

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Internet dewasa ini mengalami perkembangan yang luar biasa masif. Masifnya perkembangan tersebut memberikan dampak yang cukup positif dan signifikan bagi kehidupan masyarakat. Hal tersebut terjadi karena semakin banyak aktivitas dalam kehidupan masyarakat yang saat ini terbantu akibat adanya perkembangan internet. Perkembangan pada internet saat ini tidak hanya menjadikannya sebagai alat komunikasi atau sumber informasi semata, melainkan telah menjadi faktor pendorong terjadinya transformasi dalam berbagai aspek, seperti sosial, politik, ekonomi, hingga budaya.

Jumlah dari pengguna internet yang keberadaannya di Indonesia saat ini terus meningkat setiap tahunnya sejalan dengan survei yang dilaksanakan oleh lembaga yang dikenal sebagai Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia atau APJII. Gambar 1.1 menyatakan bahwa pengguna internet di Indonesia secara kontinu mendapati peningkatan setiap tahunnya. Periode 2022-2023 misalnya, pengguna internet di negeri ini menembus angka 215,63 juta jiwa dari keseluruhan populasi 275,77 juta jiwa. Angka ini meningkat sebesar 1,17% jika dibandingkan pada periode sebelumnya yang hanya menembus angka 210,03 juta jiwa.



Gambar 1.1 Jumlah Pengguna Internet di Indonesia
 Sumber: www.indonesiabaik.id, 2023

Perkembangan masif dari internet yang juga diikuti dengan peningkatan jumlah penggunanya menimbulkan beragam inovasi di berbagai sektor yang ada dalam masyarakat. Salah satu sektor yang mengalami inovasi akibat perkembangan internet dan jumlah penggunanya adalah sektor keuangan. Sektor tersebut mengalami inovasi dengan melahirkan sistem keuangan baru yang disebut sebagai *financial technology (fintech)*.

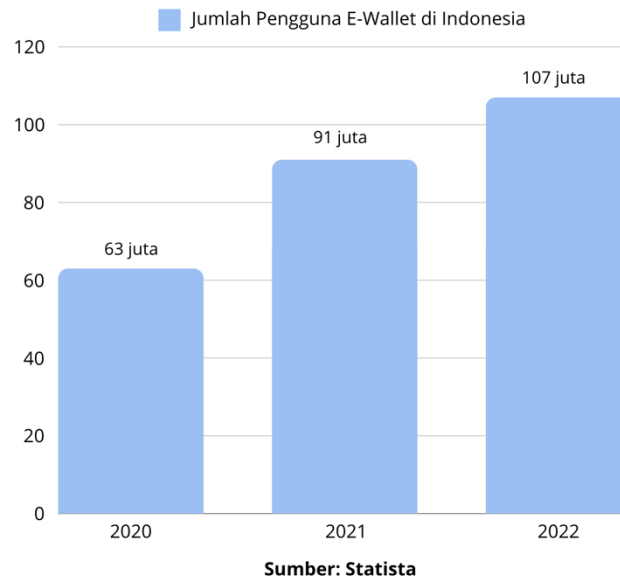
Financial technology atau sering kita kenal sebagai *fintech* ialah perusahaan gabungan dari dua buah sistem, yaitu keuangan dan teknologi. *Fintech* juga dapat diartikan sebagai perusahaan di bidang keuangan yang memaksimalkan penggunaan teknologi dalam rangka mempercepat proses pelayanan dalam hal finansial, seperti pembayaran, peminjaman, dan transfer dana (Setiyono *et al.*, 2022)

Perusahaan *fintech* di Indonesia diklasifikasikan menjadi 4 kategori menurut Peraturan Bank Indonesia Nomor 19/12/PBI/2017 mengenai Penyelenggaraan Teknologi Finansial, yakni (1) transfer, pembayaran, kliring, dan penyelesaian (*payment, clearing, dan settlement*); (2) pinjaman, deposito, dan penambahan modal (*lending, deposito, dan capital rising*); (3) dukungan pasar (*market aggregator*); (4) manajemen risiko dan investasi (*risk management dan investment*) (Bank Indonesia, 2017). Perusahaan *fintech* yang termasuk ke dalam kategori pembayaran, kliring, dan penyelesaian (*payment, clearing, dan settlement*) berada di bawah pengawasan Bank Indonesia (BI), sedangkan yang lainnya berada di tangan Otoritas Jasa Keuangan (OJK).

Industri *fintech* di Indonesia menjadi bagian industri paling kompetitif dan dinamis. Perusahaan *fintech* di Indonesia paling banyak bergerak di bidang pembayaran (*payment*) yang umumnya berbentuk *e-wallet* atau dompet digital (Fintech in ASEAN 2021 Report, 2021). *E-wallet* dilengkapi dengan fitur dan fungsi yang mampu memberikan banyak kemudahan bagi orang yang menggunakannya, khususnya dalam hal melakukan berbagai transaksi pembayaran (Fitriyani *et al.*, 2021). *E-wallet* memiliki beberapa keunggulan, mulai dari proses pembayaran yang lebih cepat, transaksi mudah dipantau, hingga tawaran promo atau *cashback* yang mampu menghemat biaya (Widiyati *et al.*, 2021).

E-wallet memiliki pengguna yang sangat besar di Indonesia. Berdasarkan Gambar 1.2, pengguna *e-wallet* di Indonesia tahun 2022 menempati angka 107 juta orang. Angka tersebut mengalami peningkatan sebesar 17,5% jika dikomparasikan dengan tahun sebelumnya (Statista, 2022). Tingginya angka penggunaan *e-wallet*

di Indonesia tersebut tentunya berkaitan erat dengan adanya suatu bentuk penerimaan terhadap teknologi (Olivia & Marchyta, 2022).

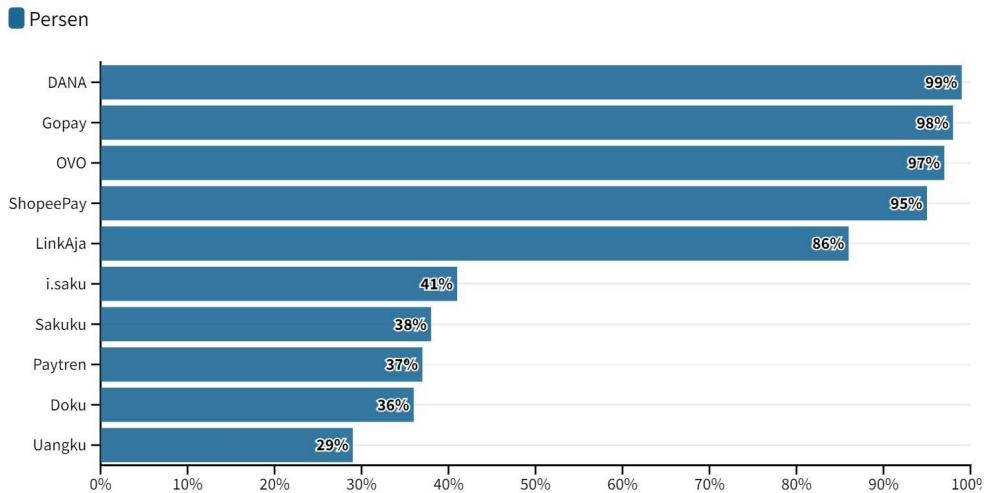


Gambar 1.2 Jumlah Pengguna *E-Wallet* di Indonesia
Sumber: Statista, 2022

Indonesia memiliki beberapa perusahaan *e-wallet* yang telah banyak dikenal oleh masyarakat. Lima besar perusahaan *e-wallet* paling banyak diketahui oleh masyarakat sesuai Gambar 1.3, yakni Dana (99%), Gopay (98%), Ovo (97%), Shopeepay (95%), dan LinkAja (86%) (Daily Social, 2022). Dikenalnya perusahaan *e-wallet* tersebut tidak bisa dilepaskan dari usaha besar mereka dalam mempromosikan dan menyediakan layanan yang mampu menarik hati para penggunanya.

10 Startup Digital Payment Paling Banyak Diketahui Masyarakat Indonesia

Q1 Tahun 2022



GoodStats

Sumber: DailySocial.id

Gambar 1.3 Perusahaan *E-Wallet* Paling Banyak Dikenal Masyarakat

Sumber: Daily Social, 2022

Technology Acceptance Model atau sering disingkat sebagai TAM merupakan model yang penggunaannya untuk mempelajari berbagai macam unsur yang peranannya mampu memberikan dampak pada penerimaan seseorang ketika menggunakan teknologi. Fred D. Davis menjadi sosok di balik lahirnya istilah TAM untuk menggambarkan dampak penerimaan (*acceptance*) suatu teknologi informasi dari sisi pengguna, tepatnya di tahun 1989 (Purwanto, 2020). Meskipun pertama kali diperkenalkan dalam penelitian di ranah teknologi, seiring waktu TAM mulai diaplikasikan di berbagai disiplin ilmu, mulai dari *marketing*, *e-commerce*, hingga *e-wallet* (Olivia & Marchyta, 2022).

TAM memiliki dua determinan fundamental. Determinan fundamental yang pertama, yaitu *perceived usefulness* yang menunjukkan seberapa besar kegunaan

atau manfaat yang diperoleh atas penggunaan teknologi. Determinan fundamental yang kedua, yaitu *perceived ease of use* yang menggambarkan seberapa yakinnya seseorang bahwa teknologi yang digunakannya mampu dioperasikan begitu mudah (Davis, 1989).

Dua determinan dalam TAM sudah banyak diteliti untuk memprediksi niat penggunaan (*behavioral intention*) seseorang atas teknologi. Selain itu, dua determinan tersebut juga banyak digunakan untuk memprediksi niat keberlanjutan penggunaan (*continuance intention*) seseorang atas teknologi. Hal tersebut terjadi karena *behavioral intention* dan *continuance intention* merupakan sebuah konstruk yang memiliki makna serupa, yaitu sama-sama menguji apakah pengguna memiliki niat penggunaan suatu teknologi dalam jangka waktu yang lama atau tidak (Ariaeinejad & Archer, 2014).

Continuance intention menjadi suatu hal yang krusial dan perlu dicermati dengan saksama, khususnya bagi perusahaan penyedia layanan *e-wallet* agar dapat terus beroperasi (Purnama & Sari, 2022). *Continuance intention* dalam konteks *e-wallet* merujuk pada niat pengguna untuk terus menggunakan *e-wallet* dalam melakukan berbagai transaksi (Amoroso & Lim, 2017). Keputusan dalam melakukan *continuance intention* didasarkan atas proses evaluasi yang dilakukan pengguna setelah menggunakan produk (Richowanto & Susanti, 2021). Evaluasi tersebut dapat menghasilkan persepsi suka atau tidak suka di benak pengguna yang pada akhirnya mampu menjadi faktor yang memengaruhinya dalam melakukan penggunaan berlanjut atau disebut sebagai *continuance intention*.

Perceived usefulness sekaligus *perceived ease of use* telah menjadi bagian dari dua determinan yang mampu memberikan pengaruh bagi *continuance intention* pengguna dalam menggunakan suatu sistem layanan atau teknologi. Jika pengguna merasakan manfaat dan kemudahan atas penggunaan suatu teknologi, ia akan terus menggunakannya. Sebaliknya, pengguna yang tidak menemukan manfaat dan kemudahan, ia tidak akan melanjutkan penggunaannya (Bhattacharjee, 2001).

Pernyataan di atas memiliki relevansi dengan studi yang dikerjakan oleh Damanik & Amrin (2022) terkait dengan *perceived usefulness*. Mereka menemukan bahwa *continuance intention* secara positif dan signifikan dipengaruhi oleh keberadaan *perceived usefulness* pada pengguna *e-wallet* di Kota Medan. Akan tetapi, penelitian Olivia & Marchyta (2022) menghasilkan temuan yang berbeda. Mereka mendapati bahwa *perceived usefulness* tidak ada pengaruhnya bagi *continuance intention* pada pengguna *e-wallet* di Indonesia.

Pernyataan di atas juga memiliki relevansi dengan penelitian dari Purnama & Sari (2022) perihal *perceived ease of use*. Mereka menemukan bahwa *perceived ease of use* secara positif dan signifikan mampu memberikan pengaruh terhadap *continuance intention* pada pengguna *e-wallet* Dana di Kota Bandung. Akan tetapi, penelitian dari Hapsoro & Kismiatun (2022) menemukan hasil yang sebaliknya. Mereka menemukan bahwa *perceived ease of use* tidak memberikan pengaruh terhadap *continuance intention* pada Generasi Z yang menjadi pengguna *e-wallet* Shopeepay di Kota Demak.

Perceived usefulness dan *perceived ease of use* telah banyak diteliti sebagai determinan *continuance intention*. Akan tetapi, penelitian tersebut masih

menghasilkan temuan yang bertentangan. Maka dari itu, pertentangan tersebut memberikan tanda bahwa topik ini masih memerlukan penelitian lebih lanjut, khususnya pada *e-wallet* lainnya.

LinkAja merupakan aplikasi *fintech* di bidang pembayaran berbentuk *e-wallet* besutan PT Fintek Karya Nusantara (disingkat Finarya) yang berkantor pusat di daerah Palmerah, Jakarta Barat. Lebih dari 89 juta orang saat ini telah menjadi pengguna LinkAja yang tersebar di seluruh Indonesia. LinkAja pada mulanya bernama T-Cash dan telah berdiri sejak tahun 2007 dengan pengelola PT Telekomunikasi Indonesia (Telkomsel). Seiring perkembangan zaman, pada tahun 2019 T-Cash melakukan *merger* dengan perusahaan *fintech* besutan Bank BNI, Bank BRI, dan Bank Mandiri dan secara resmi mengubah panggilannya menjadi LinkAja (Widodo & Putri, 2021).

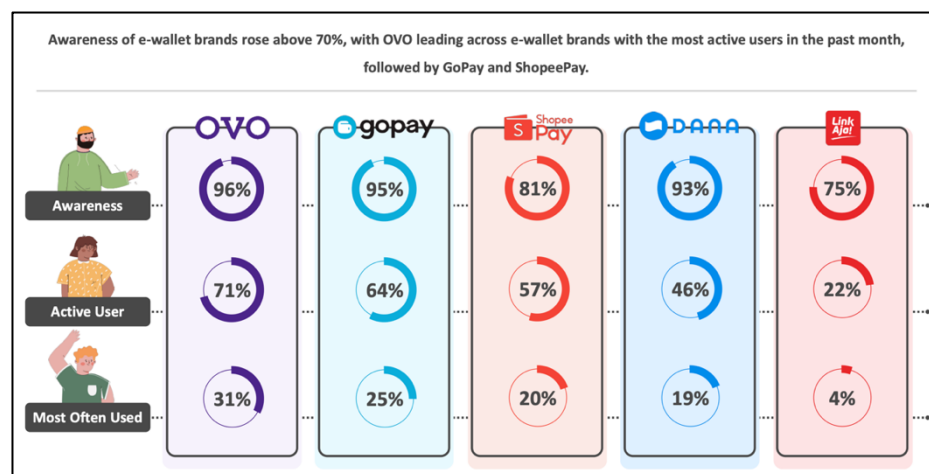


Gambar 1.4 Logo Aplikasi LinkAja

Sumber: www.linkaja.id, 2024

Terjadinya perubahan pada T-Cash tidak serta merta berdampak pada minimnya jumlah pengguna awal LinkAja. Hal ini terjadi karena orang-orang yang dahulu terdaftar pada T-Cash secara otomatis akan menjadi pengguna LinkAja.

Tentu hal tersebut merupakan sebuah keuntungan bagi pihak LinkAja karena mereka bisa memiliki total 23 juta pengguna ketika baru saja resmi berdiri. Di sisi lain, pengguna juga memperoleh keuntungan karena mereka dapat langsung menggunakan aplikasi LinkAja tanpa harus melakukan registrasi terlebih dahulu. Tidak hanya itu, fitur-fitur yang ada pada T-Cash juga tetap dapat dinikmati melalui aplikasi LinkAja. Fitur-fitur tersebut diantaranya, yaitu transaksi dengan berbagai *merchant*, pembayaran tagihan, pembayaran moda transportasi, pembelian online, transfer sesama pengguna, dan transfer bank (Widodo & Putri, 2021).

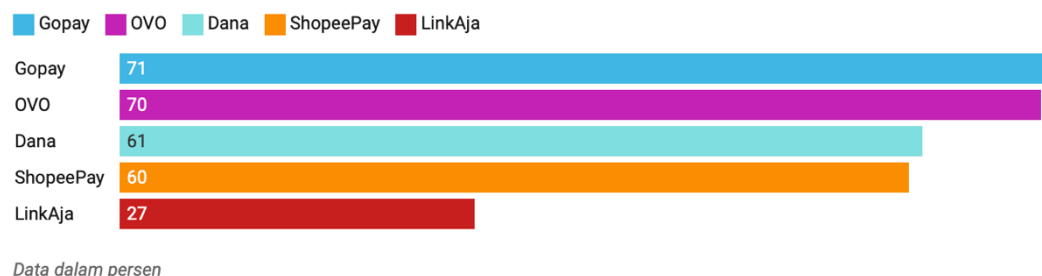


Gambar 1.5 Tingkat *Most Often Used E-Wallet*

Sumber: www.kadence.com, 2021

Ditinjau dari sisi paling sering digunakan, LinkAja sebagai salah satu *e-wallet* tertua memiliki angka capaian yang paling rendah dibandingkan dengan para kompetitornya. Survei dari PT Kadence International di tahun 2021 terhadap 1.000 orang dari seluruh Indonesia yang terletak pada Gambar 1.5 mengungkapkan bahwa *e-wallet* LinkAja memiliki tingkat *most often used* atau paling sering digunakan oleh penggunanya yang hanya sebesar 4%. Persentase tersebut

merupakan yang terendah apabila dibandingkan bersama *e-wallet* lainnya, seperti Gopay, Dana, Ovo, dan ShopeePay (PT Kadence International, 2021).



Gambar 1.6 E-Wallet Paling Favorit Digunakan

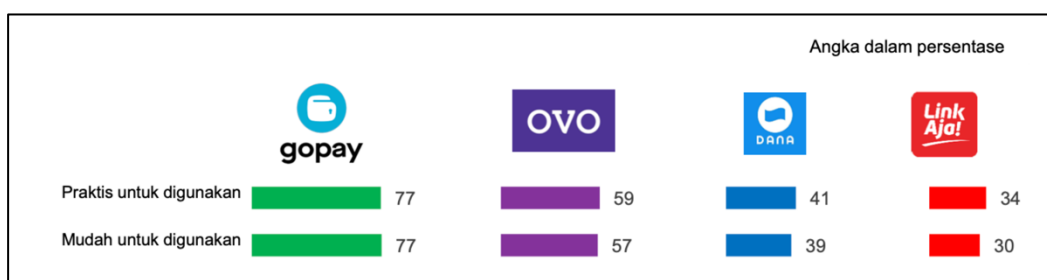
Sumber: Insight Asia, 2023

Data dari PT Kadence International juga disokong oleh laporan E-Wallet Industry Outlook pada Gambar 1.6 yang dirilis oleh Insight Asia tahun 2023. Laporan tersebut berisi informasi perihal LinkAja berada di posisi kelima atau terakhir sebagai *e-wallet* paling favorit digunakan. LinkAja hanya memperoleh skor sebesar 27%, bahkan terpaut sebesar 33% dengan ShopeePay yang duduk di posisi ke empat dengan skor 60%.

Survei yang dilakukan, baik oleh PT Kadence International maupun Insight Asia menggambarkan *continuance intention* dari pengguna LinkAja masih sangat rendah, khususnya dilihat dari tingkat *most often used* dan tingkat favorit untuk digunakan. Oleh karena itu, rendahnya tingkat *continuance intention* tersebut perlu dicari tahu penyebabnya.

Perceived usefulness menunjukkan seberapa besar tingkat keyakinan atau kepercayaan seseorang bahwa teknologi yang digunakan dapat berkontribusi pada kinerja mereka yang semakin meningkat dalam melakukan suatu pekerjaan (Davis,

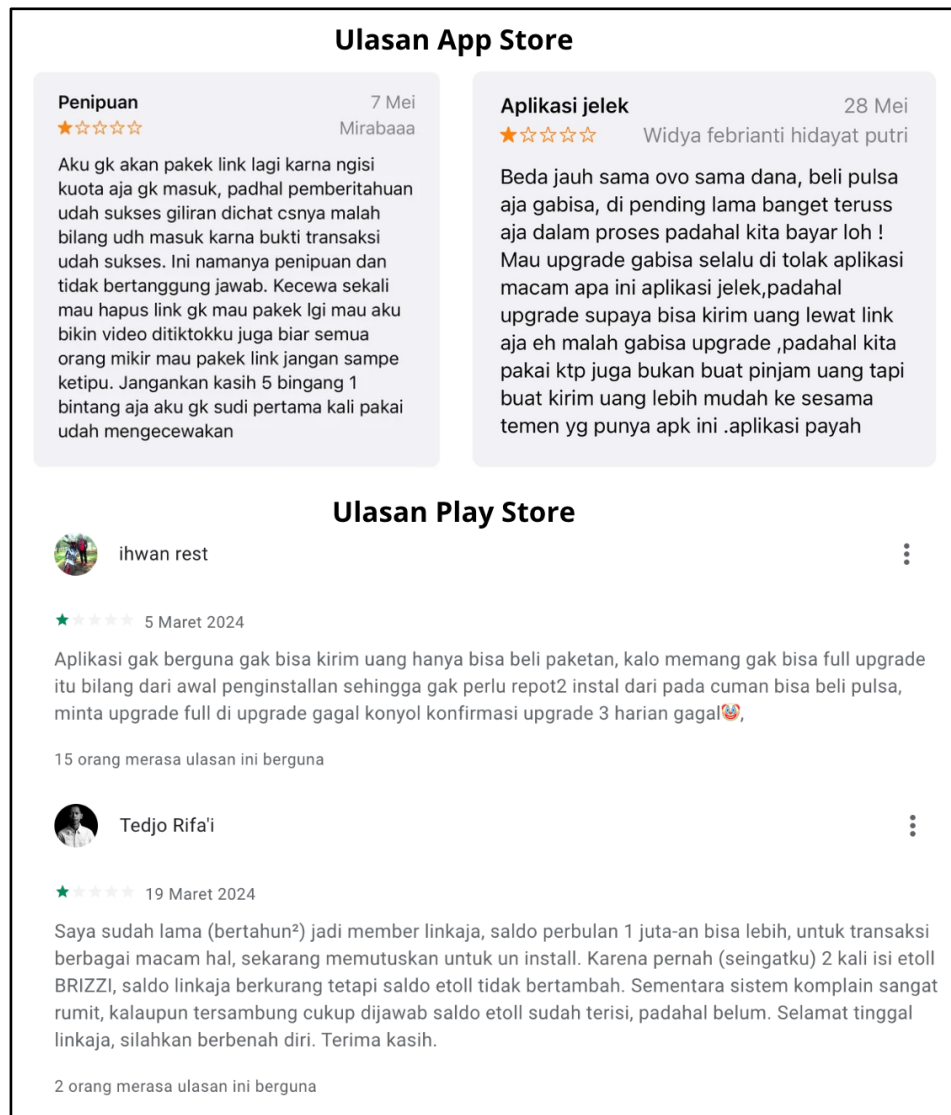
1989). Berdasarkan Gambar 1.8 mengenai survei yang dilakukan oleh Ipsos pada pada tahun 2020 terhadap 500 orang pengguna *e-wallet* dari seluruh Indonesia, LinkAja memiliki persentase terendah ditinjau dari sisi persepsi kegunaannya dibandingkan *e-wallet* lainnya. LinkAja hanya mendapatkan persentase nilai sebesar 22% dalam konteks mampu digunakan di berbagai macam tempat, baik secara *online* maupun *offline*. LinkAja juga hanya mendapatkan persentase nilai sebesar 20% dalam konteks mampu digunakan di berbagai *merchant*, seperti *e-commerce*, Google Play, dan lain sebagainya (Ipsos, 2020).



Gambar 1.7 Survei Terkait *Perceived Usefulness E-Wallet*

Sumber: www.ipsos.com, 2020

Survei Ipsos pada Gambar 1.8 perihal *perceived usefulness* diperkuat dengan ulasan pengguna di Play Store dan App Store. Sejumlah ulasan pengguna mengungkapkan jika LinkAja tidak dapat membantu kelancaran proses transaksi yang dilakukan. Salah satu pengguna bahkan mengungkapkan bahwa LinkAja lebih buruk jika dikomparasikan dengan *e-wallet* lainnya. Pengguna lain juga menyampaikan jika ia tidak akan menggunakan LinkAja untuk transaksi berikutnya.

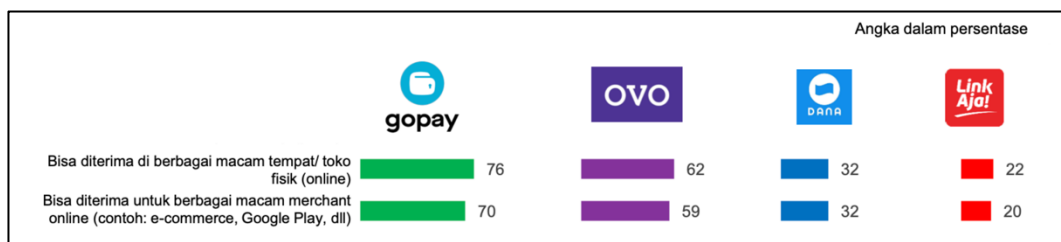


Gambar 1.8 Ulasan Pengguna Terkait *Perceived Usefulness*

Sumber: Play Store dan App Store (Diakses pada 14 Juni 2024 pukul 14.46 WIB)

Perceived ease of use menunjukkan mengenai seberapa yakinnya seseorang bahwa teknologi yang digunakannya mampu dioperasikan begitu mudah (Davis, 1989). Berdasarkan Gambar 1.9 yang memuat mengenai survei yang dilakukan oleh Ipsos pada tahun 2020 terhadap 500 orang pengguna *e-wallet* dari seluruh Indonesia, LinkAja dikatakan memiliki persentase terendah ditinjau dari sisi persepsi kemudahan penggunaannya dibandingkan *e-wallet* lainnya. LinkAja hanya

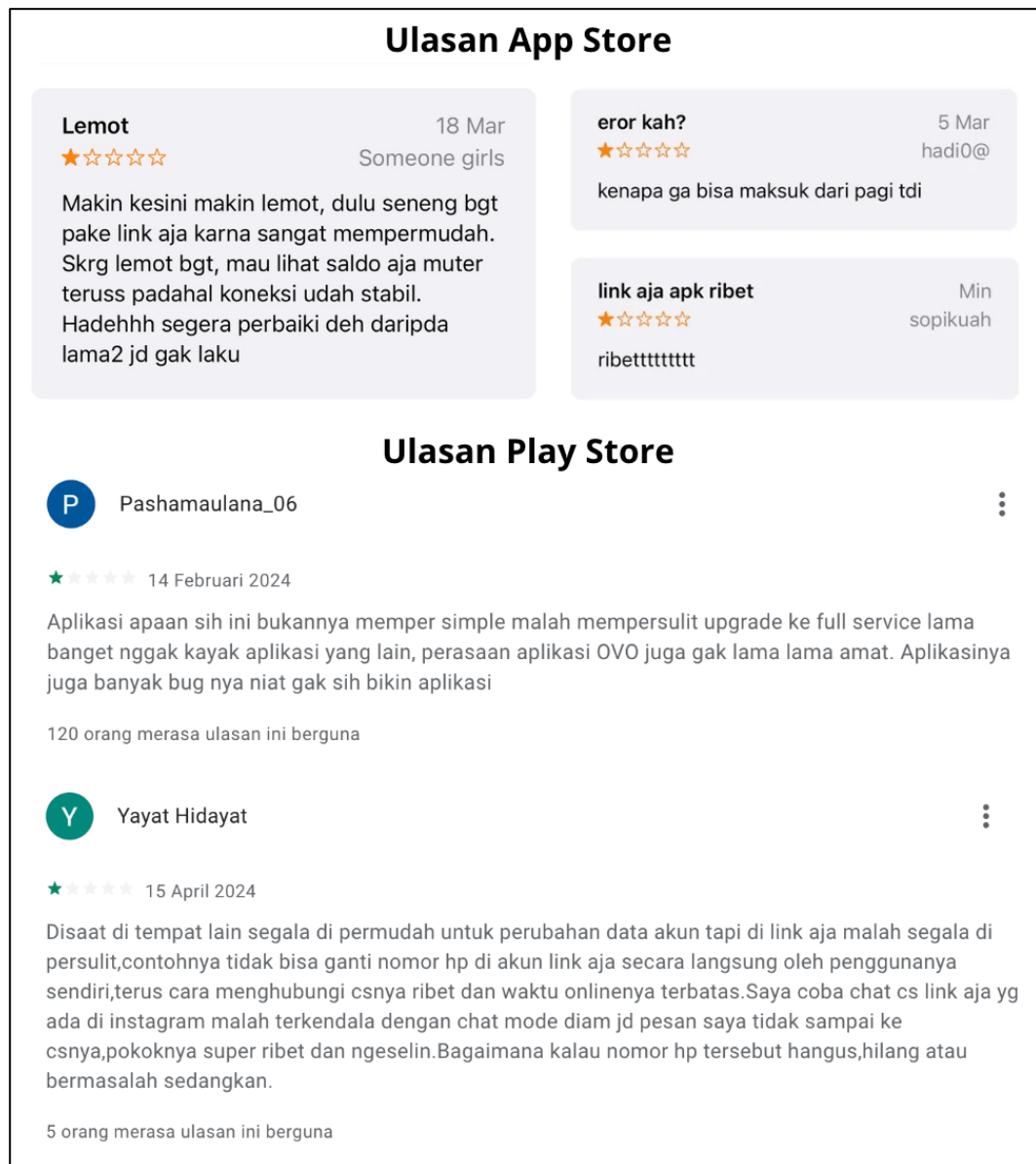
mendapatkan persentase sebesar 34% dalam konteks praktis untuk digunakan. LinkAja juga hanya mendapatkan persentase sebesar 30% pengguna dalam konteks mudah untuk digunakan (Ipsos, 2020). Kondisi di atas tentu menggambarkan adanya sebuah permasalahan, khususnya dari sisi *perceived ease of use*.



Gambar 1.9 Survei Terkait *Perceived Ease of Use E-Wallet*

Sumber: Ipsos, 2020

Survei Ipsos perihal *perceived ease of use* diperkuat dengan ulasan pengguna di Play Store dan App Store yang berada di Gambar 1.10. Sejumlah ulasan pengguna menyampaikan jika LinkAja sangat lambat saat digunakan. Selain itu, sejumlah pengguna juga menyampaikan jika proses layanan LinkAja, seperti *upgrade* akun *full service*, penggantian nomor ponsel, dan verifikasi wajah juga sangat lamban jika dibandingkan dengan *e-wallet* lainnya.



Gambar 1.10 Ulasan Pengguna Terkait *Perceived Ease of Use*

Sumber: Play Store dan App Store (Diakses pada 14 Juni 2024 pukul 15.42 WIB)

Perceived usefulness sekaligus *perceived ease of use* sudah banyak diteliti untuk diuji dampaknya kepada *continuance intention*. Meskipun sudah banyak diteliti, penelitian dengan topik ini masih menghasilkan temuan yang bertentangan di ranah *e-wallet*. Maka dari itu, topik ini perlu diteliti lebih lanjut pada *e-wallet* lainnya, salah satunya LinkAja. Harapannya, penelitian ini dapat digunakan sebagai

dasar untuk memprediksi perilaku pengguna *e-wallet* di masa mendatang. Tidak hanya itu, penelitian ini juga memiliki harapan besar untuk mampu menjawab kebutuhan *e-wallet* untuk memiliki keputusan penggunaan jangka panjang dari para penggunanya (Sienatra, 2020).

Penelitian ini memilih populasi Generasi Z di Kota Semarang. Pemilihan populasi tersebut bukan tanpa alasan. Populasi tersebut dipilih karena Generasi Z merupakan pengguna terbesar *e-wallet* di Indonesia (Katadata Insight Center, 2021).

Melihat deskripsi dan urgensi permasalahan yang tertulis secara rinci pada bagian sebelumnya, maka diangkatlah topik penelitian oleh penulis dengan judul **“Pengaruh *Perceived Usefulness* dan *Perceived Ease of Use* Terhadap *Continuance Intention* pada Pengguna *E-Wallet* LinkAja (Studi pada Generasi Z di Kota Semarang)”**.

1.2 Rumusan Masalah

Sebagaimana diuraikan pada latar belakang sebelumnya, LinkAja menjadi *e-wallet* paling jarang digunakan ulang oleh para penggunanya jika dibandingkan *e-wallet* lainnya. Jarangnya penggunaan kembali oleh para penggunanya merupakan indikasi adanya suatu permasalahan terkait niat penggunaan berlanjut atau *continuance intention* pada *e-wallet* LinkAja.

Perceived usefulness merujuk pada seberapa besar kegunaan atau manfaat yang diperoleh atas penggunaan teknologi. Jika pengguna merasakan kegunaan atau manfaat atas penggunaan suatu teknologi, ia akan terus menggunakannya.

Sebaliknya, pengguna yang tidak menemukan kegunaan atau manfaat, ia tidak akan melanjutkan penggunaannya. Survei dari beberapa lembaga yang terurai pada latar belakang menggambarkan *e-wallet* LinkAja memiliki penilaian *perceived usefulness* yang rendah.

Perceived ease of use merujuk pada tingkat keyakinan seorang individu bahwa teknologi dapat dioperasikan dengan mudah. Pengguna yang menemukan kemudahan saat menggunakan suatu aplikasi akan cenderung melanjutkan penggunaannya. Survei dari beberapa lembaga yang terurai pada latar belakang menggambarkan *e-wallet* LinkAja memiliki penilaian *perceived ease of use* yang rendah.

Mengacu pada uraian sebelumnya, maka rumusan masalah yang dapat diuraikan pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah terdapat pengaruh *perceived usefulness* terhadap *continuance intention* pada pengguna *e-wallet* LinkAja?
2. Apakah terdapat pengaruh *perceived ease of use* terhadap *continuance intention* pada pengguna *e-wallet* LinkAja?
3. Apakah terdapat pengaruh *perceived usefulness* dan *perceived ease of use* terhadap *continuance intention* pada pengguna *e-wallet* LinkAja?

1.3 Tujuan Penelitian

Mengacu pada uraian bagian rumusan masalah sebelumnya, maka tujuan adanya penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Mengetahui adanya pengaruh *perceived usefulness* terhadap *continuance intention* pada pengguna *e-wallet* LinkAja.
2. Mengetahui adanya pengaruh *perceived ease of use* terhadap *continuance intention* pada pengguna *e-wallet* LinkAja.
3. Mengetahui adanya pengaruh *perceived usefulness* dan *perceived ease of use* terhadap *continuance intention* pada pengguna *e-wallet* LinkAja.

1.4 Kegunaan Penelitian

Hasil atas penelitian ini harapannya mampu menghasilkan kegunaan antara lain:

1. Bagi penulis

Hadirnya penelitian ini harapannya bisa menjadi media untuk mengimplementasikan ilmu yang telah diperoleh dan melatih keterampilan penulis dalam menganalisis suatu masalah.

2. Bagi Perusahaan

Hadirnya penelitian ini harapannya bisa menjadi materi yang dipertimbangkan PT Fintek Karya Nusantara (Finarya) dalam mengambil keputusan dan pedoman untuk meningkatkan sektor pelayanan terhadap pengguna *e-wallet* LinkAja.

3. Bagi Pihak Lain

Hadirnya penelitian ini harapannya bisa menjadi informasi sekaligus materi referensi bagi penelitian yang dilakukan kedepannya serta sebagai dokumen akademik yang berguna bagi civitas academica di lingkungan perguruan tinggi.

1.5 Kerangka Teori

1.5.1 Perilaku Konsumen

Perilaku konsumen bisa didefinisikan sebagai studi yang berkaitan erat dengan bagaimana seorang individu, kelompok, atau bahkan organisasi dalam menentukan, memperoleh, sekaligus memakai sebuah barang atau jasa dengan harapan dapat memenuhi kebutuhannya (Kotler & Keller, 2016). Perilaku konsumen atau *consumer behavior* juga dapat dimaknai studi yang berkaitan dengan bagaimana individu atau organisasi memilih sebuah keputusan pembelian suatu dengan memanfaatkan (Firmansyah, 2018). Maka dari itu, ditarik sebuah konklusi bahwa perilaku konsumen ialah serangkaian tahapan yang dijalankan oleh seorang individu atau kelompok dengan melakukan pencarian, pemilihan, pembelian, pemakaian, dan pengevaluasian produk atau jasa guna memenuhi kebutuhannya.

Perilaku konsumen memiliki beberapa tahapan. Menurut Dutta (2011) tahapan dalam perilaku konsumen terdiri atas:

1. Input

Input merupakan tahapan dimana konsumen memperoleh seperangkat stimulus dari pasar. Stimulus tersebut biasanya terdiri dari dua faktor, yaitu upaya pemasaran yang dilakukan perusahaan dan lingkungan sosial.

2. *Processing*

Processing merupakan tahap dimana konsumen melakukan pemrosesan, perbandingan, dan pengevaluasian atas segala informasi atau input yang diterima.

3. *Output*

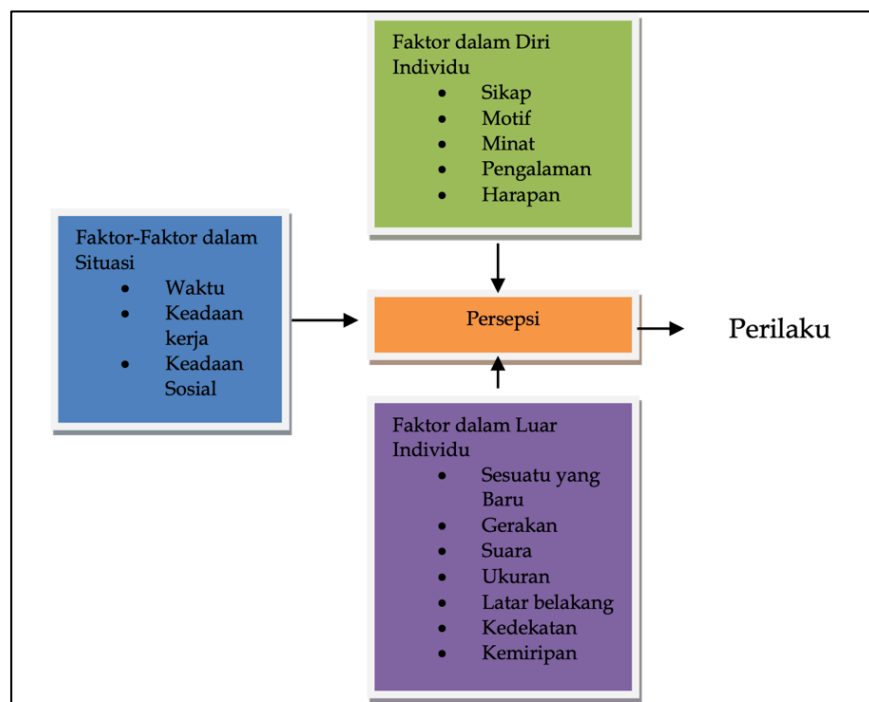
Output merupakan hasil akhir dari tahap *processing*. Tahap ini biasanya menghasilkan *word of mouth* diantara para konsumen potensial yang mampu mengarahkan mereka ke uji coba atau adopsi merek secara berkelanjutan.

1.5.2 Persepsi

Persepsi menjadi komponen psikologis manusia yang berperan vital saat merespons hadirnya berbagai kondisi dan gejala disekitarnya. Persepsi muncul karena adanya respons terhadap stimulus yang diterima oleh seseorang. Stimulus tersebut diproses di dalam otak seseorang untuk kemudian diartikan dan dimaknai sehingga menghasilkan suatu persepsi (Sungkawati *et al.*, 2022).

Kotler & Armstrong (2016) mengartikan persepsi sebagai proses seseorang menentukan, mengolah, dan mengasosiasikan suatu informasi dengan tujuan menyusun pemahaman mengenai dunia. Nitisusastro (2017) mengartikan persepsi sebagai sebuah cara pandang seseorang dalam melihat dunia sekitar. Hollensen (2019) mengartikan persepsi sebagai tahapan dimana seseorang menentukan, mengelola, dan menginterpretasikan sesuatu. Kholik *et al.* (2020) mengartikan persepsi sebagai interpretasi mengenai sesuatu yang dibentuk berdasarkan karakteristik dan kondisi seorang pribadi. Berlandaskan pada beberapa pendapat di atas, maka secara singkat persepsi bisa diartikan sebagai interpretasi seorang individu terhadap suatu kondisi disekitarnya.

Persepsi dapat muncul karena dipengaruhi oleh beberapa faktor. Tahir (2014) tepatnya pada Gambar 1.11 mengungkapkan bahwa internal individu, dalam situasi, dan eksternal individu menjadi tiga macam faktor yang menyokong timbulnya persepsi. Ketiga faktor tersebut mendorong lahirnya persepsi yang kemudian dapat menciptakan suatu perilaku dalam diri individu.



Gambar 1.11 Faktor-Faktor yang Memengaruhi Persepsi

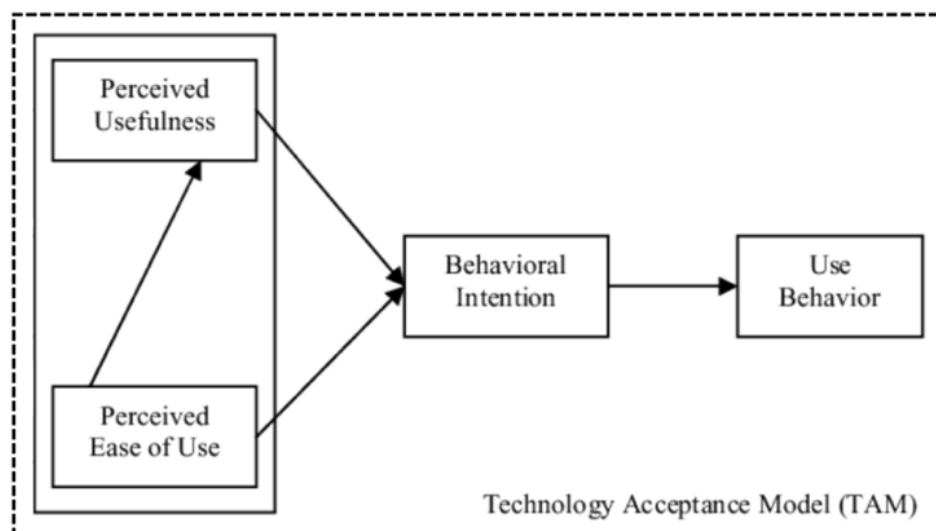
Sumber: Tahir, 2014

1.5.3 *Technology Acceptance Model (TAM)*

Technology Acceptance Model (TAM) dan disebut juga sebagai model penerimaan teknologi merupakan sebuah model penelitian yang digunakan untuk memeriksa segala hal yang dapat memberikan pengaruh terhadap penerimaan (*acceptance*) seseorang untuk menggunakan suatu teknologi. Fred D. Davis menjadi sosok di balik lahirnya istilah TAM untuk menggambarkan dampak penerimaan

(*acceptance*) suatu teknologi informasi dari sisi pengguna, tepatnya di tahun 1989. Teori ini disusun dengan mengambil dasar teori tindakan beralasan milik Fishbein bersama Ajzen di tahun 1975 (Purwanto, 2020).

TAM memiliki dua determinan fundamental. Sesuai Gambar 1.12, dua determinan fundamental TAM yang mampu memengaruhi penerimaan seorang individu atas penggunaan teknologi, yaitu persepsi kegunaan dan persepsi kemudahan penggunaan (Venkatesh & Bala, 2018). Kedua faktor tersebut nantinya dapat memberikan dampak terhadap niat atau keinginan (*intention*) seseorang dalam menggunakan dan memanfaatkan teknologi informasi secara berkelanjutan (Davis, 1989).



Gambar 1.12 Technology Acceptance Model (TAM)

Sumber: Venkatesh & Balla, 2018

Dua determinan dalam TAM sudah banyak diteliti untuk memprediksi niat penggunaan (*behavioral intention*) seseorang atas teknologi. Meskipun lebih banyak diteliti untuk memprediksi *behavioral intention*, dua determinan tersebut

seiring zaman juga digunakan untuk memprediksi niat keberlanjutan penggunaan (*continuance intention*) seseorang atas teknologi. Hal tersebut terjadi karena *behavioral intention* dan *continuance intention* merupakan sebuah konstruk yang memiliki makna serupa, yaitu sama-sama menguji apakah pengguna memiliki niat penggunaan suatu teknologi dalam jangka waktu yang panjang (Ariaeinejad & Archer, 2014). Tidak hanya itu, *continuance intention* turut disebutkan sebagai salah satu dimensi di dalam *behavioral intention* (Purnama & Sari, 2022). Maka dari itu, TAM merupakan teori yang sesuai untuk meramalkan dampak yang ditimbulkan oleh *perceived usefulness* dan *perceived ease of use*, baik kepada *behavioral intention* maupun *continuance intention*.

1.5.4 Perceived Usefulness

Perceived usefulness ialah keyakinan seseorang bahwa pekerjaan mereka bisa terbantu dengan menggunakan teknologi (Chin & Todd, 1995). Tidak berbeda jauh dengan definisi sebelumnya, Ramayah & Ignatius (2006) mendefinisikan *perceived usefulness* sebagai tingkat keyakinan seorang individu akan teknologi yang digunakannya dapat berguna dalam menaikkan kinerjanya.

Perceived usefulness menjadi salah satu determinan yang berpengaruh dalam adopsi suatu teknologi informasi. Moslehpour *et al.*, (2018) memberikan pernyataan yang selaras bahwa seseorang yang merasakan manfaat atas penggunaan teknologi informasi akan memiliki peluang yang lebih besar untuk mengadopsinya.

Tidak hanya berpengaruh dalam proses adopsi, *perceived usefulness* juga memegang peran dalam memengaruhi keberlanjutan penggunaan atau *continuance intention* seseorang dalam memanfaatkan teknologi. Kondisi tersebut sesuai dengan apa yang ditemukan oleh Damanik & Amrin (2022) dan Purnama & Sari (2022) bahwa *perceived usefulness* memberikan dampak secara positif bagi *continuance intention*.

Perceived usefulness memiliki beberapa indikator menurut Chin & Todd (1995), antara lain:

1. *Makes Job Easier*

Indikator *make job easier* menerangkan mengenai sejauh mana suatu teknologi mampu memberikan kemudahan atau meringankan beban kerja seseorang.

2. *Useful*

Indikator *useful* menerangkan mengenai sejauh mana suatu teknologi mampu memberikan manfaat dalam pekerjaan seseorang.

3. *Increase Productivity*

Indikator *increase productivity* menerangkan mengenai sejauh mana suatu teknologi mampu meningkatkan hasil kerja atau produktivitas dalam pekerjaan seseorang.

4. *Enhance Effectiveness*

Indikator *enhance effectiveness* menerangkan mengenai sejauh mana suatu teknologi mampu mencapai tujuan yang telah ditetapkan dalam pekerjaan seseorang.

5. *Improve Job Performance*

Indikator *improve job performance* menerangkan mengenai sejauh mana suatu teknologi mampu meningkatkan performa kerja atau kecepatan seseorang dalam pekerjaannya.

Perceived usefulness juga memiliki beberapa indikator menurut Ramayah & Ignatius (2006), antara lain:

1. *Useful*

Indikator *useful* menerangkan mengenai sejauh mana suatu teknologi mampu memberikan manfaat bagi kegiatan seseorang

2. *Accomplish Faster*

Indikator *accomplish faster* menerangkan mengenai sejauh mana suatu teknologi mampu membantu menyelesaikan pekerjaan secara lebih cepat.

3. *Advantageous*

Indikator *advantageous* menerangkan mengenai keuntungan apa saja yang sekiranya diperoleh dari penggunaan suatu teknologi.

4. *Affectiveness*

Indikator *affectiveness* menerangkan mengenai sejauh mana suatu teknologi mampu meningkatkan efektivitas atau penghematan waktu seseorang dalam melakukan pekerjaannya.

1.5.5 *Perceived Ease of Use*

Leon (2018) mengartikan *perceived ease of use* sebagai suatu konsep yang keberadaanya dipakai untuk menginformasikan mengenai tingkat keyakinan individu bahwa pemanfaatan teknologi dapat dilakukan secara mudah. Tidak berbeda jauh dengan Leon, Hubert *et al.*, (2017) mengungkapkan bahwa *perceived ease of use* berkaitan erat pada sejauh mana seseorang yakin dan percaya bahwa menggunakan suatu perangkat teknologi akan membawanya terbebas dari berbagai macam usaha. Berlandaskan pada pendapat sebelumnya, konklusi yang dapat diambil ialah *perceived ease of use* berbicara mengenai tingkat kepercayaan atau keyakinan seseorang bahwa menggunakan teknologi akan membawanya terbebas dari berbagai macam usaha.

Hubert *et al.*, (2017) menjelaskan bahwa indikator yang mampu memengaruhi *perceived ease of use* terdiri dari beberapa hal, antara lain:

1. *Ease of Learning*

Ease of learning berhubungan dengan adanya kemudahan bagi pengguna dalam mempelajari dan memahami suatu teknologi.

2. *Ease of Meeting Wish*

Ease of meeting wish berhubungan dengan adanya kemudahan suatu teknologi dalam memenuhi harapan atau kebutuhan pengguna.

3. *Ease of Becoming Skillful*

Ease of becoming skillful berhubungan dengan adanya kemudahan untuk menguasai teknologi dengan cepat dan mudah.

4. *Ease of Transaction*

Ease of transaction berhubungan dengan adanya kemudahan pengguna untuk bertransaksi menggunakan teknologi.

Menurut Leon (2018), terdapat beberapa indikator di dalam *perceived ease of use*, antara lain:

1. *Easy to Use*

Easy to use merupakan indikator yang menjelaskan bahwa penggunaan teknologi dapat dilakukan dengan mudah.

2. *Easy to Learn*

Easy to learn merupakan indikator yang menjelaskan bahwa penggunaan teknologi dapat dipelajari dengan mudah.

3. *Less of Effort*

Less of effort merupakan indikator yang menjelaskan bahwa penggunaan teknologi tidak membutuhkan usaha yang besar.

1.5.6 *Continuance Intention*

Continuance intention merupakan tahap lanjut dari penerimaan seseorang atas penggunaan suatu sistem. Seseorang akan menciptakan sebuah opini di dalam dirinya setelah pertama kali menggunakan suatu sistem. Opini tersebut akan membawa seseorang memutuskan apakah akan terus menggunakan atau menghentikan penggunaan suatu sistem. Jika merasakan kegunaan, timbul kepuasan dalam diri seseorang yang membawanya ingin menggunakan suatu sistem tersebut secara terus menerus.

Continuance intention dapat diartikan sebagai niat seseorang untuk secara kontinu menggunakan suatu teknologi atau sistem (Bhattacharjee, 2001). Tidak hanya itu, *continuance intention* juga dapat didefinisikan sebagai niat seseorang untuk secara kontinu menggunakan suatu sistem hingga masa yang akan datang (Hutabarat *et al.*, 2021). Berlandaskan kepada dua penjelasan yang ada, konklusi yang dapat ditarik mengenai *continuance intention* ialah suatu kondisi ketika seseorang merasa puas atas penggunaan suatu sistem sehingga membuatnya di masa yang akan datang memiliki niat untuk menggunakannya secara kontinu atau berkelanjutan.

Menurut Bhattacharjee (2001), *continuance intention* memiliki beberapa indikator, yaitu:

1. Penggunaan Berlanjut

Penggunaan berlanjut merupakan indikator yang merujuk pada kemauan seorang individu untuk terus menggunakan suatu sistem.

2. Preferensi

Preferensi merupakan indikator yang merujuk pada kecenderungan seseorang untuk menggunakan suatu sistem dibandingkan sistem lainnya.

3. Penggunaan di Masa Depan

Penggunaan di masa depan merupakan indikator yang merujuk pada kemauan seorang individu di masa mendatang untuk menggunakan suatu sistem.

Hutabarat *et al.*, (2021) menguraikan *continuance intention* memiliki 4 indikator, antara lain:

1. Penggunaan Berlanjut

Penggunaan berlanjut merupakan indikator yang merujuk pada keinginan seorang individu untuk menggunakan suatu sistem untuk pekerjaan berikutnya.

2. Penggunaan di Masa Depan.

Penggunaan di masa depan merupakan indikator yang merujuk pada keinginan seorang individu di masa yang akan datang untuk melanjutkan penggunaan suatu sistem.

3. Preferensi

Preferensi merupakan indikator yang merujuk pada kecenderungan seseorang untuk menggunakan suatu sistem dibandingkan sistem lainnya.

4. Rekomendasi

Rekomendasi merupakan indikator yang merujuk pada keinginan seorang individu untuk merekomendasikan atau menyarankan penggunaan suatu sistem kepada orang lain.

1.5.7 *E-Wallet*

E-wallet atau lebih sering dikenal sebagai dompet digital merupakan salah satu teknologi di bidang finansial yang mampu membantu banyak orang untuk melakukan kegiatan transaksi secara lebih praktis dan sederhana. Disebut lebih praktis dan sederhana karena *e-wallet* memungkinkan penggunanya menjalankan aktivitas pembayaran dengan memanfaatkan ponsel genggam mereka tanpa mengunjungi institusi perbankan. Maka dari itu, *e-wallet* juga dapat dikatakan sebagai *mobile payment*.

Ramli & Hamzah (2021) mengartikan *e-wallet* sebagai aplikasi yang dapat digunakan oleh konsumen untuk melakukan transaksi melalui perangkat seluler mereka, seperti *smartphone*, tablet, dan laptop. Malik & Annuar (2021) mendefinisikan *e-wallet* sebagai sebuah dompet digital tanpa kartu yang mampu melakukan transaksi nontunai dan digunakan melalui perangkat seluler. Berdasarkan pada dua pendapat yang terdapat di atas, maka dapat ditarik konklusi bahwa *e-wallet* ialah sebuah aplikasi di perangkat seluler yang bisa dimanfaatkan untuk membantu berbagai aktivitas pembayaran.

Pembayaran menggunakan dompet digital saat ini menjadi opsi paling andal karena memiliki beberapa keunggulan, seperti mudah digunakan, praktis, dan

aman. Menurut Widiyati *et al.*, (2021), *e-wallet* menawarkan beragam keuntungan sebagai berikut:

1. Mampu memproses pembayaran secara lebih cepat
2. Mampu memantau transaksi secara lebih mudah
3. Mampu menghemat biaya melalui beragam tawaran promo atau *cashback*.

1.6 Hubungan Antar Variabel

1.6.1 Pengaruh Antara *Perceived Usefulness* Terhadap *Continuance Intention*

Davis (1989) dalam jurnalnya mengartikan *perceived usefulness* sebagai seberapa besar keyakinan individu mengenai kegunaan atau manfaat yang diperoleh dari digunakannya teknologi. Bhattacharjee (2001) mengungkapkan apabila seseorang meyakini bahwa keberadaan teknologi memberikan manfaat, ia akan terus menggunakannya. Pernyataan tersebut turut disokong oleh studi yang dikerjakan oleh Phuong *et al.*, (2020) pada individu yang menggunakan *e-wallet* di Vietnam. Studi tersebut menyampaikan bahwa *e-wallet* yang dinilai berguna akan membuat para penggunanya memiliki niat penggunaan berlanjut yang lebih baik.

Penelitian dari Damanik & Amrin (2022) menghasilkan temuan yang selaras dengan pendapat di atas, yaitu *perceived usefulness* memberikan dampak secara positif dan signifikan bagi *continuance intention* di wilayah Surabaya, khususnya pada pengguna *fintech*. Penelitian dari Amin *et al.*, (2023) turut menemukan bahwa *perceived usefulness* memiliki dampak secara positif dan signifikan bagi *continuance intention* di Bangladesh, khususnya pada pengguna *mobile payment*.

Di ranah *e-wallet*, Purnama & Sari (2022) juga menemukan bahwa *perceived usefulness* memiliki dampak yang positif dan signifikan bagi *continuance intention* di Kota Bandung, khususnya pada pengguna *e-wallet* Dana. Oleh karena itu, hipotesis 1 yang diusulkan melalui penelitian ini adalah:

H1: Diduga terdapat pengaruh positif dan signifikan *perceived usefulness* terhadap *continuance intention*.

1.6.2 Pengaruh Antara *Perceived Ease of Use* Terhadap *Continuance Intention*

Davis (1989) dalam jurnalnya mengartikan *perceived ease of use* sebagai seberapa yakinnya seseorang bahwa teknologi yang digunakannya mampu dioperasikan begitu mudah. Shang & Wu (2017) menjelaskan bahwa pengguna yang menemukan kemudahan saat menggunakan suatu aplikasi, maka mereka akan cenderung melanjutkan penggunaannya.

Sejalan dengan pendapat di atas, Purnama & Sari (2022) melalui penelitiannya mengungkapkan bahwa *perceived ease of use* secara positif dan signifikan memengaruhi *continuance intention* di Kota Bandung, khususnya pada pengguna *e-wallet* Dana. Pernyataan tersebut juga selaras dengan Tay *et al.*, (2022) yang menghasilkan temuan *perceived ease of use* secara positif dan signifikan memengaruhi *continuance intention* di Malaysia, khususnya pada pengguna *e-wallet*. Tidak hanya itu, penelitian dari Olivia & Marchyta (2022) juga mengungkapkan bahwa *perceived ease of use* secara positif memengaruhi

continuance intention pengguna *e-wallet* di Indonesia. Oleh karena itu, hipotesis 2 yang diusulkan melalui penelitian ini adalah:

H2: Diduga terdapat pengaruh positif dan signifikan *perceived ease of use* terhadap *continuance intention*.

1.6.3 Pengaruh Antara *Perceived Usefulness* dan *Perceived Ease of Use* Terhadap *Continuance Intention*

Perceived usefulness bersamaan dengan *perceived ease of use* sekarang ini menjadi suatu variabel yang masif diteliti seiring semakin majunya perkembangan teknologi. Kedua variabel tersebut banyak diteliti di lingkup teknologi karena mampu menjawab permasalahan yang ada, mulai dari penerimaan (*acceptance*) hingga niat keberlanjutan penggunaan (*continuance intention*).

Selain secara independen, terdapat riset yang menemukan bahwa secara bersama-sama, *perceived usefulness* dan *perceived ease of use* berdampak positif bagi keberadaan *continuance intention*. Hal tersebut selaras pada riset milik Ahmad & Pambudi (2014) yang menghasilkan temuan *perceived usefulness* dan *perceived ease of use* secara simultan berdampak positif dan signifikan bagi *continuance intention* pada pengguna *Internet Banking Bank BRI* di Bangkalan. Selain itu, penelitian Prakosa & Wintaka (2020) juga menemukan bahwa *perceived usefulness* dan *perceived ease of use* secara simultan berdampak positif dan signifikan bagi *continuance intention* di Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta, khususnya pada pengguna *e-wallet*. Melihat uraian di atas, hipotesis 3 yang diusulkan melalui penelitian ini adalah:

H3: Diduga terdapat pengaruh positif dan signifikan *perceived usefulness* dan *perceived ease of use* terhadap *continuance intention*.

1.7 Penelitian Terdahulu

Penelitian atau studi terdahulu menjadi salah satu rujukan penulis dalam melengkapi teori yang dipakai dalam melaksanakan penelitian ini. Beberapa penelitian atau studi terdahulu yang digunakan sebagai pondasi dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Tabel 1.1 Penelitian Terdahulu

No.	Judul (Penulis)	Variabel	Hasil
1.	“Pengaruh <i>Perceived Usefulness</i> , <i>Perceived Enjoyment</i> , dan Kepercayaan terhadap <i>Continuance Intention</i> melalui Kepuasan pada Generasi Millennial Pengguna <i>E-Wallet</i> di Kota Medan” (Damanik & Amrin, 2022)	Pengaruh <i>perceived usefulness</i> terhadap <i>continuance intention</i>	<i>Perceived usefulness</i> berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap <i>continuance intention</i>
2.	“ <i>Understanding E-Satisfaction, Continuance Intention, and E-Loyalty Toward Mobile Payment Application During Covid-19: An Investigation Using the Electronic Technology Continuance Model</i> ” (Amin, Muzareba, Chowdhury, & Khondkar, 2023)	Pengaruh <i>perceived usefulness</i> terhadap <i>continuance intention</i>	<i>Perceived usefulness</i> berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap <i>continuance intention</i>
3.	“ <i>The Influence of Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and Perceived Risk on Continuance Intention at E-Wallet DANA in Bandung</i> ” (Purnama & Sari, 2022)	Pengaruh <i>perceived usefulness</i> terhadap <i>continuance intention</i>	<i>Perceived usefulness</i> berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap <i>continuance intention</i>
4.	“ <i>Understanding Mobile Shopping Consumers’ Continuance Intention</i> ” (Shang & Wu, 2017)	Pengaruh <i>perceived ease of use</i> terhadap <i>continuance intention</i>	<i>Perceived ease of use</i> berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap <i>continuance intention</i>
5.	“ <i>The Influence of Perceived Ease of Use and Perceived Usefulness on E-Wallet Continuance Intention: Intervening Role of Customer Satisfaction</i> ” (Olivia & Marchyta, 2022)	Pengaruh <i>perceived ease of use</i> terhadap <i>continuance intention</i>	<i>Perceived ease of use</i> berpengaruh secara positif terhadap <i>continuance intention</i>
6.	“ <i>The Continuous Intention to Use E-Wallet in the Post Covid-19 Era: The Perspective of Generation Y</i> ” (Tay, Chan, Ng, Cheah, & Hussain, 2022)	Pengaruh <i>perceived ease of use</i> terhadap <i>continuance intention</i>	<i>Perceived ease of use</i> berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap <i>continuance intention</i>

1.8 Model dan Hipotesis

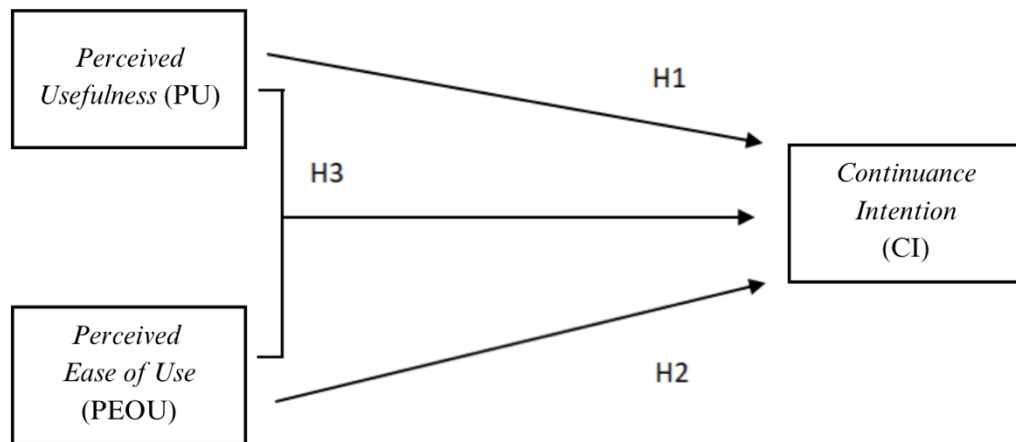
Hipotesis merupakan asumsi awal yang sifatnya praduga terhadap masalah yang diteliti sehingga perlu diuji dan dibuktikan kebenarannya (Siyoto & Sodik, 2015). Hipotesis dinyatakan sebagai jawaban sementara karena masih dilandaskan pada konsep atau studi terdahulu yang dianggap tepat. Hipotesis belum dilandaskan pada bukti-bukti empiris yang keberadaannya didapatkan melalui serangkaian tahapan mengumpulkan informasi. Hipotesis yang diusulkan melalui penelitian ini adalah:

H1: Diduga terdapat pengaruh positif dan signifikan *perceived usefulness* terhadap *continuance intention*

H2: Diduga terdapat pengaruh positif dan signifikan *perceived ease of use* terhadap *continuance intention*

H3: Diduga terdapat pengaruh positif dan signifikan *perceived usefulness* dan *perceived ease of use* terhadap *continuance intention*.

Guna memberikan gambaran lebih jelas mengenai hipotesis yang sudah dirumuskan di bagian sebelumnya, maka dibuatlah Gambar 1.13 yang memuat model hipotesis sebagai berikut:



Gambar 1.13 Model Hipotesis Penelitian

Keterangan:

PU : *Perceived Usefulness* (Variabel Independen)

PEOU : *Perceived Ease of Use* (Variabel Independen)

CI : *Continuance Intention* (Variabel Dependen)

1.9 Definisi Konsep

Definisi konsep menjadi tahap penegasan bahwa dalam penelitian ini, setiap variabel hanya berlandaskan pada satu pandangan saja sehingga harapannya tidak memiliki kekaburan. Definisi konsep yang termuat dalam penelitian ini adalah:

1.9.1 *Perceived Usefulness*

Perceived usefulness merupakan kepercayaan seseorang bahwa pekerjaan mereka dapat terbantu dengan menggunakan teknologi (Chin & Todd, 1995).

1.9.2 *Perceived Ease of Use*

Perceived ease of use merupakan seberapa jauh seseorang yakin sekaligus percaya menggunakan suatu teknologi mampu membebaskannya dari berbagai macam usaha (Hubert *et al.*, 2017).

1.9.3 *Continuance Intention*

Continuance intention merupakan niat atau intensi seseorang untuk secara kontinu menggunakan suatu sistem hingga masa yang akan datang (Hutabarat, *et al.*, 2021).

1.10 Definisi Operasional

Definisi operasional memuat serangkaian arahan atau panduan perihal cara mengukur variabel. Definisi operasional yang diterapkan diantaranya sebagai berikut:

1.10.1 *Perceived Usefulness*

Perceived usefulness merupakan kepercayaan Generasi Z di Kota Semarang bahwa kegiatan transaksi mereka dapat terbantu dengan menggunakan *e-wallet* LinkAja.

Perceived usefulness dapat diukur melalui beberapa indikator sebagai berikut:

1. *Useful*

Useful berkaitan dengan kemampuan *e-wallet* LinkAja dalam memberikan manfaat bagi para penggunanya melalui berbagai fitur dan layanan yang disediakan. Manfaat dapat diukur melalui:

- a. Kelengkapan fitur yang dimiliki oleh *e-wallet* LinkAja.

- b. Kemampuan *e-wallet* LinkAja dalam membantu penggunanya untuk melakukan pengelolaan keuangan atau transaksi.

2. *Increase Productivity*

increase productivity berkaitan dengan kemampuan *e-wallet* LinkAja dalam membantu meningkatkan hasil kerja atau produktivitas. Dengan kata lain, produktivitas berkaitan erat dengan frekuensi seseorang dalam menggunakan *e-wallet* LinkAja. Produktivitas tersebut dapat diukur melalui:

- a. Seberapa sering transaksi dilakukan menggunakan *e-wallet* LinkAja.

3. *Enhance Effectiveness*

Enhance effectiveness berkaitan dengan kemampuan *e-wallet* LinkAja mencapai tujuan yang telah ditetapkan tanpa adanya kendala atau hambatan yang mengiringinya. Semakin banyak hambatan, *e-wallet* LinkAja dapat dikatakan akan semakin tidak efektif. Sebaliknya, *e-wallet* LinkAja dapat dikatakan efektif apabila minim atau tidak memiliki hambatan sama sekali. Efektivitas tersebut dapat diukur melalui:

- a. Seberapa sering terjadi hambatan selama menggunakan *e-wallet* LinkAja.

4. *Improve Job Performance*

improve job performance menerangkan mengenai sejauh mana *e-wallet* LinkAja mampu meningkatkan performa kerja atau kecepatan seseorang dalam bertransaksi. Performa tersebut dapat diukur melalui:

- a. Kecepatan bertransaksi menggunakan *e-wallet* LinkAja

- b. Kecepatan respon pihak *e-wallet* LinkAja ketika terjadi kendala.

1.10.2 *Perceived Ease of Use*

Perceived ease of use merupakan seberapa jauh Generasi Z di Kota Semarang yakin sekaligus percaya menggunakan *e-wallet* LinkAja dalam bertransaksi mampu membebaskannya dari berbagai macam usaha. *Perceived ease of use* nantinya akan diukur dengan memanfaatkan beberapa indikator berikut ini:

1. *Ease of Learning*

Ease of learning berkaitan dengan adanya kemudahan pengguna dalam mempelajari *e-wallet*. *Ease of learning* secara rinci dapat diukur melalui:

- a. Kemudahan mempelajari fitur dan tampilan yang terdapat pada *e-wallet* LinkAja
- b. Kejelasan petunjuk penggunaan yang terdapat pada *e-wallet* LinkAja

2. *Ease of Meeting Wish*

Ease of meeting wish berkaitan erat dengan kemudahan *e-wallet* LinkAja dalam memenuhi harapan atau kebutuhan pengguna. *Ease of meeting wish* secara rinci dapat diukur melalui:

- a. Kemampuan *e-wallet* LinkAja dalam memenuhi seluruh kebutuhan yang berkaitan dengan aktivitas transaksi.
- b. Kemampuan *e-wallet* LinkAja dalam menghemat biaya yang ditimbulkan dari aktivitas transaksi.

- c. Kemampuan *e-wallet* LinkAja dalam memberikan rasa aman dalam aktivitas bertransaksi.

3. *Ease of Becoming Skillful*

Ease of becoming skillful berkaitan erat dengan adanya kemudahan untuk menguasai *e-wallet* LinkAja dengan cepat dan mudah. *Ease of becoming skillful*

dapat diukur melalui:

- a. Kemudahan dalam menguasai fitur dan tampilan yang terdapat pada *e-wallet* LinkAja.

4. *Ease of Transaction*

Ease of transaction berkaitan erat dengan adanya kemudahan pengguna untuk bertransaksi menggunakan *e-wallet* LinkAja. *Ease of transaction* dapat diukur melalui:

- a. Kemudahan dalam bertransaksi menggunakan *e-wallet* LinkAja
- b. Kebaikan sistem integrasi *e-wallet* LinkAja dengan *merchant* atau *platform* lainnya untuk bertransaksi.

1.10.3 *Continuance Intention*

Continuance intention merupakan niat Generasi Z di Kota Semarang secara kontinu menggunakan *e-wallet* LinkAja hingga masa yang akan datang. *Continuance intention* nantinya akan diukur menggunakan beberapa indikator berikut ini:

1. Penggunaan Berlanjut

Penggunaan berlanjut berkaitan erat dengan keinginan seseorang untuk menggunakan *e-wallet* LinkAja untuk transaksi berikutnya. Penggunaan berlanjut secara rinci dapat diukur melalui:

- a. Keinginan menggunakan *e-wallet* LinkAja untuk transaksi berikutnya.

2. Penggunaan di Masa Depan

Penggunaan di masa depan berkaitan erat dengan keinginan seseorang untuk melanjutkan penggunaan *e-wallet* LinkAja di masa mendatang. Penggunaan di masa mendatang secara rinci dapat diukur melalui:

- a. Keinginan melanjutkan penggunaan *e-wallet* LinkAja untuk bertransaksi di masa mendatang.

3. Preferensi

Preferensi berkaitan erat dengan adanya keinginan untuk lebih menggunakan LinkAja dibandingkan *e-wallet* lainnya dalam bertransaksi. Preferensi secara rinci dapat diukur melalui:

- a. Keinginan untuk berpindah ke *e-wallet* selain LinkAja
- b. Keinginan untuk mencoba *e-wallet* selain LinkAja dalam waktu dekat.

4. Rekomendasi

Rekomendasi berkaitan erat dengan adanya keinginan untuk merekomendasikan *e-wallet* LinkAja kepada orang lain. Rekomendasi secara rinci dapat diukur melalui:

- a. Keinginan merekomendasikan *e-wallet* LinkAja untuk digunakan oleh orang lain.

1.11 Metode Penelitian

Metode penelitian mengemban kendali yang krusial, baik untuk penelitian menggunakan metode kualitatif maupun kuantitatif. Abubakar (2021) mengartikan metode penelitian sebagai suatu langkah untuk menyelidiki dan mengkaji suatu masalah melalui pendekatan ilmiah secara sistematis untuk menghimpun, memproses, menganalisis, dan mengambil kesimpulan guna memecahkan masalah atau menguji hipotesis. Adanya suatu metode penelitian berguna untuk mempermudah peneliti dalam membuat strategi dalam penelitian. Tidak hanya itu, adanya metode penelitian juga membantu peneliti untuk menetapkan proses dan teknik yang akan digunakan untuk proses mengumpulkan data dan melakukan analisis.

1.11.1 Tipe Penelitian

Penelitian yang diusung termasuk ke jenis penelitian eksplanatif yang menerapkan pendekatan kuantitatif. Tipe penelitian ini biasanya dipakai untuk mencari tahu mengapa suatu keadaan dapat terjadi dan apa saja faktor yang memicunya. Dengan kata lain, tipe penelitian ini memungkinkan penulis untuk menjelaskan korelasi yang terdapat di sama dengan dua variabel atau lebih melalui penyusunan asumsi awal terlebih dahulu.

Penelitian ini berfokus untuk mengeksplorasi pengaruh antara variabel *perceived usefulness* (X1) dan variabel *perceived ease of use* (X2) terhadap variabel

continuance intention (Y). *Perceived usefulness* dan *perceived ease of use* bertindak sebagai variabel bebas, sedangkan *continuance intention* berfungsi sebagai variabel terikat. Maka dari itu, dapat disimpulkan bahwa penelitian ini sangat tepat untuk menggunakan tipe penelitian eksplanatif dengan pendekatan kuantitatif.

1.11.2 Populasi dan Sampel

Populasi dan sampel memegang peranan penting agar suatu penelitian dapat terlaksana dengan baik. Disebut memegang peranan penting karena populasi dan sampel mampu mengakomodasi peneliti untuk memperoleh jawaban atau respons sehingga penelitian yang dilakukan dapat memperoleh hasil.

1.11.2.1 Populasi

Abubakar (2021) menjelaskan populasi penelitian sebagai sekelompok orang, objek, atau entitas lainnya yang memenuhi kriteria tertentu agar mereka layak menjadi sampel. Populasi penelitian memiliki fungsi yang krusial, yaitu agar seorang peneliti mempunyai batasan dalam memilih wilayah subjek penelitiannya.

Penelitian ini memilih populasi Generasi Z di Kota Semarang yang menjadi pengguna *e-wallet* LinkAja kelahiran tahun 1997–2007 (minimal berusia 17 tahun). Pemilihan populasi tersebut bukan tanpa alasan. Populasi tersebut dipilih karena Generasi Z merupakan pengguna aktif *e-wallet* terbesar di Indonesia (Katadata Insight Center, 2021).

1.11.2.2 Sampel

Abubakar (2021) mendefinisikan sampel sebagai sebagian atau wakil atas populasi yang diteliti. Valid atau tidaknya sampel terletak pada sifat dan karakteristiknya yang mampu mendekati populasi. Maka dari itu, penentuan sampel wajib secara presisi mencerminkan dan mewakili populasi yang ada. Penelitian ini sendiri memiliki jumlah populasi yang tidak teridentifikasi. Maka dari itu, diperlukan suatu dasar untuk menentukan ukuran sampel sehingga mampu memperoleh hasil penelitian yang akurat.

Melihat kondisi populasi yang secara pasti tidak diketahui kuantitasnya, penelitian ini memerlukan suatu perhitungan. Perhitungan yang dapat digunakan untuk penelitian yang jumlah populasinya secara pasti tidak dapat diketahui kuantitasnya adalah dengan menerapkan rumus Lemeshow (Lemeshow, 1997). Rumus Lemeshow secara rinci sebagai berikut:

$$n = \frac{Z^2 x P (1 - P)}{d^2}$$

Keterangan:

n = ukuran sampel

Z = derajat keyakinan dengan besaran 95% = 1,96

P = ukuran atas populasi dengan besaran 50% = 0,5

d = derajat toleransi kesalahan dengan besaran 10% = 0,1

Rumus Lemesow di atas apabila dihitung akan menghasilkan ukuran sampel minimal yang harus diraih. Secara rinci perhitungan tersebut diuraikan sebagai berikut:

$$n = \frac{1,96^2 \times 0,5 (1 - 0,5)}{0,1^2}$$

$$n = \frac{1,96^2 \times 0,5 \times 0,5}{0,1^2}$$

$$n = \frac{3,8416 \times 0,25}{0,01}$$

$$n = 96,04$$

Merujuk kalkulasi yang ada, didapatkan sampel sebanyak 96,04 responden. Guna mempermudah penelitian, maka diperlukan pembulatan jumlah responden yang semula sebanyak 96,04 menjadi 97. Maka dari itu, dapat diambil konklusi bahwa jumlah responden yang diperlukan untuk dimulainya penelitian ini adalah sebanyak 97.

1.11.3 Teknik Pengambilan Sampel

Pengambilan sampel merupakan serangkaian proses penyeleksian terhadap beberapa bagian dari suatu populasi. Harapan dari pengambilan sampel ini adalah agar karakteristik dari sejumlah bagian populasi terpilih memiliki ciri dan karakteristik yang serupa atau sejenis (Abubakar, 2021).

Nonprobability sampling menjadi pilihan metode pengambilan sampel. Dipilihnya *nonprobability sampling* dilandaskan dengan alasan tidak adanya pemberian probabilitas serupa untuk menjadi sampel bagi setiap anggota populasi. Selain itu, teknik *purposive sampling* juga dimanfaatkan agar memungkinkan

pemilihan sampel berlandaskan pada suatu penilaian yang ditentukan peneliti (Sugiyono, 2020).

Penelitian ini akan melakukan pengambilan data dengan memanfaatkan keberadaan kuesioner yang akan dibagikan kepada Generasi Z di Kota Semarang yang sesuai kriteria/syarat sebagai berikut:

1. Generasi Z di Kota Semarang kelahiran tahun 1997–2007 (minimal berusia 17 tahun)
2. Pernah menggunakan *e-wallet* LinkAja minimal 2 (dua) kali dalam rentang 6 bulan terakhir
3. Menggunakan lebih dari satu *e-wallet*
4. Bersedia untuk menjawab kuesioner dalam penelitian ini.

1.11.4 Jenis dan Sumber Data

1.11.4.1 Jenis Data

Penelitian ini memanfaatkan keberadaan data kuantitatif. Data kuantitatif menjadi data yang secara langsung mampu untuk diukur sekaligus dihitung karena memuat informasi berbentuk bilangan atau angka. Tidak hanya itu, penelitian ini turut menggunakan berbagai informasi yang termuat dalam bentuk kalimat dan gambar yang disebut juga sebagai data kualitatif (Abubakar, 2021).

1.11.4.2 Sumber Data

Dua buah sumber data yang dimanfaatkan keberadaannya dalam penelitian ini adalah data primer dan sekunder. Data primer merupakan data yang prosesnya

ditemukan tanpa melalui perantara (dari pengguna *e-wallet* LinkAja ke peneliti). Data sekunder merupakan data yang prosesnya ditemukan dari basis lain, seperti buku, jurnal, internet, dan publikasi akademik lainnya yang memiliki relevansi (Abubakar, 2021).

1.11.5 Skala Pengukuran

Skala pengukuran memiliki peranan yang krusial karena dalam setiap variabel terdiri atas indikator yang kuantitasnya tidak hanya satu. Indikator yang lebih dari satu tersebut kemudian akan disusun dalam bentuk pertanyaan yang kemudian diukur menggunakan skala likert. Skala likert memungkinkan peneliti untuk menetapkan skor tertentu dalam proses mengukur pandangan, sikap, dan keyakinan seseorang atau sekelompok individu mengenai suatu gejala sosial (Sugiyono, 2020). Penetapan skor dalam penelitian ini diantaranya sebagai berikut:

- Skor 5 (lima) berarti sangat setuju
- Skor 4 (empat) berarti setuju
- Skor 3 (tiga) berarti netral
- Skor 2 (dua) berarti tidak setuju
- Skor 1 (satu) berarti sangat tidak setuju.

1.11.6 Teknik Pengumpulan data

Teknik pengumpulan data memiliki harapan untuk dimanfaatkan dalam memperoleh pemahaman dan gambaran yang akurat mengenai situasi di lapangan. Teknik pengumpulan data dilakukan menggunakan beberapa hal antara lain:

1. Kuesioner (Angket)

Abubakar (2021) mendefinisikan kuesioner atau angket sebagai suatu hal yang disiapkan peneliti dalam bentuk model pertanyaan untuk disajikan kepada para responden. Kuesioner atau angket ini dipilih sebagai teknik pengumpulan data karena bersifat efisien apabila digunakan pada jumlah responden yang relatif besar. Kuesioner yang disajikan juga sifatnya tertutup sehingga memungkinkan responden lebih mudah dalam memberikan respons karena telah tersedia opsi jawabannya.

2. Studi Literatur atau Kepustakaan

Abubakar (2021) mendefinisikan studi literatur atau kepustakaan sebagai salah satu metode pengumpulan data melalui proses seleksi yang menyeluruh bagi sumber-sumber literatur yang dianggap sesuai. Maka dari itu, penelitian ini akan memanfaatkan beragam basis tertulis, termasuk buku, jurnal penelitian, internet, dan publikasi akademik lainnya yang sesuai akan topik penelitian.

1.11.7 Teknik Pengolahan data

Data yang sudah diambil selanjutnya harus melalui tahap pengolahan. Pengolahan data tersebut meliputi:

1. *Editing*

Editing merupakan tahap di mana peneliti melakukan serangkaian pemeriksaan terkait benar tidaknya jawaban yang telah diisi responden pada kuesioner. Proses *editing* juga bertujuan untuk memastikan bahwa jawaban yang

dihasilkan juga berkualitas tinggi sehingga menghasilkan penelitian yang akurat.

2. *Coding*

Coding menjadi tahapan dimana setiap respons yang diterima melalui kuesioner diberikan kode khusus agar bisa dikelompokkan ke dalam kategori yang serupa. Tujuan dilakukannya *coding* adalah agar jawaban responden tersusun dalam bentuk yang lebih sederhana sehingga memungkinkan semakin mudahnya proses pengolahan dan analisis data.

3. *Scoring*

Scoring merupakan serangkaian langkah untuk memberikan skor atau penilaian dengan memanfaatkan keberadaan skala likert. *Scoring* diperlukan karena setiap variabel terdiri atas indikator yang kuantitasnya tidak hanya satu.

4. *Tabulating*

Tabulating menjadi tahapan dimana jawaban dikelompokkan dengan cermat dan harmonis yang kemudian diikuti dengan serangkaian perhitungan yang disajikan ke dalam bentuk tabel informatif. Proses *tabulating* ini harapannya dapat menyajikan hasil penelitian yang lebih jelas dan mudah dipahami oleh para pembaca.

1.11.8 Teknik Analisis data

1.11.8.1 Uji Kualitas Data

Uji kualitas data yang dimanfaatkan untuk memperkuat analisis adalah sebagai berikut:

1. Uji Validitas

Abubakar (2021) mendefinisikan validitas sebagai ukuran yang menandakan seberapa efektifnya instrumen penelitian dalam proses menghitung variabel yang telah ditetapkan. Instrumen penelitian yang dikatakan valid berarti dapat dimanfaatkan dalam aktivitas perhitungan variabel secara efektif. Kuesioner dinyatakan valid apabila r hitung menghasilkan angka perhitungan yang lebih besar disejajarkan r tabel ($r \text{ hitung} > r \text{ tabel}$). Kuesioner yang hasil perhitungan r tabelnya lebih kecil disejajarkan r tabel ($r \text{ hitung} < r \text{ tabel}$), maka artinya tidak valid.

2. Uji Reliabilitas

Abubakar (2021) mendefinisikan reliabilitas sebagai ukuran untuk menyatakan bahwa suatu instrumen dianggap sebagai alat penghimpun data yang diyakini kebenarannya. Instrumen yang diyakini kebenarannya akan menghasilkan data yang reliabel sehingga apabila data diambil berkali-kali, hasilnya akan tetap sama. Uji reliabilitas memanfaatkan aplikasi SPSS (*Statistical Product and Service*) dengan berlandaskan metode Cronbach's Alpha. Perhitungan akan diterima apabila menghasilkan r hitung dengan kalkulasi yang lebih besar jika disejajarkan dengan r tabel 5% atau 0,6.

1.11.8.2 Analisis Regresi

Macam-macam analisis regresi yang digunakan diantaranya, yaitu:

1. Analisis Regresi Sederhana

Analisis regresi sederhana dilandaskan pada hubungan kausal atau juga disebut sebagai fungsional, khususnya antara variabel bebas bersama variabel terikat. Tujuan utamanya, yakni untuk menentukan apakah meningkat dan menurunnya nilai pada variabel dependen dapat dipengaruhi oleh variabel independen (Sugiyono, 2020). Rumus persamaan umum yang dapat digunakan secara rinci, yaitu:

$$Y = a + bX$$

Keterangan :

Y = variabel dependen

X = variabel independen

a = konstanta atau nilai Y bila X=0

b = koefisien regresi

2. Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linear berganda merujuk pada konsep statistik yang dimanfaatkan guna meramalkan besaran dampak yang timbul dari variabel bebas dengan variabel terikat (Sugiyono, 2020). Persamaan yang tercipta adalah sebagai berikut:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + e$$

Keterangan:

Y = variabel dependen (*continuance intention*)

α = konstanta

β = koefisien regresi dari setiap variabel independen

X_1 = variabel independen (*perceived usefulness*)

X_2 = variabel independen (*perceived ease of use*)

e = standar eror

1.11.8.3 Uji Koefisien Korelasi (R)

Uji koefisien korelasi diperlukan dalam konteks meninjau seberapa kuatnya hubungan yang terjadi di antara dua variabel. Kekuatan hubungan tersebut dapat ditentukan melalui nilai r yang diperoleh dari hasil analisis korelasi. Pedoman umum untuk menilai kuat tidaknya hubungan atau koefisien korelasi antar variabel adalah sebagai berikut (Sugiyono, 2020):

Tabel 1.2 Pedoman dalam Menentukan Kekuatan Antar Variabel

No.	Interval Nilai R	Interpretasi
1.	0,00 – 0,19	Korelasi sangat rendah
2.	0,20 – 0,39	Korelasi rendah
3.	0,40 – 0,59	Korelasi cukup kuat
4.	0,60 – 0,79	Korelasi kuat
5.	0,80 – 1,00	Korelasi sangat kuat

Sumber: Sugiyono, 2020

1.11.8.4 Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Uji koefisien determinasi diperlukan dalam suatu penelitian untuk menilai besar tidaknya persentase sumbangan antar variabel (Sugiyono, 2020). Kalkulasi besaran koefisien determinasi dapat memanfaatkan rumus:

$$KD = (r^2) \times 100\%$$

Keterangan:

KD = koefisien determinasi

r^2 = koefisien korelasi

Adjusted r^2 dapat digunakan untuk mengevaluasi seberapa jauh variabel bebas mampu menjelaskan variabel terikat dengan baik. Adjusted r^2 yang hasilnya mendekati 0 (nol) mengindikasikan bahwa variabel variabel bebas tidak mampu menjelaskan variabel terikat dengan baik. Lebih lanjut, adjusted r^2 yang mendekati 1 (satu) mengindikasikan bahwa variabel bebas mampu menjelaskan variabel terikat dengan baik.

1.11.8.5 Uji Signifikansi

Macam-macam uji signifikansi yang dipakai diantaranya:

1. Uji t (Parsial)

Uji t dimaksudkan sebagai pengujian nilai koefisien regresi parsial individu yang dimanfaatkan guna mencari tahu apakah variabel bebas secara individual memberikan dampak bagi variabel terikat (Sugiyono, 2020). Variabel *perceived usefulness* dan *perceived ease of use* menjadi variabel yang akan diuji dengan

continuance intention untuk dilihat apakah berpengaruh atau tidak. Uji t memanfaatkan konsep *one tailed* sebagai patokan dalam menguji hipotesis.

Uji t memiliki beberapa tahapan atau langkah yang harus dilakukan. Tahap demi tahap yang untuk menjalankan uji t adalah sebagai berikut (Sugiyono, 2020):

1. Merumuskan hipotesis nol dan hipotesis alternatif yang akan digunakan
 - a. $H_0 : \beta = 0$, artinya tidak terdapat pengaruh positif antara *perceived usefulness* (X1) dan *perceived ease of use* (X2) secara parsial terhadap *continuance intention* (Y)
 - b. $H_a : \beta \neq 0$, artinya terdapat pengaruh positif antara *perceived usefulness* (X1) dan *perceived ease of use* (X2) secara parsial terhadap *continuance intention* (Y).
2. Merumuskan tingkat atau taraf signifikansi, yakni sebesar 5% atau 0,05.
3. Menghitung nilai t

Rumus menghitung nilai t:

$$t = \frac{r\sqrt{(n-2)}}{\sqrt{1-r^2}}$$

Keterangan:

t = t-hitung

n = jumlah sampel dari responden

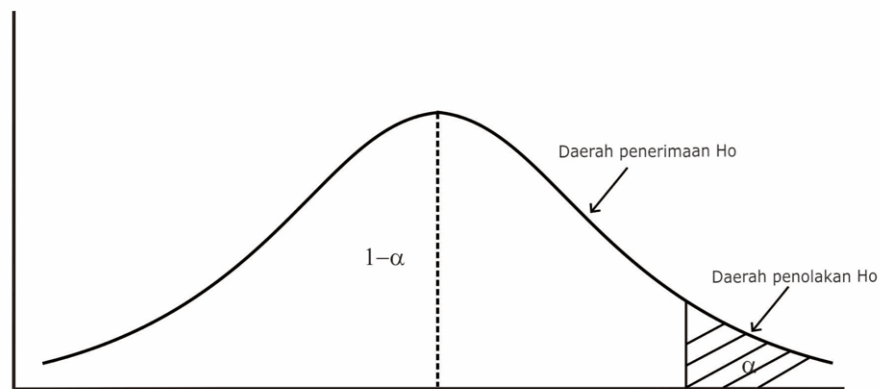
r = besaran korelasi

(tambahan informasi: t-tabel digunakan untuk taraf kesalahan 5% dan N=100).

4. Mengambil keputusan

Keputusan dapat ditarik dengan melakukan perbandingan pada t-hitung dan t-tabel dengan syarat:

- Saat nilai t-hitung melampaui t-tabel, terjadi penolakan H_0 dan penerimaan H_a
- Saat nilai t-hitung tidak melampaui t-tabel, terjadi penerimaan H_0 dan penolakan H_a



Gambar 1.14 Kurva Uji t

2. Uji F

Uji F didefinisikan sebagai serangkaian pemeriksaan yang digunakan guna mengukur seberapa besar dampak yang muncul oleh variabel bebas secara bersama-sama terhadap variabel terikat (Sugiyono, 2020). Uji F dalam penelitian ini menggunakan konsep *one tailed* sebagai patokan dalam menguji hipotesis.

Langkah-langkah yang dijalankan guna mengukur uji F adalah:

1. Menyusun formula hipotesis

- a. $H_0 : \beta = 0$, artinya *perceived usefulness* (X1) dan *perceived ease of use* (X2) secara bersama-sama tidak memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *continuance intention* (Y)
- b. $H_a : \beta \neq 0$, artinya *perceived usefulness* (X1) dan *perceived ease of use* (X2) secara bersama-sama memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *continuance intention* (Y).

2. Menerapkan taraf signifikansi $\alpha = 0,05$ atau 5%

3. Menerapkan taraf kesalahan $0,05\% = 5\%$

4. Menerapkan kriteria pengujian

Kriteria pengujian yang diterapkan adalah sebagai berikut:

- a. H_0 dikatakan diterima bila perolehan F hitung melampaui F tabel
- b. H_0 dikatakan diterima bila perolehan F hitung melampaui F tabel

5. Menghitung nilai F

Rumus menghitung nilai F:

$$F = \frac{R^2/(k)}{1 - R^2/(n-k-1)}$$

Keterangan:

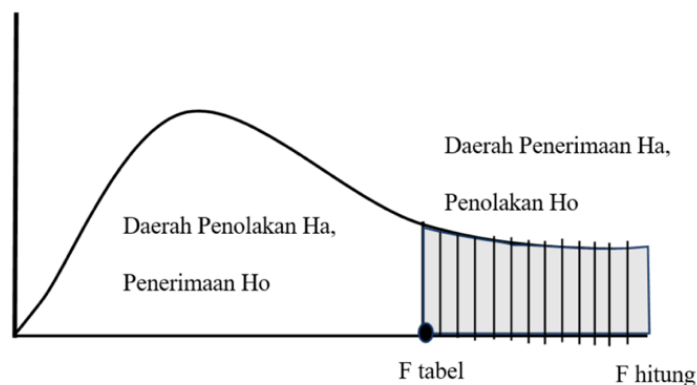
R^2 = koefisien determinasi

K = jumlah variabel independen

n = jumlah sampel yang diteliti

6. Kesimpulan H_0 Diterima atau Ditolak

Kesimpulan dapat diperoleh dengan membandingkan perolehan F hitung yang didapat melalui F tabel. Nilai F hitung yang melampaui F tabel membawa arti H_0 ditolak sehingga bisa ditarik kesimpulan ada signifikansi pengaruh antara variabel *perceived usefulness* dan *perceived ease of use* bagi variabel *continuance intention*. Nilai F hitung yang melampaui F tabel membawa arti H_0 diterima sehingga bisa ditarik kesimpulan tidak adanya signifikansi pengaruh variabel *perceived usefulness* dan *perceived ease of use* bagi variabel *continuance intention*.



Gambar 1.15 Kurva Uji F

1.11.8.6 Uji Asumsi Klasik

Macam-macam uji asumsi klasik yang dimanfaatkan diantaranya:

1. Uji Multikolinearitas

Ada tidaknya korelasi yang muncul dalam variabel bebas dapat diketahui dengan memanfaatkan pengujian multikolinearitas. Optimalnya model regresi memiliki standar jika tidak ditemukannya ciri atau tanda multikolinearitas antar variabel independen (Ghozali, 2018). Ketentuan dalam uji multikolinearitas adalah:

- a. Nilai VIF melampaui angka 10 dan nilai *tolerance* melampaui sama dengan 10 mengindikasikan multikolinearitas muncul.
- b. Nilai VIF tidak melampaui angka 10 dan nilai *tolerance* tidak melampaui 10 mengindikasikan multikolinearitas tidak muncul.

2. Uji Heteroskedastisitas

Ada atau tidaknya perbedaan variasi residual satu observasi ke observasi yang lainnya memerlukan adanya uji heteroskedastisitas. Variasi yang memiliki perbedaan antara pengamatan-pengamatan yang ada disebut sebagai heteroskedastisitas, sedangkan yang tidak disebut sebagai homoskedastisitas. Model regresi disebut optimal apabila memiliki variasi yang tetap atau disebut sebagai homoskedastisitas (Ghozali, 2018). Pengujian heteroskedastisitas dijalankan menggunakan uji Glejser dengan syarat:

- a. Perolehan signifikansi melampaui 0,05 mengindikasikan heteroskedastisitas tidak muncul
- b. Perolehan signifikansi tidak melampaui 0,05 mengindikasikan adanya heteroskedastisitas

3. Uji Normalitas

Normal tidaknya suatu data yang diperoleh peneliti bisa dinilai menggunakan pengujian normalitas. Pengujian normalitas secara umum dimanfaatkan guna menilai, baik data berskala interval, ordinal, maupun rasio (Ghozali, 2018). Pengujian normalitas *one sample Kolmogorov-Smirnov* dimanfaatkan dengan ketentuan sebagai berikut:

- a. Penelitian yang dinilai memiliki distribusi normal tingkat signifikansinya adalah sebesar $> 0,05$
- b. Penelitian yang dinilai tidak memiliki distribusi normal tingkat signifikansinya adalah sebesar $< 0,05$.