



TESIS - BM185407

**ANALISIS PENERIMAAN TEKNOLOGI DOMPET DIGITAL  
DI INDONESIA DENGAN MENGGUNAKAN UNIFIED  
THEORY OF ACCEPTANCE AND USE OF TECHNOLOGY  
2 (UTAUT2)**

**MUHTAROM WIDODO**  
**09211750053024**

Dosen Pembimbing  
Prof. Dr.techn. Drs. Mohammad Isa Irawan, M.T.  
Dr. Rita Ambarwati Sukmono, S.E., M.MT

Departemen Manajemen Teknologi  
Fakultas Bisnis dan Manajemen Teknologi  
Institut Teknologi Sepuluh Nopember  
2019



## LEMBAR PENGESAHAN TESIS

Tesis disusun untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar

**Magister Manajemen Teknologi (M.MT)**

di

**Institut Teknologi Sepuluh Nopember**

Oleh:

**Muhtarom Widodo**

**NRP: 09211750053024**

**Tanggal Ujian: 5 Juli 2019**

**Periode Wisuda: September 2019**

Disetujui oleh:

**Pembimbing:**

1. Prof. Dr.techn. Drs. Mohammad Isa Irawan, M.T.  
NIP: 196312251989031001



2. Dr. Rita Ambarwati S., S.E., M.MT.  
NIDN: 0707048003



**Penguji:**

1. Dr.techn. Ir. R. V. Hari Ginardi, M.Sc.  
NIP: 196505181992031003



2. Daniel O. Siahaan, S.Kom., M.Sc., P.D.Eng.  
NIP: 197411232006041001



Kepala Departemen Manajemen Teknologi

Fakultas Bisnis dan Manajemen Teknologi



**Prof. Ir. Nyoman Pujawan, M.Eng, Ph.D, CSCP**  
**NIP: 196912311994121076**

*(Halaman ini sengaja dikosongkan)*

# ANALISIS PENERIMAAN TEKNOLOGI DOMPET DIGITAL DI INDONESIA DENGAN MENGGUNAKAN UNIFIED THEORY OF ACCEPTANCE AND USE OF TECHNOLOGY 2 (UTAUT2)

Nama : Muhtarom Widodo  
NRP : 09211750053024  
Pembimbing : Prof. Dr.techn. Drs. Mohammad Isa Irawan, M.T.  
Dr. Rita Ambarwati Sukmono, S.E., M.MT.

## ABSTRAK

Pada beberapa tahun terakhir ini, dompet digital (*e-wallet*) menjadi primadona sebagai alternatif alat pembayaran di Indonesia. Dompet digital menawarkan alat pembayaran yang aman, efektif, dan efisien pada masyarakat Indonesia. Namun pada kenyataannya, berdasarkan data Bank Dunia, pada tahun 2017 dompet digital baru digunakan oleh tiga persen masyarakat Indonesia berusia di atas 15 tahun. Oleh karena itu, untuk mewujudkan Gerakan Nasional Non Tunai (GNNT) yang digagas oleh pemerintah, diperlukan upaya untuk memperluas penggunaan dompet digital di masyarakat. Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi faktor-faktor yang mempengaruhi penerimaan teknologi dompet digital di Indonesia menggunakan *Unified Theory of Acceptance and Use of Technology* (UTAUT2) yang telah dimodifikasi dengan tambahan variabel *trust* dan *perceived risk*. Data dari 345 responden yang pernah menggunakan dompet digital berhasil dikumpulkan melalui survei *online*. Kemudian, data dianalisis menggunakan *Partial Least Square - Structural Equation Modeling* (PLS-SEM) berdasarkan model UTAUT2 yang telah dimodifikasi dengan penambahan faktor *perceived risk* dan *trust*. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *habit* merupakan faktor paling kuat yang mempengaruhi niat perilaku untuk mengadopsi dompet digital di Indonesia, diikuti oleh *performance expectancy*, *trust*, dan *facilitating conditions*. Sedangkan, *effort expectancy*, *social influence*, *hedonic motivation*, dan *perceived risk* tidak signifikan dalam mempengaruhi niat perilaku untuk mengadopsi dompet digital. Hasil penelitian ini dapat digunakan oleh *stakeholder* sebagai bahan masukan perkembangan dompet digital sehingga dapat membuat kebijakan strategis terkait dengan perkembangan bisnis dompet digital di Indonesia.

**Kata kunci:** Dompet Digital, *E-Wallet*, PLS-SEM, *Unified Theory of Acceptance and Use of Technology 2* (UTAUT2).

*(Halaman ini sengaja dikosongkan)*

# **ANALYSIS ON CONSUMER ADOPTION OF DIGITAL WALLET TECHNOLOGY IN INDONESIA USING UNIFIED THEORY OF ACCEPTANCE AND USE OF TECHNOLOGY 2 (UTAUT2)**

Nama : Muhtarom Widodo  
NRP : 09211750053024  
Pembimbing : Prof. Dr.techn. Drs. Mohammad Isa Irawan, M.T.  
Dr. Rita Ambarwati Sukmono, S.E., M.MT

## **ABSTRACT**

In recent years, digital wallet (e-wallet) has taken public attention as an alternative payment system in Indonesia. However, based on data from the World Bank, only 3% of the Indonesian population aged over 15 years old used digital wallet service in 2017. Therefore, to create a cashless society, efforts are needed to expand the use of digital wallet in the community. This research aims to identify the factors that influence the adoption of the digital wallet in Indonesia. We collected the data from 345 respondents that already use an e-wallet via an online survey. Then, we analyzed the data using partial least square – structural equation modeling (PLS-SEM) based on UTAUT2 model with the addition of perceived risk and trust factor. This research supports that habit has the most substantial factor that influences the behavioral intention to adopt the digital wallet in Indonesia, followed by performance expectancy, trust, and facilitating conditions. However, effort expectancy, social influence, hedonic motivation, and perceived risk in the digital wallet adoption does not significantly affect the behavioral intention to adopt the digital wallet. The digital wallet stakeholder can use the result of this research as a suggestion to make a strategic decision related to digital wallet ecosystem.

**Kata kunci:** E-Wallet, Partial Least Square, fintech, Unified Theory of Acceptance and Use of Technology 2 (UTAUT2).

*(Halaman ini sengaja dikosongkan)*



## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT atas limpahan rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan tesis yang berjudul *“Analisis Penerimaan Teknologi Dompot Digital Di Indonesia Dengan Menggunakan Unified Theory of Acceptance and Use of Technology 2”*. Tesis ini diajukan untuk memenuhi prasyarat untuk menyelesaikan studi magister di program studi Magister Manajemen Teknologi Konsentrasi Manajemen Teknologi Informasi, Institut Teknologi Sepuluh Nopember Surabaya.

Penulis menyadari bahwa penulis tidak mungkin dapat menyelesaikan tesis ini tanpa bantuan dan dukungan dari banyak pihak baik secara langsung ataupun tidak langsung. Untuk itu penulis ingi mengucapkan terima kasih dan penghormatan yang sebesar-besarnya kepada:

1. Kedua orang tua penulis yang selalu memberi dukungan baik berupa doa, motivasi maupun materi hingga penulis dapat menyelesaikan tesis ini, serta menjadi motivasi terbesar penulis untuk segera menyelesaikan tesis ini.
2. Bapak Prof. Dr.techn. Drs. Mohammad Isa Irawan, M.T. dan Ibu Dr. Rita Ambarwati Sukmono, S.E., M.MT. selaku dosen pembimbing yang telah memberikan banyak bimbingan, motivasi, dan nasehat kepada penulis.
3. Bapak Ibu dosen MMT ITS atas bimbingan dan motivasi selama kuliah.
4. Teman-teman MTI khususnya Mas Yuda dan Oxsy yang telah berbagi ilmu dan mengerjakan tesis bersama.
5. Kamu, iya kamu yang tidak bisa saya tulis namanya disini yang telah membantu dan memotivasi penulis menyelesaikan tesis ini.

Penulis telah berusaha menyelesaikan tesis ini sebaik mungkin, tetapi penulis mohon maaf apabila terdapat kesalahan maupun kelalaian yang penulis lakukan. Penulis mengharapkan kritik dan saran yang dapat membangun sebagai bahan perbaikan selanjutnya.

Surabaya, Juni 2019

Muhtarom Widodo

*(Halaman ini sengaja dikosongkan)*

## DAFTAR ISI

<b>LEMBAR PENGESAHAN TESIS .....</b>	<b>III</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>V</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>VII</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>IX</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>XI</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>XV</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>XVII</b>
<b>BAB 1 PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Perumusan Masalah .....	3
1.3 Tujuan .....	3
1.4 Manfaat .....	3
1.5 Kontribusi Penelitian.....	4
1.6 Batasan Masalah.....	4
1.7 Sistematika Penulisan.....	4
<b>BAB 2 KAJIAN PUSTAKA .....</b>	<b>7</b>
2.1 Dompot Digital.....	7
2.2 <i>Theory of Reasoned Action</i> (TRA).....	8
2.3 <i>Technology Acceptance Model</i> (TAM).....	9
2.4 <i>Unified Theory of Acceptance and Use of Technology 2</i> (UTAUT2).....	11
2.4.1 Performance Expectancy (Ekspektasi Kinerja).....	15
2.4.2 <i>Effort Expectancy</i> (Ekspektasi Usaha).....	15
2.4.3 <i>Facilitating Conditions</i> (Kondisi yang Memfasilitasi).....	15
2.4.4 <i>Social Influence</i> (Pengaruh Sosial) .....	16
2.4.5 <i>Hedonic Motivation</i> (Motivasi Hedonis) .....	16
2.4.6 <i>Price Value</i> (Nilai Harga) .....	16
2.4.7 <i>Habit</i> (Kebiasaan) .....	17
2.5 Pengembangan Model UTAUT2 .....	17
2.6 <i>Structural Equation Modeling</i> (SEM).....	20

2.7 <i>Partial Least Square-Structural Equation Modeling (PLS-SEM)</i> .....	21
<b>BAB 3 METODOLOGI PENELITIAN .....</b>	<b>25</b>
3.1 Studi Literatur .....	26
3.2 Rancangan Penelitian .....	26
3.2.1 Populasi dan Sampel Penelitian.....	26
3.3 Hipotesis dan Model Penelitian .....	27
3.3.1 Pengaruh <i>Performance Expectancy</i> Terhadap <i>Behavioral Intention</i> ...	27
3.3.2 Pengaruh <i>Effort Expectancy</i> Terhadap <i>Behavioral Intention</i> .....	28
3.3.3 Pengaruh <i>Social Influence</i> Terhadap <i>Behavioral Intention</i> .....	28
3.3.4 Pengaruh <i>Facilitating Conditions</i> Terhadap <i>Behavioral Intention</i> .....	29
3.3.5 Pengaruh <i>Hedonic Motivation</i> Terhadap <i>Behavioral Intention</i> .....	30
3.3.6 Pengaruh <i>Price Value</i> Terhadap <i>Behavioral Intention</i> .....	31
3.3.7 Pengaruh <i>Habit</i> Terhadap <i>Behavioral Intention</i> .....	32
3.3.8 Pengaruh <i>Perceived Risk</i> Terhadap <i>Behavioral Intention</i> .....	33
3.3.9 Pengaruh <i>Trust</i> Terhadap <i>Behavioral Intention</i> .....	33
3.3.10 Pengaruh <i>Behavioral Intention</i> Terhadap <i>Use Behavior</i> .....	34
3.3.11 Model Konseptual Penelitian .....	34
3.4 Variabel dan Indikator Penelitian .....	34
3.4.1 Definisi Variabel Penelitian .....	35
3.4.2 Pengukuran Variabel dan Indikator Penelitian .....	40
3.4.3 Rancangan Kuesioner .....	44
3.5 Metode Pengumpulan Data .....	45
3.6 Analisis dan Penilaian Menggunakan SEM .....	45
3.6.1 Analisis Awal .....	45
3.6.2 Analisis Distribusi Frekuensi .....	46
3.6.3 Analisis dengan <i>Partial Least Square-Strucutral Equation Modeling</i> (PLS-SEM).....	46
3.7 Pembuatan Laporan .....	49
<b>BAB 4 HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>51</b>
4.1 Analisis Awal .....	51
4.2 Analisis Statistika Deskriptif .....	51
4.2.1 Analisis Demografi Responden .....	51

4.2.2 Analisis Deskriptif Variabel Penelitian.....	59
4.3 Analisis Data dengan PLS-SEM .....	66
4.3.1 Membuat Model Struktural ( <i>Inner Model</i> ) .....	66
4.3.2 Membuat Model Pengukuran ( <i>Outer Model</i> ).....	67
4.3.3 Evaluasi Model Pengukuran ( <i>Outer Model</i> ) .....	68
4.3.4 Evaluasi Model Struktural ( <i>Inner Model</i> ).....	72
4.3.5 Pengujian Hipotesis Berdasarkan Variabel Laten.....	77
4.3.6 Analisis Efek Moderasi Usia, Jenis Kelamin dan Pengalaman. ....	78
4.4 Model Akhir Penelitian .....	79
4.5 Pembahasan.....	81
4.5.1 Pengaruh <i>Performance Expectancy</i> Terhadap <i>Behavioral Intention</i> ...	86
4.5.2 Pengaruh <i>Effort Expectancy</i> Terhadap <i>Behavioral Intention</i> .....	87
4.5.3 Pengaruh <i>Social Influence</i> Terhadap <i>Behavioral Intention</i> .....	88
4.5.4 Pengaruh <i>Facilitating Conditions</i> Terhadap <i>Behavioral Intention</i> dan <i>Use Behavior</i> .....	88
4.5.5 Pengaruh <i>Hedonic Motivation</i> Terhadap <i>Behavioral Intention</i> .....	89
4.5.6 Pengaruh <i>Price Value</i> Terhadap <i>Behavioral Intention</i> .....	89
4.5.7 Pengaruh <i>Habit</i> Terhadap <i>Behavioral Intention</i> dan <i>Use Behavior</i> ....	90
4.5.8 Pengaruh <i>Perceived Risk</i> Terhadap <i>Behavioral Intention</i> .....	91
4.5.9 Pengaruh <i>Trust</i> Terhadap <i>Behavioral Intention</i> .....	92
4.5.10 Pengaruh <i>Behavioral Intention</i> (BI) Terhadap <i>Use Behavior</i> (USE)	93
<b>BAB 5 KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>95</b>
5.1 Kesimpulan .....	95
5.2 Saran.....	97
5.2.1 Saran Untuk Penyedia Jasa Dompnet Digital .....	97
5.2.2 Saran Untuk Peneliti .....	98
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>99</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>105</b>
Lampiran A: Kuesioner.....	105
Lampiran B: Hasil Uji PLS-SEM .....	113
<b>BIODATA PENULIS.....</b>	<b>115</b>

*(Halaman ini sengaja dikosongkan)*

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Model TRA (Fishbein dan Ajzen, 1975).....	8
Gambar 2.2 Model Dasar TAM (Davis, 1986) .....	9
Gambar 2.3 Model Akhir TAM (Venkatesh dan Davis, 1996).....	10
Gambar 2.4 Model TAM2 (Venkatesh dan Davis, 2000).....	11
Gambar 2.5 Model TAM3 (Venkatesh dan Bala, 2008).....	11
Gambar 2.6 Model UTAUT (Venkatesh <i>et al.</i> , 2003) .....	13
Gambar 2.7 Model UTAUT2 (Venkatesh <i>et al.</i> , 2012) .....	14
Gambar 2.8 Model Pengembangan UTAUT2 .....	19
Gambar 2.9 Model Jalur Sederhana (Hair Jr. <i>et al.</i> , 2014) .....	23
Gambar 3.1 Alur Metodologi Penelitian.....	25
Gambar 3.2 Model Konseptual Penelitian .....	34
Gambar 3.3 Evaluasi Model PLS-SEM (Sarstedt dan Mooi, 2014) .....	46
Gambar 4.1 Persentase Data Responden Berdasarkan Jenis Kelamin Responden	53
Gambar 4.2 Persentase Data Responden Berdasarkan Status .....	53
Gambar 4.3 Persentase Data Responden Berdasarkan Usia .....	54
Gambar 4.4 Persentase Data Responden Berdasarkan Pendidikan.....	55
Gambar 4.5 Persentase Data Responden Berdasarkan Domisili.....	55
Gambar 4.6 Persentase Data Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	56
Gambar 4.7 Persentase Data Responden Berdasarkan Penghasilan .....	57
Gambar 4.8 Persentase Data Responden Berdasarkan Pengalaman Penggunaan Dompet Digital.....	57
Gambar 4.9 Persentase Data Responden Berdasarkan Frekuensi Penggunaan Dompet Digital.....	58
Gambar 4.10 Data Pengguna Dompet Digital.....	59
Gambar 4.11 Model Struktural Penelitian .....	67
Gambar 4.12 Model Pengukuran .....	68
Gambar 4.13 Tahap Pemeriksaan <i>Outer Model</i> .....	68
Gambar 4.14 Hasil Uji <i>Path Coefficient</i> .....	78
Gambar 4.15 Model Akhir Penelitian .....	79

*(Halaman ini sengaja dikosongkan)*



## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Perbedaan Uang Elektronik.....	7
Tabel 2.2 Pembangun Konstruk UTAUT .....	12
Tabel 2.3 Penelitian-penelitian Terdahulu .....	18
Tabel 2.4 Kriteria Evaluasi Model Pengukuran dan Struktural PLS-SEM.....	24
Tabel 3.1 Item-item Pernyataan Kuesioner.....	41
Tabel 4.1 Ringkasan Data Demografi Responden .....	52
Tabel 4.2 Statistik Deskriptif Variabel <i>Performance Expectancy</i> .....	60
Tabel 4.3 Statistik Deskriptif Variabel <i>Effort Expectancy</i> .....	60
Tabel 4.4 Statistik Deskriptif Variabel <i>Social Influence</i> .....	61
Tabel 4.5 Statistik Deskriptif Variabel <i>Facilitating Conditions</i> .....	62
Tabel 4.6 Statistik Deskriptif Variabel <i>Hedonic Motivation</i> .....	62
Tabel 4.7 Statistik Deskriptif Variabel <i>Price Value</i> .....	63
Tabel 4.8 Statistik Deskriptif Variabel <i>Habit</i> .....	64
Tabel 4.9 Statistik Deskriptif Variabel <i>Perceived Risk</i> .....	64
Tabel 4.10 Statistik Deskriptif Variabel <i>Trust</i> .....	65
Tabel 4.11 Statistik Deskriptif Variabel <i>Behavioral Intention</i> .....	66
Tabel 4.12 Nilai Uji Reliabilitas Indikator .....	69
Tabel 4.13 Nilai Uji <i>Internal Consistency</i> .....	70
Tabel 4.14 Nilai Uji AVE .....	71
Tabel 4.15 Rasio HTMT .....	72
Tabel 4.16 Nilai Uji <i>Collinearity</i> .....	73
Tabel 4.17 Nilai R <sup>2</sup> Variabel Endogen Penelitian.....	74
Tabel 4.18 Nilai Q <sup>2</sup> Variabel Endogen Penelitian .....	75
Tabel 4.19 Hasil Uji Efek Variabel.....	75
Tabel 4.20 Hasil Uji Signifikansi Variabel Menggunakan <i>Bootstrapping</i> .....	77
Tabel 4.21 Hasil Uji Efek Moderasi .....	80
Tabel 4.22 Ringkasan Uji Hipotesis Penelitian .....	81

*(Halaman ini sengaja dikosongkan)*

# **BAB 1**

## **PENDAHULUAN**

Pada bab pendahuluan ini diuraikan beberapa hal terkait dengan gambaran penelitian ini. Uraian tersebut meliputi: latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, kontribusi penelitian, batasan masalah penelitian, dan sistematika penulisan penelitian.

### **1.1 Latar Belakang**

Pesatnya perkembangan teknologi informasi telah menciptakan banyak inovasi di berbagai bidang, Tidak terkecuali pada bidang bisnis dan keuangan terutama pada sistem pembayaran. Sistem pembayaran yang mulanya menggunakan pertukaran barang, berganti dengan ditetapkannya uang sebagai alat pembayaran. Kemudian muncul alat pembayaran dalam bentuk elektronik seperti ATM, kartu kredit, dan kartu debit. Hingga sekarang ini muncul sistem pembayaran baru, khususnya pembayaran ritel yaitu dengan menggunakan uang elektronik atau yang dikenal dengan *e-money*.

*E-money* sendiri dibedakan menjadi dua, yaitu *e-money server-based* yang menggunakan aplikasi pada *smartphone* atau yang biasa disebut dompet digital (*e-wallet*) dan *e-money* berbasis chip yang berbentuk kartu. Dari sisi transaksi, Berdasar data Bank Indonesia pada tahun 2017 transaksi *e-money* mencapai 12 triliun Rupiah. Transaksi tersebut 70% diantaranya masih menggunakan *e-money* berbasis chip (Agusta dan Hutabarat, 2018).

Dengan pengguna *smartphone* yang semakin meningkat setiap tahunnya, Bank Indonesia sebagai regulator untuk mewujudkan *cashless society* juga mengatur mengenai alat pembayaran berbasis *server*. Sehingga bermunculan aplikasi dompet digital pada *smartphone* yang diiringi dengan pesatnya penetrasi internet di Indonesia. Sayangnya, berdasar survei Bank Dunia untuk The Global Findex Database menyebutkan hanya 3% penduduk Indonesia berusia diatas 15 tahun yang menggunakan layanan dompet digital pada tahun 2017 (Demirguc-Kunt *et al.*, 2018). Padahal dompet digital merupakan fasilitas pembayaran paling nyaman, cepat, dan efisien. Selain itu, layanan dompet digital juga dapat digunakan

untuk menjangkau masyarakat yang belum tersentuh perbankan (*unbanked population*) sehingga dapat mendapat layanan keuangan. Untuk itu agar dapat mewujudkan *cashless society* dan menjangkau masyarakat yang belum tersentuh layanan perbankan diperlukan usaha untuk meningkatkan penggunaan dompet digital di masyarakat.

Pada penelitian ini akan menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi penerimaan teknologi dompet digital di Indonesia sehingga diharapkan dapat dimanfaatkan untuk merencanakan strategi peningkatan penetrasi dompet digital pada masyarakat luas. Pendekatan *Unified Theory of Acceptance and Use of Technology* (UTAUT2) yang telah dimodifikasi digunakan untuk menganalisis faktor-faktor penerimaan teknologi tersebut. Pemilihan UTAUT2 pada penelitian ini karena model ini memiliki cakupan teoritis yang luas karena menggabungkan delapan model sekaligus, yaitu *Technology Acceptance Model* (TAM/TAM2), *Innovation Diffusion Theory* (IDT), *The Theory of Reasoned Action* (TRA), *Theory of Planned Behavior* (TPB), *Motivational Model* (MM), *Combined TAM and TPB* (c-TAM-TPB), *Model of PC Utilization* (MPCU), *Social Cognitive Theory* (SCT). Selain itu, UTAUT2 secara khusus dikembangkan untuk mempelajari penerimaan dan penggunaan teknologi dalam konteks aplikasi *mobile* dari perspektif konsumen.

Pada penelitian sebelumnya mengenai dompet digital oleh Matemba dan Li (2018) dengan studi kasus dompet digital WeChat menyatakan terdapat faktor *trust* yang mempunyai pengaruh signifikan terhadap penggunaan dompet digital WeChat di Afrika Selatan. Selain itu, pada penelitian mengenai faktor yang mempengaruhi penggunaan dompet digital di Indonesia mengungkapkan faktor *trust* memegang peranan penting supaya dompet digital digunakan secara kontinyu (Azizah *et al.*, 2018). Pada penelitian lainnya oleh Slade *et al.* (2013) mengungkapkan bahwa *trust* dan *perceived risk* (persepsi resiko) mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap adopsi pembayaran *mobile*. Sehingga, pada penelitian ini penulis melakukan pengembangan model dari UTAUT2 dengan menggabungkan model dari UTAUT2 dengan menambahkan faktor *trust* dan *perceived risk*. Dengan penambahan dua faktor ini diharapkan dapat membantu untuk lebih memahami perilaku penerimaan teknologi dompet digital oleh konsumen. Data penelitian ini didapatkan dari menyebarkan kuesioner melalui

media elektronik kepada sejumlah responden yang pernah menggunakan dompet digital di Indonesia.

## **1.2 Perumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan diatas maka penulis merumuskan masalah dalam penelitian ini yaitu sebagai berikut:

1. Apa saja faktor dan bagaimana faktor ini mempengaruhi penerimaan pengguna teknologi aplikasi dompet digital?
2. Bagaimana strategi untuk meningkatkan tingkat penerimaan teknologi dompet digital sehingga banyak digunakan masyarakat luas?
3. Bagaimana model penerimaan teknologi yang tepat untuk diterapkan dalam konteks penerimaan teknologi dompet digital?

## **1.3 Tujuan**

Tujuan dilakukan penelitian analisis faktor penerimaan teknologi dompet digital di Indonesia adalah sebagai berikut:

1. Mengidentifikasi faktor-faktor yang mempengaruhi penerimaan teknologi aplikasi dompet digital di Indonesia.
2. Menghasilkan rumusan strategi untuk meningkatkan penggunaan dompet digital.
3. Menemukan model penerimaan teknologi yang sesuai untuk diterapkan dalam konteks penelitian dompet digital.

## **1.4 Manfaat**

Manfaat dari penelitian analisis faktor penerimaan teknologi dompet digital di Indonesia adalah sebagai berikut:

1. Dapat memberi referensi tambahan untuk penelitian dengan topik mengenai penerimaan teknologi dompet digital ataupun *e-money*.
2. Dapat memberi pemahaman lebih mendalam mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi penerimaan teknologi dompet digital di Indonesia.
3. Dapat dijadikan sebagai bahan pertimbangan perusahaan dalam menentukan strategi pemasaran yang akan dilakukan di masa depan terutama untuk meningkatkan pengguna dompet digital.

## 1.5 Kontribusi Penelitian

Hasil dari penelitian ini akan menghasilkan model baru dalam penelitian tentang penerimaan teknologi khususnya teknologi aplikasi dompet digital. Selain itu, penelitian ini juga akan menghasilkan rekomendasi strategis untuk meningkatkan penggunaan dompet digital pada masyarakat.

## 1.6 Batasan Masalah

Untuk memfokuskan permasalahan penelitian ini, batasan masalah yang ditentukan adalah sebagai berikut:

1. Data penelitian yang digunakan adalah data hasil kuesioner penduduk Indonesia yang pernah menggunakan dompet digital di Indonesia.
2. Penelitian ini hanya terbatas untuk menganalisis beberapa faktor yang mempengaruhi penerimaan teknologi dompet digital berdasarkan pendekatan *Unified Theory of Acceptance and Use of Technology 2* (UTAUT2) yang telah dimodifikasi dengan menambahkan faktor *trust* dan *perceived risk*.
3. Penelitian ini hanya terbatas terhadap penerimaan teknologi aplikasi *smartphone* dompet digital berbasis *server* (nonchip) yang beroperasi di Indonesia.

## 1.7 Sistematika Penulisan

Berikut ini adalah sistematika penulisan yang akan diterapkan pada proses penelitian ini :

- **Bab 1 Pendahuluan**

Bab ini menyajikan tentang latar belakang, rumusan masalah, tujuan, manfaat, batasan masalah, kontribusi penelitian, dan sistematika penulisan.

- **Bab 2 Kajian Pustaka**

Dalam bab ini terdapat sub bab dan landasan teori dari penelitian terdahulu yang memaparkan teori-teori yang berhubungan dengan masalah yang diteliti serta beberapa penelitian yang telah dilakukan pada penelitian-penelitian sebelumnya.

- **Bab 3 Metodologi Penelitian**

Bab ini menguraikan deskripsi tentang bagaimana penelitian nantinya akan dilakukan dan menjelaskan variabel penelitian, definisi operasional, penentuan jenis sampel, jenis dan sumber data, jalannya penelitian dan alur penelitian.

- **Bab 4 Hasil dan Pembahasan**

Bab ini menjelaskan tentang pengumpulan data dan pengolahan data serta menguraikan tentang deskripsi objek penelitian melalui gambaran umum dan proses pengintegrasian data yang diperoleh untuk mencari makna dari hasil analisis.

- **Bab 5 Kesimpulan dan Saran**

Bab ini menyajikan kesimpulan dan saran yang didapatkan dari pembahasan pada hasil penelitian.

*(Halaman ini sengaja dikosongkan)*



## BAB 2

### KAJIAN PUSTAKA

Pada bab ini akan dijelaskan tentang dasar teori yang digunakan dalam penelitian. Dasar teori yang digunakan antara lain mengenai definisi dompet digital, model *Unified Theory of Acceptance and Use of Technology 2* (UTAUT2), dan *Structural Equation Modeling* (SEM).

#### 2.1 Dompet Digital

Dompet digital atau *e-wallet* adalah salah satu bentuk layanan dari uang elektronik atau *e-money* yang berbasis *server* yang dapat digunakan sebagai alternatif alat pembayaran. Layanan dompet digital ini dirancang untuk meningkatkan akses penduduk yang tidak memiliki rekening bank agar mendapatkan akses ke layanan keuangan. Pada Tabel 2.1 menunjukkan perbedaan uang elektronik berbasis *server* atau dompet digital dengan uang elektronik berbasis chip.

Tabel 2.1 Perbedaan Uang Elektronik

<b>Tipe Uang Elektronik</b>	<b>Berbasis Server</b>	<b>Berbasis Chip</b>
Cara Isi Saldo	EDC, ATM, Transfer Bank, Agen	
Biaya Isi Saldo	Rp. 0-6500	Rp. 0-1500
Metode Pembayaran	Virtual; QR Code	Berbasis EDC
Batasan Saldo	Rp. 1.000.000 untuk pengguna yang belum diverifikasi Rp. 10.000.000 untuk pengguna terverifikasi e-ktp.	Rp. 1.000.000
Contoh Produk	Go-Pay, Tcash/LinkAja, OVO, DANA, Doku Wallet	Mandiri e-money, BCA Flazz, BRI Brizzi, BNI TapCash

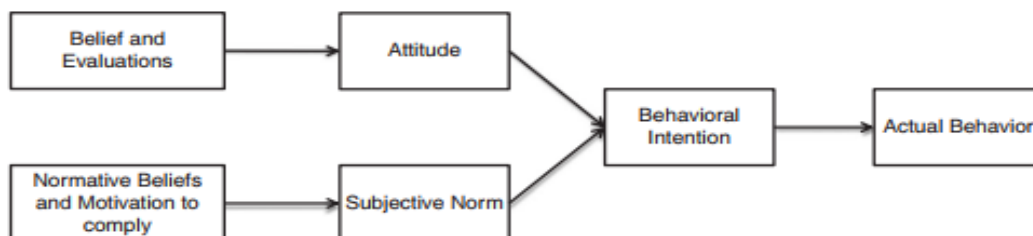
Sumber: laporan MDI Ventures (Agusta dan Hutabarat, 2018)

Dompot digital muncul di Indonesia diawali oleh Telkomsel dengan meluncurkan produknya yang bernama T-Cash pada 2007, kemudian diikuti oleh Indosat dengan meluncurkan Dompotku pada 2008, dan kemudian XL Tunai oleh XL Axiata pada 2012. Pada awal mula diluncurkan layanan yang diberikan dompet digital ini masih sedikit, yakni meliputi isi ulang pulsa dan data internet, serta transfer uang ke bank yang tergabung dalam ATM Bersama.

Seiring berkembangnya teknologi informasi, dompet digital mulai bertransformasi dengan mempeluas layanannya. Seperti Gopay yang meluncur tahun 2016 yang awalnya hanya digunakan untuk membayar ojek *online* bertransformasi menjadi layanan yang bisa digunakan untuk melakukan berbagai transaksi pembayaran di berbagai *merchant* di pusat perbelanjaan. Sedangkan OVO yang bekerjasama dengan Grab dan Tokopedia, diterima oleh 70% pusat perbelanjaan di Indonesia termasuk kafe, bioskop, parkir dan supermarket. Sama seperti dengan Gopay, OVO pada awalnya merupakan layanan yang disediakan untuk pembayaran ojek *online* yang kemudian berkembang dengan mengembangkan layanannya untuk pembayaran *merchant*.

## 2.2 Theory of Reasoned Action (TRA)

TRA adalah salah satu model pertama yang mempelajari penerimaan teknologi. Dari psikologi sosial, TRA menganalisis faktor penentu perilaku sadar (Ajzen dan Fishbein, 1980, Fishbein dan Ajzen, 1975). Menurut teori ini, perilaku spesifik seseorang ditentukan oleh niatnya untuk melakukan perilaku ini; ini disebut *behavioral intention* (BI). Pada saat yang sama, BI ini ditentukan oleh *attitude* (A) dan *subjective norms* (SN) yang berkaitan dengan perilaku yang dimaksud seperti yang terlihat pada Gambar 2.1.



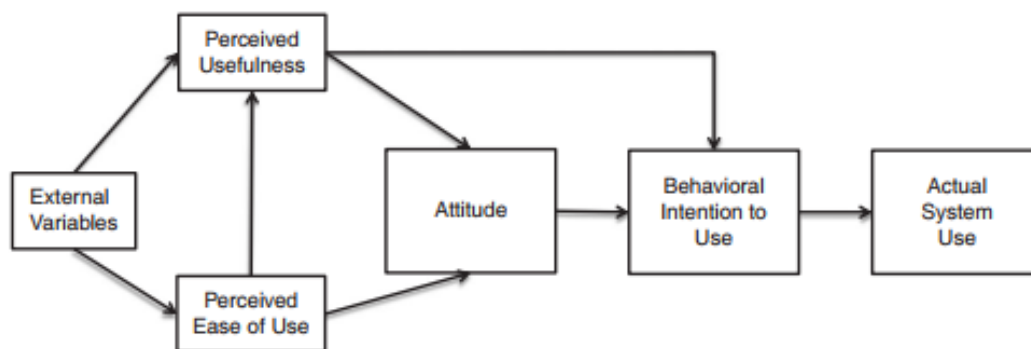
Gambar 2.1 Model TRA (Fishbein dan Ajzen, 1975)

TRA merupakan model umum yang tidak dirancang untuk perilaku atau teknologi tertentu sehingga memungkinkannya diterapkan pada bidang yang tak

terhitung jumlahnya. Kelebihan utama TRA yang sangat menonjol dari sudut pandang BI adalah bahwa faktor-faktor lain yang memengaruhi BI hanya melakukannya secara tidak langsung dengan memengaruhi faktor A, SN, atau bobot relatifnya. Ini menyiratkan bahwa TRA memediasi dampak variabel lingkungan yang tidak terkendali dan niat yang dapat dikendalikan pada perilaku pengguna.

### 2.3 *Technology Acceptance Model (TAM)*

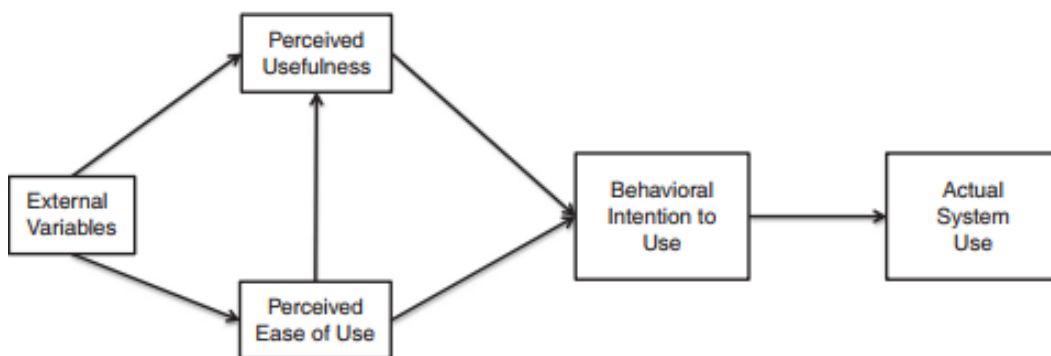
Model TAM dikembangkan oleh Davis (1986) dengan mengadaptasi dari model TRA yang dirancang khusus untuk memodelkan penerimaan pengguna terhadap sistem informasi. Tujuan dari TAM adalah untuk memberikan penjelasan tentang faktor-faktor penentu penerimaan komputer secara umum. TAM diformulasikan untuk mengidentifikasi sejumlah kecil variabel fundamental yang disarankan oleh penelitian sebelumnya yang berkaitan dengan penentu kognitif dan afektif penerimaan komputer. TAM menggunakan TRA sebagai dasar teori untuk memodelkan hubungan antara variabel-variabelnya. Secara khusus, TAM didasarkan pada dua keyakinan tertentu, *perceived usefulness* (PU) dan *perceived ease of use* (PEOU) sebagai anteseden utama penerimaan komputer. Seperti TRA, TAM menyatakan bahwa penggunaan komputer ditentukan oleh BI, meskipun berbeda dari TRA di mana pada TAM variabel BI dipengaruhi oleh PU dan A. TAM tidak menggunakan variabel SN yang digunakan pada TRA karena status teoretis dan psikometriknya yang tidak pasti. Model dasar TAM digambarkan pada Gambar 2.2.



Gambar 2.2 Model Dasar TAM (Davis, 1986)

Kemudian, Davis (1989) menemukan bahwa PU dan PEOU memberikan dampak yang kuat pada BI, dan efek A menurun seiring waktu. Dengan argumen

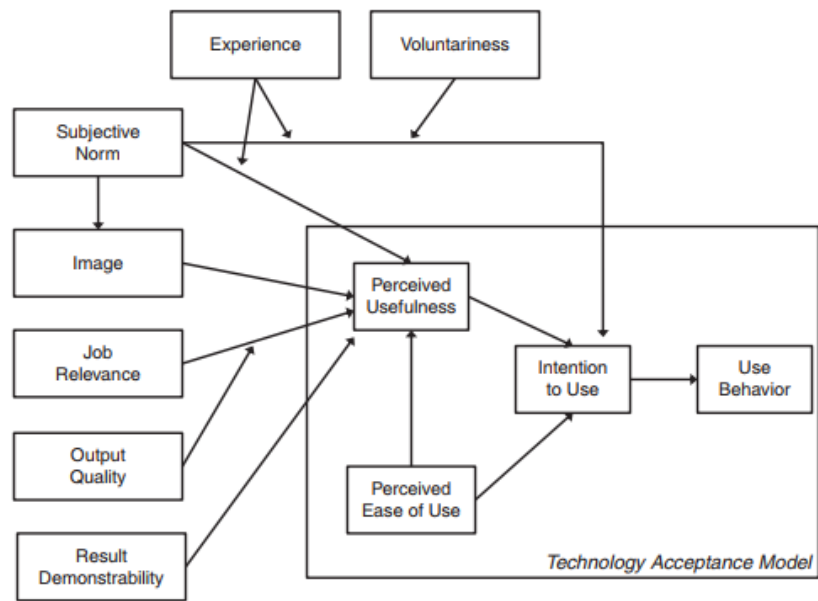
ini mereka memutuskan untuk menghapus konstruk A dari model TAM. Ketika Venkatesh dan Davis (1996) menganalisis anteseden PEOU, mereka tidak lagi memasukkan A dalam model seperti terlihat pada Gambar 2.3.



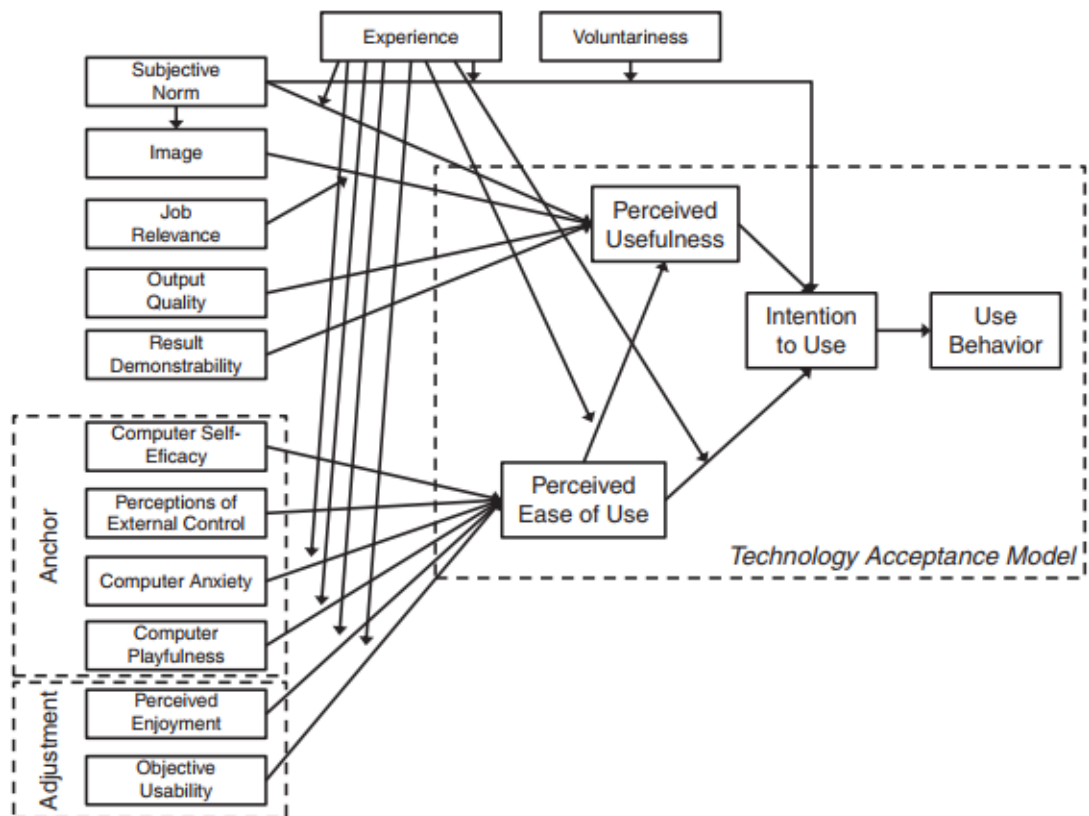
Gambar 2.3 Model Akhir TAM (Venkatesh dan Davis, 1996)

Seiring waktu, model TAM telah diimplementasikan dalam berbagai konteks di luar penerimaan komputer di tempat kerja. Oleh karena itu, TAM telah menjadi model yang *robust* untuk memprediksi penerimaan pengguna. Pengembangan model TAM yang pertama yang disebut TAM2 (Venkatesh dan Davis, 2000), didasarkan pada perluasan anteseden PU. Di banyak tes empiris TAM, PU telah secara konsisten menjadi penentu kuat BI. Menggunakan TAM sebagai titik awal, TAM2 menggabungkan konstruk teoretis tambahan yang mencakup proses pengaruh sosial (SN, *voluntariness*, dan *image*) dan proses instrumental kognitif (*job relevance*, *output quality*, *result demonstrability*, dan PEOU). Harus ditekankan bahwa dimasukkannya SN mempengaruhi BI secara langsung dan melalui PU seperti yang terlihat pada Gambar 2.4.

Kemudian Venkatesh dan Bala (2008) mengembangkan TAM3. Jika TAM2 menambahkan anteseden PU, TAM3 diperbesar oleh konstruk yang mendahului PEOU dan yang sudah ditetapkan oleh Venkatesh dan Davis (1996) dan Venkatesh (2000). Secara khusus, membangun *anchor* (*computer self-efficacy*, *computer anxiety*, *computer playfulness*, dan *perception of external control*) dan penyesuaian *framing* (*perceived enjoyment* dan *objective usability*) dari pengambilan keputusan manusia, Venkatesh dan Bala (2008) mengembangkan model faktor penentu PEOU seperti yang terlihat pada Gambar 2.5.



Gambar 2.4 Model TAM2 (Venkatesh dan Davis, 2000)



Gambar 2.5 Model TAM3 (Venkatesh dan Bala, 2008)

## 2.4 Unified Theory of Acceptance and Use of Technology 2 (UTAUT2)

Untuk memahami mengapa orang menerima atau menolak teknologi telah menjadi salah satu topik utama penelitian dalam ruang lingkup sistem informasi.

Hal ini disebabkan oleh perkembangan komputer di hampir semua aspek kehidupan dalam empat dekade terakhir. Ini dibuktikan dengan munculnya banyak model teoritis yang bertujuan untuk memahami persoalan ini: TRA diusulkan oleh Fishbein dan Ajzen (1975), TAM disarankan oleh Davis (1986), TAM2 diusulkan oleh Venkatesh dan Davis (2000), TAM3 direkomendasikan oleh Venkatesh dan Bala (2008), UTAUT diusulkan oleh Venkatesh *et al.* (2003), dan UTAUT2 diusulkan oleh Venkatesh *et al.* (2012). Awal mula penelitian ini dimulai dengan lahirnya TRA, dikembangkan dengan berbagai model TAM, dan baru-baru ini diperbarui dengan UTAUT2.

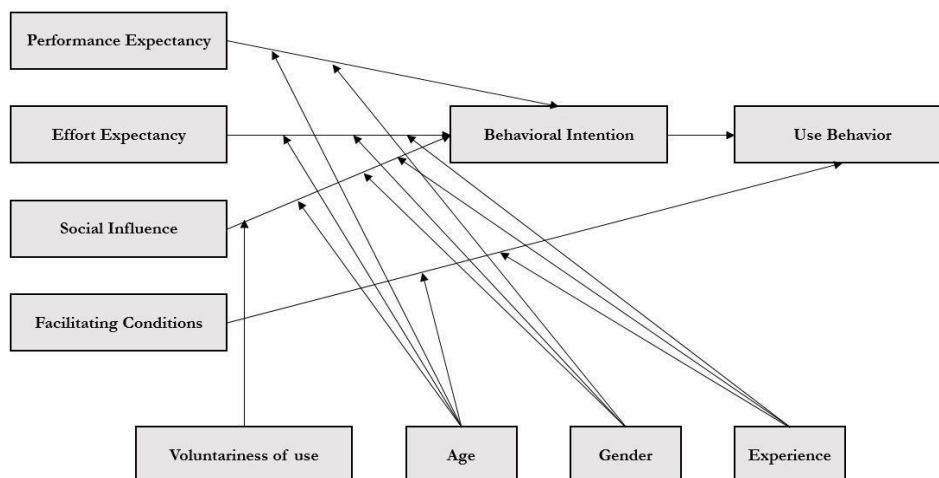
Seperti dijelaskan sebelumnya, penjelasan tentang penggunaan dan penerimaan teknologi baru telah menjadi salah satu topik utama penelitian dalam literatur sistem informasi. Akibatnya, selain TRA dan TAM banyak model baru bermunculan. Perkembangan ini telah berkontribusi pada fakta bahwa banyak peneliti menerbitkan model *ad hoc*, mencampur konsep berbagai teori, atau hanya menggunakan yang paling menguntungkan untuk tujuan mereka tanpa mempertimbangkan kontribusi dari alternatif lain. Sedangkan itu tidak terjadi pada model UTAUT oleh Venkatesh *et al.* (2003). Karena pada model ini menggabungkan delapan model sekaligus yaitu *Technology Acceptance Model* (TAM/TAM2), *Innovation Diffusion Theory* (IDT), *The Theory of Reasoned Action* (TRA), *Theory of Planned Behavior* (TPB), *Motivational Model* (MM), *Combined TAM and TPB* (c-TAM-TPB), *Model of PC Utilization* (MPCU), *Social Cognitive Theory* (SCT). Kemudian delapan model ditinjau dan dibandingkan sehingga dirumuskan suatu model baru yang valid yang mengintegrasikan delapan model tersebut. Pada Tabel 2.2 menunjukkan intregasi delapan model ke konstruk UTAUT.

Tabel 2.2 Pembangun Konstruk UTAUT

UTAUT2 Konstruk	Konstruk Pembangun	Model Pembangun
<i>Performance expectancy</i>	<i>Perceived usefullness</i>	TAM/TAM2/C-TAM-TPB
	<i>Extrinsic motivation</i>	MM
	<i>Job-fit</i>	MPCU
	<i>Relative advantage</i>	IDT

	<i>Outcome expectation</i>	SCT
<i>Effort expectancy</i>	<i>Perceived ease of use</i>	TAM/TAM2
	<i>Complexity</i>	MPCU
	<i>Ease of use</i>	IDT
<i>Social influence</i>	<i>Subjective norm</i>	TRA, TAM2, TPB/DTPB, C-TAM-TPB
	<i>Social Factors</i>	MPCU
	<i>Image</i>	IDT
<i>Facilitating conditions</i>	<i>Perceived behavioral control</i>	TPB, C-TAM-TPB
	<i>Facilitating Conditions</i>	MPCU
	<i>Compatibility</i>	IDT

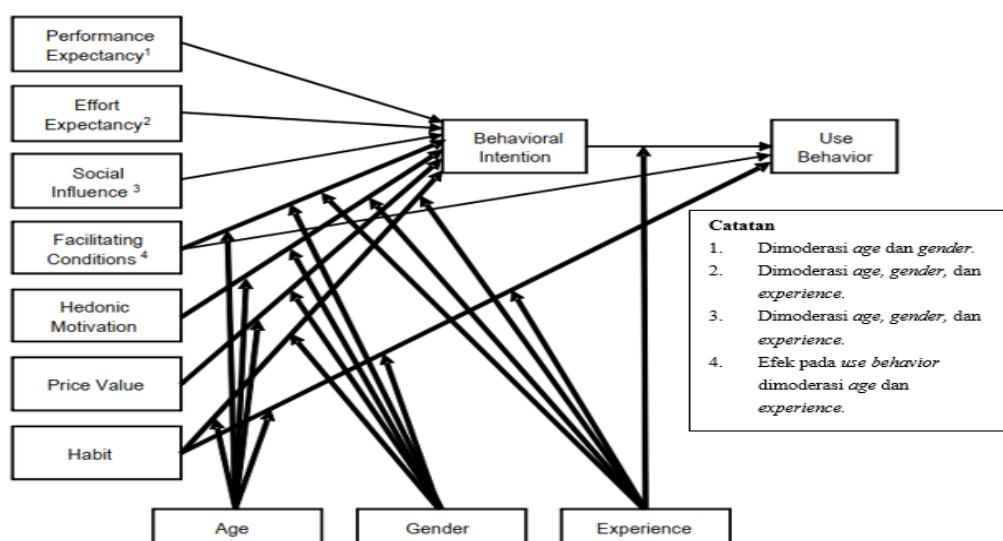
UTAUT ini telah diuji di lingkungan kerja TI dan diakui oleh manajer sebagai alat yang berguna untuk mengevaluasi kemungkinan penerimaan dari penerapan teknologi baru dalam suatu organisasi. UTAUT juga dapat dimanfaatkan untuk memprediksi faktor-faktor spesifik yang mungkin mempengaruhi penerapan teknologi baru. Selain itu UTAUT juga dapat digunakan untuk membantu para manajer untuk membantu memahami faktor penggerak dari penerimaan teknologi. Sehingga para manajer bisa proaktif untuk merancang intervensi (pelatihan, pemasaran, dll) yang ditargetkan pada populasi pengguna yang belum atau kurang menerima menggunakan teknologi tersebut.



Gambar 2.6 Model UTAUT (Venkatesh *et al.*, 2003)

Sembilan tahun setelah penemuan model UTAUT, seiring dengan pesatnya perkembangan teknologi sistem informasi, ada kebutuhan UTAUT untuk memperluas cakupan teoritis dan fungsionalitasnya agar sesuai dengan teknologi yang baru. Oleh karena itu, berdasarkan model sebelumnya Venkatesh *et al.* (2012) mengusulkan pengembangan UTAUT yang disebut dengan UTAUT2 yang secara khusus mempelajari penerimaan dan penggunaan teknologi dalam konteks aplikasi *mobile* dari perspektif konsumen. UTAUT2 menambahkan *hedonic motivation* (motivasi hedonis), *price value* (nilai harga), dan *habit* (kebiasaan) sebagai faktor tambahan yang diyakini memiliki dampak langsung ataupun tidak langsung pada *behavioral intention* (niat perilaku) dan *use behavior* (perilaku penggunaan).

Model UTAUT2 seperti yang terlihat pada Gambar 2.7 dimoderasi oleh *age* (usia), *gender* (jenis kelamin), dan *experience* (pengalaman). Selain itu, moderator *voluntariness of use* di UTAUT dihilangkan dengan menggantinya dengan membangun hubungan baru antara *facilitating conditions* dengan *behavioral intention*. Jika dibandingkan dengan UTAUT, UTAUT2 dapat lebih menjelaskan mengenai niat perilaku dan penggunaan teknologi karena UTAUT2 tidak hanya mewarisi struktur utama dari UTAUT tetapi juga menambahkan faktor dan hubungan baru. Karena perluasannya ini, penelitian mengenai UTAUT2 dapat diterapkan di berbagai negara, kelompok usia atau teknologi (Venkatesh *et al.*, 2012).



Gambar 2.7 Model UTAUT2 (Venkatesh *et al.*, 2012)



#### **2.4.1 Performance Expectancy (Ekspektasi Kinerja)**

*Performance expectancy* dapat didefinisikan sebagai tingkat di mana seseorang percaya bahwa dengan menggunakan sistem ini akan bermanfaat untuk meningkatkan kinerja (Venkatesh *et al.*, 2003). Penelitian sebelumnya mengusulkan lima konstruk dalam model masing-masing yang secara terminologis setara dan diekstrak untuk membangun *performance expectancy*. Konstruk itu adalah *perceived usefulness* dalam TAM, *extrinsic motivation* dalam MM, *job-fit* di MPCU, *relative advantage* pada IDT, *outcome expectation* di SCT. *Performance expectancy* sebenarnya mencerminkan apakah pekerjaan atau tugas akan diselesaikan lebih cepat dan lebih mudah atau total output pekerjaan meningkat baik pada kualitas dan kuantitas dengan menggunakan sistem.

#### **2.4.2 Effort Expectancy (Ekspektasi Usaha)**

*Effort expectancy* bisa diartikan sebagai tingkat kemudahan yang terkait dengan penggunaan sistem (Venkatesh *et al.*, 2003). Jika sistem mudah digunakan, maka usaha yang dilakukan tidak terlalu tinggi dan sebaliknya jika sistem sulit digunakan maka diperlukan usaha yang tinggi untuk menggunakannya (Hartono, 2007). Konstruk ini dihasilkan dari menggabungkan konstruk-konstruk pada penelitian sebelumnya seperti *perceived ease of use* pada TAM, *complexity* pada MPCU, *ease of use* pada IDT. Konstruk ini bisa menjadi cerminan jika sistem mudah digunakan maka waktu yang dibutuhkan untuk menguasainya akan lebih singkat sehingga menimbulkan minat untuk menggunakan sistem tersebut.

#### **2.4.3 Facilitating Conditions (Kondisi yang Memfasilitasi)**

*Facilitating condition* atau kondisi yang memfasilitasi dapat diartikan sebagai sejauh mana infrastruktur organisasional dan teknikal tersedia untuk menggunakan teknologi tersebut (Venkatesh *et al.*, 2003). Konstruk ini dihasilkan dari penemuan-penemuan konstruk pada penelitian sebelumnya seperti *perceived behavioral control* pada TPB dan C-TAM-TPB, *facilitating conditions* pada MPCU dan *compatibility* pada IDT. Kondisi yang memfasilitasi secara umum dapat diartikan sebagai adanya sumber daya eksternal yang didalamnya termasuk instruksi manual ataupun tim yang dapat memberi bantuan (*technical support*) yang tersedia ketika seseorang kesulitan dalam menggunakan teknologi ini.

#### **2.4.4 Social Influence (Pengaruh Sosial)**

*Social influence* atau pengaruh sosial adalah konstruk yang menggambarkan bagaimana pengaruh orang-orang dapat mempengaruhi untuk menggunakan sistem baru (Venkatesh *et al.*, 2003). Pada model-model penelitian sebelumnya menyatakan *social influence*, terlepas dari istilah yang berbeda pada tiap penelitian tersebut, memiliki hubungan yang signifikan dengan niat perilaku. Konstruk ini dihasilkan dari dari konstruk penelitian sebelumnya seperti *subjective norm* pada TRA, TAM2, TPB, dan C-TAM-TPB; *social factor* pada MPCU; *image* pada IDT.

#### **2.4.5 Hedonic Motivation (Motivasi Hedonis)**

*Hedonic motivation* didefinisikan sebagai kesenangan yang didapat dari menggunakan teknologi, dan konstruk ini terbukti memainkan peran penting dalam menentukan penerimaan dan penggunaan teknologi (Brown dan Venkatesh, 2005). Dalam berbagai penelitian sistem informasi, *hedonic motivation* diketahui mempengaruhi penerimaan teknologi secara langsung (Heijden, 2004, Thong *et al.*, 2006). Dalam konteks konsumen, motivasi hedonis juga telah ditemukan sebagai penentu penting dalam penerimaan dan penggunaan teknologi (Brown dan Venkatesh, 2005). Selain itu, Thong *et al.* (2006) dalam penelitiannya menyatakan kesenangan yang dirasakan pengguna memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pengguna terhadap teknologi dan bahkan lebih jauh lagi mempengaruhi niat pengguna untuk menggunakan teknologi dalam berbagai kebutuhan pengguna.

#### **2.4.6 Price Value (Nilai Harga)**

Ketika UTAUT pertama kali dikembangkan, Venkatesh *et al.* (2003) tidak mempertimbangkan persepsi pengguna terhadap biaya teknologi, karena ketika penelitian tersebut dilakukan konteksnya berada dalam skenario perusahaan dan biasanya karyawan perusahaan cenderung tidak sensitif terhadap biaya yang dikeluarkan perusahaan. Mengingat hal itu, pada UTAUT2 Venkatesh *et al.* (2012) memasukkan *price value* (nilai harga) sebagai faktor dalam UTAUT2 dan *price value* memang terbukti memiliki pengaruh signifikan terhadap niat perilaku ketika manfaat dalam menggunakan teknologi dianggap lebih besar daripada biaya yang dikeluarkan.

#### **2.4.7 Habit (Kebiasaan)**

Konstruk *habit* atau kebiasaan didefinisikan sebagai pola perilaku yang terjadi secara otomatis di luar batas kesadaran (Triandis, 1977). Menurut KBBI, kebiasaan didefinisikan sebagai sesuatu yang biasa dikerjakan. Venkatesh *et al.* (2012) mengemukakan bahwa, dalam konteks konsumen, kebiasaan memainkan peran penting dalam penggunaan teknologi pribadi terutama dalam situasi yang serba beragam dan terus berubah.

#### **2.5 Pengembangan Model UTAUT2**

Pada penelitian ini penulis mencoba mengembangkan model UTAUT2 dengan mengacu pada penelitian-penelitian terdahulu yang secara khusus membahas tentang pembayaran digital seperti *mobile payment*, *mobile banking*, ataupun dompet digital. Penelitian-penelitian tersebut antara lain:

1. Penelitian yang dilakukan oleh Slade *et al.* (2015) mengenai faktor yang mempengaruhi penggunaan *mobile payment* di U.K dengan menggunakan pendekatan UTAUT yang dimodifikasi dengan menambahkan variabel *innovativeness*, *perceived risk*, dan *trust* mengungkapkan bahwa *performance expectancy*, *social influence*, *innovativeness*, dan *perceived risk* merupakan faktor-faktor yang mempengaruhi niatan penggunaan *mobile payment* di U.K.
2. Penelitian mengenai penggunaan dompet digital WeChat di Afrika Selatan dengan menggunakan pendekatan TAM yang telah dimodifikasi. Penelitian menyatakan bahwa *trust*, *security* dan *privacy* mempunyai pengaruh signifikan terhadap niatan menggunakan dompet digital WeChat (Matemba dan Li, 2018).
3. Penelitian yang dilakukan oleh Limantara *et al.* (2018) mengenai identifikasi faktor-faktor yang mempengaruhi adopsi *mobile payment* di Indonesia dengan pendekatan UTAUT2 yang telah di modifikasi dengan menambahkan faktor *trust*, *performance risk*, dan *social risk* mengungkapkan bahwa *habit*, *facilitating conditions*, *social risk*, *performance expectancy*, dan *social influence* merupakan faktor-faktor

yang secara signifikan mempengaruhi pengadopsian *mobile payment* di Indonesia.

4. Penelitian mengenai adopsi *mobile wallet* di Indonesia oleh Azizah *et al.* (2018) mengungkapkan *trust* memegang peranan penting supaya dompet digital digunakan secara kontinyu.
5. Penelitian oleh Indrawati dan Putri (2018) mengenai niatan penggunaan *e-payment* Gopay dengan menggunakan UTAUT2 yang telah dimodifikasi dengan menghilangkan faktor *price value* dan menambahkan faktor *price saving orientation* dan *trust* mengungkap bahwa *habit, trust, social influence, price saving orientation, hedonic motivation, dan performance expectancy* memiliki pengaruh signifikan terhadap niatan untuk menggunakan layanan *e-payment*.

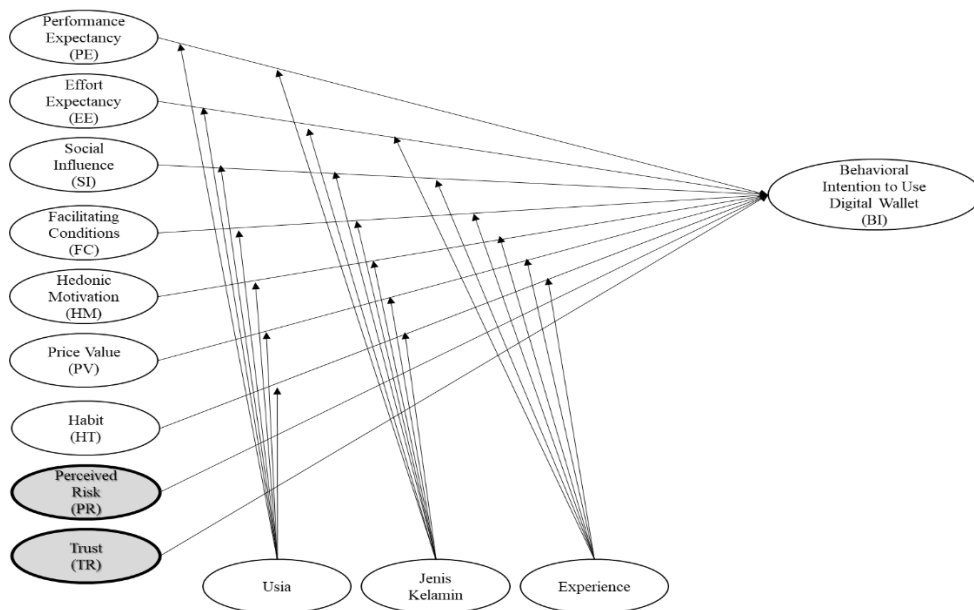
Secara ringkas hasil penelitian-penelitian sebelumnya ditunjukkan oleh Tabel 2.3.

Tabel 2.3 Penelitian-penelitian Terdahulu

Judul Penelitian	Peneliti (Tahun)	Hasil
<i>Modeling Consumers' Adoption Intentions of Remote Mobile Payments in the United Kingdom: Extending UTAUT with Innovativeness, Risk, and Trust.</i>	Slade <i>et al.</i> (2015)	<i>Performance expectancy, social influence, innovativeness, dan perceived risk</i> merupakan faktor-faktor yang mempengaruhi niatan penggunaan <i>mobile payment</i> di U.K.
<i>Consumers' Willingness to Adopt and Use WeChat Wallet: An Empirical Study in South Africa.</i>	Matemba dan Li (2018)	<i>Trust, security dan privacy</i> mempunyai pengaruh signifikan terhadap niatan menggunakan dompet digital WeChat di Afrika Selatan.
<i>Factors Influencing Mobile Payment Adoption in Indonesia.</i>	Limantara <i>et al.</i> (2018)	<i>Habit, facilitating conditions, social risk, performance expectancy, dan social influence</i> merupakan faktor-faktor yang secara signifikan mempengaruhi pengadopsian <i>mobile payment</i> di Indonesia
<i>Factors Influencing Continuance Usage of Mobile Wallet in Indonesia.</i>	Azizah <i>et al.</i> (2018)	<i>Trust</i> memegang peranan penting supaya dompet digital digunakan secara kontinyu.

<p><i>Analyzing Factors Influencing Continuance Intention of E-Payment Adoption Using Modified UTAUT2 Model.</i></p>	<p>Indrawati dan Putri (2018)</p>	<p><i>Habit, trust, social influence, price saving orientation, hedonic motivation, dan performance expectancy memiliki pengaruh signifikan terhadap niatan untuk menggunakan layanan e-payment.</i></p>
--	-----------------------------------	--

Sehingga dari penelitian-penelitian tersebut penulis melakukan pengembangan model dari UTAUT2 dengan menambahkan faktor *trust* dan *perceived risk*. Hal ini sejalan dengan studi empiris yang dilakukan Slade *et al.* (2013) yang berkaitan dengan eksplorasi *mobile payment* yang mengungkapkan dari studi berbagai literatur yang telah dilakukan mengidentifikasi bahwa faktor *trust* dan *perceived risk* dapat dijadikan faktor penambah ke dalam model UTAUT2 untuk diterapkan dalam konteks *mobile payment*. Sehingga pengembangan model UTAUT2 untuk penelitian ini menjadi seperti yang ditunjukkan oleh Gambar 2.8.



Gambar 2.8 Model Pengembangan UTAUT2

*Trust* atau kepercayaan adalah keyakinan subyektif bahwa suatu pihak akan memenuhi kewajibannya dan itu memainkan peran penting dalam transaksi keuangan yang tidak pasti dimana pengguna sistem akan rentan terhadap kerugian

finansial (Gefen *et al.*, 2003b, Lu *et al.*, 2011). Kepercayaan terdiri dari tiga bagian, yaitu *ability* (kemampuan), *integrity* (integritas) dan *benevolence / goodwill*. Untuk bisnis *ability* berarti mampu untuk memenuhi tugas dan fungsinya; integritas berarti mampu menepati janjinya tanpa berbohong kepada pelanggan dan *goodwill* berarti memperhatikan kepentingan pelanggan dan tidak memikirkan keuntungannya sendiri. Berbeda dengan alat pembayaran konvensional, dompet digital membutuhkan cara khusus agar pengguna percaya. Sebab, jika pada transaksi konvensional ada uang secara fisik yang dipertukarkan, maka pada dompet digital yang ditukarkan berupa data digital.

Bauer (1960) mengemukakan bahwa sebagian besar perilaku pembelian konsumen mungkin berisiko karena keputusan pembelian mungkin menimbulkan konsekuensi yang tidak terduga atau tidak menguntungkan. Ketidakpastian terjadinya konsekuensi yang tidak menyenangkan dapat mengakibatkan risiko yang dirasakan (*perceived risk*). Cox dan Rich (1964) berpendapat bahwa risiko yang dirasakan terdiri dari persepsi tentang minat dan ketidakpastian yang terlibat dalam keputusan pembelian. Jika tujuan pembelian yang diinginkan tidak tercapai, konsumen akan mengalami konsekuensi yang tidak menguntungkan. Secara umum, peneliti mendefinisikan risiko yang dirasakan berdasarkan konteks penelitian mereka sendiri, mis., Forsythe dan Shi (2003) mendefinisikan risiko yang dirasakan sebagai harapan subjektif pembeli tentang kemungkinan kerugian ketika membuat keputusan tentang belanja online. Dalam penelitian ini risiko yang dirasakan mengacu pada sejauh mana konsumen mempersepsikan kemungkinan kerugian yang dapat ditimbulkan karena ketidakpastian menggunakan dompet digital sebagai alat pembayaran. Kerugian tersebut mencakup segala konsekuensi yang tidak menguntungkan bagi konsumen, seperti kerugian finansial, pelanggaran privasi, ketidakpuasan terhadap kinerja, kecemasan atau ketidaknyamanan psikologis, dan buang-buang waktu.

## **2.6 Structural Equation Modeling (SEM)**

SEM (*Structural Equation Modeling*) adalah suatu teknik analisis statistik multivariat yang digunakan untuk menganalisis hubungan struktural. SEM merupakan kombinasi dari analisis faktor dengan analisis regresi berganda. Pada

umumnya SEM digunakan untuk menganalisis pola hubungan antara konstruk laten dan indikatornya, konstruk laten yang satu dengan yang lainnya, serta kesalahan pengukuran secara langsung. SEM memungkinkan dilakukannya analisis di antara beberapa variabel dependen dan independen secara langsung (Hair *et al.*, 2006).

SEM digunakan untuk analisis data sehingga dapat menjelaskan secara menyeluruh hubungan antar variabel yang ada dalam penelitian. SEM digunakan bukan untuk merancang suatu teori, tetapi lebih ditujukan untuk memeriksa dan membenarkan suatu model. Oleh karena itu, syarat utama menggunakan SEM adalah membangun suatu model hipotesis yang terdiri dari model struktural dan model pengukuran dalam bentuk diagram jalur yang berdasarkan justifikasi teori. SEM memungkinkan pengujian sebuah rangkaian hubungan secara simultan. Hubungan itu dibangun oleh satu atau beberapa variabel independen (Santoso, 2011).

Di dalam SEM peneliti dapat melakukan tiga kegiatan sekaligus, yaitu pemeriksaan validitas dan reliabilitas instrumen (setara dengan faktor konfirmatori), pengujian model hubungan antar variabel laten (setara dengan analisis jalur), dan mendapatkan model yang bermanfaat untuk prediksi (setara dengan model struktural atau analisis regresi). Dua alasan yang mendasari digunakannya SEM adalah:

- SEM mempunyai kemampuan untuk mengestimasi hubungan antar variabel yang bersifat *multiple relationship*. Hubungan ini dibentuk dalam model struktural (hubungan antara konstruk dependen dan independen).
- SEM mempunyai kemampuan untuk menggambarkan pola hubungan antara konstruk laten dan variabel manifes atau variabel indikator (Yamin dan Kurniawan, 2009).

## **2.7 Partial Least Square-Structural Equation Modeling (PLS-SEM)**

Terdapat dua pendekatan dalam *Structural Equation Modeling* (SEM), yaitu SEM berbasis *covariance* atau disebut juga dengan *Covariance Based-SEM* (CB-SEM) dan pendekatan *variance* (VB-SEM) dengan teknik *Partial Least Squares-Structural Equation Modeling* (PLS-SEM). Pendekatan PLS lebih cocok digunakan untuk analisis yang bersifat prediktif dengan dasar teori yang lemah dan

data tidak memenuhi asumsi SEM yang berbasis kovarian. Hadirnya metode PLS-SEM bukan menjadi pesaing CB-SEM, melainkan menjadi sebuah pelengkap dan menjadi alternatif untuk metode regresi berganda, yang disesuaikan dengan tujuan penelitian (Priyono dan Sunaryo, 2013).

PLS merupakan metode analisis yang *powerful* karena dapat digunakan pada setiap jenis skala data (nominal, ordinal, interval, dan rasio) tanpa menggunakan banyak syarat asumsi-asumsi yang harus terpenuhi (Ghozali, 2011). PLS dapat juga digunakan untuk tujuan konfirmasi (seperti pengujian hipotesis) dan tujuan eksplorasi (Sanchez, 2009). Meskipun PLS pada umumnya digunakan sebagai eksplorasi daripada konfirmasi, PLS juga dapat digunakan untuk menduga apakah terdapat atau tidak terdapatnya hubungan dan kemudian proposisi untuk pengujian. PLS merupakan metode analisis yang bersifat *soft modeling* karena tidak mengasumsikan data harus dengan pengukuran skala tertentu, yang berarti jumlah sampel bisa kecil atau dibawah 100 (Ghozali, 2011).

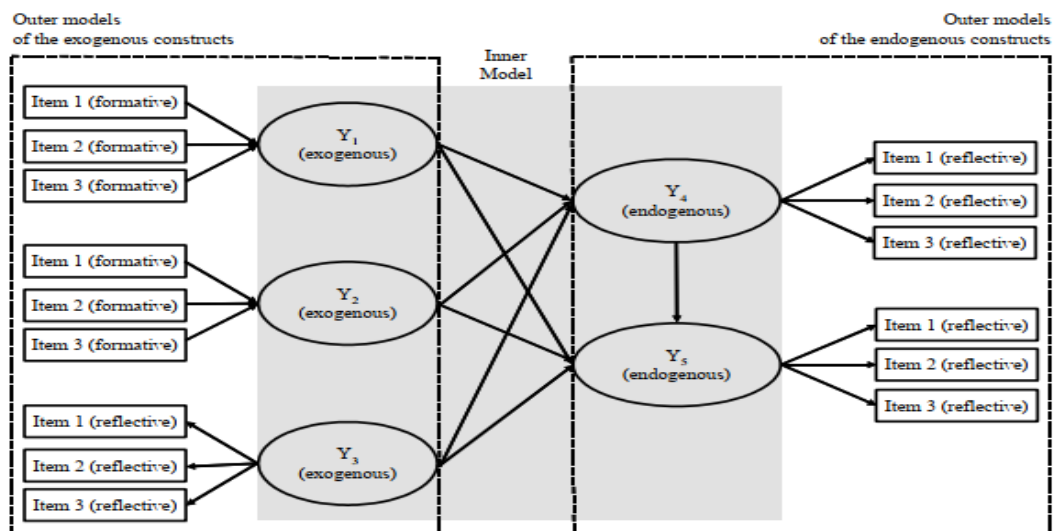
Saat menerapkan PLS-SEM, peneliti perlu mengikuti beberapa tahapan yang melibatkan spesifikasi *outer* dan *inner* model, pengumpulan dan pemeriksaan data, estimasi model aktual, dan evaluasi hasil. Berikut ini adalah tiga tahapan untuk memeriksa PLS-SEM menurut Hair *et al.* (2014):

1. Spesifikasi Model

Tahap spesifikasi model berkaitan dengan pembuatan *outer* dan *inner* model. Model struktural (*inner* model) menggambarkan hubungan antara konstruk-konstruk yang akan diamati. Sedangkan model pengukuran (*outer* model) digunakan untuk mengevaluasi kesesuaian hubungan antara indikator dan konstraknya. Langkah pertama dalam pengaplikasian PLS-SEM adalah dengan membuat model jalur yang menghubungkan variabel dan konstraknya berdasarkan teori dan logika (Hair *et al.*, 2014). Dalam membuat model jalur (*path model*) seperti yang ditunjukkan pada Gambar 2.9, penting untuk menentukan konstruk serta hubungan di antara mereka secara tepat atau dengan kata lain penting untuk menentukan konstruk tersebut dianggap eksogen atau endogen. Konstruk eksogen bertindak sebagai variabel independen dan tidak memiliki panah yang menunjuk padanya (Y1, Y2, dan Y3 pada Gambar 2.9), sedangkan konstruk endogen



dijelaskan oleh konstruk lain (Y4 dan Y5 pada Gambar 2.9). Meskipun sering dianggap sebagai variabel dependen dalam hubungan, konstruk endogen juga dapat bertindak sebagai variabel independen ketika ditempatkan di antara dua konstruk (Y4 pada Gambar 2.9). Ketika menyiapkan model, peneliti perlu menyadari bahwa dalam bentuk dasarnya, algoritma PLS-SEM hanya dapat menangani model yang tidak memiliki hubungan melingkar antara konstruk.



Gambar 2.9 Model Jalur Sederhana (Hair Jr. *et al.*, 2014)

## 2. Evaluasi model pengukuran (*outer model*)

Tujuan dari evaluasi model pengukuran adalah untuk mengetahui validitas dan reliabilitas indikator. Untuk model pengukuran reflektif, evaluasi dimulai dengan memeriksa reliabilitas indikator melalui nilai *outer loading*. Kemudian memeriksa nilai *composite reliability* dan *Cronbach's Alpha* guna menilai *internal consistency*. Nilai *Average Variance Extracted* (AVE) guna menilai *convergent validity*. Selain itu, untuk menilai *discriminant validity* dilakukan dengan perhitungan korelasi Heterotrait-Monotrait Ratio (HTMT). Kriteria penilaian PLS-SEM menurut Sarstedt *et al.* (2017) pada model pengukuran ditunjukkan pada Tabel 2.4.

## 3. Evaluasi model struktural (*inner model*).

Tujuan dilakukannya evaluasi model struktural pada tahap ini adalah untuk mengetahui tentang kemampuan prediktibilitas model dengan kriteria

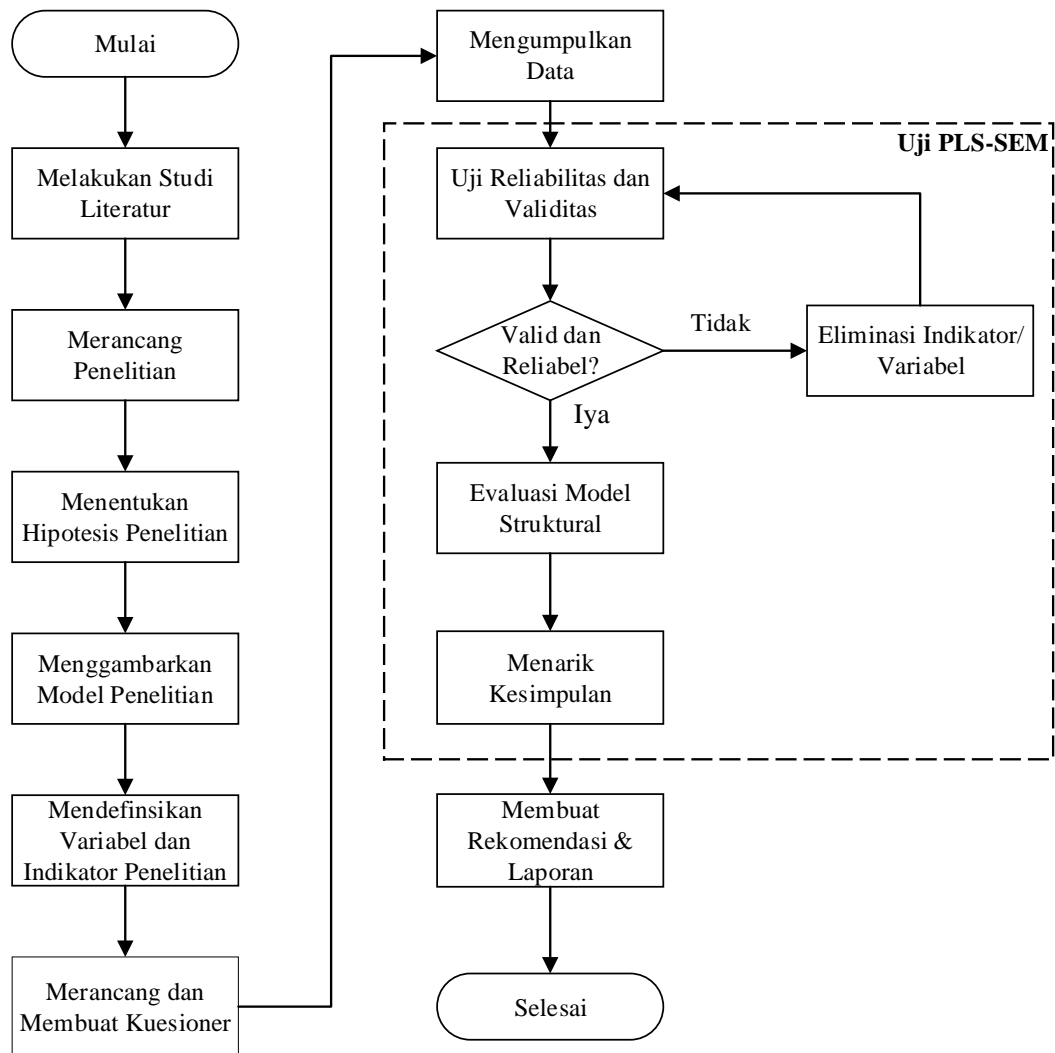
berikut: *coefficient of determination* ( $R^2$ ), *cross-validated redundancy* ( $Q^2$ ), dan *path coefficients*. Kriteria evaluasi model struktural pada PLS berdasarkan Sarstedt *et al.* (2017) ditunjukkan pada Tabel 2.4.

Tabel 2.4 Kriteria Evaluasi Model Pengukuran dan Struktural PLS-SEM

<b>Evaluasi Model Pengukuran Reflektif</b>	
<b>Kriteria Evaluasi</b>	<b>Keterangan</b>
<i>Indicator reliability</i>	Nilai <i>outer loading</i> indikator > 0,7.
<i>Internal consistency reliability</i>	Nilai <i>composite reliability</i> dan <i>cronbach's alpha</i> > 0,7.
<i>Convergent validity</i>	Nilai <i>Average Variance Extracted</i> (AVE) > 0,5.
<i>Discriminant validity</i>	Nilai HTMT < 0,9.
<b>Evaluasi Model Pengukuran Formatif</b>	
<b>Kriteria Evaluasi</b>	<b>Keterangan</b>
<i>Convergent validity</i>	Nilai <i>Average Variance Extracted</i> (AVE) > 0,5.
<i>Collinearity</i>	Nilai <i>Variance Inflation Factor</i> (VIF) < 5.
Signifikansi dan relevansi <i>weight</i>	Nilai estimasi untuk model pengukuran formatif harus signifikan. Tingkat signifikansi ini dinilai dengan prosedur <i>bootstrapping</i> .
<b>Evaluasi Model Struktural</b>	
<b>Kriteria Evaluasi</b>	<b>Keterangan</b>
<i>Collinearity</i>	Nilai VIF < 5
<i>Coefficient of determination</i> ( $R^2$ )	Hasil $R^2$ sebesar 0,75; 0,5 dan 0,25 untuk variabel laten endogen dalam model struktural mengindikasikan bahwa model “substansial”, “moderat”, dan “lemah”.
<i>Cross-validated redundancy</i> ( $Q^2$ )	Nilai $Q^2$ > 0.
<i>Path coefficients</i>	Nilai estimasi untuk hubungan jalur dalam model struktural harus signifikan. Nilai signifikansi ini dapat diperoleh melalui prosedur <i>bootstrapping</i> .
Cohen $f^2$	Hasil $f^2$ sebesar 0,35; 0,15 dan 0,02 untuk variabel laten menunjukkan efek variabel eksogen dalam model struktural mengindikasikan bahwa model “kuat”, “moderat”, dan “lemah”.

## BAB 3 METODOLOGI PENELITIAN

Pada bab ini akan diuraikan mengenai metodologi penelitian yang akan dilaksanakan terdiri dari studi literatur, rancangan penelitian, penentuan hipotesis dan model penelitian, populasi penelitian dan jumlah sampel, metode pengumpulan data, variabel operasional dan indikator kuesioner, rancangan kuesioner, analisis dan penilaian menggunakan SEM, dan pembuatan laporan yang alurnya ditunjukkan pada Gambar 3.1.



Gambar 3.1 Alur Metodologi Penelitian

### **3.1 Studi Literatur**

Pada tahap ini dilakukan pengumpulan referensi-referensi yang sesuai dengan penelitian yang akan dilakukan dan mulai mencari informasi-informasi tentang faktor-faktor yang mempengaruhi penerimaan teknologi dompet digital, model *Unified Theory of Acceptance and Use of Technology 2* (UTAUT2), serta teknik analisis menggunakan PLS-SEM. Tahap ini dilakukan untuk mengkaji dan memahami tentang permasalahan serta metode yang terkait dari beberapa sumber baik melalui jurnal, *e-book*, buku-buku ataupun sumber lainnya yang dapat digunakan sebagai bahan acuan pengerjaan penelitian ini.

### **3.2 Rancangan Penelitian**

Untuk menemukan faktor-faktor yang mempengaruhi penerimaan teknologi dompet digital, penelitian ini mengusulkan model konseptual yang didasari oleh penelitian-penelitian terdahulu dan didasarkan pada temuan yang diuji secara empiris. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan pendekatan survei. Metode kuantitatif adalah pendekatan ilmiah yang memandang suatu realitas itu dapat diklasifikasikan, konkrit, teramati, dan terukur, hubungan variabelnya bersifat sebab akibat dimana data penelitiannya berupa angka-angka dan analisisnya menggunakan statistik (Sugiyono, 2008).

#### **3.2.1 Populasi dan Sampel Penelitian**

Populasi penelitian ini adalah adalah warga negara Indonesia yang pernah menggunakan teknologi dompet digital. Menurut data yang diperoleh dari laporan MDI Ventures oleh Agusta dan Hutabarat (2018), jumlah pengguna dompet digital salah satu penyedia jasa dompet digital mencapai 10 juta pengguna yang tersebar di berbagai wilayah Indonesia. Karena jumlah populasi yang sangat amat besar, cakupan wilayah yang luas, dan juga karena keterbatasan biaya penelitian maka penelitian ini akan menggunakan teknik sampel. Sampel adalah bagian dari populasi yang digunakan untuk menyimpulkan atau menggambarkan populasi. Dengan metode yang tepat sampel dapat digunakan untuk menggambarkan kondisi populasi sesungguhnya dengan akurat. Pengambilan sampel dilakukan secara *non-probability sampling* dengan teknik *purposive sampling*. *Purposive sampling* adalah teknik mengambil sampel berdasarkan atas suatu pertimbangan atau ciri-ciri

tertentu yang bertujuan agar data yang diperoleh lebih representatif. Pada penelitian ini mensyaratkan responden harus sudah pernah menggunakan dompet digital yang beroperasi legal di Indonesia dan merupakan warga negara Indonesia.

Menurut Hair *et al.* (2006) jumlah ukuran sampel sebaiknya lebih besar atau sama dengan 100. Namun, pada PLS sendiri jumlah sampel minimumnya sendiri berkisar 30-100 orang (Hair *et al.*, 2006). Sedangkan untuk penelitian ini penulis mengambil jumlah sampel setidaknya sebanyak 200 sampel dimana sampel tersebut merupakan responden yang sesuai kriteria yang telah ditentukan sebelumnya.

### **3.3 Hipotesis dan Model Penelitian**

Penelitian ini akan menguji hipotesis berdasarkan model UTAUT2 Venkatesh *et al.* (2012) yang dikombinasikan dengan hasil dari penelitian oleh Slade *et al.* (2015), Azizah *et al.* (2018), dan oleh Matemba dan Li (2018). Rincian hipotesis dari penelitian ini akan dijelaskan pada sub-bab berikut:

#### **3.3.1 Pengaruh *Performance Expectancy* Terhadap *Behavioral Intention***

*Performance expectancy* merupakan determinan langsung yang mempengaruhi niatan penggunaan dompet digital. Pengaruh *performance expectancy* terhadap penerimaan teknologi dompet digital dimoderasi oleh jenis kelamin dan usia. Hal ini dikarenakan pada penelitian mengenai perbedaan *gender* mengindikasikan bahwa laki-laki cenderung berorientasi pada tugas-tugas (Minton dan Schneider, 1984) dan konstruk ini yang berfokus pada pemenuhan tugas-tugas yang dapat diselesaikan (produktivitas) sehingga cenderung lebih menonjol kepada karakteristik laki-laki. Sama seperti jenis kelamin, usia juga memainkan peran penting dalam memoderasi *performance expectancy*. Penelitian yang berkaitan dengan sikap dalam pekerjaan oleh Hall dan Mansfield (1975) menyimpulkan bahwa pekerja muda cenderung lebih mementingkan imbalan ekstrinsik. Penelitian oleh Venkatesh dan Morris (2000) juga menunjukkan bahwa jenis kelamin dan perbedaan usia telah terbukti ada dalam konteks pengadopsian teknologi. Sehingga hipotesisnya sebagai berikut:

H1a: *Performance expectancy* berpengaruh signifikan terhadap *behavioral intention*.

H1b: Usia secara signifikan memoderasi pengaruh *performance expectancy* terhadap *behavioral intention*.

H1c: Jenis kelamin secara signifikan memoderasi pengaruh *performance expectancy* terhadap *behavioral intention*.

### **3.3.2 Pengaruh *Effort Expectancy* Terhadap *Behavioral Intention***

*Effort expectancy* pada penelitian ini dicerminkan sebagai tingkat kemudahan dalam menggunakan dompet digital. Jika sistem mudah digunakan maka usaha yang dilakukan tidak terlalu tinggi dan sebaliknya jika sistem sulit digunakan maka diperlukan usaha yang tinggi untuk menggunakannya. Pada konstruk ini diharapkan usaha yang dikeluarkan akan lebih besar ketika pada tahap awal dalam menggunakan dompet digital. Selain itu, pada penelitian oleh Venkatesh dan Morris menunjukkan bahwa pengaruh konstruk ini cenderung lebih menonjol untuk perempuan dibanding laki-laki. Pada penelitian lainnya, bertambahnya usia terbukti berhubungan dengan kesulitan dalam memproses rangsangan kompleks dan mengalokasikan perhatian pada informasi di tempat kerja (Plude dan Hoyer, 1985), dimana dua hal tersebut menjadi hal yang umum ketika menggunakan dompet digital. Sehingga usia dianggap sebagai moderator yang mempengaruhi usaha dalam menggunakan dompet digital. Sehingga hipotesisnya sebagai berikut:

H2a: *Effort expectancy* berpengaruh signifikan terhadap *behavioral intention*.

H2b: Usia secara signifikan memoderasi pengaruh *effort expectancy* terhadap *behavioral intention*.

H2c: Jenis kelamin secara signifikan memoderasi pengaruh *effort expectancy* terhadap *behavioral intention*.

H2d: Pengalaman secara signifikan memoderasi pengaruh *effort expectancy* terhadap *Behavioral Intention*.

### **3.3.3 Pengaruh *Social Influence* Terhadap *Behavioral Intention***

Pada penelitian yang dilakukan Venkatesh dan Morris (2000) ataupun Miller (1976) menunjukkan bahwa perempuan cenderung lebih sensitif terhadap pendapat orang lain, oleh karena itu *social influence* cenderung lebih berpengaruh terhadap perempuan untuk membentuk minat penggunaan teknologi. Penelitian

oleh Rhodes (1983) menerangkan bahwa semakin dewasa seseorang maka kebutuhan akan hubungan dekat meningkat, sehingga usia juga akan berpengaruh terhadap konstruk ini. Sehingga hipotesisnya sebagai berikut:

H3a: *Social Influence* berpengaruh signifikan terhadap *Behavioral Intention*.

H3b: Usia secara signifikan memoderasi pengaruh *Social Influence* terhadap *Behavioral Intention*.

H3c: Jenis kelamin secara signifikan memoderasi pengaruh *Social Influence* terhadap *Behavioral Intention*.

H3d: *Experience* secara signifikan memoderasi pengaruh *Social Influence* terhadap *Behavioral Intention*.

### **3.3.4 Pengaruh *Facilitating Conditions* Terhadap *Behavioral Intention***

*Facilitating Conditions* pada penelitian ini mencerminkan adanya suatu kondisi yang memfasilitasi untuk menggunakan dompet digital seperti adanya paket data, internet ataupun bantuan-bantuan teknis yang tersedia ketika seseorang kesulitan dalam menggunakan dompet digital. Secara khusus, konsumen yang memiliki akses ke serangkaian kondisi yang memfasilitasi yang menguntungkan lebih cenderung memiliki niat yang lebih tinggi untuk menggunakan teknologi, seperti akses informasi ke sumber daya lain seperti tutorial online ataupun yang lainnya.

Konsumen yang lebih tua cenderung menghadapi lebih banyak kesulitan dalam memproses informasi baru atau kompleks, sehingga memengaruhi pembelajaran mereka terhadap teknologi baru (Morris *et al.* (2005); Plude dan Hoyer (1985)). Kesulitan ini dapat dikaitkan dengan penurunan kemampuan kognitif dan memori yang terkait dengan proses penuaan (Posner, 1996). Oleh karena itu, dibandingkan dengan konsumen yang lebih muda, konsumen yang lebih tua cenderung lebih mementingkan ketersediaan dukungan yang memadai (Hall dan Mansfield, 1975).

Selain itu, laki-laki jika dibandingkan dengan perempuan, laki-laki bersedia menghabiskan lebih banyak upaya untuk mengatasi berbagai kendala dan kesulitan untuk mengejar tujuan mereka, dengan perempuan cenderung lebih fokus pada besarnya upaya yang terlibat dan proses untuk mencapai tujuan mereka

(Henning dan Jardim (1977); Rotter dan Portugal (1969); Venkatesh dan Morris (2000)). Dengan demikian, pria cenderung tidak tergantung dengan kondisi yang memfasilitasi ketika mempertimbangkan penggunaan teknologi baru, sedangkan wanita cenderung lebih menekankan pada faktor pendukung eksternal.

Pengalaman juga dapat memoderasi hubungan antara kondisi yang memfasilitasi dan penerimaan pengguna. Pengalaman yang lebih banyak dapat menyebabkan familiaritas yang lebih besar dengan teknologi dan struktur pengetahuan yang lebih baik untuk memfasilitasi pembelajaran pengguna, sehingga mengurangi ketergantungan pengguna pada dukungan eksternal (Alba dan Hutchinson, 1987). Demikian juga, meta analisis menunjukkan bahwa pengguna dengan pengalaman teknologi yang sedikit akan lebih bergantung pada kondisi yang memfasilitasi (Notani, 1998). Sehingga, hipotesisnya sebagai berikut:

H4a: *Facilitating Conditions* berpengaruh signifikan terhadap *Behavioral Intention*.

H4b: Usia secara signifikan memoderasi pengaruh *Facilitating Conditions* terhadap *Behavioral Intention*.

H4c: Jenis kelamin secara signifikan memoderasi pengaruh *Facilitating Conditions* terhadap *Behavioral Intention*.

H4d: *Experience* secara signifikan memoderasi pengaruh *Facilitating Conditions* terhadap *Behavioral Intention*.

H4e: *Facilitating Conditions* berpengaruh signifikan terhadap *Use Behavior*.

### **3.3.5 Pengaruh *Hedonic Motivation* Terhadap *Behavioral Intention***

*Hedonic Motivation* didapatkan dari pengalaman baru yang didapat ketika menggunakan teknologi baru. Ketika konsumen mulai menggunakan teknologi tertentu, mereka akan lebih memperhatikan kebaruannya (mis., antarmuka dan fungsi baru iPhone) dan bahkan mungkin menggunakannya untuk hal yang baru (Holbrook dan Hirschman, 1982). Dengan meningkatnya pengalaman, daya tarik kebaruan yang berkontribusi terhadap efek motivasi hedonis pada penggunaan teknologi akan berkurang dan konsumen akan menggunakan teknologi untuk tujuan yang lebih pragmatis, seperti keuntungan dalam efisiensi atau efektivitas. Dengan



demikian, motivasi hedonis akan memainkan peran yang kurang penting dalam menentukan penggunaan teknologi dengan meningkatnya pengalaman.

Selanjutnya, pada tahap awal menggunakan teknologi baru, pria yang lebih muda cenderung menunjukkan kecenderungan yang lebih besar untuk mencari kebaruan dan inovasi (Chau dan Hui, 1998). Kecenderungan yang lebih besar ini pada gilirannya akan meningkatkan kepentingan relatif dari motivasi hedonis dalam keputusan awal penggunaan teknologi oleh pria. Konsekuensinya, efek moderasi pengalaman akan berbeda di semua usia dan jenis kelamin. Jadi, hipotesisnya sebagai berikut:

H5a: *Hedonic Motivation* berpengaruh signifikan terhadap *Behavioral Intention*.

H5b: Usia secara signifikan memoderasi pengaruh *Hedonic Motivation* terhadap *Behavioral Intention*.

H5c: Jenis kelamin secara signifikan memoderasi pengaruh *Hedonic Motivation* terhadap *Behavioral Intention*.

H5d: *Experience* secara signifikan memoderasi pengaruh *Hedonic Motivation* terhadap *Behavioral Intention*.

### **3.3.6 Pengaruh *Price Value* Terhadap *Behavioral Intention***

Pada penelitian ini, *price value* mencerminkan apakah manfaat yang didapatkan oleh pengguna lebih besar dibandingkan biaya yang dikeluarkan oleh konsumen untuk menggunakan teknologi dompet digital. Pada kasus dompet digital di Indonesia, untuk mengisi saldo ke dompet digital dikenakan biaya mulai dari 0 Rupiah hingga 6.500 Rupiah. Sedangkan berdasar data riset Tirto.id (Purnamasari, 2017) menyatakan bahwa 62,60% masyarakat tidak setuju soal biaya isi ulang saldo *e-money*. Mayoritas masyarakat yang tidak setuju menyatakan hal tersebut akan menambah beban mereka. Sehingga pada penelitian ini, *price value* lebih ditekankan pada biaya isi saldo yang dikeluarkan oleh konsumen. Karena besarnya biaya yang dikeluarkan akan berdampak pada niatan konsumen untuk menggunakan teknologi. Pada konstruk ini dimoderasi oleh usia dan jenis kelamin. Ini sesuai dengan teori tentang peran sosial (Bakan (1966); Deaux dan Lewis (1984)) dalam berteori tentang pentingnya perbedaan nilai harga antara pria versus wanita dan di antara individu yang lebih muda versus yang lebih tua. Literatur ini

menunjukkan bahwa pria dan wanita biasanya mengambil peran sosial yang berbeda dan menunjukkan perilaku peran yang berbeda. Khususnya, pria cenderung mandiri, kompetitif, dan membuat keputusan berdasarkan informasi, sementara wanita lebih saling tergantung, kooperatif, dan mempertimbangkan lebih banyak detail (Bakan (1966); Deaux dan Kite (1987)). Akibatnya, dalam konteks konsumen, perempuan cenderung lebih memperhatikan harga produk dan layanan, dan akan lebih sadar biaya daripada pria. Selain itu, wanita biasanya lebih terlibat dalam pembelian dengan demikian wanita lebih bertanggung jawab dan berhati-hati dengan uang daripada pria (Slama dan Taschian, 1985). Mengingat kecenderungan laki-laki untuk bermain-main dengan teknologi, nilai harga yang diberikan oleh laki-laki terhadap teknologi kemungkinan akan lebih tinggi daripada nilai yang diberikan oleh perempuan untuk teknologi yang sama. Selain itu, perbedaan *gender* yang disebabkan oleh stereotip peran sosial akan diperkuat dengan penuaan, karena wanita yang lebih tua lebih mungkin untuk terlibat dalam kegiatan seperti merawat keluarga mereka (Deaux dan Lewis, 1984). Dengan demikian, wanita yang lebih tua akan lebih sensitif terhadap harga karena peran sosial mereka sebagai penjaga pintu pengeluaran keluarga. Ini menyiratkan bahwa nilai uang dari produk dan layanan lebih penting bagi wanita yang lebih tua. Jadi, hipotesisnya adalah sebagai berikut:

H6a: *Price Value* berpengaruh signifikan terhadap *Behavioral Intention*.

H6b: Usia secara signifikan memoderasi pengaruh *Price Value* terhadap *Behavioral Intention*.

H6c: Jenis kelamin secara signifikan memoderasi pengaruh *Price Value* terhadap *Behavioral Intention*.

### **3.3.7 Pengaruh *Habit* Terhadap *Behavioral Intention***

*Habit* merupakan persepsi yang dibangun konsumen setelah menggunakan teknologi. Menurut Venkatesh *et al.* (2012) *habit* memiliki keterkaitan dengan *experience*, usia dan jenis kelamin dalam keterkaitannya dengan *Behavioral Intention*. Selain itu, *habit* juga ditemukan memiliki pengaruh signifikan terhadap *Use Behavior*. Sehingga hipotesis penulis:

H7a: *Habit* berpengaruh signifikan terhadap *Behavioral Intention*.

H7b: Usia secara signifikan memoderasi pengaruh *Habit* terhadap *Behavioral Intention*.

H7c: Jenis kelamin secara signifikan memoderasi pengaruh *Habit* terhadap *Behavioral Intention*.

H7d: *Experience* secara signifikan memoderasi pengaruh *Habit* terhadap *Behavioral Intention*.

H7e: *Habit* berpengaruh signifikan terhadap *Use Behavior*.

### **3.3.8 Pengaruh *Perceived Risk* Terhadap *Behavioral Intention***

Dalam penelitian ini *perceived risk* (risiko yang dirasakan) mengacu pada sejauh mana konsumen mempersepsikan kemungkinan kerugian yang dapat ditimbulkan karena ketidakpastian menggunakan dompet digital sebagai alat pembayaran. Kerugian tersebut mencakup segala konsekuensi yang tidak menguntungkan bagi konsumen, seperti kerugian finansial, pelanggaran privasi, masalah keamanan, ketidakpuasan terhadap kinerja, kecemasan atau ketidaknyamanan psikologis, dan buang-buang waktu. Risiko yang dirasakan telah menjadi perpanjangan umum dari UTAUT (Williams *et al.*, 2011). Dalam sebuah studi lainnya, Thakur dan Srivastava (2014) mengukur risiko yang dirasakan sebagai faktor dua tingkat yang terdiri dari risiko keamanan dan risiko privasi. Temuan mereka mendukung hipotesis mereka bahwa risiko secara negatif mempengaruhi niat adopsi. Sehingga hipotesisnya sebagai berikut:

H8: *Perceived Risk* berpengaruh signifikan terhadap *Behavioral Intention*.

### **3.3.9 Pengaruh *Trust* Terhadap *Behavioral Intention***

*Trust* atau kepercayaan adalah keyakinan subyektif bahwa suatu pihak akan memenuhi kewajiban mereka dan itu memainkan peran penting dalam transaksi keuangan elektronik, di mana pengguna rentan terhadap risiko ketidakpastian yang lebih besar dan rasa kehilangan kendali. Dalam industri jasa keuangan yang semakin kompetitif, ada penekanan pada kepercayaan dalam upaya untuk membangun hubungan jangka panjang yang solid dengan pelanggan (Sekhon *et al.*, 2014). Dalam konteks pembayaran *mobile*, kepercayaan telah ditemukan sebagai prediktor yang signifikan terhadap niat perilaku (Chandra *et al.*, 2010). Sejalan dengan Chandra *et al.* (2010), maka pada penelitian ini menambahkan

faktor *trust* sebagai faktor yang mempengaruhi penerimaan sistem dompet digital. Karenanya hipotesisnya sebagai berikut:

H9: *Trust* mempunyai pengaruh signifikan terhadap *Behavioral Intention*.

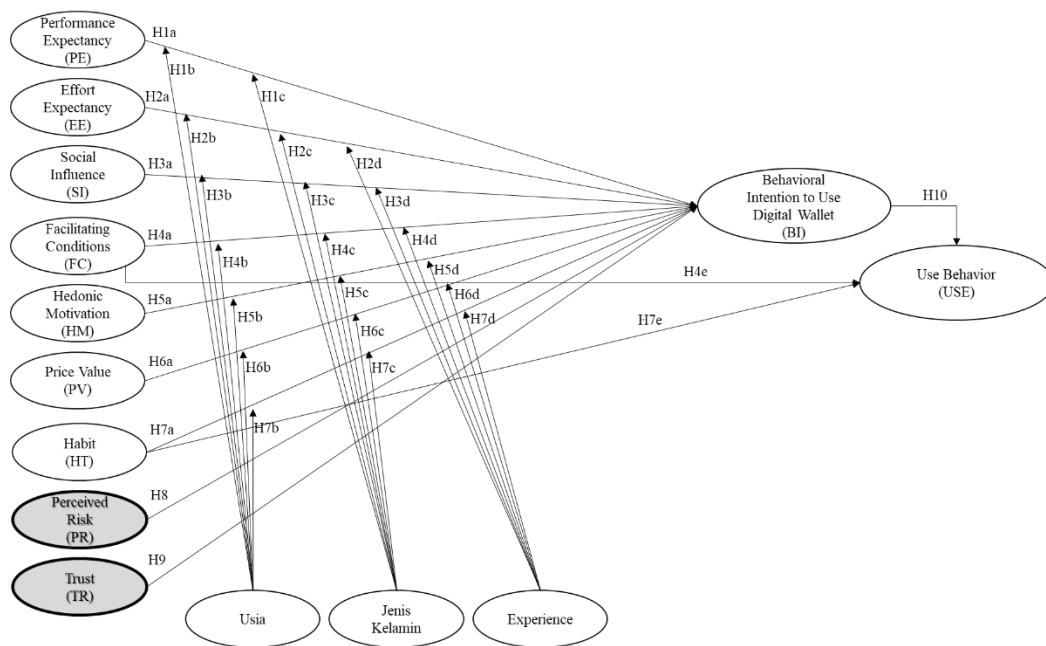
### 3.3.10 Pengaruh *Behavioral Intention* Terhadap *Use Behavior*

Dalam kaitannya untuk memprediksi penggunaan teknologi, *behavioral intention* ditemukan sebagai pengaruh yang signifikan terhadap *use behavior* (Venkatesh *et al.*, 2012). Sehingga hipotesis dari penelitian ini sebagai berikut:

H10: *Behavioral intention* mempunyai pengaruh signifikan terhadap *use behavior*.

### 3.3.11 Model Konseptual Penelitian

Berdasarkan hipotesis-hipotesis yang telah dijabarkan pada sub-bab sebelumnya, maka model penelitian ini dapat digambarkan pada Gambar 3.2.



Gambar 3.2 Model Konseptual Penelitian

### 3.4 Variabel dan Indikator Penelitian

Variabel yang digunakan dalam penelitian ini berjumlah 13 variabel yang terdiri dari:

- 9 variabel independen/bebas, yaitu *trust*, *perceived risk*, *performance expectancy*, *effort expectancy*, *social influence*, *facilitating condition*, *hedonic motivation*, *price value*, dan *habit*.
- 3 variabel sebagai moderator, yaitu *usia*, *jenis kelamin*, dan *experience*.

- 2 variabel dependen/terikat, yaitu *behavioral intention* dan *use behavior*.

### **3.4.1 Definisi Variabel Penelitian**

Berikut adalah definisi dari setiap variabel penelitian beserta indikatornya yang dibuat berdasarkan model UTAUT2 yang telah dimofikasi:

#### **3.4.1.1 Performance Expectancy (PE)**

*Performance expectancy* (PE) menggambarkan tingkatan ekspektasi seseorang dimana mereka percaya bahwa dengan menggunakan dompet digital akan bermanfaat untuk meningkatkan produktivitasnya. Variabel ini diukur dengan menggunakan 4 indikator yang dikembangkan oleh Venkatesh *et al.* (2003) yang meliputi:

- a) Manfaat/*benefit* penggunaan teknologi (PE1) menjelaskan penilaian pengguna mengenai manfaat penggunaan teknologi dalam kehidupan sehari-hari.
- b) Efektivitas teknologi (PE2) menjelaskan penilaian pengguna bagaimana dengan menggunakan dompet digital maka transaksi pembayaran akan menjadi lebih mudah.
- c) Efisiensi waktu (PE3) menjelaskan penilaian pengguna bagaimana dengan menggunakan dompet digital maka transaksi pembayaran dapat dilakukan dengan lebih cepat. Hal ini karena dengan menggunakan dompet digital maka sudah tidak perlu menunggu uang kembalian atau menghitung kesesuaian uang kembalian.
- d) Peningkatan produktivitas (PE4) menjelaskan penilaian pengguna mengenai peningkatan produktivitas pengguna dikarenakan efisiensi dan efektivitas teknologi dalam melakukan transaksi pembayaran dengan menggunakan dompet digital.

#### **3.4.1.2 Effort Expectancy (EE)**

*Effort expectancy* (EE) menggambarkan mengenai tingkatan usaha yang dikeluarkan untuk menggunakan dompet digital. Jika dompet digital sulit digunakan maka usaha yang dikeluarkan akan semakin besar, begitu pula

sebaliknya. Variabel ini diukur dengan menggunakan 4 indikator yang dikembangkan oleh Venkatesh *et al.* (2003) yang meliputi:

- a) Sistem yang mudah dipelajari (EE1) menjelaskan penilaian pengguna terhadap tingkat kesulitan dalam mempelajari cara menggunakan dompet digital.
- b) Tampilan antarmuka (*user-interface*) sistem yang mudah dipahami (EE2) menjelaskan penilaian pengguna terhadap tampilan antarmuka sistem dompet digital apakah antarmuka mudah dipahami atau tidak.
- c) Sistem yang mudah digunakan (EE3) menjelaskan penilaian pengguna terhadap tingkat kesulitan dalam menggunakan sistem dompet digital.
- d) Tingkat kemudahan untuk menjadi mahir/terampil dalam menggunakan sistem (EE4) menjelaskan penilaian pengguna terhadap tingkat kemudahan untuk menggunakan sistem dompet digital sehingga pengguna dapat dengan mudah menjadi terampil atau ahli dalam menggunakan sistem dompet digital.

#### **3.4.1.3 Social Influence (SI)**

*Social influence* (SI) menjelaskan mengenai pengaruh orang-orang sekitar yang dapat mempengaruhi niatan penggunaan teknologi dompet digital. Variabel ini diukur menggunakan 3 indikator yang dikembangkan oleh Venkatesh *et al.* (2003) yang meliputi:

- a) Pengaruh orang penting (SI1) menjelaskan bagaimana pengaruh orang-orang penting bagi pengguna mempengaruhi untuk menggunakan dompet digital.
- b) Pengaruh orang berpengaruh (SI2) menjelaskan bagaimana pengaruh orang-orang yang berpengaruh bagi pengguna mempengaruhi untuk menggunakan dompet digital.
- c) Pengaruh orang yang dihargai/dihormati (SI3) menjelaskan bagaimana pengaruh orang-orang yang dihormati pengguna memberikan pengaruh untuk menggunakan dompet digital.

#### **3.4.1.4 *Facilitating Conditions (FC)***

*Facilitating conditions (FC)* atau kondisi yang memfasilitasi pada penelitian ini mencerminkan adanya suatu kondisi yang memfasilitasi untuk menggunakan dompet digital seperti adanya paket data, internet ataupun bantuan-bantuan teknis yang tersedia ketika pengguna mengalami kesulitan dalam menggunakan dompet digital. Variabel ini diukur menggunakan 4 indikator yang dikembangkan oleh Venkatesh *et al.* (2003) yang meliputi:

- a) Ketersediaan fasilitas pendukung teknologi (FC1) menjelaskan bagaimana ketersediaan fasilitas/sumber daya seperti paket data, internet ataupun fasilitas pendukung lainnya mempengaruhi niatan pengguna untuk menggunakan dompet digital.
- b) Kepemilikan pengetahuan (FC2) menjelaskan bagaimana kepemilikan pengetahuan mempengaruhi niatan pengguna untuk menggunakan dompet digital.
- c) Kompatibilitas teknologi (FC3) menjelaskan bagaimana pengaruh kompatibilitas teknologi yang telah digunakan oleh pengguna mempengaruhi niatan pengguna untuk menggunakan dompet digital.
- d) Ketersediaan bantuan (FC4) menjelaskan bagaimana tersedianya bantuan dari orang lain ketika pengguna kesulitan mempengaruhi pengguna untuk menggunakan dompet digital.

#### **3.4.1.5 *Hedonic Motivation (HM)***

*Hedonic motivation (HM)* didefinisikan sebagai kesenangan yang didapat ketika pengguna menggunakan dompet digital. Variabel ini diukur menggunakan 3 indikator yang dikembangkan oleh Venkatesh *et al.* (2012) yang meliputi:

- a) Kesenangan dalam menggunakan teknologi (HM1) menjelaskan bagaimana kesenangan yang dirasakan pengguna ketika menggunakan dompet digital mempengaruhi penggunaan dompet digital.
- b) Kenikmatan dalam menggunakan teknologi (HM2) menjelaskan bagaimana kenikmatan yang didapat pengguna ketika menggunakan dompet digital mempengaruhi penggunaan dompet digital.

- c) Perasaan terhibur dalam menggunakan teknologi (HM3) menjelaskan bagaimana perasaan yang dirasakan pengguna ketika menggunakan dompet digital mempengaruhi penggunaan dompet digital.

#### **3.4.1.6 Price Value (PV)**

*Price value* (PV) didefinisikan sebagai biaya yang dikeluarkan oleh konsumen untuk menggunakan teknologi dompet digital. Pada penelitian mengenai pemasaran, biaya yang dikeluarkan biasanya dikonsepsikan bersama dengan kualitas produk atau layanan untuk menentukan persepsi dari nilai produk (Zeithaml, 1988). Pada kasus dompet digital di Indonesia untuk mengisi saldo dompet digital dikenakan biaya berkisar dari 0 Rupiah hingga 6.500 Rupiah. Variabel ini diukur menggunakan 3 indikator yang dikembangkan oleh Venkatesh *et al.* (2012) yang meliputi:

- a) Biaya isi saldo terjangkau (PV1) menjelaskan mengenai penilaian pengguna terhadap keterjangkauan biaya isi saldo dompet digital.
- b) *Good value for the money* (PV2) menjelaskan mengenai penilaian pengguna mengenai bagaimana dompet digital memberikan nilai yang lebih jika dibandingkan biaya isi saldo yang dikeluarkan.
- c) Manfaat yang lebih dibandingkan biaya isi saldo (PV3) menjelaskan mengenai penilaian pengguna mengenai bagaimana dompet digital memberi manfaat yang lebih dibandingkan biaya isi saldo yang dikeluarkan.

#### **3.4.1.7 Habit (HT)**

*Habit* (HT) merupakan persepsi yang dibangun konsumen setelah menggunakan dompet digital. Sehingga terbentuk pola perilaku yang terjadi secara otomatis di luar kesadaran ketika menggunakan dompet digital. Variabel ini diukur dengan menggunakan 3 indikator yang dikembangkan oleh Venkatesh *et al.* (2012) yang meliputi:

- a) Tingkat kebiasaan menggunakan teknologi (HT1) menjelaskan tingkatan kebiasaan pengguna untuk menggunakan dompet digital sebagai alat transaksi pembayaran.



- b) Tingkat kecanduan menggunakan teknologi (HT2) menjelaskan tingkatan candu pengguna untuk menggunakan dompet digital sebagai alat transaksi pembayaran.
- c) Tingkat keharusan menggunakan teknologi (HT3) menjelaskan tingkatan keharusan pengguna untuk menggunakan dompet digital sebagai alat transaksi pembayaran.
- d) Alamiah dalam menggunakan teknologi (HT4) menjelaskan tingkatan kealamian pengguna untuk menggunakan dompet digital sebagai alat transaksi pembayaran.

#### **3.4.1.8 Trust (TR)**

*Trust* (TR) atau kepercayaan adalah keyakinan subyektif bahwa suatu pihak akan memenuhi kewajiban mereka dan hal ini memainkan peran penting dalam transaksi keuangan elektronik, di mana pengguna rentan terhadap risiko ketidakpastian yang lebih besar dan rasa kehilangan kendali. Variabel ini diukur dengan menggunakan 5 indikator yang dikembangkan oleh Gefen *et al.* (2003a) dan Chandra *et al.* (2010) yang meliputi:

- a) Kepercayaan penyedia teknologi mengutamakan kepentingan pengguna (TR1) menjelaskan tingkat kepercayaan pengguna bahwa penyedia jasa dompet digital mengutamakan kepentingan penggunanya.
- b) Kepercayaan penyedia teknologi dapat dipercaya (TR2) menjelaskan tingkat kepercayaan pengguna bahwa penyedia jasa dompet digital merupakan entitas yang dapat dipercaya.
- c) Kepercayaan atas kehandalan sistem (TR3) menjelaskan tingkat kepercayaan pengguna bahwa sistem dompet digital memiliki sistem yang handal.
- d) Kepercayaan atas keamanan sistem (TR4) menjelaskan tingkat kepercayaan pengguna bahwa sistem dompet digital merupakan sistem yang aman.
- e) Kepercayaan atas sistem secara keseluruhan (TR5) menjelaskan tingkat kepercayaan pengguna bahwa sistem dompet digital secara keseluruhan dapat dipercaya.

#### **3.4.1.9 Perceived Risk (PR)**

*Perceived risk* (PR) atau risiko yang dirasakan mengacu pada sejauh mana pengguna mempersepsikan kemungkinan kerugian yang dapat ditimbulkan karena ketidakpastian menggunakan dompet digital sebagai alat pembayaran. Variabel ini diukur dengan menggunakan 3 indikator yang dikembangkan oleh Lu *et al.* (2011) yang meliputi:

- a) Risiko terhadap bocornya informasi pribadi (PR1) menyatakan tingkatan persepsi pengguna atas kemungkinan bocornya informasi pribadi melalui sistem dompet digital.
- b) Risiko terhadap keamanan sistem (PR2) menyatakan tingkatan persepsi pengguna atas kemungkinan bahwa akun sistem dompet digital miliknya dapat diakses orang lain.
- c) Risiko terhadap kebocoran data (PR3) menyatakan tingkatan persepsi pengguna atas kemungkinan informasi-informasi sensitif yang dikirimkan melalui sistem dompet digital dapat diketahui pihak lain.

#### **3.4.1.10 Behavioral Intention (BI)**

*Behavioral intention* (BI) merupakan variabel yang menyatakan tingkat niatan penggunaan teknologi dompet digital. Variabel ini diukur dengan menggunakan 3 indikator yang dikembangkan oleh Venkatesh *et al.* (2012) yang meliputi:

- a) Niatan untuk menggunakan teknologi (BI1) menyatakan tingkatan niatan pengguna untuk terus menggunakan dompet digital di masa mendatang.
- b) Keinginan untuk mencoba menggunakan teknologi (BI2) menyatakan tingkatan keinginan atau kemauan pengguna untuk selalu mencoba menggunakan dompet digital dalam kehidupan sehari-hari.
- c) Rencana untuk menggunakan teknologi (BI3) menyatakan tingkatan rencana pengguna untuk terus menggunakan dompet digital sesering mungkin.

#### **3.4.2 Pengukuran Variabel dan Indikator Penelitian**

Untuk semua variabel independen dan variabel *Behavioral intention* (BI) diukur dengan menggunakan skala likert (poin 1-5) dengan rincian sebagai berikut:

- Sangat tidak setuju (STS) diberi skor 1
- Tidak Setuju (TS) diberi skor 2
- Netral (N) diberi skor 3
- Setuju (S) diberi skor 4
- Sangat Setuju (SS) diberi skor 5

Tabel 3.1 menunjukkan pernyataan-pernyataan yang akan diajukan pada responden.

Tabel 3.1 Item-item Pernyataan Kuesioner

Variabel	Indikator(Kode)	Item Pernyataan	Sumber
<i>Performance Expectancy</i> (PE)	Manfaat teknologi (PE1)	Dompset digital berguna dalam kehidupan sehari-hari.	Venkatesh <i>et al.</i> (2003)
	Efektivitas teknologi (PE2)	Dompset digital mempermudah melakukan transaksi pembayaran.	
	Efisiensi waktu (PE3)	Dompset digital membantu menyelesaikan transaksi pembayaran dengan cepat.	
	Peningkatan produktivitas (PE4)	Dompset digital meningkatkan produktivitas pengguna.	
<i>Effort Expectancy</i> (EE)	Sistem yang mudah dipelajari (EE1)	Dompset digital mudah dipelajari.	Venkatesh <i>et al.</i> (2003)
	Tampilan sistem yang mudah dipahami (EE2)	Tampilan antarmuka ( <i>User Interface</i> ) aplikasi dompset digital dapat dipahami dengan mudah.	
	Sistem yang mudah digunakan (EE3)	Dompset digital mudah digunakan.	
	Mudah menjadi mahir (EE4)	Kemudahan untuk menjadi mahir dalam menggunakan dompset digital.	
<i>Social Influence</i> (SI)	Pengaruh orang penting (SI1)	Orang-orang yang penting mempengaruhi untuk menggunakan dompset digital.	Venkatesh <i>et al.</i> (2003)
	Pengaruh orang berpengaruh (SI2)	Orang-orang yang berpengaruh mempengaruhi untuk menggunakan dompset digital.	

	Pengaruh orang yang dihargai (SI3)	Orang-orang yang pendapatnya dihargai mempengaruhi untuk menggunakan dompet digital.	
<i>Facilitating Conditions (FC)</i>	Ketersediaan fasilitas pendukung teknologi (FC1)	Memiliki fasilitas yang diperlukan untuk menggunakan dompet digital.	Venkatesh <i>et al.</i> (2003)
	Kepemilikan pengetahuan (FC2)	Memiliki pengetahuan yang diperlukan untuk menggunakan dompet digital.	
	Kompatibilitas teknologi (FC3)	Dompet digital kompatibel dengan teknologi lain yang digunakan.	
	Ketersediaan bantuan (FC4)	Ketersediaan bantuan dari orang lain ketika kesulitan menggunakan dompet digital.	
<i>Hedonic Motivation (HM)</i>	Kesenangan dalam menggunakan teknologi (HM1)	Kesenangan ketika menggunakan dompet digital.	Venkatesh <i>et al.</i> (2012)
	Kenikmatan dalam menggunakan teknologi (HM2)	Menikmati menggunakan dompet digital.	
	Perasaan terhibur dalam menggunakan teknologi (HM3)	Perasaan terhibur ketika menggunakan dompet digital.	
<i>Price Value (PV)</i>	Biaya isi saldo terjangkau (PV1)	Dompet digital memiliki biaya isi saldo terjangkau.	Venkatesh <i>et al.</i> (2012)
	Nilai yang lebih dibanding biaya (PV2)	Dompet digital memberi nilai lebih dibanding biaya isi saldo uang dikeluarkan.	
	Manfaat yang lebih dibandingkan biaya (PV3)	Dompet digital memberi manfaat yang lebih dibanding biaya isi saldo yang dikeluarkan.	
<i>Habit (HT)</i>	Tingkat kebiasaan menggunakan teknologi (HT1)	Penggunaan dompet digital sebagai alat transaksi pembayaran sudah menjadi kebiasaan.	Venkatesh <i>et al.</i> (2012)

	Tingkat kecanduan menggunakan teknologi (HT2)	Penggunaan dompet digital sebagai alat transaksi telah menjadi candu.	
	Keharusan menggunakan teknologi (HT3)	Penggunaan dompet digital sebagai alat transaksi telah menjadi keharusan.	
	Alamiah dalam penggunaan teknologi (HT4)	Penggunaan dompet digital sudah menjadi hal yang alami.	
<i>Trust (TR)</i>	Kepercayaan penyedia jasa mengutamakan kepentingan pengguna (TR1)	Kepercayaan bahwa penyedia jasa dompet digital mengutamakan kepentingan pelanggan.	Gefen <i>et al.</i> (2003a)
	Kepercayaan bahwa penyedia jasa amanah (TR2)	Kepercayaan bahwa penyedia jasa dompet digital dapat dipercaya.	
	Kepercayaan sistem dapat diandalkan (TR3)	Kepercayaan terhadap kehandalan sistem dompet digital yang digunakan.	Chandra <i>et al.</i> (2010)
	Kepercayaan pada keamanan sistem (TR4)	Kepercayaan terhadap keamanan sistem dompet digital yang digunakan.	
	Kepercayaan terhadap sistem (TR5)	Kepercayaan terhadap sistem dompet digital yang digunakan.	
<i>Perceived Risk (PR)</i>	Risiko terhadap informasi pribadi (PR1)	Perasaan tidak aman memberikan informasi pribadi melalui sistem dompet digital.	Lu <i>et al.</i> (2011)
	Risiko terhadap keamanan sistem (PR2)	Perasaan khawatir menggunakan sistem dompet digital karena orang lain mungkin dapat mengakses akunnya.	
	Risiko terhadap kebocoran data (PR3)	Perasaan tidak aman mengirim informasi sensitif melalui sistem dompet digital.	
<i>Behavioral Intention (BI)</i>	Niatan untuk menggunakan	Niat untuk terus menggunakan dompet digital di masa mendatang.	Venkatesh <i>et al.</i> (2012)

	teknologi di masa mendatang (BI1)		
	Keinginan untuk menggunakan teknologi (BI2)	Keinginan untuk selalu mencoba menggunakan dompet digital dalam kehidupan sehari-hari.	
	Rencana untuk menggunakan sistem (BI3)	Rencana untuk terus menggunakan dompet digital sesering mungkin.	
<i>Use Behavior</i> (USE)	Tingkat penggunaan sistem (USE)	Frekuensi penggunaan sistem dompet digital.	Venkatesh <i>et al.</i> (2012)

### 3.4.3 Rancangan Kuesioner

Kuesioner yang digunakan dalam penelitian ini terbagi kedalam tiga bagian, yaitu sebagai berikut:

1. Bagian pertama merupakan pertanyaan *screening*, yaitu bertujuan untuk mengetahui apakah responden pernah menggunakan dompet digital.
2. Bagian kedua berisi pertanyaan untuk mengetahui data demografi dari responden seperti jenis kelamin, usia, latar belakang pendidikan, pekerjaan, domisili dan penghasilan setiap bulan.
3. Bagian ketiga berisi pernyataan-pernyataan yang terdapat pada Tabel 3.1 yang digunakan untuk mengukur atribut-atribut yang akan diteliti.

Struktur pertanyaan pertanyaan yang digunakan pada penelitian ini sebagai berikut:

- Pertanyaan Dikotomis (*Dichotomous Questions*).  
Pertanyaan dikotomis digunakan untuk menyaring responden kuesioner. Pertanyaan ini hanya memiliki dua jawaban “Ya” atau “Tidak”.
- Pertanyaan Pilihan Majemuk (*Multiple-choice Questions*).  
Dalam pertanyaan ini, peneliti memberikan pilihan jawaban dan responden diminta untuk memilih satu atau lebih jawaban yang telah disediakan. Jenis pertanyaan ini digunakan untuk mengetahui profil dari responden.
- Skala (*Scale*).  
Pertanyaan dengan menggunakan skala digunakan untuk mengukur dan mengetahui tanggapan responden mengenai pernyataan-pernyataan yang

terdapat pada kuesioner. Kuesioner penelitian ini menggunakan metode skala Likert dengan 5 poin.

Pertanyaan-pertanyaan yang menyusun kuesioner ditunjukkan oleh Lampiran A.

### **3.5 Metode Pengumpulan Data**

Pada penelitian ini, pengumpulan data primer dilakukan dengan cara menyebarkan survei dengan pengumpulan data terstruktur berupa kuesioner. Kuesioner ini akan disebar ke berbagai sosial media dengan memanfaatkan fasilitas kuesioner digital Google Forms. Metode yang digunakan dalam pengisian kuesioner berupa *self-administered survey*, dimana kuesioner diisi sendiri oleh responden.

### **3.6 Analisis dan Penilaian Menggunakan SEM**

Dalam analisis menggunakan SEM terdapat beberapa langkah umum yang harus dilakukan. Berikut adalah langkah-langkah yang dilakukan:

#### **3.6.1 Analisis Awal**

Pada tahap ini, dilakukan pemeriksaan terhadap kuesioner yang telah terisi. Melalui pemeriksaan ini diharapkan dapat diketahui kuesioner yang telah diisi oleh responden layak atau tidak digunakan dalam penelitian. Sehingga terhindar dari hal-hal yang tidak diinginkan dalam proses analisis data karena kuesioner tidak dapat dioleh. Menurut Malhotra (2009), ada beberapa hal yang menyebabkan kuesioner tidak layak digunakan diantaranya:

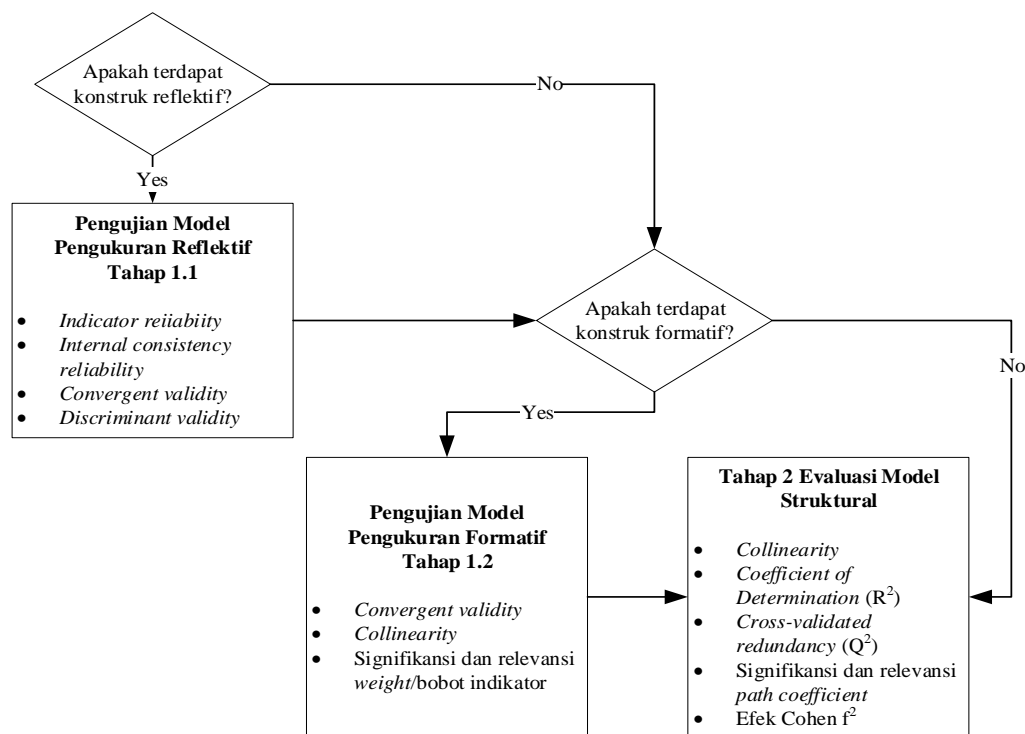
- Kuesioner diisi atau dijawab oleh orang yang tidak sesuai dengan kualifikasi.
- Tidak semua pertanyaan wajib jawab diisi oleh responden.
- Pola jawaban dari responden mengindikasikan bahwa responden tidak memahami pertanyaan atau intruksi dalam kuesioner.
- Jawaban responden tidak cukup bervariasi atau menunjukkan *central tendency*. Contohnya responden hanya memilih angka 3 saja pada pertanyaan yang memiliki 5 skala.

### 3.6.2 Analisis Distribusi Frekuensi

Data yang telah diperoleh dari suatu kuesioner yang masih berupa data acak dapat dibuat menjadi data yang berkelompok, yaitu data yang telah disusun ke dalam kelas-kelas tertentu. Daftar yang memuat data berkelompok disebut dengan distribusi frekuensi. Distribusi frekuensi adalah susunan data menurut kelas interval tertentu atau menurut kategori tertentu dalam sebuah daftar (Hasan, 2001).

### 3.6.3 Analisis dengan *Partial Least Square-Structural Equation Modeling (PLS-SEM)*

Kuesioner yang telah diisi selanjutnya akan diolah dengan menggunakan PLS. Terdapat dua tahapan pengujian untuk analisis dengan PLS-SEM, yaitu pengujian *outer model* dan *inner model* seperti ditunjukkan pada Gambar 3.3. Uji *outer model* digunakan untuk menguji validitas terhadap variabel-variabel pada model dan uji reliabilitas untuk mengetahui apakah konstruk tersebut memiliki reliabilitas yang baik untuk diuji lebih lanjut. Sedangkan uji *inner model* atau uji struktural dilakukan untuk mengetahui kemampuan prediktibilitas model.



Gambar 3.3 Evaluasi Model PLS-SEM (Sarstedt dan Mooi, 2014)



### 3.6.3.1 Evaluasi Model Pengukuran (*Outer Model*)

Evaluasi model pengukuran atau *outer model* dilakukan untuk menilai validitas dan reliabilitas model. *Outer model* dengan indikator reflektif dievaluasi melalui pengujian *indicator reliability* (reliabilitas indikator), *internal consistency reliability* (reliabilitas konsistensi internal), *convergent validity* (validitas konvergen) dan *discriminant validity* (validitas diskriminan). Sedangkan untuk pengujian *outer model* formatif dilakukan dengan cara *convergent validity* (validitas konvergen), *collinearity* (kolinearitas), dan signifikansi dan relevansi dari *weight*/beban indikator.

#### 1. *Indicator reliability*

*Indicator reliability* atau reliabilitas indikator dapat dievaluasi dengan pemeriksaan nilai *outer loading* pada setiap indikator. Kriteria pengujiannya adalah nilai *outer loading* harus lebih besar dari 0,7. Jika dibawah itu maka indikator harus dihapus.

#### 2. *Internal consistency reliability*

Evaluasi *internal consistency reliability* dilakukan dengan memeriksa *cronbach's alpha* dan *composite reliability*. Dimana kriteria pengujiannya adalah nilai *cronbach's alpha* dan *composite reliability* lebih besar dari 0,7.

#### 3. *Convergent validity*

*Convergent validity* dievaluasi dengan menggunakan nilai *Average Variance Extracted* (AVE). kriterianya adalah nilai AVE lebih besar dari 0,5.

#### 4. *Discriminant validity*

Evaluasi *discriminant validity* dilakukan dengan menggunakan rasio Heterotrait-Monotrait (HTMT). Nilai HTMT yang tinggi melebihi 0,9 menunjukkan permasalahan kurangnya validitas diskriminan.

### 3.6.3.2 Evaluasi Model Struktural (*Inner Model*)

Setelah evaluasi model pengukuran menunjukkan kualitas yang baik, maka peneliti bisa melakukan evaluasi model struktural. Pada tahap ini dilakukan pemeriksaan *collienarity*, R-square, Q-square, signifikansi *path coefficient*, dan efek f-square dan q-square terhadap *path coefficient*.

1. Collinearity

Pemeriksaan collinearity perlu dilakukan agar tidak membuat bias hasil regresi ketika melakukan pengujian PLS-SEM. Bias ini bisa terjadi jika konstruk-konstruk memiliki nilai korelasi yang tinggi. Evaluasi dilakukan dengan memeriksa nilai *Variance Inflation Factor* (VIF). Nilai VIF diatas 5 menggambarkan adanya indikasi kolinearitas di antara konstruktor prediktor.

2. *Coefficient of determination* ( $R^2$ )

R-square ( $R^2$ ) menunjukkan varians yang dijelaskan pada masing-masing konstruk endogen. R-square berkisar antara 0 hingga 1, dengan nilai lebih tinggi menunjukkan akurasi yang lebih baik. *Rule of thumb* R-square adalah 0,75; 0,50; dan 0,25 dengan interpretasi nilai substansial, sedang dan lemah.

3. *Cross-validated redundancy* ( $Q^2$ )

$Q^2$  digunakan untuk menilai relevansi prediktif model. Cara lain untuk menilai akurasi prediksi model adalah nilai Q-square. Nilai Q-square didapatkan dari prosedur *blindfolding*. Nilai Q-square diatas 0 untuk konstruk endogen menunjukkan konstruk dapat diprediksi.

4. Cohen  $f^2$

Ukuran efek untuk masing-masing model jalur dapat ditentukan dengan menghitung Cohen  $f^2$ . Nilai f-square 0,02; 0,15; dan 0,35 masing-masing menunjukkan efek lemah, sedang dan besar (Cohen, 1988).

5. Signifikansi dan relevansi *path coefficient*

Signifikasin dan relevansi *path coefficient* diukur menggunakan proses *bootstrapping* pada PLS-SEM. Signifikansi ini diukur menggunakan p-Value. Dengan kriteria alpha ( $\alpha$ ) = 5% maka ketentuannya sebagai berikut:

- p-Value  $\leq$  nilai  $\alpha$ , maka keputusannya adalah hipotesis diterima. Hipotesis diterima artinya terdapat pengaruh yang signifikan dari variabel independen terhadap variabel dependen.
- p-Value  $>$  nilai  $\alpha$ , maka keputusannya adalah hipotesis ditolak. hipotesis ditolak artinya tidak terdapat pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen.

### **3.7 Pembuatan Laporan**

Pembuatan laporan yang dilakukan adalah membuat laporan dan simpulan dari hasil penelitian yang telah dilakukan. Simpulan ini akan menjawab rumusan-rumusan masalah yang telah ditentukan diawal penelitian. Dari hasil simpulan tersebut bisa digunakan untuk rekomendasi pengembangan teknologi dompet digital selanjutnya. Pembuatan laporan dilakukan agar semua langkah yang telah dilakukan terdokumentasi dengan baik sehingga bisa memberikan informasi yang berguna bagi pembacanya.

*(Halaman ini sengaja dikosongkan)*

## **BAB 4**

### **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Bab ini akan membahas tentang data responden yang diperoleh beserta penerapan prosedur PLS-SEM menggunakan perangkat lunak SmartPLS untuk analisis, pengujian hipotesis, dan implikasi penelitian.

#### **4.1 Analisis Awal**

Jumlah responden kuesioner yang diperoleh pada penelitian ini sebanyak 374 responden yang dikumpulkan selama kurang lebih 4 minggu. Dari 374 data responden kemudian disaring sesuai karakteristik responden yang dibutuhkan, yaitu responden yang pernah menggunakan dompet digital. Dari hasil penyaringan menghasilkan responden yang datanya dapat diolah menjadi 352. Kemudian pemeriksaan terhadap kuesioner perlu dilakukan untuk menentukan layak atau tidaknya sebuah kuesioner untuk digunakan pada analisis selanjutnya. Setelah dilakukan proses pemeriksaan, dari 352 kuesioner yang tidak layak hanya berjumlah tujuh kuesioner. Tujuh kuesioner tersebut dinyatakan tidak layak karena ada kecenderungan untuk mengisi netral semua ataupun sangat setuju semua disetiap pertanyaan yang diberikan. Sehingga data kuesioner yang dapat diolah untuk penelitian ini berjumlah 345 responden.

#### **4.2 Analisis Statistika Deskriptif**

Pada subbab ini, analisis statistika deskriptif digunakan untuk mengetahui penyebaran data dan karakteristik responden secara umum. Analisis statistika deskriptif meliputi analisis demografi dan tabulasi dari jawaban responden.

##### **4.2.1 Analisis Demografi Responden**

Pengumpulan data primer pada penelitian ini dimulai pada tanggal 2 April 2019 hingga 30 April 2019. Pada penelitian ini memanfaatkan kuesioner daring Google Forms yang kemudian disebar ke berbagai sosial media milik penulis seperti Facebook, Instagram, ataupun aplikasi *chatting* seperti WhatsApp dan Line. Analisis demografi yang dianalisis dikategorikan berdasarkan jenis kelamin, status, usia, pendidikan, domisili, pekerjaan, frekuensi penggunaan, dan pengalaman

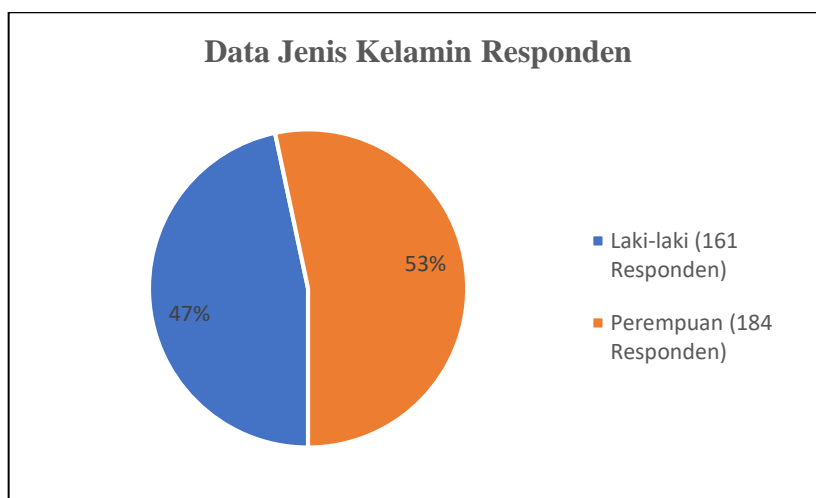
menggunakan teknologi dompet digital. Pada Tabel 4.1 berikut menampilkan ringkasan dari data demografi yang telah diolah.

Tabel 4.1 Ringkasan Data Demografi Responden

<b>Kategori</b>	<b>Klasifikasi</b>	<b>N</b>	<b>Persentase</b>
Jenis Kelamin	Laki-laki	161	47%
	Perempuan	184	53%
Status	Belum Menikah	256	26%
	Sudah Menikah	89	74%
Usia	< 23 Tahun	72	21%
	23-38 Tahun	266	77%
	39-54 Tahun	7	2%
Pendidikan	SMP/Sederajat	7	2%
	SMA/Sederajat	57	17%
	D1/D2/D3	22	6%
	S1/D4	223	65%
	S2/S3	36	10%
Domisili	Surabaya	136	40%
	Sidoarjo	39	11%
	Jabodetabek	80	23%
	Lainnya	90	26%
Pekerjaan	Belum/Tidak Bekerja	12	3,5%
	Pelajar/Mahasiswa	88	25,5%
	Karyawan	176	51%
	PNS/TNI/POLRI	22	6,4%
	Wirausaha/Wiraswasta	32	9,3%
	Lainnya	23	4,3%
Penghasilan	< Rp2.500.000	95	27%
	Rp2.500.000-Rp5.000.000	87	25%
	Rp5.000.001-Rp7.500.000	78	23%
	Rp7.500.001-Rp10.000.000	41	12%
	> Rp10.000.000	44	13%
Pengalaman Penggunaan	< 1 Bulan	19	5,5%
	1-3 Bulan	26	7,5%
	4-6 Bulan	41	11,9%
	7-9 Bulan	42	12,2%
	> 9 Bulan	217	62,9%
Frekuensi Penggunaan	1-3 kali per bulan	106	31%
	4-6 kali per bulan	76	22%
	7-9 kali per bulan	47	13%
	9-12 kali per bulan	17	5%
	> 12 kali per bulan	99	29%

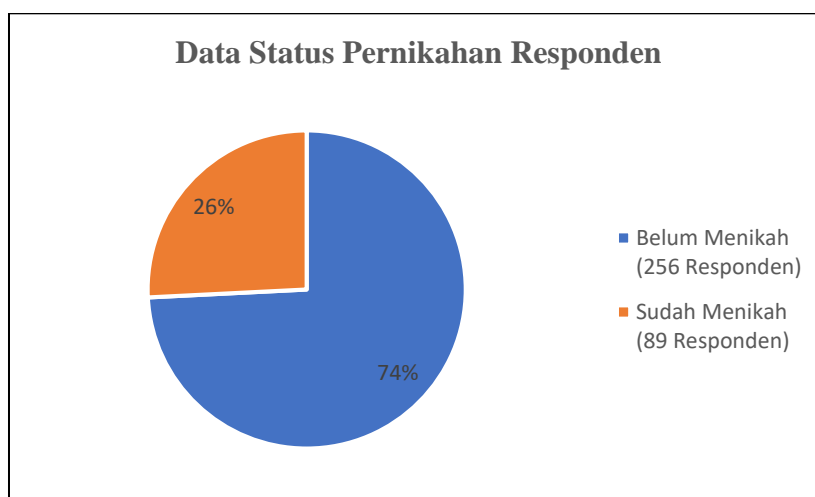
#### 4.2.1.1 Jenis Kelamin Responden

Gambar 4.1 menunjukkan bahwa dari 345 responden, 184 orang responden (53%) diantaranya adalah perempuan dan sisanya yaitu sebanyak 161 orang responden (47%) adalah laki-laki. Hal ini diperkirakan karena perempuan cenderung lebih konsumtif daripada laki-laki dikarenakan banyak promo-promo yang diberikan oleh penyedia jasa dompet digital, sehingga lebih banyak pengguna perempuan dibanding laki-laki.



Gambar 4.1 Persentase Data Responden Berdasarkan Jenis Kelamin Responden

#### 4.2.1.2 Status Responden



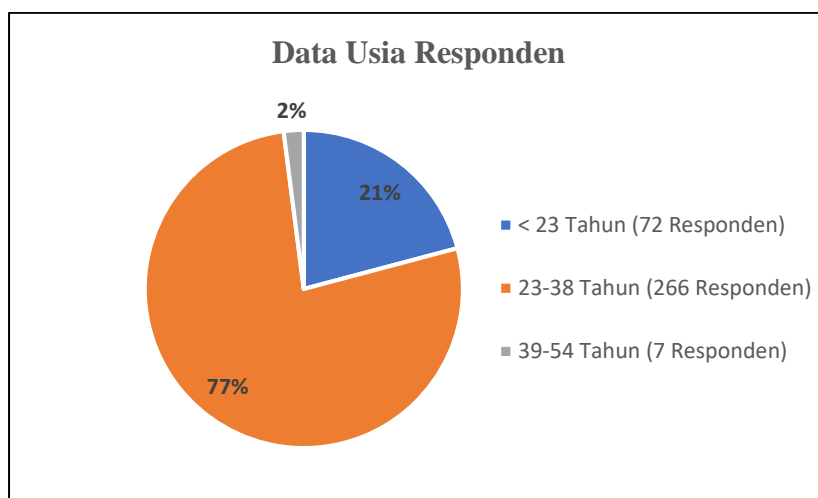
Gambar 4.2 Persentase Data Responden Berdasarkan Status

Pada Gambar 4.2 menunjukkan bahwa dari 345 responden, sebagian besar responden berstatus belum menikah yaitu sebanyak 256 orang responden (74%) dan

sisanya 89 orang responden (26%) berstatus sudah menikah. Data ini sesuai dengan laporan Statistik Pemuda Indonesia oleh BPS (2018) bahwa lebih banyak pemuda yang belum menikah.

#### 4.2.1.3 Usia Responden

Pada penelitian ini membagi usia kedalam tiga generasi sesuai penelitian oleh Dimock (2019) untuk *Pew Research Center*. Pada Gambar 4.3 menunjukkan bahwa dari 345 responden, sebagian besar dari responden merupakan generasi milenial (1981-1996) yang berusia antara 23-38 tahun pada tahun 2019 sebanyak 266 responden (77%), kemudian diikuti oleh generasi Z atau generasi *post-millennial* (1997-2019) yang berusia kurang dari 23 tahun yaitu sebanyak 72 responden (21%) dan yang terakhir adalah generasi X (1965-1980) yang berusia lebih dari 38 tahun sebanyak 7 responden (2%). Hal ini tidak bisa dipungkiri dikarenakan memang target pasar dari dompet digital merupakan generasi *millennial* dan *post-millennial*.



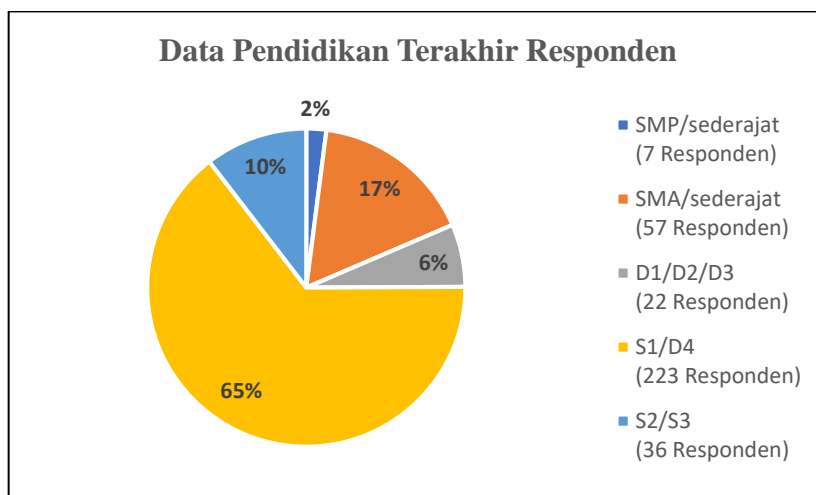
Gambar 4.3 Persentase Data Responden Berdasarkan Usia

#### 4.2.1.4 Pendidikan Responden

Pada Gambar 4.4 menunjukkan sebagian besar responden berpendidikan sarjana (S1/D4) yaitu sebanyak 65%. Terdapat 57 responden berpendidikan SMA sederajat atau 17% dari total responden, diikuti oleh yang berpendidikan S2/S3 sebanyak 10%, pendidikan diploma (D1/D2/D3) sebanyak 6%, dan pendidikan SMP sederajat sebanyak 2%. Hal ini diperkirakan karena responden dengan pendidikan terakhir sarjana merupakan responden yang mempunyai penghasilan,

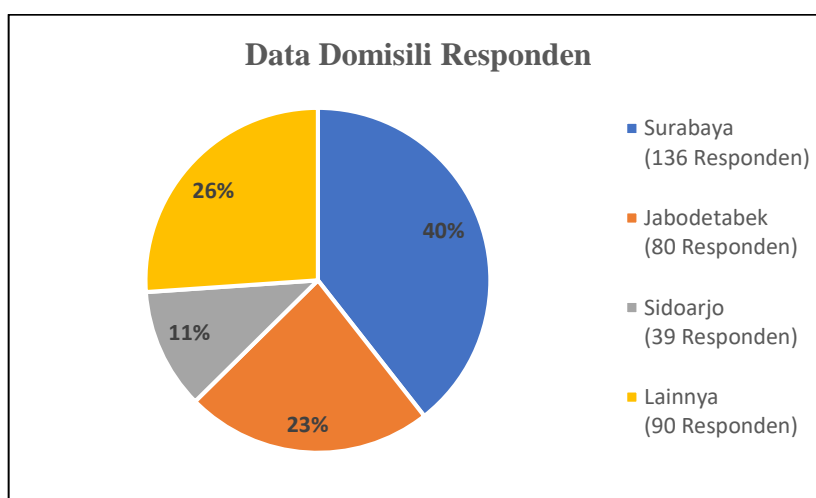


sehingga lebih banyak menggunakan dompet digital untuk memenuhi kebutuhannya.



Gambar 4.4 Persentase Data Responden Berdasarkan Pendidikan

#### 4.2.1.5 Domisili Responden



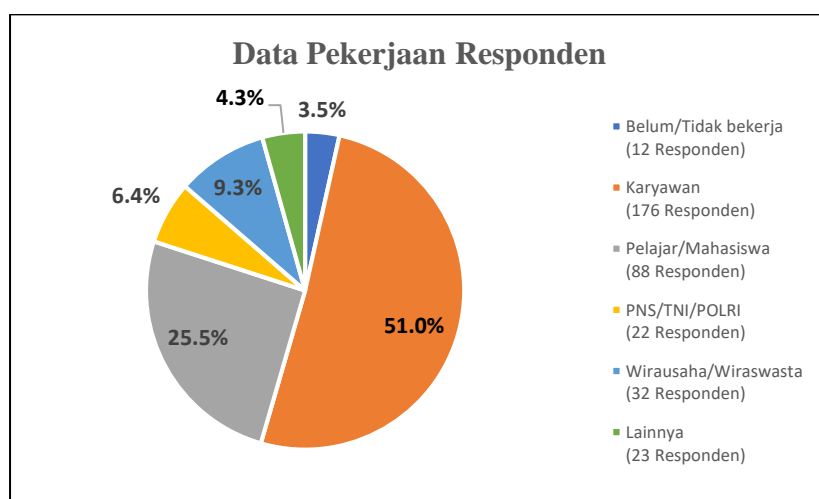
Gambar 4.5 Persentase Data Responden Berdasarkan Domisili

Pada Gambar 4.5 terlihat distribusi responden berdasarkan domisili. Sebagian besar responden berdomisili di Surabaya, yaitu sebanyak 40%. Responden dengan domisili Jabodetabek sebanyak 23%. Responden yang bertempat tinggal di Sidoarjo sebanyak 11% dan 26% sisanya berdomisili di berbagai kota lainnya di Indonesia. Hal ini tidak bisa dipungkiri dikarenakan

domisili penulis yang menetap di Surabaya, sehingga mayoritas responden berasal dari Surabaya.

#### 4.2.1.6 Pekerjaan Responden

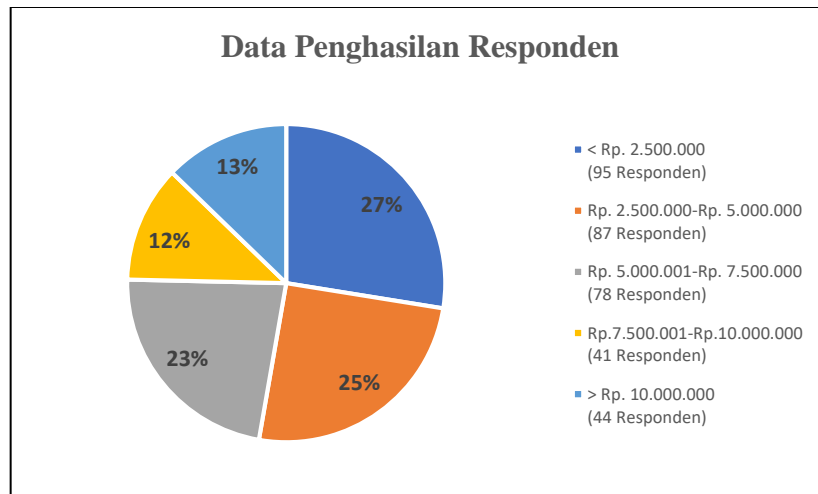
Pada Gambar 4.6 menunjukkan persentase distribusi responden berdasarkan jenis pekerjaan. Sebagian besar responden atau 176 orang (51%) bekerja sebagai karyawan. Responden yang memiliki status pelajar/mahasiswa sebanyak 88 orang (25,5%). Diikuti dengan kelompok responden wiraswasta/wirausaha sebanyak 32 orang (9,3%), Kelompok PNS/TNI/POLRI sebanyak 22 orang (6,4%), Kelompok responden yang belum/tidak bekerja sebanyak 12 orang (3,5%), dan kelompok pekerjaan lainnya sebanyak 23 orang (4,3%).



Gambar 4.6 Persentase Data Responden Berdasarkan Pekerjaan

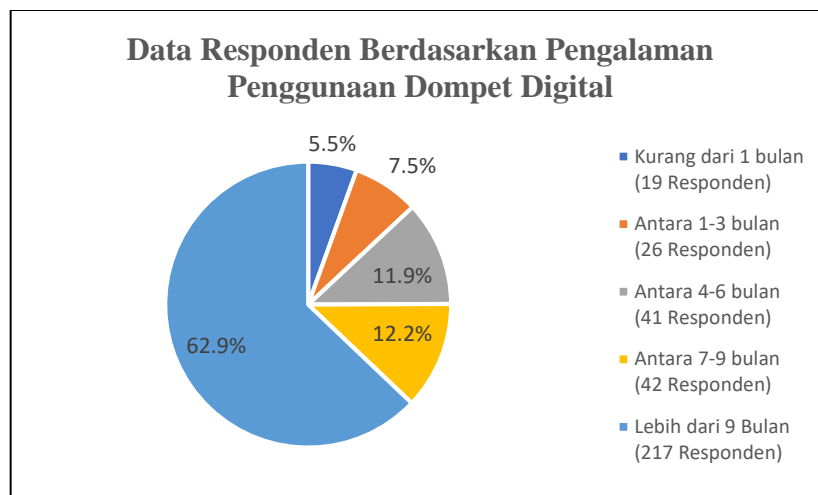
#### 4.2.1.7 Penghasilan Responden

Pada Gambar 4.7 menunjukkan bahwa dari 345 responden, sebagian besar responden memiliki penghasilan kurang dari Rp2.500.000 sebanyak 95 orang responden (27%). Responden yang berpenghasilan Rp2.500.000-Rp5.000.000 sebanyak 87 orang responden (25%). Selain itu, sebanyak 78 orang responden (23%) memiliki penghasilan antara Rp5.000.001-Rp7.500.000, 41 orang responden (12%) berpenghasilan Rp7.500.001-Rp10.000.000 dan 44 orang responden (13%) berpenghasilan diatas Rp10.000.000.



Gambar 4.7 Persentase Data Responden Berdasarkan Penghasilan

#### 4.2.1.8 Pengalaman Penggunaan Responden



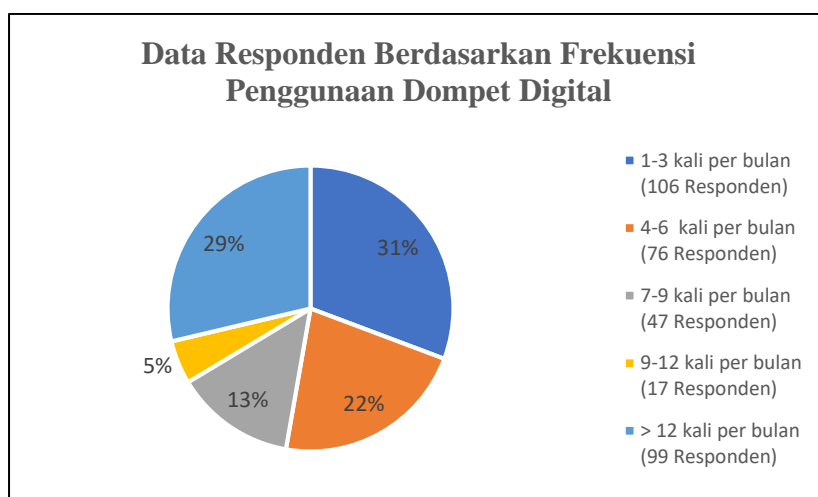
Gambar 4.8 Persentase Data Responden Berdasarkan Pengalaman Penggunaan Dompot Digital

Pada Gambar 4.8 menunjukkan bahwa dari 345 responden, lebih dari setengah atau 217 responden (62,2%) telah menggunakan dompet digital lebih dari 9 bulan. Responden yang telah menggunakan antara 7-9 bulan sebanyak 42 orang responden (12,2%), sebanyak 41 orang responden (11,9%) menggunakan dompet digital selama 4-6 bulan, 26 orang responden (7,5%) menggunakan 1-3 bulan dan sisanya 19 orang responden (5,5%) menggunakan dompet digital kurang dari 1 bulan. Hal ini menunjukkan pengguna-pengguna aplikasi dompet digital pada

penelitian ini merupakan pengguna yang berpengalaman, selain itu banyak aplikasi dompet digital telah diluncurkan pada tahun 2017.

#### 4.2.1.9 Frekuensi Penggunaan Responden

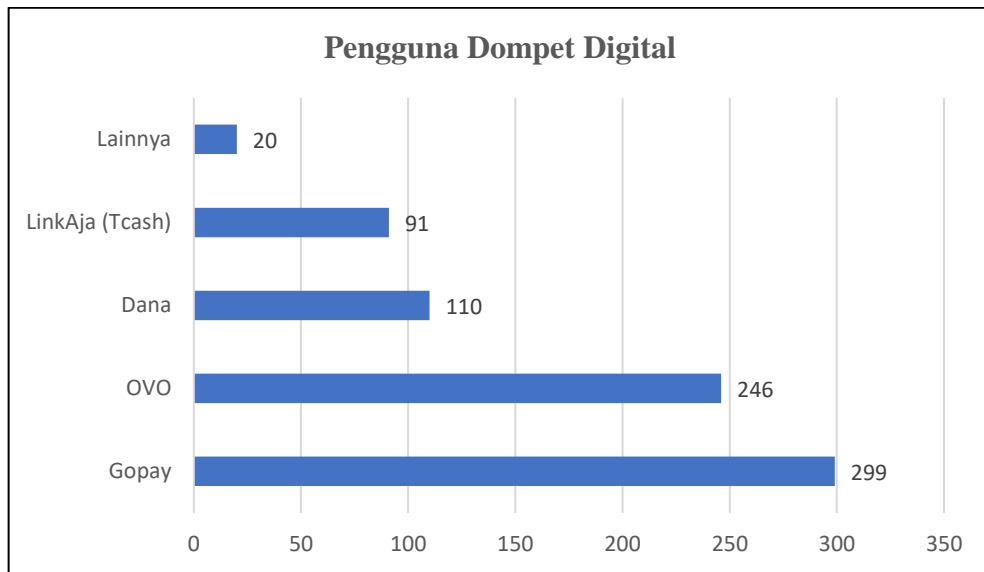
Pada Gambar 4.9 menunjukkan bahwa dari 345 responden, sebanyak 106 responden (31%) menggunakan dompet digital sebagai alat transaksi pembayaran sebanyak 1-3 kali per bulan, 76 responden (22%) menggunakan 4-6 kali per bulan, 47 responden (13%) menggunakan 7-9 kali per bulan, 17 responden (5%) menggunakan 8-12 kali per bulan dan sisanya sebanyak 99 responden (29%) menggunakan lebih dari 12 kali tiap bulannya.



Gambar 4.9 Persentase Data Responden Berdasarkan Frekuensi Penggunaan Dompet Digital

#### 4.2.1.10 Pengguna Dompet Digital

Gambar 4.10 menunjukkan bahwa dari 345 responden, 299 orang responden menyatakan pernah menggunakan dompet digital Gopay, 246 orang responden pernah menggunakan OVO, 110 orang responden pernah menggunakan Dana, 91 orang responden pernah menggunakan LinkAja, dan 20 orang responden pernah menggunakan dompet digital lainnya. Survei ini menunjukkan bahwa Gopay merupakan dompet digital yang lebih populer jika dibandingkan dengan dompet digital yang lain yang beredar di Indonesia.



Gambar 4.10 Data Pengguna Dompot Digital

#### 4.2.2 Analisis Deskriptif Variabel Penelitian

Pada subbab ini mendeskripsikan hasil dari tabulasi jawaban responden pada tiap variabel yang digunakan untuk penelitian ini.

##### 4.2.2.1 Variabel *Performance Expectancy* (PE)

*Performance expectancy* (PE) pada penelitian ini digunakan untuk mengukur tingkatan ekspektasi responden terhadap performa dari dompet digital dimana dengan menggunakan dompet digital maka produktivitas penggunanya akan meningkat. Variabel ini diukur dengan menggunakan 4 indikator, yaitu: manfaat penggunaan teknologi (PE1), efektivitas teknologi (PE2), efisiensi teknologi (PE3), dan peningkatan produktivitas (PE4). Penyebaran jawaban dan skor rata-rata variabel ditunjukkan pada Tabel 4.2.

Pada Tabel 4.2 menunjukkan bahwa indikator PE2 merupakan indikator dengan rata-rata nilai tertinggi diikuti oleh PE3, PE1, dan PE4. Hal ini menunjukkan bahwa responden merasa bahwa dompet digital memberikan efektivitas dalam transaksi pembayaran sehingga pembayaran menjadi lebih mudah. Selain itu, responden juga merasa bahwa dengan menggunakan dompet digital maka pengguna merasakan pembayaran dapat dilakukan lebih cepat, sehingga responden merasa bahwa dompet digital bermanfaat dalam kehidupan sehari-hari.

Tabel 4.2 Statistik Deskriptif Variabel *Performance Expectancy*

Indikator	STS	TS	N	S	SS	Total	Mean	Total Mean
	1	2	3	4	5			
PE1	3	4	43	141	154	1474	4,272	4,192
PE2	2	4	24	150	165	1507	4,368	
PE3	2	5	34	130	174	1504	4,359	
PE4	9	19	114	104	99	1300	3,768	

#### 4.2.2.2 Variabel *Effort Expectancy* (EE)

*Effort expectancy* (EE) pada penelitian ini digunakan untuk menggambarkan mengenai tingkat kemudahan dalam menggunakan sistem. Variabel ini diukur dengan menggunakan 4 indikator, yaitu: sistem yang mudah dipelajari (EE1), tampilan antarmuka sistem yang mudah dipahami (EE2), sistem yang mudah digunakan (EE3), dan tingkat kemudahan untuk menjadi mahir dalam menggunakan sistem (EE4). Penyebaran jawaban dan skor rata-rata variabel ditunjukkan Tabel 4.3.

Pada Tabel 4.3 menunjukkan bahwa indikator EE3 merupakan indikator dengan rata-rata tertinggi diikuti oleh EE1, EE4, dan EE2. Hal ini menunjukkan bahwa responden merasa aplikasi dompet digital mudah digunakan dan mudah dipelajari dikarenakan tampilan sistem yang mudah dipahami. Sehingga untuk menjadi mahir dalam menggunakan dompet digital tidak membutuhkan usaha yang besar.

Tabel 4.3 Statistik Deskriptif Variabel *Effort Expectancy*

Indikator	STS	TS	N	S	SS	Total	Mean	Total Mean
	1	2	3	4	5			
EE1	1	5	27	167	145	1485	4,304	4,26
EE2	1	8	46	179	111	1426	4,133	
EE3	1	3	22	170	149	1498	4,342	
EE4	0	6	46	148	145	1467	4,252	

#### 4.2.2.3 Variabel *Social Influence* (SI)

*Social influence* (SI) pada penelitian ini digunakan untuk mengukur bagaimana pengaruh orang-orang dapat memberikan pengaruh terhadap niatan dalam menggunakan dompet digital. Variabel ini diukur dengan menggunakan 3 indikator, yaitu: pengaruh orang penting (SI1), pengaruh orang berpengaruh (SI2), dan pengaruh orang yang dihargai (SI3). Penyebaran jawaban dan skor rata-rata variabel ditunjukkan pada Tabel 4.4.

Pada Tabel 4.4 menunjukkan bahwa indikator SI2 merupakan indikator dengan nilai rata-rata tertinggi diikuti oleh SI1 dan SI3. Secara keseluruhan variabel ini memiliki nilai rata-rata 3,044 atau bisa dikatakan responden merasa bahwa pengaruh orang-orang untuk mempengaruhi niatan menggunakan dompet digital adalah cenderung netral.

Tabel 4.4 Statistik Deskriptif Variabel *Social Influence*

Indikator	STS	TS	N	S	SS	Total	Mean	Total Mean
	1	2	3	4	5			
SI1	30	83	121	66	45	1048	3,038	3.044
SI2	30	82	114	77	42	1054	3,055	
SI3	31	80	120	73	41	1048	3,038	

#### 4.2.2.4 Variabel *Facilitating Conditions* (FC)

*Facilitating conditions* (FC) pada penelitian ini mencerminkan bagaimana kondisi yang memfasilitasi dapat mempengaruhi niatan penggunaan dan memprediksi penggunaan teknologi dompet digital. Penyebaran jawaban dan skor rata-rata variabel ditunjukkan pada Tabel 4.5. Variabel ini diukur dengan menggunakan 4 indikator, yaitu: ketersediaan fasilitas pendukung (FC1), kepemilikan akan pengetahuan menggunakan teknologi (PE2), kompatibilitasi teknologi (PE3), dan ketersediaan bantuan saat kesulitan menggunakan teknologi (FC4).

Pada Tabel 4.5 menunjukkan bahwa indikator FC1 merupakan indikator dengan nilai rata-rata tertinggi diikuti oleh FC2, FC3, dan FC4. Hal ini menunjukkan bahwa para responden merasa memiliki fasilitas yang diperlukan

untuk menggunakan dompet digital. Selain itu, responden juga merasa memiliki pengetahuan untuk menggunakan dompet digital, dan teknologi dompet digital kompatibel dengan teknologi lain yang telah digunakan oleh responden. Secara rata-rata variabel FC memiliki rata-rata 4,260 dimana ini menunjukkan responden setuju dengan adanya kondisi yang memfasilitasi.

Tabel 4.5 Statistik Deskriptif Variabel *Facilitating Conditions*

Indikator	STS	TS	N	S	SS	Total	Mean	Total Mean
	1	2	3	4	5			
FC1	1	1	12	114	217	1580	4,580	4,260
FC2	1	4	26	164	150	1493	4,328	
FC3	1	3	34	158	149	1486	4,307	
FC4	3	23	87	150	82	1320	3,826	

#### 4.2.2.5 Variabel *Hedonic Motivation* (HM)

*Hedonic motivation* (HM) pada penelitian ini digunakan untuk mengukur tingkatan kesenangan yang didapat saat menggunakan teknologi. Variabel ini diukur dengan menggunakan 3 indikator, yaitu: kesenangan yang didapat dalam penggunaan teknologi (HM1), kenikmatan yang didapat dalam penggunaan teknologi (HM2), dan perasaan terhibur saat menggunakan teknologi (HM3). Penyebaran jawaban dan skor rata-rata variabel ditunjukkan pada Tabel 4.6.

Pada Tabel 4.6 menunjukkan bahwa indikator HM2 merupakan indikator dengan rata-rata tertinggi diikuti oleh HM2, dan HM3. Hal ini menjelaskan bahwa responden merasakan mendapat kenikmatan dan kesenangan saat menggunakan teknologi dompet digital.

Tabel 4.6 Statistik Deskriptif Variabel *Hedonic Motivation*

Indikator	STS	TS	N	S	SS	Total	Mean	Total Mean
	1	2	3	4	5			
HM1	7	15	100	131	92	1321	3,829	3,78
HM2	4	11	72	158	100	1374	3,983	
HM3	11	39	125	100	70	1214	3,519	



#### 4.2.2.6 Variabel *Price Value* (PV)

*Price value* (PV) pada penelitian ini digunakan untuk mengukur bagaimana biaya yang dikeluarkan oleh konsumen untuk menggunakan dompet digital mempengaruhi niatan menggunakan dompet digital. Variabel ini diukur dengan menggunakan 3 indikator, yaitu: terjangkau biaya isi saldo (PV1), *good value for the money* (PV2), dan manfaat yang lebih dibandingkan biaya yang dikeluarkan (PV3). Penyebaran jawaban dan skor rata-rata variabel ditunjukkan pada Tabel 4.7.

Pada Tabel 4.7 menunjukkan bahwa indikator PV3 merupakan indikator dengan rata-rata nilai tertinggi diikuti oleh PV1, dan PV2. Hal ini menunjukkan responden setuju bahwa manfaat yang diberikan oleh dompet digital melebihi biaya yang dikeluarkan untuk menggunakan dompet digital. Selain itu, mayoritas responden juga setuju dengan gagasan bahwa biaya untuk isi ulang saldo dompet digital terjangkau.

Tabel 4.7 Statistik Deskriptif Variabel *Price Value*

Indikator	STS	TS	N	S	SS	Total	Mean	Total Mean
	1	2	3	4	5			
PV1	2	20	78	136	109	1365	3,957	3,960
PV2	6	22	65	150	102	1355	3,928	
PV3	1	14	76	149	105	1378	3,994	

#### 4.2.2.7 Variabel *Habit* (HT)

*Habit* (HT) pada penelitian ini digunakan untuk mengukur tingkatan persepsi konsumen setelah menggunakan dompet digital, sehingga terbentuk pola perilaku yang terjadi secara otomatis di luar kesadaran ketika menggunakan dompet digital. Variabel ini diukur dengan menggunakan 4 indikator, yaitu: tingkat kebiasaan dalam menggunakan teknologi (HT1), tingkat kecanduan dalam menggunakan teknologi (HT2), tingkat keharusan dalam menggunakan teknologi (HT3), dan tingkat kealamian dalam menggunakan teknologi (HT4). Penyebaran jawaban dan skor rata-rata variabel ditunjukkan pada Tabel 4.8.

Pada Tabel 4.8 menunjukkan bahwa indikator HT1 merupakan indikator dengan nilai rata-rata tertinggi diikuti oleh HT4, HT2, dan HT3. Secara keseluruhan variabel ini mendapat nilai rata-rata 3,09. Hal ini menunjukkan bahwa responden merasa cenderung netral dalam kaitannya antara habit dengan niat penggunaan dompet digital.

Tabel 4.8 Statistik Deskriptif Variabel *Habit*

Indikator	STS	TS	N	S	SS	Total	Mean	Total Mean
	1	2	3	4	5			
HT1	10	49	108	110	68	1212	3,513	3,09
HT2	51	86	103	61	44	996	2,887	
HT3	56	92	112	56	29	945	2,739	
HT4	29	57	115	92	52	1116	3,235	

#### 4.2.2.8 Variabel *Perceived Risk (PR)*

*Perceived risk (PR)* pada penelitian ini digunakan untuk mengukur risiko yang dirasakan oleh pengguna saat menggunakan dompet digital. Variabel ini diukur dengan menggunakan 3 indikator, yaitu: risiko terhadap bocornya informasi pribadi (PR1), risiko terhadap keamanan sistem (PR2), dan risiko terhadap kebocoran data (PR3). Penyebaran jawaban dan skor rata-rata variabel ditunjukkan pada Tabel 4.9.

Pada Tabel 4.9 menunjukkan bahwa indikator PR3 merupakan indikator dengan nilai rata-rata tertinggi, diikuti oleh PR2, dan PR1. Secara keseluruhan variabel ini memiliki nilai rata-rata 3,82. Hal ini menunjukkan bahwa responden merasa tidak aman dalam mengirim informasi sensitif melalui sistem dompet digital. Selain itu responden juga merasa khawatir terhadap risiko keamanan sistem dompet digital.

Tabel 4.9 Statistik Deskriptif Variabel *Perceived Risk*

Indikator	STS	TS	N	S	SS	Total	Mean	Total Mean
	1	2	3	4	5			
PR1	19	82	123	88	33	1069	3,099	3,82
PR2	24	64	111	100	46	1115	3,232	
PR3	24	53	112	103	53	1143	3,313	

#### 4.2.2.9 Variabel *Trust* (TR)

*Trust* (TR) pada penelitian ini digunakan untuk mengukur tingkat kepercayaan pengguna terhadap sistem dompet digital. Variabel ini diukur dengan menggunakan 5 indikator, yaitu: kepercayaan terhadap penyedia teknologi dompet digital (TR1), kepercayaan penyedia jasa dompet digital dapat dipercaya (TR2), kepercayaan atas kehandalan sistem (TR3), kepercayaan atas keamanan sistem (TR4), kepercayaan atas sistem secara keseluruhan (TR5). Penyebaran jawaban dan skor rata-rata variabel ditunjukkan pada Tabel 4.10.

Pada Tabel 4.10 menunjukkan bahwa indikator TR3 merupakan indikator dengan nilai rata-rata tertinggi diikuti oleh TR2, TR1, TR5, dan TR4. Hal ini menunjukkan responden cenderung untuk setuju dengan tingkat kepercayaan terhadap kehandalan sistem. Selain itu responden juga setuju bahwa penyedia jasa teknologi dompet digital dapat dipercaya dan mengutamakan kepentingan penggunaannya. Secara mayoritas responden percaya dengan sistem dompet digital yang digunakannya.

Tabel 4.10 Statistik Deskriptif Variabel *Trust*

Indikator	STS	TS	N	S	SS	Total	Mean	Total Mean
	1	2	3	4	5			
TR1	3	18	100	151	73	1308	3,791	3,43
TR2	5	13	95	154	78	1322	3,832	
TR3	3	18	90	156	78	1323	3,835	
TR4	5	29	94	145	72	1285	3,725	
TR5	4	20	100	152	69	1297	3,759	

#### 4.2.2.10 Variabel *Behavioral Intention* (BI)

*Behavioral intention* (BI) pada penelitian ini digunakan untuk mengukur tingkat niatan penggunaan teknologi dompet digital. Variabel ini diukur dengan menggunakan 3 indikator, yaitu: niatan penggunaan teknologi (BI1), keinginan untuk menggunakan teknologi (BI2), dan rencana untuk menggunakan teknologi secara terus-menerus (BI3). Penyebaran jawaban dan skor rata-rata variabel ditunjukkan pada Tabel 4.11.

Pada Tabel 4.11 menunjukkan bahwa indikator BI1 merupakan indikator dengan nilai rata-rata tertinggi diikuti oleh BI2, dan BI3. Secara mayoritas responden berniat untuk menggunakan dompet digital di masa mendatang. Selain itu, mayoritas responden juga setuju untuk selalu mencoba menggunakan dompet digital dalam kehidupan sehari-hari, dan mayoritas responden berencana untuk menggunakan dompet digital sesering mungkin.

Tabel 4.11 Statistik Deskriptif Variabel *Behavioral Intention*

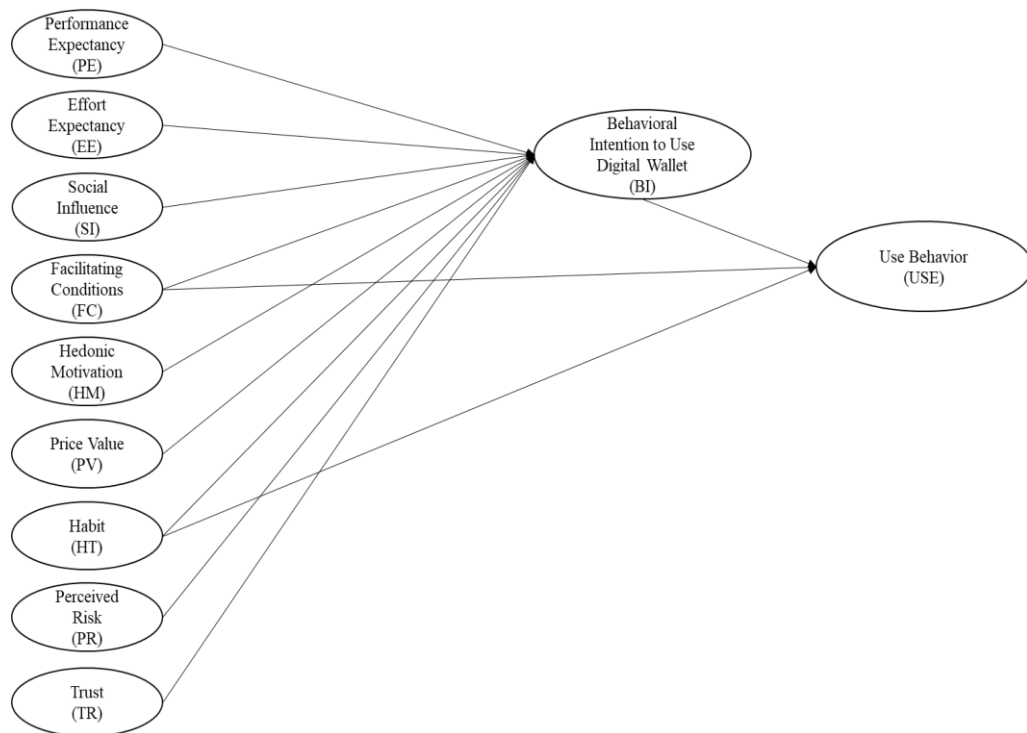
Indikator	STS	TS	N	S	SS	Total	Mean	Total Mean
	1	2	3	4	5			
BI1	6	12	86	168	73	1325	3,841	3,61
BI2	7	34	109	134	61	1243	3,603	
BI3	14	54	116	110	51	1165	3,377	

### 4.3 Analisis Data dengan PLS-SEM

Analisis data pada penelitian ini dilakukan dengan menggunakan pendekatan *Partial Least Square* (PLS). Pada PLS sendiri terdapat dua tahapan evaluasi yaitu evaluasi model pengukuran (*outer model*) dan evaluasi model struktural (*inner model*). Pada penelitian ini pengolahan data dilakukan dengan perangkat lunak SmartPLS 3.2.8.

#### 4.3.1 Membuat Model Struktural (*Inner Model*)

Model struktural dibuat dengan menggabungkan variabel-variabel laten berdasarkan teori substansi. Variabel laten sendiri dibagi menjadi 2 macam, yaitu variabel endogen dan variabel eksogen. Variabel eksogen adalah variabel yang nilainya tidak dipengaruhi oleh variabel lain, oleh sebab itu variabel eksogen disebut juga dengan variabel independen. Variabel endogen adalah variabel yang nilainya dipengaruhi oleh variabel lain di dalam model. Pada penelitian ini variabel endogennya adalah *Behavioral Intention*, sedangkan variabel eksogennya adalah *performance expectancy*, *effort expectancy*, *social influence*, *facilitating conditions*, *hedonic motivation*, *price value*, *perceived risk*, dan *trust*. Model struktural pada penelitian ini ditunjukkan oleh Gambar 4.11.

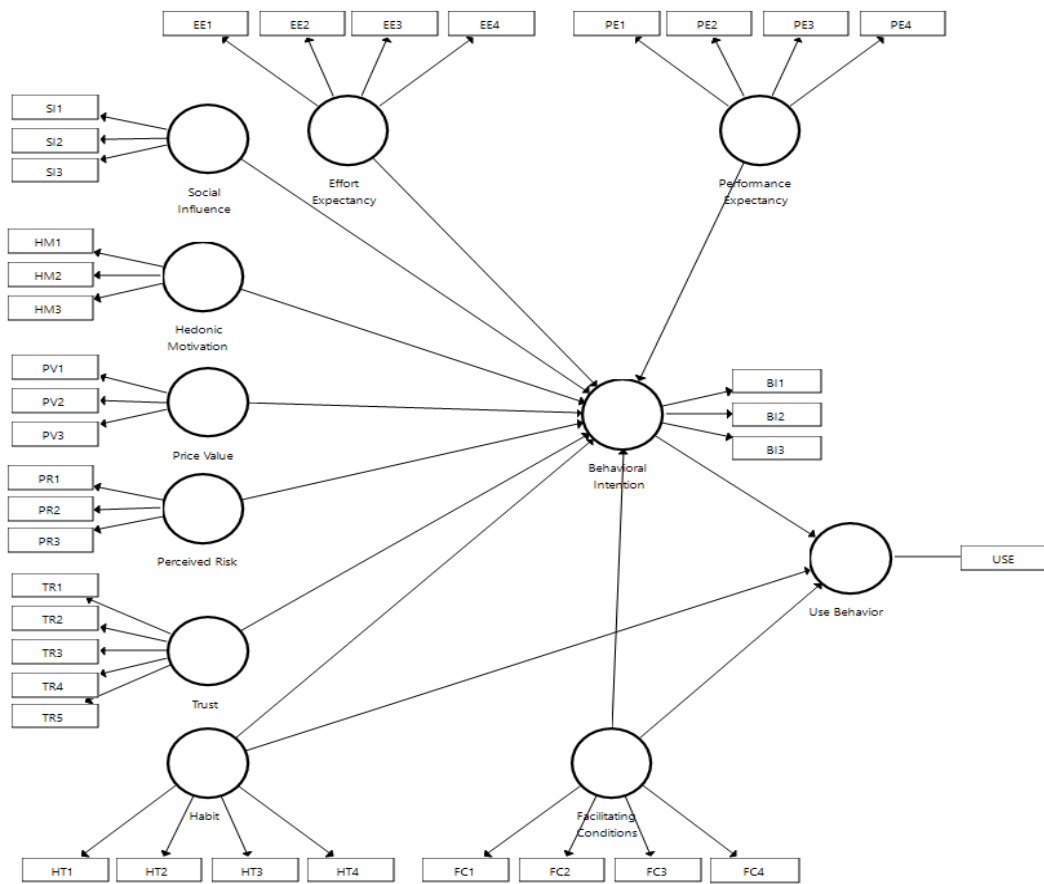


Gambar 4.11 Model Struktural Penelitian

#### 4.3.2 Membuat Model Pengukuran (*Outer Model*)

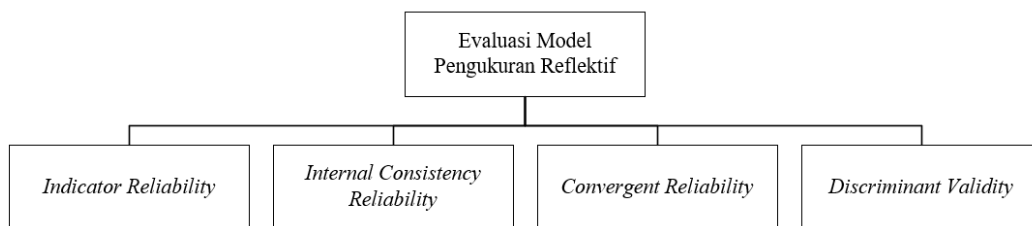
Untuk membuat model pengukuran dapat dilakukan dengan cara menghubungkan semua variabel manifes atau indikator dengan variabel latennya. Setiap variabel laten paling tidak harus memiliki satu variabel manifes. Pada PLS-SEM satu variabel manifes atau indikator hanya dapat dihubungkan pada satu variabel laten saja. Model pengukuran pada penelitian ini ditunjukkan oleh Gambar 4.12.

Pada Gambar 4.12 menunjukkan bahwa konstruk laten pada penelitian ini merupakan konstruk laten reflektif, dimana dalam model ini blok variabel manifes yang terkait dengan variabel laten diasumsikan mengukur indikator yang memanifestasikan konstruk. Sehingga indikator-indikator ini dilihat sebagai efek dari variabel laten yang dapat diamati secara empiris.



Gambar 4.12 Model Pengukuran

### 4.3.3 Evaluasi Model Pengukuran (*Outer Model*)



Gambar 4.13 Tahap Pemeriksaan *Outer Model*

Evaluasi model pengukuran dilakukan untuk memastikan bahwa indikator yang digunakan layak dijadikan sebagai alat ukur (indikator valid dan reliabel). Pada Gambar 4.13 menunjukkan tahapan pemeriksaan yang dilakukan untuk mengevaluasi *outer model* reflektif. Kriteria untuk evaluasi model pengukuran ditunjukkan oleh Tabel 2.4.

#### 4.3.3.1 Uji Reliabilitas Indikator (*Indicator Reliability*)

Pada tahap pertama dalam evaluasi model pengukuran reflektif adalah dengan melakukan pemeriksaan *indicator reliability* (reliabilitas indikator). Pemeriksaan pada tahap ini dilakukan dengan melihat nilai *outer loading* atau *loading factor*. Nilai *outer loading* menggambarkan besarnya korelasi antara setiap indikator pengukuran dengan konstruksinya. Pengukuran ini dibantu perangkat lunak SmartPLS dengan metode *PLS Algorithm*. Suatu indikator dinyatakan baik apabila nilai *outer loading*  $> 0,7$ . Pada Tabel 4.12 menunjukkan nilai masing-masing indikator pada variabel penelitian.

Berdasarkan sajian pada Tabel 4.12, diketahui jika ada satu indikator yaitu FC4 yang memiliki nilai *outer loading*  $< 0,7$ . Sehingga diperlukan pengujian reliabilitas indikator lanjutan dengan menghilangkan indikator yang memiliki nilai dibawah 0,7 tersebut. Pada Tabel 4.12 kolom Outer Loading Tes-2 merupakan hasil uji reliabilitas indikator setelah menghilangkan indikator FC4. Pada kolom tersebut menunjukkan setelah diuji ulang dengan menghilangkan indikator FC4 tidak terdapat indikator yang memiliki nilai *outer loading*  $< 0,7$ . Sehingga pemeriksaan dapat dilanjutkan ke pemeriksaan selanjutnya yaitu pemeriksaan *internal consistency reliability*.

Tabel 4.12 Nilai Uji Reliabilitas Indikator

Variabel	Indikator	Outer Loading Tes-1	Outer Loading Tes-2
<i>Performance Expectancy</i> (PE)	PE1	0,871	0,871
	PE2	0,858	0,858
	PE3	0,787	0,787
	PE4	0,823	0,823
<i>Effort Expectancy</i> (EE)	EE1	0,834	0,834
	EE2	0,829	0,829
	EE3	0,874	0,874
	EE4	0,842	0,842
<i>Social Influence</i> (SI)	SI1	0,917	0,916
	SI2	0,953	0,953
	SI3	0,946	0,946
<i>Facilitating Conditions</i> (FC)	FC1	0,808	0,825
	FC2	0,842	0,855

	FC3	0,816	0,819
	<b>FC4*</b>	<b>0,506</b>	<b>dihapus</b>
<i>Hedonic Motivation (HM)</i>	HM1	0,900	0,900
	HM2	0,915	0,915
	HM3	0,864	0,864
<i>Price Value (PV)</i>	PV1	0,779	0,779
	PV2	0,909	0,909
	PV3	0,920	0,920
<i>Habit (HT)</i>	HT1	0,876	0,876
	HT2	0,869	0,869
	HT3	0,855	0,855
	HT4	0,908	0,908
<i>Perceived Risk (PR)</i>	PR1	0,866	0,866
	PR2	0,919	0,919
	PR3	0,914	0,914
<i>Trust (TR)</i>	TR1	0,823	0,823
	TR2	0,897	0,897
	TR3	0,879	0,879
	TR4	0,911	0,911
	TR5	0,891	0,891
<i>Behavioral Intention (BI)</i>	BI1	0,892	0,893
	BI2	0,928	0,928
	BI3	0,917	0,917
<i>Use Behavior (USE)</i>	USE	1,000	1,000

#### 4.3.3.2 Internal Consistency Reliability

Evaluasi *internal consistency reliability* dilakukan dengan memeriksa nilai *Cronbach's Alpha* sebagai batas bawah dan *Composite Reliability (CR)* sebagai batas atas (Sarstedt *et al.*, 2017). Interpretasi dari nilai ini adalah jika nilai *Composite Reliability* ataupun *Cronbach's Alpha*  $> 0,7$  maka konstruk dinyatakan memiliki reliabilitas yang baik. Pada Tabel 4.13 menunjukkan hasil uji *internal consistency* setiap variabel telah memiliki nilai reliabilitas yang baik.

Tabel 4.13 Nilai Uji *Internal Consistency*

Variabel	Cronbach's Alpha	Composite Reliability	Keterangan
<i>Performance Expectancy (PE)</i>	0,856	0,902	Reliabel
<i>Effort Expectancy (EE)</i>	0,866	0,909	Reliabel



<i>Social Influence (SI)</i>	0,934	0,957	Reliabel
<i>Facilitating Conditions (FC)</i>	0,780	0,872	Reliabel
<i>Hedonic Motivation (HM)</i>	0,873	0,922	Reliabel
<i>Price Value (PV)</i>	0,841	0,904	Reliabel
<i>Habit (HT)</i>	0,901	0,930	Reliabel
<i>Perceived Risk (PR)</i>	0,884	0,927	Reliabel
<i>Trust (TR)</i>	0,927	0,945	Reliabel
<i>Behavioral Intention (BI)</i>	0,899	0,937	Reliabel
<i>Use Behavior (USE)</i>	1,000	1,000	Reliabel

#### 4.3.3.3 Convergent Validity

*Convergent validity* (validitas konvergen) mempunyai makna bahwa seperangkat indikator mewakili satu variabel laten yang mendasari variabel laten tersebut. Uji validitas konvergen ini diperlukan untuk mengetahui kesesuaian antara indikator hasil pengukuran variabel dan konsep teoritis yang menjelaskan keberadaan indikator tersebut. Pemeriksaan *convergent validity* dilakukan melalui nilai *Average Variance Extracted (AVE)*. Nilai AVE menggambarkan besarnya varian atau keragaman variabel manifest yang dapat dimiliki oleh konstruk laten. Semakin besar varian atau keragaman variabel manifest yang dikandung oleh konstruk laten, maka semakin besar representasi variabel manifest terhadap konstruk latennya. Nilai AVE minimal 0,5 menunjukkan ukuran *convergent validity* yang baik. Arti dari nilai tersebut adalah variabel laten dapat menjelaskan rata-rata lebih dari setengah varian dari indikator-indikatornya. Pada Tabel 4.14 menunjukkan semua variabel mempunyai nilai AVE sesuai kriteria. Sehingga semua variabel laten dinyatakan valid.

Tabel 4.14 Nilai Uji AVE

<b>Variabel</b>	<b>Average Variance Extracted (AVE)</b>	<b>Keterangan</b>
<i>Performance Expectancy (PE)</i>	0,698	Valid
<i>Effort Expectancy (EE)</i>	0,714	Valid
<i>Social Influence (SI)</i>	0,881	Valid
<i>Facilitating Conditions (FC)</i>	0,694	Valid
<i>Hedonic Motivation (HM)</i>	0,798	Valid
<i>Price Value (PV)</i>	0,760	Valid

<i>Habit</i> (HT)	0,770	Valid
<i>Perceived Risk</i> (PR)	0,810	Valid
<i>Trust</i> (TR)	0,776	Valid
<i>Behavioral Intention</i> (BI)	0,833	Valid
<i>Use Behavior</i> (USE)	1,000	Valid

#### 4.3.3.4 Discriminant Validity

Pemeriksaan *discriminant validity* dilakukan dengan mengamati rasio Heterotrait-Monotrait (HTMT) yang ditunjukkan pada Tabel 4.15. *Discriminant validity* menggambarkan sejauh mana konstruk berbeda dari konstruk lain secara empiris atau dengan kata lain konstruk mengukur apa yang hendak diukur (Hair Jr. *et al.*, 2014). Pengukuran pada model reflektif dievaluasi melalui korelasi rasio HTMT. Nilai HTMT yang tinggi melebihi 0,9 menunjukkan permasalahan kurangnya validitas diskriminan (Sarstedt *et al.*, 2017).

Tabel 4.15 Rasio HTMT

	PE	EE	SI	FC	HM	PV	HT	PR	TR	BI	USE
PE											
EE	0,58										
SI	0,30	0,19									
FC	0,55	0,66	0,10								
HM	0,57	0,47	0,47	0,41							
PV	0,60	0,51	0,28	0,50	0,62						
HT	0,60	0,35	0,31	0,28	0,70	0,56					
PR	0,25	0,24	0,13	0,15	0,28	0,30	0,15				
TR	0,49	0,49	0,31	0,47	0,61	0,51	0,55	0,44			
BI	0,69	0,50	0,23	0,50	0,64	0,57	0,78	0,26	0,64		
USE	0,45	0,31	0,07	0,28	0,31	0,36	0,45	0,12	0,29	0,48	

#### 4.3.4 Evaluasi Model Struktural (*Inner Model*)

Pada tahap ini dilakukan evaluasi struktural model yang bertujuan untuk memprediksi hubungan antar variabel laten (Ghozali dan Latan, 2012). Selain itu pengujian model struktural ini juga digunakan untuk melihat apakah data empiris pada penelitian mendukung hubungan dari hipotesis-hipotesis penelitian (Ghozali dan Fuad, 2008). Hubungan hipotesis pada penelitian dapat dilihat dari hubungan antar variabel eksogen dengan variabel endogen dan variabel endogen dengan

variabel endogen lainnya seperti digambarkan pada Gambar 4.11. Dengan melakukan uji model struktural maka peneliti dapat mengetahui apakah berdasarkan data empiris hipotesis penelitian signifikan atau tidak.

#### 4.3.4.1 Collinearity

Perhitungan *path coefficient* yang menghubungkan konstruk didasarkan pada serangkaian analisis regresi. Oleh karena itu, peneliti harus memastikan bahwa masalah kolinearitas tidak membiaskan hasil regresi. Langkah ini sama dengan penilaian model pengukuran formatif, dengan perbedaan bahwa skor variabel laten eksogen berfungsi sebagai input untuk penilaian *Variance Inflation Factor* (VIF). Nilai VIF di atas 5 mengindikasikan adanya *collinearity* di antara konstruktor prediktor (Sarstedt *et al.*, 2017). Nilai uji *collinearity* pada model struktural ditunjukkan oleh Tabel 4.16.

Tabel 4.16 Nilai Uji *Collinearity*

Hubungan Variabel	Inner VIF Values
<i>Performance Expectancy -&gt; Behavioral Intention</i>	1,905
<i>Effort Expectancy -&gt; Behavioral Intention</i>	1,708
<i>Social Influence -&gt; Behavioral Intention</i>	1,247
<i>Facilitating Conditions -&gt; Behavioral Intention</i>	1,621
<i>Facilitating Conditions -&gt; Use Behavior</i>	1,219
<i>Hedonic Motivation -&gt; Behavioral Intention</i>	2,219
<i>Price Value -&gt; Behavioral Intention</i>	1,734
<i>Habit -&gt; Behavioral Intention</i>	2,017
<i>Habit -&gt; Use Behavior</i>	2,018
<i>Perceived Risk -&gt; Behavioral Intention</i>	1,231
<i>Trust -&gt; Behavioral Intention</i>	1,915
<i>Behavioral Intention -&gt; Use Behavior</i>	2,295

#### 4.3.4.2 Coefficient of Determination (R<sup>2</sup>)

Langkah selanjutnya dalam melakukan evaluasi model struktural adalah dengan mengamati nilai R<sup>2</sup>. Nilai R<sup>2</sup> digunakan untuk mengetahui kekuatan prediksi dari model struktural (Ghozali dan Latan, 2012). Nilai R<sup>2</sup> menunjukkan varians yang dijelaskan dalam masing-masing konstruksi endogen. Nilai R<sup>2</sup> berkisar dari 0 hingga 1, dengan level yang lebih tinggi menunjukkan akurasi yang

lebih baik. Sebagai aturan praktis, nilai  $R^2$  0,75, 0,50, dan 0,25 dapat dianggap substansial (kuat), sedang, dan lemah (Henseler *et al.*, 2009).

Pada Tabel 4.17 menunjukkan bahwa nilai  $R^2$  pada variabel endogen *behavioral intention* (BI) adalah 0,634 atau 63,4%, ini berarti variansi perubahan variabel endogen yang dapat dijelaskan oleh variabel eksogen adalah sebesar 63,4%, sedangkan 36,6% sisanya dijelaskan oleh variabel lain di luar model penelitian yang digunakan. Selain itu, hal ini juga menunjukkan bahwa 9 variabel eksogen PE, EE, SI, FC, HM, PV, HT, PR, TR menjelaskan 63,4% variansi dari variabel endogen BI secara moderat. Sedangkan nilai  $R^2$  variabel *use behavior* (USE) adalah sebesar 24,8%, hal ini menunjukkan bahwa BI mampu menunjukkan variansi USE sebesar 24,8% dan sisanya ditunjukkan oleh variabel lain.

Tabel 4.17 Nilai  $R^2$  Variabel Endogen Penelitian

Variabel Endogen	$R^2$	Keterangan
<i>Behavioral Intention</i> (BI)	0,634	Sedang/Moderat
<i>Use Behavior</i> (USE)	0,248	Lemah

#### 4.3.4.3 *Cross-validated Redundancy* ( $Q^2$ )

Cara lain untuk menilai akurasi prediksi model adalah melalui nilai  $Q^2$  (Geisser, 1974).  $Q^2$  adalah salah satu cara untuk menilai relevansi prediktif *inner model*. Nilai  $Q^2$  dibangun di atas prosedur *blindfolding*, yang menghilangkan titik-titik tunggal dalam matriks data, memperkirakan parameter model, dan memprediksi bagian yang dihilangkan menggunakan perkiraan. Proses ini diulangi sampai setiap titik data dihilangkan dan model ditaksir ulang. Semakin kecil perbedaan antara nilai prediksi dan nilai asli, semakin besar nilai  $Q^2$  demikian pula dengan akurasi prediksi modelnya. Secara khusus, nilai  $Q^2$  yang lebih besar dari nol untuk konstruk endogen tertentu menunjukkan relevansi prediktif *path model* untuk konstruk tertentu. Namun, harus diketahui bahwa nilai  $Q^2$  ini hanyalah indikasi apakah konstruk endogen dapat diprediksi, nilai  $Q^2$  tidak menyatakan apa-apa tentang kualitas dari prediksi (Sarstedt *et al.*, 2014). Hasil nilai  $Q^2$  ditunjukkan pada Tabel 4.18. Berdasar data Tabel 4.18 menunjukkan bahwa variabel endogen dapat diprediksi oleh variabel-variabel eksogen yang membentuk model penelitian ini.

Tabel 4.18 Nilai Q<sup>2</sup> Variabel Endogen Penelitian

Variabel Endogen	SSO	SSE	Q <sup>2</sup> (=1-SSE/SSO)
<i>Behavioral Intention</i> (BI)	1.035	530,221	0,488
<i>Use Behavior</i> (USE)	345	266,595	0.227

#### 4.3.4.4 Variabel Cohen f<sup>2</sup>

Untuk mengukur efek masing-masing *path model* dapat ditentukan dengan menghitung Cohen's f<sup>2</sup>. Nilai f<sup>2</sup> dapat dihitung dengan mencatat perubahan R<sup>2</sup> ketika konstruk tertentu dihilangkan dari model. Untuk menghitung f<sup>2</sup>, peneliti harus membuat dua model jalur PLS. Model jalur pertama harus menjadi model lengkap seperti yang ditentukan oleh hipotesis, menghasilkan R<sup>2</sup> dari model lengkap. Model kedua harus identik kecuali bahwa konstruk eksogen yang dipilih dihilangkan dari model, menghasilkan R<sup>2</sup> dari model tereduksi. Kemudian nilai R<sup>2</sup> awal dikurangi dengan nilai R<sup>2</sup> dari model tereduksi sehingga menghasilkan nilai f<sup>2</sup>. Sebagai aturan praktis, ukuran efek f<sup>2</sup> 0,02; 0,15; dan 0,35 masing-masing mewakili efek lemah, sedang, dan kuat (Cohen, 1988). Nilai efek f<sup>2</sup> < 0,02 menunjukkan tidak mempunyai efek. Hasil pengujian f<sup>2</sup> ditunjukkan pada Tabel 4.19.

Tabel 4.19 Hasil Uji Efek Variabel

Hubungan Variabel	<i>f-square</i>	Keterangan
<i>Performance Expectancy -&gt; Behavioral Intention</i>	0,058	Efek lemah
<i>Effort Expectancy -&gt; Behavioral Intention</i>	0,003	Tidak mempunyai efek
<i>Social Influence -&gt; Behavioral Intention</i>	0,008	Tidak mempunyai efek
<i>Facilitating Conditions -&gt; Behavioral Intention</i>	0,016	Tidak mempunyai efek
<i>Facilitating Conditions -&gt; Use Behavior</i>	0,009	Tidak mempunyai efek
<i>Hedonic Motivation -&gt; Behavioral Intention</i>	0,003	Tidak mempunyai efek
<i>Price Value -&gt; Behavioral Intention</i>	0,001	Tidak mempunyai efek

<i>Habit -&gt; Behavioral Intention</i>	0,265	Efek sedang
<i>Habit -&gt; Use Behavior</i>	0,046	Efek lemah
<i>Perceived Risk -&gt; Behavioral Intention</i>	0,001	Tidak mempunyai efek
<i>Trust -&gt; Behavioral Intention</i>	0,049	Efek lemah
<i>Behavioral Intention -&gt; Use Behavior</i>	0,031	Efek lemah

#### 4.3.4.5 Path Coefficient

Langkah selanjutnya untuk evaluasi model struktural adalah dengan mengukur kekuatan dan signifikansi *path coefficient* (jalur struktural) yang dihipotesiskan antara konstruk. *Path coefficient* digunakan untuk mengetahui signifikansi hubungan antara variabel laten dengan menggunakan metode *bootstrapping*. Nilai *path coefficient* berada dalam rentang -1 hingga +1, dengan nilai yang mendekati -1 menunjukkan variabel yang berhubungan berpengaruh secara negatif dan begitu pula sebaliknya, nilai mendekati +1 menunjukkan variabel berpengaruh secara positif.

Metode *bootstrapping* berbasis nilai standar error sebagai dasar untuk menghitung nilai T-statistik dan p-Value pada *path coefficient*. Pada penelitian ini dilakukan pengujian *two-tailed* karena pada penelitian ini belum mengetahui arah hubungan hipotesis positif atau negatif. Dengan melakukan pengujian *two-tailed* maka nilai T-statistik yang diharapkan adalah lebih besar sama dengan 1,96 dengan alpha ( $\alpha$ ) = 5% dan nilai p-Value < 0,05. Jika kriteria tersebut dipenuhi maka bisa dinyatakan variabel memiliki pengaruh yang signifikan.

Pada Tabel 4.20 merupakan hasil uji signifikansi pada penelitian ini. Pada tabel tersebut bisa diketahui bahwa variabel *performance expectancy*, *facilitating conditions*, *habit*, dan *trust* berpengaruh signifikan terhadap *behavioral intention*. Sedangkan untuk memprediksi *use behavior*, penelitian ini menunjukkan bahwa variabel *habit* dan *behavioral intention* berpengaruh signifikan untuk memprediksi *use behavior*.

Tabel 4.20 Hasil Uji Signifikansi Variabel Menggunakan *Bootstrapping*

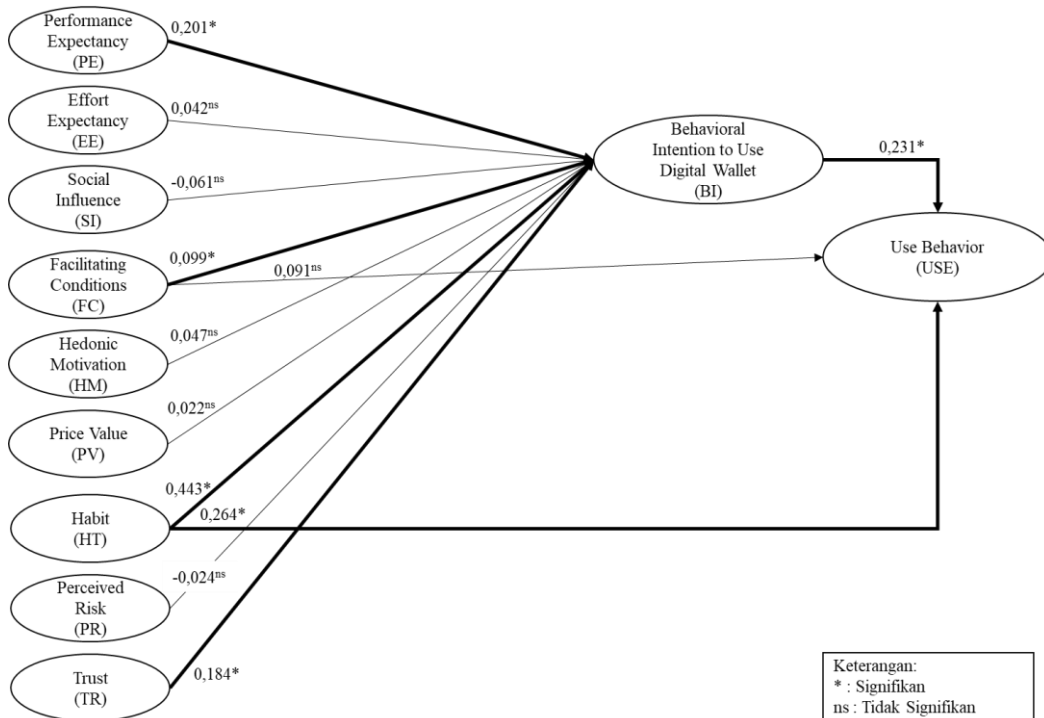
Hubungan Variabel	<i>Path Coefficient</i>	<i>T Statistics</i>	<i>P Values</i>	<i>Keterangan</i>
<i>Performance Expectancy -&gt; Behavioral Intention</i>	0,201	3,323	0,001	Signifikan
<i>Effort Expectancy -&gt; Behavioral Intention</i>	0,042	0,852	0,394	Tidak signifikan
<i>Social Influence -&gt; Behavioral Intention</i>	-0,061	1,741	0,082	Tidak signifikan
<i>Facilitating Conditions -&gt; Behavioral Intention</i>	0,099	2,323	0,020	Signifikan
<i>Facilitating Conditions -&gt; Use Behavior</i>	0,091	1,753	0,080	Tidak signifikan
<i>Hedonic Motivation -&gt; Behavioral Intention</i>	0,047	0,743	0,458	Tidak signifikan
<i>Price Value -&gt; Behavioral Intention</i>	0,022	0,408	0,683	Tidak signifikan
<i>Habit -&gt; Behavioral Intention</i>	0,443	8,231	0,000	Signifikan
<i>Habit -&gt; Use Behavior</i>	0,264	3,920	0,000	Signifikan
<i>Perceived Risk -&gt; Behavioral Intention</i>	-0,024	0,695	0,487	Tidak signifikan
<i>Trust -&gt; Behavioral Intention</i>	0,185	3,132	0,002	Signifikan
<i>Behavioral Intention -&gt; Use Behavior</i>	0,231	3,326	0,001	Signifikan

#### 4.3.5 Pengujian Hipotesis Berdasarkan Variabel Laten

Berdasarkan pengujian signifikansi *path coefficient* menggunakan *bootstrapping* yang telah dilakukan sebelumnya, maka bisa ditentukan apakah hipotesis ditolak ataupun tidak. Kriterianya adalah dengan nilai alpha ( $\alpha$ ) = 5%, maka *path coefficient* dianggap signifikan jika nilai T-statistik  $\geq 1,96$  dan p-Value  $\leq 0,05$ .

Dari 12 hipotesis utama yang diuji untuk menilai signifikansi *path coefficient* variabel eksogen terhadap variabel endogen, enam hipotesis diterima dan enam hipotesis lainnya ditolak. Gambar 4.14 menunjukkan nilai *path coefficient* dan signifikansi dari variabel. Enam hipotesis yang diterima adalah H1a, H4a, H7a, H7e, H9 dan H10 dengan hipotesis H7a yang menggambarkan hubungan antara *Habit* dan *Behavioral Intention* memiliki nilai *path coefficient* terbesar yakni 0,443.

Sedangkan hipotesis H4a yang menggambarkan antara *Facilitating Conditions* dan *Behavioral Intention* memiliki nilai *path coefficient* terkecil, yakni 0.099.



Gambar 4.14 Hasil Uji *Path Coefficient*

#### 4.3.6 Analisis Efek Moderasi Usia, Jenis Kelamin dan Pengalaman.

Analisis efek moderasi dilakukan untuk mengetahui nilai signifikansi dari variabel moderator usia (*age*), jenis kelamin (*gender*), dan *experience* sebagai variabel moderator dari hubungan antara variabel eksogen terhadap variabel endogennya. Signifikansi dapat ditentukan melalui nilai p-Value yang dihasilkan menggunakan metode *multi group analysis* (MGA) pada perangkat lunak SmartPLS, yakni p-Value < 0,05.

Analisis efek moderasi usia dilakukan untuk mengetahui hubungan variabel eksogen terhadap variabel endogen. Untuk mengetahui efek moderasi usia, pada penelitian ini akan membagi kedalam 3 kelompok generasi usia, yaitu *post-millennial*, *millennial* dan generasi X. Dikarenakan untuk melakukan pengujian ini dibutuhkan sampel minimal 10, sehingga untuk kategori generasi X tidak dapat dilakukan analisis efek moderasi dikarenakan sampel yang kurang, maka kategori yang bisa diuji hanya pada kategori *post-millennial* dan kategori *millennial*.

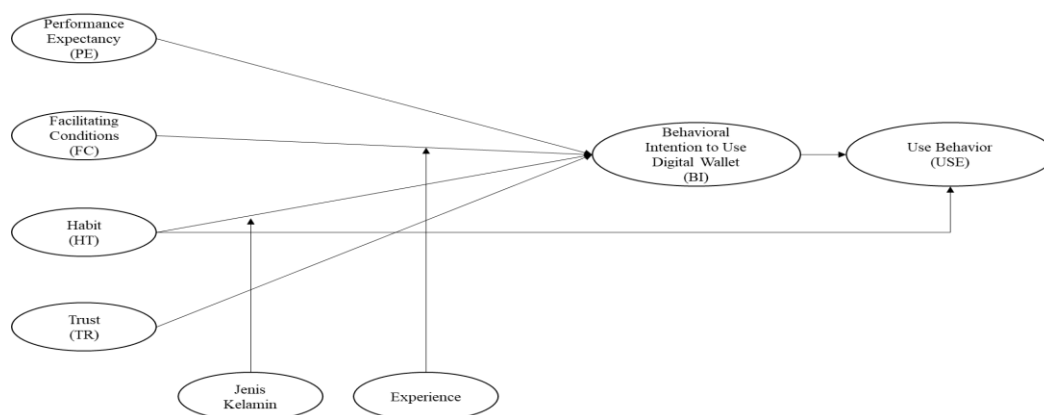


Pada Tabel 4.21, diketahui bahwa perbedaan usia tidak memiliki pengaruh terhadap niatan dalam menggunakan dompet digital. Hal ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Indrawati dan Putri (2018) yang menemukan bahwa perbedaan usia tidak mempengaruhi niatan menggunakan *e-payment* Gopay.

Selain itu, pada Tabel 4.21 menunjukkan bahwa jenis kelamin hanya memoderasi hubungan variabel *Habit* dengan *Behavioral Intention*. Hal ini berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Indrawati dan Putri (2018) yang menemukan bahwa perbedaan jenis kelamin tidak mempengaruhi niatan menggunakan *e-payment* Gopay.

Analisis efek moderasi pengalaman (*experience*) menunjukkan bahwa pengalaman hanya memoderasi efek hubungan variabel *Facilitating Conditions* terhadap *Behavioral Intention*. Dari analisis efek pengalaman menunjukkan dimana kondisi yang memfasilitasi memberikan pengaruh yang lebih besar terhadap responden yang masih dalam tahap awal menggunakan teknologi ( $\leq 6$  bulan).

#### 4.4 Model Akhir Penelitian



Gambar 4.15 Model Akhir Penelitian

Pada **Error! Reference source not found.** merupakan model akhir penelitian yang dihasilkan berdasarkan hasil uji hipotesis-hipotesis yang telah dilakukan pada sub-bab sebelumnya. Pada **Error! Reference source not found.** dapat diketahui bahwa faktor-faktor yang secara signifikan mempengaruhi niatan menggunakan (*behavioral intention*) adalah *performance expectancy*, *facilitating conditions*, *habit*, dan *trust*. Dimana faktor *facilitating conditions* dimoderasi oleh *experience*, sedangkan faktor *habit* dimoderasi oleh jenis kelamin. Selain itu, faktor

Tabel 4.21 Hasil Uji Efek Moderasi

Efek Moderasi Usia						
Kode	Hubungan Variabel	Path Coefficients Millennial	Path Coefficients Post-millennial	Path Coefficients-diff	p-Value	Keterangan
H1b	<i>Performance Expectancy -&gt; Behavioral Intention</i>	0,230	0,086	0,145	0,849	Tidak signifikan
H2b	<i>Effort Expectancy -&gt; Behavioral Intention</i>	0,047	0,023	0,024	0,576	Tidak signifikan
H3b	<i>Social Influence -&gt; Behavioral Intention</i>	-0,027	-0,108	0,081	0,775	Tidak signifikan
H4b	<i>Facilitating Conditions -&gt; Behavioral Intention</i>	0,062	0,175	0,113	0,128	Tidak signifikan
H5b	<i>Hedonic Motivation -&gt; Behavioral Intention</i>	0,016	0,183	0,166	0,126	Tidak signifikan
H6b	<i>Price Value -&gt; Behavioral Intention</i>	0,033	-0,069	0,102	0,775	Tidak signifikan
H7b	<i>Habit -&gt; Behavioral Intention</i>	0,437	0,451	0,013	0,458	Tidak signifikan
Efek Moderasi Jenis Kelamin						
Kode	Hubungan Variabel	Path Coefficients Laki-laki	Path Coefficients Perempuan	Path Coefficients-diff	p-Value	Keterangan
H1c	<i>Performance Expectancy -&gt; Behavioral Intention</i>	0,303	0,101	0,202	0,950	Tidak signifikan
H2c	<i>Effort Expectancy -&gt; Behavioral Intention</i>	0,021	0,123	0,048	0,217	Tidak signifikan
H3c	<i>Social Influence -&gt; Behavioral Intention</i>	-0,018	-0,083	0,065	0,819	Tidak signifikan
H4c	<i>Facilitating Conditions -&gt; Behavioral Intention</i>	0,054	0,123	0,069	0,217	Tidak signifikan
H5c	<i>Hedonic Motivation -&gt; Behavioral Intention</i>	0,071	0,036	0,035	0,614	Tidak signifikan
H6c	<i>Price Value -&gt; Behavioral Intention</i>	0,056	0,000	0,056	0,701	Tidak signifikan
H7c	<i>Habit -&gt; Behavioral Intention</i>	0,255	0,637	0,382	0,000	Signifikan
Efek Moderasi Exp.						
Kode	Hubungan Variabel	Path Coefficients Exp <= 6 bln	Path Coefficients Exp > 6 bln	Path Coefficients-diff	p-Value	Keterangan
H2d	<i>Effort Expectancy -&gt; Behavioral Intention</i>	0,077	0,026	0,051	0,306	Tidak signifikan
H3d	<i>Social Influence -&gt; Behavioral Intention</i>	-0,144	-0,048	0,097	0,842	Tidak signifikan
H4d	<i>Facilitating Conditions -&gt; Behavioral Intention</i>	0,262	0,048	0,214	0,012	Signifikan
H5d	<i>Hedonic Motivation -&gt; Behavioral Intention</i>	0,196	0,023	0,173	0,096	Tidak signifikan
H6d	<i>Price Value -&gt; Behavioral Intention</i>	-0,173	0,074	0,247	0,969	Tidak signifikan
H7d	<i>Habit -&gt; Behavioral Intention</i>	0,315	0,467	0,151	0,909	Tidak signifikan

## 4.5 Pembahasan

Hipotesis yang diajukan pada penelitian ini berjumlah 31 dengan 12 hipotesis merupakan hipotesis konstruk utama. Sedangkan 19 hipotesis lainnya digunakan untuk mengetahui efek dari variabel moderasi pada pengaruh variabel eksogen terhadap variabel endogen. Hasil dari seluruh pengujian hipotesis ditunjukkan pada Tabel 4.22.

Tabel 4.22 Ringkasan Uji Hipotesis Penelitian

No.	Variabel Laten	Kode	Hipotesis	Hasil	Alasan
1	<i>Performance Expectancy</i>	H1a	<i>Performance Expectancy</i> berpengaruh signifikan terhadap <i>Behavioral Intention</i> .	Signifikan	p-Value $\leq 0,05$ T-statistik $\geq 1,96$
2		H1b	Usia secara signifikan memoderasi pengaruh <i>Performance Expectancy</i> terhadap <i>Behavioral Intention</i> .	Tidak Signifikan	p-Value $> 0,05$ T-statistik $< 1,96$
3		H1c	Jenis kelamin secara signifikan memoderasi pengaruh <i>Performance Expectancy</i> terhadap <i>Behavioral Intention</i> .	Tidak Signifikan	p-Value $> 0,05$ T-statistik $< 1,96$
4	<i>Effort Expectacny</i>	H2a	<i>Effort Expectancy</i> berpengaruh signifikan terhadap <i>Behavioral Intention</i> .	Tidak Signifikan	p-Value $> 0,05$ T-statistik $< 1,96$

5		H2b	Usia secara signifikan memoderasi pengaruh <i>Effort Expectancy</i> terhadap <i>Behavioral Intention</i> .	Tidak Signifikan	p-Value > 0,05 T-statistik < 1,96
6		H2c	Jenis kelamin secara signifikan memoderasi pengaruh <i>Effort Expectancy</i> terhadap <i>Behavioral Intention</i> .	Tidak Signifikan	p-Value > 0,05 T-statistik < 1,96
7		H2d	Experience secara signifikan memoderasi pengaruh <i>Effort Expectancy</i> terhadap <i>Behavioral Intention</i> .	Tidak Signifikan	p-Value > 0,05 T-statistik < 1,96
8	<i>Social Influence</i>	H3a	<i>Social Influence</i> berpengaruh signifikan terhadap <i>Behavioral Intention</i> .	Tidak Signifikan	p-Value > 0,05 T-statistik < 1,96
9		H3b	Usia secara signifikan memoderasi pengaruh <i>Social Influence</i> terhadap <i>Behavioral Intention</i> .	Tidak Signifikan	p-Value > 0,05 T-statistik < 1,96
10		H3c	Jenis kelamin secara signifikan memoderasi pengaruh <i>Social Influence</i> terhadap <i>Behavioral Intention</i> .	Tidak Signifikan	p-Value > 0,05 T-statistik < 1,96

11		H3d	Experience secara signifikan memoderasi pengaruh <i>Social Influence</i> terhadap <i>Behavioral Intention</i> .	Tidak Signifikan	p-Value > 0,05 T-statistik < 1,96
12	Facilitating Conditions	H4a	<i>Facilitating Conditions</i> berpengaruh signifikan terhadap <i>Behavioral Intention</i> .	Signifikan	p-Value ≤ 0,05 T-statistik ≥ 1,96
13		H4b	Usia secara signifikan memoderasi pengaruh <i>Facilitating Conditions</i> terhadap <i>Behavioral Intention</i> .	Tidak Signifikan	p-Value > 0,05 T-statistik < 1,96
14		H4c	Jenis kelamin secara signifikan memoderasi pengaruh <i>Facilitating Conditions</i> terhadap <i>Behavioral Intention</i> .	Tidak Signifikan	p-Value > 0,05 T-statistik < 1,96
15		H4d	Experience secara signifikan memoderasi pengaruh <i>Facilitating Conditions</i> terhadap <i>Behavioral Intention</i> .	Signifikan	p-Value ≤ 0,05 T-statistik ≥ 1,96
16		H4e	<i>Facilitating Conditions</i> berpengaruh signifikan terhadap <i>Use Behavior</i> .	Tidak Signifikan	p-Value > 0,05 T-statistik < 1,96

17	<i>Hedonic Motivation</i>	H5a	<i>Hedonic Motivation</i> berpengaruh signifikan terhadap <i>Behavioral Intention</i> .	Tidak Signifikan	p-Value > 0,05 T-statistik < 1,96
18		H5b	Usia secara signifikan memoderasi pengaruh <i>Hedonic Motivation</i> terhadap <i>Behavioral Intention</i> .	Tidak Signifikan	p-Value > 0,05 T-statistik < 1,96
19		H5c	Jenis kelamin secara signifikan memoderasi pengaruh <i>Hedonic Motivation</i> terhadap <i>Behavioral Intention</i> .	Tidak Signifikan	p-Value > 0,05 T-statistik < 1,96
20		H5d	Experience secara signifikan memoderasi pengaruh <i>Hedonic Motivation</i> terhadap <i>Behavioral Intention</i> .	Tidak Signifikan	p-Value > 0,05 T-statistik < 1,96
21	<i>Price Value</i>	H6a	<i>Price Value</i> berpengaruh signifikan terhadap <i>Behavioral Intention</i> .	Tidak Signifikan	p-Value > 0,05 T-statistik < 1,96
22		H6b	Usia secara signifikan memoderasi pengaruh <i>Price Value</i> terhadap <i>Behavioral Intention</i> .	Tidak Signifikan	p-Value > 0,05 T-statistik < 1,96

23		H6c	Jenis kelamin secara signifikan memoderasi pengaruh <i>Price Value</i> terhadap <i>Behavioral Intention</i> .	Tidak Signifikan	p-Value > 0,05 T-statistik < 1,96
24	<i>Habit</i>	H7a	<i>Habit</i> berpengaruh signifikan terhadap <i>Behavioral Intention</i> .	Signifikan	p-Value ≤ 0,05 T-statistik ≥ 1,96
25		H7b	Usia secara signifikan memoderasi pengaruh <i>Habit</i> terhadap <i>Behavioral Intention</i> .	Tidak Signifikan	p-Value > 0,05 T-statistik < 1,96
26		H7c	Jenis kelamin secara signifikan memoderasi pengaruh <i>Habit</i> terhadap <i>Behavioral Intention</i> .	Signifikan	p-Value ≤ 0,05 T-statistik ≥ 1,96
27		H7d	Experience secara signifikan memoderasi pengaruh <i>Habit</i> terhadap <i>Behavioral Intention</i> .	Tidak Signifikan	p-Value > 0,05 T-statistik < 1,96
28		H7e	<i>Habit</i> berpengaruh signifikan terhadap <i>Use Behavior</i> .	Signifikan	p-Value ≤ 0,05 T-statistik ≥ 1,96
29		<i>Perceived Risk</i>	H8a	<i>Perceived Risk</i> berpengaruh signifikan terhadap <i>Behavioral Intention</i> .	Tidak Signifikan

30	<i>Trust</i>	H9	<i>Trust</i> mempunyai pengaruh signifikan terhadap <i>Behavioral Intention</i> .	Signifikan	p-Value $\leq 0,05$ T-statistik $\geq 1,96$
31	<i>Behavioral Intention</i>	H10	<i>Behavioral Intention</i> mempunyai pengaruh signifikan terhadap <i>use behavior</i> .	Signifikan	p-Value $\leq 0,05$ T-statistik $\geq 1,96$

#### 4.5.1 Pengaruh *Performance Expectancy* Terhadap *Behavioral Intention*

*Performance expectancy* merepresentasikan tingkatan di mana seseorang percaya bahwa dengan menggunakan sistem dompet digital maka akan bermanfaat untuk meningkatkan kinerja/produktivitasnya. Hasil dari analisis penelitian ini mengungkapkan bahwa *performance expectancy* (PE) berpengaruh positif dengan *path coefficient* 0.201 dan signifikan terhadap *behavioral intention* (BI) dengan nilai T-statistik sebesar 3,323 dan p-Value sebesar 0.001. Pada Tabel 4.19 yang mengukur mengenai efek variabel PE terhadap model struktural menunjukkan bahwa PE mempunyai efek lemah sebesar 0,058 terhadap model struktural.

*Performance expectancy* pada penelitian ini diukur menggunakan 4 indikator, yaitu: manfaat penggunaan teknologi (PE1), efektivitas teknologi (PE2), efisiensi teknologi (PE3), dan peningkatan produktivitas karena penggunaan teknologi (PE4). Pada Tabel 4.2 menunjukkan bahwa indikator PE2 merupakan indikator dengan rata-rata nilai tertinggi diikuti oleh PE3, PE1, dan PE4.

Pengaruh signifikan PE ini diperkirakan karena berdasarkan data demografi penelitian mayoritas responden adalah generasi milenial, Sebastian *et al.* (2016) mengungkapkan bahwa generasi milenial adalah generasi yang cepat, kehadiran teknologi yang memudahkan penyebaran informasi dan mobilitas membantu generasi milenial mencapai sesuatu lebih cepat dibandingkan generasi sebelumnya yang masih serba analog. Sedangkan dompet digital menawarkan kemudahan, kecepatan dan efisiensi dalam melakukan transaksi pembayaran. PE



yang berpengaruh positif signifikan terhadap BI juga sesuai dengan penelitian sebelumnya terhadap penggunaan uang digital Gopay (Indrawati dan Putri, 2018).

Namun, tidak seperti penelitian yang dilakukan oleh Venkatesh *et al.* (2012) yang mengungkapkan bahwa PE dimoderasi oleh usia, jenis kelamin dan pengalaman. Pada penelitian ini mengungkap jika pengaruh moderator tersebut tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel PE dalam niatan menggunakan teknologi.

#### **4.5.2 Pengaruh *Effort Expectancy* Terhadap *Behavioral Intention***

*Effort expectancy* merepresentasikan mengenai kemudahan penggunaan yang ditawarkan oleh sistem, jika sistem mudah digunakan maka tingkatan usaha yang dikeluarkan tidak terlalu tinggi, begitu pula sebaliknya. Sehingga konstruk ini bisa menjadi cerminan jika sistem mudah digunakan maka akan menimbulkan minat untuk menggunakan sistem tersebut.

Analisis yang telah dilakukan dalam penelitian ini menemukan bahwa *effort expectancy* (EE) tidak berpengaruh signifikan terhadap *behavioral intention* (BI) dalam menggunakan dompet digital dengan nilai p-Value sebesar 0.394 dan nilai T-statistik sebesar 0.852. Hasil penelitian ini selaras dengan penelitian mengenai niatan menggunakan Go-Pay oleh Indrawati dan Putri (2018).

Hal ini diperkirakan karena berdasarkan data demografis penelitian ini, mayoritas responden adalah berasal dari generasi *millennial* dan generasi *post-millennial*, Pew Research Center mengklasifikasikan generasi *millennial* adalah generasi yang dilahirkan diantara tahun 1981 hingga 1996, sedangkan generasi *post-millennial* adalah yang dilahirkan setelah tahun 1997 (Dimock, 2019). Generasi *millennial* dan generasi *post-millennial* dianggap spesial terutama kemampuan mereka dalam hal yang berkaitan dengan teknologi jauh berbeda dengan generasi-generasi sebelumnya. Sebastian *et al.* (2016) dalam bukunya menyatakan bahwa generasi *millennial* adalah generasi yang *tech-savvy*, *multitasker*, *love learning*, dan penyuka tantangan. Sehingga kompleksitas dalam penggunaan teknologi bukanlah menjadi masalah dalam pengadopsian teknologi baru.

#### **4.5.3 Pengaruh *Social Influence* Terhadap *Behavioral Intention***

*Social influence* merupakan konstruk yang menggambarkan bagaimana pengaruh orang-orang dapat berpengaruh untuk menggunakan sistem. Hasil dari analisis penelitian ini menemukan bahwa *social influence* (SI) tidak berpengaruh signifikan terhadap *behavioral intention* (BI) dalam menggunakan dompet digital dengan nilai T-statistik sebesar 1,741 dan p-Value sebesar 0,082. Hasil ini berbeda dengan penelitian sebelumnya oleh Indrawati dan Putri (2018) mengenai niatan menggunakan *e-payment* Go-Pay. Hal ini diperkirakan karena kondisi demografis penelitian yang berbeda.

Hasil penelitian ini dapat dijelaskan oleh mayoritas responden yang merupakan generasi milenial. Stein (2013) dalam artikelnya pada majalah TIME mengungkapkan bahwa milenial adalah “The Me Me Me Generation” atau generasi yang individualis. Sehingga hal tersebut yang diperkirakan membuat pengaruh sosial tidak berpengaruh signifikan terhadap niatan menggunakan dompet digital.

#### **4.5.4 Pengaruh *Facilitating Conditions* Terhadap *Behavioral Intention* dan *Use Behavior***

*Facilitating conditions* atau kondisi yang memfasilitasi dapat diartikan sebagai adanya faktor-faktor yang memfasilitasi penggunaan sistem, seperti adanya paket data, internet ataupun ketersediaan bantuan ketika kesulitan menggunakan sistem. Variabel ini diukur dengan menggunakan 4 indikator, yaitu: ketersediaan fasilitas pendukung (FC1), kepemilikan akan pengetahuan menggunakan teknologi (PE2), kompatibilitast teknologi (PE3), dan ketersediaan bantuan saat kesulitan menggunakan teknologi (FC4).

Berdasarkan hasil analisis pada penelitian ini menemukan bahwa *facilitating conditions* (FC) memiliki pengaruh positif dengan nilai *path coefficient* sebesar 0.099 dan signifikan terhadap *behavioral intention* (BI) dalam niatan penggunaan dompet digital dengan nilai T-statistik sebesar 2,323 dan p-Value sebesar 0,020. Selain itu, FC secara signifikan dimoderatori oleh *experience*. Hal ini sesuai dengan penelitian oleh Alba dan Hutchinson (1987) yang mengungkapkan bahwa pengalaman dapat memoderasi hubungan antara kondisi yang memfasilitasi dengan niatan menggunakan teknologi. Pengalaman yang lebih

banyak dapat menyebabkan familiaritas yang lebih besar dengan teknologi dan struktur pengetahuan yang lebih baik untuk memfasilitasi pengguna sehingga sesuai dengan hasil penelitian pengalaman memiliki efek yang lebih kuat terhadap kelompok pengguna dengan pengalaman kurang dari sama dengan 6 bulan dibandingkan dengan yang memiliki pengalaman lebih dari 6 bulan.

Selain itu, pada penelitian ini juga menemukan bahwa pengaruh FC terhadap *use behavior* merupakan pengaruh yang tidak signifikan dengan nilai T-statistik sebesar 1,753 dan p-Value sebesar 0,080. Sehingga konstruk ini tidak dapat memprediksi tingkat penggunaan dompet digital.

Pengaruh signifikan FC terhadap BI ini diperkirakan karena ketika menggunakan teknologi, responden lebih mempertimbangkan fungsi dari penggunaan teknologi. Jika kondisi-kondisi tidak memfasilitasi dalam penggunaan teknologi dompet digital seperti tidak adanya alat EDC (infrastruktur pendukung) untuk transaksi ataupun tidak tersedianya informasi tata cara menggunakan dompet digital ketika pengguna kesulitan menggunakan dompet digital maka niatan dalam penggunaan dompet digital akan menurun.

#### **4.5.5 Pengaruh *Hedonic Motivation* Terhadap *Behavioral Intention***

*Hedonic motivation* didefinisikan sebagai kesenangan yang didapat dari menggunakan sistem. Variabel ini diukur dengan menggunakan 3 indikator, yaitu: kesenangan yang didapat dalam penggunaan teknologi (HM1), kenikmatan yang didapat dalam penggunaan teknologi (HM2), dan perasaan terhibur saat menggunakan teknologi (HM3). Hasil dari analisis penelitian ini menemukan bahwa *hedonic motivation* (HM) tidak berpengaruh signifikan terhadap *behavioral intention* (BI) dalam menggunakan dompet digital dengan nilai T-statistik sebesar 0,743 dan p-Value sebesar 0,458. Hasil ini selaras dengan penelitian yang dilakukan oleh Limantara *et al.* (2018). Hal ini diperkirakan karena responden yang mayoritas adalah karyawan lebih mengutamakan fungsi dari teknologi dibandingkan kesenangan yang didapatkan saat menggunakan teknologi dompet digital.

#### **4.5.6 Pengaruh *Price Value* Terhadap *Behavioral Intention***

*Price value* (PV) pada penelitian ini digunakan untuk mengukur bagaimana biaya yang dikeluarkan oleh konsumen untuk menggunakan dompet

digital mempengaruhi niatan menggunakan dompet digital. Variabel ini diukur dengan menggunakan 3 indikator, yaitu: terjangkau biaya isi saldo (PV1), *good value for the money* (PV2), dan manfaat yang lebih dibandingkan biaya yang dikeluarkan (PV3).

Hasil dari analisis penelitian ini menemukan bahwa *price value* (PV) tidak berpengaruh signifikan terhadap *behavioral intention* (BI) dalam menggunakan dompet digital dengan nilai T-statistik sebesar 0,408 dan p-Value sebesar 0,683. Hal ini sejalan dengan penelitian sebelumnya mengenai adopsi *mobile wallet* oleh Megadewandanu *et al.* (2016) ataupun penelitian mengenai *mobile payment* oleh Limantara *et al.* (2018).

Hal ini dapat ditunjukkan melalui data demografi responden yang ditunjukkan oleh Tabel 4.7 menunjukkan bahwa mayoritas responden setuju dengan pernyataan bahwa dompet digital memiliki biaya isi saldo terjangkau. Sehingga hal ini diperkirakan menyebabkan variabel *price value* tidak menjadi variabel yang signifikan terhadap niatan penggunaan dompet digital. Selain itu berdasar data demografi penelitian menunjukkan bahwa responden mayoritas berstatus sebagai karyawan, sehingga mayoritas responden telah berpenghasilan dan biaya yang dirasakan tidak terasa memberatkan. Pada kenyataannya justru penyedia jasa dompet digital yang memberikan *cashback* ataupun diskon-diskon yang menarik sehingga hal ini yang diperkirakan membuat pengguna tidak merasa terbebani dengan biaya yang dirasakan.

#### **4.5.7 Pengaruh *Habit* Terhadap *Behavioral Intention* dan *Use Behavior***

*Habit* pada penelitian ini merupakan persepsi yang dibangun konsumen setelah menggunakan teknologi dompet digital. Variabel ini diukur dengan menggunakan 4 indikator, yaitu: tingkat kebiasaan dalam menggunakan teknologi (HT1), tingkat kecanduan dalam menggunakan teknologi (HT2), tingkat keharusan dalam menggunakan teknologi (HT3), dan tingkat kealamian dalam menggunakan teknologi (HT4).

Pada penelitian ini menemukan bahwa *habit* (HT) memiliki pengaruh positif terhadap *behavioral intention* (BI) dengan nilai *path coefficient* sebesar 0,443 dan HT berpengaruh signifikan terhadap *behavioral intention* (BI)

menggunakan dompet digital dengan nilai T-statistik sebesar 3,920 dan nilai p-Value lebih kecil dari 0,000. Selain itu, pada penelitian ini menemukan bahwa HT dimoderatori oleh jenis kelamin dalam pengaruhnya terhadap BI, dimana responden yang berjenis kelamin perempuan cenderung merasakan efek yang lebih besar dibandingkan oleh responden laki-laki. Selain itu, pada penelitian ini juga menemukan bahwa HT memiliki pengaruh positif terhadap *use behavior* dengan *path coefficient* sebesar 0,264 dan HT berpengaruh signifikan terhadap *use behavior* dengan nilai T-statistik sebesar 3,920 dan p-Value lebih kecil dari 0,000.

Pada penelitian ini *habit* ditemukan memiliki pengaruh yang sedang terhadap niatan menggunakan teknologi dompet digital, hal ini ditunjukkan melalui nilai  $f^2$  yang sebesar 0,265. Hal ini sejalan dengan penelitian-penelitiannya sebelumnya dimana *habit* memiliki pengaruh yang paling besar jika dibandingkan variabel lainnya yang mempengaruhi niatan menggunakan dompet digital (Indrawati dan Putri, 2018, Limantara *et al.*, 2018, Megadewandanu *et al.*, 2016).

Hal ini diperkirakan karena banyak promosi-promosi di media cetak ataupun elektronik yang dilakukan oleh penyedia jasa dompet digital. Selain itu, promosi tersebut menawarkan *cashback* ataupun diskon yang mencapai 50% ketika transaksi menggunakan dompet digital. Sehingga, mempengaruhi tingkah laku masyarakat untuk menggunakan dompet digital sebagai alat transaksi pembayaran.

#### **4.5.8 Pengaruh *Perceived Risk* Terhadap *Behavioral Intention***

*Perceived risk* (PR) atau risiko yang dirasakan mengacu pada sejauh mana pengguna mempersepsikan kemungkinan kerugian yang dapat ditimbulkan karena ketidakpastian menggunakan dompet digital sebagai alat pembayaran. Variabel ini diukur dengan menggunakan 3 indikator, yaitu: risiko terhadap bocornya informasi pribadi (PR1), risiko terhadap keamanan sistem (PR2), dan risiko terhadap kebocoran data (PR3). Hasil dari analisis penelitian ini menunjukkan bahwa *perceived risk* (PR) tidak berpengaruh signifikan terhadap *behavioral intention* (BI) dengan nilai T-statistik sebesar 0,695 dan p-Value sebesar 0,487. Hasil ini berbeda dengan penelitian yang telah dilakukan Slade *et al.* (2015) yang mengungkapkan bahwa *perceived risk* berpengaruh signifikan terhadap niatan dalam menggunakan *mobile payment* di UK.

Hal tersebut diperkirakan karena adanya perbedaan demografi penelitian. Selain itu, hal ini juga diperkirakan karena adanya kemungkinan pengguna dompet digital tidak mengetahui tentang risiko-risiko ini atau bisa juga dikarenakan pengguna merasa penyedia jasa dompet digital telah membuat langkah-langkah preventif untuk mengamankan sistem mereka sehingga mengurangi risiko-risiko kehilangan data ataupun bocornya informasi pengguna kepada pihak lain. Sehingga *perceived risk* tidak berpengaruh signifikan terhadap niatan menggunakan dompet digital di Indonesia.

#### **4.5.9 Pengaruh *Trust* Terhadap *Behavioral Intention***

*Trust* (TR) didefinisikan sebagai keyakinan subyektif bahwa suatu pihak akan memenuhi kewajiban mereka dan hal ini memainkan peran penting dalam transaksi keuangan elektronik, di mana pengguna rentan terhadap risiko ketidakpastian yang lebih besar dan rasa kehilangan kendali. *Trust* (TR) pada penelitian ini digunakan untuk mengukur tingkat kepercayaan pengguna terhadap sistem dompet digital. Pada dunia perbankan yang semakin kompetitif, ada penekanan terhadap kepercayaan sebagai upaya untuk membangun hubungan antara pengguna dan penyedia jasa keuangan. Variabel *trust* diukur dengan menggunakan 5 indikator, yaitu: kepercayaan terhadap penyedia teknologi dompet digital (TR1), kepercayaan penyedia jasa dompet digital dapat dipercaya (TR2), kepercayaan atas kehandalan sistem (TR3), kepercayaan atas keamanan sistem (TR4), kepercayaan atas sistem secara keseluruhan (TR5).

Pada Tabel 4.10 menunjukkan bahwa indikator TR3 merupakan indikator dengan nilai rata-rata tertinggi diikuti oleh TR2, TR1, TR5, dan TR4. Penelitian ini menunjukkan bahwa *trust* (TR) berpengaruh positif signifikan terhadap *behavioral intention* (BI) dengan *path coefficient* sebesar 0,185 dan nilai T-statistik sebesar 3,132 dengan nilai p-Value sebesar 0,001. Hal ini sejalan dengan penelitian oleh Azizah *et al.* (2018) ataupun penelitian oleh Indrawati dan Putri (2018) yang menyatakan *trust* memiliki pengaruh signifikan terhadap penggunaan *mobile wallet* dan *e-payment*.

#### **4.5.10 Pengaruh *Behavioral Intention* (BI) Terhadap *Use Behavior* (USE)**

*Behavioral intention* (BI) pada penelitian ini digunakan untuk mengukur tingkat niatan penggunaan teknologi dompet digital. Variabel ini diukur dengan menggunakan 3 indikator, yaitu: niatan penggunaan teknologi (BI1), keinginan untuk menggunakan teknologi (BI2), dan rencana untuk menggunakan teknologi secara terus-menerus (BI3). Dalam kaitannya untuk memprediksi penggunaan teknologi pada penelitian, BI ditemukan memiliki pengaruh positif signifikan terhadap *use behavior* dengan nilai *path coefficient* sebesar 0.231 dan nilai T-statistik sebesar 3,326 dan p-Value sebesar 0,001.

*(Halaman ini sengaja dikosongkan)*



## **BAB 5**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

Bab ini membahas kesimpulan dari hasil penelitian yang telah dilakukan, serta saran pengembangan yang dapat dilakukan dari hasil penelitian ini.

#### **5.1 Kesimpulan**

Berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan dalam penelitian ini, dapat disimpulkan bahwa:

1. *Habit, performance expectancy, trust, dan facilitating conditions* merupakan faktor-faktor yang mempunyai pengaruh signifikan terhadap niatan dalam menggunakan dompet digital. Pada penelitian ini juga menemukan bahwa *habit* merupakan faktor terkuat yang mempengaruhi niatan menggunakan dompet digital.
2. Berdasarkan hasil penelitian ini, maka dapat dirumuskan strategi-strategi untuk meningkatkan penggunaan dompet digital berdasarkan faktor-faktor yang berpengaruh signifikan terhadap niatan penggunaan dompet digital, antara lain:
  - Faktor *habit* adalah faktor yang paling berpengaruh yang mempengaruhi niat perilaku untuk mengadopsi dompet digital di Indonesia. Berdasar laporan oleh MDI Ventures dan Mandiri Sekuritas, tingkat penetrasi *smartphone* telah melampaui kepemilikan rekening bank di Indonesia (Agusta dan Hutabarat, 2018). Dengan mempertimbangkan fakta ini, penyedia dompet digital harus menciptakan kondisi dimana penggunaan dompet digital menjadi kebiasaan untuk melakukan transaksi pembayaran, misalnya, upaya untuk mengintegrasikan ekosistem dompet digital ke dalam *e-commerce* sebagai sistem pembayaran atau upaya untuk memberikan promosi *cashback* untuk membeli makanan atau barang pada gerai-gerai. Upaya ini akan menciptakan kebiasaan bagi konsumen untuk lebih sering menggunakan dompet digital.

- Faktor kedua yang juga ditemukan mempengaruhi niat penggunaan dompet digital adalah *performance expectancy*. Dengan efisiensi, kemudahan dan kepraktisan yang ditawarkan dompet digital sebagai alat pembayaran transaksi, penyedia dompet digital harus tetap menjaga kualitas layanan aplikasi dompet digital sehingga performanya tetap terjaga.
- Faktor *trust* memiliki pengaruh signifikan terhadap niat penggunaan dompet digital, berdasarkan data penelitian ini, nilai indikator dengan rata-rata terendah adalah yang terkait dengan keamanan sistem. Hal ini sejalan dengan riset oleh Yu dan Youra (2015) yang menyatakan bahwa hambatan untuk adopsi dompet digital di Amerika Serikat adalah terkait dengan *security concerns*. Padahal jika dibandingkan dengan penggunaan kartu kredit, ketika melakukan pembayaran menggunakan dompet digital, merchant tidak tidak mendapatkan detail dari kartu kredit, kartu debit, ataupun informasi pembayar transaksi (Warner, 2019). Hal ini menunjukkan kurangnya edukasi terhadap pengguna dompet digital sehingga menyebabkan persepsi terhadap kepercayaan keamanan sistem menjadi rendah. Untuk mengantisipasi masalah ini, penyedia jasa dompet digital diharapkan untuk mengedukasi pelanggan tentang masalah keamanan.
- Kondisi yang memfasilitasi juga secara signifikan mempengaruhi niatan untuk menggunakan layanan dompet digital. Mengingat hal ini, penyedia dompet digital harus mengembangkan aplikasi yang dapat diakses dengan spesifikasi ponsel cerdas terendah dan layanan *helpdesk* yang dapat dengan mudah dihubungi melalui *chatting*, email atau telepon setiap kali pengguna mengalami kesulitan untuk menggunakan aplikasi. Selain itu, untuk memperluas layanannya penyedia jasa dompet digital juga perlu untuk menyiapkan kebutuhan gerai-gerai atau kedai-kedai untuk memfasilitasi

pengguna agar dapat membayar transaksinya menggunakan dompet digital.

3. Penelitian ini menemukan bahwa tingkat kekuatan prediksi model penelitian ini mencapai 63,4%. Berdasar aturan praktis, nilai 63,4% menunjukkan model penelitian ini memiliki tingkat prediksi untuk mengetahui niatan menggunakan dompet digital secara *moderate*. Sehingga model penelitian ini layak digunakan untuk penelitian dalam konteks penerimaan teknologi dompet digital.

## **5.2 Saran**

Berdasarkan hasil penelitian ini, dapat dikemukakan beberapa saran kepada pihak penyedia jasa dompet digital ataupun kepada peneliti untuk penelitian selanjutnya sebagai berikut:

### **5.2.1 Saran Untuk Penyedia Jasa Dompet Digital**

1. Untuk meningkatkan pengguna dompet digital, pihak penyedia jasa perlu untuk memperhatikan faktor-faktor yang berkaitan dengan *habit* pengguna. Salah satunya adalah dengan cara meningkatkan kemampuan dompet digital supaya bisa digunakan untuk membayar transaksi apapun, sehingga pengguna menjadi terbiasa untuk menggunakan dompet digital. Selain itu, berkaitan untuk membentuk habit pengguna, penyedia jasa dompet digital juga perlu untuk menyiapkan fasilitas-fasilitas pendukung transaksi menggunakan dompet digital untuk mendapatkan kondisi yang memfasilitasi pengguna menggunakan dompet digital.
2. Faktor performa dompet digital juga perlu diperhatikan oleh penyedia jasa dompet digital. Perubahan dunia yang bergerak cepat dan dinamis membuat para pengguna membutuhkan teknologi yang bisa menunjang produktivitas mereka. Sehingga, teknologi dompet digital diharapkan mampu memberikan efisiensi waktu yang digunakan untuk membayar berbagai transaksi pembayaran diharapkan penyedia jasa dompet digital untuk memberikan pengalaman *seamless* dalam melakukan pembayaran menggunakan dompet digital.

3. Penyedia jasa dompet digital dapat meningkatkan kepercayaan masyarakat dengan cara meningkatkan keamanan sistem dengan dua faktor otentifikasi dan sering memberikan himbauan agar tidak membagi kode otentifikasi yang didapat dari sms kepada siapapun.

### **5.2.2 Saran Untuk Peneliti**

Akurasi atau ketepatan model yang dianalisis dalam penelitian ini hanya sebesar 0,634 untuk mengukur niatan menggunakan (*behavioral intention*) dompet digital. Hal ini berarti bahwa keragaman variabel *behavioral intention* dapat dijelaskan oleh model sebesar 63,4% dan sisanya 36,6% dapat dijelaskan oleh variabel lain diluar penelitian ini. Oleh karena itu para peneliti selanjutnya dapat mengembangkan model penelitian dengan menambahkan variabel *price saving orientation* seperti yang dilakukan oleh Indrawati dan Putri (2018). Selain itu, para peneliti juga dapat mengkhususkan penelitian terhadap entitas dompet digital tertentu, seperti OVO, Gopay, Dana ataupun penyedia jasa dompet digital lainnya.

## DAFTAR PUSTAKA

- Agusta, J. dan Hutabarat, K. (2018) *Mobile Payment in Indonesia: Race to Big Data Domination*, Jakarta: MDI Ventures.
- Ajzen, I. dan Fishbein, M. (1980) *Understanding Attitudes and Predicting Social Behavior*. Englewood Cliffs, New Jersey: Prentice Hall.
- Alba, J. W. dan Hutchinson, J. W. (1987) 'Dimensions of Consumer Expertise', *Journal of Consumer Research*, 13(4), pp. 411-454.
- Azizah, N., Handayani, P. W. dan Azzahro, F. 'Factors Influencing Continuance Usage of Mobile Wallet in Indonesia'. *2018 International Conference on Information Management and Technology (ICIMTech)*, Jakarta: IEEE, 92-97.
- Bakan, D. (1966) *The Duality of Human Existence*. Chicago: Rand McNally.
- Bauer, R. A. 'Consumer Behavior as Risk Taking, Dynamic Marketing for Changing World'. *Conference of the American Marketing Association*, Chicago: American Marketing Association, 389-398.
- BPS (2018) *Statistik Pemuda Indonesia*, Jakarta, Indonesia.
- Brown, S. A. dan Venkatesh, V. (2005) 'Model of Adoption of Technology in Households: A Baseline Model Test and Extension Incorporating Household Life Cycle', *MIS Quarterly*, 29, pp. 399-426.
- Chandra, S., Srivastava, S. C. dan Theng, Y.-L. (2010) 'Evaluating the Role of Trust in Consumer Adoption of Mobile Payment Systems: An Empirical Analysis', *Communication of the Association for Information Systems*, 27, pp. 561-588.
- Chau, P. Y. K. dan Hui, K. L. (1998) 'Identifying Early Adopters of New IT Products: A Case of Windows 95', *Information & Managements*, 33(5), pp. 225-230.
- Cohen, J. (1988) *Statistical Power Analysis for the Behavioral Sciences*. 2 edn.: Lawrence Erlbaum Associates.
- Cox, D. F. dan Rich, S. U. (1964) 'Perceived Risk and Consumer Decision-Making—The Case of Telephone Shopping', *Journal of Marketing Research*, 1(4), pp. 32-39.
- Davis, F. D. (1986) *A Technology Acceptance Model for Empirically Testing New End-User Information Systems: Theory and Results*. Massachusetts Institute of Technology, Cambridge.
- Davis, F. D. (1989) 'Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology', *MIS Quarterly*, 13, pp. 319-340.
- Deaux, K. dan Kite, M. (1987) 'Thinking about Gender', *Analyzing Gender: A Handbook of Social Science Research*. Beverly Hills, CA: Sage Publications, pp. 92-117.
- Deaux, K. dan Lewis, L. L. (1984) 'Structure of Gender Stereotypes: Interrelationships amongs Components and Gender Label', *Journal of Personality and Social Psychology*, 46(5), pp. 991-1004.
- Demirguc-Kunt, A., Klapper, L., Singer, D., Ansar, S. dan Hess, J. (2018) *The Global Findex Database 2017*, Washington: World Bank Publication.

- Dimock, M. (2019) *Defining generations: Where Millennials end and Generation Z begins*. FACTANK NEWS IN THE NUMBER: Pew Research Center. Available at: <https://www.pewresearch.org/fact-tank/2019/01/17/where-millennials-end-and-generation-z-begins/> (Diakses: 11 Juni 2019).
- Fishbein, M. dan Ajzen, I. (1975) *Belief, attitude, intention and behaviour: An introduction to theory and research*. Addison-Weskey.
- Forsythe, S. M. dan Shi, B. (2003) 'Consumer patronage and risk perceptions in Internet shopping', *Journal of Business Research*, 56(11), pp. 867-875.
- Gefen, D., Karahanna, E. dan Straub, D. (2003a) 'Inexperience and experience with online stores: the importance of TAM and trust', *IEEE Transactions on Engineering Management*, 50(3), pp. 307-321.
- Gefen, D., Karahanna, E. dan Straub, D. W. (2003b) 'Trust and TAM in Online Shopping: An integrated Model', *MIS Quarterly*, 27, pp. 51-90.
- Geisser, S. (1974) 'A predictive approach to the random effect model', *Biometrika*, 61(1), pp. 101-107.
- Ghozali, I. (2011) *Structural Equation Modeling. Metode Alternatif dengan Partial Least Square (PLS) Edisi 3*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. dan Fuad (2008) *Structural Equation Modeling: Teori, Konsep dan Aplikasi dengan Program Lisrel 8.80*. 2 edn. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. dan Latan, H. (2012) *Partial-Least Square: Konsep, Teknik dan Aplikasi Menggunakan Program SmartPLS 2.0 M3*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hair, J., Black, W., Babin, B., Anderson, R. dan Tatham, R. (2006) *Multivariate Data Analysis 6th ed*. Prentice Hall.
- Hair, J., Hault, G., Ringle, C. dan Sarstedt, M. (2014) *A Primer On Partial Least Structural Equations Modeling (PLS-SEM)*. Sage: United States of America.
- Hair Jr., J. F., Sarstedt, M., Hopkins, L. dan Kuppelwieser, V. G. (2014) 'Partial least squares structural equation modeling (PLS-SEM): An emerging tool in business research', *European Bussiness Review*, 26(2), pp. 106-121.
- Hall, D. dan Mansfield, R. (1975) 'Relationships of Age and Seniority with Career Variables of Engineers and Scientist', *Journal of Applied Psychology*, 60(3), pp. 201-210.
- Hartono, J. (2007) *Sistem Informasi Keperilakuan*. Jogjakarta: Andi.
- Hasan, M. I. (2001) *Pokok-pokok Materi Statistik I (Statistik Deskriptif)*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Heijden, H. v. d. (2004) 'User Acceptance of Hedonic Information System', *MIS Quarterly*, 28(4), pp. 695-704.
- Henning, M. dan Jardim, A. (1977) *The Managerial Woman*. Garden City, New York: Anchor Press.
- Henseler, J., Ringle, C. M. dan Sinkovic, R. R. (2009) 'The use of partial least squares path modelling in international marketing', *Advances in International Marketing*. BIngly: Emerald, pp. 277-319.

- Holbrook, M. B. dan Hirschman, E. C. (1982) 'The Experiential Aspects of Consumption: Consumer Fantasies, Feelings, and Fun', *Journal of Consumer Research*, 9(2), pp. 132-140.
- Indrawati dan Putri, D. A. 'Analyzing Factors Influencing Continuance Intention of E-Payment Adoption Using Modified UTAUT 2 Model', *2018 6th International Conference on Information and Communication Technology (ICoICT)*, Bandung, Indonesia: IEEE.
- Limantara, N., Jingga, F. dan Surja, S. 'Factors Influencing Mobile Payment Adoption in Indonesia', *2018 International Conference on Information Management and Technology (ICIMTech)*, Jakarta, Indonesia: IEEE.
- Lu, Y., Yang, S., Chau, P. Y. K. dan Cao, Y. (2011) 'Dynamics between the trust transfer process and intention to use mobile payment services: A cross-environment perspective', *Information & Management*, 48(8), pp. 393-403.
- Malhotra, N. (2009) *Riset Pemasaran Pendekatan Terapan Jilid 1*. Jakarta: PT Index.
- Matemba, E. D. dan Li, G. (2018) 'Consumers' Willingness to Adopt and Use WeChat Wallet: An Empirical Study in South Africa', *Technology in Society*, 53, pp. 55-68.
- Megadewandanu, S., Suyoto dan Pranowo 'Exploring Mobile Wallet Adoption in Indonesia Using UTAUT2: An Approach from Consumer Perspective', *2016 2nd International Conference on Science and Technology-Computer (ICST)*, Yogyakarta, Indonesia: IEEE.
- Miller, J. B. (1976) *Toward a New Psychology of Women*. Boston: Beacon Press.
- Minton, H. L. dan Schneider, F. W. (1984) *Differential Psychology*. Prospect Heights: Waveland Press.
- Morris, M. G., Venkatesh, V. dan Ackerman, P. L. (2005) 'Gender and Age Differences in Employee Decisions about New Technology: An Extension to the Theory of Planned Behavior', *IEEE Transactions on Engineering Management*, 52(1), pp. 69-84.
- Notani, A. S. (1998) 'Moderators of Perceived Behavioral Control Predictiveness in the Theory of Planned Behavior', *Journal of Consumer Psychology*, 7(3), pp. 242-271.
- Plude, D. dan Hoyer, W. (1985) *Attention and Performance: Identifying and Localizing Age Deficits*. New York: John Wiley & Sons.
- Posner, R. A. (1996) *Aging and Old Age*. Chicago: University of Chicago Press.
- Priyono, S. dan Sunaryo, S. 'Pemodelan Penggunaan Nyata Aplikasi Website E-Learning Oleh Dosen Di Ua Menggunakan Metode Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM)'. *Prosiding Seminar Nasional Manajemen Teknologi XVIII*, Surabaya: MMT ITS.
- Purnamasari, D. (2017) *Riset Mandiri 50,90% Masyarakat "Khawatir" dengan Penggunaan Data Uang Elektronik*: Tirto.id. Available at: <https://tirto.id/5090-masyarakat-khawatirkan-penggunaan-data-e-money-cy41> (Diakses: 10 Juli 2019).
- Rhodes, S. R. (1983) 'Age-Related Differences in Work Attitudes and Behavior: A review and Conceptual Analysis', *Psychological Bulletin*, 93(2), pp. 328-367.

- Rotter, G. S. dan Portugal, S. M. (1969) 'Group and Individual Effects in Problem Solving', *Journal of Applied Psychology*, 53(4), pp. 338-341.
- Sanchez, G. (2009) 'Understanding Partial Least Squares Path Modeling (An Introduction with R)', *Academic Paper, March 2009, Department of Statistics and Operations Research, Universitat Politècnica de Catalunya*.
- Santoso, S. (2011) *Structural Equation Modeling (SEM) Konsep dan Aplikasi dengan AMOS 18*. Jakarta: Kompas Gramedia.
- Sarstedt, M. dan Mooi, E. (2014) *A Consise Guide to Market Research: The Process, Data and Methods Using IBM SPSS Statistics*. Heidelberg: Springer.
- Sarstedt, M., Ringle, C. M. dan Hair, J. F. (2017) 'Partial Least Squares Structural Equation Modeling', in Homburg, C., Klarmann, M. dan Vomberg, A. (eds.) *Handbook of Market Research*: Springer, Cham, pp. 1-40.
- Sarstedt, M., Ringle, C. M., Henseler, J. dan Hair, J. F. (2014) 'On the Emancipation of PLS-SEM: A Commentary on Rigdon (2012)', *Long Range Planning*, 47(3), pp. 154-160.
- Sebastian, Y., Amran, D. dan Youthlab (2016) *Generasi Langgas: Millenials Indonesia*. Jakarta: GagasMedia.
- Sekhon, H. S., Ennew, C., Kharouf, H. dan Devlin, J. F. (2014) 'Trustworthiness and Trust: Influences and Implications', *Journal of Marketing Management*, 30.
- Slade, E. L., Dwivedi, Y. K., Piercy, N. C. dan Williams, M. D. (2015) 'Modeling Consumers' Adoption Intentions of Remote Mobile Payments in the United Kingdom: Extending UTAUT with Innovativeness, Risk, and Trust', *Psychology & Marketing*, 32(8), pp. 860-873.
- Slade, E. L., Williams, M. D. dan Dwivedi, Y. K. 'Extending UTAUT2 To Explore Consumer Adoption of Mobile Payments'. *UK Academy for Information Systems Conference Proceedings 2013*: Association For Information Systems.
- Slama, M. E. dan Taschian, A. (1985) 'Selected Socioeconomic and Demographic Characteristics Associated with Purchasing Involvement', *Journal of Marketing*, 49(1), pp. 77-82.
- Stein, J. (2013) *Millenials: The Me Me Me Generation*: TIME. Available at: <https://time.com/247/millennials-the-me-me-me-generation/> (Diakses: 30 Mei 2019).
- Sugiyono (2008) *Metode Penelitian Kunatitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Thakur, R. dan Srivastava, M. (2014) 'Adoption readiness, personal innovativeness, perceived risk and usage intention across customer groups for mobile payment services in India', *Internet Research*, 24, pp. 369-392.
- Thong, J. Y. L., Hong, S.-J. dan Tam, K. Y. (2006) 'The effects of post-adoption beliefs on the expectation-confirmation model for information technology continuance', *International Journal of Human-Computer Studies*, 64(9), pp. 799-810.
- Triandis, H. C. (1977) *Interpersonal Behavior*. Brooks: Cole Pub. Co.



- Venkatesh, V. (2000) 'Determinant of Perceived Ease of Use: Integrating Control, Intrinsic Motivation, and Emotion Into Technology Acceptance Model', *Information Systems Research*, 11(4), pp. 342-365.
- Venkatesh, V. dan Bala, H. (2008) 'Technology Acceptance Model 3 and a Research Agenda on Intervention', *Decision Sciences*, 39(2), pp. 273-315.
- Venkatesh, V. dan Davis, F. D. (1996) 'A Model of The Antecedents of Perceived Ease of Use: Development and Test', *Decision Science*, 3(2), pp. 451-481.
- Venkatesh, V. dan Davis, F. D. (2000) 'A Theoretical Extension of the Technology Acceptance Model: Four Longitudinal Field Studies', *Management Science*, 46, pp. 186-204.
- Venkatesh, V. dan Morris, M. G. (2000) 'Why Don't Men Ever Stop to Ask For Directions? Gender, Social Influence, and Their Role in Technology Acceptance and Usage Behavior', *MIS Quarterly*, 24, pp. 115-139.
- Venkatesh, V., Morris, M. G., Davis, G. B. dan Davis, F. D. (2003) 'User Acceptance of Information Technology: Toward a Unified View', *MIS Quarterly*, 27(3), pp. 425-478.
- Venkatesh, V., Thong, J. Y. L. dan Xu, X. (2012) 'Consumer Acceptance and Use of Information Technology: Extending The Unified Theory of Acceptance and Use of Technology', *MIS Quarterly*, 36, pp. 157-178.
- Warner, C. (2019) *How Secure are Digital Wallets and Mobile Payments (Apple Pay, Google Pay, Samsung Pay, PayPal, etc.)?*: DefendingDigital.com. Available at: <https://defendingdigital.com/how-secure-are-digital-wallets-and-mobile-payments/> (Diakses: 15 Juli 2019).
- Williams, M., Rana, N., Dwivedi, Y. dan Lal, B. 'Is UTAUT really used or just cited for the sake of it? A systematic review of citations of UTAUT's originating articles'. *Proceedings of the European Conference in Information Systems*, Helsinki: AIS Electronic Library.
- Yamin, S. dan Kurniawan, H. (2009) *Structural Equation Modeling: Belajar Lebih Mudah Teknik Analisis Data Kuesioner dengan LISREL-PLS, Buku Seri Kedua*. Jakarta: Salemba Infotek.
- Yu, D. dan Youra, B. (2015) *No One Is Winning the Battle for Digital Wallet Customers*. U.S.: Gallup.com. Available at: <https://news.gallup.com/businessjournal/184034/no-one-winning-battle-digital-wallet-customers.aspx> (Diakses: 15 Juli 2019).
- Zeithaml, V. A. (1988) 'Consumer Perceptions of Proce, Quality, and Value: A Means-End Model and Synthesis of Evidence', *Journal of Marketing*, 52, pp. 2-22.

*(Halaman ini sengaja dikosongkan)*

# LAMPIRAN

## Lampiran A: Kuesioner

### Survei Penerimaan Teknologi Dompot Digital (E-Wallet)

Perkenalkan nama saya Muhtarom Widodo, seorang mahasiswa jurusan Manajemen Teknologi Informasi MMT-ITS Surabaya. Survei ini dilakukan sebagai bagian dari penelitian saya yang berjudul "Analisis Faktor Penerimaan Teknologi Dompot Digital Di Indonesia".

Saya sangat mengapresiasi jika anda menyempatkan waktu anda untuk menjawab survei ini.

Tidak ada jawaban yang benar atau salah pada penelitian ini, maka dari itu saya sangat mengharapkan kejujuran anda dalam menjawab survei ini.

Segala informasi yang anda berikan akan dirahasiakan dan hanya akan digunakan pada penelitian ini.

Terima kasih atas partisipasinya dalam survei ini, saya sangat mengapresiasi bantuan anda.

Salam,  
Muhtarom Widodo

\* Required

Email address \*

Your email \_\_\_\_\_

#### Pertanyaan Screening

Sebelum memulai survei, pertanyaan screening dilakukan untuk memastikan anda adalah responden yang tepat dalam penelitian ini. Dalam hal ini, responden yang diinginkan adalah responden yang pernah menggunakan aplikasi dompet digital (contoh: Gopay, OVO, Dana, LinkAja, T-Cash, Doku Wallet, dsb.)

Pernahkah anda menggunakan aplikasi dompet digital?

\*abaikan pertanyaan selanjutnya jika memilih tidak \*

Ya

Tidak

Aplikasi dompet digital apa yang pernah anda gunakan ?

\*abaikan jika anda menjawab tidak pada pertanyaan sebelumnya

Gopay

OVO

Dana

LinkAja (T-Cash)

Other: \_\_\_\_\_

## Kuesioner Utama

Berisikan pertanyaan mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi penerimaan teknologi pengguna dalam menggunakan aplikasi dompet digital (e-wallet).

Pilihlah jawaban dalam rentang skala 1 sampai 5 dengan detail sebagai berikut:

1. Sangat Tidak Setuju
2. Tidak Setuju
3. Netral
4. Setuju
5. Sangat Setuju

### Performance Expectancy (Ekspektasi Performa)

Saya merasa dompet digital berguna dalam kehidupan sehari-hari saya. \*

	1	2	3	4	5	
Sangat Tidak Setuju	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Sangat Setuju

Dompet digital mempermudah saya untuk melakukan transaksi pembayaran. \*

	1	2	3	4	5	
Sangat Tidak Setuju	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Sangat Setuju

Dompet digital membantu saya menyelesaikan transaksi pembayaran dengan cepat. \*

	1	2	3	4	5	
Sangat Tidak Setuju	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Sangat Setuju

Dengan menggunakan dompet digital meningkatkan produktivitas saya. \*

	1	2	3	4	5	
Sangat Tidak Setuju	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Sangat Setuju

### Effort Expectancy (Ekspektasi Usaha)

Saya merasa cara menggunakan dompet digital mudah dipelajari. \*

	1	2	3	4	5	
Sangat Tidak Setuju	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Sangat Setuju

Saya merasa tampilan antarmuka (User Interface) aplikasi dompet digital mudah dipahami/dimengerti. \*

	1	2	3	4	5	
Sangat Tidak Setuju	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Sangat Setuju

Saya merasa dompet digital mudah digunakan. \*

	1	2	3	4	5	
Sangat Tidak Setuju	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Sangat Setuju

Saya merasa mudah untuk menjadi mahir dalam menggunakan dompet digital. \*

	1	2	3	4	5	
Sangat Tidak Setuju	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Sangat Setuju

### Social Influence (Pengaruh Sosial)

Orang-orang yang penting bagi saya mempengaruhi saya untuk menggunakan dompet digital. \*

1 2 3 4 5

Sangat Tidak Setuju      Sangat Setuju

Orang-orang yang berpengaruh bagi saya mempengaruhi saya untuk menggunakan dompet digital. \*

1 2 3 4 5

Sangat Tidak Setuju      Sangat Setuju

Orang-orang yang pendapatnya saya hormati mempengaruhi saya untuk menggunakan dompet digital. \*

1 2 3 4 5

Sangat Tidak Setuju      Sangat Setuju

### Facilitating Conditions (Kondisi yang memfasilitasi)

Saya memiliki fasilitas yang diperlukan (misal: internet, smartphone, paket data, dsb.) untuk menggunakan dompet digital. \*

1 2 3 4 5

Sangat Tidak Setuju      Sangat Setuju

Saya memiliki pengetahuan yang diperlukan untuk menggunakan dompet digital. \*

1 2 3 4 5

Sangat Tidak Setuju      Sangat Setuju

Dompet digital kompatibel dengan teknologi lain yang saya gunakan. \*

1 2 3 4 5

Sangat Tidak Setuju      Sangat Setuju

Saya bisa mendapatkan bantuan dari orang lain ketika saya kesulitan menggunakan dompet digital. \*

1 2 3 4 5

Sangat Tidak Setuju      Sangat Setuju

### Hedonic Motivation (Motivasi Hedonis)

Saya merasa senang ketika menggunakan dompet digital. \*

	1	2	3	4	5	
Sangat Tidak Setuju	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Sangat Setuju

Saya menikmati menggunakan dompet digital. \*

	1	2	3	4	5	
Sangat Tidak Setuju	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Sangat Setuju

Saya merasa terhibur ketika menggunakan dompet digital. \*

	1	2	3	4	5	
Sangat Tidak Setuju	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Sangat Setuju

### Price Value (Nilai Harga)

Dompet digital memiliki biaya isi saldo terjangkau. \*

	1	2	3	4	5	
Sangat Tidak Setuju	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Sangat Setuju

Dompet digital memberi nilai lebih dibanding biaya isi saldo yang dikeluarkan (good value for the money). \*

	1	2	3	4	5	
Sangat Tidak Setuju	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Sangat Setuju

Dompet digital memberi manfaat yang lebih dibanding biaya isi saldo yang dikeluarkan. \*

	1	2	3	4	5	
Sangat Tidak Setuju	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Sangat Setuju

### Habit (Kebiasaan)

Penggunaan dompet digital sebagai alat transaksi pembayaran sudah menjadi kebiasaan bagi saya. \*

	1	2	3	4	5	
Sangat Tidak Setuju	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Sangat Setuju

Saya kecanduan menggunakan dompet digital sebagai alat transaksi pembayaran. \*

1 2 3 4 5

Sangat Tidak Setuju      Sangat Setuju

Saya harus menggunakan dompet digital sebagai alat transaksi pembayaran. \*

1 2 3 4 5

Sangat Tidak Setuju      Sangat Setuju

Menggunakan dompet digital sebagai alat transaksi pembayaran sudah menjadi hal yang alami bagi saya. \*

1 2 3 4 5

Sangat Tidak Setuju      Sangat Setuju

### Trust (Kepercayaan)

Saya percaya penyedia jasa dompet digital mengutamakan kepentingan pelanggan. \*

1 2 3 4 5

Sangat Tidak Setuju      Sangat Setuju

Saya percaya penyedia jasa dompet digital dapat dipercaya. \*

1 2 3 4 5

Sangat Tidak Setuju      Sangat Setuju

Saya percaya dengan kehandalan sistem dompet digital yang saya gunakan. \*

1 2 3 4 5

Sangat Tidak Setuju      Sangat Setuju

Saya percaya dengan keamanan sistem dompet digital yang saya gunakan. \*

1 2 3 4 5

Sangat Tidak Setuju      Sangat Setuju

Saya percaya dengan sistem dompet digital yang saya gunakan. \*

1 2 3 4 5

Sangat Tidak Setuju      Sangat Setuju

### Perceived Risk (Persepsi Resiko)

Saya merasa tidak benar-benar aman memberikan informasi pribadi pada sistem dompet digital. \*

1 2 3 4 5

Sangat Tidak Setuju      Sangat Setuju

Saya khawatir menggunakan sistem dompet digital karena orang lain mungkin dapat mengakses akun saya. \*

1 2 3 4 5

Sangat Tidak Setuju      Sangat Setuju

Saya merasa tidak aman mengirim informasi sensitif melalui sistem dompet digital. \*

1 2 3 4 5

Sangat Tidak Setuju      Sangat Setuju

### Behavioral Intention (Niat Menggunakan)

Saya berniat untuk terus menggunakan dompet digital di masa mendatang. \*

1 2 3 4 5

Sangat Tidak Setuju      Sangat Setuju

Saya akan selalu mencoba menggunakan dompet digital dalam kehidupan saya sehari-hari. \*

1 2 3 4 5

Sangat Tidak Setuju      Sangat Setuju

Saya berencana untuk terus menggunakan dompet digital sesering mungkin. \*

1 2 3 4 5

Sangat Tidak Setuju      Sangat Setuju



## Experience

Berapa lama anda telah menggunakan dompet digital? \*

- Kurang dari 1 bulan
- Antara 1-3 bulan
- Antara 4-6 bulan
- Antara 7-9 bulan
- Lebih dari 9 Bulan

Seberapa sering anda menggunakan dompet digital untuk transaksi pembayaran?

- 1-3 kali per bulan
- 4-6 kali per bulan
- 7-9 kali per bulan
- 9-12 kali per bulan
- Lebih dari 12 kali per bulan

## Profil Responden

Data yang diisi pada bagian ini hanya akan digunakan pada kebutuhan penelitian ini dan tidak akan dialihkan kepada pihak lain.

Nama (optional)

Your answer

Kota domisili (tempat tinggal) saat ini \*

- Surabaya
- Gresik
- Sidoarjo
- Jabodetabek
- Other:

Nomer HP \*

Your answer

Jenis Kelamin \*

- Pria
- Wanita

**Umur \***

Your answer \_\_\_\_\_

**Status \***

- Belum Menikah
- Sudah Menikah

**Pekerjaan \***

- Pelajar/Mahasiswa
- PNS
- Wirausaha
- Karyawan Swasta
- Belum/Tidak bekerja
- Other: \_\_\_\_\_

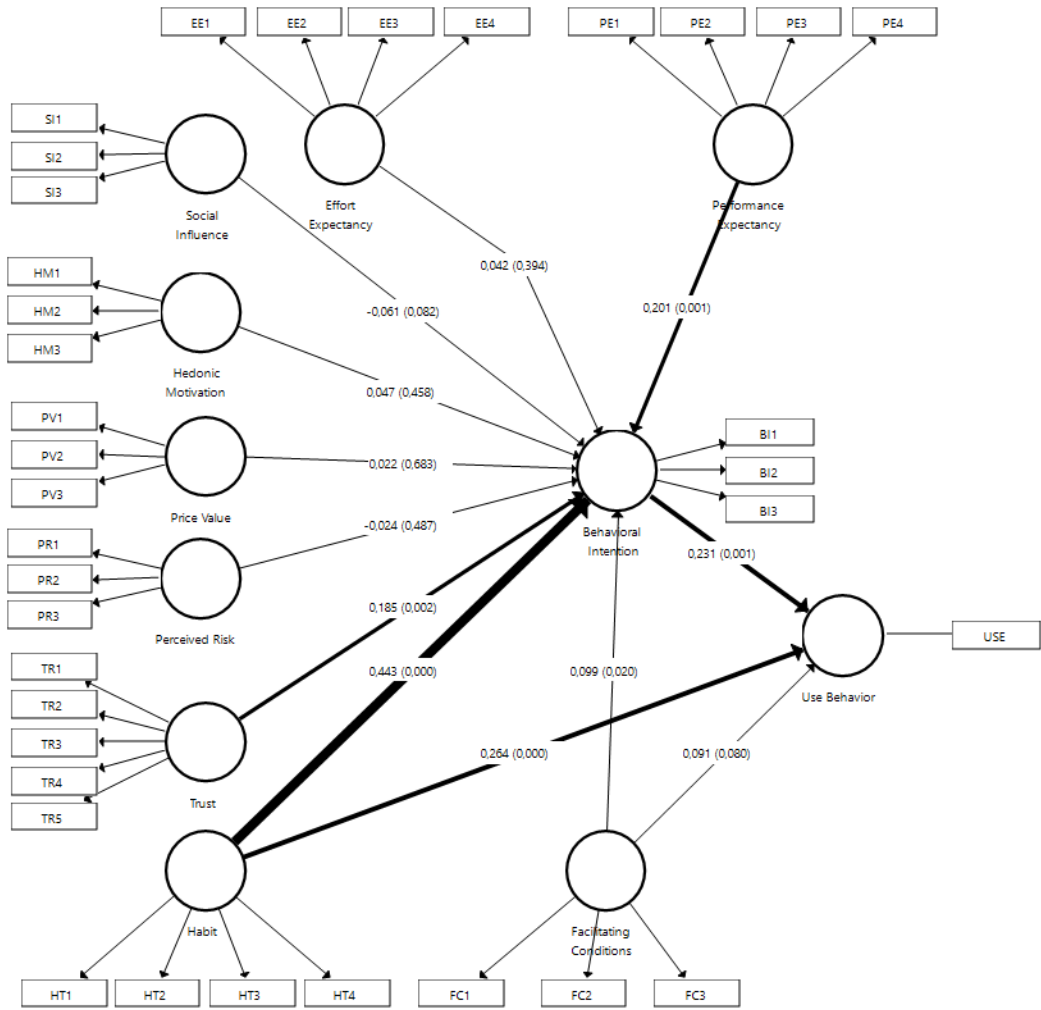
**Pendidikan Terakhir \***

- Tidak Sekolah
- SD atau sederajat.
- SMP atau sederajat.
- SMA atau sederajat.
- D1/D2/D3
- S1/D4
- S2/S3

**Pendapatan per bulan \***

- Di bawah Rp 2.500.000
- Rp. 2.500.000 - Rp. 5.000.000
- Rp. 5.000.001 - Rp. 7.500.000
- Rp. 7.500.001 - Rp. 10.000.000
- Di atas Rp. 10.000.000

## Lampiran B: Hasil Uji PLS-SEM



*(Halaman ini sengaja dikosongkan)*

## BIODATA PENULIS



**Muhtarom Widodo.** Penulis lahir di Surabaya pada tanggal 4 Oktober 1991, merupakan anak terakhir dari tiga bersaudara. Penulis menempuh pendidikan formal di SDN Kalirungkut I Surabaya, lalu melanjutkan ke SMPN 12 Surabaya dan SMAN 16 Surabaya. Setelah lulus SMA pada tahun 2010 penulis melanjutkan S1 di jurusan Teknik Informatika ITS dan lulus pada tahun 2014. Setelah menyelesaikan pendidikan S1, penulis berkarir sebagai seorang *network engineer*. Pada tahun 2017, penulis melanjutkan pendidikan S2 di Magister Manajemen Teknologi di Institut Teknologi Sepuluh Nopember Surabaya.

*(Halaman ini sengaja dikosongkan)*