile Payment itu sangat nyaman.
PVA1	Harga yang ditetapkan pada aplikasi mobile payment sesuai	Menurut saya, biaya layanan pada aplikasi Mobile Payment masih wajar.
PVA2	Mobile payment memberikan nilai yang baik bagi uang	Biaya layanan yang saya keluarkan saat menggunakan Mobile Payment sepadan dengan

Kode	Pernyataan iterasi 1	Pernyataan Iterasi 2
		kemudahan yang saya dapatkan.
PVA3	Pembelian barang atau jasa yang menggunakan mobile payment lebih murah daripada pembayaran menggunakan uang tunai	Dengan menggunakan Mobile Payment, saya mendapatkan keuntungan yang bernilai
PFX1	Aplikasi mobile payment dapat menghemat waktu saya dalam bertransaksi	Aplikasi Mobile Payment dapat menghemat waktu saya dalam bertransaksi.
PFX2	Menurut saya, dengan menggunakan mobile payment akan memungkinkan saya untuk menyelesaikan transaksi lebih cepat	Menurut saya, menggunakan Mobile Payment akan meningkatkan produktivitas saya.
PFX3	Menurut saya, menggunakan mobile payment akan bermanfaat dalam kehidupan sehari-hari	Menurut saya, menggunakan Mobile Payment bermanfaat dalam kehidupan sehari-hari.
PTS1	Saya merasa aman mengirimkan informasi sensitif melalui mobile payment	Saya merasa aman saat membagikan informasi sensitif pada aplikasi Mobile Payment. (Informasi sensitif: Nama, Nomor Telepon, Alamat, Tanggal Lahir)
PTS2	Mobile payment merupakan platform/tempat yang aman untuk mengirimkan informasi sensitif	Saat melakukan pembelian barang atau jasa menggunakan Mobile Payment, saya merasa aman
PTS3	Secara keseluruhan, mobile payment merupakan aplikasi yang aman untuk	Secara keseluruhan, Mobile Payment merupakan aplikasi yang aman untuk menyimpan informasi

Kode	Pernyataan iterasi 1	Pernyataan Iterasi 2
	mengirimkan informasi sensitif	sensitif pada penyedia aplikasi Mobile Payment.
SIN1	Orang-orang yang berpengaruh bagi saya, memberikan saran saya untuk menggunakan mobile payment	Lingkungan sosial mendorong saya untuk menggunakan aplikasi Mobile Payment.
SIN2	Orang-orang yang penting bagi saya, memberikan saran bahwa saya harus menggunakan mobile payment	Orang-orang yang penting bagi saya (misalnya orang tua), memberikan saran bahwa saya harus menggunakan Mobile Payment.
SIN3	Orang-orang yang pendapatnya saya hargai, menyarankan saya untuk menggunakan mobile payment	Saya menggunakan Mobile Payment setelah melihat orang lain menggunakannya.
INO1	Jika saya mendengar sebuah fitur baru, saya akan mencari cara untuk mencobanya	Jika saya mendengar sebuah fitur baru, saya akan mencari cara untuk mencobanya.
INO2	Diantara teman-teman saya, biasanya saya yang pertama kali mencoba fitur yang baru	Diantara teman-teman saya, biasanya saya yang pertama kali mencoba fitur yang baru.
INO3	Saya ragu untuk mencoba fitur yang baru	Saya ragu untuk mencoba fitur yang baru.
BIA1	Saya ingin menggunakan mobile payment lagi dalam beberapa bulan mendatang	Saya ingin menggunakan Mobile Payment lagi dalam beberapa bulan mendatang.
BIA2	Saya berencana untuk menggunakan mobile payment sesering mungkin	Saya berencana untuk tetap menggunakan Mobile Payment sesering mungkin.
BIA3	Saya akan menggunakan mobile payment dalam transaksi harian saya	Saya akan menggunakan Mobile Payment dalam transaksi harian saya.

Kode	Pernyataan iterasi 1	Pernyataan Iterasi 2
BIR1	Saya akan merekomendasikan kepada teman-teman saya untuk menggunakan mobile payment	Saya akan merekomendasikan kepada teman-teman saya untuk menggunakan Mobile Payment.
BIR2	Jika saya memiliki pengalaman yang baik saat menggunakan mobile payment, saya akan merekomendasikan teman untuk bergabung dalam layanan ini	Saya akan merekomendasikan Mobile Payment hanya jika saya memiliki pengalaman yang baik saat menggunakannya.

2. Tahap Kuesioner Sebenarnya

Setelah dilakukan uji coba pemahaman kepada 25 orang responden, didapatkan saran dan perbaikan kuesioner. Hasil perbaikan dari kuesioner, akan menjadi dasar pembuatan kuesioner yang akan disebarakan kepada responden secara luas. Perbandingan pernyataan pada kuesioner antara iterasi kedua dengan pernyataan sebenarnya yang akan digunakan pada kuesioner tertera pada Tabel 4.3, dan untuk susunan keseluruhan kuesioner dapat dilihat pada Lampiran A.

Tabel 4.3. Tabel Kuesioner Sebenarnya

Kode	Iterasi 2	Pernyataan Sebenarnya
EFX1	Mobile payment menyuguhkan tampilan yang jelas dan informatif	Mobile Payment menyuguhkan tampilan yang mudah dimengerti.
EFX2	Mudah bagi saya untuk belajar memahami cara pengoperasian (how to use) aplikasi <i>mobile payment</i>	Mudah bagi saya untuk belajar memahami cara pengoperasian (how to use) aplikasi mobile payment.

Kode	Iterasi 2	Pernyataan Sebenarnya
EFX3	Saya merasa aplikasi <i>mobile payment</i> mudah digunakan	Saya merasa aplikasi mobile payment mudah digunakan.
EFX4	Mudah bagi saya untuk terampil atau mahir dalam menggunakan <i>mobile payment</i>	Mudah bagi saya untuk terampil atau mahir dalam menggunakan Mobile Payment.
FCO1	Saya mendapatkan panduan cara menggunakan (<i>user guide</i>) sehingga saya bisa menggunakan Mobile Payment.	Saya mendapatkan panduan cara menggunakan (<i>user guide</i>) sehingga saya bisa menggunakan Mobile Payment.
FCO2	Saya mendapatkan respon bantuan dari Customer Service ketika mendapatkan kesulitan menggunakan Mobile Payment.	Saya mendapatkan respon bantuan dari Customer Service ketika mendapatkan kesulitan menggunakan Mobile Payment.
FCO3	Aplikasi Mobile Payment dapat berjalan pada sistem operasi handphone (Android, ios) yang saya gunakan.	Aplikasi Mobile Payment dapat berjalan pada sistem operasi handphone (Android, ios) yang saya gunakan.
COM1	Menggunakan Mobile Payment sesuai dengan gaya hidup saya.	Menggunakan Mobile Payment sesuai dengan gaya hidup saya.
COM2	Menggunakan Mobile Payment sesuai dengan kondisi saya (keuangan, domisili, waktu) saat ini.	Menggunakan Mobile Payment sesuai dengan kondisi saya (keuangan, domisili, waktu) saat ini.
COM3	Menggunakan Mobile Payment cocok dengan cara saya ingin membayar.	Menggunakan Mobile Payment cocok dengan cara saya ingin membayar.

Kode	Iterasi 2	Pernyataan Sebenarnya
HMO1	Menggunakan Mobile Payment itu menyenangkan.	Menggunakan Mobile Payment itu menyenangkan.
HMO2	Menggunakan Mobile Payment itu menarik.	Menggunakan Mobile Payment itu menarik.
HMO3	Menggunakan Mobile Payment itu sangat nyaman.	Menggunakan Mobile Payment itu sangat nyaman.
PVA1	Menurut saya, biaya layanan pada aplikasi Mobile Payment masih wajar.	Menurut saya, biaya layanan pada aplikasi Mobile Payment masih wajar. (Biaya layanan adalah biaya yang Anda bayarkan pertransaksi menggunakan Mobile Payment)
PVA2	Biaya layanan yang saya keluarkan saat menggunakan Mobile Payment sepadan dengan kemudahan yang saya dapatkan.	Biaya layanan yang saya keluarkan saat menggunakan Mobile Payment sepadan dengan kemudahan yang saya dapatkan. (Biaya layanan adalah biaya yang Anda bayarkan pertransaksi menggunakan Mobile Payment)
PVA3	Dengan menggunakan Mobile Payment, saya mendapatkan keuntungan yang bernilai	Dengan menggunakan Mobile Payment, saya mendapatkan keuntungan secara komersil (karena adanya discount, cashback)
PFX1	Aplikasi Mobile Payment dapat menghemat waktu saya dalam bertransaksi.	Aplikasi Mobile Payment dapat menghemat waktu saya dalam bertransaksi.
PFX2	Menurut saya, menggunakan Mobile Payment akan meningkatkan produktivitas saya.	Menurut saya, menggunakan Mobile Payment akan meningkatkan produktivitas saya.

Kode	Iterasi 2	Pernyataan Sebenarnya
PFX3	Menurut saya, menggunakan Mobile Payment bermanfaat dalam kehidupan sehari-hari.	Menurut saya, menggunakan Mobile Payment bermanfaat dalam kehidupan sehari-hari.
PTS1	Saya merasa aman saat membagikan informasi sensitif pada aplikasi Mobile Payment. (Informasi sensitif: Nama, Nomor Telepon, Alamat, Tanggal Lahir)	Saya merasa aman saat membagikan informasi sensitif (misalnya, saat register) pada aplikasi Mobile Payment. (Informasi sensitif: Nama, Nomor Telepon, Alamat, Tanggal Lahir)
PTS2	Saat melakukan pembelian barang atau jasa menggunakan Mobile Payment, saya merasa aman	Saat melakukan pembelian barang atau jasa menggunakan Mobile Payment, saya merasa aman mengirimkan alamat asal dan alamat tujuan (atau informasi sensitif lainnya)
PTS3	Secara keseluruhan, Mobile Payment merupakan aplikasi yang aman untuk menyimpan informasi sensitif pada penyedia aplikasi Mobile Payment.	Secara keseluruhan, Mobile Payment merupakan aplikasi yang aman untuk menyimpan informasi sensitif pada basis data (<i>database</i>) penyedia aplikasi Mobile Payment.
SIN1	Lingkungan sosial mendorong saya untuk menggunakan aplikasi Mobile Payment.	Lingkungan sosial mendorong saya untuk menggunakan aplikasi Mobile Payment.
SIN2	Orang-orang yang penting bagi saya (misalnya orang tua), memberikan saran bahwa saya harus menggunakan Mobile Payment.	Orang-orang yang penting bagi saya (misalnya orang tua), memberikan saran bahwa saya harus menggunakan Mobile Payment.

Kode	Iterasi 2	Pernyataan Sebenarnya
SIN3	Saya menggunakan Mobile Payment setelah melihat orang lain menggunakannya.	Saya menggunakan Mobile Payment setelah melihat orang lain menggunakannya.
INO1	Jika saya mendengar sebuah fitur baru, saya akan mencari cara untuk mencobanya.	Jika saya mendengar sebuah fitur baru, saya akan mencari cara untuk mencobanya.
INO2	Diantara teman-teman saya, biasanya saya yang pertama kali mencoba fitur yang baru.	Diantara teman-teman saya, biasanya saya yang pertama kali mencoba fitur yang baru.
INO3	Saya ragu untuk mencoba fitur yang baru.	Saya ragu untuk mencoba fitur yang baru.
BIA1	Saya ingin menggunakan Mobile Payment lagi dalam beberapa bulan mendatang.	Saya ingin menggunakan Mobile Payment lagi dalam beberapa bulan mendatang.
BIA2	Saya berencana untuk tetap menggunakan Mobile Payment sesering mungkin.	Saya berencana untuk tetap menggunakan Mobile Payment sesering mungkin.
BIA3	Saya akan menggunakan Mobile Payment dalam transaksi harian saya.	Saya akan menggunakan Mobile Payment dalam transaksi harian saya.
BIR1	Saya akan merekomendasikan kepada teman-teman saya untuk menggunakan Mobile Payment.	Saya akan merekomendasikan kepada teman-teman saya untuk menggunakan Mobile Payment.
BIR2	Saya akan merekomendasikan Mobile Payment hanya jika saya memiliki	Saya akan merekomendasikan Mobile Payment hanya jika saya memiliki pengalaman yang baik saat menggunakannya.

Kode	Iterasi 2	Pernyataan Sebenarnya
	pengalaman yang baik saat menggunakannya.	

4.1.2 Pencarian Data

Pengambilan data pada kuesioner ini dilakukan dengan melakukan penyebaran kuesioner. Data yang dikumpulkan merupakan data primer yang diperoleh langsung dari hasil pengisian kuesioner oleh responden. Kuesioner disebarikan secara daring dengan memanfaatkan sosial media seperti facebook, instagram, line, whatsapp dan twitter. Kuesioner dapat diakses melalui link <https://intip.in/surveimp>. Terdapat beberapa voucher OVO atau Go-Pay untuk responden yang mengisi nomor *handphone*, dimana *field* nomor *handphone* tidak wajib untuk diisi, sehingga tidak menjadi paksaan bagi responden. Detail kampanye pencarian data terlampir pada Lampiran B.

4.1.3 Hasil Kuesioner

Penyebaran kuesioner dilakukan mulai tanggal 26 Maret 2019 hingga 28 April 2019. Selama kurun waktu tersebut, dilakukan uji pemahaman dan penyebaran kuesioner penelitian yang sebenarnya kepada responden. Penyebaran kuesioner dilakukan pada hari kerja dan hari libur, saat pagi hingga sore hari. Uji pemahaman kuesioner dilakukan kepada 25 orang responden dengan tujuan untuk memastikan bahwa tata bahasa yang digunakan pada lembar kuesioner mudah dipahami. Selain itu, diambil 50 data secara acak untuk dilakukan uji validitas dan uji reliabilitas dari setiap item pernyataan yang terdapat dalam kuesioner.

Setelah melakukan uji pemahaman dan uji validitas serta reliabilitas kuesioner, dilakukan penyebaran kuesioner kepada responden melalui beragam lini media daring. Media yang digunakan, yaitu twitter, instagram, grup facebook dengan anggota komunitas pengguna *mobile payment*, serta *personal chat* pada relasi yang sesuai dengan target responden. Terdapat 602 responden yang mengisi kuesioner, dengan persentase 89,4% pernah menggunakan aplikasi *mobile payment* sebagai

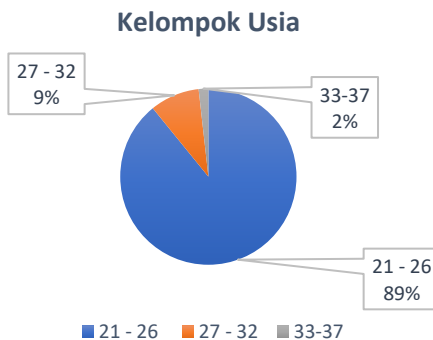
alat bertransaksi. Dari 538 responden yang pernah menggunakan *mobile payment*, terdapat 396 data valid yang sesuai dengan pengujian yang dilakukan. Hasil kuesioner akan dilakukan analisis statistik deskriptif responden dan analisis statistik deskriptif variabel dimana dijelaskan pada Sub-Bab 4.1.3.1 dan Sub-Bab 4.1.3.2.

4.1.3.1 Analisis Statistik Deskriptif Responden

Profil responden meliputi beberapa informasi, yaitu jenis kelamin responden yang terbagi menjadi dua kategori, perempuan dan laki-laki. Selain itu, juga terdapat informasi terkait kelompok usia berdasarkan *range* generasi milenial. Frekuensi penggunaan, kota domisili, profesi, dan aplikasi *mobile payment* yang digunakan juga menjadi informasi yang dibutuhkan dalam Tugas Akhir ini. Adapun rincian dari informasi responden tersebut dapat dilihat pada berikut ini.

1. Usia

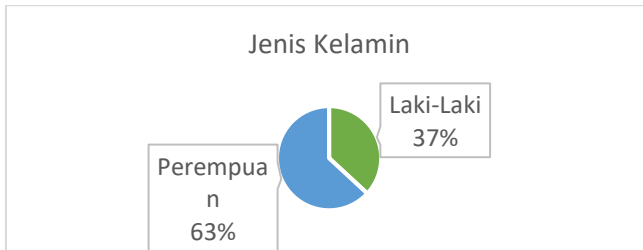
Gambar 4.2 menunjukkan distribusi usia responden yang diolah berdasarkan jawaban demografi responden pada kuesioner. Dari 396 responden, dapat diketahui bahwa mayoritas berusia 21-26 dengan jumlah 353 responden atau jika dipersentasekan menjadi 89%. Untuk kelompok usia 27-32 berjumlah 36 responden atau jika diubah menjadi persentase bernilai 9%. Usia 33-37 menjadi kelompok usia dengan jumlah responden paling sedikit dengan persentase 2% atau berjumlah 7 orang.



Gambar 4.2. Distribusi Kelompok Usia

2. Jenis Kelamin

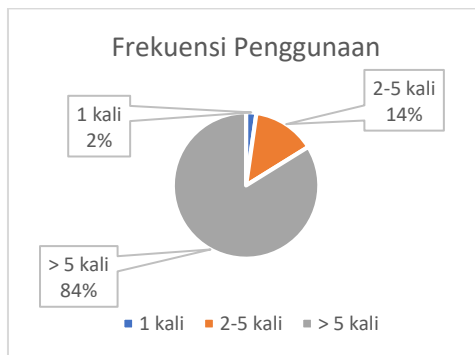
Data deskriptif mengenai jenis kelamin responden dapat dilihat pada Gambar 4.3. Tampak bahwa jenis kelamin perempuan paling dominan dengan jumlah 250 atau jika dipersentasekan bernilai 63%. Untuk responden berjenis kelamin laki-laki berjumlah 146 atau jika diubah menjadi persentase memiliki nilai 37%.



Gambar 4.3. Distribusi Jenis Kelamin

3. Frekuensi Penggunaan

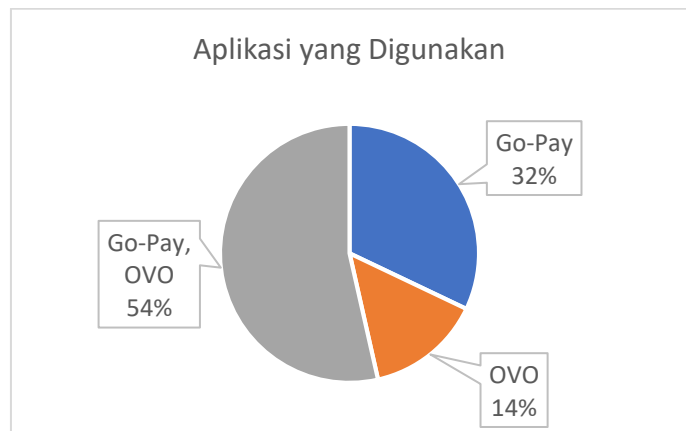
Gambar 4.4. menjelaskan frekuensi responden dalam penggunaan aplikasi *mobile payment* OVO atau Go-Pay. Dari 396 responden, 84% atau sekitar 332 orang yang menggunakan Go-Pay atau OVO lebih dari 5 kali. Sekitar 14% atau 55 responden, mengaku bahwa telah menggunakan 2-5 kali aplikasi *mobile payment*. Dan 2% responden dari total responden atau berjumlah 9 responden telah menggunakan aplikasi *mobile payment* sebanyak 1 kali.



Gambar 4.4. Distribusi Frekuensi Penggunaan

4. Aplikasi Mobile Payment yang Digunakan

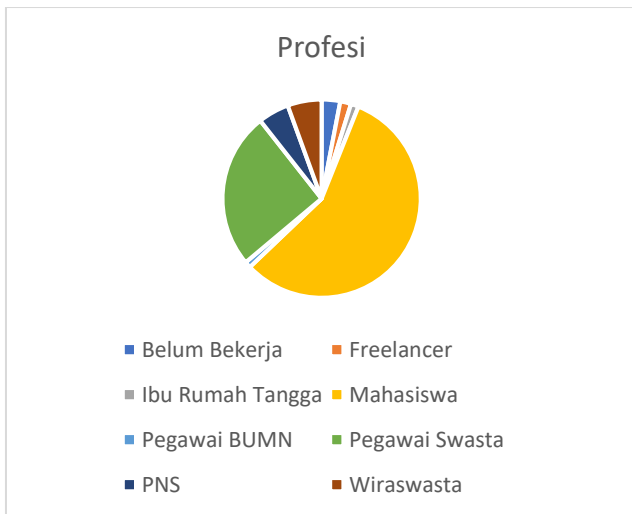
Responden mayoritas menggunakan kedua aplikasi *mobile payment* yang menjadi studi kasus dengan jumlah 212 responden atau sekitar 54%. Responden yang hanya menggunakan aplikasi Go-Pay yaitu 127 orang, dan yang hanya menggunakan aplikasi OVO berjumlah 57 responden. Persentase masing-masing dapat dilihat pada Gambar 4.5.



Gambar 4.5. Distribusi Aplikasi yang Digunakan

5. Profesi

Distribusi profesi responden dapat dilihat pada Gambar 4.6. Terdapat 8 profesi responden, dengan didominasi oleh mahasiswa yang berjumlah 225 responden atau 57%. Pegawai swasta menduduki profesi terbanyak kedua, dengan persentase sebesar 26% atau berjumlah 104 orang. Wiraswasta dan PNS menjadi profesi terbanyak ketiga dan keempat, dengan jumlah 22 atau 6% dan 20 atau 5%. Responden yang belum bekerja memiliki persentase 3% atau berjumlah 12 orang. Sedangkan untuk *freelancer*, ibu rumah tangga, dan pegawai BUMN berjumlah masing-masing 4 orang atau jika diubah menjadi persentase bernilai 1%.



Gambar 4.6. Distribusi Profesi

4.1.3.2 Analisis Statistik Deskriptif Variabel

Analisis statistik deskriptif variabel dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui kecenderungan jawaban responden atas pernyataan yang diajukan dalam kuesioner. Pada kuesioner, terdapat tujuh pilihan jawaban seperti yang tertera pada Tabel 4.1. Data yang disajikan akan merepresentasikan hasil jawaban responden terhadap masing-masing indikator pada tiap variabel.

1. Frekuensi jawaban variabel *Compatibility*

Variabel *compatibility* didefinisikan sebagai tingkat dimana teknologi sesuai dengan kebutuhan yang ada. Berdasarkan frekuensi jawaban responden pada Tabel 4.4 modus pada ketiga indikator mengarah pada persetujuan akan pernyataan yang diajukan. Hal itu menunjukkan bahwa responden merasa bahwa *mobile payment* sesuai dengan kebutuhan yang ada.

Tabel 4.4. Tabel Analisis Statistik COM

Indikator	Skala Pengukuran														Modus
	1		2		3		4		5		6		7		
	Frek	%	Frek	%	Frek	%	Frek	%	Frek	%	Frek	%	Frek	%	
COM1	1	0,25	2	0,51	9	2,27	51	12,9	85	21,5	114	28,8	134	33,8	7
COM2	0	0	0	0	3	0,76	27	6,82	78	19,7	145	36,6	143	36,1	6
COM3	0	0	2	0,51	6	1,52	38	9,6	83	21	134	33,8	133	33,6	6

2. Frekuensi jawaban variabel *Innovativeness*

Variabel *inovativeness* didefinisikan sebagai tingkat dimana individu memiliki kecenderungan untuk mengadopsi teknologi baru.

Tabel 4.5. Tabel Analisis Statistik INO

Indikator	Skala Pengukuran														Modus
	1		2		3		4		5		6		7		
	Frek	%	Frek	%	Frek	%	Frek	%	Frek	%	Frek	%	Frek	%	
INO1	1	0,25	12	3,03	33	8,33	48	12,1	109	27,5	111	28	82	20,7	6
INO2	16	4,04	34	8,59	64	16,2	93	23,5	74	18,7	58	14,6	57	14,4	4
INO3	0	0	9	2,27	26	6,57	90	22,7	106	26,8	97	24,5	68	17,2	5

Berdasarkan nilai modus pada Tabel 4.5 jawaban responden mengarah pada persetujuan bahwa seorang individu memiliki kecenderungan untuk mengadopsi teknologi atau fitur baru.

3. Frekuensi jawaban variabel *Performance Expectancy*

Variabel *performance expectancy* didefinisikan sebagai tingkat penggunaan teknologi akan memberikan manfaat bagi pengguna. Pada Tabel 4.6. menunjukkan bahwa frekuensi jawaban terbanyak pada ketiga indikator adalah sangat setuju. Hal ini menunjukkan bahwa responden merasa penggunaan *mobile payment* akan memberikan manfaat bagi pengguna.

Tabel 4.6. Tabel Analisis Statistik PFX

Indikator	Skala Pengukuran														Modus
	1		2		3		4		5		6		7		
	Frek	%	Frek	%	Frek	%	Frek	%	Frek	%	Frek	%	Frek	%	
PFX1	1	0,25	1	0,25	4	1,01	15	3,79	51	12,9	120	30,3	204	51,5	7
PFX2	1	0,25	6	1,52	13	3,28	59	14,9	92	23,2	107	27	118	29,8	7
PFX3	0	0	0	0	3	0,76	18	4,55	71	17,9	150	37,9	154	38,9	7

4. Frekuensi jawaban variabel *Effort Expectancy*

Variabel *effort expectancy* dapat diartikan sebagai tingkat kemudahan terkait penggunaan teknologi oleh pengguna.

Tabel 4.7. Tabel Analisis Statistik EFX

Indikator	Skala Pengukuran												Modus		
	1		2		3		4		5		6			7	
	Frek	%	Frek	%	Frek	%	Frek	%	Frek	%	Frek	%		Frek	%
EFX1	0	0	0	0	2	0,51	9	2,27	58	14,6	183	46,2	144	36,4	6
EFX2	0	0	0	0	0	0	4	1,01	53	13,4	169	42,7	170	42,9	7
EFX3	0	0	0	0	0	0	3	0,76	40	10,1	156	39,4	197	49,7	7
EFX4	0	0	0	0	0	0	4	1,01	39	9,85	170	42,9	183	46,2	7

Berdasarkan Tabel 4.7. frekuensi jawaban terbanyak pada variabel *effort expectancy* yaitu sangat setuju dan setuju. Hal ini menunjukkan bahwa responden merasa tingkat kemudahan terkait penggunaan *mobile payment* masih dalam batas yang dapat ditoleransi.

5. Frekuensi jawaban variabel *Social Influence*
Social influence merupakan variabel yang mengukur tingkat anggapan pengguna bahwa teknologi tersebut penting. Seperti yang tertera pada Tabel 4.8, frekuensi pilihan jawaban responden mengarah pada persetujuan akan anggapan bahwa *mobile payment* itu penting.

Tabel 4.8. Tabel Analisis Statistik SIN

Indikator	Skala Pengukuran												Modus		
	1		2		3		4		5		6			7	
	Frek	%	Frek	%	Frek	%	Frek	%	Frek	%	Frek	%		Frek	%
SIN1	3	0,76	9	2,27	16	4,04	49	12,4	78	19,7	133	33,6	108	27,3	6
SIN2	55	13,9	65	16,4	83	21	79	19,9	43	10,9	43	10,9	28	7,07	4
SIN3	15	3,79	33	8,33	46	11,6	60	15,2	83	21	104	26,3	55	13,9	6

6. Frekuensi jawaban variabel *Facilitating Conditions*
 Variabel *facilitating conditions* mengacu pada persepsi pengguna tentang sumber daya dan dukungan yang tersedia.

Tabel 4.9. Tabel Analisis Statistik FCO

Indikator	Skala Pengukuran												Modus		
	1		2		3		4		5		6			7	
	Frek	%	Frek	%	Frek	%	Frek	%	Frek	%	Frek	%		Frek	%
FCO1	5	1,26	9	2,27	31	7,83	60	15,2	74	18,7	123	31,1	94	23,7	6
FCO2	9	2,27	15	3,79	31	7,83	110	27,8	88	22,2	85	21,5	58	14,6	4
FCO3	0	0	0	0	0	0	4	1,01	23	5,81	113	28,5	256	64,6	7

Berdasarkan Tabel 4.9, dapat dilihat bahwa jawaban responden mengarah pada persetujuan akan persepsi pengguna tentang sumber daya dan dukungan yang tersedia pada aplikasi *mobile payment*.

7. Frekuensi jawaban variabel *Hedonic Motivation*

Variabel *hedonic motivation* didefinisikan sebagai kesenangan yang berasal dari penggunaan teknologi dan terbukti memainkan peran penting dalam menentukan penerimaan dan penggunaan teknologi.

Tabel 4.10. Tabel Analisis Statistik HMO

Indikator	Skala Pengukuran														Modus
	1		2		3		4		5		6		7		
	Frek	%	Frek	%	Frek	%	Frek	%	Frek	%	Frek	%	Frek	%	
HMO1	0	0	0	0	3	0,76	21	5,3	65	16,4	148	37,4	159	40,2	7
HMO2	0	0	0	0	0	0	12	3,03	77	19,4	148	37,4	159	40,2	7
HMO3	0	0	0	0	2	0,51	16	4,04	82	20,7	146	36,9	150	37,9	7

Berdasarkan Tabel 4.10 dapat dilihat bahwa frekuensi pilihan jawaban terbanyak dari semua indikator pada variabel *hedonic motivation* adalah sangat setuju. Hal ini menunjukkan adanya kecenderungan positif terhadap kesenangan yang berasal dari penggunaan teknologi. Semakin senang pengguna dalam penggunaan *mobile payment*, maka semakin tinggi tingkat penerimaan dan penggunaan *mobile payment*.

8. Frekuensi jawaban variabel *Price Value*

Variabel *price value* mengukur keuntungan yang didapatkan dari penggunaan dan biaya untuk menggunakannya. Tabel 4.11 menunjukkan bahwa modus dari semua indikator pada variabel *price value* adalah sangat setuju. Hal ini bahwa responden memiliki persepsi yang sama bahwa penggunaan *mobile payment* mendatangkan keuntungan.

Tabel 4.11. Tabel Analisis Statistik PVA

Indikator	Skala Pengukuran														Modus
	1		2		3		4		5		6		7		
	Frek	%	Frek	%	Frek	%	Frek	%	Frek	%	Frek	%	Frek	%	
PVA1	0	0	0	0	6	1,52	27	6,82	108	27,3	123	31,1	132	33,3	7
PVA2	0	0	0	0	4	1,01	17	4,29	80	20,2	147	37,1	148	37,4	7
PVA3	1	0,25	0	0	3	0,76	9	2,27	27	6,82	105	26,5	251	63,4	7

9. Frekuensi jawaban variabel *Perceived Technology Security*

Variabel *perceived technology security* adalah tingkat kepercayaan untuk melakukan transaksi dan mengirimkan informasi sensitif melalui internet. Berdasarkan Tabel 4.12, modus pada ketiga indikator adalah setuju dan cukup setuju. Hal ini menunjukkan bahwa responden memilih untuk percaya untuk melakukan transaksi dan mengirimkan informasi sensitif melalui internet.

Tabel 4.12. Tabel Analisis Statistik PTS

Indikator	Skala Pengukuran														Modus
	1		2		3		4		5		6		7		
	Frek	%	Frek	%	Frek	%	Frek	%	Frek	%	Frek	%	Frek	%	
PTS1	3	0,76	15	3,79	42	10,6	75	18,9	115	29	91	23	55	13,9	5
PTS2	0	0	10	2,53	32	8,08	66	16,7	106	26,8	114	28,8	68	17,2	6
PTS3	2	0,51	14	3,54	34	8,59	83	21	96	24,2	113	28,5	54	13,6	6

10. Frekuensi jawaban variabel *Behaviour Intention to Adopt*

Variabel *behavioural intention to adopt* atau intensi perilaku dimaknai sebagai persepsi kemungkinan pengguna untuk kembali menggunakan suatu teknologi.

Tabel 4.13. Tabel Analisis Statistik BIA

Indikator	Skala Pengukuran														Modus
	1		2		3		4		5		6		7		
	Frek	%	Frek	%	Frek	%	Frek	%	Frek	%	Frek	%	Frek	%	
BIA1	3	0,76	2	0,51	6	1,52	23	5,81	68	17,2	133	33,6	161	40,7	7
BIA2	2	0,51	5	1,26	19	4,8	62	15,7	75	18,9	98	24,7	135	34,1	7
BIA3	4	1,01	10	2,53	27	6,82	83	21	101	25,5	70	17,7	101	25,5	5 dan 7

Berdasarkan data frekuensi jawaban untuk tiga indikator dari variabel *behaviour intention to adopt* seperti yang

tertera pada Tabel 4.13, pilihan jawaban terbanyak adalah sangat setuju. Hal ini menunjukkan bahwa responden memiliki persepsi yang sama terhadap kemungkinan pengguna untuk kembali menggunakan *mobile payment*.

11. Frekuensi jawaban variabel *Behaviour Intention to Recommend*

Variabel *behaviour intention to recommend* didefinisikan sebagai intensi atau minat pengguna yang tinggi untuk mengadopsi teknologi baru dan cenderung menjadi pelanggan serta ingin merekomendasikan teknologi tersebut ke orang lain. Tabel 4.14 menunjukkan bahwa modus dari semua indikator pada variabel *behaviour intention to recommend* adalah sangat setuju dan setuju. Hal ini menunjukkan adanya kecenderungan positif bagi pengguna baru untuk menjadi pelanggan dan keinginan untuk merekomendasikan *mobile payment* ke orang lain.

Tabel 4.14. Tabel Analisis Statistik BIR

Indikator	Skala Pengukuran														Modus
	1		2		3		4		5		6		7		
	Frek	%	Frek	%	Frek	%	Frek	%	Frek	%	Frek	%	Frek	%	
BIM1	0	0	7	1,77	11	2,78	70	17,7	95	24	112	28,3	101	25,5	6
BIM2	1	0,25	1	0,25	6	1,52	30	7,58	76	19,2	131	33,1	151	38,1	7

Halaman ini sengaja dikosongkan

BAB V HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada bab hasil dan pembahasan akan dijabarkan mengenai hasil pengujian dan pembahasan model baik secara struktural maupun pengukuran. Hasil pengujian didasarkan pada tahapan-tahapan pada metodologi penelitian.

5.1 Hasil Pengujian

Hasil pengujian untuk masing-masing tahapan metodologi penelitian dapat dilihat dibawah ini. Pengujian yang dilakukan meliputi uji pre-processing data, uji asumsi klasik, uji *confirmatory factor analysis*, dan uji kecocokan model.

5.1.1 Hasil Uji Pre-Processing Data

Dalam tahapan Uji Pre-Processing Data dilakukan uji validitas dan uji reliabilitas kuesioner. Hasil uji validitas kuesioner dan uji reliabilitas kuesioner tertera dibawah ini.

1. Uji Validitas Kuesioner

Uji validitas kuesioner bertujuan untuk menentukan apakah data telah tepat sasaran atau sesuai dengan tujuan penelitian. Sedangkan Uji Reliabilitas dilakukan untuk mengukur konsistensi data. Diambil data sebanyak 50 responden secara acak untuk uji validitas dan uji reliabilitas. Pada Tabel 5.1 berikut ditampilkan perbandingan antara nilai r hitung dengan nilai tabel r.

Tabel 5.1. Uji Validitas Kuesioner

Indikator	Nilai r hitung	Nilai tabel r	Keterangan
EFX1	0.566	0.2732	Valid
EFX2	0.630	0.2732	Valid
EFX3	0.696	0.2732	Valid
EFX4	0.645	0.2732	Valid
FCO1	0.481	0.2732	Valid
FCO2	0.411	0.2732	Valid
FCO3	0.435	0.2732	Valid
COM1	0.684	0.2732	Valid
COM2	0.698	0.2732	Valid

Indikator	Nilai r hitung	Nilai tabel r	Keterangan
COM3	0.754	0.2732	Valid
HMO1	0.791	0.2732	Valid
HMO2	0.779	0.2732	Valid
HMO3	0.794	0.2732	Valid
PVA1	0.581	0.2732	Valid
PVA2	0.633	0.2732	Valid
PVA3	0.565	0.2732	Valid
PFX1	0.548	0.2732	Valid
PFX2	0.585	0.2732	Valid
PFX3	0.712	0.2732	Valid
PTS1	0.565	0.2732	Valid
PTS2	0.605	0.2732	Valid
PTS3	0.605	0.2732	Valid
SIN1	0.493	0.2732	Valid
SIN2	0.419	0.2732	Valid
SIN3	0.283	0.2732	Valid
INO1	0.679	0.2732	Valid
INO2	0.565	0.2732	Valid
INO3	0.530	0.2732	Valid
BIA1	0.593	0.2732	Valid
BIA2	0.752	0.2732	Valid
BIA3	0.750	0.2732	Valid
BIR1	0.768	0.2732	Valid
BIR2	0.494	0.2732	Valid

Berdasarkan perbandingan diatas diketahui bahwa keseluruhan nilai r perhitungan dari tiap item pernyataan lebih besar dari nilai tabel hitung r, sehingga kuesioner tersebut dinyatakan valid.

2. Uji Reliabilitas Kuesioner

Uji reliabilitas dilakukan dengan melihat nilai *cronbach's alpha* dari data yang dihasilkan. Suatu kuesioner akan dinyatakan reliable jika nilai *cronbach alpha* di atas 0,6 (Sujarweni, 2014). Setelah dilakukan penghitungan diketahui bahwa nilai *cronbach's alpha* pada kuesioner tersebut yaitu 0.942. Berdasarkan hasil tersebut, maka

semua item pernyataan pada kuesioner dinyatakan reliabel atau konsisten.

5.1.2 Hasil Uji Asumsi Klasik

Dalam tahapan uji asumsi klasik, dilakukan dua pengujian yaitu uji normalitas dan uji multikolinearitas. Hasil uji normalitas dan uji multikolinearitas tertera dibawah ini.

1. Uji Normalitas

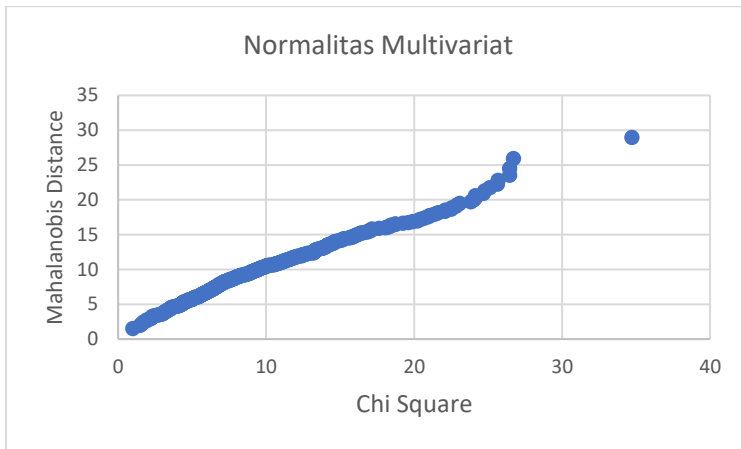
Dilakukan uji normalitas univariat dan multivariat. Sebuah variabel dikatakan memiliki distribusi yang normal apabila nilai $Z_{skewness} \leq \pm 3$ dan nilai $Z_{kurtosis} \leq \pm 8$ (Kline, 2011). Tabel 5.2 merupakan hasil uji normalitas univariat dari setiap variabel laten dengan menggunakan nilai statistik z untuk skewness dan kurtosis.

Tabel 5.2. Tabel Hasil Uji Normalitas

Variabel	Skewness	Std. Error Skewness	Z Skewness	Kurtosis	Std. Error Kurtosis	Z Kurtosis	Ket.
EFX	-0.36	0.123	-2.93	-0.75	0.245	-3.08	Normal
FCO	-0.29	0.123	-2.39	-0.37	0.245	-1.51	Normal
COM	-0.34	0.123	-2.76	-0.83	0.245	-3.40	Normal
HMO	-0.34	0.123	-2.77	-0.99	0.245	-4.04	Normal
PVA	-0.35	0.123	-2.80	-0.88	0.245	-3.59	Normal
PFX	-0.34	0.123	-2.74	-0.81	0.245	-3.32	Normal
PTS	-0.36	0.123	-2.93	-0.50	0.245	-2.03	Normal
SIN	-0.24	0.123	-1.97	-0.10	0.245	-0.42	Normal
INO	-0.35	0.123	-2.85	-0.23	0.245	-0.92	Normal
BIA	-0.32	0.123	-2.62	-0.78	0.245	-3.20	Normal
BIR	-0.34	0.123	-2.79	-0.80	0.245	-3.27	Normal

Dari Tabel 5.2, dapat diketahui bahwa semua variabel memenuhi standar uji normalitas univariat. Hal ini membuktikan bahwa distribusi data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal atau grafik histogramnya.

Dilakukan juga uji normalitas multivariat yang diukur menggunakan grafik *scatterplot* dari nilai *Mahalanobis Distance* dan *Chi-Square*. Berdasarkan hasil diagram pada Gambar 5.1, dapat diketahui bahwa semua variabel berdistribusi normal multivariat dikarenakan hasil *scatter plot* membentuk garis lurus melebihi nilai 0.6 pada sumbu *chi square* dan melebihi nilai 17.5 pada sumbu *Mahalanobis Distance*. Hal itu sesuai dengan ketentuan normalitas multivariat, dimana *scatter plot* membentuk garis lurus lebih dari 50% jarak *chi square* dan *mahalanobis*.



Gambar 5.1. Normalitas Sumbu Mahalanobis

Untuk melakukan pengujian terhadap normalitas multivariat juga bisa dilakukan dengan mengukur koefisien korelasi dari poin yang ada pada Q-Q plot. Semua variabel dikatakan normal multivariat apabila $r - hitung > r - tabel$. Untuk ukuran sampel di atas 300 maka nilai r -tabel untuk Q-Q plot yang dianggap normal multivariat adalah 0.9935 (Johnson and Wichern, 2007). Berdasarkan hasil output pada program SPSS, nilai Pearson Correlation yaitu 0.9940 sehingga dapat ditarik kesimpulan bahwa data yang diuji telah normal multivariat.

2. Uji Multikolinearitas

Dilakukan uji multikolinearitas dengan menggunakan *software* SPSS. Sebuah model regresi dikatakan tidak saling berkorelasi antar variabel bebas dalam persamaan regresi jika nilai *tolerance* > 0.1 dan nilai VIF < 10 (Hair *et al.*, 2013).

Tabel 5.3. Tabel Hasil Uji Multikolinearitas

Variabel	Tolerance	VIF
EFX	0.552	1.813
FCO	0.692	1.445
COM	0.470	2.126
HMO	0.466	2.145
PVA	0.588	1.700
PFX	0.536	1.865
PTS	0.728	1.374
SIN	0.813	1.230
INO	0.686	1.459
BIA	0.451	2.217

Pada Tabel 5.3 menunjukkan bahwa nilai *tolerance* pada semua variabel yaitu lebih dari 0.1 dan nilai VIF pada semua variabel kurang dari 10. Berdasarkan hal itu, dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi multikolinearitas antar variabel independen dalam model regresi.

5.1.3 Hasil Confirmatory Factor Analysis

Confirmatory factor analysis bertujuan untuk mengevaluasi hubungan antara konstruk atau variabel dengan indikator (Bachrudin and Tobing, 2003). Uji *confirmatory factor analysis* (CFA) meliputi uji validitas instrumen atau indikator dan uji reliabilitas instrumen. Hasil pengujian validitas instrumen dapat dilihat pada Sub-Bab 5.1.3.1 dan hasil uji reliabilitas instrumen pada Sub-Bab 5.1.3.2. Terkait detail hasil uji CFA yang telah dilakukan penghapusan terhadap variabel yang tidak sesuai dengan kriteria, tertera pada Lampiran C.

5.1.3.1 Hasil Uji Validitas Instrumen

Sebuah model pengukuran dikatakan valid apabila nilai *t-value* lebih besar dari nilai *r* kritis, yaitu ≥ 1.96 , *unstandardized loading factors* dari variabel-variabel laten memenuhi syarat yang baik, yaitu ≥ 0.50 dan nilai *critical ratio* dua kali lebih besar dari *standard error*. Berikut ini pengujian validitas instrumen pada masing-masing variabel.

1. Variabel *Effort Expectancy* (EFX)

Variabel *effort expectancy* diukur oleh empat variabel teramati atau indikator, seperti pada Tabel 5.4.

Tabel 5.4. Tabel Validitas Instrumen EFX

Instrumen	<i>t-value</i>	<i>Estimates Loading Factor</i>	<i>Error</i>	<i>Critical Ratio</i>	Ket.
EFX1	14.31	0.53	0.34	1.56	Valid
EFX2	17.62	0.57	0.21	2.71	Valid
EFX3	18.90	0.57	0.16	3.56	Valid
EFX4	16.76	0.53	0.21	2.52	Valid

Berdasarkan *output* Lisrel hasil olahan peneliti pada Tabel 5.15, tidak ada indikator yang memiliki nilai *estimate loading factor* kurang dari 0.5 dan *t-value* kurang dari 1.96. Sehingga, keempat indikator pada variabel *effort expectancy* dapat dikatakan valid dan sudah memenuhi syarat validitas yang baik. Seluruh indikator juga memiliki nilai *critical ratio* dua kali lebih besar dari *standard error* yang menunjukkan bahwa indikator secara benar telah mengukur apa yang seharusnya diukur pada model yang disajikan.

2. Variabel *Facilitating Conditions* (FCO)

Variabel *facilitating conditions* diukur oleh 3 instrumen atau indikator, seperti yang tertera pada Tabel 5.5.

Tabel 5.5. Tabel Validitas Instrumen FCO

Instrumen	<i>t-value</i>	<i>Estimate Loading Factors</i>	<i>Error</i>	<i>Critical Ratio</i>	Ket.
FCO1	8.46	0.67	1.56	0.43	Valid
FCO2	7.75	0.62	1.69	0.37	Valid
FCO3	10.46	0.37	0.28	1.32	Tidak Valid

Tabel 5.5 menunjukkan bahwa *estimate loading factors* dan *t-value* dua indikator pada variabel *facilitating conditions* bernilai ≥ 0.5 . dan ≥ 1.96 . Indikator FCO3 yang tidak memenuhi nilai minimal *estimate loading factor*, disarankan untuk menghapus agar dapat menginterpretasikan model dengan baik (Sharma, 1996). Selain itu, terdapat dua indikator yang kurang dapat mengukur secara benar pada model yang disajikan, dikarenakan nilai *critical ratio* tidak dua kali lebih besar dari *standard error*. Sehingga, indikator FCO3 diputuskan untuk dihapus, dimana hasil uji validitas dapat dilihat pada Tabel 5.6.

Tabel 5.6. Tabel FCO Hapus FCO3

Instrumen	<i>t-value</i>	<i>Estimate Loading Factors</i>	<i>Error</i>	<i>Critical Ratio</i>	Ket.
FCO1	11.30	0.98	1.05	0.93	Valid
FCO2	10.90	0.95	1.19	0.80	Valid

Setelah menghapus variabel, maka *estimate loading factor* dan *t-value* sudah memenuhi uji validitas yang baik. Namun, semua indikator kurang dapat mengukur secara benar pada model yang disajikan, karena *critical ratio* tidak dua kali lebih besar dari *standard error*.

3. Variabel *Compatibility* (COM)

Output pengolahan data dalam pengujian validitas instrumen dapat dilihat pada Tabel 5.7.

Tabel 5.7. Tabel Validitas Instrumen COM

Instrumen	<i>t-value</i>	<i>Estimate Loading Factors</i>	<i>Error</i>	<i>Critical Ratio</i>	<i>Ket.</i>
COM1	13.85	0.77	0.77	1.00	Valid
COM2	14.63	0.65	0.47	1.38	Valid
COM3	16.69	0.82	0.46	1.78	Valid

Seluruh indikator pada variabel *compatibility* memiliki nilai *estimate loading factor* ≥ 0.5 dan *t-value* ≥ 1.96 . Berdasarkan hal itu, dapat dikatakan bahwa ketiga indikator telah memenuhi syarat validitas yang baik. Terdapat 2 indikator yang nilai *critical ratio* dua kali lebih besar dari *standard error*. Maka dari itu, mayoritas indikator pada variabel *compatibility* secara benar telah mengukur apa yang seharusnya diukur pada model penelitian.

4. Variabel *Hedonic Motivation* (HMO)

Variabel *hedonic motivation* diukur oleh tiga variabel teramati atau indikator, seperti pada Tabel 5.8.

Tabel 5.8. Tabel Validitas Instrumen HMO

Instrumen	<i>t-value</i>	<i>Estimates Loading Factors</i>	<i>Error</i>	<i>Critical Ratio</i>	<i>Ket.</i>
HMO1	18.92	0.75	0.27	2.78	Valid
HMO2	17.86	0.66	0.26	2.54	Valid
HMO3	17.18	0.68	0.32	2.12	Valid

Berdasarkan *output* Lisrel hasil olahan peneliti pada Tabel 5.8, tidak ada indikator yang memiliki nilai *estimate loading factor* kurang dari 0.5 dan *t-value* kurang dari 1.96. Sehingga, ketiga indikator pada variabel *hedonic motivation* dapat dikatakan telah valid. Seluruh indikator juga memiliki nilai *critical ratio* dua kali lebih besar dari *standard error* yang menunjukkan bahwa

indikator secara benar telah mengukur apa yang seharusnya diukur pada model yang disajikan.

5. Variabel *Price Value* (PVA)

Variabel *price value* diukur oleh 3 instrumen atau indikator, seperti pada Tabel 5.9.

Tabel 5.9. Tabel Validitas Instrumen PVA

Instrumen	<i>t-value</i>	<i>Estimates Loading Factors</i>	<i>Error</i>	<i>Critical Ratio</i>	Ket.
PVA1	15.55	0.75	0.43	1.77	Valid
PVA2	16.28	0.72	0.32	2.25	Valid
PVA3	6.58	0.30	0.60	0.50	Tidak Valid

Tabel 5.9 menunjukkan bahwa *estimate loading factor* seluruh indikator pada variabel *price value* bernilai ≥ 0.5 . Semua indikator juga memiliki nilai *t-value* ≥ 1.96 yang menguatkan bahwa indikator-indikator pada variabel *price value* valid dan sudah memenuhi syarat validitas yang baik. Namun, terdapat satu indikator yang kurang dapat mengukur secara benar pada model yang disajikan, dikarenakan nilai *critical ratio* tidak dua kali lebih besar dari *standard error*. Kedua indikator lainnya, yaitu PVA1 dan PVA2 secara benar telah mengukur apa yang seharusnya diukur pada model yang disajikan. Indikator PVA3 yang tidak memenuhi syarat *estimate loading factor* disarankan untuk dihapus agar dapat menginterpretasikan model dengan baik. Hasil pengujian usai penghapusan indikator dapat dilihat pada Tabel 5.10.

Tabel 5.10. Tabel Pengujian Penghapusan PVA3

Instrumen	<i>t-value</i>	<i>Estimates Loading Factors</i>	<i>Error</i>	<i>Critical Ratio</i>	Ket.
PVA1	15.45	0.76	0.42	1.81	Valid
PVA2	16.50	0.74	0.29	2.55	Valid

Setelah menghapus variabel, maka *estimate loading factor* dan *t-value* sudah memenuhi uji validitas yang baik. Semua indikator juga dapat mengukur secara benar pada model yang disajikan, dikarenakan nilai *critical ratio* dua kali lebih besar dari *standard error*.

6. Variabel *Performance Expectancy* (PFX)

Output pengolahan data dalam pengujian validitas instrumen dapat dilihat pada Tabel 5.11.

Tabel 5.11. Tabel Validitas Instrumen PFX

Instrumen	<i>t-value</i>	<i>Estimates Loading Factors</i>	<i>Error</i>	<i>Critical Ratio</i>	Ket.
PFX1	10.68	0.53	0.65	0.82	Valid
PFX2	13.18	0.82	0.90	0.91	Valid
PFX3	15.00	0.66	0.38	1.74	Valid

Seluruh indikator variabel *performance expectancy* pada Tabel 5.20 memiliki nilai *estimate loading factor* ≥ 0.5 dan *t-value* ≥ 1.96 . Berdasarkan hal itu, dapat dikatakan bahwa ketiga indikator telah memenuhi syarat validitas yang baik. Namun, hanya terdapat 1 indikator yang nilai *critical ratio* dua kali lebih besar dari *standard error*.

7. Variabel *Perceived Technology Security* (PTS)

Variabel *perceived technology security* diukur oleh tiga variabel teramati, seperti yang tertera pada Tabel 5.12.

Tabel 5.12. Tabel Validitas Instrumen PFX

Instrumen	<i>t-value</i>	<i>Estimates Loading Factors</i>	<i>Error</i>	<i>Critical Ratio</i>	Ket.
PTS1	18.84	1.10	0.65	1.67	Valid
PTS2	22.94	1.18	0.25	4.72	Valid
PTS3	20.71	1.15	0.46	2.50	Valid

Tabel 5.12 menunjukkan bahwa ketiga indikator pada variabel *perceived technology security* memiliki nilai *estimate loading factors* ≥ 0.5 . Semua indikator juga

memiliki nilai *t-value* ≥ 1.96 yang menguatkan bahwa indikator-indikator pada variabel *perceived technology security* valid dan sudah memenuhi syarat validitas yang baik. Ketiga indikator juga memiliki nilai *critical ratio* dua kali lebih besar dari *standard error* yang menunjukkan bahwa indikator secara benar telah mengukur apa yang seharusnya diukur pada model yang disajikan.

8. Variabel *Social Influence* (SIN)

Output pengolahan data dalam pengujian validitas instrumen dapat dilihat pada Tabel 5.13.

Tabel 5.13. Tabel Validitas Instrumen SIN

Instrumen	<i>t-value</i>	<i>Estimates Loading Factors</i>	<i>Error</i>	<i>Critical Ratio</i>	Ket.
SIN1	11.67	0.90	0.83	1.08	Valid
SIN2	10.03	1.04	2.09	0.50	Valid
SIN3	5.86	0.57	2.41	0.24	Valid

Berdasarkan Tabel 5.13 dapat dilihat bahwa seluruh indikator pada variabel *social influence* memiliki nilai *estimate loading factor* ≥ 0.5 dan *t-value* ≥ 1.96 . Berdasarkan hal itu, ketiga indikator telah memenuhi syarat validitas yang baik. Hanya terdapat 1 indikator yang nilai *critical ratio* tidak dua kali lebih besar dari *standard error*. Maka dari itu, mayoritas indikator pada variabel *social influence* secara benar telah mengukur apa yang seharusnya diukur pada model yang disajikan.

9. Variabel *Innovativeness* (INO)

Variabel *innovativeness* diukur oleh 3 instrumen atau indikator, seperti yang tertera pada Tabel 5.14.

Tabel 5.14. Tabel Validitas Instrumen INO

Instrumen	<i>t-value</i>	<i>Estimates Loading Factors</i>	<i>Error</i>	<i>Critical Ratio</i>	Ket.
INO1	17.93	1.13	0.51	2.22	Valid

INO2	11.94	0.99	1.75	0.57	Valid
INO3	14.01	0.87	0.85	1.02	Valid

Tabel 5.14 menunjukkan bahwa seluruh indikator pada variabel *innovativeness* memiliki nilai *estimate loading factor* ≥ 0.5 . Ketiga indikator juga memiliki nilai *t-value* ≥ 1.96 yang menguatkan bahwa indikator-indikator pada variabel *innovativeness* valid dan sudah memenuhi syarat validitas yang baik. Namun, hanya ada satu indikator yang dapat mengukur secara benar pada model yang disajikan, dikarenakan kedua indikator lainnya memiliki nilai *critical ratio* tidak dua kali lebih besar dari *standard error*.

10. Variabel *Behaviour Intention to Adopt* (BIA)

Variabel *behaviour intention to adopt* diukur oleh tiga variabel teramati, seperti yang tertera pada Tabel 5.15.

Tabel 5.15. Tabel Validitas Instrumen BIA

Instrumen	<i>t-value</i>	<i>Estimates Loading Factors</i>	<i>Error</i>	<i>Critical Ratio</i>	Ket.
BIA1	10.75	0.58	0.88	0.66	Valid
BIA2	21.56	1.18	0.38	3.10	Valid
BIA3	20.08	1.20	0.57	2.10	Valid

Berdasarkan *output* Lisrel hasil olahan peneliti pada Tabel 5.15, tidak ada indikator yang memiliki nilai *estimate loading factor* kurang dari 0.5 dan *t-value* kurang dari 1.96. Sehingga, ketiga indikator pada variabel *behaviour intention to adopt* dapat dikatakan valid dan sudah memenuhi syarat validitas yang baik. Dua dari tiga indikator juga memiliki nilai *critical ratio* dua kali lebih besar dari *standard error* yang menunjukkan bahwa mayoritas indikator secara benar telah mengukur apa yang seharusnya diukur pada model yang disajikan.

11. Variabel *Behaviour Intention to Recommend* (BIR)

Variabel *behaviour intention to recommend* diukur oleh dua instrumen atau indikator, seperti yang tertera pada Tabel 5.16.

Tabel 5.16. Tabel Validitas Instrumen BIR

Instrumen	<i>t-value</i>	<i>Estimates Loading Factors</i>	<i>Error</i>	<i>Critical Ratio</i>	<i>Ket.</i>
BIR1	17.31	1.09	0.31	3.52	Valid
BIR2	9.17	0.49	0.88	0.56	Valid

Tabel 5.16 menunjukkan bahwa indikator-indikator pada variabel *behaviour intention to recommend* telah memenuhi syarat validitas yang baik. Meskipun salah satu indikator memiliki nilai *estimate loading factors* ≤ 0.5 , tetapi masih dapat diterima, dikarenakan 0.49 masih dikategorikan sebagai nilai marginal (*Sharma, 1996*). Semua indikator memiliki nilai *t-value* ≥ 1.96 yang menguatkan bahwa indikator-indikator pada variabel *behaviour intention to recommend* valid dan sudah memenuhi syarat validitas yang baik. Namun, hanya satu indikator yang memiliki nilai *critical ratio* dua kali lebih besar dari *standard error* yang menunjukkan bahwa tidak semua indikator secara benar dapat mengukur apa yang seharusnya diukur pada model yang disajikan.

5.1.3.2 Hasil Uji Reliabilitas Instrumen

Uji reliabilitas instrumen dilakukan dengan melihat nilai *construct reliability* (CR) dan *variance extracted* (VE) pada masing-masing variabel laten. Sebuah variabel dikatakan akurat apabila CR ≥ 0.6 dan VE ≥ 0.4 (*Fornell and Larcker, 1981*) Berikut ini pengujian reliabilitas instrumen pada masing-masing variabel. Lembar penghitungan selengkapnya terlampir pada Lampiran D.

1. Variabel *Effort Expectancy* (EFX)

Output pengolahan data dalam pengujian reliabilitas instrumen variabel EFX dapat dilihat pada Tabel 5.17.

Tabel 5.17. Tabel Reliabilitas Instrumen EFX

Instrumen	Standardized Loading Factors	Error	Reliabilitas		Ket.
			CR ≥ 0.6	VE ≥ 0.4	
EFX1	0.65	0.58	0.84	0.57	Akurat
EFX2	0.78	0.40			
EFX3	0.83	0.30			
EFX4	0.76	0.42			

Tabel 5.17 menunjukkan bahwa indikator-indikator pada variabel *effort expectancy* memiliki reliabilitas yang baik, dikarenakan nilai CR ≥ 0.6 dan nilai VE ≥ 0.4 . Berdasarkan dua pengujian yang telah dilakukan, yaitu uji validitas instrumen dan uji reliabilitas instrumen, menunjukkan bahwa validitas dan reliabilitas pada variabel *effort expectancy* adalah akurat dan dapat disertakan dalam pengujian model selanjutnya.

2. Variabel *Facilitating Conditions* (FCO)

Output pengolahan data dalam pengujian reliabilitas instrumen variabel FCO dapat dilihat pada Tabel 5.18.

Tabel 5.18. Tabel Reliabilitas Instrumen FCO

Instrumen	Standardized Loading Factors	Error	Reliabilitas		Ket.
			CR ≥ 0.6	VE ≥ 0.4	
FCO1	0.66	0.57	0.63	0.46	Akurat
FCO2	0.69	0.52			

Berdasarkan Tabel 5.18 dapat dilihat bahwa nilai CR maupun VE telah memenuhi syarat reliabilitas yang baik. Berdasarkan uji validitas instrumen dan uji reliabilitas instrumen, dapat dikatakan bahwa variabel *facilitating conditions* telah valid dan akurat, sehingga dapat disertakan dalam pengujian model selanjutnya.

3. Variabel *Compatibility* (COM)

Terdapat tiga instrumen atau indikator pada variabel *compatibility*, seperti yang tertera pada Tabel 5.19.

Tabel 5.19. Tabel Reliabilitas Instrumen COM

Instrumen	Standardized Loading Factors	Error	Reliabilitas		Ket.
			CR ≥ 0.6	VE ≥ 0.4	
COM1	0.67	0.55	0.75	0.50	Akurat
COM2	0.69	0.52			
COM3	0.76	0.42			

Berdasarkan penghitungan *construct reliability* dan *variance extracted* pada Tabel 5.19, semua indikator telah reliabel atau konsisten. Hal itu dikarenakan, nilai CR dan nilai VE diatas ketentuan minimal yang telah ditentukan. Setelah melakukan pengujian validitas dan realibilitas instrumen, diketahui bahwa variabel *compatibility* valid dan akurat, sehingga dapat disertakan dalam pengujian model selanjutnya.

4. Variabel *Hedonic Motivation* (HMO)

Output pengolahan data dalam pengujian reliabilitas instrumen dapat dilihat pada Tabel 5.20.

Tabel 5.20. Tabel Reliabilitas Instrumen HMO

Instrumen	Standardized Loading Factors	Error	Reliabilitas		Ket.
			CR ≥ 0.6	VE ≥ 0.4	
HMO1	0.82	0.32	0.84	0.63	Akurat
HMO2	0.79	0.37			
HMO3	0.77	0.41			

Tabel 5.20 menunjukkan bahwa indikator-indikator pada variabel *hedonic motivation* memiliki reliabilitas yang baik. Berdasarkan dua pengujian yang telah dilakukan, yaitu uji validitas instrumen dan uji reliabilitas instrumen, menunjukkan bahwa variabel *hedonic motivation* telah valid dan akurat sehingga dapat disertakan dalam pengujian model selanjutnya.

5. Variabel *Price Value* (PVA)

Output pengolahan data dalam pengujian reliabilitas instrumen pada variabel PVA tertera pada Tabel 5.17.

Tabel 5.21. Tabel Reliabilitas Instrumen PVA

Instrumen	Standardized Loading Factors	Error	Reliabilitas		Ket.
			CR ≥ 0.6	VE ≥ 0.4	
PVA1	0.75	0.44	0.76	0.62	Akurat
PVA2	0.82	0.32			

Berdasarkan Tabel 5.21 dapat dilihat bahwa nilai CR dan VE telah memenuhi syarat reliabilitas. Setelah melakukan uji validitas dan uji reliabilitas, dapat ditarik kesimpulan bahwa variabel *price value* telah valid dan akurat dan dapat disertakan dalam pengujian model selanjutnya.

6. Variabel *Performance Expectancy* (PFX)

Output pengolahan data dalam pengujian reliabilitas instrumen dapat dilihat pada Tabel 5.22.

Tabel 5.22. Tabel Reliabilitas Instrumen PFX

Instrumen	Standardized Loading Factors	Error	Reliabilitas		Ket.
			CR ≥ 0.6	VE ≥ 0.4	
PFX1	0.52	0.73	0.68	0.42	Akurat
PFX2	0.66	0.56			
PFX3	0.74	0.45			

Tabel 5.22 menunjukkan bahwa indikator-indikator pada variabel *hedonic motivation* memiliki nilai CR dan VE diatas ketentuan. Berdasarkan dua pengujian yang telah dilakukan, yaitu uji validitas instrumen dan uji reliabilitas instrumen, menunjukkan bahwa variabel *performance expectancy* telah valid dan akurat sehingga dapat disertakan dalam pengujian model selanjutnya.

7. Variabel *Perceived Technology Security* (PTS)

Terdapat tiga instrumen atau indikator pada variabel *compatibility*, seperti yang tertera pada Tabel 5.23.

Tabel 5.23. Tabel Reliabilitas Instrumen PTS

Instrumen	Standardized Loading Factors	Error	Reliabilitas		Ket.
			CR ≥ 0.6	VE ≥ 0.4	
PTS1	0.81	0.35	0.90	0.75	Akurat
PTS2	0.92	0.15			
PTS3	0.86	0.26			

Berdasarkan penghitungan *construct reliability* dan *variance extracted* pada Tabel 5.23, semua indikator telah reliabel atau konsisten. Hal itu dikarenakan, nilai CR dan nilai VE diatas ketentuan minimal yang telah ditentukan. Setelah melakukan pengujian validitas dan realibilitas instrumen, diketahui bahwa variabel *perceived technology security* telah valid dan akurat, sehingga dapat disertakan dalam pengujian model selanjutnya.

8. Variabel *Social Influence* (SIN)

Output pengolahan data dalam pengujian reliabilitas instrumen pada variabel SIN tertera pada Tabel 5.17.

Tabel 5.24. Tabel Reliabilitas Instrumen SIN

Instrumen	Standardized Loading Factors	Error	Reliabilitas		Ket.
			CR ≥ 0.6	VE ≥ 0.4	
SIN1	0.70	0.51	0.56	0.32	Tidak Akurat
SIN2	0.59	0.66			
SIN3	0.34	0.89			

Berdasarkan Tabel 5.24 dapat dilihat bahwa nilai CR maupun VE tidak memenuhi syarat reliabilitas. Oleh karena itu, indikator-indikator dengan nilai *standardized loading factors* yang kecil dapat dihapus (Awang, 2011). Jika merereferensikan nilai *standardized loading factors* pada Tabel 5.22, maka indikator yang dihapus yaitu SIN3 dengan nilai 0.34. Tabel 5.25 merupakan hasil pengujian reliabilitas setelah menghilangkan indikator SIN3.

Tabel 5.25. Tabel Reliabilitas Instrumen Setelah Penghapusan SIN3

Instrumen	Standardized Loading Factors	Error	Reliabilitas		Ket.
			CR ≥ 0.6	VE ≥ 0.4	
SIN1	0.74	0.46	0.6	0.43	Akurat
SIN2	0.57	0.68			

Pada tabel 5.25 dapat dilihat bahwa nilai $CR \geq 0.6$ yang berarti indikator-indikator dalam variabel memiliki tingkat konsistensi yang baik. Jika nilai $CR \geq 0.6$, maka $VE \geq 0.4$ diperbolehkan karena variabel masih memenuhi syarat untuk dikatakan reliabel (*Fornell and Larcker, 1981*). Setelah melakukan pengujian validitas instrumen dan dua kali iterasi pada uji reliabilitas instrumen, dapat dikatakan bahwa variabel *social influence* telah valid dan akurat, sehingga dapat disertakan dalam pengujian model selanjutnya.

9. Variabel *Innovativeness*

Terdapat tiga instrumen atau indikator pada variabel *innovativeness*, seperti yang tertera pada Tabel 5.26.

Tabel 5.26. Tabel Reliabilitas Instrumen INO

Instrumen	Standardized Loading Factors	Error	Reliabilitas		Ket.
			CR ≥ 0.6	VE ≥ 0.4	
INO1	0.84	0.29	0.76	0.52	Akurat
INO2	0.61	0.63			
INO3	0.69	0.53			

Berdasarkan penghitungan *construct reliability* dan *variance extracted* pada Tabel 5.26, semua indikator telah reliabel atau konsisten. Hal itu dikarenakan, nilai CR dan nilai VE diatas ketentuan minimal yang telah ditentukan. Setelah melakukan pengujian validitas dan realibilitas instrumen, diketahui bahwa variabel *innovativeness* telah valid dan akurat, sehingga dapat disertakan dalam pengujian model selanjutnya.

10. Variabel *Behaviour Intention to Adopt*

Output pengolahan data dalam pengujian reliabilitas instrumen dapat dilihat pada Tabel 5.27.

Tabel 5.27. Tabel Reliabilitas Instrumen BIA

Instrumen	Standardized Loading Factors	Error	Reliabilitas		Ket.
			CR ≥ 0.6	VE ≥ 0.4	
BIA1	0.53	0.72	0.81	0.59	Akurat
BIA2	0.89	0.21			
BIA3	0.85	0.28			

Tabel 5.27 menunjukkan bahwa seluruh indikator pada variabel *behaviour intention to adopt* memiliki reliabilitas yang baik, dikarenakan nilai CR ≥ 0.6 dan nilai VE ≥ 0.4. Berdasarkan dua pengujian yang telah dilakukan, yaitu uji validitas instrumen dan uji reliabilitas instrumen, menunjukkan bahwa variabel *behaviour intention to adopt* telah valid dan akurat sehingga dapat disertakan dalam pengujian model selanjutnya.

11. Variabel *Behaviour Intention to Recommend*

Terdapat tiga instrumen atau indikator pada variabel *behaviour intention to recommend*, seperti Tabel 5.28.

Tabel 5.28. Tabel Reliabilitas Instrumen BIR

Instrumen	Standardized Loading Factors	Error	Reliabilitas		Ket.
			CR ≥ 0.6	VE ≥ 0.4	
BIR1	0.90	0.20	0.65	0.51	Akurat
BIR2	0.46	0.79			

Berdasarkan penghitungan *construct reliability* dan *variance extracted* pada Tabel 5.28, semua indikator telah akurat. Hal itu dikarenakan, nilai CR dan nilai VE diatas ketentuan minimal yang telah ditentukan. Setelah melakukan pengujian validitas dan realibilitas instrumen, diketahui bahwa variabel *behaviour intention to*

recommend telah valid dan akurat, sehingga dapat disertakan dalam pengujian model selanjutnya.

5.1.4 Hasil Uji Kecocokan Model

Setelah data dinyatakan valid dan reliabel pada tahapan *Confirmatory Factor Analysis*, model akan diuji kesesuaiannya atau *Goodness of Fit* dengan melihat nilai *CMIN/DF*, *Goodness of Fit Index* (GFI), *Adjusted Goodness of Fit Index* (AGFI), *Normal Fit Index* (NFI), *Comparative Fit Index* (CFI), dan *Root Mean Square Error of Approximation* (RMSEA). Uji kecocokan model bertujuan untuk menguji apakah *path diagram* yang dihasilkan sesuai atau tidak berdasarkan indeks pengukuran yang digunakan, dimana keterangan untuk masing-masing indeks pengukuran dapat dilihat pada Sub-Bab 2.8. Terkait detail hasil uji kecocokan model yang telah dilakukan modifikasi pada indeks model, dapat dilihat pada Lampiran E. Hasil uji kecocokan dapat dilihat pada Tabel 5.29.

Tabel 5.29. Tabel Hasil Uji Kecocokan Iterasi 1

Indeks Uji Kecocokan	Hasil	Nilai Cut-Off	Ket.
CMIN/DF	2.26 (CMIN= 909.48 dan DF= 403)	Good Fit ≤ 2.00	Bad Fit
GFI	0.87	Good Fit ≥ 0.9 Acceptable ≥ 0.8	Acceptable Fit
AGFI	0.84	Good Fit ≥ 0.9 Acceptable ≥ 0.85	Bad Fit
NFI	0.95	Good Fit ≥ 0.9	Good Fit
CFI	0.97	Good Fit ≥ 0.9	Good Fit
TLI (NNFI)	0.97	Good Fit ≥ 0.9	Good Fit
RMSEA	0.056	Good Fit ≤ 0.08	Good Fit

Berdasarkan Tabel 5.29, diketahui bahwa *path diagram* masih belum *fit* karena terdapat nilai indeks yang masih berada dibawah nilai *cut-off*. Untuk meningkatkan nilai tersebut, dilakukan modifikasi indeks sesuai dengan saran modifikasi dari *output* perangkat lunak Lisrel. Modifikasi *path diagram*

dilakukan dengan menambah hubungan *error covariance* ke indikator sesuai dengan *modification indices* atau saran modifikasi indeks. Hubungan *error covariance* yang ditambahkan hanya dilakukan pada indikator yang berada pada satu variabel. Penambahan hubungan *error covariance* dilakukan berdasarkan hubungan indikator yang memiliki pengurangan *chi-square* terbesar. Setelah itu, dilakukan kembali uji kesesuaian model untuk mengetahui apakah masih ada indeks yang berada dibawah nilai *cut-off*. Modifikasi akan dihentikan apabila seluruh indeks pada uji kesesuaian telah terpenuhi (Hayduk, 1987). Saran modifikasi indeks untuk menambah *error covariance* pada variabel yang sama terlihat pada Tabel 5.30.

Tabel 5.30. Saran Modifikasi Indeks Iterasi 1

Indikator	Pengurangan pada Chi-Square	Estimasi Baru
$EFX2 \leftrightarrow EFX1$	8.50	0.05
$COM2 \leftrightarrow COM1$	7.90	0.11
$BIA2 \leftrightarrow BIA1$	13.0	0.15
$BIA3 \leftrightarrow BIA1$	21.7	-0.21
$BIA3 \leftrightarrow BIA2$	17.7	0.22
$HMO2 \leftrightarrow HMO1$	25.0	0.14
$HMO3 \leftrightarrow HMO2$	10.8	-0.08
$INO2 \leftrightarrow INO1$	35.6	0.49
$INO3 \leftrightarrow INO1$	69.9	0.52
$INO3 \leftrightarrow INO2$	15.9	0.33

Berdasarkan Tabel 5.30, dapat dilihat bahwa nilai pengurangan pada *chi square* terbesar pada indikator $INO3 \leftrightarrow INO1$, sehingga modifikasi indeks dilakukan pada indikator tersebut. Hasil uji kesesuaian setelah modifikasi dapat dilihat pada Tabel 5.31.

Tabel 5.31. Tabel Hasil Uji Kecocokan Iterasi 2

Indeks Uji Kecocokan	Hasil	Nilai Cut-Off	Ket.
CMIN/DF	2.04	Good Fit ≤ 2.00	Bad Fit

Indeks Uji Kecocokan	Hasil	Nilai Cut-Off	Ket.
	(CMIN= 822.22 dan DF= 402)		
GFI	0.89	Good Fit ≥ 0.9 Acceptable ≥ 0.8	Acceptable Fit
AGFI	0.85	Good Fit ≥ 0.9 Acceptable ≥ 0.85	Acceptable Fit
NFI	0.95	Good Fit ≥ 0.9	Good Fit
CFI	0.98	Good Fit ≥ 0.9	Good Fit
TLI (NNFI)	0.97	Good Fit ≥ 0.9	Good Fit
RMSEA	0.051	Good Fit ≤ 0.08	Good Fit

Berdasarkan Tabel 5.31, dapat dilihat pada iterasi kedua *path diagram* masih belum *fit* dikarenakan nilai CMIN/DF diatas 2. Dilakukan kembali modifikasi indeks dengan menambah indikator pada indikator dalam satu variabel. Pemilihan indikator didasarkan pada saran modifikasi indeks yang menjadi luaran atau *output* aplikasi Lisrel, dimana dapat dilihat pada Tabel 5.32.

Tabel 5.32. Saran Modifikasi Iterasi 2

Indikator	Pengurangan pada Chi-Square	Estimasi Baru
<i>COM2</i> ↔ <i>COM1</i>	8.50	0.11
<i>BIA2</i> ↔ <i>BIA1</i>	12.9	0.15
<i>BIA3</i> ↔ <i>BIA1</i>	21.9	-0.21
<i>BIA3</i> ↔ <i>BIA2</i>	17.2	0.22
<i>HMO2</i> ↔ <i>HMO1</i>	30.0	0.14
<i>HMO3</i> ↔ <i>HMO2</i>	12.4	-0.08
<i>INO2</i> ↔ <i>INO1</i>	25.6	0.38

Berdasarkan Tabel 5.32, dapat dilihat bahwa nilai pengurangan pada *chi square* terbesar pada indikator *HMO2* ↔ *HMO1*, sehingga modifikasi indeks dilakukan pada indikator tersebut. Hasil uji kesesuaian setelah modifikasi dapat dilihat pada Tabel 5.33.

Tabel 5.33. Tabel Hasil Uji Kecocokan Model Iterasi 3

Indeks Uji Kecocokan	Hasil	Nilai Cut-Off	Ket.
CMIN/DF	1.98 (CMIN= 792.35 dan DF= 401)	Good Fit ≤ 2.00	Good Fit
GFI	0.89	Good Fit ≥ 0.9 Acceptable ≥ 0.8	Acceptable Fit
AGFI	0.86	Good Fit ≥ 0.9 Acceptable ≥ 0.85	Acceptable Fit
NFI	0.96	Good Fit ≥ 0.9	Good Fit
CFI	0.98	Good Fit ≥ 0.9	Good Fit
TLI (NNFI)	0.97	Good Fit ≥ 0.9	Good Fit
RMSEA	0.050	Good Fit ≤ 0.08	Good Fit

Berdasarkan Tabel 5.33, diketahui bahwa seluruh indeks uji kesesuaian model telah terpenuhi. Modifikasi indeks dihentikan dan dapat melakukan analisis hipotesis penelitian.

5.2 Pembahasan

Pada Sub-Bab ini akan dijelaskan mengenai pembahasan pada *measurement model* dan *structured model*. Pembahasan pada *measurement model* dilakukan pada masing-masing variabel laten dan pembahasan *structured model* dilakukan pada hubungan antara variabel laten.

5.2.1 Pembahasan Measurement Model

Berdasarkan hasil pengujian validitas instrumen dan uji reliabilitas instrumen pada Sub-Bab 5.1, maka interpretasi hasil untuk masing-masing variabel adalah sebagai berikut.

1. Variabel *Innovativeness* (INO)

Persamaan matematika berikut ini menjabarkan hasil pengolahan data dari Persamaan 2.9 sampai Persamaan 2.11.

$$INO1 = 1.13 * INO + 0.51, t = 17.92 \quad (5.1)$$

$$INO2 = 1.00 * INO + 1.74, t = 12.01 \quad (5.2)$$

$$INO3 = 0.87 * INO + 0.85, t = 13.99 \quad (5.3)$$

Nilai 1.13, 1.00 dan 0.87 merupakan nilai estimasi *loading factor* pada masing-masing indikator yang digunakan sebagai koefisien validitas instrumen dengan varians kesalahan sebesar 0.51 pada INO1, 1.74 pada INO2 dan 0.85 pada INO3. Nilai 17.92, 12.01, dan 13.99 merupakan *t-value* yang digunakan untuk menilai signifikansi indikator. Jika *t-value* > 1.96, maka indikator tersebut signifikan. Dari persamaan diatas, dapat disimpulkan bahwa semua indikator signifikan terhadap variabel laten *innovativeness*.

2. Variabel *Social Influence* (SIN)

Persamaan matematika berikut ini menjabarkan hasil pengolahan dari dari Persamaan 2.12 sampai Persamaan 2.14.

$$SIN1 = 0.88 * SIN + 0.86, t = 11.49 \quad (5.4)$$

$$SIN2 = 1.05 * SIN + 2.07, t = 10.14 \quad (5.5)$$

$$SIN3 = 0.57 * SIN + 2.41, t = 5.84 \quad (5.6)$$

Nilai 0.88, 1.05 dan 0.57 merupakan nilai estimasi *loading factor* pada masing-masing indikator yang digunakan sebagai koefisien validitas instrumen dengan varians kesalahan sebesar 0.86 pada SIN1, 2.07 pada SIN2 dan 0.57 pada SIN3. Nilai 11.49, 10.14, dan 5.84 merupakan *t-value* yang digunakan untuk menilai signifikansi indikator. Jika *t-value* > 1.96, maka indikator tersebut signifikan. Dari persamaan diatas, dapat disimpulkan bahwa semua indikator signifikan terhadap variabel laten *social influence*.

3. Variabel *Facilitating Conditions* (FCO)

Persamaan matematika berikut ini menjabarkan hasil pengolahan data dari Persamaan 2.15 dan Persamaan 2.16.

$$FCO1 = 0.98 * FCO + 1.05, t = 11.29 \quad (5.7)$$

$$FCO2 = 0.95 * FCO + 1.19, t = 10.90 \quad (5.8)$$

Nilai 0.98, dan 0.95 merupakan nilai estimasi *loading factor* pada masing-masing indikator yang digunakan sebagai koefisien validitas instrumen dengan varians

kesalahan sebesar 1.05 pada FCO1, dan 1.19 pada FCO2. Nilai 11.29, dan 10.90 merupakan *t-value* yang digunakan untuk menilai signifikansi indikator. Jika *t-value* > 1.96, maka indikator tersebut signifikan. Dari persamaan diatas, dapat disimpulkan bahwa semua indikator signifikan terhadap variabel laten *facilitating conditions*.

4. Variabel *Hedonic Motivation* (HMO)

Persamaan matematika berikut ini menjabarkan hasil pengolahan data dari Persamaan 2.18 sampai Persamaan 2.20.

$$HMO1 = 0.75 * HMO + 0.27, t = 18.92 \quad (5.9)$$

$$HMO2 = 0.66 * HMO + 0.26, t = 17.85 \quad (5.10)$$

$$HMO3 = 0.68 * HMO + 0.32, t = 17.18 \quad (5.11)$$

Nilai 0.75, 0.66 dan 0.68 merupakan nilai estimasi *loading factor* pada masing-masing indikator yang digunakan sebagai koefisien validitas instrumen dengan varians kesalahan sebesar 0.27 pada HMO1, 0.26 pada HMO2 dan 0.32 pada HMO3. Nilai 18.92, 17.85 dan 17.18 merupakan *t-value* yang digunakan untuk menilai signifikansi indikator. Jika *t-value* > 1.96, maka indikator tersebut signifikan. Dari persamaan diatas, dapat disimpulkan bahwa semua indikator signifikan terhadap variabel laten *hedonic motivation*.

5. Variabel *Price Value* (PVA)

Persamaan matematika berikut ini menjabarkan hasil pengolahan data dari Persamaan 2.21 dan Persamaan 2.22.

$$PVA1 = 0.76 * PVA + 0.42, t = 15.45 \quad (5.12)$$

$$PVA2 = 0.74 * PVA + 0.29, t = 16.50 \quad (5.13)$$

Nilai 0.76, dan 0.74 merupakan nilai estimasi *loading factor* pada masing-masing indikator yang digunakan sebagai koefisien validitas instrumen dengan varians kesalahan sebesar 0.42 pada PVA1, dan 0.29 pada PVA2. Nilai 15.45, dan 16.50 merupakan *t-value* yang digunakan untuk menilai signifikansi indikator. Jika *t-*

$value > 1.96$, maka indikator tersebut signifikan. Dari persamaan diatas, dapat disimpulkan bahwa semua indikator signifikan terhadap variabel laten *price value*.

6. Variabel *Perceived Technology Security* (PTS)

Persamaan matematika berikut ini menjabarkan hasil pengolahan data dari Persamaan 2.24 dan Persamaan 2.26.

$$PTS1 = 1.10 * PTS + 0.65, t = 18.85 \quad (5.14)$$

$$PTS2 = 1.18 * PTS + 0.26, t = 22.88 \quad (5.15)$$

$$PTS3 = 1.15 * PTS + 0.46, t = 20.77 \quad (5.16)$$

Nilai 1.10, 1.18 dan 1.15 merupakan nilai estimasi *loading factor* pada masing-masing indikator yang digunakan sebagai koefisien validitas instrumen dengan varians kesalahan sebesar 0.65 pada PTS1, 0.26 pada PTS2 dan 0.46 pada PTS3. Nilai 18.85, 22.88 dan 20.77 merupakan *t-value* yang digunakan untuk menilai signifikansi indikator. Jika $t-value > 1.96$, maka indikator tersebut signifikan. Dari persamaan diatas, dapat disimpulkan bahwa semua indikator signifikan terhadap variabel laten *perceived technology security*.

7. Variabel *Compatibility* (COM)

Persamaan matematika berikut ini menjabarkan hasil pengolahan data dari Persamaan 2.27 dan Persamaan 2.29.

$$COM1 = 0.77 * COM + 0.77, t = 13.82 \quad (5.17)$$

$$COM2 = 0.65 * COM + 0.47, t = 14.54 \quad (5.18)$$

$$COM3 = 0.82 * COM + 0.46, t = 16.76 \quad (5.19)$$

Nilai 0.77, 0.65 dan 0.82 merupakan nilai estimasi *loading factor* pada masing-masing indikator yang digunakan sebagai koefisien validitas instrumen dengan varians kesalahan sebesar 0.77 pada COM1, 0.47 pada COM2 dan 0.46 pada COM3. Nilai 13.82, 14.54 dan 16.76 merupakan *t-value* yang digunakan untuk menilai signifikansi indikator. Jika $t-value > 1.96$, maka indikator tersebut signifikan. Dari persamaan diatas, dapat

disimpulkan bahwa semua indikator signifikan terhadap variabel laten *compatibility*.

8. Variabel *Performance Expectancy* (PFX)

Persamaan matematika berikut ini menjabarkan hasil pengolahan data dari Persamaan 2.30 dan Persamaan 2.32.

$$PFX1 = 0.53 * PFX + 0.65, t = 10.67 \quad (5.20)$$

$$PFX2 = 0.82 * PFX + 0.90, t = 13.21 \quad (5.21)$$

$$PFX3 = 0.66 * PFX + 0.38, t = 14.98 \quad (5.22)$$

Nilai 0.53, 0.82 dan 0.66 merupakan nilai estimasi *loading factor* pada masing-masing indikator yang digunakan sebagai koefisien validitas instrumen dengan varians kesalahan sebesar 0.65 pada PFX1, 0.90 pada PFX2 dan 0.38 pada PFX3. Nilai 10.67, 13.21 dan 14.98 merupakan *t-value* yang digunakan untuk menilai signifikansi indikator. Jika *t-value* > 1.96, maka indikator tersebut signifikan. Dari persamaan diatas, dapat disimpulkan bahwa semua indikator signifikan terhadap variabel laten *performance expectancy*.

9. Variabel *Effort Expectancy* (EFX)

Persamaan matematika berikut ini menjabarkan hasil pengolahan data dari Persamaan 2.33 dan Persamaan 2.36.

$$EFX1 = 0.52 * EFX + 0.35, t = 13.93 \quad (5.23)$$

$$EFX2 = 0.57 * EFX + 0.21, t = 17.54 \quad (5.24)$$

$$EFX3 = 0.58 * EFX + 0.15, t = 19.00 \quad (5.25)$$

$$EFX4 = 0.53 * EFX + 0.21, t = 16.76 \quad (5.26)$$

Nilai 0.52, 0.57, 0.58 dan 0.53 merupakan nilai estimasi *loading factor* pada masing-masing indikator yang digunakan sebagai koefisien validitas instrumen dengan varians kesalahan sebesar 0.35 pada EFX1, 0.21 pada EFX2, 0.15 pada EFX3 dan 0.21 pada EFX4. Nilai 13.93, 17.54, 19.00 dan 16.76 merupakan *t-value* yang digunakan untuk menilai signifikansi indikator. Jika *t-value* > 1.96, maka indikator tersebut signifikan. Dari persamaan diatas, dapat disimpulkan bahwa semua

indikator signifikan terhadap variabel laten *effort expectancy*.

10. Variabel *Behavioural Intention to Adopt* (BIA)

Persamaan matematika berikut ini menjabarkan hasil pengolahan data dari Persamaan 2.37 dan Persamaan 2.39.

$$BIA1 = 0.58 * BIA + 0.88, t = 10.82 \quad (5.27)$$

$$BIA2 = 1.18 * BIA + 0.37, t = 21.58 \quad (5.28)$$

$$BIA3 = 1.20 * BIA + 0.58, t = 20.02 \quad (5.29)$$

Nilai 0.58, 1.18 dan 1.20 merupakan nilai estimasi *loading factor* pada masing-masing indikator yang digunakan sebagai koefisien validitas instrumen dengan varians kesalahan sebesar 0.88 pada BIA1, 0.37 pada BIA2 dan 0.58 pada BIA3. Nilai 10.82, 21.58 dan 20.02 merupakan *t-value* yang digunakan untuk menilai signifikansi indikator. Jika *t-value* > 1.96, maka indikator tersebut signifikan. Dari persamaan diatas, dapat disimpulkan bahwa semua indikator signifikan terhadap variabel laten *behaviour intention to adopt*.

11. Variabel *Behavioural Intention to Recommend* (BIR)

Persamaan matematika berikut ini menjabarkan hasil pengolahan data dari Persamaan 2.40 dan Persamaan 2.41.

$$BIR1 = 1.09 * BIR + 0.30, t = 17.33 \quad (5.30)$$

$$BIR2 = 0.49 * BIR + 0.88, t = 9.11 \quad (5.31)$$

Nilai 1.09 dan 0.49 merupakan nilai estimasi *loading factor* pada masing-masing indikator yang digunakan sebagai koefisien validitas instrumen dengan varians kesalahan sebesar 0.30 pada BIR1 dan 0.88 pada BIR2. Nilai 17.33, dan 9.11 merupakan *t-value* yang digunakan untuk menilai signifikansi indikator. Jika *t-value* > 1.96, maka indikator tersebut signifikan. Dari persamaan diatas, dapat disimpulkan bahwa semua indikator signifikan terhadap variabel laten *behaviour intention to recommend*.

5.2.2 Pembahasan Structured Model

Setelah dilakukan pengujian terhadap kecocokan model serta modifikasi indeks pada model, maka tahap selanjutnya adalah analisis hipotesis penelitian pada model struktural. Pembahasan model struktural berhubungan dengan evaluasi terhadap koefisien-koefisien atau parameter-parameter yang menunjukkan hubungan klausal atau pengaruh satu variabel laten terhadap variabel laten lain. Melalui analisis ini, akan diketahui hipotesis mana saja pada model penelitian yang diterima atau ditolak. Penentuan hipotesis didasarkan pada nilai *t-value* dari koefisien dan koefisien determinasi.

5.2.2.1 T-Value dari Koefisien

1. $PFX \rightarrow BIA = -1.03$

Nilai ini menunjukkan bahwa variabel laten *performance expectancy* (PFX) terhadap variabel laten *behaviour intention to adopt* (BIA) tidak berpengaruh secara signifikan karena $-1.96 < t - \text{value} < 1.96$.

2. $EFX \rightarrow PFX = 1.55$

Nilai ini menunjukkan bahwa variabel laten *effort expectancy* (EFX) terhadap variabel laten *performance expectancy* (PFX) tidak berpengaruh secara signifikan karena $-1.96 < t - \text{value} < 1.96$.

3. $EFX \rightarrow BIA = -1.64$

Nilai ini menunjukkan bahwa variabel laten *effort expectancy* (EFX) terhadap variabel laten *behaviour intention to adopt* (BIA) tidak berpengaruh secara signifikan karena $-1.96 < t - \text{value} < 1.96$.

4. $SIN \rightarrow BIA = -0.97$

Nilai ini menunjukkan bahwa variabel laten *social influence* (SIN) terhadap variabel laten *behaviour intention to adopt* (BIA) tidak berpengaruh secara signifikan karena $-1.96 < t - \text{value} < 1.96$.

5. $FCO \rightarrow BIA = -1.26$

Nilai ini menunjukkan bahwa variabel laten *facilitating conditions* (FCO) terhadap variabel laten *behaviour intention to adopt* (BIA) tidak berpengaruh secara signifikan karena $-1.96 < t - \text{value} < 1.96$.

6. $HMO \rightarrow BIA = -1.00$

Nilai ini menunjukkan bahwa variabel laten *hedonic motivation* (HMO) terhadap variabel laten *behaviour intention to adopt* (BIA) tidak berpengaruh secara signifikan karena $-1.96 < t - \text{value} < 1.96$.

7. $PVA \rightarrow BIA = -0.87$

Nilai ini menunjukkan bahwa variabel laten *price value* (PVA) terhadap variabel laten *behaviour intention to adopt* (BIA) tidak berpengaruh secara signifikan karena $-1.96 < t - \text{value} < 1.96$.

8. $INO \rightarrow COM = 11.59$

Nilai ini menunjukkan bahwa variabel laten *innovativeness* (INO) terhadap variabel laten *compatibility* (COM) berpengaruh positif secara signifikan karena $t - \text{value} > 1.96$.

9. $INO \rightarrow PFX = 2.74$

Nilai ini menunjukkan bahwa variabel laten *innovativeness* (INO) terhadap variabel laten *performance expectancy* (PFX) berpengaruh positif secara signifikan karena $t - \text{value} > 1.96$.

10. $INO \rightarrow EFX = 4.81$

Nilai ini menunjukkan bahwa variabel laten *innovativeness* (INO) terhadap variabel laten *effort expectancy* (EFX) berpengaruh positif secara signifikan karena $t - \text{value} > 1.96$.

11. $INO \rightarrow BIA = 1.65$

Nilai ini menunjukkan bahwa variabel laten *innovativeness* (INO) terhadap variabel laten *behaviour intention to adopt* (BIA) berpengaruh positif secara tidak signifikan karena $t - \text{value} < 1.96$.

12. $COM \rightarrow PFX = 2.40$

Nilai ini menunjukkan bahwa variabel laten *innovativeness* (INO) terhadap variabel laten *performance expectancy* (PFX) berpengaruh positif secara signifikan karena $t - \text{value} > 1.96$.

13. $COM \rightarrow EFX = -0.23$

Nilai ini menunjukkan bahwa variabel laten *compatibility* (COM) terhadap variabel laten *effort expectancy* (EFX)

tidak berpengaruh secara signifikan karena $-1.96 < t - \text{value} < 1.96$.

14. $COM \rightarrow BIA = 2.08$

Nilai ini menunjukkan bahwa variabel laten *compatibility* (COM) terhadap variabel laten *behaviour intention to adopt* (BIA) berpengaruh positif secara signifikan karena $t - \text{value} > 1.96$.

15. $PTS \rightarrow BIA = 0.26$

Nilai ini menunjukkan bahwa variabel laten *innovativeness* (INO) terhadap variabel laten *behaviour intention to adopt* (BIA) berpengaruh positif secara tidak signifikan karena $t - \text{value} < 1.96$.

16. $BIA \rightarrow BIR = 10.43$

Nilai ini menunjukkan bahwa variabel laten *behaviour intention to adopt* (BIA) terhadap variabel laten *behaviour intention to recommend* (BIR) berpengaruh positif secara signifikan karena $t - \text{value} > 1.96$.

5.2.2.2 Koefisien Determinasi (R^2)

Pada SEM, koefisien determinasi (R^2) dalam hasil olah Lisrel tidak memiliki interpretasi yang jelas. Untuk menginterpretasikan R^2 , maka harus diambil dari *reduced from equations* (Wijanto, 2008). *Reduced from equations* merupakan bentuk yang lebih sederhana dari persamaan-persamaan struktural, dimana sisi kanan setelah tanda sama dengan (=) hanya terdapat variabel laten eksogen (Sarjono and Julianita, 2014). *Output* atau luaran koefisien determinasi untuk masing-masing variabel endogen adalah sebagai berikut.

1. Variabel Endogen *Effort Expectancy* (EFX)

Persamaan matematika yang menggambarkan koefisien determinasi pada variabel endogen EFX tertera pada Persamaan 5.32.

$$EFX = 0.71 * INO, Error = 0.50, R^2 = 0.50 \quad (5.32)$$

Hasil tersebut menunjukkan bahwa *innovativeness* memiliki pengaruh secara simultan terhadap *effort expectancy* dengan nilai R^2 sebesar 0.50 atau 50% dan varians kesalahan atau *error variance* sebesar 0.50.

2. Variabel Endogen *Compatibility* (COM)

Persamaan matematika yang menggambarkan koefisien determinasi pada variabel endogen COM tertera pada Persamaan 5.33.

$$COM = 0.83 * INO, Error = 0.31, R^2 = 0.69 \quad (5.33)$$

Hasil tersebut menunjukkan bahwa *innovativeness* memiliki pengaruh secara simultan terhadap *compatibility* dengan nilai R^2 sebesar 0.69 atau 69% dan varians kesalahan atau *error variance* sebesar 0.31.

3. Variabel Endogen *Performance Expectancy* (PFX)

Persamaan matematika yang menggambarkan koefisien determinasi pada variabel endogen PFX tertera pada Persamaan 5.34.

$$PFX = 0.83 * INO, Error = 0.32, R^2 = 0.68 \quad (5.34)$$

Hasil tersebut menunjukkan bahwa *innovativeness* memiliki pengaruh secara simultan terhadap *performance expectancy* dengan nilai R^2 sebesar 0.68 atau 68% dan varians kesalahan atau *error variance* sebesar 0.32.

4. Variabel Endogen *Behaviour Intention to Adopt* (BIA)

Persamaan matematika yang menggambarkan koefisien determinasi pada variabel endogen BIA tertera pada Persamaan 5.34.

$$\begin{aligned} BIA = & -0.45 * FCO - 0.95 * HMO - 0.11 * \\ & PVA + 0.027 * PTS - 0.19 * SIN + 1.92 * \\ & INO, Errorvar = 0.052, R^2 = 0.95 \end{aligned} \quad (5.34)$$

Hasil tersebut menunjukkan bahwa *facilitating conditions, hedonic motivation, price value, perceived technology security, social influence* dan *innovativeness* memiliki pengaruh secara simultan terhadap *behaviour intention to adopt* dengan nilai R^2 sebesar 0.95 atau 95% dan varians kesalahan atau *error variance* sebesar 0.032.

5. Variabel Endogen *Behaviour Intention to Recommend* (BIR)

Persamaan matematika yang menggambarkan koefisien determinasi pada variabel endogen BIR tertera pada Persamaan 5.35.

$$\begin{aligned}
 BIR = & -0.39 * FCO - 0.83 * HMO - 0.11 * \\
 & PVA + 0.027 * PTS - 0.19 * SIN + 1.92 * \\
 & INO, Errorvar = 0.27, R^2 = 0.73
 \end{aligned}
 \tag{5.35}$$

Hasil tersebut menunjukkan bahwa *facilitating conditions*, *hedonic motivation*, *price value*, *perceived technology security*, *social influence* dan *innovativeness* memiliki pengaruh secara simultan terhadap *behaviour intention to recommend* dengan nilai R^2 sebesar 0.73 atau 73% dan varians kesalahan atau *error variance* sebesar 0.27.

Keseluruhan hasil analisis model struktural telah dirangkum dalam Tabel 5.34 dengan mengaitkan hasil analisis tersebut dengan hipotesis-hipotesis penelitian.

Tabel 5.34. Tabel Keseluruhan Model Struktural

Kode	Hipotesis	Koefisien	T-Value	Kesimpulan
H1	$PFX \rightarrow BIA$	-0.160	-1.03	Tidak berpengaruh (H1 tidak diterima)
H2a	$EFX \rightarrow PFX$	0.130	1.55	Berpengaruh positif namun tidak signifikan (H2a tidak diterima)
H2b	$EFX \rightarrow BIA$	-0.150	-1.64	Tidak berpengaruh (H2b tidak diterima)
H3	$SIN \rightarrow BIA$	-0.220	-0.97	Tidak berpengaruh (H3 tidak diterima)
H4	$FCO \rightarrow BIA$	-0.450	-1.26	Tidak berpengaruh (H4 tidak diterima)
H5	$HMO \rightarrow BIA$	-0.950	-1.00	Tidak berpengaruh

Kode	Hipotesis	Koefisien	T-Value	Kesimpulan
				(H5 tidak diterima)
H6	$PVA \rightarrow BIA$	-0.120	-0.87	Tidak berpengaruh (H6 tidak diterima)
H7a	$INO \rightarrow COM$	0.830	11.59	Berpengaruh Positif signifikan (H7a diterima)
H7b	$INO \rightarrow PFX$	0.450	2.73	Berpengaruh Positif signifikan (H7b diterima)
H7c	$INO \rightarrow EFX$	0.740	4.81	Berpengaruh Positif signifikan (H7c diterima)
H7d	$INO \rightarrow BIA$	2.160	1.65	Berpengaruh positif namun tidak signifikan (H7d tidak diterima)
H8a	$COM \rightarrow PFX$	0.340	2.40	Berpengaruh Positif signifikan (H8a diterima)
H8b	$COM \rightarrow EFX$	-0.034	-0.23	Tidak berpengaruh (H8b tidak diterima)
H8c	$COM \rightarrow BIA$	0.330	2.08	Berpengaruh Positif signifikan (H8c diterima)
H9	$PTS \rightarrow BIA$	0.031	0.26	Berpengaruh positif namun tidak signifikan (H9 tidak diterima)
H10	$BIA \rightarrow BIR$	0.880	10.43	Berpengaruh Positif signifikan (H10 diterima)

Berdasarkan Tabel 5.34, analisis untuk masing-masing hipotesis dijelaskan dibawah ini.

1. H1: *Performance Expectancy* (PFX) berpengaruh secara signifikan terhadap *Behaviour Intention to Adopt* (BIA). Berdasarkan Tabel 5.34, nilai *estimate* dan nilai *t-value* keduanya bernilai negatif, sehingga PFX berpengaruh negatif terhadap BIA. Hipotesis 1 tidak terpenuhi.
2. H2a: *Effort Expectancy* (EFX) berpengaruh secara signifikan terhadap *Performance Expectancy* (PFX). Meskipun nilai *estimate* pada Tabel 5.34 bernilai positif, namun *t-value* kurang dari 1.96. Hal itu menunjukkan bahwa EFX berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap PFX. Hipotesis H2a tidak terpenuhi.
3. H2b: *Effort Expectancy* (EFX) berpengaruh secara signifikan terhadap *Behaviour Intention to Adopt* (BIA). Berdasarkan Tabel 5.34, nilai *estimate* dan nilai *t-value* keduanya bernilai negatif, sehingga EFX berpengaruh negatif terhadap BIA. Hipotesis H2b tidak terpenuhi.
4. H3: *Social Influence* (SIN) berpengaruh secara signifikan terhadap *Behaviour Intention to Adopt* (BIA). Berdasarkan Tabel 5.34, nilai *estimate* dan nilai *t-value* keduanya bernilai negatif, sehingga SIN berpengaruh negatif terhadap BIA. Hipotesis H3 tidak terpenuhi.
5. H4: *Facilitating Conditions* berpengaruh secara signifikan terhadap *Behaviour Intention to Adopt* (BIA). Berdasarkan Tabel 5.34, nilai *estimate* dan nilai *t-value* keduanya bernilai negatif, sehingga FCO berpengaruh negatif terhadap BIA. Hipotesis H4 tidak terpenuhi.
6. H5: *Hedonic Motivation* (HMO) berpengaruh secara signifikan terhadap *Behaviour Intention to Adopt* (BIA). Berdasarkan Tabel 5.34, nilai *estimate* dan nilai *t-value* keduanya bernilai negatif, sehingga HMO berpengaruh negatif terhadap BIA. Hipotesis H5 tidak terpenuhi.
7. H6: *Price Value* (PVA) berpengaruh secara signifikan terhadap *Behaviour Intention to Adopt* (BIA). Berdasarkan Tabel 5.34, nilai *estimate* dan nilai *t-value* keduanya bernilai negatif, sehingga PVA berpengaruh negatif terhadap BIA. Hipotesis H2b tidak terpenuhi.

8. H7a: *Innovativeness* (INO) berpengaruh secara signifikan terhadap *Compatibility* (COM).
Pada Tabel 5.34, dapat terlihat bahwa nilai *estimate* dan *t-value* dari hubungan antara INO dengan COM adalah 0.830 dan 11.59. Hal itu menunjukkan bahwa INO berpengaruh positif secara signifikan terhadap COM. Hipotesis H7a terpenuhi.
9. H7b: *Innovativeness* berpengaruh secara signifikan terhadap *Performance Expectancy* (PFX).
Pada Tabel 5.34, dapat terlihat bahwa nilai *estimate* dan *t-value* dari hubungan antara INO dengan PFX adalah 0.450 dan 2.73. Hal itu menunjukkan bahwa INO berpengaruh positif secara signifikan terhadap PFX. Hipotesis H7b terpenuhi.
10. H7c: *Innovativeness* (INO) berpengaruh secara signifikan terhadap *Effort Expectancy* (EFX).
Pada Tabel 5.34, dapat terlihat bahwa nilai *estimate* dan *t-value* dari hubungan antara INO dengan EFX adalah 0.740 dan 4.81. Hal itu menunjukkan bahwa INO berpengaruh positif secara signifikan terhadap EFX. Hipotesis H7c terpenuhi.
11. H7d: *Innovativeness* (INO) berpengaruh secara signifikan terhadap *Behaviour Intention to Adopt* (BIA). Meskipun nilai *estimate* pada Tabel 5.34 bernilai positif, namun *t-value* kurang dari 1.96. Hal itu menunjukkan bahwa INO berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap BIA. Hipotesis H7d tidak terpenuhi.
12. H8a: *Compatibility* (COM) berpengaruh secara signifikan terhadap *Performance Expectancy* (PFX).
Pada Tabel 5.34, dapat terlihat bahwa nilai *estimate* dan *t-value* dari hubungan antara INO dengan PFX adalah 0.340 dan 2.40. Hal itu menunjukkan bahwa COM berpengaruh positif secara signifikan terhadap PFX. Hipotesis H8a terpenuhi.
13. H8b: *Compatibility* (COM) berpengaruh secara signifikan terhadap *Effort Expectancy* (EFX).

Berdasarkan Tabel 5.34, nilai *estimate* dan nilai *t-value* keduanya bernilai negatif, sehingga COM berpengaruh negatif terhadap EFX. Hipotesis 8b tidak terpenuhi.

14.H8c: *Compatibillity* (COM) berpengaruh secara signifikan terhadap *Behaviour Intention to Adopt* (BIA). Pada Tabel 5.34, dapat terlihat bahwa nilai *estimate* dan *t-value* dari hubungan antara COM dengan BIA adalah 0.330 dan 2.08. Hal itu menunjukkan bahwa COM berpengaruh positif secara signifikan terhadap BIA. Hipotesis 8c terpenuhi.

15.H9: *Perceived Technology Security* (PTS) berpengaruh secara signifikan terhadap *Behaviour Intention to Adopt* (BIA).

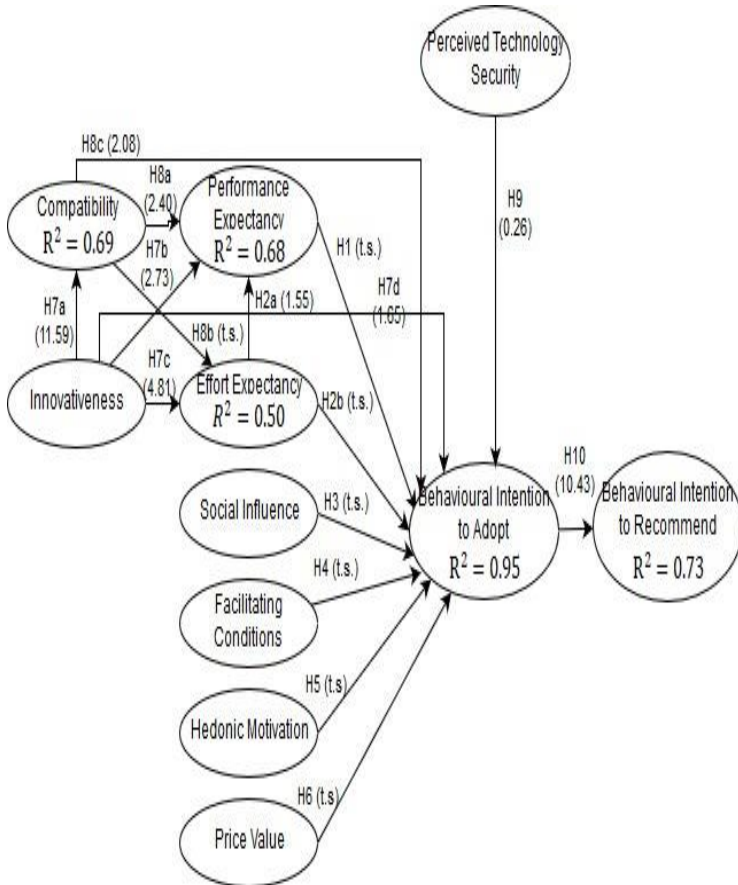
Meskipun nilai *estimate* pada Tabel 5.34 bernilai positif, namun *t-value* kurang dari 1.96. Hal itu menunjukkan bahwa PTS berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap BIA. Hipotesis 9 tidak terpenuhi.

16.H10: *Behaviour Intention to Adopt* (BIA) berpengaruh secara signifikan terhadap *Behaviour Intention to Recommend* (BIR).

Pada Tabel 5.34, dapat terlihat bahwa nilai *estimate* dan *t-value* dari hubungan antara BIA dengan BIR adalah 0.880 dan 10.43. Hal itu menunjukkan bahwa BIA berpengaruh positif secara signifikan terhadap BIR. Hipotesis 10 terpenuhi.

5.2.2.3 Analisis Model Struktural

Hasil model struktural dapat dilihat pada Gambar 5.2, dimana menggambarkan koefisien determinasi, arah hipotesis, dan estimasi koefisien pada masing-masing variabel laten. Berdasarkan hasil model struktural tersebut, dilakukan analisis untuk mengidentifikasi hubungan antara hipotesis yang diterima dengan kondisi responden yang sebenarnya. Hal tersebut diperkuat dengan penelitian-penelitian sebelumnya yang telah dilakukan oleh peneliti lainnya.



Catatan: t.s. memiliki arti nilai hubungan negatif dan tidak signifikan

Gambar 5.2. Hasil Model Struktural

Hasil model struktural pada Gambar 5.2 menjelaskan bahwa 95% variasi dari variabel *behaviour intention to adopt* (BIA) dapat digambarkan oleh variabel-variabel laten yang mempengaruhi, sedangkan 5% sisanya dipengaruhi oleh variabel-variabel yang tidak diketahui. Hipotesis terkait variabel BIA yang diterima adalah H8c sedangkan H1, H2b, H3, H4, H5, dan H6 ditolak karena nilai koefisien bernilai negatif. Meskipun koefisien bernilai positif pada hipotesis H7d dan H9, namun nilai *t-value* tidak lebih besar dari 1.96 sehingga

hipotesis juga tidak dapat diterima. Variabel *compatibility* memberikan pengaruh secara signifikan terhadap variabel BIA dengan estimasi koefisien sebesar 0.330 (H8c).

Model tersebut juga menjelaskan bahwa 69% variasi dari variabel *compatibility* dapat digambarkan oleh variabel *innovativeness* dan menerima hipotesis H7a dengan nilai estimasi pengaruh yaitu 0.830. Sebesar 68% variasi dari variabel *performance expectancy* (PFX) dapat digambarkan oleh variabel-variabel eksogen yang mempengaruhi, dimana menerima hipotesis H7b dan H8a serta menolak hipotesis H2a. *Innovativeness* memberikan pengaruh signifikan terhadap PFX sebesar 0.450 (H7b) dan variabel *compatibility* memberikan pengaruh signifikan terhadap variabel PFX sebesar 0.340 (H8a).

Koefisien determinasi pada variabel *effort expectancy* yaitu 50% dimana menerima hipotesis H7c dengan estimasi pengaruh 0.740 dan menolak hipotesis H8b. Gambar 5.2 juga menjelaskan bahwa 73% variasi pada variabel *behaviour intention to recommend* dan menerima hipotesis H10 dimana variabel *behaviour intention to adopt* berpengaruh positif secara signifikan sebesar 0.880 terhadap variabel *behaviour intention to recommend*.

Diantara variabel yang berpengaruh secara positif terhadap variabel BIA, *compatibility* menjadi variabel yang paling penting, dimana hasil tersebut sesuai dengan paper acuan yang model penelitiannya digunakan dalam TA ini. Selain itu, variabel *innovativeness* dan *perceived technology security* juga memberikan pengaruh secara positif terhadap *behaviour intention to recommend*. Hasil ini juga sesuai dengan paper acuan, dimana variabel *perceived technology security* menduduki peringkat kedua dan variabel *innovativeness* menjadi variabel keempat terbesar dalam memberikan pengaruh terhadap variabel BIA (Oliveira et al., 2016).

Hasil penelitian pada Tugas Akhir ini menunjukkan bahwa pengaruh dari variabel *innovativeness* (INO) terhadap variabel *compatibility* (H7a), *performance expectancy* (H7b) dan *effort expectancy* (H7c) adalah positif signifikan dan dapat divalidasi. Pengaruhnya variabel INO terhadap variabel *behaviour intention to adopt* tidak dapat divalidasi (H7d)

dikarenakan pengaruh yang diberikan tidak signifikan meskipun memiliki nilai pengaruh yang positif. Hal ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan Agarwal dan Prasad (1998) yang membuktikan bahwa inovasi menjadi sebuah faktor penting dan sebagai bahan pertimbangan bagi seorang individu untuk mengadopsi teknologi baru (*Agarwal and Prasad, 1998*). Semakin inovatif seorang pengguna, maka semakin tinggi kecenderungan untuk mengadopsi teknologi, termasuk *mobile payment*.

Hasil penelitian pada TA ini juga menunjukkan signifikansi dari variabel *compatibility*. *Performance expectancy* (H8a) dan *behaviour intention to adopt* (H8c) akan meningkat apabila pengguna merasakan bahwa pengadopsian *mobile payment* sesuai atau kompatibel dengan kondisi saat ini. Hal ini sesuai dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Miltgen et al. (2013) dimana salah satu faktor yang mempengaruhi penerimaan teknologi adalah *compatibility* (*Miltgen, Poovic and Oliveira, 2013*). Minat perilaku untuk mengadopsi aplikasi *mobile payment* akan meningkat apabila aplikasi tersebut sesuai dengan gaya hidup pengguna.

Penelitian pada Tugas Akhir ini juga mengukur variabel *behaviour intention to recommend* (BIR). Hasil model struktural menunjukkan bahwa 73% varians pada variabel BIR dan memvalidasi pengaruh variabel BIA terhadap BIR. Nilai pengaruh yaitu 0.880 dengan *t-value* 10.43 menunjukkan bahwa terdapat kecenderungan pengguna aplikasi *mobile payment* untuk merekomendasikan aplikasi tersebut pada jaringan sosial atau *social networks*. Variabel BIR menjadi sebuah faktor penting dalam mengadopsi teknologi baru, termasuk *mobile payment* dan hal ini selaras dengan hasil penelitian yang dilakukan Miltgen et al. (2013) dimana memvalidasi kekuatan dari faktor rekomendasi pada model penerimaan teknologi (*Miltgen, Poovic and Oliveira, 2013*).

5.2.3 Pembahasan terkait Penelitian Lain

Pada Sub-Bab ini dilakukan analisis untuk membahas dan membandingkan hasil penelitian yang dilakukan pada TA ini dengan penelitian lain yang terkait.

1. Perbandingan Penelitian yang Dilakukan dengan Paper Utama

Dari hasil penelitian yang dilakukan, terdapat persamaan dan perbedaan hasil dimana detail perbandingan tertera pada Tabel 5.35.

Tabel 5.35. Tabel Perbandingan Penelitian TA dengan Paper Utama

Perbandingan Hasil Penelitian	
Paper Utama (Oliveira et al)	Penelitian yang Dilakukan
Variabel <i>Compatibility</i> (COM), <i>perceived technology security</i> (PTS), <i>performance expectancy</i> (PFX), <i>innovativeness</i> (INO), <i>social influence</i> (SIN) berpengaruh positif secara signifikan terhadap variabel <i>behaviour intention to adopt</i> (BIA).	Variabel COM berpengaruh secara positif terhadap BIA. Variabel PTS dan variabel INO berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap BIA. Sedangkan variabel PFX dan SIN tidak berpengaruh secara positif.
Variabel INO berpengaruh positif secara signifikan terhadap variabel COM.	Variabel INO berpengaruh positif secara signifikan terhadap variabel COM.
Variabel COM dan <i>effort expectancy</i> (EFX) berpengaruh positif secara signifikan terhadap variabel PFX. Sedangkan variabel INO memberikan pengaruh positif namun tidak signifikan.	Variabel COM dan INO berpengaruh positif secara signifikan terhadap variabel PFX. Sedangkan variabel EFX memberikan pengaruh positif namun tidak signifikan.
Variabel INO dan COM berpengaruh positif secara signifikan terhadap variabel EFX.	Variabel INO berpengaruh positif secara signifikan terhadap variabel EFX, sedangkan COM tidak memberikan pengaruh apapun.
Variabel BIA memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap variabel BIR.	Variabel BIA memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap variabel BIR.

2. Perbandingan Penelitian yang Dilakukan dengan Penelitian Sebelumnya

Pada Sub-Bab ini diidentifikasi perbandingan antara penelitian yang dilakukan dengan penelitian sebelumnya.

Hasil perbandingan dapat dilihat pada Tabel 5.36.

Tabel 5.36. Tabel Perbandingan Penelitian TA dengan Paper Sebelumnya

Hasil Penelitian	
Penelitian Sebelumnya	Penelitian yang Dilakukan
Penelitian yang mengimplementasikan model UTAUT2 sudah pernah dilakukan oleh Nur Diana. Pada penelitian tersebut, terdapat 57 pernyataan, dimana karena hasil uji validitas dan uji reliabilitas tidak memenuhi kriteria, maka dilakukan penghapusan pada 9 pernyataan atau indikator. Jumlah responden pada penelitian tersebut adalah 251 orang dan hasilnya, variabel-variabel yang mempengaruhi minat penggunaan <i>e-money</i> adalah pengaruh sosial, kondisi pendukung, motivasi hedonis, nilai harga, dan kepercayaan.	Pada TA yang dilakukan, minat mengadopsi <i>mobile payment</i> atau <i>behavioural intention to adopt</i> dipengaruhi positif secara signifikan oleh variabel laten <i>compatibility</i> . Selain itu, variabel <i>innovativeness</i> , dan variabel <i>perceived technology security</i> juga berpengaruh secara positif, namun tidak signifikan karena nilai <i>t-value</i> kurang dari 1.96. Perbedaan hasil dapat dipengaruhi oleh obyek penelitian maupun jumlah responden yang tidak sama.
Penelitian yang mengimplementasikan model UTAUT pernah dilakukan oleh Mustaqim, Kusyanti dan Aryadita. Pada penelitian tersebut digunakan jumlah responden sebesar 100 orang dan hasilnya yaitu variabel-variabel yang mempengaruhi niat untuk bertransaksi adalah <i>social influence</i> .	Pada TA yang dilakukan, minat mengadopsi <i>mobile payment</i> atau <i>behavioural intention to adopt</i> dipengaruhi positif secara signifikan oleh variabel laten <i>compatibility</i> dengan nilai pengaruh sebesar 0.330. <i>Social influence</i> tidak mempengaruhi minat penggunaan aplikasi <i>mobile payment</i> .
Penelitian yang mengidentifikasi faktor paling signifikan yang mempengaruhi	Pada TA yang dilakukan, minat mengadopsi <i>mobile payment</i> atau <i>behavioural intention to</i>

Hasil Penelitian	
Penelitian Sebelumnya	Penelitian yang Dilakukan
<p>minat untuk menggunakan <i>internet banking</i> pernah dilakukan oleh Kharismawan, dan Widiyanto. Pada penelitian tersebut, digunakan 400 responden dan hasilnya adalah variabel kemudahan pengguna berpengaruh terhadap minat bertransaksi ulang secara <i>e-banking</i> melalui variabel kepercayaan. Variabel kenyamanan penggunaan berpengaruh secara signifikan melalui variabel kepercayaan.</p>	<p><i>adopt</i> dipengaruhi positif secara signifikan oleh variabel laten <i>compatibility</i>. Hasil penelitian tersebut selaras dengan penelitian yang dilakukan oleh Kharismawan dan Widiyanto dimana variabel kenyamanan atau <i>compatibility</i> berpengaruh secara signifikan terhadap minat untuk menggunakan <i>internet banking</i>.</p>
<p>Penelitian yang menerapkan model UTAUT2 pernah dilakukan oleh Pertiwi dan Ariyanto. Pada penelitian tersebut digunakan 100 responden dan didapatkan hasil bahwa variabel kemudahan pengguna, kenyamanan aksesstabilitas, keamanan penggunaan dan kepercayaan pelanggan sebagai variabel intervening terhadap minat bertransaksi ulang <i>e-banking</i>.</p>	<p>Pada TA yang dilakukan, minat mengadopsi <i>mobile payment</i> atau <i>behavioural intention to adopt</i> dipengaruhi positif secara signifikan oleh variabel laten <i>compatibility</i> dan variabel <i>perceived technology security</i> juga mempengaruhi secara positif meskipun tidak signifikan. Hasil tersebut selaras dengan penelitian Pertiwi dan Ariyanto dimana keamanan penggunaan menjadi variabel intervening terhadap minat bertransaksi ulang <i>e-banking</i>.</p>
<p>Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan oleh Syahrul Fathi diketahui bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi adopsi <i>e-wallet</i> di Indonesia khususnya Doku Wallet adalah <i>electronic word of mouth, trust, risk, dan perceived ease of use</i>. Responden yang didapatkan</p>	<p>Pada TA yang dilakukan, minat mengadopsi <i>mobile payment</i> atau <i>behavioural intention to adopt</i> dipengaruhi positif secara signifikan oleh variabel laten <i>compatibility</i>. Selain itu, variabel <i>innovativeness</i>, dan variabel <i>perceived technology security</i> juga berpengaruh secara positif, namun tidak</p>

Hasil Penelitian	
Penelitian Sebelumnya	Penelitian yang Dilakukan
dalam penelitian ini sebanyak 111 orang.	signifikan karena nilai <i>t-value</i> kurang dari 1.96.

5.2.4 Usulan Variabel Lain

Usulan variabel lain diluar variabel-variabel pada model, yang didasarkan pada hasil analisis dan referensi dimana detail pembahasan dijelaskan dibawah ini.

1. Berdasarkan Hasil Analisis

- Trust in Service Provider
 Hasil penelitian menunjukkan bahwa *perceived technology security* memberikan pengaruh terhadap minat pengadopsian aplikasi *mobile payment* atau *behavioural intention to adopt*. Hal tersebut menunjukkan bahwa faktor keamanan menjadi salah satu faktor penting yang dipertimbangkan oleh pengguna saat memutuskan untuk mengadopsi sebuah teknologi baru, termasuk *mobile payment*. Munculnya teknologi yang menjadi metode pembayaran baru dengan meminta data sensitif pengguna tentu membutuhkan kepercayaan terhadap keamanan yang disediakan penyedia layanan. Hal tersebut yang mendasari usulan variabel *trust in service provider* atau kepercayaan terhadap penyedia layanan dimana indikator yang digunakan yaitu kepercayaan pengguna terhadap *merchants*, institusi pemerintah dan perusahaan aplikasi *mobile payment*.
- Trialability
 Hasil penelitian juga menunjukkan bahwa *innovativeness* memberikan pengaruh terhadap minat pengadopsian aplikasi *mobile payment* atau *behavioural intention to adopt*. Hal tersebut menunjukkan bahwa fitur-fitur baru yang disematkan pada aplikasi *mobile payment* menjadi daya tarik tersendiri bagi pengguna untuk mau mengadopsi *mobile payment*. Namun, untuk mengurangi

ketakutan-ketakutan yang dikhawatirkan pengguna, maka dibutuhkan waktu percobaan terhadap aplikasi. Hal tersebut yang mendasari usulan variabel *trialability* atau kemampuan untuk mencoba dimana pengguna diberikan waktu untuk mengeksplorasi fitur baru. Hal ini juga bermanfaat untuk memastikan bahwa fitur yang akan diluncurkan, telah berjalan sesuai dengan prosedur yang dibuat. Kemampuan pengguna untuk mencoba fitur baru ini bermanfaat untuk mengenalkan inovasi dan fitur baru sebelum secara kontinu menggunakannya dalam kehidupan sehari-hari.

2. Berdasarkan Referensi

- Convenient Benefit

Usulan variabel *convenient benefit* didasari oleh sebuah *paper* penelitian yang berjudul “*Examining The Role of Anxiety and Social Influence in Multi-Benefits of Mobile Payment Service*” (Park et al., 2019). Dalam hasil penelitian *paper* tersebut, *Convenient Benefits* menjadi variabel yang paling berpengaruh dalam penentuan sikap positif terhadap intensi penggunaan aplikasi *mobile payment*. *Convenient benefits* dapat didefinisikan menjadi kemudahan untuk mempelajari sistem dan kecepatan suatu sistem dikarenakan berkurangnya waktu dan upaya yang diperlukan. *Convenient* atau kenyamanan yang dirasakan pengguna adalah salah satu alasan utama mengapa konsumen mengadopsi aplikasi *mobile payment* (Gao and Waechter, 2017). Sebagai perbandingan, *convenient benefit* relatif lebih penting jika dibandingkan dengan *economic benefit* dalam membentuk sikap yang menguntungkan dan menentukan sikap saat mengadopsi *mobile payment*. Penelitian pada paper Park et al. menunjukkan bahwa pengguna awal aplikasi *mobile payment* akan mempertimbangkan aspek praktis dan fungsional berkaitan dengan kemudahan dan kepraktisan saat

bertransaksi (*Park et al.*, 2019). Hal tersebut yang menjadi alasan untuk mengusulkan *convenient benefit* sebagai variabel tambahan, dimana *paper* penelitian memiliki kesamaan dengan TA ini yaitu bertujuan untuk mengidentifikasi intensi untuk mengadopsi aplikasi *mobile payment*.

- Monetary Rewards of Alternatives
Usulan variabel *monetary rewards of alternatives* didasari oleh sebuah *paper* penelitian yang berjudul “*Easy Come or Easy Go? Empirical Evidence on Switching Behaviours in Mobile Payment Applications*” (*Wang et al.*, 2019). *Monetary rewards of alternatives* mengacu pada manfaat nyata yang dirasakan pengguna, seperti *cashback*, kupon, diskon, dan penawaran promosi (*Wang et al.*, 2019). Variabel ini diusulkan karena menarik untuk dilakukan penelitian lebih lanjut, mengingat karakteristik masyarakat Indonesia yang tertarik dan antusias dengan diskon. Hal itu diperkuat dengan sebuah hasil survei di lima kota di Indonesia, bahwa diskon atau potongan harga menjadi promo yang paling disukai dan dipercaya oleh masyarakat Indonesia dengan persentase sebesar 43.4%. Diikuti dengan promo harga spesial sebesar 37.5%. Dan promo pemasaran menarik berada di urutan ketiga dengan persentase 18.1% (*Shopback*, 2016). Usulan variabel ini diharapkan dapat mengetahui dampak promosi terhadap keinginan pengguna dalam mengadopsi aplikasi *mobile payment* yang baru. Hal itu memiliki kesamaan dengan tujuan dari *paper referensi* yang digunakan dalam TA ini, yaitu mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi intensi perilaku dalam mengadopsi aplikasi *mobile payment*.

BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN

Pada bab ini akan diuraikan mengenai hasil akhir penelitian yang telah dilakukan. Kesimpulan ini diharapkan dapat menjawab rumusan masalah sesuai dengan tujuan penelitian yang telah ditetapkan di awal penelitian. Saran pada bab ini berisi rekomendasi terhadap keberlangsungan Tugas Akhir, sehingga penelitian ini dapat digunakan sebaik-baiknya.

6.1 Kesimpulan

Berdasarkan pembahasan pada Bab V dan menjawab rumusan masalah dari penelitian Tugas Akhir ini, maka kesimpulan yang dapat ditarik adalah sebagai berikut.

1. Tugas Akhir ini menggunakan metode *Structural Equation Modelling* dimana model konseptual yang diimplementasikan mengacu pada *paper* penelitian yang dikembangkan oleh Tiago Oliveira, Manoj Thomas, Goncalo Baptista, dan Filipe Campos. Model yang digunakan pada penelitian tersebut bertujuan untuk mengidentifikasi faktor utama yang mempengaruhi intensi untuk mengadopsi *mobile payment* dan minat untuk merekomendasikannya. Pengambilan data dilakukan dengan menyebarkan kuesioner secara daring dengan memanfaatkan berbagai media sosial seperti twitter, facebook, instagram, line dan whatsapp. Data yang terkumpul sebanyak 538 responden dan dilakukan *cleaning data* terhadap jawaban responden yang inkonsisten dan *outlier*. Didapatkan 396 data valid yang akan diolah. Data yang telah valid tersebut kemudian dilakukan pengujian pre-processing data untuk memastikan bahwa kuesioner yang digunakan valid dan reliabel. Setelah itu, dilakukan uji asumsi klasik yang meliputi uji normalitas dan uji multikolinearitas sebagai syarat dalam penggunaan metode estimasi *maximum likelihood*. Data yang telah berdistribusi normal dan tidak multivariat, dilanjutkan dengan pengujian CFA yang

bertujuan untuk mengevaluasi pola hubungan antara konstruk dengan indikator. Setelah indikator dinyatakan valid dan reliabel, maka dilakukan uji kecocokan model yang bertujuan untuk mengidentifikasi apakah model yang diimplementasi telah sesuai atau tidak dengan indeks-indeks pengujian. Lalu, dilakukan analisis terhadap hipotesis-hipotesis untuk mengidentifikasi mana saja hipotesis yang diterima dan ditolak. Hasil analisis digunakan sebagai pertimbangan dalam mengusulkan variabel lain serta memberikan rekomendasi sebagai saran perbaikan bagi perusahaan *mobile payment* khususnya OVO dan Go-Pay.

2. Berdasarkan hasil analisis model struktural yang telah dilakukan, 95% variasi dari variabel *behaviour intention to adopt* dapat digambarkan oleh variabel-variabel laten yang mempengaruhi, sedangkan 5% sisanya dipengaruhi oleh variabel-variabel yang tidak diketahui. Hipotesis yang diterima yaitu *innovativeness* atau tingkat dimana individu memiliki kecenderungan untuk mengadopsi inovasi baru berpengaruh positif signifikan terhadap *compatibility* atau kesesuaian dengan gaya hidup (H7a), *performance expectancy* atau tingkat penggunaan teknologi yang memberikan manfaat bagi pengguna (H7b), dan *effort expectancy* atau tingkat kemudahan penggunaan teknologi (H7c). Hal tersebut membuktikan bahwa pengguna yang memiliki antusiasme tinggi terhadap inovasi semakin mudah untuk mengadopsi teknologi. Hipotesis H8a dan H8c juga diterima, dimana memvalidasi bahwa *compatibility* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *performance expectancy* dan *behavioural intention to adopt* atau kontinuitas pengguna untuk terus menggunakan teknologi *mobile payment*. Hal tersebut membuktikan apabila aplikasi *mobile payment* dapat memenuhi ekspektasi pengguna atau sesuai dengan gaya hidup pengguna, maka tingkat pengadopsian aplikasi *mobile payment* juga akan meningkat. Variabel *behavioural intention to adopt* juga memberikan pengaruh yang positif dan signifikan terhadap

behavioural intention to recommend atau minat pengguna untuk merekomendasikan sebuah teknologi kepada orang lain usai mengadopsi aplikasi tersebut dimana memvalidasi bahwa pengguna yang memiliki pengalaman yang baik saat mengadopsi aplikasi *mobile payment* akan merekomendasikan aplikasi tersebut kepada jaringan sosial.

3. *Compatibility* atau kesesuaian dengan gaya hidup menjadi faktor signifikan yang mempengaruhi pengguna dalam mengadopsi aplikasi *mobile payment* dalam melakukan pembayaran. Faktor lain yang berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap pengadopsian aplikasi *mobile payment* yaitu *perceived technology security* atau keamanan sebuah teknologi dan *innovativeness* atau inovasi baru yang disuguhkan kepada pengguna.
4. Pengguna yang telah mengadopsi aplikasi *mobile payment* terbukti ingin merekomendasikan aplikasi tersebut kepada orang lain. Hal itu didasarkan pada hasil penelitian dimana variabel *behavioural intention to adopt* (BIA) memberikan pengaruh positif secara signifikan terhadap *behavioural intention to recommend* (BIR), selaras dengan penelitian yang dilakukan pada paper acuan, dimana pengguna cenderung akan menceritakan pengalamannya saat memiliki kesan yang baik setelah mengadopsi aplikasi *mobile payment*.

6.2 Saran

Berdasarkan hasil dari penelitian yang telah dilakukan, terdapat beberapa saran yang direkomendasikan, yaitu sebagai berikut.

6.2.1 Bagi Penelitian Selanjutnya

1. Berdasarkan hasil analisis dan kajian literatur yang dilakukan, terdapat dua saran rekomendasi variabel yang dapat mempengaruhi minat penggunaan *mobile payment* pada penelitian selanjutnya. Dua variabel tersebut adalah *convenient benefit* dan *monetary rewards of alternatives*. Usulan kedua variabel tersebut didasarkan pada

- karakteristik masyarakat Indonesia yang menyukai kenyamanan dan antusias terhadap diskon.
2. Profil usia responden pada penelitian ini didominasi oleh *range* 21-26 tahun dengan persentase 89%. Padahal generasi milenial berkisar antara usia 21 sampai 37 tahun. Sehingga, pada penelitian selanjutnya perlu dilakukan penentuan persentase maksimal terhadap *range* usia, agar akurasi hasil yang sesuai dengan target responden dapat mengalami peningkatan.
 3. Aplikasi *mobile payment* tidak hanya digunakan dependen sebagai metode pembayaran, namun juga diintegrasikan dengan aplikasi layanan lain, seperti transportasi, dan akomodasi (Sabandar, 2018). Berdasarkan hal tersebut, dapat dilakukan penelitian terkait aplikasi *mobile payment* yang telah terintegrasi pada sebuah sistem atau layanan lain.
 4. Pada penelitian selanjutnya diharapkan dapat menambahkan variabel dan indikator penelitian yang belum ada pada penelitian ini. Penentuan variabel dan indikator dapat digali tidak hanya berdasarkan studi literatur, namun juga melalui wawancara pada pihak penyedia layanan aplikasi *mobile payment*.
 5. Penelitian yang dilakukan mengukur minat pengadopsian aplikasi *mobile payment* secara *general*. Pada penelitian selanjutnya, dapat dilakukan perbandingan terhadap dua studi kasus yang dipilih agar hasil penelitian dapat dibandingkan.

6.2.2 Bagi Perusahaan Mobile Payment

1. Berdasarkan hasil penelitian pada TA ini, diketahui bahwa *perceived technology security* menjadi salah satu faktor yang memberikan pengaruh terhadap intensi dalam mengadopsi aplikasi *mobile payment*. Namun, terdapat sebuah kasus di tahun 2016 dimana data sensitif pengguna maupun data sensitif *driver* dapat diakses dan diubah dengan mudah. Hal tersebut membuktikan bahwa perusahaan *mobile payment* belum menempatkan keamanan dan privasi sebagai faktor penting dalam

mengembangkan aplikasi. Sehingga, disarankan bagi perusahaan *mobile payment* untuk melakukan *penetration testing* bagi server maupun sistem aplikasi untuk memastikan bahwa segala celah yang mungkin dimanfaatkan oleh *hacker* tidak mudah untuk ditembus. *Testing* tersebut baiknya dilakukan secara berkala dikarenakan kecanggihannya untuk menembus celah keamanan juga semakin meningkat tiap waktunya.

2. Kasus lain yang terkait dengan keamanan, terjadi di tahun 2019 dimana terdapat order fiktif yang merugikan salah satu perusahaan *mobile payment*. Order fiktif tersebut dibuat oleh sebuah aplikasi khusus setelah melakukan instalasi aplikasi pada *handphone* yang digunakan. Hal tersebut semakin menguatkan bahwa masih banyak celah-celah keamanan yang tidak terjangkau oleh perusahaan. Sehingga, saran yang dapat direkomendasikan kepada perusahaan aplikasi *mobile payment* yaitu tidak hanya melakukan perbaikan sistem, namun juga mengecek dan memblokir *software* lain yang berpotensi digunakan untuk melakukan kecurangan.
3. Semua tahapan transaksi yang dilakukan menggunakan aplikasi *mobile payment* membutuhkan jaringan internet dan server yang memadai. Namun ternyata, masih terdapat kendala yang berhubungan dengan jaringan internet seperti *reconnecting* saat melakukan transaksi, *barcode* yang tidak terdeteksi dan server *error* sehingga justru akan membuat transaksi lebih lama jika dibandingkan dengan pembayaran uang tunai. Hal tersebut menjadi dasar untuk merekomendasikan kepada perusahaan untuk melakukan *maintenance* terhadap server secara berkala serta menambah kapasitas server seiring dengan peningkatan jumlah pengguna.

Halaman ini sengaja dikosongkan

DAFTAR PUSTAKA

- Abedi, G., Rostami, F. and Nadi, A. (2015) ‘Analyzing the Dimensions of the Quality of Life in Hepatitis B Patient Using Confirmatory Factor Analysis’, *Global Journal of Health Science*, 7(7), pp. 22–31. doi: 10.5539/gjhs.v7n7p22.
- Abraham, R. D. S., Moriguchi, S. N. and Andrade, D. F. (2016) ‘Intention of adoption of mobile payment : An analysis in the light of the Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT)’, *RAI Revista de Administração e Inovação*. Departamento de Administração, Faculdade de Economia, Administração e Contabilidade da Universidade de São Paulo - FEA/USP, 13(3), pp. 221–230. doi: 10.1016/j.rai.2016.06.003.
- Agarwal, R. and Prasad, J. (1998) ‘A Conceptual and Operational Definition of Personal Innovativeness in the Domain of Information Technology’, *Information Systems Research*, 9(2), pp. 204–215. doi: 10.1287/isre.9.2.204.
- APJII (2017) *Infografis Penetrasi & Perilaku Pengguna Internet di Indonesia*. Available at: www.teknopreneur.com.
- Ariaeinejad, R. and Archer, N. (2014) ‘Importance of Mobile Technology in Successful Adoption and Sustainability of a Chronic Disease Support System’, *International Journal of Social, Behavioral, Educational, Economic, Business and Industrial Engineering*, 8(4), pp. 870–875.
- Awang, Z. (2011) ‘Validating The Measurement Model: CFA’, in.
- Bachrudin, A. and Tobing, H. L. (2003) *Analisis Data untuk Penelitian*. Bandung: FMIPA-UNPAD.
- Bank Indonesia (2017) *Kebijakan Sistem Pembayaran dan Pengelolaan Uang Rupiah, Laporan Perekonomian Indonesia*.

- Brown, T. A. (2006) *Confirmatory Factor Analysis for Applied Research*.
- Byrne, B. M. (1998) *Structural equation modeling with LISREL, PRELIS, and SIMPLIS: Basic concepts, applications, and programming.*, *Structural equation modeling with LISREL, PRELIS, and SIMPLIS: Basic concepts, applications, and programming*. Mahwah, NJ, US: Lawrence Erlbaum Associates Publishers (Multivariate applications book series.).
- Cheng, T. C. E., Lam, D. Y. C. and Yeung, A. C. L. (2006) ‘Adoption of internet banking: An empirical study in Hong Kong’, *Decision Support Systems*, 42(3), pp. 1558–1572. doi: 10.1016/j.dss.2006.01.002.
- Damanik, J. (2011) *Budaya Konsumtif Kelas Menengah*. Available at: <https://ekonomi.kompas.com/read/2011/12/24/02115970/budaya.konsumtif.kelas.menengah> (Accessed: 12 March 2019).
- Diana, N. (2018) *Analisis Faktor-Faktor yang Memengaruhi Minat Penggunaan Electronic Money di Indonesia*.
- Dimock, M. (2019) *Defining Generations: Where Millennials end and Generation Z Begins*, Pew Research Center. Available at: <http://www.pewresearch.org/fact-tank/2019/01/17/where-millennials-end-and-generation-z-begins/> (Accessed: 26 February 2019).
- Dodds, W. B., Monroe, K. B. and Grewal, D. (1991) ‘Effects of Price, Brand, and Store Information on Buyers’ Product Evaluations’, *Journal of Marketing Research*. American Marketing Association, 28(3), pp. 307–319. doi: 10.2307/3172866.
- Fathi, S. (2014) *Analisis Penerimaan E-Wallet Di Indonesia: Studi Kasus Doku Wallet*.
- Ferdinand, A. (2002) *Structural Equation Modelling dalam Penelitian Manajemen*. Semarang: Badan penerbit Universitas Diponegoro.
- Field, A. (2009) *Discovering Statistics Using SPSS*. Third.

SAGE Publications Ltd.

- Fornell, C. and Larcker, D. F. (1981) 'Evaluating Structural Equation Models with Unobservable Variables and Measurement Error', *Journal of Marketing Research*, pp. 39–50.
- G4S (2018) 'World Cash Report 2018'. Available at: <https://cashessentials.org/app/uploads/2018/07/2018-world-cash-report.pdf>.
- Gao, L. and Waechter, K. A. (2017) 'Examining the role of initial trust in user adoption of mobile payment services: an empirical investigation', *Information Systems Frontiers*, 19(3), pp. 525–548. doi: 10.1007/s10796-015-9611-0.
- Gefen, D. (2000) 'STRUCTURAL EQUATION MODELING AND REGRESSION', 4(October).
- Ghozali, I. (2006) *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Semarang: Badan penerbit Universitas Diponegoro.
- Hair, J. F. *et al.* (2013) *Multivariate Data Analysis*. 7th edn, *Exploratory Data Analysis in Business and Economics*. 7th edn. doi: 10.1007/978-3-319-01517-0_3.
- Hayduk, L. A. (1987) *Structural Equation Modeling with LISREL: Essentials and Advances*. Baltimore, MD, USA: Johns Hopkins University.
- Iman, N. (2018) 'Is mobile payment still relevant in the fintech era?', *Electronic Commerce Research and Applications*, 30(May), pp. 72–82. doi: 10.1016/j.elerap.2018.05.009.
- Johnson, R. A. (2007) *Applied Multivariate Statistical Analysis*. Sixth. Pearson.
- Johnson, R. A. and Wichern, D. . (2007) *Applied Multivariate Statistical Analysis*. Sixth Edit. Pearson.
- Joreskog, K. G. and Sorbom, D. (2006) 'Lisrel for Windows', *Scientific Software International*.
- Karnouskos, S. and Fokus, F. (2004) 'Mobile payment: A Journey Through Existing Procedures and Standardization Initiatives', *IEEE Communications Surveys & Tutorials*, 6(4), pp. 44–66. doi:

- 10.1109/COMST.2004.5342298.
- Kline, R. (2011) *Principles and Practice of Structural Equation Modelling*. Third. United States of America: Guilford Press.
- Kuncoro, M. (2014) *Metode Riset untuk Bisnis dan Ekonomi*.
- Kuo, Y. and Yen, S. (2009) 'Towards an understanding of the behavioral intention to use 3G mobile value-added services', *Computers in Human Behavior*. Elsevier Ltd, 25(1), pp. 103–110. doi: 10.1016/j.chb.2008.07.007.
- Lai, Y.-H. (2012) 'The study of technology acceptance for e-wallets application of clinic fees payment', *Health*, 04(11), pp. 1082–1087. doi: 10.4236/health.2012.411165.
- Leong, L. *et al.* (2013) 'Predicting the determinants of the NFC-enabled mobile credit card acceptance: A neural networks approach', *Expert Systems With Applications*. Elsevier Ltd, 40(14), pp. 5604–5620. doi: 10.1016/j.eswa.2013.04.018.
- Loehlin, J. C. (1998) *Latent variable models: An introduction to factor, path, and structural analysis, 3rd ed., Latent variable models: An introduction to factor, path, and structural analysis, 3rd ed.* Mahwah, NJ, US: Lawrence Erlbaum Associates Publishers.
- Maccallum, R. C. and Hong, S. (1997) 'Power Analysis in Covariance Structure Modeling Using GFI and AGFI', 32(2), pp. 193–210.
- Makarim, N. (2017) *Bagaimana Data Pengguna Memberi Untung bagi Go-Jek*. Available at: <https://tirto.id/bagaimana-data-pengguna-memberi-untung-bagi-go-jek-cukG> (Accessed: 12 June 2019).
- Maulana, M. R. S. and Rufaidah, P. (2014) 'Co-creation of Small-medium Enterprises', *Procedia - Social and Behavioral Sciences*. Elsevier B.V., 115(Icics 2013), pp. 198–206. doi: 10.1016/j.sbspro.2014.02.428.
- McGrath, J. (2006) 'Micropayments: Final Frontier for Electronic Consumer Payments', *Federal Reserve Bank*

- of Philadelphia Payment Cards Center Discussion Paper*, p. 37. Available at: <http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.920609>.
- Miltgen, C. L., Poovic, A. and Oliveira, T. (2013) ‘Determinants of end-user acceptance of biometrics : Integrating the “ Big 3 ” of technology acceptance with privacy context’, 56, pp. 103–114. doi: 10.1016/j.dss.2013.05.010.
- Mohamad, K. (2017) *Payment Banking Diterjang Fintech, Infobank News*. Available at: <http://infobanknews.com/payment-banking-diterjang-fintech/>.
- Mustaqim, R. N., Kusyanti, A. and Aryadita, H. (2018) ‘Analisis Faktor-Faktor yang Memengaruhi Niat Penggunaan E-Commerce XYZ Menggunakan Model UTAUT (Unified Theory Acceptance and Use Of Technology)’, 2(7), pp. 2584–2593.
- Nangong, A. (2018) ‘Perilaku Pasca-Adopsi Teknologi Personal Terhadap Intensi Sustainable Behavior’, *Jurnal Manajemen Teknologi*, 17(1), pp. 10–26. doi: 10.12695/jmt.2018.17.1.2.
- Narimawati, U. and Sarwono, J. (2007) *Structural Equation Modelling (SEM) dalam Riset Ekonomi: Menggunakan LISREL*. Yogyakarta: Gava Media.
- Oliveira, T. *et al.* (2016) ‘Mobile payment : Understanding the determinants of customer adoption and intention to recommend the technology’, *Computers in Human Behavior*. Elsevier Ltd, 61(2016), pp. 404–414. doi: 10.1016/j.chb.2016.03.030.
- Otok, B. W. (2019) ‘Covariance Based Structural Equation Modeling’, in.
- Park, J. K. *et al.* (2019) ‘Examining the role of anxiety and social influence in multi-benefits of mobile payment service’, *Journal of Retailing and Consumer Services*, 47(September 2018), pp. 140–149. doi: 10.1016/j.jretconser.2018.11.015.
- Permadi, P. (2015) *Analisis Struktur Bisnis Uang Elektronik (Electronic Money) di Indonesia*. Universitas Gadjah

Mada.

- Pertiwi and Ariyanto (2017) *Penerapan Model UTAUT2 untuk Menjelaskan Minat dan Perilaku Penggunaan Mobile Banking di Denpasar*.
- Pietro, L. Di *et al.* (2015) 'The Integrated Model on Mobile Payment Acceptance (IMMPA): An empirical application to public transport', *Transportation Research Part C*. Elsevier Ltd, 56, pp. 463–479. doi: 10.1016/j.trc.2015.05.001.
- Popovska-kamnar, N. (2014) 'THE USE OF ELECTRONIC MONEY AND ITS IMPACT ON MONETARY POLICY', 1(2), pp. 79–92.
- Rashed, A. and Santos, H. (2017) 'New Technology Acceptance in Europe and Arabic Cultures: Comparative Study', *Proceedings of the 2013 InSITE Conference*, (July), pp. 207–214. doi: 10.28945/1845.
- Rosita, N. H. (2012) *Uji Asumsi Klasik*. Available at: <http://extraordinarynad.lecture.ub.ac.id/2012/12/uji-asumsi-klasik/> (Accessed: 17 June 2019).
- Sabandar, W. (2018) *MRT Jakarta-Gojek Teken MoU Studi Pengembangan Integrasi Mobile Payment*. Available at: <https://jakarta.bisnis.com/read/20180522/384/798122/mrt-jakarta-gojek-teken-mou-studi-pengembangan-integrasi-mobile-payment> (Accessed: 8 July 2019).
- Safitri, F. W. (2018) *Analisis Perilaku Pengguna Mobile Payment dengan Menggunakan Integrated Model on Mobile Payment Acceptance (IMMPA)*. Universitas Airlangga.
- Salisbury, W. D. *et al.* (2013) 'Perceived security and World Wide Web purchase intention'.
- Sarjono, H. and Julianita, W. (2014) *Structural Equation Modelling (SEM): Sebuah Pengantar, Aplikasi untuk Penelitian Bisnis*. Edited by R. Aryanto. Salemba Empat.
- Sarjono, H. and Julianita, W. (2015) *Structural Equation Modeling : Sebuah Pengantar, Aplikasi untuk Penelitian Bisnis*. Salemba Empat.

- Sharma, S. (1996) 'Applied multivariate techniques', pp. 1–493.
- Shopback (2016) *Perilaku Konsumen di Indonesia menjelang Hari Belanja Online Nasional*. Available at: <https://technologue.id/survei-shopback-promo-dan-diskon-harbolnas-2016-tetap-jadi-incaran-konsumen/amp/>.
- Sohn, S. Y. and Kim, Y. (2008) 'Searching customer patterns of mobile service using clustering and quantitative association rule', *Expert Systems with Applications*, 34(2), pp. 1070–1077. doi: 10.1016/j.eswa.2006.12.001.
- Sugiyono (2018) *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. 28th edn. Bandung: Alfabeta.
- Sujarweni, V. W. (2014) *SPSS untuk Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Baru.
- Venkatesh, V. *et al.* (2003) 'User Acceptance of Information Technology: Toward a Unified View', *MIS Quarterly*. Management Information Systems Research Center, University of Minnesota, 27(3), pp. 425–478. doi: 10.2307/30036540.
- Venkatesh, V., Thong, J. Y. L. and Xu, X. (2015) 'Consumer Acceptance and Use of Information Technology: Extending the Unified Theory of Acceptance and Use of Technology', *2015 IEEE MTT-S International Microwave Symposium, IMS 2015*, 36(1), pp. 157–178. doi: 10.1109/MWSYM.2015.7167037.
- Waluyo, M. (2016) 'Konsep Structural Equation Modelling', in, p. ISBN: 978-6029-372960.
- Wang, L. *et al.* (2019) 'Easy come or easy go? Empirical evidence on switching behaviors in mobile payment applications', *Information and Management*. Elsevier, (February), pp. 1–13. doi: 10.1016/j.im.2019.02.005.
- Wijanto, S. H. (2008) *Structural equation modeling dengan Lisrel 8.8: konsep dan tutorial*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Yang, S. *et al.* (2012) 'Mobile payment services adoption across time: An empirical study of the effects of behavioral beliefs, social influences, and personal traits', *Computers in Human Behavior*. Elsevier Ltd, 28(1), pp. 129–142.

doi: 10.1016/j.chb.2011.08.019.

Yi, M. Y. *et al.* (2006) 'Understanding information technology acceptance by individual professionals: Toward an integrative view', 43, pp. 350–363. doi: 10.1016/j.im.2005.08.006.

LAMPIRAN A. KUESIONER SURVEI

Hi Great People!

Sebelumnya, terima kasih banyak karena sudah berkenan untuk membantu saya menyelesaikan Tugas Akhir. Perkenalkan, saya Nasywa Ibtisamah, mahasiswi Sistem Informasi ITS yang sedang melakukan penelitian mengenai "Minat Penggunaan Mobile Payment (Studi Kasus: OVO dan Go-Pay)". Responden penelitian ini dibatasi pada generasi millennials dengan usia 21 sampai 37 tahun.

Data dan informasi yang anda isi akan saya gunakan secara bijak dalam koridor pengerjaan Tugas Akhir. Apabila ada pertanyaan atau bagian dari kuesioner yang susah untuk dipahami, mohon berkenan untuk menghubungi saya pada kontak yang tertera dibawah.

Selaku surveyor, saya ucapkan terima kasih atas kebaikan hati anda dalam meluangkan waktu untuk mengisi kuesioner ini.

Salam Hangat,

Nasywa Ibtisamah

Kontak surveyor.

email: nasywaibtsmh@gmail.com

line: nasywaibtsmh

Bagian 1. Pertanyaan Screening

Apakah anda pernah bertransaksi menggunakan aplikasi Mobile Payment sebagai alat bertransaksi?

Aplikasi mobile payment yang dimaksud adalah Go-Pay dan atau OVO

Ya

Tidak (Stop! Pengisian kuesioner anda berhenti disini)

Bagian 2. Data Demografi Responden

Pada bagian ini akan menggali informasi mengenai demografi responden.

Email:

Nomor HP:

Jenis Kelamin:

Kota Domisili:

Usia: Tahun

Profesi saat ini:

Aplikasi Mobile payment apakah yang anda gunakan?

Go-Pay

OVO

Kira-kira, sudah berapa kali Anda membeli barang atau jasa menggunakan aplikasi Mobile Payment?

1 Kali

2-5 Kali

Lebih dari 5 kali

Kapan terakhir kali Anda menggunakan aplikasi Mobile Payment sebagai alat untuk bertransaksi?

Dalam 3 hari kemarin

Satu minggu yang lalu

1 bulan yang lalu

Lebih dari 1 bulan yang lalu

Bagian 3. Minat Penggunaan Aplikasi Mobile Payment

Pada bagian ini akan diberikan sejumlah pernyataan dengan skala 1 sampai 7. Keterangan masing-masing skala adalah sebagai berikut.

1: Sangat Tidak Setuju

2: Tidak Setuju

3: Tidak Terlalu Setuju

4: Netral

5: Cukup Setuju

6: Setuju

7: Sangat Setuju

Tabel A.1. Tabel Kuesioner

No	Pernyataan	1	2	3	4	5	6	7
	Effort Expectancy (EFX)							
1.	Mobile payment menyuguhkan tampilan yang mudah dimengerti.							
2.	Mudah bagi saya untuk belajar memahami cara pengoperasian (how to use) aplikasi mobile payment.							
3.	Saya merasa aplikasi mobile payment mudah digunakan.							
4.	Mudah bagi saya untuk terampil/mahir dalam							

No	Pernyataan	1	2	3	4	5	6	7
	menggunakan mobile payment.							
	Facilitating Conditions							
1.	Saya mendapatkan panduan cara menggunakan (user guide) sehingga saya bisa menggunakan mobile payment.							
2.	Saya mendapatkan respon bantuan dari <i>customer service</i> ketika mendapatkan kesulitan menggunakan mobile payment.							
3.	Aplikasi Mobile Payment dapat berjalan pada sistem operasi handphone (android, ios) yang saya gunakan.							
	Compatibility							
1.	Menggunakan mobile payment sesuai dengan gaya hidup saya.							
2.	Menggunakan mobile payment sesuai dengan kondisi saya (keuangan, domisili, waktu) saat ini.							

No	Pernyataan	1	2	3	4	5	6	7
3.	Menggunakan mobile payment cocok dengan cara saya ingin membayar							
	Hedonic Motivation							
1.	Menggunakan mobile payment itu menyenangkan.							
2.	Menggunakan mobile payment itu menarik.							
3.	Menggunakan mobile payment itu sangat nyaman.							
	Price Value							
1.	Menurut saya, biaya layanan pada aplikasi mobile payment masih wajar.							
2.	Biaya layanan yang saya keluarkan saat menggunakan mobile payment sepadan dengan kemudahan yang saya dapatkan.							
3.	Dengan menggunakan mobile payment, saya mendapatkan keuntungan secara komersil (karena adanya discount, cashback)							
	Performance Expectancy							

No	Pernyataan	1	2	3	4	5	6	7
1.	Aplikasi mobile payment dapat menghemat waktu saya dalam bertransaksi.							
2.	Menurut saya, menggunakan mobile payment akan meningkatkan produktivitas saya.							
3.	Menurut saya, menggunakan mobile payment bermanfaat dalam kehidupan sehari-hari.							
	Perceived Technology Security							
1.	Saya merasa aman saat membagikan informasi sensitif (misalnya, saat register) pada aplikasi mobile payment.							
2.	Saat melakukan pembelian barang atau jasa menggunakan mobile payment, saya merasa aman mengirimkan alamat asal dan alamat tujuan (atau informasi sensitif lainnya)							
3.	Secara keseluruhan, mobile payment merupakan aplikasi yang aman untuk menyimpan informasi sensitif pada basis							

No	Pernyataan	1	2	3	4	5	6	7
	data (database) penyedia aplikasi mobile payment.							
	Social Influence							
1.	Lingkungan sosial mendorong saya untuk menggunakan aplikasi mobile payment							
2.	Orang-orang yang penting bagi saya (misalnya, orang tua), memberikan saran bahwa saya harus menggunakan mobile payment.							
3.	Saya menggunakan mobile payment setelah melihat orang lain menggunakannya.							
	Innovativeness							
1.	Jika saya mendengar sebuah fitur baru, saya akan mencari cara untuk mencobanya.							
2.	Diantara teman-teman saya, biasanya saya yang pertama kali mencoba fitur yang baru.							
3.	Saya ragu untuk mencoba fitur yang baru.							
	Behaviour Intention to Adopt							

No	Pernyataan	1	2	3	4	5	6	7
1.	Saya ingin menggunakan mobile payment lagi dalam beberapa bulan mendatang.							
2.	Saya berencana untuk tetap menggunakan mobile payment sesering mungkin.							
3.	Saya akan menggunakan mobile payment dalam transaksi harian saya.							
	Behaviour Intention to Recommend							
1.	Saya akan merekomendasikan kepada teman-teman saya untuk menggunakan mobile payment.							
2.	Saya akan merekomendasikan mobile payment hanya jika saya memiliki pengalaman yang baik saat menggunakannya.							

Saran terkait layanan mobile payment:

LAMPIRAN B. KAMPANYE PENCARIAN DATA

Beberapa media yang dilakukan untuk kampanye pencarian data akan dijabarkan lebih lanjut dibawah ini.

1. Pencarian Data Melalui Home Facebook

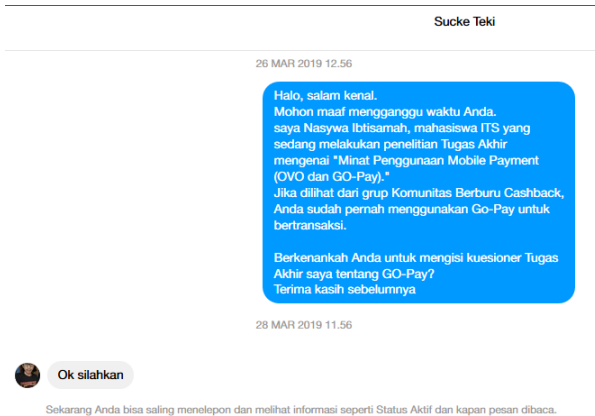
Pencarian data melalui *home* atau beranda facebook pada akun pribadi dilakukan untuk menjaring responden-responden dengan demografi yang lebih luas, dengan batasan generasi milenial yang telah ditentukan. Pencantuman poster dengan *caption* yang menjelaskan tujuan penelitian dimaksudkan agar calon responden yang akan mengisi mendapatkan gambaran kasar kuesioner.



Gambar B.1. Pencarian Data Home Facebook

2. Pencarian Data Melalui Personal Chat Facebook

Personal chat dilakukan kepada calon responden yang memiliki ketertarikan dengan *mobile payment*. Hal tersebut berdasarkan keaktifan dalam memberi komentar maupun membagikan informasi pada grup yang membahas seputar teknologi *mobile payment*.



Gambar B.2. Pencarian Data Personal Facebook

3. Pencarian Data Melalui Group Facebook

Grup facebook yang menjadi sasaran adalah grup alumni sekolah. Hal tersebut dimaksudkan karena lingkaran pertemanan penulis masih dapat dikategorikan sebagai generasi milenial. Selain itu, kemudahan untuk menjangkau dan menyampaikan maksud serta tujuan pengisian kuesioner menjadi alasan lainnya.



Gambar B.3. Pencarian Data Group Facebook

4. Pencarian Data Melalui Group Whatsapp

Pencarian data melalui grup whatsapp dilakukan karena adanya ikatan relasi yang telah dibangun oleh penulis dengan anggota grup, sehingga memudahkan dalam penyampaian maksud dan tujuan pencarian data. Selain itu, anggota grup di dominasi oleh generasi milenial, sesuai dengan target responden penelitian.



Gambar B.4. Pencarian Data Group Whatsapp

5. Pencarian Data Melalui Personal Chat Whatsapp

Pencarian data melalui *personal chat* whatsapp dilakukan pada target responden yang spesifik. Hal tersebut didasarkan pada kota domisili calon responden ataupun hubungan kedekatan penulis dengan calon responden. Bahasa yang digunakan pada *personal chat* lebih santai dan fleksibel.



Gambar B.5. Pencarian Data Personal Whatsapp

6. Pencarian Data Melalui Twitter

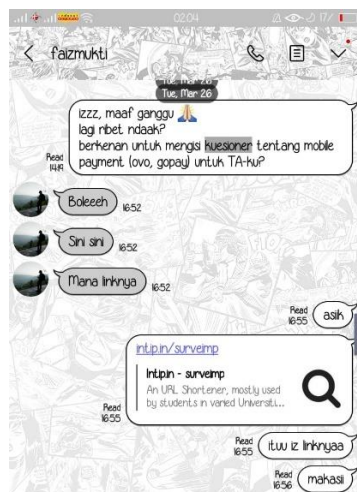
Twitter menjadi media yang efektif dalam menyebarkan kuesioner dengan batasan lokasi negara Indonesia. Hal tersebut dikarenakan pengguna twitter yang berasal dari beragam kota dari seluruh Indonesia, dengan berbagai latar belakang profesi yang berbeda pula. Alasan lain mengapa twitter menjadi media yang efektif adalah terdapatnya akun twitter yang berkenan untuk melakukan *retweet* terhadap *tweet* yang berisi permohonan untuk pengisian kuesioner.



Gambar B.6. Pencarian Data Twitter

7. Pencarian Data Melalui Personal Chat Line

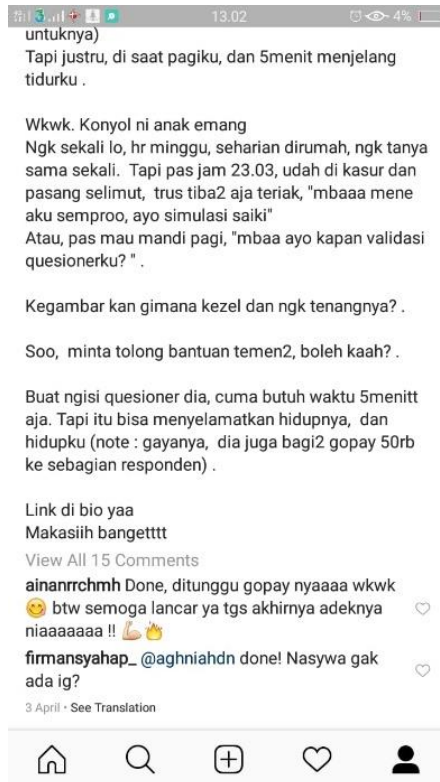
Pencarian data melalui *personal chat* Line memiliki maksud dan tujuan yang sama dengan *personal chat* melalui whatsapp. Calon responden spesifik yang sesuai dengan kriteria responden dihubungi dengan menggunakan bahasa yang lebih santai.



Gambar B.7. Pencarian Data Personal Line

8. Pencarian Data Melalui Instagram

Instagram yang merupakan media sosial dengan jumlah pengguna terbanyak di dunia menjadi salah satu alasan untuk menyebarkan kuesioner. Mudahnya untuk melakukan penyebaran informasi baik melalui *instagram story* maupun *feed* instagram menjadi penguat alasan dalam memilih media sosial tersebut.



Gambar B.8. Pencarian Data Instagram

LAMPIRAN C. HASIL UJI CFA (OUTPUT LISREL)

Input Syntax:

```
Raw data from file 'F:\Kuliah\Tugas  
Akhir\Kuesioner\Normalitas\FIX\396.psf'
```

```
Asymptotic covariance matrix from file asymdata
```

```
Sample Size = 396  
Latent Variables EFX COM PFX BIA BIR FCO HMO  
PVA PTS  
SIN INO
```

```
Relationships  
EFX1-EFX4 = EFX  
COM1-COM3 =COM  
PFX1-PFX3 = PFX  
BIA1-BIA3 = BIA  
BIR1-BIR2 = BIR  
FCO1-FCO2 = FCO  
HMO1-HMO3 = HMO  
PVA1-PVA2 = PVA  
PTS1-PTS3 = PTS  
SIN1-SIN3 = SIN  
INO1-INO3 = INO
```

```
Path diagram  
Admissibility Check = 100  
Iterations = 100  
End of Problem
```

Output:

```
DATE: 7/ 5/2019  
TIME: 2:12
```

L I S R E L 8.80

BY

Karl G. Jöreskog and Dag Sörbom

This program is published exclusively by
 Scientific Software International, Inc.
 7383 N. Lincoln Avenue, Suite 100
 Lincolnwood, IL 60712, U.S.A.
 Phone: (800)247-6113, (847)675-0720, Fax:
 (847)675-2140

Copyright by Scientific Software
 International, Inc., 1981-2006
 Use of this program is subject to the terms
 specified in the
 Universal Copyright Convention.
 Website: www.ssicentral.com

Number of Iterations = 10

LISREL Estimates (Maximum Likelihood)

Measurement Equations

EFX1 = 0.52*EFX, Errorvar.= 0.35, R ² = 0.43	
(0.037)	(0.028)
13.93	12.43
EFX2 = 0.57*EFX, Errorvar.= 0.21, R ² = 0.61	
(0.032)	(0.019)
17.54	10.66
EFX3 = 0.58*EFX, Errorvar.= 0.15, R ² = 0.68	
(0.030)	(0.016)
19.00	9.40
EFX4 = 0.53*EFX, Errorvar.= 0.21, R ² = 0.57	
(0.031)	(0.019)
16.76	11.17

FCO1 = 0.98*FCO, Errorvar.= 1.05, R ² = 0.48	
(0.087)	(0.14)
11.29	7.48
FCO2 = 0.95*FCO, Errorvar.= 1.19, R ² = 0.43	
(0.087)	(0.14)
10.90	8.52
COM1 = 0.77*COM, Errorvar.= 0.77, R ² = 0.44	
(0.056)	(0.063)
13.82	12.10
COM2 = 0.65*COM, Errorvar.= 0.47, R ² = 0.47	
(0.045)	(0.040)
14.54	11.76
COM3 = 0.82*COM, Errorvar.= 0.46, R ² = 0.59	
(0.049)	(0.045)
16.76	10.18
HMO1 = 0.75*HMO, Errorvar.= 0.27, R ² = 0.68	
(0.040)	(0.028)
18.92	9.50
HMO2 = 0.66*HMO, Errorvar.= 0.26, R ² = 0.63	
(0.037)	(0.025)
17.85	10.47
HMO3 = 0.68*HMO, Errorvar.= 0.32, R ² = 0.59	
(0.040)	(0.029)
17.18	10.95
PVA1 = 0.76*PVA, Errorvar.= 0.42, R ² = 0.58	
(0.049)	(0.049)
15.45	8.64
PVA2 = 0.74*PVA, Errorvar.= 0.29, R ² = 0.66	
(0.045)	(0.042)
16.50	6.87
PFX1 = 0.53*PFX, Errorvar.= 0.65, R ² = 0.30	
(0.049)	(0.051)
10.67	12.67
PFX2 = 0.82*PFX, Errorvar.= 0.90, R ² = 0.43	
(0.062)	(0.078)
13.21	11.52
PFX3 = 0.66*PFX, Errorvar.= 0.38, R ² = 0.53	
(0.044)	(0.038)
14.98	9.99
PTS1 = 1.10*PTS, Errorvar.= 0.65, R ² = 0.65	
(0.058)	(0.057)
18.85	11.29

PTS2 = 1.18*PTS, Errorvar.= 0.26, R ² = 0.84	
(0.052)	(0.041)
22.88	6.17
PTS3 = 1.15*PTS, Errorvar.= 0.46, R ² = 0.74	
(0.056)	(0.049)
20.77	9.38
SIN1 = 0.88*SIN, Errorvar.= 0.86, R ² = 0.47	
(0.077)	(0.11)
11.49	7.81
SIN2 = 1.05*SIN, Errorvar.= 2.07, R ² = 0.35	
(0.10)	(0.20)
10.14	10.32
SIN3 = 0.57*SIN, Errorvar.= 2.41, R ² = 0.12	
(0.098)	(0.18)
5.84	13.16
INO1 = 1.13*INO, Errorvar.= 0.51, R ² = 0.71	
(0.063)	(0.082)
17.92	6.28
INO2 = 1.00*INO, Errorvar.= 1.74, R ² = 0.36	
(0.083)	(0.14)
12.01	12.22
INO3 = 0.87*INO, Errorvar.= 0.85, R ² = 0.47	
(0.062)	(0.077)
13.99	11.06
BIA1 = 0.58*BIA, Errorvar.= 0.88, R ² = 0.28	
(0.054)	(0.065)
10.82	13.44
BIA2 = 1.18*BIA, Errorvar.= 0.37, R ² = 0.79	
(0.055)	(0.048)
21.58	7.74
BIA3 = 1.20*BIA, Errorvar.= 0.58, R ² = 0.71	
(0.060)	(0.059)
20.02	9.80
BIR1 = 1.09*BIR, Errorvar.= 0.30, R ² = 0.80	
(0.063)	(0.093)
17.33	3.20
BIR2 = 0.49*BIR, Errorvar.= 0.88, R ² = 0.21	
(0.054)	(0.065)

LAMPIRAN D. PENGHITUNGAN UJI RELIABILITAS INSTRUMEN

Standardized Loading Factor (SLF):

Tabel D.1. Tabel Penghitungan SUM SLF

Var.	Standardized Loading Factors (SLF)				SUM SLF
	1	2	3	4	
EFX	0.65	0.78	0.83	0.76	3.02
FCO	0.66	0.69	-	-	1.35
COM	0.67	0.69	0.76	-	2.12
HMO	0.82	0.79	0.77	-	2.38
PVA	0.75	0.82	-	-	1.57
PFX	0.52	0.66	0.74	-	1.92
PTS	0.81	0.92	0.86	-	2.59
SIN	0.74	0.57	-	-	1.31
INO	0.84	0.61	0.69	-	2.14
BIA	0.53	0.89	0.84	-	2.26
BIR	0.9	0.46	-	-	1.36

Standard Error:

Tabel D.2. Tabel Penghitungan SUM Standard Error

Var.	Standard Error				SUM Std. Error
	1	2	3	4	
EFX	0.58	0.40	0.3	0.42	1.7
FCO	0.57	0.52	-	-	1.09
COM	0.55	0.52	0.42	-	1.49
HMO	0.32	0.37	0.41	-	1.1
PVA	0.44	0.32	-	-	0.76
PFX	0.73	0.56	0.45	-	1.74
PTS	0.35	0.15	0.26	-	0.76

Var.	Standard Error				SUM Std. Error
	1	2	3	4	
SIN	0.46	0.68	-	-	1.14
INO	0.29	0.63	0.53	-	1.45
BIA	0.72	0.21	0.29	-	1.22
BIR	0.2	0.79	-	-	0.99

Penghitungan CR:

Tabel D.3. Tabel Penghitungan CR

Kuadrat SUM	CR
Rumus: $SUMSLF^2$	Rumus: $\frac{Kuadrat\ SUM}{(Kuadrat\ SUM + SUM\ Error)}$
9.12	0.84
1.82	0.63
4.49	0.75
5.66	0.84
2.46	0.76
3.69	0.68
6.71	0.90
1.72	0.60
4.58	0.76
5.11	0.81
1.85	0.65

Penghitungan VE:

Tabel D.4. Tabel Penghitungan VE

Pangkat 2				SUM Pangk at 2	VE
Ru- mus: SLF1 ^2	Ru- mus: SLF2 ^2	Ru- mus: SLF3 ^2	Ru- mus: SLF4 ^2		Rumus: <i>SUM Pangkat 2</i> <hr/> <i>(SUM Pangkat 2 + SUM Error)</i>
0.42	0.61	0.69	0.58	2.30	0.57
0.44	0.48	0.00	0.00	0.91	0.46
0.45	0.48	0.58	0.00	1.50	0.50
0.67	0.62	0.59	0.00	1.89	0.63
0.56	0.67	0.00	0.00	1.23	0.62
0.27	0.44	0.55	0.00	1.25	0.42
0.66	0.85	0.74	0.00	2.24	0.75
0.55	0.32	0.00	0.00	0.87	0.43
0.71	0.37	0.48	0.00	1.55	0.52
0.28	0.79	0.71	0.00	1.78	0.59
0.81	0.21	0.00	0.00	1.02	0.51

Halaman ini sengaja dikosongkan

LAMPIRAN E. HASIL UJI KECOCOKAN MODEL (OUTPUT LISREL)

Input Syntax:

```
Raw data from file 'F:\Kuliah\Tugas  
Akhir\Kuesioner\Normalitas\FIX\396.psf'
```

```
Asymptotic covariance matrix from file asyndata
```

```
Sample Size = 396  
Latent Variables EFX COM PFX BIA BIR FCO HMO  
PVA PTS  
SIN INO
```

```
Relationships  
EFX1-EFX4 = EFX  
COM1-COM3 =COM  
PFX1-PFX3 = PFX  
BIA1-BIA3 = BIA  
BIR1-BIR2 = BIR  
FCO1-FCO2 = FCO  
HMO1-HMO3 = HMO  
PVA1-PVA2 = PVA  
PTS1-PTS3 = PTS  
SIN1-SIN3 = SIN  
INO1-INO3 = INO
```

```
COM = INO  
EFX = COM INO  
PFX = EFX COM INO  
BIA = INO COM PFX EFX SIN FCO HMO PVA PTS  
BIR = BIA
```

```
LET THE ERROR COVARIANCE INO3 AND INO1  
CORRELATED  
LET THE ERROR COVARIANCE HMO2 AND HMO1  
CORRELATED
```

Path diagram
Admissibility Check = 100
Iterations = 100
End of Problem

Output:

DATE: 7/ 5/2019
TIME: 1:49

L I S R E L 8.80

BY

Karl G. Jöreskog and Dag Sörbom

This program is published exclusively by
Scientific Software International, Inc.
7383 N. Lincoln Avenue, Suite 100
Lincolnwood, IL 60712, U.S.A.
Phone: (800)247-6113, (847)675-0720, Fax:
(847)675-2140

Copyright by Scientific Software
International, Inc., 1981-2006
Use of this program is subject to the terms
specified in the
Universal Copyright Convention.
Website: www.ssicentral.com

Goodness of Fit Statistics

Degrees of Freedom = 401
Minimum Fit Function Chi-Square = 806.34 (P=0)
Normal Theory Weighted Least Squares Chi-

Square = 792.35 (P = 0.0)
Estimated Non-centrality Parameter (NCP) =
391.35

Minimum Fit Function Value = 2.04
Population Discrepancy Function Value (F0) =
0.99
90 Percent Confidence Interval for F0 = (0.80
; 1.20)

Root Mean Square Error of Approximation
(RMSEA) = 0.050
90 Percent Confidence Interval for RMSEA =
(0.045 ; 0.055)
P-Value for Test of Close Fit (RMSEA < 0.05) =
0.53

Expected Cross-Validation Index (ECVI) = 2.49
90 Percent Confidence Interval for ECVI =
(2.29 ; 2.70)

ECVI for Saturated Model = 2.51
ECVI for Independence Model = 45.53

Normed Fit Index (NFI) = 0.96
Non-Normed Fit Index (NNFI) = 0.97
Parsimony Normed Fit Index (PNFI) = 0.82
Comparative Fit Index (CFI) = 0.98
Incremental Fit Index (IFI) = 0.98
Relative Fit Index (RFI) = 0.95

Critical N (CN) = 231.14

Root Mean Square Residual (RMR) = 0.073
Standardized RMR = 0.050
Goodness of Fit Index (GFI) = 0.89
Adjusted Goodness of Fit Index (AGFI) = 0.86
Parsimony Goodness of Fit Index (PGFI) = 0.72

Halaman ini sengaja dikosongkan

BIODATA PENULIS



Penulis lahir di Surabaya pada 8 Oktober 1997, dan merupakan anak ketiga dari Bapak Muhamad Noval dan Ibu Wiwik Dwi Pratiwi. Penulis telah menempuh pendidikan formal pada SD Muhammadiyah 8 Surabaya dan lulus pada tahun 2009. Melanjutkan sekolah menengah pada SMPN 9 Surabaya dan lulus pada tahun 2012. Kemudian menjajaki pendidikan menengah keatas di SMAN 1 Surabaya dan lulus tahun 2015. Berminat pada

bidang teknologi informasi dan memutuskan untuk melanjutkan pendidikan pada Departemen Sistem Informasi, Institut Teknologi Sepuluh Nopember, Surabaya. Selama menjadi mahasiswa penulis aktif dan tertarik mengikuti organisasi kemahasiswaan dibuktikan dengan menjadi Staff Riset dan Teknologi kepengurusan HMSI 2016/2017, *Senior Staff Entreprenurship Department* kepengurusan BEM FTIf 2017/2018, dan *event* nasional seperti menjadi koordinator *sponsorship and finance* pada *Information Systems Expo 2017* dengan berhasil mencapai target pendanaan 80 juta. Pada tahun ketiga perkuliahan, penulis melakukan kerja praktik di PT. Badak NGL, Bontang, Kalimantan Timur dan mendapatkan pengalaman menjadi *business analyst* pada salah satu aplikasi yang sedang dikembangkan untuk departemen *Human Resource*. Selain itu, penulis juga sedang mengembangkan sebuah startup bernama Narahub setelah aktif dalam kegiatan 1001 Startup Digital oleh Menkominfo. Penulis dapat dihubungi melalui email nasywairbtsmh@gmail.com.