

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

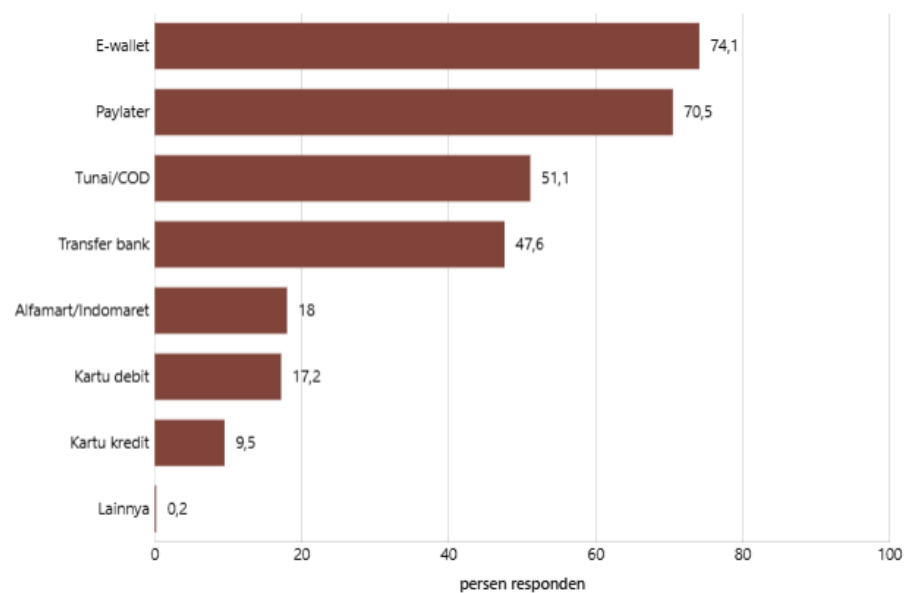
Perkembangan teknologi dan informasi saat ini sudah berkembang dengan sangat pesat dan sangat memberikan kemudahan bagi masyarakat. Teknologi digital berkembang sangat pesat dan banyak membantu kehidupan masyarakat sehari-hari Kurniawan et al., (2022). Saat ini semua sektor sudah menerapkan teknologi dalam setiap sistemnya, termasuk sektor ekonomi. Perkembangan teknologi dan informasi yang maju akan membantu pertumbuhan ekonomi digital dan keuangan suatu negara. Perkembangan teknologi dan informasi juga memberikan kemudahan bagi masyarakat di bidang perekonomian. Salah satu implemementasi ekonomi digital ini adalah dengan adanya sistem pembayaran non-tunai.

Sistem pembayaran adalah sistem yang mencakup seperangkat aturan, lembaga, dan mekanisme yang dipakai untuk melaksanakan pemindahan dana, guna memenuhi kewajiban pembayaran melalui pertukaran “nilai” antar perorangan, bank, dan lembaga lainnya baik domestik maupun antar negara. Seiring dengan kemajuan akses teknologi dalam transaksi digital, saat ini telah berkembang layanan baru berupa uang elektronik (*e-money*). Uang elektronik didefinisikan oleh Soefianto., (2012) sebagai alat pembayaran yang mempunyai unsur-unsur sebagai berikut: diterbitkan atas dasar nilai uang yang disetor terlebih dahulu, nilai uang disimpan secara elektronik dalam suatu media seperti server atau chip, digunakan sebagai alat pembayaran kepada pedagang yang bukan merupakan penerbit uang elektronik tersebut,

serta nilai uang elektronik yang disetor oleh pemegang dan dikelola oleh penerbit bukan merupakan simpanan sebagaimana dimaksudkan dalam undang-undang yang mengatur mengenai perbankan. Dengan adanya perkembangan sistem pembayaran dan munculnya uang elektronik, baru-baru ini muncul juga sebagai jenis pembayaran menggunakan QR Code. Banyaknya cara pembayaran tersebut membuat masyarakat dengan mudah memilih teknologi mana yang sesuai dengan kebutuhannya. Namun dengan catatan penjual atau toko tempat di mana transaksi tersebut berlangsung telah mendukung sistem pembayaran tersebut.

Pembayaran digital sebagai salah satu bentuk pembayaran non-tunai atau cashless juga mempunyai bermacam bentuk dan memiliki 4 jenis pembayaran digital. Pertama adalah uang elektronik atau *e-money* yang merupakan salah satu jenis pembayaran digital berbasis kartu (*card-based*). Uang elektronik dapat menyimpan nominal uang sesuai dengan yang dibutuhkan. Kedua adalah internet banking, *internet banking* adalah layanan perbankan digital untuk berbagai transaksi keuangan non-tunai yang dapat diakses melalui jaringan internet. Untuk memanfaatkan fasilitas ini, terlebih dahulu harus mendaftarkan diri dan melakukan aktivasi akun *internet banking*. Ketiga adalah *e-wallet*, *e-wallet* atau yang dikenal juga dengan istilah dompet digital, adalah layanan keuangan berbasis aplikasi yang berfungsi menyimpan uang digital dan melakukan berbagai aktivitas transaksi secara *online*. Layanan *e-wallet* ini memiliki lebih banyak kegunaan seperti untuk membayar parkir, makanan, atau pulsa yang mana dengan nominal yang tidak terlalu besar. Saat ini, banyak

perusahaan penyedia *e-wallet* yang telah bekerja sama dengan bank untuk menghadirkan layanan perbankan. Contoh *e-wallet* populer di antaranya adalah Gopay, OVO, Dana, dan LinkAja. Untuk menggunakan *e-wallet* tersebut, terlebih dahulu harus mengisi dana dengan melakukan *top up*. Terakhir adalah *mobile banking* atau sering disebut dengan istilah *m-banking*, layanan ini adalah perbankan digital yang diakses melalui internet dan dengan mengunduh aplikasi pada *handphone*. Layaknya layanan perbankan konvensional, hampir semua ada pada layanan *m-banking* seperti transfer, pembayaran tagihan, dan lain sebagainya. Saat ini semua bank sudah memiliki layanan *m-banking* ini seperti contohnya BNI Mobile, BRI Mobile, m-BCA, dan livin by Mandiri.



Gambar 1.1 Metode Pembayaran Utama Konsumen Belanja Online

Sumber : databoks.katadata.co.id

Menurut survei kolaborasi Kredivo dengan Katadata Insight Center (KIC) yang bertajuk *Laporan Perilaku Pengguna PayLater Indonesia 2024*, pada 2024 sebanyak 74,1% responden menggunakan *e-wallet* untuk berbelanja

daring. Kemudian *paylater* ada di urutan kedua yang digunakan oleh 70,5% responden. Metode pembayaran ini juga naik dari tahun sebelumnya yang masih 69,4%.

Meski alat pembayaran digital sudah beragam, masih ada 51,1% responden yang menggunakan metode pembayaran tunai atau *cash on delivery* (COD) saat belanja *online*. Disusul oleh transfer bank, alfamart/indomaret, kartu debit, kartu kredit, dan lainnya, sehingga menunjukkan bahwa *e-wallet* saat ini menjadi metode pembayaran yang paling sering digunakan oleh masyarakat.

Kemajuan teknologi yang semakin pesat, membuat masyarakat menjadi konsumtif dan memiliki keinginan yang mudah dan praktis, sehingga banyak masyarakat lebih memilih *e-wallet*. E-wallet didefinisikan sebagai sebagai mata uang digital, dimana terdapat kemudahan dalam berbelanja tanpa perlu membawa uang dalam bentuk tunai dan dapat disalurkan pada saat melakukan kegiatan lain. Banyaknya fitur yang ditawarkan oleh e-wallet selain untuk menyimpan uang dan alat pembayaran yaitu seperti pembayaran tagihan, membeli pulsa atau paket data, investasi, pemesanan tiket transportasi, jual beli, serta transfer ke bank. Bahkan e-wallet sekarang juga sudah dilengkapi fitur keamanan seperti PIN, sidik jari, dan pemindaian wajah. Dengan banyaknya fitur yang sama pada semua e-wallet, hal ini menyebabkan cukup ketatnya persaingan karena banyaknya produk yang ada di pasaran. Hal tersebut menjadi tugas yang berat bagi perusahaan pemilik e-wallet untuk terus mempertahankan pangsa pasarnya (Chandra & Tielung, 2015).

Salah satu e-wallet yang terdapat di Indonesia adalah LinkAja. LinkAja adalah PT Fintek Karya Nusantara (Finarya). PT Fintek Karya Nusantara adalah perusahaan BUMN yang menyediakan layanan pembayaran berbasis server. Salah satu produk unggulannya adalah aplikasi dompet digital bernama LinkAja. Sebelumnya, aplikasi ini dikenal dengan nama Telkomsel Cash (TCASH), namun pada tahun 2019 mengalami perubahan nama menjadi LinkAja. Aplikasi ini dapat diunduh secara gratis melalui smartphone, sehingga memudahkan masyarakat dalam mengakses dan menggunakan layanan digital tersebut.

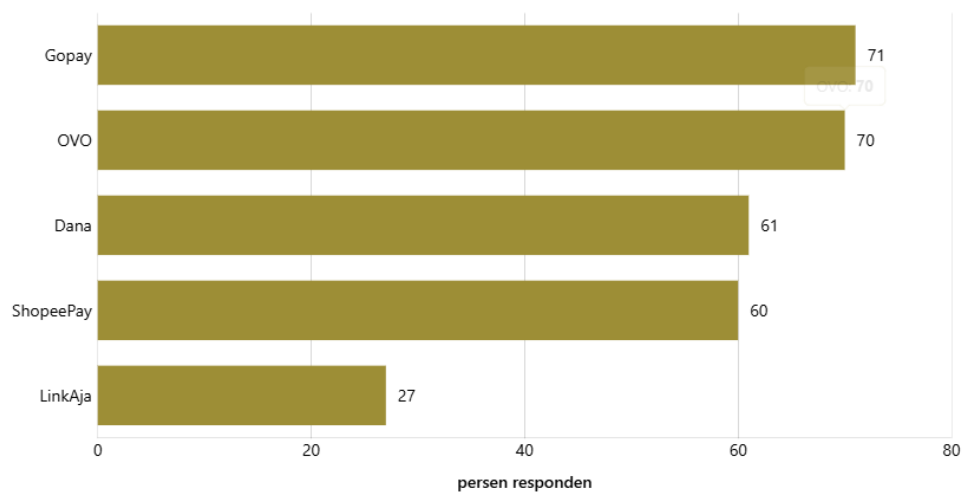


Gambar 1.2 Tampilan Halaman Utama LinkAja

Sumber: Google Playstore

Seperti dompet digital pada umumnya, LinkAja memfasilitasi pengguna dalam memenuhi berbagai kebutuhan keuangan serta menyediakan beragam layanan yang memberikan kemudahan dan manfaat. LinkAja juga kerap

menawarkan voucher yang memungkinkan pengguna memperoleh cashback atau potongan harga saat melakukan transaksi melalui aplikasi tersebut. Saat ini, LinkAja telah resmi terdaftar di Bank Indonesia sebagai Badan Hukum yang bertindak sebagai Penerbit Uang Elektronik dan Penyelenggara Layanan Keuangan Digital.



Gambar 1.3 Merk *E-wallet* yang Digunakan Masyarakat Indonesia

Sumber : databoks.katadata.co.id

Pada survei yang dilakukan oleh *E-Wallet Industry Outlook* dari Insight Asia, dari 1.300 warga perkotaan yang disurvei menghasilkan data seperti diatas. Platform yang paling banyak digunakan adalah Gopay dengan proporsi pengguna 71%. Namun, Gopay bersaing sangat ketat dengan OVO yang proporsi penggunaanya mencapai 70%. Sementara, pengguna platform dompet digital lain seperti Dana dengan 61%, ShopeePay dengan 60%, dan LinkAja dengan presentase paling kecil yaitu 27% pengguna saja. Hal ini mengindikasikan bahwa pengguna layanan LinkAja tidak lagi berniat untuk menggunakan secara berkelanjutan untuk bertransaksi.

Peneliti juga mengambil 100 ulasan aplikasi LinkAja secara acak melalui aplikasi GooglePlay, dan terdapat beberap alasan mengapa pengguna tidak puas dengan aplikasi LinkAja. pada tabel 1.3 menunjukkan terdapat ulasan yang terindikasi pengalaman transaksi yang diberikan aplikasi LinkAja tidak memuaskan pengguna dengan berbagai alasan seperti, transaksi yang dilakukan sering terjadi pending atau tertahan serta terdapat juga transaksi gagal namun saldo sudah terpotong. Aplikasi LinkAja cukup mudah mengalami gangguan atau error. Setelah itu, proses pengembalian atau refund ketika terjadinya kesalahan transaksi sangat lama hingga 1 bulan.

Tabel 1.1 Rekapitulasi Ulasan Buruk Aplikasi LinkAja berdasarkan Review Google Play Bulan Oktober – Desember 2024

No.	Review Buruk	Presentase
1.	Kesulitan untuk <i>log in</i> akun	20%
2.	Transaksi gagal	45%
3.	Aplikasi sering mengalami <i>error</i>	26%

Sumber: Google Play review, 2024

Berdasarkan uraian latar belakang diatas maka penulis akan mengangkat judul dalam penelitian ini yaitu tentang “Pengaruh *Perceived ease of use* dan *Perceived security* Terhadap *Behavioral intention to use* melalui *Trust*” (Studi Pada Pengguna E-wallet LinkAja di Kota Semarang)

1.2 Rumusan Masalah

Penggunaan *e-wallet* di Indonesia sangat meningkat dengan banyaknya masyarakat yang beralih menggunakan *e-wallet* untuk segala

kegiatannya. Volume penggunaan e-wallet telah meningkat pesat semenjak satu dekade terakhir. Namun, dengan meningkatnya volume penggunaan e-wallet tersebut, terdapat beberapa permasalahan juga yang muncul.

Sebagaimana diuraikan pada latar belakang sebelumnya, LinkAja menjadi e-wallet paling jarang digunakan ulang oleh para penggunanya jika dibandingkan e-wallet lainnya. Jarangnya penggunaan oleh para penggunanya merupakan indikasi adanya suatu permasalahan terkait niat untuk menggunakan ulang aplikasi LinkAja.

Perceived ease of use adalah sejauh mana seseorang merasa bahwa menggunakan aplikasi *e-wallet* tidak membutuhkan usaha yang berarti dan mudah dipahami. Menurut data pada latar belakang sebelumnya, LinkAja sebagai aplikasi keuangan berbasis digital yang seharusnya memberikan kemudahan dalam navigasi, transaksi, dan fitur-fiturnya. Namun, pengguna merasa antarmuka tidak ramah atau transaksi sering bermasalah, sehingga hal tersebut menjadi suatu permasalahan, sehingga tidak ada niat untuk menggunakan ulang.

Perceived security mengacu pada keyakinan pengguna bahwa data pribadi dan transaksinya aman saat menggunakan aplikasi LinkAja. Data yang terdapat pada latar belakang menunjukkan bahwa ada beberapa permasalahan seperti transaksi tertunda, kegagalan top-up, hingga refund yang lama menimbulkan persepsi negatif terhadap keamanan aplikasi tersebut.

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

1. Apakah *perceived ease of use* berpengaruh terhadap *behavioral intention to use* pengguna LinkAja di Kota Semarang
2. Apakah *perceived security* berpengaruh terhadap *behavioral intention to use* pengguna LinkAja di Kota Semarang
3. Apakah *perceived ease of use* berpengaruh terhadap *trust* pengguna LinkAja di Kota Semarang
4. Apakah *perceived security* berpengaruh terhadap *trust* pada pengguna LinkAja di Kota Semarang
5. Apakah *trust* berpengaruh terhadap *behavioral intention to use* pada pengguna LinkAja di Kota Semarang
6. Apakah *trust* berperan memediasi *perceived ease of use* terhadap *behavioral intention to use* pada pengguna LinkAja di Kota Semarang
7. Apakah *trust* memediasi *perceived security* terhadap *behavioral intention to use* pada pengguna LinkAja di Kota Semarang

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian "Pengaruh *Perceived Ease of Use* dan *Perceived Security* Terhadap *Behavioral Intention to Use* melalui *Trust* (Studi Pada Pengguna *E-wallet* LinkAja di Kota Semarang)" adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh *perceived ease of use* terhadap *behavioral intention to use* pada pengguna LinkAja di Kota Semarang
2. Untuk mengetahui pengaruh *perceived security* terhadap *behavioral intention to use* pada pengguna LinkAja di Kota Semarang

3. Untuk mengetahui pengaruh *perceived ease of use* terhadap *trust* pada pengguna LinkAja di Kota Semarang
4. Untuk mengetahui pengaruh *perceived security* terhadap *trust* pada pengguna LinkAja di Kota Semarang
5. Untuk mengetahui pengaruh *trust* terhadap *behavioral intention to use* pada pengguna LinkAja di Kota Semarang
6. Untuk mengetahui pengaruh *perceived ease of use* terhadap *behavioral intention to use* melalui *trust* pada pengguna LinkAja di Kota Semarang pada pengguna LinkAja di Kota Semarang.
7. Untuk mengetahui pengaruh *perceived security* terhadap *behavioral intention to use* melalui *trust* pada pengguna LinkAja di Kota Semarang pada pengguna LinkAja di Kota Semarang.

Dengan tujuan penelitian yang jelas, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi PT Fintek Karya Nusantara dalam meningkatkan kualitas layanan dan mempertahankan pengguna LinkAja. Selain itu, penelitian ini juga dapat memberikan wawasan baru bagi peneliti lain dalam memahami faktor-faktor yang mempengaruhi *behavioral intention to use* aplikasi *e-wallet* LinkAja.

1.4 Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi informasi serta sumbangan pemikiran yang bermanfaat sebagai berikut:

1. Bagi Peneliti

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan dan pengetahuan mengenai sistem informasi bisnis terkhusus yang berkaitan dengan konsep penerimaan aplikasi e-wallet LinkAja.

2. Bagi PT Fintek Karya Nusantara atau Manajemen LinkAja

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi informasi tambahan bagi PT. Fintek Karya Nusantara dalam merumuskan strategi untuk meningkatkan kualitas pelayanan elektronik sehingga dapat membantu meningkatkan kepuasan penggunaan LinkAja yang berujung pada meningkatnya minat penggunaan berkelanjutan. Hal tersebut dapat dicapai dengan mempertimbangkan faktor-faktor yang mempengaruhi *trust* pengguna yang berimplikasi pada *behavioral intention to use*.

1.5 Kerangka Teori

1.5.1 Perilaku Konsumen

Menurut Swasta dan Handoko (Adnan, 2019), perilaku konsumen adalah sebagai kegiatan individu yang secara langsung terlibat dalam mendapatkan dan menggunakan barang-barang dan jasa termasuk di dalamnya proses pengambilan keputusan dan persiapan penentu kegiatan-kegiatan tersebut. The American Marketing Association dalam Peter dan Olson (2013) mendefinisikan perilaku konsumen sebagai dinamika interaksi antara pengaruh dan kesadaran perilaku dan lingkungan tempat manusia melakukan pertukaran aspek-aspek kehidupan. Schiffman dan Kanuk (2008) mengemukakan bahwa studi

perilaku konsumen adalah suatu studi mengenai bagaimana seorang individu membuat keputusan untuk mengalokasikan sumber daya yang tersedia (waktu, uang, usaha, dan energi). Dari pengertian diatas, maka dapat diketahui bahwa perilaku konsumen juga dapat diartikan sebagai tindakan-tindakan yang dilakukan konsumen perorangan, kelompok maupun organisasi untuk menilai, memperoleh, dan menggunakan barang-barang serta jasa melalui proses pertukaran dan pembelian atau yang diawali pengambilan keputusan yang menentukan tindakan-tindakan tersebut. Konsumen memiliki keragaman yang menarik untuk dipelajari karena ia meliputi seluruh individu dari berbagai usia, latar belakang budaya, pendidikan, dan keadaan sosial ekonomi lainnya. Oleh karena itu, sangatlah penting untuk mempelajari bagaimana konsumen berperilaku dan faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi perilaku tersebut.

1.5.2 TRA (*Theory of Reasoned Action*)

Menurut Icek Ajzen dan Martin Fishben pada tahun 1980, *Theory of Reasoned Action* (TRA) menjelaskan tentang niat perilaku seseorang atau niat individu yang terbentuk dari norma sosial dan sikap individu terhadap perilaku. Teori ini bertujuan untuk menjelaskan bagaimana sikap dan perilaku seseorang saling terkait dalam mengarahkan tindakan individu. TRA digunakan untuk memprediksi bagaimana seseorang akan berperilaku berdasarkan sikap dan niat perilaku sebelumnya. Menurut Fishben, terdapat hubungan antara sikap

(*attitude*) dan perilaku (*behavior*). Dengan kata lain, sikap yang dimiliki seseorang dapat mempengaruhi perilaku yang akan dilakukan. Raman, (2019) mengatakan bahwa banyak teori yang mencoba untuk menghubungkan antara sikap dan perilaku, namun hanya TRA. yang dapat menghubungkan antara memprediksi perilaku konsumen dengan mengukur kepercayaan, sikap, dan niat.

1.5.3 *Perceived Ease of Use*

Menurut Jogyanto (2007) persepsi kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*) didefinisikan sebagai sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan suatu teknologi akan bebas dari usaha. *Perceived ease of use* dikatakan sebagai sejauh mana seseorang saat menggunakan suatu sistem akan memiliki *trust* bahwa akan menghilangkan kesusahan baik dari sisi fisik maupun mental (Cheng, 2014). Shung Wang et al (2003) berpendapat bahwa *perceived ease of use* merupakan penggunaan yang dimanfaatkan sebagai tolak ukur sejauh mana pengguna di masa depan melihat bahwa sistem tersebut tidak memiliki kendala. Davis (1989) mendefinisikan kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*) adalah suatu tingkatan dimana seseorang mempercayai bahwa penggunaan system tertentu dapat mengurangi usaha seseorang dalam mengerjakan sesuatu. Menurut Cudjoe (2015), *perceived ease of use* adalah tingkat dimana seseorang percaya bahwa menggunakan teknologi atau sistem tertentu akan bebas dari upaya. *Perceived ease of use* didefinisikan sebagai sejauh mana pengguna percaya bahwa menggunakan teknologi dapat bebas dari

effort (Setiawan et al., 2022). Teknologi harus mudah dipelajari atau digunakan jika ingin meningkatkan penggunaan.

Menurut Jogiyanto (2007) *perceived ease of use* memiliki 4 dimensi yaitu:

1. Kemudahan mempelajari cara menggunakan.
2. Interaksi pengguna jelas dan dapat dimengerti.
3. Mudah digunakan.

Sehingga dapat disimpulkan bahwa *perceived ease of use* adalah suatu persepsi seseorang terhadap kemudahan penggunaan suatu teknologi, yang disebabkan oleh cara penggunaannya yang mudah dan tidak memerlukan usaha besar.

1.5.4 Perceived security

Salah satu masalah paling berat yang dihadapi oleh konsumen yang ingin membeli layanan atau produk secara online yaitu berasal dari kerentanan situs internet tempat produk tersebut dibeli (Suh & Han, 2003). *Perceived security* biasa dikaitkan dengan ancaman yang menciptakan keadaan, kondisi, atau peristiwa yang berpotensi menyebabkan kesulitan ekonomi melalui sumber data atau jaringan yang mengalami kerusakan pengumpulan dan modifikasi data, penolakan layanan, dan/atau penipuan dan penyalahgunaan wewenang Armesh et al., (2010). Sementara itu menurut Roca et al. (2009) persepsi privasi berhubungan dengan perasaan konsumen tentang

adanya kemungkinan bahwa perusahaan online mengumpulkan dan menggunakannya data tentang individu secara tidak tepat.

Banyak orang tidak menyadari bahwa data pribadi mereka dapat direkam, dikumpulkan, dan berpotensi disalahgunakan untuk kepentingan ilegal. Namun, saat ini kesadaran masyarakat terhadap proses perekaman identitas saat menggunakan layanan e-payment tampaknya mulai meningkat. Di samping itu, pengguna internet juga semakin waspada dalam membagikan informasi sensitif secara online Yenisey et al., (2005). Menurut Sudono et al., (2020) mendefinisikan *perceived security* merupakan persepsi pengguna mengenai tingkat keamanan terhadap ancaman dalam menggunakan pembayaran seluler (misalnya penggunaan data yang tidak sah atau pencurian data).

Dengan demikian, *perceived security* dapat didefinisikan sebagai “probabilitas subjektif di mata pelanggan bahwa informasi pribadi atau keuangannya tidak akan ditampilkan, disimpan, dan/atau dicuri selama e-commerce dan penyimpanan dilakukan oleh pihak luar” (Flavián et al., 2006). Temuan penelitian menunjukkan bahwa *trust* secara signifikan dapat memediasi keamanan yang dirasakan dan penerimaan teknologi pembayaran elektronik. Hal ini membawa dampak signifikan positif pada intention to use (Alademomi et al., 2019).

Menurut Sudono et al., (2020) *perceived security* memiliki 4 dimensi yaitu:

1. Memberikan rasa aman kepada pengguna
2. Pengguna merasa terjamin
3. Tidak ada kekhawatiran saat menggunakan aplikasi

Penelitian ini menggunakan dimensi dan definisi *perceived security* menurut Sudono et al., (2020).

1.5.5 Behavioral intention to use

Perilaku menurut Jogiyanto (2008) adalah tindakan-tindakan atau reaksi-reaksi. Perilaku dapat berupa sadar atau tidak sadar, terus terang atau diam-diam dan sukarela atau tidak sukarela. Dalam melakukan segala aktivitas kehidupan, manusia mempunyai pertimbangan-pertimbangan untuk melakukan suatu aktivitas. Hal inilah yang disebut dengan perilaku umum atau common behavior. Perilaku adalah operasionalisasi dan aktualisasi sikap seseorang atau suatu kelompok terhadap sesuatu situasi dan kondisi lingkungan baik alam, masyarakat, teknologi, atau organisasi. Seseorang akan melakukan suatu perilaku (*behavior*) jika mempunyai keinginan atau minat (*behavioral intention*) untuk melakukannya. Minat juga dapat mengindikasikan dilakukannya suatu perilaku di masa depan dan mengulangnya di kemudian hari (Aditya & Wardhana, 2016).

Behavioral intention to use adalah kecenderungan niat perilaku untuk tetap menggunakan suatu teknologi atau tidak. Tingkat penggunaan sebuah teknologi komputer pada seseorang dapat diprediksi dari sikap perhatiannya terhadap teknologi tersebut (Davis,

1989). Seseorang akan berminat menggunakan suatu teknologi informasi yang baru apabila pengguna tersebut meyakini dengan menggunakan teknologi informasi tersebut akan meningkatkan kinerjanya. Behavior terbentuk ketika seseorang memiliki minat untuk melakukannya. Intention mengacu kepada minat akan melakukan sesuatu, tindakan yang mengikuti minat, dan ketertarikan untuk terus melakukan tindakan di masa yang akan datang. Behavioral intention merupakan syarat yang diperlukan untuk mengindikasi suatu perilaku, dalam kata lain yaitu pengambilan suatu keputusan sebelum berperilaku (Wang & Li, 2016).

Adapun indikator *behavioral intention to use* menurut Wang dan Li (2016) adalah sebagai berikut:

1. Kemauan pengguna untuk memakai aplikasi.
2. Kecenderungan pengguna untuk lebih menggunakan aplikasi tertentu dibandingkan aplikasi lainnya.
3. Memberikan rekomendasi kepada orang lain.

Penelitian ini menggunakan dimensi dan definisi *behavioral intention to use* menurut Wang dan Li (2016).

1.5.6 Trust

Menurut Das dan Teng (dalam Ojha & Gupta, 1998: 107) *trust* sebagai derajat dimana seseorang yang percaya menaruh sikap positif terhadap keinginan baik dan keandalan orang lain yang dipercayanya di dalam situasi yang berubah-ubah dan beresiko. *Trust* adalah sesuatu

yang berkaitan dengan keyakinan atas kemampuan dan integritas dari layanan suatu sistem Koloseni, (2017). *Trust* merupakan kesediaan untuk membuat seseorang terbuka dalam aktivitas yang diambil oleh pihak yang dipercaya berdasar pada suatu keyakinan Geven, (2002). Konsep *trust* hal ini menunjukkan bahwa pengguna memiliki kepercayaan terhadap keandalan teknologi tersebut dalam menjamin keamanan. Keamanan di sini mencakup perlindungan bagi pengguna, minimnya risiko kehilangan data atau informasi, serta rendahnya kemungkinan terjadinya pencurian.

Adapun indikator menurut (Daniel Koloseni, 2017) untuk mengukur *trust*, sebagai berikut:

1. Pengguna percaya untuk menggunakan
2. Mampu melindungi privasi pengguna
3. Dapat diandalkan

Berdasarkan paparan di atas mengenai *trust*, maka dapat diartikan *trust* adalah suatu kesediaan seseorang untuk mempercayai orang/hal lain karena adanya niat baik, jujur, kompetensi, keterbukaan dan dapat diandalkan sehingga membuat *trustee* konsekuen dengan resiko yang muncul.

1.6 Pengaruh Antar Variabel

1.6.1 Pengaruh *Perceived ease of use* (X¹) terhadap *Behavioral intention to use* (Y) dalam penggunaan e-wallet LinkAja

Perceived ease of use merupakan suatu tingkat keyakinan individu yang merasa percaya bahwa menggunakan sistem tertentu akan mudah atau bahkan tidak diperlukan usaha. Dalam konteks e-wallet, kemudahan penggunaan yang dirasakan ketika interaksi dengan aplikasi e-wallet mudah dalam mengoperasikan dan mudah digunakan untuk proses transaksi sehari-hari menjadi lebih efektif dan efisien. Apabila individu dalam menggunakan *e-wallet* tidak merasakan kesulitan dan tidak memerlukan usaha yang lebih, maka individu cenderung memiliki niat yang lebih tinggi untuk terus menggunakan.

Syahri & Yanita Setyawati (2023) melakukan penelitian terhadap masyarakat Surabaya yang pernah menggunakan pembayaran QRIS menunjukkan bahwa *perceived ease of use* berpengaruh positif terhadap *behavioral intention to use*. Menunjukkan bahwa *perceived ease of use* berpengaruh secara signifikan terhadap *behavioral intention to use*.

H1 : Diduga terdapat pengaruh antara *perceived ease of use* terhadap *behavioral intention to use*

1.6.2 Pengaruh *Perceived security* (X²) terhadap *Behavioral intention to use* (Y) penggunaan aplikasi e-wallet LinkAja

Keamanan suatu layanan berbasis teknologi menjadi faktor risiko yang perlu dipertimbangkan oleh individu. Keyakinan terhadap tingkat

keamanan e-wallet yang dapat menjamin data keuangan akan memberikan pengalaman yang positif. Pengalaman positif menjadi faktor kunci dalam menentukan keputusan untuk terus menggunakan layanan e-wallet. Selain itu, pengguna umumnya lebih cenderung menggunakan layanan e-wallet ketika penyedia layanan tersebut telah terpercaya dan terverifikasi.

Raninda, R., Wisnalmawati, W., & Oetomo, H. (2022) melakukan penelitian terhadap masyarakat Yogyakarta yang pernah menggunakan aplikasi e-wallet menunjukkan bahwa *perceived security* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *behavioral intention to use* sistem aplikasi e-wallet tersebut.

H2 : Diduga terdapat pengaruh antara *perceived security* terhadap *behavioral intention to use*

1.6.3 Pengaruh *Perceived ease of use* (X¹) terhadap *Trust* (Z) dalam penggunaan aplikasi LinkAja

Kemudahan penggunaan yang dirasakan ketika interaksi dengan aplikasi e-wallet mudah dalam mengoperasikan dan mudah digunakan untuk proses transaksi sehari-hari menjadi lebih efektif dan efisien. Semakin mudah digunakan maka dapat menjadikan pengguna semakin percaya untuk menggunakan aplikasi *e-wallet* tersebut.

Syabila & Khasanah (2023) melakukan penelitian terhadap masyarakat di Semarang yang pernah menggunakan aplikasi e-wallet menunjukkan bahwa *perceived ease of use* berpengaruh positif dan

signifikan terhadap *behavioral intention to use* penggunaan aplikasi e-wallet tersebut. Dengan demikian, dapat dikatakan bahwa jika konsumen memiliki persepsi kemudahan yang tinggi maka dapat pula berpengaruh pada tingginya *trust* yang dimiliki konsumen untuk menggunakan aplikasi tersebut.

H3 : Diduga terdapat pengaruh antara *perceived ease of use* terhadap *trust*

1.6.4 Pengaruh *Perceived security* (X²) terhadap *Trust* (Z) penggunaan aplikasi LinkAja

Keamanan suatu layanan berbasis teknologi menjadi faktor risiko yang perlu dipertimbangkan oleh individu. Dalam konteks penggunaan ewallet, individu menyakini bahwa menyimpan uang melalui aplikasi e-wallet sudah terjamin aman. Dengan adanya keyakinan tersebut, mempengaruhi pengguna untuk percaya menggunakan aplikasi tersebut atau tidak. Semakin aman dan aplikasi e-wallet tersebut digunakan, semakin pengguna tersebut percaya bahwa aplikasi ini memang aman untuk digunakan

Manalu et al., (2022) melakukan penelitian terhadap masyarakat di Jakarta yang pernah menggunakan aplikasi pembayaran digital menunjukkan bahwa *perceived security* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *trust* dalam pembayaran digital. Dengan demikian, dapat dikatakan bahwa jika konsumen memiliki persepsi keamanan yang

tinggi maka dapat pula berpengaruh pada tingginya *trust* yang dimiliki konsumen untuk menggunakan aplikasi tersebut.

H4 : Diduga terdapat pengaruh antara *perceived security* terhadap *trust*

1.6.5 Pengaruh *Trust* (Z) terhadap *Behavioral intention to use* (Y)

penggunaan aplikasi LinkAja

Kepercayaan pengguna untuk terus menggunakan aplikasi e-wallet sangatlah menentukan seberapa penting mereka menggunakan aplikasi tersebut. Jika, aplikasi e-wallet dinilai dapat menjamin dan menjaga informasi pribadi atau keuangan seseorang, akan membuat pengguna percaya untuk menggunakan, dan akan muncul juga niat untuk menggunakan aplikasi e-wallet tersebut kembali.

Apriani, W., & Lestari, U. D. (2024) melakukan penelitian terhadap masyarakat di Semarang yang pernah menggunakan aplikasi *e-wallet* menunjukkan bahwa menyatakan bahwa persepsi *trust* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *behavior intention to use*. Berdasarkan uraian dan penelitian terdahulu dapat disimpulkan bahwa *trust* akan mempengaruhi niat seseorang dalam menggunakan aplikasi *e-wallet*.

H5 : Diduga terdapat pengaruh antara *trust* terhadap *behavioral intention to use*

1.6.6 Pengaruh *Perceived ease of use* (X1) terhadap *Behavioral intention to use* (Y) melalui *Trust* (Z) pengguna aplikasi LinkAja

Semakin mudah aplikasi digunakan, semakin besar kemungkinan pengguna akan memiliki niat untuk menggunakannya kembali. Pengguna cenderung menghindari aplikasi yang rumit dan tidak intuitif. Ketika pengguna merasa aplikasi mudah digunakan, hal ini cenderung meningkatkan kepercayaan terhadap aplikasi. Pengguna merasa bahwa kemudahan penggunaan adalah indikator dari sistem yang stabil dan dirancang dengan baik. Kepercayaan terhadap aplikasi akan memperkuat niat pengguna untuk terus menggunakan aplikasi tersebut. Jika pengguna percaya bahwa aplikasi aman dan dapat dipercaya, maka mereka akan lebih cenderung menggunakannya secara berkelanjutan. *Trust* menjadi jalur mediasi, yang artinya persepsi kemudahan tidak hanya memengaruhi niat penggunaan secara langsung, tetapi juga memperkuat niat tersebut melalui peningkatan kepercayaan.

Azka Safira Eti Riyadi (2024) melakukan penelitian terhadap masyarakat di Jakarta yang pernah menggunakan aplikasi *e-wallet* menunjukkan bahwa menyatakan bahwa persepsi *trust* berpengaruh untuk me mediasi *perceived ease of use* terhadap behavior intention to use. Berdasarkan uraian dan penelitian terdahulu dapat disimpulkan bahwa *trust* akan mempengaruhi niat seseorang dalam menggunakan aplikasi *e-wallet*.

1.6.7 Pengaruh *Perceived security* (X2) terhadap *Behavioral intention to use* (Y) melalui *Trust* (Z) pengguna aplikasi LinkAja

Persepsi keamanan yang tinggi akan meningkatkan kepercayaan pengguna. Ketika pengguna yakin bahwa sistem mampu menjaga privasi dan data mereka, maka kepercayaan terhadap aplikasi meningkat. Kepercayaan yang tinggi terhadap aplikasi akan mendorong intensi pengguna untuk menggunakannya. Kepercayaan berperan sebagai faktor psikologis penting dalam membentuk keputusan perilaku.

1.7 Penelitian Terdahulu

Sebelumnya telah dilakukan beberapa penelitian yang dianggap serupa atau hampir sama untuk mendukung serta sebagai rujukan dilakukannya penelitian ini. Penelitian terdahulu yang serupa memiliki tujuan untuk mengetahui apakah pada penelitian ini mendukung penelitian yang telah ada sebelumnya atau tidak. Berikut merupakan penelitian terdahulu yang disajikan dalam tabel:

Tabel 1.2 Penelitian Terdahulu

No.	Peneliti	Judul	Persamaan	Hasil
1.	Sri Wulan Handayani et al., (2023)	<i>Behavioral intention to use</i> Flip.id oleh <i>Perceived ease of use</i> melalui Attitude Towards Using	Variabel: <i>Perceived ease of use</i> (X1) dan <i>behavioral intention to use</i> (Y)	Hasilya <i>perceived ease of use</i> tidak berpengaruh terhadap <i>behavioral intention to use</i> .

No.	Peneliti	Judul	Persamaan	Hasil
2.	Setiawan, B., Khairani, M., Fadil, T., Mohd Khairal ABD, T., & Management Bina, B. (2022)	Investigasi Behavioral Intention Pada Sistem Pembayaran QRIS di Merchant UMKM	Variabel: <i>Perceived ease of use (X1)</i> dan <i>behavioral intention to use (Y)</i>	<i>Perceived ease of use</i> secara langsung tidak berpengaruh signifikan dan terhadap behavioral intention
3.	Raninda, R., Wisnalmawati, W., & Oetomo, H. (2022).	The Effect of Perceived Usefulness, Ease of Use, Security, and Cashback Promotion on Behavioral Intention toward the DANA E- Wallet	Variabel: <i>Perceived security (X2)</i> dan <i>behavioral intention to use (Y)</i>	Variabel <i>perceived security</i> berpengaruh signifikan terhadap <i>behavioral intention to use.</i>
4.	Syabila & Khasanah, (2023)	Analisis Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Manfaat, Dan Risiko Terhadap Minat Berkelanjutan Dengan Kepercayaan Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Pengguna Gopay di Semarang)	Variabel: <i>Perceived ease of use (X1)</i> dan <i>trust (Z)</i>	<i>Perceived ease of use</i> berpengaruh positif dan signifikan terhadap <i>behavioral intention to use</i>
5.	Manalu et al., (2022)	Pengaruh <i>Perceived Security</i> dan <i>Perceived Ease of Use</i> terhadap	Variabel: <i>Perceived security (X2)</i> dan <i>trust (Z)</i>	<i>Perceived security</i> berpengaruh positif dan signifikan terhadap <i>trust</i>

No.	Peneliti	Judul	Persamaan	Hasil
		<i>Intention to Use</i> Dengan <i>Trust</i> sebagai Intervening pada Penggunaan Aplikasi Pembayaran Digital di Jakarta		
6.	Zuggo, V., & Zuggo, J. (2022).	The effect of <i>perceived security</i> , <i>perceived ease of use</i> , and <i>perceived usefulness</i> on consumer behavioral intention through <i>trust</i> in digital payment platform	Variabel: <i>Perceived security</i> (X2) dan <i>behavioral intention to use</i> (Y)	<i>Perceived security</i> secara langsung berpengaruh signifikan dan memiliki arah positif dan signifikan terhadap <i>behavioral intention to use</i>
7.	Apriani, W., & Lestari, U. D. (2024).	Pengaruh Persepsi <i>Trust</i> dan Persepsi Nilai Terhadap Behavior Intention Melalui Satisfaction Sebagai Variabel Intervening pada Mobile Banking	Variabel: <i>Trust</i> (Z) dan <i>behavioral intention to use</i> (Y)	Hasil penelitian ini <i>trust</i> tidak berpengaruh signifikan terhadap <i>behavior intention</i> .
8.	Azka Safira Eti Riyadi (2024)	Pengaruh <i>Perceived Risk</i> dan <i>Perceived ease of use</i> Terhadap	Variabel: <i>Perceived ease of use</i> (X1), <i>Behavioral intention to</i>	Variabel <i>Perceived ease of use</i> memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Behavioral Intention

No.	Peneliti	Judul	Persamaan	Hasil
		Behavioral Intention Melalui <i>Trust</i> Sebagai Variabel Intervening (Pada Pengguna Shopeepay Di Kalangan Generasi Milenial Dan Z di Jakarta)	<i>use</i> (Y), <i>Trust</i> (Z)	melalui <i>Trust</i> sebagai variabel intervening.
9.	Manalu, Saidani, dan Aditya (2022)	Pengaruh <i>Perceived security</i> dan <i>Perceived ease of use</i> terhadap intention to use dengan <i>trust</i> sebagai variabel intervening pada penggunaan aplikasi pembayaran digital di Jakarta	Variabel: <i>Perceived security</i> (X2), <i>Behavioral intention to use</i> (Y), <i>Trust</i> (Z)	<i>Perceived security</i> memiliki hubungan dengan intention to use melalui <i>trust</i> .

1.8 Hipotesis

Hipotesis adalah jawaban sementara terhadap rumusan penelitian dimana rumusan masalah penelitian telah dinyatakan dalam bentuk kalimat pertanyaan (Sugiyono, 2016). Adapun hipotesis yang dapat dirumuskan dalam penulisan ini adalah:

H1 : Diduga terdapat pengaruh antara *perceived ease of use* terhadap *behavioral intention to use*

H2 : Diduga terdapat pengaruh antara *perceived security* terhadap *behavioral intention to use*

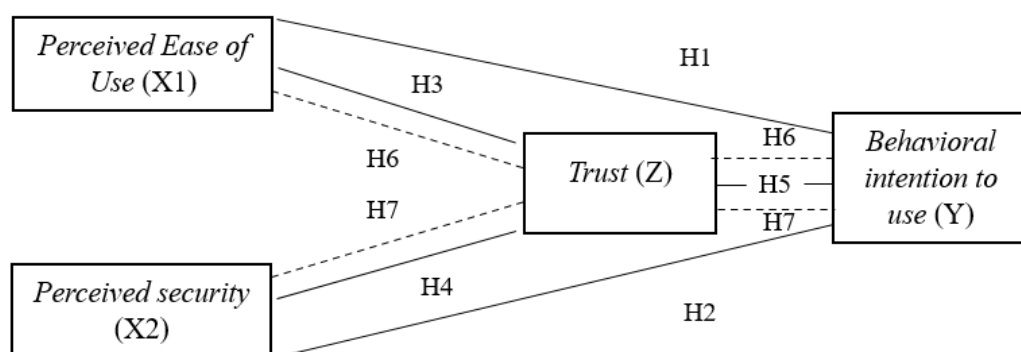
H3 : Diduga terdapat pengaruh antara *perceived ease of use* terhadap *trust*

H4 : Diduga terdapat pengaruh antara *perceived ease security* terhadap *trust*

H5 : Diduga terdapat pengaruh antara *trust* terhadap *behavioral intention to use*

H6 : Diduga terdapat pengaruh antara *perceived ease of use* terhadap *behavioral intention to use* melalui *trust*

H7 : Diduga terdapat pengaruh antara *perceived security* terhadap *behavioral intention to use* melalui *trust*



Gambar 1.4 Model Hipotesis Penelitian

1.9 Definisi Konsep

1.9.1 *Perceived ease of use*

Menurut Jogyanto (2007) mendefinisikan *perceived ease of use* sebagai sejauh mana individu percaya bahwa menggunakan suatu teknologi akan bebas dari usaha kesulitan.

1.9.2 *Perceived security*

Menurut Sudono et al., (2020) mendefinisikan *perceived security* merupakan persepsi pengguna mengenai tingkat keamanan terhadap ancaman dalam menggunakan pembayaran seluler (misalnya penggunaan data yang tidak sah atau pencurian data).

1.9.3 *Behavioral intention to use*

Menurut Wang & Li., (2016) *behavioral intention to use* merupakan syarat yang diperlukan untuk mengindikasi suatu perilaku, dalam kata lain yaitu pengambilan suatu keputusan sebelum berperilaku. Behavior terbentuk ketika seseorang memiliki minat untuk melakukannya. Intention mengacu kepada minat akan melakukan sesuatu, tindakan yang mengikuti minat, dan ketertarikan untuk terus melakukan tindakan di masa yang akan datang.

1.9.4 *Trust*

Menurut Daniel Koloseni., (2017) *trust* adalah sesuatu yang berkaitan dengan keyakinan atas kemampuan dan integritas dari layanan suatu sistem.

1.10 Definisi Operasional

1.10.1 *Perceived ease of use*

Dalam penelitian ini, *perceived ease of use* diukur menggunakan kuesioner yang menanyakan tentang apakah pengguna merasakan kemudahan dalam mengoperasikan dan bertransaksi melalui aplikasi LinkAja.

Untuk mengetahui *perceived ease of use* pengguna perlu dilakukan pengukuran dan pengujian. Menurut Jogiyanto (2007) terdapat beberapa indikator dari kemudahan penggunaan, antara lain

1. Kemudahan mempelajari cara menggunakan.
2. Interaksi pengguna jelas dan dapat dimengerti.
3. Mudah digunakan.

1.10.2 *Perceived security*

Dalam penelitian ini, *perceived security* diukur menggunakan kuesioner yang menanyakan tentang apakah *perceived security* membuat pengguna lebih percaya untuk menggunakan aplikasi LinkAja, lebih antusias untuk menggunakan, dan memutuskan untuk menggunakan aplikasi LinkAja ini dengan terus menerus.

Adapun indikator menurut Sudono et al., (2020) untuk mengukur *perceived security*, sebagai berikut:

1. Memberikan rasa aman kepada pengguna
2. Pengguna merasa terjamin
3. Tidak ada kekhawatiran saat menggunakan aplikasi

1.10.3 *Behavioral intention to use*

Dalam penelitian ini, *behavioral intention to use* diukur menggunakan kuesioner yang menanyakan tentang seberapa sering dan seberapa tingginya minat seseorang untuk menggunakan aplikasi LinkAja, dan bagaimana antusias masyarakat terhadap adanya aplikasi LinkAja.

Adapun indikator *behavioral intention to use* menurut Wang dan Li (2016) adalah sebagai berikut:

1. Kemauan pengguna untuk memakai aplikasi.
2. Kecenderungan pengguna untuk lebih menggunakan aplikasi tertentu dibandingkan aplikasi lainnya.
3. Memberikan rekomendasi kepada orang lain.

1.10.4 *Trust*

Dalam penelitian ini, *trust* sebagai variabel yang memediasi diukur menggunakan kuesioner yang menanyakan tentang seberapa percaya seseorang untuk menggunakan aplikasi LinkAja dengan berbagai pengalaman yang sudah didapatkan selama menggunakan sistem pembayaran ini, dan bagaimana antusias masyarakat terhadap adanya aplikasi LinkAja.

Adapun indikator menurut (Daniel Koloseni, 2017) untuk mengukur *trust*, sebagai berikut:

1. Pengguna percaya untuk menggunakan
2. Mampu melindungi privasi pengguna

3. Dapat diandalkan

1.11 Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Pendekatan kuantitatif merupakan metode penelitian yang memiliki ciri-ciri sistematis, terencana, dan terstruktur secara jelas sejak tahap awal hingga perancangan penelitian. Menurut Sugiyono (2011: 8), metode kuantitatif adalah: “Metode penelitian yang didasarkan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti populasi atau sampel tertentu, dengan pengumpulan data menggunakan alat/instrumen penelitian, dan analisis data bersifat kuantitatif atau statistik, yang bertujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditentukan.”

1.11.1 Populasi dan Sampel Penelitian

a. Populasi

Menurut Sugiyono (2019), populasi adalah wilayah generalisasi yang mencakup objek atau subjek dengan jumlah dan karakteristik tertentu yang telah ditetapkan oleh peneliti untuk diteliti, sehingga nantinya dapat ditarik suatu kesimpulan. Populasi adalah keseluruhan atau himpunan objek dengan ciri yang sama. Populasi dapat berupa himpunan orang, benda (benda hidup atau mati), kejadian, kasus, waktu atau tempat dengan sifat atau ciri yang sama. Populasi yang diambil dalam penelitian ini adalah pengguna aplikasi LinkAja di Kota Semarang.

b. Sampel

Sampel adalah seseorang yang menjadi perwakilan untuk memberikan jawaban atau penilaian terhadap suatu penelitian. Responden berasal dari sampel yang didapat dari penelitian terdahulu. Menurut Sugiyono (2014), sampel merupakan sebagian dari jumlah dan karakteristik yang terdapat dalam suatu populasi. Menurut Cooper dan Emory (1996), dalam penelitian dengan jumlah populasi yang tidak diketahui secara pasti, jumlah sampel berkisar antara 100 hingga 500 responden sudah dianggap memadai untuk menghasilkan temuan yang dapat dianalisis secara statistik. Oleh karena itu, peneliti menetapkan jumlah sampel sebanyak 100 orang yang telah memenuhi kriteria yang ditetapkan.

1.11.2 Teknik Pengambilan Sampel

Pada penelitian ini, prosedur pengambilan sampel diambil menggunakan metode *non-probability sampling* dengan teknik *purposive sampling*. Metode ini adalah metode pengambilan sampel yang memakai peluang atau kesempatan yang sama bagi setiap populasi untuk terpilih menjadi sampel. Teknik pengambilan sampel yang dipakai penulis adalah teknik *purposive sampling*. *Purposive sampling* merupakan teknik pengambilan sampel dengan pertimbangan tertentu, karena penulis memiliki pertimbangan sendiri maka responden yang dipilih memiliki kriteria sebagai berikut:

- a. Responden berusia minimal 17 tahun.
- b. Responden ber-domisili di Kota Semarang

- c. Responden pernah menggunakan e-wallet LinkAja minimal 3 (dua) kali dalam rentang 3 bulan terakhir
- d. Responden bersedia mengisi kuisioner.

Alasan menggunakan teknik ini karena penulis ingin mendapatkan data dari responden yang relevan dengan penelitian. Teknik ini memastikan bahwa sampel terdiri dari individu yang memiliki pengalaman langsung dengan aplikasi e-wallet yang diteliti, mampu memberikan penilaian yang informatif, dan bersedia berpartisipasi, sehingga data yang dikumpulkan lebih akurat dan sesuai dengan tujuan penelitian

1.11.3 Sumber Data

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari dua macam yaitu:

1. Data Primer

Data primer adalah data yang dikumpulkan langsung oleh peneliti dari sumber utama atau objek penelitian. Informasi ini diperoleh secara langsung dari perusahaan terkait serta melalui kegiatan seperti wawancara awal, observasi, dan penyebaran kuesioner langsung kepada responden.

2. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh peneliti secara tidak langsung atau melalui perantara yang berhubungan dengan penelitian. Data sekunder penelitian ini adalah data mengenai

gambaran umum banyaknya pengguna LinkAja yang diperoleh dari website perusahaan serta data lain yang bersumber dari buku, jurnal, dan internet.

1.11.4 Skala Pengukuran

Skala pengukuran yang digunakan dalam penelitian ini adalah Skala Likert. Skala likert memiliki tujuan sebagai pengukur persetujuan responden terhadap objek yang diteliti serta ketidaksetujuan responden untuk setiap pernyataan atau pertanyaan Sugiarto (2017).

Pada penelitian ini, skala likert digunakan karena skala likert umumnya digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi individu dan kelompok terkait dengan fenomena sosial. Penetapan skor dalam penelitian ini diantaranya sebagai berikut:

- Skor 5 : Sangat Setuju
- Skor 4 : Setuju
- Skor 3 : Netral
- Skor 2 : Tidak Setuju
- Skor 1 : Sangat Tidak Setuju

1.11.5 Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data merupakan langkah yang paling strategis dalam penelitian, karena tujuan utama dari penelitian adalah mendapatkan data. Tanpa mengetahui teknik pengumpulan data, peneliti

tidak akan mendapatkan data yang memenuhi standar data yang ditetapkan. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah :

1. Kuesioner

Kuesioner merupakan metode pengumpulan data dengan cara memberikan seperangkat pertanyaan kepada responden untuk dijawab. Kuesioner dapat berupa pertanyaan tertutup ataupun terbuka. Teknik ini dilaksanakan dengan menggunakan daftar pertanyaan bentuk tertutup untuk memudahkan peneliti dalam menganalisis data. Survey dilakukan dengan membagikan kuesioner kepada responden para pengguna aplikasi LinkAja di Kota Semarang.

1.11.6 Teknik Pengolahan Data

Setelah mendapatkan data, langkah selanjutnya yang dilakukan adalah mengolah data tersebut.

1.11.6.1 Pengeditan (Editing)

Pengeditan dilakukan untuk memeriksa dan memastikan bahwa data yang diperoleh telah lengkap serta sesuai dengan kuesioner yang bertujuan untuk mengurangi kemungkinan kesalahan. Proses ini mencakup penyusunan serta koreksi terhadap data yang telah dikumpulkan.

1.11.6.2 Pemberian Kode (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.

1.11.6.3 Pemberian Skor (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.

1.11.6.4 Tabulasi (Tabulating)

Tabulasi adalah tahapan penyajian data dalam bentuk tabel dengan tujuan untuk memberikan kemudahan dalam menganalisis data dan dapat memperoleh hasil dengan jelas.

1.11.7 Teknik Analisis Data

Penelitian ini menggunakan teknik analisis data kuantitatif. Data yang telah dikumpulkan selanjutnya diolah dan dianalisis untuk memastikan bahwa data tersebut dapat dimanfaatkan. Penelitian ini menggunakan teknik analisis data Partial Least Square (PLS) dengan menggunakan software SmartPLS. Berikut langkah-langkah analisis kuantitatif yang dilakukan dalam penelitian ini:

1.11.7.1 Uji Outer Model

Uji outer model, atau model pengukuran, berfungsi untuk menentukan dan menspesifikasikan hubungan antar variabel laten

dengan indikator-indikator yang digunakan untuk mengukurnya. Model pengukuran menunjukkan bagaimana variabel *manifest* mempresentasikan variabel laten untuk diukur sehingga layak untuk dilakukan uji validitas dan reliabilitas. Nilai outer loadings penelitian *explanatory* yang memiliki hasil lebih rendah dari 0,7 masih dapat diterima asalkan tidak lebih rendah dari 0,4 (Hair et.al. 2013). Maka nilai outer loadings $< 0,6$ masih bisa dipertimbangkan valid.

1.11.7.2 Uji Validitas

Uji validitas konvergen dianggap memenuhi kriteria menurut Hair (2013) jika nilai outer loadings tidak dibawah 0,4 dengan pertimbangan kontribusi teoritis yang kuat. Selain melihat indikatornya outer loading, jika nilai Average Variance Extracted (AVE) > 0.50 maka dikatakan valid. Sedangkan uji diskriminan validitas memperhatikan nilai *cross loading* antara indikator dengan konstruknya.

1.11.7.3 Uji Reliabilitas

Menurut Ghazali & Latan (2020), uji reliabilitas bertujuan untuk memastikan indikator dalam suatu instrumen dapat digunakan untuk hasil yang konsisten dan akurat lebih dari dua kali. Uji reliabilitas dilakukan dengan melihat nilai cronbach's alpha dan composite reliability. Instrumen dikatakan reliabel jika nilai cronbach's alpha dan composite reliability-nya $> 0,7$.

1.11.7.4 Model Struktural

Analisis model struktural menunjukkan kekuatan estimasi antar variabel laten atau konstruk dengan melihat nilai R-square. Terdapat perhitungan sebagai berikut :

3. Nilai R-square dengan batasan sebesar 0,75 menunjukkan kuat, jika moderate 0,50 dan jika lemah 0,25.
4. Nilai F-Square, dengan kriteria yang menunjukkan 0,02 berarti kecil, jika 0,15 menengah dan 0,35 berarti besar.