

**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG
MEMPENGARUHI PENGGUNAAN *E-WALLET*
GOPAY SEBAGAI ALAT TRANSAKSI
TERHADAP GENERASI Z DI PULAU JAWA**



SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat
untuk menyelesaikan Program Sarjana (S1)
pada Program Sarjana Fakultas Ekonomika dan Bisnis
Universitas Diponegoro

Disusun oleh:

ELISDA ZAHROTUNNISA
NIM. 12020219120018

**FAKULTAS EKONOMIKA DAN BISNIS
UNIVERSITAS DIPONEGORO
SEMARANG
2023**

HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama Penyusun : Elisda Zahrotunnisa
Nomor Induk Mahasiswa : 12020219120018
Fakultas/Jurusan : Ekonomika dan Bisnis/Ekonomi Islam
Judul Skripsi : **ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG
MEMPENGARUHI PENGGUNAAN E-
WALLET GOPAY SEBAGAI ALAT
TRANSAKSI TERHADAP GENERASI Z DI
PULAU JAWA**
Dosen Pembimbing : Darwanto, SE., M.Si., M.Sy.



Semarang, 16 Juni 2023

Dosen Pembimbing,

Darwanto, S.E., M.Si., M.Sy.

NIP. 19780811 200812 1002

HALAMAN PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN

Nama Penyusun : Elisda Zahrotunnisa
Nomor Induk Mahasiswa : 12020219120018
Fakultas/Jurusan : Ekonomika dan Bisnis/Ekonomi Islam
Judul Skripsi : **ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG
MEMPENGARUHI PENGGUNAAN E-
WALLET GOPAY SEBAGAI ALAT
TRANSAKSI TERHADAP GENERASI Z DI
PULAU JAWA**

Telah dinyatakan lulus ujian pada tanggal 10 Juli 2023

Tim Penguji

1. Darwanto, S.E., M.Si., M.Sy. (.....)
2. Achma Hendra Setiawan, S.E. M.Si. (.....)
3. An'im Kafabih, S.E., M.E. (.....)

FEB UNDIP



Firmansyah, S.E., M.Si., Ph.D
NIP. 197404271999031001

PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini saya, Elisda Zahrotunnisa, menyatakan bahwa skripsi dengan judul: **ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PENGGUNAAN E-WALLET GOPAY SEBAGAI ALAT TRANSAKSI TERHADAP GENERASI Z DI PULAU JAWA** adalah hasil tulisan saya sendiri. Dengan ini saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa dalam skripsi ini tidak dapat keseluruhan atau sebagian tulisan orang lain yang saya ambil dengan cara menyalin atau meniru dalam bentuk rangkaian kalimat atau simbol yang menunjukkan gagasan atau pendapat atau pemikiran dari penulis lain, yang saya akui seolah-olah sebagai tulisan sendiri, dan/atau tidak terdapat bagian atau keseluruhan tulisan yang saya salin itu, atau yang saya ambil dari tulisan orang lain tanpa memberikan pengakuan penulis aslinya.

Apabila saya melakukan tindakan yang bertentangan dengan hal tersebut di atas, baik disengaja maupun tidak, dengan ini saya menyatakan menarik skripsi yang saya ajukan sebagai hasil tulisan saya sendiri ini. Bila kemudian terbukti bahwa saya melakukan tindakan menyalin atau meniru tulisan orang lain seolah-olah hasil pemikiran saya sendiri, berarti gelar dan ijasah yang telah diberikan oleh universitas batal saya terima.

Semarang, 5 Juli 2023

Yang membuat pernyataan,



(Elisda Zahrotunnisa)
NIM.12020219120018

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

"Siapa yang menempuh jalan untuk mencari ilmu, maka Allah akan memudahkan baginya jalan menuju surga."

-HR. Muslim-

"It's fine to celebrate success but it is more important to heed the lessons of failure."

-Bill Gates-

"Jadikanlah sabar dan shalat sebagai penolongmu. Dan sesungguhnya yang demikian itu sungguh berat kecuali bagi orang-orang yang khusyu', (yaitu) orang-orang yang meyakini bahwa mereka akan menemui Tuhannya dan bahwa mereka akan kembali kepada-Nya."

-QS. Al-Baqarah: 45-46-

Skripsi ini saya persembahkan untuk:

Orang tua, dan adik-adik saya atas segala dukungan dan doa yang telah diberikan, saya ucapkan terimakasih.

Serta untuk ilmu pengetahuan agar skripsi ini menjadi ilmu yang bermanfaat.

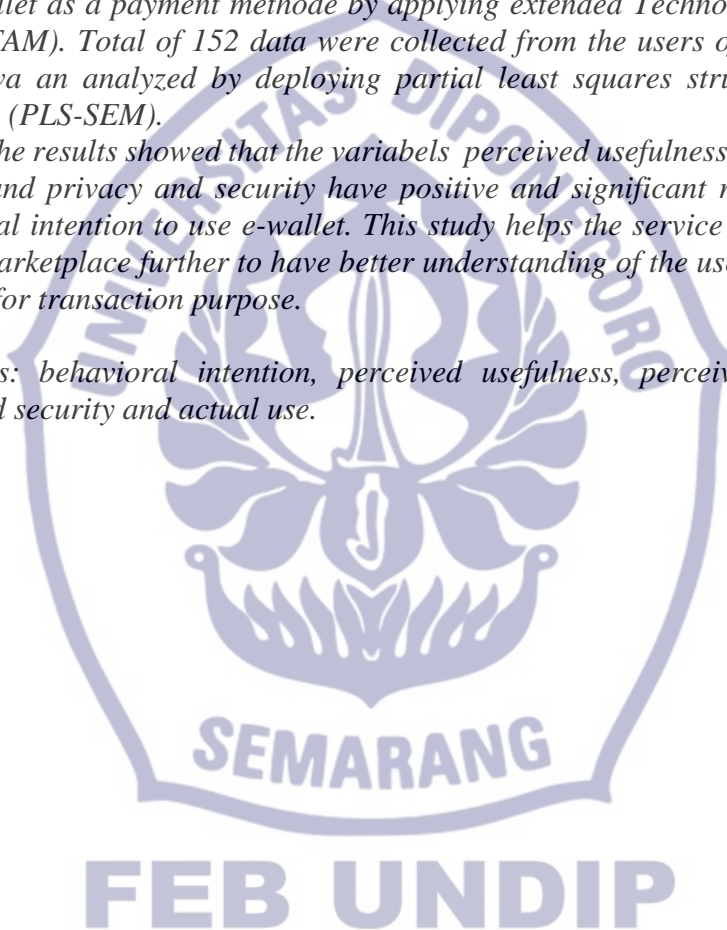
ABSTRACT

In recent years, there is a noticeable increase of cashless transactions due to the development of financial technology. As a result of being expansion of fintech products such as e-wallet, consumers are shifting from cash-based to cashless. Generasi Z consumers are regarded as tech-savvy as they were born in the era of smartphone technology.

This study aims to examine the influencing factors for Jawa young adults to use e-wallet as a payment method by applying extended Technology Acceptance Model (TAM). Total of 152 data were collected from the users of e-wallet in the area Jawa and analyzed by deploying partial least squares structural equation modeling (PLS-SEM).

The results showed that the variables perceived usefulness, Perceived Ease Of Use and privacy and security have positive and significant relationship with behavioral intention to use e-wallet. This study helps the service providers of the digital marketplace further to have better understanding of the usefulness of using e-wallet for transaction purpose.

Keywords: behavioral intention, perceived usefulness, perceived ease of use, perceived security and actual use.



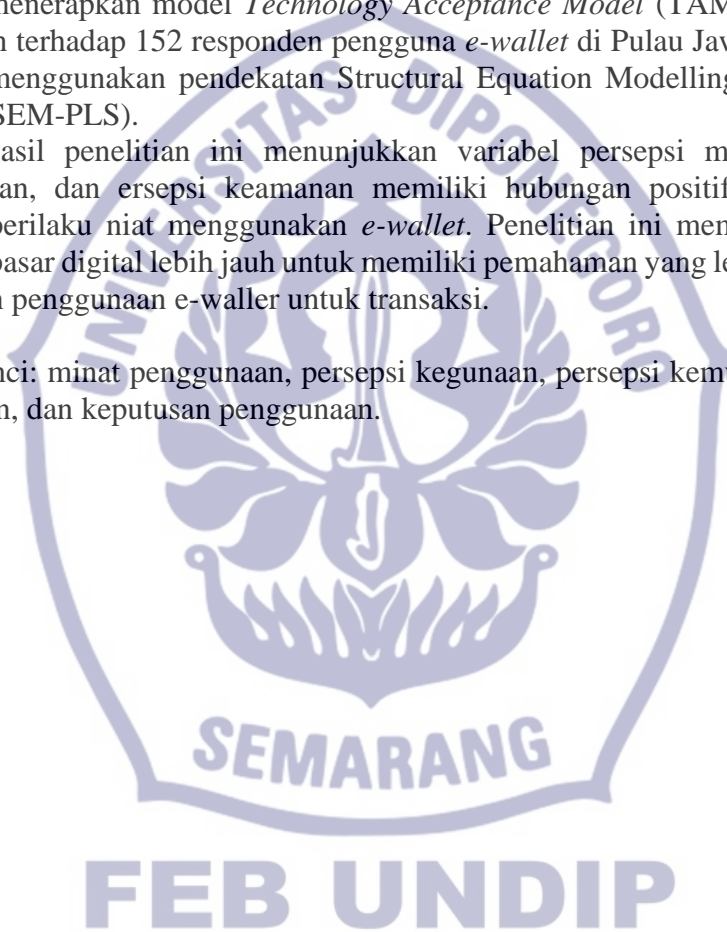
ABSTRAK

Transaksi nontunai semakin meningkat dengan adanya teknologi finansial. Perluasan produk *fintech* seperti *e-wallet* mengakibatkan konsumen beralih dari *cash-based* ke *cashless*. Generasi Z di abad 21 dianggap sebagai *tech-savvy* karena Generasi Z lahir pada era teknologi *smartphone*.

Penelitian ini bertujuan untuk menguji faktor-faktor yang mempengaruhi Generasi Z di Pulau Jawa untuk menggunakan *e-wallet* sebagai metode pembayaran dengan menerapkan model *Technology Acceptance Model* (TAM). Penelitian ini dilakukan terhadap 152 responden pengguna *e-wallet* di Pulau Jawa dan dianalisis dengan menggunakan pendekatan *Structural Equation Modelling - Partial Least Square* (SEM-PLS).

Hasil penelitian ini menunjukkan variabel persepsi manfaat, persepsi kemudahan, dan persepsi keamanan memiliki hubungan positif dan signifikan dengan perilaku niat menggunakan *e-wallet*. Penelitian ini membantu penyedia layanan pasar digital lebih jauh untuk memiliki pemahaman yang lebih baik tentang kegunaan penggunaan *e-wallet* untuk transaksi.

Kata Kunci: minat penggunaan, persepsi kegunaan, persepsi kemudahan, persepsi keamanan, dan keputusan penggunaan.



KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah Yang Maha Kuasa yang telah senantiasa melimpahkan segala berkah dan nikmat-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PENGGUNAAN E-WALLET GOPAY SEBAGAI ALAT TRANSAKSI TERHADAP GENERASI Z DI PULAU JAWA** sebagai salah satu syarat untuk penyelesaian studi Program Sarjana (S1) Program Studi Ekonomi Islam, Fakultas Ekonomika dan Bisnis, Universitas Diponegoro Semarang. Penulis menyadari bahwa selama proses penyusunan skripsi berlangsung, penulis menghadapi segala hambatan yang telah terselesaikan berkat bantuan, saran, bimbingan, do'a, serta dorongan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis menyampaikan hormat dan ucapan terima kasih kepada:

1. Prof. Dr. Suharnomo, S.E., M.Si. selaku Dekan Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro Semarang.
2. Darwanto, S.E., M.Si., M.Sy. selaku Ketua Program Studi Ekonomi Islam serta Marwini, S.H.I, M.A., M.Si. dosen pembimbing yang telah memberikan bimbingan, nasihat, dan arahan selama penulis menyusun hingga menyelesaikan skripsi ini, serta selama penulis berada di Fakultas Ekonomika dan Bisnis.
3. An'im Kafabih, S.E., M.E. selaku dosen pembimbing hafalan yang telah memberikan bimbingan dan arahan selama penulis menyelesaikan hafalan Al Qur'an, Hadits, dan Kaidah Fiqh.

4. Achma Hendra Setiawan, S.E., M.Si. dan An'im Kafabih, S.E., M.E selaku dosen penguji yang telah meluangkan waktu, memberikan wawasan, serta kritik dan saran.
5. Seluruh dosen Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro Semarang yang telah memberikan ilmu, motivasi, dan pengalaman berharga kepada penulis.
6. Seluruh staff Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro Semarang atas segala bantuan yang telah diberikan selama ini.
7. Seluruh responden yang telah meluangkan waktu untuk membantu penulis dalam pengumpulan data dalam bentuk kuesioner.
8. Ibu dan Ayah tercinta, Munawaroh dan Sudahono, yang selalu memberikan do'a, dukungan, kasih sayang, nasihat, dan motivasi yang sangat besar kepada penulis di setiap langkah dan proses selama penyelesaian skripsi ini.
9. Adik-adik tercinta, Dwihana Hanifa dan Ammara Sabrina Labiba, yang selalu memberikan do'a, dukungan, kasih sayang, nasihat, dan motivasi yang sangat besar kepada penulis di setiap langkah dan proses selama penyelesaian skripsi ini.
10. Seluruh keluarga besar yang selalu memberikan do'a, dukungan, kasih sayang, nasihat, dan motivasi yang sangat besar kepada penulis di setiap langkah dan proses selama penyelesaian skripsi ini.
11. Misbakhuddin Bagus Setyo, yang selalu meberikan motivasi dan semangat selama penyelesaian skripsi ini.

12. Sahabat-sahabat SMA penulis, Sonia Djunianto, Meidika Haris, Faishal Fadel yang selalu memberikan semangat selama penyelesaian skripsi ini.
13. Sahabat-sahabat kuliah penulis, Asri Raihana, Salma Hasna Hanifah, Faza Fadhillah, dan Winda Aulia Ulla yang telah memberikan motivasi dan semangat selama penyelesaian skripsi ini.
14. Teman-teman Ekonomi Islam Universitas Diponegoro Semarang Angkatan 2019 yang telah menjadi tempat untuk penulis berproses dari awal hingga akhirnya dapat menyelesaikan perkuliahan dengan baik.
15. Seluruh pihak yang telah bekerjasama dan membantu selama penyelesaian skripsi ini yang tidak dapat disebutkan satu persatu.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini tidak sempurna dan di dalamnya terdapat banyak kekurangan karena pada dasarnya tidak ada ciptaan manusia yang sempurna. Oleh karena itu, setiap kritik, saran, dan masukan sangat diharapkan penulis agar dapat menjadi karya yang lebih baik lagi. Semoga skripsi ini bermanfaat dan memberikan informasi. Akhir kata, terima kasih atas segala dukungan yang diberikan berbagai pihak kepada penulis.

FEB UNDIP

Semarang, 5 Juli 2023
Penulis,



(Elisda Zahrotunnisa)
NIM. 12020219120018

DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	v
ABSTRACT.....	vi
ABSTRAK	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah.....	8
1.3 Tujuan Penelitian	10
1.4 Manfaat Penelitian	10
1.5 Sistematika Penulisan	11
BAB II TELAAH PUSTAKA	13
2.1 Landasan Teori.....	13
2.1.1 <i>Technology Acceptance Model (TAM)</i>	13
2.1.2 Teori Kuantitas Uang	14
2.1.3 Minat Perilaku Penggunaan (<i>Behavioral Intention</i>)	15
2.1.4 Persepsi Manfaat (<i>Perceived Usefulness</i>).....	16
2.1.5 Persepsi Kemudahan Penggunaan (<i>Perceived Easy Of Use</i>)..	17
2.1.6 Persepsi Keamanan (<i>Perceived Security</i>)	18
2.1.7 Keputusan Penggunaan (<i>Actual Use</i>)	19
2.1.8 <i>Electronic wallet (E-wallet)</i>	19
2.1.9 Penelitian Terdahulu	21
2.2 Perumusan Hipotesis.....	24
2.2.1 Pengaruh minat perilaku terhadap penggunaan <i>e-wallet</i> GoPay	24
2.2.2 Pengaruh persepsi manfaat terhadap minat perilaku penggunaan <i>e-wallet</i> GoPay.....	25

2.2.3 Pengaruh persepsi kemudahan terhadap persepsi manfaat yang dirasakan menggunakan <i>e-wallet</i> GoPay	26
2.2.4 Pengaruh persepsi kemudahan terhadap minat perilaku penggunaan <i>e-wallet</i> GoPay	27
2.2.5 Pengaruh persepsi keamanan terhadap minat menggunakan <i>e-wallet</i> GoPay	27
2.3 Hipotesis	28
2.4 Kerangka Pemikiran Teoritis	29
BAB III METODE PENELITIAN.....	31
3.1 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel	31
3.1.1 Variabel Penelitian.....	31
3.1.2 Definisi Operasional	32
3.2 Populasi dan Sampel.....	35
3.2.1 Populasi.....	35
3.2.2 Sampel	36
3.3 Jenis dan Sumber Data.....	36
3.4 Metode Pengumpulan Data.....	37
3.5 Metode Analisis	38
3.5.1 Analisis SEM-PLS	38
3.5.2 Tahapan Analisis Data.....	40
BAB IV HASIL DAN ANALISIS.....	47
4.1 Deskripsi Objek Penelitian	47
4.1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	47
4.1.2 Gambaran Umum Responden.....	48
4.2 Analisis data.....	54
4.2.1 Pengujian Instrumen Penelitian	54
4.2.2 Analisis SEM-PLS	56
4.3 Pembahasan Hasil	69
BAB V PENUTUP.....	81
5.1 Kesimpulan	81
5.2 Keterbatasan.....	83
5.3 Saran	83
DAFTAR PUSTAKA	85
LAMPIRAN-LAMPIRAN.....	91

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	21
Tabel 3. 1 Definisi Operasional	32
Tabel 3. 2 Skala <i>Likert</i>	38
Tabel 3. 3 Kriteria Analisis SEM-PLS.....	39
Tabel 3. 4 Tahapan Analisis SEM-PLS	40
Tabel 4. 1 Responden Berdasarkan Provinsi di Pulau Jawa	48
Tabel 4. 2 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	49
Tabel 4. 3 Responden Berdasarkan Usia.....	49
Tabel 4. 4 Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan	50
Tabel 4. 5 Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan	51
Tabel 4. 6 Responden Berdasarkan Pemasukan Setiap Bulan	52
Tabel 4. 7 Responden Berdasarkan Lama Penggunaan <i>E-wallet</i> GoPay.....	52
Tabel 4. 8 Responden Berdasarkan Frekuensi Menggunakan <i>E-wallet</i> GoPay...	53
Tabel 4. 9 Uji Validitas Instrumen Penelitian.....	54
Tabel 4. 10 Nilai <i>Cronbach's Alpha</i>	55
Tabel 4. 11 Hasil <i>Outer Loading</i>	57
Tabel 4. 12 Nilai <i>Average Variance Extracted (AVE)</i>	58
Tabel 4. 13 Nilai <i>Cross Loading</i>	60
Tabel 4. 14 Hasil Perhitungan Nilai Akar Kuadrat AVE.....	61
Tabel 4. 15 Hasil Perbandingan \sqrt{AVE} dengan <i>Latent Variable Correlations</i>	61
Tabel 4. 16 Output Nilai Cronbach Alpha	63
Tabel 4. 17 Output Composite Reability	64
Tabel 4. 18 Output Uji <i>R-Square</i>	65
Tabel 4. 19 Output Uji <i>Q-Square</i>	67
Tabel 4. 20 Uji <i>Path Coefficient</i> (koefisien jalur).....	68
Tabel 4. 21 Ringkasan Hipotesis Statistic.....	69
Tabel 4. 22 Parameter dalam Pengujian Hipotesis.....	70
Tabel 4. 23 Hasil Pengujian Hipotesis	71

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Nilai Transaksi Uang Elektronik.....	1
Gambar 2.1 Kerangka <i>Technology Acceptance Model</i> (TAM)	13
Gambar 2.2 Kerangka Pemikiran Teoritis	30
Gambar 3.1 Diagram Alur.....	41
Gambar 4.1 <i>Output Bootstrapping</i> SmartPLS	71



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran A. Kuesioner Penelitian.....	91
Lampiran B. Model Penelitian	97
Lampiran C. Jawaban Responden Penelitian	98
Lampiran D. Output Analisis dengan Aplikasi Smart PLS.....	102



BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Inovasi pembayaran elektronik di Indonesia kian pesat. Pembayaran elektronik yang paling populer dan banyak digunakan di Indonesia adalah *e-wallet*. Hal ini dikarenakan caranya lebih praktis dan efisien. Dapat dilihat dari data Bank Indonesia bahwa penggunaan *e-wallet* terus meningkat.

Gambar 1.1
Nilai transaksi Uang Elektronik



Sumber: Bank Indonesia, 2021

Nilai transaksi dengan uang elektronik naik sebesar Rp 27,63 triliun pada September 2021. Jumlah tersebut naik 11,65% dibandingkan pada bulan sebelumnya yang menacapai Rp 25,75 triliun. Nilai transaksi uang elektronik pada bulan lalu mengalami peningkatan sebesar 56,30% jika dibandingkan periode yang sama tahun sebelumnya. Pada September 2020, nilai transaksi dengan uang elektronik mencapai Rp 17,68 triliun. Adapun, volume transaksi tersebut meningkat

28,38% jika dibandingkan pada September 2020. Ketika itu, Volume transaksi dengan uang elektronik tercatat sebanyak 366,78 juta kali. Ditahun yang sama, mengacu dari data BPS membuktikan bahwa sudah lebih dari 50% pemakai internet di Indonesia didominasi oleh kaum milenial khususnya dari kalangan Generasi Z.

Generasi Z merupakan generasi yang lahir antara tahun 1997-2012. Generasi Z bisa dikatakan generasi yang baru memasuki dunia kerja. Generasi Z dominan melakukan kegiatan sosial melalui dunia maya. Generasi ini sudah tidak asing lagi dengan teknologi. Widyandana (2020) karakteristik dari generasi Z adalah mereka lebih sering melakukan kegiatan sosial melalui dunia maya dan cepat dalam mencari juga menemukan informasi, Turner (2015) generasi Z cenderung tertarik pada hal yang praktis dan sangat bergantung pada teknologi.

Meski usianya masih muda, Generasi Z memiliki kesadaran dan pengalaman yang tinggi dalam menggunakan *e-wallet*, atau dikenal sebagai dompet digital. Namun, penelitian tentang perilaku pengguna sering dilakukan dalam konteks generasi Milenial yang lebih tua, yang memiliki banyak karakteristik dan perilaku berbeda dalam menggunakan *e-wallet* (Pham et al., 2021). Penelitian yang digunakan Lavinda (2022) menunjukkan bahwa sebanyak 68% mayoritas generasi Z menggunakan *e-wallet*, dan 35% sisanya menggunakan ATM bank ketika akan melakukan transaksi. Karim et al., (2020) hal ini disebabkan bahwa generasi Z menganggap pembayaran menggunakan *e-wallet* lebih nyaman dan cepat daripada sistem perbankan konvensional karena menghemat waktu dan ruang.

Generasi milenial adalah generasi yang sangat cerdas dalam memahami kecanggihan teknologi yang berkembang pesat. Terlebih dalam pemakaian sosial

media, pembelian dengan metode online, pembayaran dengan metode online, investasi online dan lain-lain. Maka dari itu, tidak kaget jika generasi milenial bisa mengubah fundamental korporasi saat berbisnis.

Pembayaran menggunakan *e-wallet* semakin banyak digunakan di masyarakat karena penjualan dan pemasaran menggunakan metode offline sudah banyak berkembang menjadi pemasaran berbasis online dan penjualan berbasis online. Banyak bermunculan aplikasi-aplikasi *market place* seperti Tokopedia, Shopee, Lazada, Blibi, Bukalapak dan sebagainya. Pada beberapa tahun ini, ada empat korporasi berbasis online, yang disebut perusahaan *startup*, sudah mempunyai tanduk unicorn. *Startup* sendiri merupakan perusahaan rintisan yang baru didirikan dan masih berada dalam fase pengembangan untuk menentukan pasar yang tepat. Ada empat korporasi *startup* itu di antaranya: Go-Jek, OVO, Dana, Tokopedia, Shopee. Dimana perusahaan tersebut menyediakan layanan *electronic wallet (e-wallet)*. Penulis ini membatasi penelitian ini dan berfokus pada pengguna Generasi Z di Pulau Jawa, sedangkan perusahaan berfokus pada GoPay sebagai penyedia layanan *E-wallet*.

Arti *e-wallet* berdasarkan Peraturan Bank Indonesia No. 18/40/PBI/2016 tentang Penyelenggaraan Pemrosesan Transaksi Pembayaran, adalah layanan elektronik untuk menyimpan data alat pembayaran, termasuk alat pembayaran dengan menggunakan kartu dan atau yang juga dapat menampung dana. *E-wallet* memungkinkan konsumen untuk menyimpan informasi fisik kartu dan nomor rekening bank mereka untuk melakukan pembayaran. *E-wallet* membutuhkan perangkat elektronik agar dapat menjalankan fungsinya, yang biasanya

menggunakan smartphone yang sudah terpasang aplikasi yang ditawarkan oleh penyedia layanan *e-wallet* atau perusahaan.

E-wallet adalah bentuk alternatif pembayaran berbasis *financial technology* (*fintech*) yang menggunakan jaringan internet. Sistem *e-wallet* digunakan dengan koneksi internet oleh pengguna dengan menggunakan aplikasi *mobile*. *E-wallet* merupakan sistem yang berhubungan dengan rekening pengguna guna dibayarkan untuk penjual yang berwujud pengurangan saldo yang terdapat dalam rekening pemakai. Penggunaan *E-wallet* harus memungkinkan sudah terdaftar untuk melaksanakan transaksi online dengan mudah serta pengguna dapat menerima atau mengirim uang cuma dengan menuliskan nomor telepon yang dituju serta kini sedang menjadi gaya bertransaksi menggunakan *e-wallet* dengan melakukan scan kode atau QRIS.

Penggunaan *e-wallet* bertujuan guna memudahkan setiap aktifitas transaksi pembayaran. *E-wallet* jauh lebih nyaman dan lebih cepat daripada pembayaran secara manual tunai karena menghemat waktu dan ruang. Sistem pembayaran berbasis online banyak digunakan dalam transaksi dan pembayaran melalui aplikasi *mobile* karena konsumen menganggap dengan metode ini menguntungkan. Pembayaran menggunakan *e-wallet* tidak hanya memberikan tingkat kemudahan dan kecepatan tetapi juga memberikan rasa nyaman dan rasa aman bagi konsumen dalam bertransaksi dimanapun dan kapanpun.

Di negara-negara maju sudah menjalankan *cashless transaction* atau transaksi non tunai, contohnya saja Belgia. Sebanyak 86% penduduk memiliki kartu debit. Aplikasi smartphone yang digunakan di Belgia bernama *sitdoxs*

digunakan untuk transaksi yang disupport oleh bank-bank di Belgia. Sistem ini diberlakukan untuk menunjang digital payment di Belgia untuk terus tumbuh.

Di Indonesia sendiri masih belum banyak mengetahui manfaat dan kegunaan layanan *e-wallet*. Masyarakat Indonesia mengandalkan sistem pembayaran dengan uang tunai secara fisik. Dalam penggunaan *e-wallet*, mereka hanya sekedar mengenal, mencari *cashback* diskon dan tidak ingin mengeksplor lebih luas *e-wallet* untuk kemudian meninggalkan uang tunai sepenuhnya. Selain itu masih kurangnya sosialisasi dan komunikasi dari perusahaan *fintech* membuat layanan *e-wallet* masih belum diminati masyarakat untuk transaksi sehari-hari. Masalah lain adalah dalam melakukan *top-up* saldo untuk mengisi *e-wallet*. Adanya biaya administrasi dari bank, dan belum semua konsumen menggunakan mobile banking dirasakan cukup merepotkan jika pengguna harus secara konvensional pergi ke ATM untuk mengisi saldo.

Seiring berjalannya waktu banyak perusahaan yang menjadi primadona sebagai alat transaksi *cashless* di Indonesia. E-wallet perlahan terkenal ditengah masyarakat disebabkan karena kemudahannya, pengguna cukup mendaftar dengan mengisi aplikasi dengan singkat dan persyaratan yang sedikit, tidak juga dibutuhkan pemeriksaan kredit membuatnya diminati oleh seluruh lapisan masyarakat. *E-wallet* juga memungkinkan pengguna bisa menjalankan beberapa jenis transaksi online tanpa butuh menunjukkan data keuangan pribadi mereka. Karena fitur ini *e-wallet* menjadi sangat diminati, mengingat masih tingginya ketakutan alat transaksi online. Selain itu, *e-wallet* banyak menawarkan promo-promo yang

menguntungkan untuk pemakainya, mengeliminasi ketidakmauan pemakai guna memindahkan uang mereka ke dalam *e-wallet*.

Wibowo (2017) menyatakan makin maraknya penggunaan transaksi elektronik di Indonesia harus terus di dukung secara positif karena keuntungannya dalam hal efisiensi waktu dan fisik sangat dirasakan. Efisiensi tersebut berupa pemangkasan waktu transaksi oleh masyarakat, sehingga mempercepat pelayanan dan penghematan waktu. Keberadaan para pengguna transaksi elektronik juga mempercepat pembentukan komunitas non-tunai (*less cash society*) yang bisa mengurangi peredaran uang di masyarakat saat ini.

GoPay adalah aplikasi smart penyedia layanan transaksi penyedia transaksi menggunakan uang elektronik yang berkonsep *electronic wallet*. PT. Dompot Karya Anak Bangsa (GoPay) yang dimiliki oleh PT. Aplikasi Karya Anak Bangsa (Go-Jek) pertama kali memperkenalkan layanan *digital payment* Go pay pada April 2016 setelah sebelumnya memiliki system kredit Bernama Go-Jek Credit. Pada awalnya aplikasi ini dapat dikategorikan dalam bisnis sebagai aplikasi ride-hailing. Pada perkembangannya Gojek telah menjadi perusahaan unicorn pertama di Indonesia dengan nilai investasi 7,2 triliun rupiah dan memiliki mitra driver sebanyak 200ribu serta telah beroperasi di kota-kota Indonesia. Perusahaan unicorn merupakan sebutan bagi star-up perusahaan rintisan yang bernilai investasi jauh dari 1 miliar dollar AS setara dengan 13,5 triliun. Pada tahun 2018 Go-jek telah melakukan ekspansi bisnisnya dari penyedia jasa transportasi menjadi perusahaan *fintech* melalui GoPay. Pada tahun 2019 Gojek berhasil menyanggah gelar decacorn dan ingin menjadi super apps yang memiliki banyak layanan yang diberikan

kepelanggan. Mulai dari layanan pembayaran, jasa kebersihan, perawatan kendaraan, makanan, dan jasa transportasi. Pada awalnya GoPay hanya digunakan sebagai media pembayaran layanan yang ada di aplikasi Gojek saja.

GoPay dapat digunakan dalam semua jenis layanan secara *cashless* atau non tunai, mulai dari jasa ojek online, antar makanan go-food, hingga belanja lewat Go-Mart. Saat ini GoPay juga dapat digunakan untuk membayar transaksi di swalayan, minimarket maupun restoran serta toko online yang telah bekerja sama dengan mereka. Saldo GoPay dapat juga ditransfer ke pengguna GoPay lain maupun transfer ke rekening bank dan juga tarik tunai. Fitur barunya yaitu Pay Later Gojek yang memungkinkan pengguna menggunakan pinjaman untuk betransaksi terlebih dahulu sebelum menggantikannya di akhir bulan.

Witherington (1999) minat adalah kesadaran individu kepada sesuatu objek, suatu masalah atau situasi yang memiliki hubungan dengan dirinya. Sedangkan dalam pandangan Slameto, minat merupakan suatu rasa yang lebih suka serta rasa ketertarikan dengan sebuah hal aktivitas, tanpa ada yang menyuruh. Minat pada hakikatnya merupakan penerimaan akan sebuah korelasi antara diri sendiri dan sesuatu yang diluar diri sendiri (Slameto, 2010). Saat seseorang melihat sesuatu yang berguna, maka akan menjadi ingin menggunakan alhasil hal itu akan memunculkan keinginan guna meraih kepuasan (Davis, et al., 1989). Maka dengan hasil penelitian menggunakan *E-wallet* terhadap penggunaan GoPay dapat menyimpulkan bahwa minat penggunaan GoPay dipengaruhi oleh persepsi manfaat dan persepsi kemudahan (Ramadhan & Tamba, 2022). Kemudian hasil penelitian Purwiati (2013) memaparkan bahwasanya faktor yang bisa memengaruhi adopsi *E-*

wallet yaitu keamanan dan kerahasiaan, manfaat kegunaan, kepraktisan pengguna, kesenangan, keyakinan, kecukupan informasi, serta sikap pengguna). Kurangnya pengetahuan tentang perlindungan informasi menyebabkan penyusup privasi memiliki kesempatan untuk menyerang privasi seseorang seperti pencurian identitas, penipuan kartu kredit dan kejahatan dunia maya (Barrett-Maitland, Barclay & Osei-Bryson, 2016).

Penelitian ini berbeda dengan penelitian sebelumnya, perbedaan terletak pada perusahaan *e-wallet* yang diteliti yaitu GoPay yang ditawarkan PT. Dompot Karya Anak Bangsa dan cakupan yang lebih luas yaitu generasi Z yang menggunakan GoPay di Pulau Jawa. Selain itu penelitian ini menggunakan variabel *actual use* sebagai variabel independent, variabel *behavioral intention*, variabel *perceived usefulness*, variabel *perceived ease of use*, dan variabel *perceived security* sebagai variabel dependen.

Oleh karena itu penelitian dalam skripsi ini akan menyelidiki faktor-faktor yang mempengaruhi penggunaan *E-wallet* sebagai alat transaksi pembayaran. Permasalahan diatas menjadi dasar menjalankan penelitian mengenai faktor-faktor yang memengaruhi penggunaan *e-wallet* pada Generasi Z di Pulau Jawa dengan judul “Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Penggunaan *E-wallet* Sebagai Alat Transaksi Pembayaran pada Generasi Z di Pulau Jawa”

1.2 Rumusan Masalah

Penggunaan *e-wallet* yang meningkat di Indonesia ditandai dengan banyaknya bank atau non-bank yang menerbitkan produk *e-money* berbasis server. Terdapat 42 penerbit *e-wallet* yang telah terdaftar di Bank Indonesia.

Perkembangan *e-wallet* tidak terlepas dari isu yang terkait dengan e-wallet atau pembayaran elektronik. Isu pembayaran elektronik terdapat pada kurangnya kegunaan, kurangnya keamanan, masalah dengan *e-cash*, persepsi pengguna mengenai penerimaan sistem pembayaran elektronik, kurangnya kesadaran, pembayaran online tidak layak di daerah pedesaan, sangat mahal dan mengonsumsi waktu. Selain itu, terdapat juga kasus mengenai cybercrime dan penipuan lewat OTP *e-wallet*. Padahal Bank Indonesia (BI) telah membuat peraturan No. 20/6/PBI/2018 mengenai uang elektronik. Pada peraturan tersebut, BI mengatur mengenai dalam memberikan persetujuan kepada penyelenggara *e-money*, mereka harus memenuhi syarat-syarat, seperti siap dalam operasional, siap dalam keamanan dan keandalan sistem, serta menerapkan manajemen risiko dan perlindungan data konsumen.

Dengan beberapa isu dan kasus yang muncul baik berdasarkan teknologi ataupun pengalaman pengguna, perlu adanya penelitian yang membahas mengenai faktor-faktor yang memengaruhi penggunaan *e-wallet* dengan menggunakan variabel minat menggunakan, persepsi manfaat, persepsi kemudahan, dan dilakukan pengembangan dengan memberikan tambahan variabel persepsi keamanan dalam menggunakan *e-wallet*. Rumusan masalah di atas memunculkan beberapa pertanyaan penelitian yaitu:

1. Apakah minat penggunaan berpengaruh terhadap keputusan penggunaan *e-wallet* GoPay?
2. Apakah persepsi manfaat berpengaruh terhadap minat penggunaan menggunakan *e-wallet* GoPay?

3. Apakah persepsi kemudahan berpengaruh terhadap persepsi manfaat *e-wallet* GoPay?
4. Apakah persepsi kemudahan berpengaruh terhadap minat penggunaan *e-wallet* GoPay?
5. Apakah persepsi manfaat berpengaruh terhadap minat penggunaan terhadap penggunaan *e-wallet* GoPay?

1.3 Tujuan Penelitian

Secara khusus, penelitian ini bertujuan untuk menjawab permasalahan dari adanya fenomena sosial dan rumusan masalah dalam penelitian yang telah ada, adapun tujuan dari penelitian ini secara khusus adalah:

1. Menganalisis bagaimana tingkat niat perilaku pengguna *e-wallet* GoPay.
2. Menganalisis persepsi manfaat berpengaruh terhadap minat penggunaan *e-wallet* GoPay.
3. Menganalisis apakah persepsi kemudahan berpengaruh terhadap persepsi manfaat *e-wallet* GoPay.
4. Menganalisis apakah persepsi kemudahan berpengaruh terhadap minat penggunaan *e-wallet* GoPay.
5. Menganalisis persepsi keamanan berpengaruh terhadap minat penggunaan *e-wallet* GoPay.

1.4 Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan supaya dapat bermanfaat untuk :

1. Bagi pengguna *e-wallet*, diharapkan dalam penelitian ini dapat memberikan penjelasan terhadap pengguna *e-wallet* bahwa *e-wallet* adalah dompet

digital dan alat transaksi non-tunai yang bisa mempermudah dan memberikan banyak manfaat terhadap pengguna.

2. Bagi pemerintah, untuk bahan pertimbangan dalam mengembangkan regulasi mengenai uang elektronik berbasis server.
3. Bagi masyarakat, hasil ini dapat memberikan informasi terkait alat pembayaran non tunai khususnya uang elektronik pada aplikasi GoPay.

1.5 Sistematika Penulisan

Dalam penyusunan penelitian ini dibagi dalam lima bab yang meliputi pendahuluan, telaah Pustaka, metode penelitian, hasil dan analisis, dan simpulan dan saran.

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini memaparkan mengenai latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan penelitian

BAB II TELAAH PUSTAKA

Bab ini berisi mengenai landasan teori yang dipakai pada penelitian, mengutarakan penelitian-penelitian terdahulu dan perbedaan dengan penelitian yang sedang dijalankan, model penelitian, serta perumusan hipotesis

BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini membahas mengenai metodologi digunakan dalam penelitian akan dilaksanakan secara operasional dan alat analisis data apa yang digunakan guna memecahkan permasalahan. Pada bagian ini juga membahas terkait definisi dan hubungan antar variabel.

BAB IV HASIL DAN ANALISIS

Bab ini merupakan penguraian atas deskripsi objek penelitian, hasil dari analisis kuantitatif maupun kualitatif, serta penjelasan, interpretasi dan argumentasi atas hasil yang didapatkan dalam penelitian

BAB V SIMPULAN DAN SARAN

Bab ini merupakan bagian penutup, menjelaskan simpulan yang didapatkan dari penelitian, disebutkan pula jawaban atas permasalahan yang telah dibahas dan bagaimana saran yang ingin disampaikan berdasarkan hasil penelitian.



BAB II

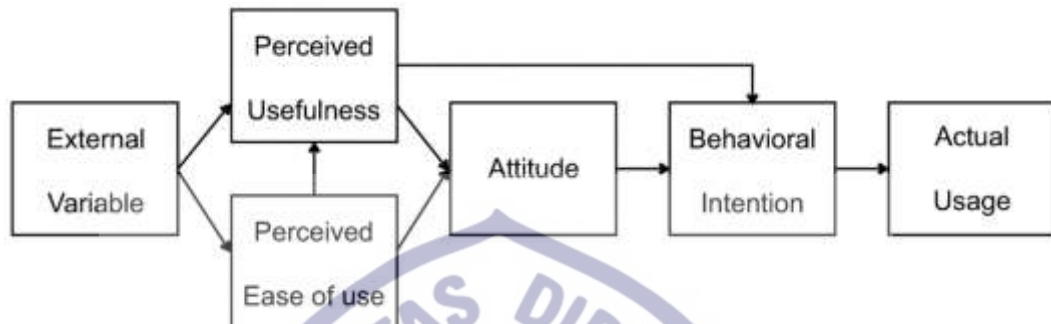
TELAAH PUSTAKA

2.1 Landasan Teori

2.1.1 *Technology Acceptance Model (TAM)*

Technology Acceptance Model (TAM) pertama kali dikembangkan oleh Davis pada tahun 1989 yang merupakan salah satu adaptasi dari *Theory of Reasoned Action (TRA)*. *Technology Acceptance Model (TAM)* merupakan salah satu teori yang mendeskripsikan mengenai model pendekatan penerimaan teknologi bisa dipakai guna mengetahui tingkat penerimaan pemakai pada teknologi. Ada dua faktor menurut Davis (1989) yang memengaruhi penerimaan pemakai pada teknologi yakni persepsi akan manfaat teknologi serta persepsi akan kepraktisan pada pemakaian teknologi. Kedua faktor itu berpengaruh pada timbulnya keinginan guna menggunakan teknologi. TAM mempunyai tujuan yaitu mendeskripsikan faktor penentu penerimaan teknologi berbasis informasi dengan umum serta mendefinisikan tingkah laku pengguna akhir teknologi informasi dengan variasi yang cukup luas serta populasi pengguna. Sebaiknya sebuah model adalah prediksi diiringi penjabaran, alhasil peneliti serta praktisi bisa mengidentifikasi kenapa beberapa sistem tertentu mungkin tidak bisa diterima, alhasil dibutuhkan menentukan upaya perbaikan guna mengatasi permasalahan tersebut (Davis, 1989).

Gambar 2. 1
Kerangka *Technology Acceptance Model (TAM)*



Sumber: Davis, (1989)

TAM dirancang untuk mencapai tujuan dengan mengidentifikasi beberapa variabel dasar yang disarankan pada penelitian sebelumnya yang setuju dengan faktor-faktor yang memengaruhi secara kognitif dan efektif pada penerimaan teknologi dan menggunakan TRA sebagai dasar teorikal untuk menentukan model hubungan variabel penelitian. Tujuan utama TAM adalah untuk memberikan dasar penelusuran dari pengaruh faktor eksternal terhadap kepercayaan, sikap dan tujuan pengguna. TAM juga menyelidiki suatu basis teoritis untuk mengetahui faktor-faktor yang memengaruhi penerimaan terhadap suatu teknologi dalam suatu teknologi.

2.1.2 Teori Kuantitas Uang

Menurut Mankiw (2003), kuantitas uang dalam perekonomian sangat erat kaitannya dengan jumlah uang yang dipertukarkan dalam transaksi. Hubungan di antara transaksi dan uang ditunjukkan dalam persamaan berikut, yang disebut persamaan kuantitas (*quantity equation*):

$$M \times V = P \times T$$

Dimana:

M = Uang

V = Velocitas Uang

P = Harga

T = Transaksi

Pada persamaan di atas M diartikan dengan pengertian uang yang beredar, yaitu uang kertas, uang logam dan uang giral yang terdapat dalam perekonomian. V merupakan besarnya laju peredaran uang, ini ditentukan seringnya uang berpindah tangan dari seseorang ke orang lain dalam masyarakat selama satu tahun, dan T banyaknya barang dan jasa yang diperdagangkan dalam perekonomian pada satu periode (Nasution, 1998).

Transaksi dan output sangat berkaitan, karena semakin banyak perekonomian memproduksi, semakin banyak barang yang dibeli dan dijual. Namun demikian, keduanya tidak sama. Akan tetapi, nilai uang dari transaksi adalah proporsional terhadap nilai uang dari output (Mankiw, 2007).

2.1.3 Minat Perilaku Penggunaan (*Behavioral Intention*)

Minat penggunaan adalah kecenderungan perilaku untuk tetap menggunakan suatu teknologi (Davis, 1989). Tingkat penggunaan sebuah teknologi pada seseorang dapat diprediksi dari sikap perhatian penggunaan terhadap teknologi tersebut, seperti keinginan menambah *peripheral* yang mendukung, motivasi untuk menggunakan, dan keinginan untuk memotivasi lainnya. Minat penggunaan sering dipengaruhi oleh pendapat orang lain dalam lingkungan sosial, mengingat kebutuhan individu untuk memenuhi norma-norma kelompok atau untuk meningkatkan kemampuan seseorang (Sathye, Prasad, Sharma, Sharma, & Sathye,

2020). Ahmadi (2009) minat penggunaan merupakan minat pengguna dalam menggunakan sebuah sistem, sehingga menjadi kecenderungan perilaku untuk yakin dan tetap terus dalam menggunakan sistem tersebut.

Menurut Schiffman et al. (2008) minat penggunaan menentukan kemungkinan konsumen akan melakukan tindakan tertentu di masa yang akan datang. Sama dengan pendapat Wijaya (2020) minat penggunaan memiliki kecenderungan perilaku untuk tetap menggunakan suatu teknologi. Tingkat penggunaan sebuah teknologi dapat dilihat dari sikap pengguna terhadap teknologi tersebut seperti motivasi untuk tetap menggunakan serta keinginan untuk memotivasi pengguna lain.

2.1.4 Persepsi Manfaat (*Perceived Usefulness*)

Persepsi manfaat merupakan suatu kondisi dimana seseorang memiliki keyakinan bahwa penggunaan suatu sistem teknologi akan membuat bebas dari segala bentuk usaha. Apabila suatu sistem teknologi memiliki manfaat yang dapat memudahkan para penggunanya, maka semakin tinggi keinginan untuk menggunakannya. Begitu sebaliknya, apabila suatu sistem teknologi tidak memberikan manfaat dari segi fungsi dan efektivitas, maka seseorang akan enggan menggunakan teknologi tersebut. Persepsi manfaat didefinisikan sebagai sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan teknologi akan meningkatkan produktivitas (Wardani & Sulistiyowati, 2022).

Persepsi manfaat dapat diartikan sebagai tingkat kepercayaan saat menggunakan aplikasi yang dirasakan mendatangkan manfaat bagi penggunanya serta akan meningkatkan kinerja (Davis, 1989). Persepsi manfaat berkaitan dengan

proses kepercayaan dalam pengambilan keputusan. Jika seseorang percaya bahwa menggunakan suatu sistem teknologi akan berguna maka dia akan menggunakannya. Sebaliknya jika seseorang merasa percaya bahwa menggunakan suatu sistem teknologi tidak berguna atau bermanfaat baginya maka dia tidak akan menggunakannya (Rahmatsyah, 2011).

Menurut Davis (1985) terdapat 6 indikator untuk mengukur faktor kegunaan yaitu:

- a. Pekerjaan lebih cepat selesai (*work more quickly*)
- b. Meningkatkan kinerja (*job performance*)
- c. Meningkatkan Produktivitas (*increase productivity*)
- d. Meningkatkan efektifitas kerja (*effectiveness*)
- e. Memudahkan pekerjaan (*makes job easier*)
- f. Berguna (*useful*)

2.1.5 Persepsi Kemudahan Penggunaan (*Perceived Easy Of Use*)

Persepsi Kemudahan adalah kondisi dimana pengguna percaya jika dengan menggunakan atau mengaplikasikan suatu sistem tidak lagi diperlukan upaya apapun (Davis, 1989). Kemudahan penggunaan didefinisikan sebagai suatu keutamaan dimana seseorang percaya bahwa dengan menggunakan sebuah teknologi akan membuat orang bebas dari upaya. Kemudahan akan berdampak pada perilaku, yaitu semakin tinggi persepsi seseorang tentang kemudahan menggunakan sistem, semakin tinggi pula tingkat pemanfaatan teknologi informasi.

Persepsi kemudahan penggunaan menunjukkan keyakinan individu bahwa menggunakan sistem teknologi informasi tidak akan menyulitkan dan tidak

memerlukan usaha yang besar saat menggunakannya. Ketika seseorang merasa yakin bahwa teknologi dapat digunakan dengan mudah atau dengan usaha yang kecil, maka hal tersebut akan meningkatkan minat seseorang untuk menggunakan teknologi (Sitinjak & Joan, 2019). Sistem yang lebih sering digunakan menunjukkan bahwa sistem tersebut lebih dikenal, lebih mudah dioperasikan dan lebih mudah digunakan oleh penggunanya (Davis, 1989). Penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa konstruk kemudahan penggunaan memengaruhi sikap (*attitude*), minat (*behavioral intention*), dan keputusan penggunaan (*actual use*).

2.1.6 Persepsi Keamanan (*Perceived Security*)

Persepsi keamanan didefinisikan sebagai sejauh mana pengguna yakin bahwa menggunakan suatu sistem teknologi akan bebas dari resiko. Keamanan yang dirasakan dari proses transaksi *digital payment* dapat dijelaskan sebagai kemungkinan subjektif dimana konsumen percaya bahwa informasi pribadi mereka tidak akan dilihat, disimpan, dan dimanipulasi oleh pihak penyedia layanan. Pengguna akan merasa yakin untuk menggunakan teknologi apabila penyedia layanan bersedia memberikan jaminan mengenai semua aspek individu dalam hal keamanan. Keamanan adalah faktor penting untuk dipertimbangkan ketika menggunakan suatu teknologi baru. Pengguna akan berminat menggunakan suatu sistem apabila sistem tersebut memberikan jaminan keamanan agar pelanggan

Keamanan wajib dipantau dengan teratur serta perilaku tentang keamanan butuh didefinisikan (Wolfers, 1952). Persepsi keamanan juga diartikan sebagai probabilitas subjektif seseorang yakin bahwasanya informasi pribadi individu tidak

akan diketahui dan dipalsukan. Maka bisa diulas lagi, penilaian keamanan adalah sebuah antisipasi seseorang yang berkaitan dengan kepercayaan subjektif seseorang tentang keabsahan data, otorisasi, dan tidak terdapat penolakan (Pavlou, 2001).

2.1.7 Keputusan Penggunaan (*Actual Use*)

Keputusan penggunaan merupakan kondisi nyata pengaplikasian sistem (Davis, 1989). Pengguna sebuah aplikasi akan merasa senang untuk menggunakan sebuah sistem jika mereka yakin bahwa sistem tersebut tidak sulit digunakan dan meningkatkan produktifitas seseorang pengguna. Seseorang atau pengguna akan merasa puas saat menggunakan teknologi atau sistem jika pengguna yakin bahwa sistem tersebut mudah digunakan, meningkatkan produktifitas performanya.

Sesungguhnya keputusan penggunaan dapat diukur melalui kepuasan pengguna serta jumlah waktu yang digunakan untuk berinteraksi dengan teknologi atau frekuensi pengguna teknologi tersebut (Prasetyo, 2020). Individu puas menggunakan sistem jika meyakini bahwa sistem tersebut mudah digunakan dan dapat meningkatkan produktifitas yang tercermin dari kondisi nyata pengguna.

2.1.8 *Electronic wallet (E-wallet)*

Menurut pasal 1 angka 7 Peraturan Bank Indonesia Nomor 18/40/PBI/2016 Tahun 2016 tentang *electronic wallet (e-wallet)* yang menjelaskan mengenai Penyelenggaraan Pemrosesan Transaksi Pembayaran (“PBI/2018/2016”) adalah pelayanan elektronik guna menyimpan data instrument pembayaran di antaranya alat pembayaran dengan memanfaatkan kartu atau uang elektronik, yang bisa juga menampung dana, guna melaksanakan pembayaran (Bank Indonesia, 2016). Dalam peraturan tersebut jelas disebutkan bahwa *e-wallet* sebagai salah satu metode

transaksi pembayaran wajib mendapatkan izin penyelenggaraan dari Bank Indonesia sehingga *e-wallet* bisa disebut sebagai metode pembayaran yang sah saat ini, tidak hanya uang tunai, kartu kredit dan kartu debit. Tidak dapat dipungkiri bahwa penggunaan *e-wallet* oleh masyarakat Indonesia saat ini semakin berkembang (Utami, 2019).

E-wallet merupakan istilah untuk aplikasi atau layanan dompet elektronik yang digunakan untuk transaksi antar pengguna. Dompet elektronik digunakan untuk melakukan transaksi, seperti mengirim saldo ke pengguna aplikasi lain dan membayar barang atau jasa. *E-wallet* membantu dalam pembayaran transaksi secara online dan dianggap cocok karena pada kenyataannya perilaku masyarakat saat ini menginginkan agar keinginan maupun kebutuhannya dapat dipenuhi secara cepat dan efisien. Persepsi kemudahan dirasa menjadi penting seseorang dalam penggunaan teknologi. Kemudahan penggunaan teknologi menunjukkan hal yang harus diperhatikan di dalam suatu perusahaan, karena memberikan minat pengguna dalam memenuhi kebutuhannya.

E-wallet adalah sebagai aplikasi yang memungkinkan seseorang melakukan transaksi pembayaran dengan menyimpan informasi pada kartu kredit pengguna. Pembayaran melalui *e-wallet* dianggap sebagai salah satu metode transaksi yang paling populer karena transaksi elektronik menggunakan dompet digital memiliki keunggulan kemudahan, fleksibilitas dan perlindungan (Uddin & Akhi, 2014). Jumlah sistem pembayaran elektronik meningkat karena *e-wallet* telah mendapatkan ketenaran dengan menyediakan sejumlah layanan di sektor berkendaraan, pengiriman makanan, dan pembayaran tagihan (Rosnidah, Muna,

Musyaffi, & Siregar, 2019). Tidak hanya menguntungkan bagi pembeli ; pedagang menerima *e-wallet* sebagai metode pembayaran karena proses transaksi cepat, manajemen kas yang efisien, dan biaya tenaga kerja yang lebih rendah (Hayashi & Bradford, 2014). Transaksi ini biasanya dilakukan dengan memindai kode (QR) dengan menggunakan aplikasi mobile untuk mengonfirmasi pembayaran (Lu, 2018). Berdasarkan literatur di atas, dapat dijelaskan bahwa penggunaan *e-wallet* di kalangan dewasa muda terutama karena kompatibilitas, fleksibilitas, dan transaksi ramah pengguna yang dilakukan dengan menggunakan perangkat pintar.

2.1.9 Penelitian Terdahulu

Penelitian-penelitian tersebut secara ringkas dapat dilihat pada tabel 2.1 :

Tabel 2. 1
Penelitian Terdahulu

No .	Judul Penelitian	Nama Peneliti, Tahun	Variabel Penelitian	Hasil Penelitian
1.	<i>Perceived usefulness, Perceived Ease Of Use, Perceived Risk Impact to Lecturers Internet Banking Adoption</i>	(Langelo, 2013)	Variabel Independen: Persepsi Manfaat, persepsi kemudahan, dan persepsi resiko. Variabel dependen: Minat memanfaatkan layanan uang elektronik.	1. Persepsi manfaat, risiko, berpengaruh terhadap minat memakai. Sementara kepercayaan berpengaruh negative. 2. Persepsi kemudahan dan kepercayaan berpengaruh positif terhadap persepsi manfaat. 3. Kepercayaan berpengaruh negatif terhadap risiko. Persepsi kemudahan, kepuasan dan familiaritas berpengaruh positif terhadap kepercayaan.
2.	Faktor-faktor yang mempengaruhi	Sulistyo Seti Utami dan	Variabel Independen:	Hasil penelitian ini adalah hanya keamanan E-money yang berpengaruh terhadap

No .	Judul Penelitian	Nama Peneliti, Tahun	Variabel Penelitian	Hasil Penelitian
	uhi minat penggunaan <i>E-money</i>	Berlianingsih Kusmawati (2017)	Kegunaan, Kemudahan, dan Keamanan Variable Dependen: Minat mahasiswa dalam menggunakan E-money	minat Mahasiswa menggunakan E-money.
3.	<i>Factors Influencing the Use of E-wallet as a Payment Method among Malaysian Young Adults Consumer</i>	(Karim, Haque, Ulfy, Hossain, & Anis, 2020)	Variabel Independen: Persepsi manfaat, persepsi kemudahan, persepsi privasi dan keamanan, persepsi niat perilaku. Variable Dependen: Minat menggunakan e-wallet	Hasil penelitian ini menunjukkan variabel <i>perceived usefulness</i> , <i>Perceived Ease Of Use</i> dan <i>perceived privacy and security</i> memiliki hubungan positif dan signifikan dengan perilaku niat menggunakan e-wallet.
4.	<i>The Analysis of Technology Acceptance Model (TAM) on Intention to Use of Money In Manado (Study On: Gopay, OVO, Dana)</i>	Denada Legi, Regina T. Saerang (2020)	Variabel Independen: <i>Perceived usefulness</i> , <i>Perceived Ease Of Use</i> , <i>Perceived Risk</i> , <i>perceived trust</i> , Variabel Dependen: <i>intention to use</i> .	<i>Perceived usefulness</i> dan <i>Perceived Risk</i> tidak berpengaruh signifikan terhadap <i>intention to use</i> , karena pengguna e-money dan secara tunai memiliki tingkat yang sama dan takut kehilangan uangnya pada sistem e-money. <i>Perceived ease of use</i> dan <i>perceived trust</i> , berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap <i>intention to use</i> . Hal ini menunjukkan bahwa pengguna e-money masyarakat Manado menganggap penggunaanya

No .	Judul Penelitian	Nama Peneliti, Tahun	Variabel Penelitian	Hasil Penelitian
				mudah dimengerti dan percaya pada perusahaan yang membuat <i>e-money</i> .
5.	Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Menggunakan Sistem Pembayaran <i>E-wallet</i> Menggunakan <i>Technology Accptance Model</i>	(Desvrontita, 2021)	Variabel Independen: persepsi kemudahan, persepsi kegunaan, kepercayaan, sikap pengguna. Variabel Dependen: minat menggunakan <i>E-wallet</i>	1. Persepsi kemudahan (<i>perceived easy of use</i>) berpengaruh positif terhadap kegunaan (<i>perceived usefulness</i>) pada pembayaran <i>E-wallet</i> . 2. Persepsi kemudahan (<i>perceived easy of use</i>) tidak berpengaruh terhadap kepercayaan sistem pembayaran <i>E-wallet</i> . 3. Persepsi kegunaan (<i>perceived usefulness</i>) yang dirasakan terhadap berpengaruh positif terhadap kepercayaan sistem pembayaran <i>E-wallet</i> . 4. Kepercayaan berpengaruh positif terhadap sikap pengguna (<i>attitude toward using</i>) yang dirasakan terhadap system pembayaran <i>E-wallet</i> . 5. Sikap pengguna (<i>attitude toward using</i>) yang dirasakan juga berpengaruh positif terhadap minat dalam menggunakan (<i>behavioral intention</i>) system pembayaran <i>E-wallet</i> .

2.2 Perumusan Hipotesis

2.2.1 Pengaruh minat perilaku terhadap penggunaan *e-wallet* Gopay

Minat penggunaan merupakan faktor penentu dalam pengambilan keputusan penggunaan. Menurut Schiffman et al. (2008) minat perilaku menentukan kemungkinan konsumen akan melakukan tindakan tertentu di masa yang akan datang. Sama dengan pendapat Wijaya (2020) minat perilaku penggunaan memiliki kecenderungan perilaku untuk tetap menggunakan suatu teknologi. Tingkat penggunaan sebuah teknologi dapat dilihat dari sikap pengguna terhadap teknologi tersebut seperti motivasi untuk tetap menggunakan serta keinginan untuk memotivasi pengguna lain. Minat perilaku muncul karena ada ketertarikan terhadap perkembangan teknologi *e-wallet* (Utami, 2019).

Persepsi minat perilaku penggunaan berpengaruh positif terhadap keputusan penggunaan karena semakin tinggi daya tarik terhadap fitur-fitur yang terdapat pada *e-wallet* dan kualitas yang dimiliki maka seseorang akan memutuskan untuk menggunakan *e-wallet*. Pada penelitian (Karim et al., 2020) menunjukkan bahwa minat perilaku penggunaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan *e-wallet*. Ketika *e-wallet* memiliki daya tarik yang kuat maka akan menarik orang untuk menggunakannya. Berdasarkan pernyataan tersebut, maka dibentuk hipotesis sebagai berikut :

H1 : Minat perilaku menggunakan *e-wallet* berpengaruh positif terhadap penggunaan *e-wallet* GoPay

2.2.2 Pengaruh persepsi manfaat terhadap minat perilaku penggunaan *e-wallet* GoPay

Manfaat yang dirasakan mengacu pada sejauh mana seorang individu percaya bahwa menggunakan sistem informasi tertentu akan memperpanjang produktivitas seorang individu (Davis, 1989). Kegunaan yang dirasakan dihipotesiskan untuk memprediksi hubungan langsung dengan minat perilaku untuk menggunakan teknologi (Park et al., 2014). Manfaat yang dirasakan ditentukan sebagai tingkat di mana seseorang percaya menggunakan sistem tertentu akan meningkatkan kinerja pekerjaannya. Sebelum menentukan keputusan individu mempunyai berbagai pemikiran, contohnya yaitu memikirkan kegunaan dari sebuah produk maupun layanan yang akan dipilih maupun dipakai, individu akan memakai produk maupun layanan yang bisa mendatangkan keuntungan serta kegunaan guna menunjang performa pekerjaan mereka supaya lebih efisien dan juga pada hal-hal lainnya.

Persepsi manfaat merupakan suatu kepercayaan tentang proses pengambilan keputusan. Apabila seseorang merasa percaya bahwa sistem berguna maka dia akan menggunakannya. Sebaliknya, jika seseorang merasa percaya bahwa sistem informasi kurang berguna maka dia tidak akan menggunakannya (Davis, 1989). Al-Marooif dan Al-Emran (2018) menemukan hubungan yang signifikan antara kegunaan yang dirasakan dan niat menggunakan teknologi tertentu. Pada penelitian (Desvronta, 2021) ditemukan manfaat yang dirasakan ditemukan signifikan terhadap minat penggunaan dan menentukan salah satu faktor terkuat memprediksi

minat untuk menggunakan sistem tertentu. Dengan demikian, maka hipotesis yang diajukan adalah:

H2: Persepsi manfaat *e-wallet* berpengaruh positif terhadap minat perilaku penggunaan *e-wallet* GoPay

2.2.3 Pengaruh persepsi kemudahan terhadap persepsi manfaat yang dirasakan menggunakan *e-wallet* GoPay

Persepsi kemudahan merupakan suatu ukuran dimana seseorang mempunyai kepercayaan bahwa suatu sistem teknologi mudah dimengerti dan digunakan dalam membantu dan meringankan pekerjaan pengguna (Davis, 1989). Pendapat (Langelo, 2013) sebelum menentukan keputusan individu mempunyai berbagai pemikiran, contohnya yaitu memikirkan kemudahan kemudian individu itu merasakan kegunaan dari sebuah produk maupun layanan yang akan dipilih maupun dipakai, individu akan memakai produk layanan yang bisa mendatangkan keuntungan serta kegunaan guna menunjang performa pekerjaan mereka supaya lebih efisien dan juga pada hal-hal lainnya.

Persepsi kemudahan mempunyai pengaruh positif terhadap persepsi manfaat karena semakin sedikit dan berkurang upaya yang dibutuhkan dalam melakukan sesuatu hal maka akan semakin dirasa berguna, karena adanya sistem pembayaran *e-wallet* akan memberi banyak manfaat waktu yang efektif bagi pengguna sistem tersebut. Penelitian ini berdasarkan pada penelitian yang dijalankan (Karim et.al., 2020) memperoleh bahwasanya persepsi kemudahan memiliki pengaruh positif pada manfaat yang dirasakan. Dari penjabaran tersebut dirumuskan hipotesis:

H3: Persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh positif terhadap manfaat yang dirasakan dari *e-wallet* GoPay

2.2.4 Pengaruh persepsi kemudahan terhadap minat perilaku penggunaan *e-wallet* GoPay

Menurut Davis (1989) persepsi kemudahan pemakaian didefinisikan sebagai wujud dimana orang yakin bahwasanya teknologi informasi bisa cepat dimengerti. Semakin tinggi kemudahan yang diterima pengguna semakin tinggi pula minat seseorang untuk terus menggunakan *e-wallet*. (Davis, 1989) menawarkan berbagai kepraktisan pemakaian sistem informasi di antaranya mudah dipelajari dan mudah digunakan, mudah untuk bekerja dengan apa yang diharapkan oleh pemakai, serta menaikkan kapasitas kepada pengguna. Pada jurnal (Langelo, 2013), apabila internet banking menyuguhkan jasa pelayanan perbankan yang gampang maka nasabah akan termotivasi guna mempercayakan pembayarannya memanfaatkan internet banking itu. Pada penelitian (Desvronita, 2021) persepsi kemudahan memiliki pengaruh positif terhadap minat menggunakan *e-wallet*. Dari penjabaran tersebut didapatkan hipotesis yaitu :

H4: Persepsi kemudahan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan *e-wallet* GoPay

2.2.5 Pengaruh persepsi keamanan terhadap minat menggunakan *e-wallet* GoPay

Persepsi keamanan memengaruhi minat penggunaan. Kurangnya keamanan dan privasi adalah salah satu masalah yang mengurangi minat pengguna untuk menggunakan suatu teknologi. Pembayaran melalui *e-wallet* tanpa fitur keamanan

dapat menyebabkan akses informasi pribadi yang tidak sah dan peluang yang menguntungkan bagi *hacker* untuk menembus data (Kaur et al., 2018). Marimuthu dan Roseline (2020) *e-wallet* mendapatkan popularitasnya karena memiliki transaksi yang mudah tetapi masih kurangnya pengetahuan dan kesadaran masyarakat dan ketakutan untuk melakukan transaksi karena masalah keamanan adalah faktor utama yang harus dipikirkan.

Persepsi keamanan berpengaruh positif terhadap minat penggunaan karena pengguna tidak akan percaya kepada penyedia sistem informasi dan akan menolak melakukan transaksi apa pun melalui pembayaran elektronik kecuali fitur privasi dan keamanan itu terjamin (Gitau, et al., 2014). Pelanggan yang tidak memiliki pengalaman di bidang penggunaan teknologi akan khawatir dengan keamanan dan privasi. Ahmad dkk. (2015) adanya evolusi teknologi yang cepat, pengguna menjadi lebih peduli tentang masalah privasi dan keamanan. Karim et al. (2020) menunjukkan bahwa privasi dan keamanan berpengaruh positif terhadap minat penggunaan *e-wallet*. Berdasarkan penjelasan di atas, hipotesis berikut terbentuk:

H5: Persepsi keamanan berpengaruh positif terhadap minat perilaku menggunakan *e-wallet* GoPay

2.3 Hipotesis

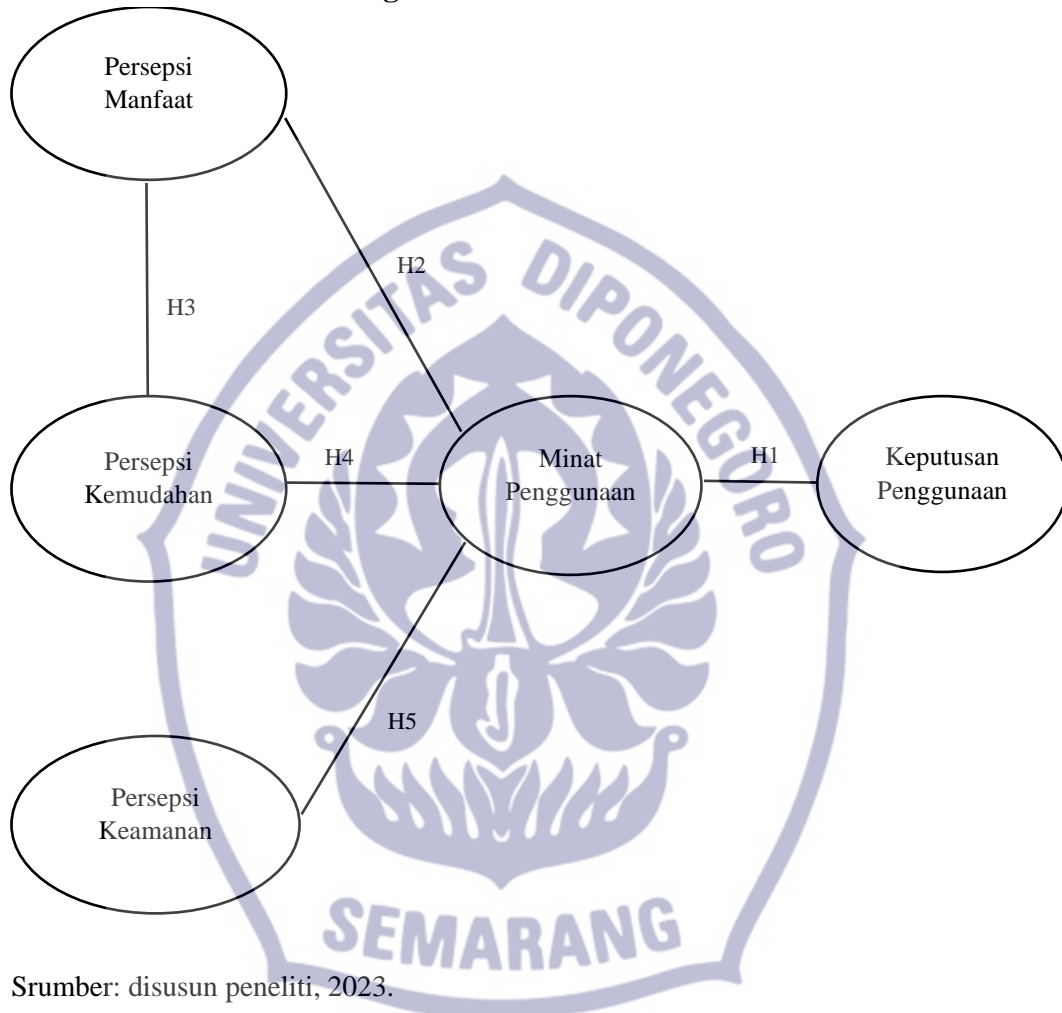
- 1 : Minat penggunaan memiliki pengaruh positif terhadap keputusan menggunakan *e-wallet* GoPay.
- 2 : Persepsi manfaat memiliki pengaruh positif terhadap minat menggunakan *e-wallet* GoPay.

- 3 : Persepsi kemudahan memiliki pengaruh positif terhadap persepsi manfaat *e-wallet* GoPay.
- 4 : Persepsi kemudahan memiliki pengaruh positif terhadap minat menggunakan *e-wallet* GoPay.
- 5 : Persepsi keamanan memiliki pengaruh positif terhadap minat menggunakan *e-wallet* GoPay.

2.4 Kerangka Pemikiran Teoritis

Penelitian ini dimaksud untuk menganalisis transaksi elektronik dengan memakai dompet elektronik (*electronic wallet*) terhadap pengguna *e-wallet* di Indonesia. Berdasarkan teori di atas, dalam penelitian ini digunakan lima variabel yang dianggap memiliki pengaruh dalam keputusan penggunaan *e-wallet* sebagai alat transaksi yaitu keputusan penggunaan, minat penggunaan, persepsi manfaat, persepsi kemudahan, dan persepsi keamanan. Terdapat kajian teori yang mendasarkan bahwa variabel tersebut memiliki pengaruh terhadap keputusan penggunaan *e-wallet* sebagai alat transaksi. Seperti teori yang telah diuraikan sebelumnya, maka dirumuskan model hubungan antar variabel dan model penelitian sebagai berikut :

Gambar 2. 2
Kerangka Pemikiran Teoritis



Sumber: disusun peneliti, 2023.

FEB UNDIP

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel

3.1.1 Variabel Penelitian

Bagian ini membahas tentang pengertian dan jenis variabel dependen dan variabel independent. Variabel dependen dalam penelitian ini menggunakan keputusan penggunaan *e-wallet* GoPay sebagai alat transaksi. Sedangkan variabel independen penelitian ini adalah minat penggunaan, persepsi manfaat, persepsi kemudahan, dan persepsi keamanan.

3.1.1.1 Variabel Dependen

Variabel dependen merupakan variabel terikat dan dipengaruhi oleh variabel lainnya (Ghozali, 2006). Variabel dependen yang digunakan pada penelitian ini adalah keputusan penggunaan *e-wallet* GoPay sebagai alat transaksi pembayaran.

3.1.1.2 Variabel *Intervening*/ Variabel Mediasi

Secara teoritis, variabel *intervening* adalah variabel yang memengaruhi hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen menjadi hubungan yang tidak dapat diamati dan diukur secara langsung. Variabel ini merupakan penyela yang terletak di antara variabel independen dan variabel dependen, sehingga variabel independen tidak secara langsung memengaruhi berubahnya atau timbulnya variabel dependen (Sugiyono, 2017). Variabel *intervening* dalam penelitian ini adalah minat penggunaan dan persepsi kemudahan.

3.1.1.2 Variabel Independen

Variabel independen merupakan variabel bebas yang menjelaskan atau mempengaruhi variabel dependen (Sugiyono, 2015). Variabel independen yang digunakan dalam penelitian ini adalah minat penggunaan, persepsi manfaat, persepsi kemudahan, serta persepsi keamanan.

3.1.2 Definisi Operasional

Definisi operasional adalah penentu konstruk yang dipelajari sehingga menjadi variabel yang dapat diukur. Definisi operasional variabel merupakan alat bantu dalam menentukan indikator dari variabel-variabel yang akan diujikan dan bertujuan untuk menentukan skala pengukuran variabel. Terdapat 5 variabel yang digunakan dalam analisis penelitian ini. Satuan pengukuran pada penelitian ini menggunakan *skala likert* 1-7. Secara operasional, variabel dalam penelitian ini dapat didefinisikan sebagai berikut :

Tabel 3. 1

Definisi Operasional

Variabel	Definisi	Kode	Indikator	Pernyataan
Minat Penggunaan (<i>Behavioral Intention To Use</i>) (Shaw et al., 2022) (Singh et al., 2020)	Niat individu untuk menggunakan atau menggunakan kembali sistem tertentu secara terus menerus.	BI1	Minat Pengguna	Secara keseluruhan saya berniat untuk menggunakan <i>e-wallet</i> Gopay secara rutin
		BI2	Ketertarikan Pengguna Teknologi	Saya tertarik terhadap pengembangan teknologi <i>e-wallet</i> Gopay untuk menunjang pengguna dalam melakukan transaksi

Variabel	Definisi	Kode	Indikator	Pernyataan
		BI3		Saya akan selalu mencoba menggunakan <i>e-wallet</i> Gopay dalam kehidupan sehari-hari saya
		BI4		Saya berencana untuk terus menggunakan <i>e-wallet</i> Gopay sesering mungkin
		BI5	Menyarankan Pengguna Teknologi	Saya akan menyarankan orang lain dan rekan saya untuk menggunakan <i>e-wallet</i> Gopay
Persepsi Manfaat (<i>Perceived Usefulness</i>) (Singh et al., 2020) (Davis, 1989)	Keyakinan pengguna tentang seberapa berguna sistem teknologi tertentu untuk melakukan pekerjaan.	PU1	Mempercepat Proses	<i>E-wallet</i> Gopay pembayaran menjadi lebih cepat
		PU2	Meningkatkan Kinerja	<i>E-wallet</i> meningkatkan kinerja saya dalam melakukan pembayaran
		PU3		<i>E-wallet</i> menghemat banyak waktu dan upaya
		PU4		<i>E-wallet</i> memiliki sistem yang mudah digunakan
		PU5	Meningkatkan Aktifitas	Penggunaan <i>e-wallet</i> meningkatkan performa aktifitas saya
		PU6	Kebermanfaatan	<i>E-wallet</i> Gopay sangat memberikan manfaat dan berguna bagi saya

Variabel	Definisi	Kode	Indikator	Pernyataan
Persepsi Kemudahan (<i>Perceived Easy of Use</i>) (Singh et al., 2020) (Davis, 1989)	Keyakinan pengguna bahwa menggunakan sistem tertentu membutuhkan lebih sedikit usaha.	PEU1	Mudah dipelajari	<i>E-wallet</i> Gopay mudah untuk dipelajari sebagai alat pembayaran
		PEU2	Kemudahan	Fitur-fitur yang ada dalam <i>e-wallet</i> Gopay mudah dipahami dan digunakan
		PEU3	Efektifitas	<i>E-wallet</i> Gopay membuat pembayaran menjadi lebih fleksibel
		PEU4	Mudah digunakan	Secara keseluruhan <i>e-wallet</i> Gopay mudah digunakan sebagai alat pembayaran menjadi lebih fleksibel
Persepsi Keamanan (<i>Perceived Security</i>) (Williams, 2021)	sejauh mana pengguna yakin bahwa menggunakan suatu sistem teknologi akan bebas dari resiko	PS1	Memberikan rasa aman	Saya merasa aplikasi GoPay lebih aman dari pada uang tunai
		PS2		Aplikasi GoPay menggunakan scan QR untuk meningkatkan keamanan pengguna
		PS3	Memberikan kenyamanan	GoPay dapat melakukan transaksi tanpa melibatkan penyedia layanan lain
		PS4	Terjamin	Pihak penerbit bersedia bertanggung jawab ketika sistem aplikasi <i>e-wallet</i> saya terjadi

Variabel	Definisi	Kode	Indikator	Pernyataan
				kendala dan kesalahan teknis
		PS5	Keyakinan	Saya khawatir bahwa <i>e-wallet</i> Gopay tidak mencurahkan cukup waktu dan Upaya
		PS6	Kekhawatiran	Saya merasa terganggu ketika aplikasi Gopay tidak menanyakan informasi pribadi saya
Keputusan Penggunaan (<i>Actual to Use</i>) Bhattacharjee, A. (2001)	Keyakinan pengguna bahwa kinerja aktual saat menggunakan sistem teknologi tertentu memenuhi harapan.	AU1	<i>Actual Use</i>	Menggunakan <i>e-wallet</i> Gopay adalah pilihan yang tepat
		AU2		Saya merasa senang menggunakan <i>e-wallet</i> Gopay karena aplikasinya tidak sulit
		AU3		<i>E-wallet</i> Gopay terbukti meningkatkan produktifitas saya
		AU4		Orang-orang di sekitar saya memilih menggunakan <i>e-wallet</i> Gopay

Sumber: Diolah penulis, 2023

3.2 Populasi dan Sampel

3.2.1 Populasi

Ferdinand (2014) populasi merupakan gabungan dari seluruh elemen yang berbentuk peristiwa, hal atau orang yang memiliki karakteristik yang serupa yang

menjadi pusat perhatian seorang peneliti. Populasi dalam penelitian ini adalah Generasi Z pengguna *E-wallet* GoPay di Pulau Jawa dengan jumlah yang besar dan tidak diketahui.

3.2.2 Sampel

Sampel adalah subset dari populasi, terdiri dari beberapa anggota populasi (Ferdinand, 2014). Sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik *Purposive Non-Probability Sampling* yang merupakan penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu

Ketentuan pemilihan sampel yang diteliti meliputi:

1. Responden adalah warga negara Indonesia yang bertempat tinggal di Pulau Jawa
2. Responden kelahiran 1997-2012
3. Responden adalah pengguna *e-wallet* GoPay

Analisis SEM dengan menggunakan Maximum Likelihood Model diperlukan sampel minimal 100 dan maksimal 200 (Ghozali, 2017). Penentuan sampel dilakukan dengan jumlah indikator variabel penelitian. Penelitian ini memiliki 25 indikator sehingga sampel minimum penelitian ini adalah 25 dikalikan 5 yaitu 125 responden, dan sampel maksimal penelitian ini adalah 25 dikalikan 10 yaitu 250 responden.

3.3 Jenis dan Sumber Data

1. Data Primer

Data primer adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada peneliti. Data primer dalam penelitian ini bersumber dari penyebaran kuesioner

secara langsung kepada responden yang berkaitan dengan variabel-variabel yang diteliti.

2. Data Sekunder

Menurut Sugiyono (2015) data sekunder adalah sumber yang tidak langsung memberikan data kepada peneliti. Dalam penelitian ini data sekunder berasal dari artikel, jurnal, tesis, buku-buku yang relevan dan sumber lainnya yang berkaitan dengan variabel-variabel yang diteliti.

3.4 Metode Pengumpulan Data

Pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan kuesioner sebagai instrumen penelitian. Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan membagikan angket, sehingga dengan tempo cepat bisa memperoleh banyak responden. Kuesioner dilakukan dengan memberikan draft pertanyaan yang disusun serta berurutan. Kuesioner berbentuk pertanyaan-pertanyaan yang berkaitan dengan variabel penelitian dengan memberikan penilaian pada tiap-tiap pertanyaan dengan menggunakan skala likert 1 untuk jawaban sangat tidak setuju dan 7 guna jawaban sangat setuju. Isi kuesioner tersendiri terdiri dari dua bagian, yakni:

1. Bagian pertama adalah pertanyaan tentang data pribadi responden.
2. Bagian kedua adalah beberapa indikator guna menguji variabel penelitian dengan *Skala Likert*.

Menurut Sugiyono (2015) *Skala Likert* merupakan alat yang digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau kelompok orang

tentang suatu kejadian tertentu. Jawaban setiap item instrument mempunyai bobot nilai seperti yang tercantum pada tabel 3.2. berikut ini.

Tabel 3. 2
Skala Likert

Item	Keterangan	Skor
STS	Sangat Tidak Setuju	1
TS	Tidak Setuju	2
CTS	Cukup Tidak Setuju	3
N	Netral	4
SS	Cukup Setuju	5
S	Setuju	6
SS	Sangat Setuju	7

Sumber: diolah peneliti, 2023.

3.5 Metode Analisis

3.5.1 Analisis SEM-PLS

Metode analisis pada penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode Structural Equation Model Component Based Partial Least Square (SEM-PLS) yang merupakan alternatif dari Covariance Based SEM (CBSM). PLS merupakan model persamaan SEM dengan pendekatan berdasarkan *variance* atau *component-based structural equation modeling*.

Menurut Ghozali dan Latan (2015) tujuan PLS-SEM adalah untuk mengembangkan teori atau membangun teori (orientasi prediksi). PLS digunakan untuk menjelaskan ada tidaknya hubungan antar variabel laten (*prediction*) dengan melihat apakah ada pengaruh atau hubungan antar konstruk. PLS merupakan metode analisis yang *powerfull* oleh karena tidak mengasumsikan data arus dengan pengukuran skala tertentu, jumlah sample kecil (Ghozali, 2014).

Analisis PLS-SEM terdiri dari dua sub model yaitu model pengukuran (*measurement model*) atau *outer model* dan model struktural (*structural model*) atau *inner model*.

Model pengukuran atau *outer model* dievaluasi dengan *convergent* dan *discriminant validity* dari indikatornya, *composite reliability* untuk block indikator. Model struktural atau *inner model* dievaluasi dengan melihat presentase *variance* yang dijelaskan, yaitu dengan melihat nilai R^2 (*R-Square*) untuk konstruk laten dependen, serta melihat besarnya koefisien jalur strukturalnya. Stabilitas dari estimasi ini dievaluasi dengan menggunakan uji t-statistik yang didapat melalui prosedur *bootstrapping* (Ghozali, 2014).

Tabel 3. 3

Kriteria Analisis SEM-PLS

Kriteria	SEM-PLS
Tujuan Penelitian	Untuk mengembangkan teori atau membangun teori (orientasi prediksi).
Pendekatan Metode Estimasi	Berdasarkan <i>variance</i> . <i>Least Squares</i>
Spesifikasi Model dan Parameter Model Model Struktural	<i>Components two loadings, path koefisien, dan component weight</i> Model dengan kompleksitas besar dengan banyak konstruk dan banyak indikator
Evaluasi Model dan Asumsi Normalitas Data	Tidak mensyaratkan data terdistribusi normal dan estimasi parameter dapat langsung dilakukan tanpa persyaratan kriteria <i>goodness of fit</i>
Pengujian Signifikansi	Tidak dapat diuji dan difalsifikasi (harus melalui prosedur <i>bootstrap</i> atau <i>jackknife</i>).
Rekomendasi Sampel Software Produk	30-100. PLS Graph, SmartPLS, SPAD-PLS, XLSTATPLS dan sebagainya.

Sumber: Ghozali, 2014.

Ghozali (2014) menjelaskan bahwa SEM-PLS memiliki beberapa kriteria khusus dalam menganalisis suatu data. Tabel 3.5 menunjukkan kriteria SEM-PLS yang dapat dijadikan sebagai bahan pertimbangan dalam melakukan analisis data.

3.5.2 Tahapan Analisis Data

Tahapan analisis data dilakukan dalam lima Langkah dengan menggunakan program SmartPLS 3.0 (Ghozali dan Latan)

Tabel 3. 4

Tahapan Analisis SEM-PLS

Tahap 1	Menyusun Kerangka Konsep Model (Inner dan atau <i>Outer model</i>)
Tahap 2	Analisis Algorithm
Tahap 3	Analisis Resampling (bootstraping)
Tahap 4	Menyusun Diagram Alur
Tahap 5	Evaluasi Model

Sumber: Ghozali dan Latan, 2015.

3.5.2.1 Menyusun Kerangka Konsep Model

Tahap awal analisis data menggunakan SEM-PLS dibagi menjadi dua yaitu merancang *inner* dan *outer model* (Ghozali dan Latan, 2015).

- a. Rancangan Model Struktural (*Inner model*) Tahap awal dalam menyusun model struktural yaitu menentukan hubungan antara variabel laten berdasarkan rumusan masalah dan hipotesis penelitian. Tahapan ini menentukan model jalur/ *path/ inner model* hubungan antar variabel laten beserta urutannya.
- b. Rancangan Model Pengukuran (*Outer model*) Tahapan pengukuran *outer model* yaitu menentukan hubungan antara konstruk dengan indikator-indikator variabelnya. Tahap ini menguji indikator apakah reflektif atau formatif. Ghozali dan Latan, (2015), menyatakan bahwa pada umumnya prosedur

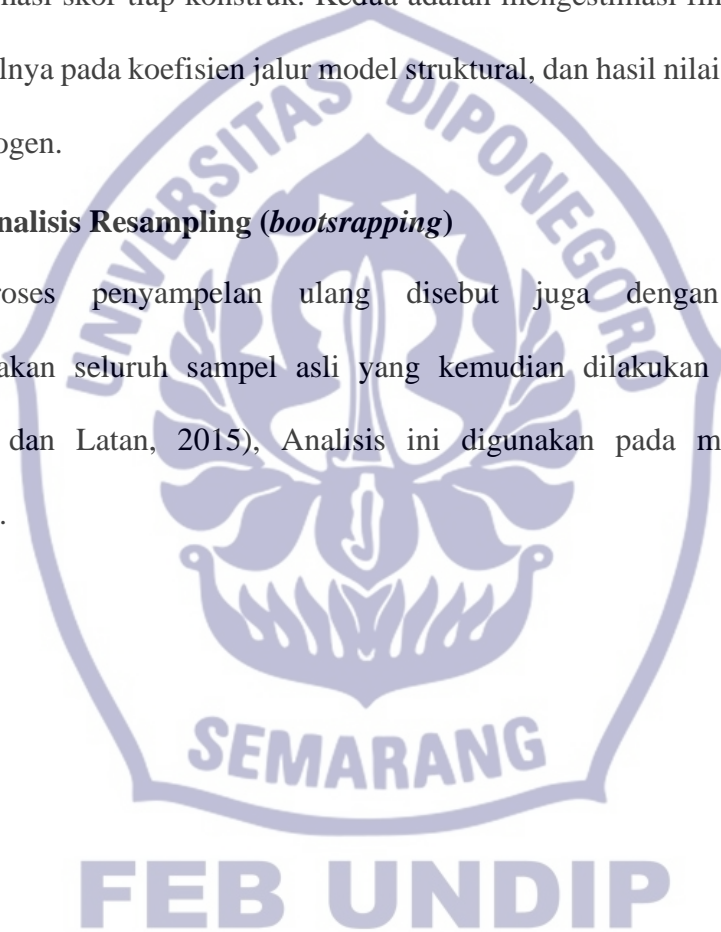
pengembangan konstruk memiliki ciri reflektif dengan asumsi memiliki kesamaan domain konten

3.5.2.2 Analisis Algorithm

Analisis SEM-PLS mengukur *algorithm* dalam dua tahapan. Pertama yaitu mengestimasi skor tiap konstruk. Kedua adalah mengestimasi final outer loading, seperti halnya pada koefisien jalur model struktural, dan hasil nilai R^2 pada variabel laten endogen.

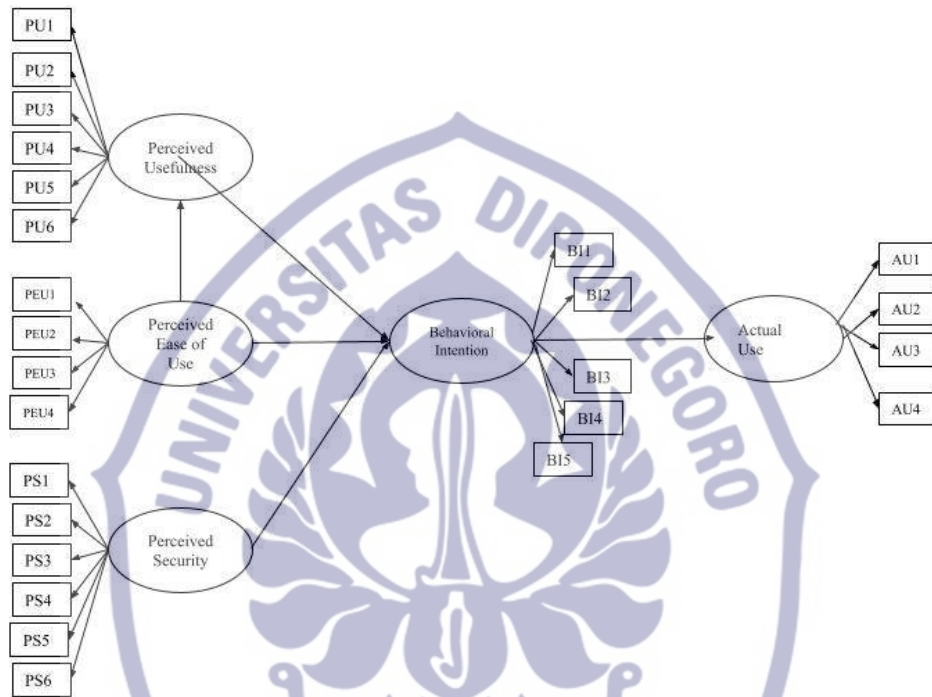
3.5.2.3 Analisis Resampling (*bootstrapping*)

Proses penyampelan ulang disebut juga dengan *bootstrapping* menggunakan seluruh sampel asli yang kemudian dilakukan sampling ulang (Ghozali dan Latan, 2015). Analisis ini digunakan pada model persamaan struktural.



3.5.2.4 Menyusun Diagram Alur

Gambar 3. 1
Diagram Alur



Sumber: diolah peneliti, 2023.

Gambar 3.1 menunjukkan inner dan *outer model* penelitian ini. Penyusunan diagram alur *inner model* dan *outer model* (*path diagram*) menggunakan teknik nomogram *Reticular Action Modeling* (RAM) menurut (Falk dan Miller, 1992).

3.5.2.5 Evaluasi Model

A. Uji Model Pengukuran atau *Outer model*

1. Uji Validitas

Ghozali dan Latan (2015) uji validitas digunakan untuk mengukur valid atau sah tidaknya kuesioner. Uji validitas perlu dilakukan guna mengetahui apakah alat ukur yang disusun benar-benar mengukur apa yang perlu diukur. Pengukuran

dilakukan karena penyusunan angket penelitian dilakukan dengan mendasarkan atas konstruksi teoritik masing-masing variabel penelitian. Variabel tersebut dicari indikatornya, selanjutnya dijabarkan pada setiap item dalam angket. Terdapat dua kriteria untuk menilai uji validitas dalam *outer model* yaitu *convergent validity* dan *discriminant validity*.

Convergent validity dari model pengukuran dengan refleksif indikator dinilai berdasarkan korelasi antara item *score component score* yang dihitung menggunakan PLS. Ukuran Refleksif individual dinyatakan tinggi jika nilai *loading factor* lebih dari 0,7 dengan konstruksi yang diukur untuk penelitian yang bersifat confirmatory dan nilai *loading factor* antara 0,6-0,7 untuk penelitian yang bersifat *exploratory* masih diterima serta nilai *Average Variance Extracted (AVE)* harus lebih besar dari 0,5. Namun menurut Chin dalam Ghazali dan Latan (2015) untuk penelitian tahap awal dari pengembangan skala pengukuran nilai *loading factor* 0,5-0,6 masih dianggap cukup memadai.

Discriminant validity dari model pengukuran dengan refleksif indikator dinilai berdasarkan *cross loading* untuk setiap variabel harus lebih besar dari 0,7. Jika korelasi konstruk dengan item pengukuran lebih besar dari pada ukuran konstruk lainnya, maka hal tersebut menunjukkan konstruk laten memprediksi ukuran pada blok mereka lebih baik dari pada blok lainnya. Cara lain untuk mengukur dan menguji *discriminant validity* adalah dengan membandingkan akar kuadrat dari *Average Variance Extracted (AVE)* untuk setiap konstruk dengan nilai korelasi antara konstruk dengan konstruk lainnya dalam model. Menurut Fornell dan Larcker dalam Ghazali dan Latan (2015) *discriminant validity* yang baik

ditunjukkan dari akar kuadrat dari *AVE* untuk setiap konstruk lebih besar dari korelasi antar konstruk dalam model.

2. Uji Reabilitas

Uji reabilitas adalah alat ukur untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk (Ghozali dan Latan, 2015). Suatu kuesioner dapat dikatakan reliabel atau handal apabila jawaban responden terhadap pernyataan dalam kuesioner konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Uji Reabilitas dilakukan untuk membuktikan akurasi, konsisten dan ketepatan instrument dalam mengukur konstruk. Pengukuran uji reabilitas suatu konstruk dengan indikator refleksif dapat dilakukan dengan dua cara yaitu *Cronbach Alpha* dan *Composite Reability*. Konstruk dikatakan realible jika nilai *Cronbach Alpha* dan *Composite Reability* lebih dari 0,7 untuk penelitian bersifat *confirmatory* dan nilai 0,6-0,7 masih dapat diterima untuk penelitian yang bersifat *explorator*. Hair Jr et al. (2014) memiliki ukuran dalam menentukan tingkat keandalan Croanbach's Alpha yang ditunjukkan pada Tbel 3.3

Tabel 3. 5

Tingkat Keandalan *Cronbach Alpha*

No	Nilai <i>cronbac's alpha</i>	Keterangan
1	0,00 - 0,20	Kurang Andal
2	>0,20 – 0,40	Agak Andal
3	>0,040 – 0,60	Cukup Andal
4	>0,60 – 0,80	Handal Andal
5	>0,80 – 1,00	Sangat Andal

Sumber: Hair *et al.*, 2014.

B. Uji Model Struktural atau *Inner model*

Pada tahap analisis *inner model* mendefinisikan hubungan diantara variabel laten. *Inner model* atau *inner relation* merupakan *structural model* dan *substansive*

theory. Persamaan model hubungan dalam *substantive theory* dituliskan sebagai berikut :

$$\eta = \beta_0 + \beta\eta + \gamma\xi + \zeta$$

Keterangan:

η : Vektor endogen (dependen) variabel laten.

ξ : Vektor variabel laten eksogen.

ζ : Vektor variabel residual (unexplained variance).

Model structural atau *inner model* dalam penelitian ini menggunakan alat ukur PLS-SEM yang menunjukkan 4 tahap pengujian yang harus dilakukan, yaitu;

a. Uji *R-Square*

Dalam menilai model structural terlebih dahulu menilai *R-Square* untuk setiap variabel laten endogen sebagai kekuatan prediski dari model structural. Pengujian terhadap model struktural dilakukan dengan melihat nilai *R-Square* yang merupakan uji *goodness-fit model*. Perubahan nilai *R-Square* dapat digunakan untuk menjelaskan pengaruh variabel laten eksogen tertentu terhadap variabel laten endogen apakah mempunyai pengaruh yang *substantive*. Nilai *R-Square* 0,75, 0,50 dan 0,25 dapat disimpulkan bahwa model kuat, moderate dan lemah (Ghozali dan Latan, 2015).

b. Uji *Q-Square*

Uji *Q-Square* digunakan dalam model SEM-PLS dengan melihat analisis (Q^2) *predictive relevance*. Analisis Q^2 digunakan untuk mendeteksi seberapa mutakhir nilai observasi yang dilakukan oleh model serta estimasi parameternya. Nilai Q^2 memiliki penjelasan yang sama dengan koefisien

determinasi (R^2) yang terdapat dalam analisis regresi, semakin tinggi nilai Q^2 menunjukkan model yang semakin fit dengan data. Nilai $Q^2 > 0$ menunjukkan model memiliki *predictive relevance*, sedangkan nilai $Q^2 < 0$ menunjukkan bahwa model kurang memiliki *predictive relevance*. (Ghozali dan Latan, 2015).

c. Uji *F-Square*

Uji *f-square* dilakukan untuk mengetahui kebaikan model. Nilai *f-square* sebesar 0,02, 0,01 dan 0,35 dapat diinterpretasikan apakah prediktor variabel laten mempunyai pengaruh yang lemah, medium, atau besar pada tingkat structural (Ghozali, 2011).

d. Uji Koefisien Jalur

Uji selanjutnya adalah melihat signifikansi pengaruh antar variabel dengan melihat nilai koefisien parameter dan nilai signifikansi *T-statistic* yaitu melalui metode bootstrapping (Ghozali & Latan, 2015). Koefisien jalur memiliki nilai antara -1 sampai 1, maka semakin mendekati nilai +1 menunjukkan hubungan variabel yang positif, sedangkan semakin mendekati nilai 0 maka hubungan variabel negatif.

BAB IV

HASIL DAN ANALISIS

4.1 Deskripsi Objek Penelitian

4.1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

GoPay yang sebelumnya bernama Go-Jek *Credit* merupakan dompet virtual atau *e-wallet* yang bisa digunakan untuk bertransaksi di dalam aplikasi GoJek. Dengan mengunggulkan konsep *speed*, *simplicity*, dan *security*, GoPay menawarkan berbagai kemudahan bagi pelanggan. *Speed* dengan menyediakan sistem top-up yang cepat dan sederhana melalui ATM, mobile banking, dan internet banking. *Simplicity*, integrasi langsung untuk semua transaksi layanan di dalam aplikasi GoJek dengan menggunakan saldo GoPay. *Security*, dengan tingkat keamanan yang tinggi tanpa uang dalam bentuk fisik, semua saldo GoPay pelanggan akan tersimpan dengan aman di dalam sistem GoJek.

GoPay sudah bekerjasama dengan seluruh bank di Indonesia untuk memudahkan pengguna ketika pengisian saldo. Beberapa bank bekerjasama dengan GoPay yaitu BCA, BNI, Bank Mandiri, Bank BRI, Bank Mega, dan lain-lain. Ketika melakukan top-up bisa melalui internet banking, mobile banking, gerai merchant yang bekerja sama dengan GoPay, dan driver GoJek. Layanan ini menjadi solusi ketika konsumen tidak membawa uang tunai. Banyak fitur yang ditawarkan oleh GoPay untuk memudahkan transaksi. GoPay hanya bisa digunakan ketika konsumen melakukan transaksi di merchant yang sudah bekerja sama dengan GoPay.

4.1.2 Gambaran Umum Responden

Penelitian ini dilakukan melalui kuesioner online yang disebarakan selama tiga minggu sehingga diperoleh sebanyak 152 responden. Kriteria responden meliputi:

1. Responden adalah warga negara Indonesia yang bertempat tinggal di Pulau Jawa
2. Responden kelahiran 1997-2012
3. Responden adalah pengguna *e-wallet* GoPay

Pulau Jawa terdapat 6 Provinsi:

1. DKI Jakarta
2. Provinsi Banten
3. Provinsi Jawa Barat
4. Provinsi Jawa Tengah
5. Daerah Istimewa Yogyakarta
6. Provinsi Jawa Timur

Adapun sebaran responden dari berbagai Provinsi di Pulau Jawa dapat dilihat pada tabel 4.1 berikut:

FEB UNDIP

Tabel 4. 1

Responden Berdasarkan Provinsi di Pulau Jawa

No.	Provinsi	Jumlah (orang)	Persentase (%)
1	DKI Jakarta	15	9,9
2	Banten	15	9,9
3	Jawa Barat	17	11,2
4	Jawa Tengah	70	46,1
5	Daerah Istimewa Yogyakarta	16	10,5
6	Jawa Timur	19	12,5
Jumlah		152	100

Sumber: Data Primer, diolah 2023.

Tabel 4.1 menunjukkan bahwa 152 responden yang berpartisipasi tersebar pada masing-masing provinsi di Pulau Jawa.

4.1.2.1 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Adapun sebaran responden berdasarkan jenis kelamin dapat dilihat pada tabel 4.2 berikut:

Tabel 4. 2
Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah (orang)	Persentase (%)
Laki-Laki	60	39,5%
Perempuan	92	60,5%
Jumlah	152	100%

Sumber: Data Primer, diolah 2023.

Tabel 4.2 menunjukkan bahwa mayoritas responden berjenis kelamin perempuan sebanyak 92 responden atau 60,5%, sedangkan responden berjenis kelamin laki-laki sebanyak 60 responden atau 39,5% dari total 152 responden.

4.1.2.2 Responden Berdasarkan Usia

Dari hasil penelitian, bisa didapatkan karakteristik responden mengacu pada usia dapat dilihat pada tabel 4.3 berikut:

Tabel 4. 3
Responden Berdasarkan Usia

Usia	Jumlah (orang)	Persentase (%)
11-14	4	2,6
15-18	19	12,5
19-22	96	63,2
23-26	33	21,7
Jumlah	152	100

Sumber: Data Primer, diolah 2023.

Tabel 4.3 menunjukkan bahwa dari 152 responden yang berpartisipasi mayoritas responden berusia 19-22 tahun sebanyak 96 responden atau 63,25%. Sedangkan responden berusia 11-14 tahun sebanyak 4 responden atau 2,6%. Responden lainnya dengan usia antara 15-18 tahun sebanyak 19 responden atau 12,5%. Sebanyak 33 atau 21,7% responden berusia antara 23-26 tahun.

4.1.2.3 Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan

Adapun sebaran responden berdasarkan Pendidikan dapat dilihat pada tabel 4.4 berikut:

Tabel 4. 4
Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan

Tingkat Pendidikan	Jumlah (orang)	Persentase (%)
SMP	14	9,2
SMA	53	34,9
D3/D4	13	8,6
S1/S2/S3	72	47,4
Lainnya		
Jumlah	152	100

Sumber: Data Primer, diolah 2023.

Tabel 4.4 menunjukkan bahwa dari 152 responden yang berpartisipasi, responden terbanyak memiliki latar belakang Pendidikan tingkat S1/S2/S3 dengan jumlah 72 responden atau 47,4%. Sedangkan, responden pada tingkat Pendidikan SMP dengan jumlah 14 responden atau 9,2%. Responden pada tingkat SMA dengan jumlah 53 responden atau 34,9% dan responden pada tingkat Pendidikan D3/D4 dengan jumlah 13 responden atau 8,6%.

4.1.2.4 Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan

Adapun sebaran responden berdasarkan jenis pekerjaan dapat dilihat pada tabel 4.5 berikut :

Tabel 4. 5
Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan

Jenis Pekerjaan	Jumlah (orang)	Persentase (%)
Pelajar/Mahasiswa	106	69,7
Karyawan Swasta	36	23,75
Pegawai Negeri Sipil		
Pengusaha	4	2,6
Petani	3	2
Wiraswasta	2	1,35
Guru	1	0,7
Jumlah	152	100

Sumber: Data Primer, diolah 2023.

Tabel 4.5 menunjukkan bahwadari 152 responden yang berpartisipasi, responden terbanyak berada pada pekerjaan sebagai pelajar atau mahasiswa dengan jumlah 106 responden atau 69,7%. Sedangkan pada pekerjaan karyawan swasta dengan jumlah 36 responden atau 23,75%. Pada pekerjaan sebagai pengusaha dengan jumlah 4 responden atau 2,6%. Responden pada pekerjaan petani dengan jumlah 3 responden atau 2%. Responden pada pekerjaan wiraswasta dengan jumlah 2 responden atau 1,35%, dan pada pekerjaan guru dengan jumlah 1 responden atau 0,7%.

4.1.2.5. Responden Berdasarkan Pemasukan Setiap Bulan

Dari hasil penelitian, bisa dideskripsikan karakteristik responden mengacu pada pemasukan perbulan yakni pada tabel 4.6 berikut :

Tabel 4. 6
Responden Berdasarkan Pemasukan Setiap Bulan

Pemasukan Perbulan	Jumlah (orang)	Persentase (%)
< 1.000.000	79	52
1.000.000-2.500.000	33	21,7
2.500.000-4.000.000	31	20,4
4.000.000-6.000.000	6	3,9
>6.000.000	3	2
Total	152	100

Sumber: Data Primer, diolah 2023.

Tabel 4.6 menunjukkan bahwa dari 152 responden yang berpartisipasi, responden terbanyak memiliki pemasukan < 1.000.000 sebanyak 79 responden atau 52%. Responden dengan pemasukan 1.000.000-2.500.000 sebanyak 33 responden atau 21,7%. Sedangkan sebanyak 31 responden atau 20,4% memiliki pemasukan 2.500.000-4.000.000 setiap bulan, sebanyak 6 responden atau 3,9% memiliki pemasukan sebesar 4.000.000-6.000.000 setiap bulan, dan sebanyak 3 responden atau 2% memiliki pemasukan sebesar > 6.000.000 setiap bulannya.

4.1.2.6 Responden Berdasarkan Lama Penggunaan *E-wallet* GoPay

Adapun sebaran responden berdasarkan lama menggunakan *E-wallet* GoPay dapat dilihat pada tabel 4.7 berikut:

Tabel 4. 7
Responden Berdasarkan Lama Penggunaan *E-wallet* GoPay

Lama Penggunaan	Jumlah (orang)	Persentase (%)
< 6 bulan	64	42,1
6 s.d 12 bulan	33	21,7
12 s.d 18 bulan	17	11,2
18 s.d 24 bulan	5	3,3
>24 bulan	33	21,7
Jumlah	152	100

Sumber: Data Primer, diolah 2023.

Tabel 4.7 menunjukkan bahwa dari 152 responden yang berpartisipasi, responden terbanyak berada pada penggunaan <6 bulan dengan jumlah 64 responden atau 42,1%. Sebanyak masing-masing 33 responden atau 21,7% dengan lama penggunaan 6 s.d 12 bulan dan >24 bulan. Responden dengan lama penggunaan 12 s.d 18 bulan dengan jumlah responden 17 atau 11,2%, dan pada penggunaan 18 s.d 24 bulan dengan jumlah 5 responden atau 3,3%.

4.1.2.7 Responden Berdasarkan Frekuensi Menggunakan *E-wallet* GoPay

Setiap Bulan

Tabel 4. 8

Responden Berdasarkan Frekuensi Menggunakan *E-wallet* GoPay

Frekuensi Penggunaan (Setiap Bulan)	Jumlah (orang)	Persentase(%)
0-10 kali	97	63,8
10-20 kali	30	19,7
Lebih dari 20 kali	25	16,4
Jumlah	152	100

Sumber: Data Primer, diolah 2023.

Tabel 4.8 menunjukkan bahwa dari 152 reponden yang berpartisipasi, responden terbanyak menggunakan *e-wallet* GoPay sebanyak 0-10 kali setiap bulan dengan jumlah 97 responden atau 63,8%. Sedangkan sebanyak 30 responden atau 19,7% menggunakan *e-wallet* GoPay sebanyak 10-20 kali setiap bulan dan sebanyak 25 responden atau 16,4% menggunakan *e-wallet* GoPay sebanyak lebih dari 20 kali setiap bulannya.

4.2 Analisis data

4.2.1 Pengujian Instrumen Penelitian

4.2.1.1 Uji Validitas Instrumen

Pengujian validitas instrumen dilakukan pada 30 sampel atau observasi ($n=30$). Nilai tingkat signifikansi ditentukan sebesar 5% dengan r tabel 0.361 yang akan dibandingkan dengan nilai r hitung pada instrument. Berdasarkan hasil uji validitas instrument semua konstruk dinyatakan valid, sehingga penelitian dapat dilanjutkan untuk tahap berikutnya. Hasil uji validitas disajikan pada tabel-tabel dibawah ini:

Tabel 4. 9
Uji Validitas Instrumen Penelitian

Variabel	Kode Indikator	r -hitung	r -tabel	Keterangan
<i>Actual to Use</i>	AU1	0.921	0.361	Valid
	AU2	0.920	0.361	Valid
	AU3	0.793	0.361	Valid
	AU4	0.875	0.361	Valid
<i>Behavioral Intention</i>	BI1	0.957	0.361	Valid
	BI2	0.938	0.361	Valid
	BI3	0.966	0.361	Valid
	BI4	0.943	0.361	Valid
	BI5	0.959	0.361	Valid
<i>Perceived Ease Of Use</i>	PEU1	0.943	0.361	Valid
	PEU2	0.927	0.361	Valid
	PEU3	0.921	0.361	Valid
	PEU4	0.872	0.361	Valid
<i>Perceived Security</i>	PS1	0.887	0.361	Valid
	PS2	0.793	0.361	Valid
	PS3	0.900	0.361	Valid
	PS4	0.807	0.361	Valid
	PS5	0.809	0.361	Valid
	PS6	0.618	0.361	Valid
<i>Perceived usefulness</i>	PU1	0.833	0.361	Valid
	PU2	0.928	0.361	Valid
	PU3	0.898	0.361	Valid
	PU4	0.843	0.361	Valid
	PU5	0.894	0.361	Valid

PU6	0.941	0.361	Valid
-----	-------	-------	-------

Sumber: output SmartPLS, 2023

4.2.1.2 Uji Reabilitas Instrumen

Pengujian instrument untuk melihat reabilitas data pada penelitian ini dilakukan dengan melakukan estimasi terhadap 30 data observasi (n=30). Instrumen penelitian ini berisi 26 butir pertanyaan. Pengujian reabilitas suatu konstruk dilakukan dengan penelitian nilai *Cronbach's Alpha* lebih besar dari 0.07 (konstruk dikatakan *reliable*). Hasil pengujian nilai *Cronbach's Alpha* dilakukan dalam tabel 4.10 sebagai berikut :

Tabel 4. 10
Nilai *Cronbach's Alpha*

Variabel	<i>Cronbach's Alpha</i>	Keterangan
<i>Behavioral Intention</i>	0.974	Realibel
<i>Perceived usefulness</i>	0.947	Realibel
<i>Perceived easy of use</i>	0.936	Realibel
<i>Perceived Security</i>	0.892	Realibel
<i>Actual Use</i>	0.901	Realibel

Sumber: output SmartPLS,2023

Hasil pengujian *Cronbach's Alpha* pada tabel 4.10 menunjukkan bahwa seluruh konstruk yang dimiliki nilai *Cronbach's Alpha* diatas 0.70 sehingga dapat disimpulkan bahwa seluruh indikator variabel yang digunakan adalah *realible* atau dapat diandalkan dan dapat digunakan untuk penelitian selanjutnya.

4.2.2 Analisis SEM-PLS

4.2.2.1. Evaluasi Model Pengukuran (*Outer model*)

Pada analisis *outer model* terdapat tiga tahapan yang harus dilakukan yakni tahapan pengujian validitas data pada *outer model* dan pengujian reabilitas pada *outer model*.

4.2.2.1.1. Uji Validitas Data

Pengujian validitas pada *outer model* merupakan metode yang digunakan untuk mengukur dan mengetahui kevalidan data dari jawaban responden. Terdapat dua tahapan yang dilakukan pada pengujian validitas data, yakni uji validitas menggunakan *convergent validity* dan *discriminant validity*.

1. *Convergent Validity*

Convergent validity pada pengujian validitas data adalah metode digunakan untuk menghitung nilai koreksi antara indikator konstruk dengan variabel laten (Irwan & Adam, 2015). Pengujian *convergent validity* dapat dilakukan dengan melihat nilai *outer loading* dan *Average Variance Extracted (AVE)*.

a. Pengujian *Convergent Validity* dengan *Outer Loading*

Pengujian *convergent validity* dengan *outer loading* mempunyai ketentuan yakni menurut (Hair et al., 2019) untuk pemeriksaan awal dari matriks *outer loading* adalah kurang lebih 0,3 dipertimbangkan telah memenuhi level minimal, untuk *outer loading* lebih besar 0,5 secara umum dianggap signifikan. Dalam penelitian ini batas *outer loading* yang digunakan sebesar 0,7. Karena ukuran reflektif individual dikatakan tinggi jika mempunyai nilai *outer loading* lebih dari 0,7 (Ghozali, 2014). Perhitungan *convergent validity* dapat dihitung menggunakan

PLS *Algorithm* pada aplikasi SmartPLS. Hasil perhitungan nilai *outer loading* dapat dilihat pada tabel 4.11 berikut:

Tabel 4. 11
Hasil *Outer Loading*

Indikator	<i>Outer Loading</i>	Keterangan
AU 1	0.887	Valid
AU 2	0.903	Valid
AU 3	0.883	Valid
AU4	0.882	Valid
BI 1	0.949	Valid
BI 2	0.864	Valid
BI 3	0.923	Valid
BI 4	0.907	Valid
BI 5	0.908	Valid
PEU 1	0.874	Valid
PEU 2	0.908	Valid
PEU 3	0.896	Valid
PEU 4	0.840	Valid
PS 1	0.838	Valid
PS 2	0.764	Valid
PS 3	0.844	Valid
PS 4	0.824	Valid
PS 5	0.830	Valid
PS 6	0.738	Valid
PU 1	0.784	Valid
PU 2	0.857	Valid
PU 3	0.807	Valid
PU 4	0.747	Valid
PU 5	0.811	Valid
PU 6	0.840	Valid

Sumber: output SmartPLS, 2023

Pada tabel tersebut menunjukkan bahwa hasil perhitungan *outer loading* menunjukkan bahwa 25 indikator yang digunakan memiliki *outer loading* yang lebih besar dari 0,7 sehingga semua indikator dianggap valid dan mendasari variabel latennya masing-masing.

b. Pengujian *Convergent Validity* dengan *Average Variance Extracted* (AVE)

Setelah melakukan pengujian *convergent validity* pada nilai *outer loading*, selanjutnya adalah pengujian *convergent validity* dengan menggunakan nilai *Average Variance Extracted* (AVE). Pengukuran *convergent validity* menggunakan nilai AVE memiliki ketentuan yakni AVE harus berniali lebih besar dari 0,5 (Marlina, 2020). Perhitungan tersebut memiliki arti bahwa variabel laten yang mendasarinya mampu menjelaskan varian pada indikatornya. Pada penelitian ini, nilai AVE dihitung menggunakan software SmartPLS dengan menggunakan *tools PLS Algorithm* dan hasil perhitungannya dapat dilihat pada tabel 4.12 berikut:

Tabel 4. 12
Nilai *Average Variance Extracted* (AVE)

Variabel	AVE	Keterangan
<i>Behavioral Intention</i>	0,827	Valid
<i>Perceived usefulness</i>	0,626	Valid
<i>Perceived easy of use</i>	0,807	Valid
<i>Perceived Security</i>	0,630	Valid
<i>Actual Use</i>	0,775	Valid

Sumber: output SmartPLS, 2023

Tabel 4.12 menunjukkan hasil pengujian menggunakan nilai AVE, hasil tersebut memperlihatkan bahwa seluruh variabel laten memenuhi kriteria dan dapat dikatakan valid karena nilai AVE lebih besar dari 0,5. Nilai AVE terendah dimiliki oleh variabel *perceived usefulness* yaitu sebesar 0,626 dan nilai AVE tertinggi dimiliki oleh variabel laten *behavioral intention* sebesar 0,827. Dari hasil pengujian *convergent validity* dengan menggunakan *outer loading* dan AVE yang telah dilakukan, maka dapat disimpulkan bahwa data responden yang digunakan pada penelitian ini menunjukkan bahwa setiap indikator dapat digunakan untuk

mengukur variabel latennya dari hasil AVE yang dihasilkan menyatakan bahwa variabel laten yang digunakan mampu menjelaskan varian pada indikatornya.

2. Discriminant Validity

Pengujian *discriminant validity* merupakan pengujian untuk melihat nilai korelasi antara konstruk atau indikator dengan variabel laten yang diwakilinya, sehingga sekumpulan indikator suatu variabel laten hanya cocok dipasangkan dengan variabel laten yang mendasarinya jika dibandingkan dengan variabel lain yang mewakili satu blok indikator yang berbeda. Dalam pengujian *discriminant validity* dapat dilakukan dengan dua cara yaitu menggunakan nilai *cross loading factors* dan perbandingan akar kuadrat AVE dengan *latent variable correlations*.

a. Pengujian Discriminant Validity dengan Cross Loading

Pada pengujian *discriminant validity* dengan *cross loading* dilakukan dengan membandingkan nilai *outer loading* pada suatu blok indikator dari suatu variabel laten apabila dipasangkan dengan variabel laten lainnya. Pada blok indikator yang mendasari dari suatu variabel laten itu sendiri harus mempunyai nilai *outer loading* yang lebih tinggi dibandingkan dengan variabel laten lainnya (Ghozali, 2014). Jika terjadi perbandingan nilai *outer loading* blok indikator yang mendasari variabel laten memiliki nilai yang lebih rendah dibandingkan dengan blok indikator pada variabel lain maka perlu dipertimbangkan kembali mengenai tingkat kecocokan indikator dengan variabel latennya. Uji *discriminant validity* dengan *crossloading* dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4. 13
Nilai Cross Loading

	<i>Actual Use</i>	<i>Behavioral Intention</i>	<i>Perceived Ease Of Use</i>	<i>Perceived Security</i>	<i>Perceived usefulness</i>
AU 1	0.887	0.730	0.630	0.757	0.668
AU 2	0.903	0.737	0.723	0.782	0.756
AU 3	0.883	0.695	0.575	0.720	0.650
AU4	0.882	0.711	0.620	0.684	0.619
BI 1	0.785	0.949	0.685	0.724	0.692
BI 2	0.667	0.864	0.653	0.604	0.671
BI 3	0.746	0.923	0.646	0.659	0.668
BI 4	0.723	0.907	0.628	0.665	0.637
BI 5	0.754	0.908	0.670	0.684	0.676
PEU 1	0.556	0.563	0.874	0.588	0.731
PEU 2	0.608	0.636	0.908	0.624	0.741
PEU 3	0.657	0.614	0.896	0.644	0.760
PEU 4	0.699	0.716	0.840	0.721	0.711
PS 1	0.709	0.624	0.653	0.838	0.639
PS 2	0.597	0.523	0.630	0.764	0.609
PS 3	0.672	0.614	0.613	0.844	0.622
PS 4	0.736	0.619	0.653	0.824	0.682
PS 5	0.673	0.581	0.538	0.830	0.539
PS 6	0.614	0.583	0.466	0.738	0.444
PU 1	0.581	0.569	0.684	0.585	0.784
PU 2	0.648	0.597	0.668	0.605	0.857
PU 3	0.536	0.551	0.654	0.501	0.807
PU 4	0.493	0.471	0.631	0.490	0.747
PU 5	0.721	0.641	0.648	0.654	0.811
PU 6	0.675	0.703	0.761	0.685	0.840

Sumber: output SmartPLS, 2023

Tabel 4.13 menunjukkan hasil output *crossloading* pada uji *discriminant validity*. Secara simultan, nilai korelasi pada indikator terhadap konstraknya menunjukkan hasil yang lebih tinggi jika dibandingkan dengan nilai korelasi pada indikator konstruk lainnya. Seluruh indikator telah memenuhi uji *discriminant validity* dengan nilai *crossloading* >0,7.

b. Pengujian *Discriminant Validity* dengan Perbandingan Akar Kuadrat AVE dan *Latent Variable Correlations*

Metode lain yang digunakan untuk menilai *discriminant validity* yaitu dengan menggunakan perbandingan nilai akar kuadrat AVE dengan *latent variable correlations*. Apabila nilai akar kuadrat AVE lebih tinggi daripada nilai korelasi antar variabel dengan variabel lainnya, dapat dikatakan bahwa konstruk tersebut memiliki nilai *discriminant validity* yang baik. Hasil perhitungan pada akar kuadrat AVE dapat dilihat pada tabel 4.14 berikut:

Tabel 4. 14
Hasil Perhitungan Nilai Akar Kuadrat AVE

Variabel	AVE	$\sqrt{\text{AVE}}$
<i>Behavioral Intention</i>	0,827	0,911
<i>Perceived usefulness</i>	0,626	0,808
<i>Perceived easy of use</i>	0,807	0,880
<i>Perceived Security</i>	0,630	0,807
<i>Actual Use</i>	0,775	0,889

Sumber: output SmartPLS,2023

Tabel merupakan nilai akar kuadrat AVE, nilai tersebut dihitung secara manual dari hasil nilai AVE yang telah dilakukan yaitu membandingkan nilai akar kuadrat AVE dengan *latent variable correlations*. Hasil perbandingan nilai akar kuadrat AVE dengan *latent variable correlations* dapat dilihat pada tabel 4.15 berikut:

Tabel 4. 15
Hasil Perbandingan $\sqrt{\text{AVE}}$ dengan *Latent Variable Correlations*

	<i>Actual Use</i>	<i>Behavioral Intention</i>	<i>Perceived Easy Use</i>	<i>Perceived of Security</i>	<i>Perceived usefulness</i>
<i>Actual Use</i>	0,889				

<i>Behavioral Intention</i>	0,808	0,911			
<i>Perceived easy of use</i>	0,718	0,721	0,880		
<i>Perceived Security</i>	0,828	0,734	0,734	0,807	
<i>Pesceived Usefulness</i>	0,758	0,734	0,837	0,732	0,808

Sumber: output SmartPLS, 2023

Tabel 4.15 menunjukkan bahwa terdapat variabel laten masing-masing lebih besar dibandingkan dengan korelasi antar variabel laten lainnya. Sehingga, dapat disimpulkan bahwa semua konstruk variabel yang digunakan dalam model penelitian memiliki *discriminant validity* yang baik.

4.2.2.2. Pengujian Reabilitas Data pada *Outer model*

Pengujian reabilitas merupakan pengujian yang dilakukan untuk membuktikan tingkat akurasi, ketepatan, dan konsistensi suatu instrumen dalam mengukur variabel (Kurniawan & Sugianto, 2015). Pengujian reabilitas dapat dilakukan dengan menggunakan nilai *cronbach's alpha* dan nilai *composite reliability* (Ghozali, 2014).

1. Pengujian Reabilitaas Data dengan *Cronbach's Alpha*

Pengujian reabilitas data menggunakan *cronbach's alpha* memiliki ketentuan bahwa jika suatu variabel laten memiliki nilai *cronbach's alpha* lebih dari 0,7, sehingga dapat didefinisikan bahwa tingkat konsisitensi dan stabilitass jawaban responden yaitu generasi Z dalam menjawab pernyataan kuesioner yang diberikan dapat mewakili suatu indikato pada variabel laten. Pengujian reabilitas data menggunakan *cronbach's alpha* dapat dilakukan dengan menggunakan *tools*

pada aplikasi SmartPLS. Hasil perhitungan nilai *cronbach's alpha* dapat dilihat pada tabel 4.16.

Tabel 4. 16
Output Nilai Cronbach Alpha

Variabel	Cronbach's Alpha	Keterangan
<i>Behavioral Intention</i>	0,948	Realibel
<i>Perceived usefulness</i>	0,894	Realibel
<i>Perceived easy of use</i>	0,903	Realibel
<i>Perceived Security</i>	0,892	Realibel
<i>Actual Use</i>	0,911	Realibel

Sumber: output SmartPLS, 2023

Hasil pengujian reabilitas data dengan *cronbach's alpha* pada tabel 4.16 menunjukkan bahwa semua variabel laten yang digunakan pada penelitian ini memiliki nilai *cronbach's alpha* lebih dari 0,7. Nilai *cronbach's alpha* tertinggi dimiliki oleh variabel *behavioral intention* sebesar 0,948 dan nilai *cronbach's alpha* terendah dimiliki oleh variabel *perceived security* sebesar 0,892. Sehingga dapat disimpulkan bahwa nilai *cronbach's alpha* yang dihasilkan memiliki reabilitas yang baik karena jawaban dari responden dalam mengisi kuesioner dianggap konsisten dan stabil pada seluruh indikator.

2. Pengujian Reabilitas Data dengan *Composite Reability*

Pengujian reabilitas data menggunakan nilai *composite reability* memiliki ketentuan yaitu nilai *composite reability* dari setiap variabel laten harus diatas 0,7 sehingga data dapat dikatakan reliabel atau memiliki *composite reability* yang baik. Pengujian reabilitas data menggunakan *composite reability* dapat dilakukan pada *software* SmartPLS dengan memanfaatkan *tools calculate PLS Algorithm* dan

untuk melihat hasil nilai reabilitasnya data dengan menggunakan *composite reliability* dapat dilihat pada tabel 4.17 berikut:

Tabel 4. 17
Output Composite Reability

Variabel	Composite Reability	Keterangan
<i>Behavioral Intention</i>	0,960	Realibel
<i>Perceived usefulness</i>	0,919	Realibel
<i>Perceived easy of use</i>	0,932	Realibel
<i>Perceived Security</i>	0,918	Realibel
<i>Actual Use</i>	0,938	Realibel

Sumber: output SmartPLS, 2023

Hasil yang ditampilkan pada tabel 4.17 dari perhitungan dan pengujian reabilitas data menggunakan *composite reability* menunjukkan bahwa semua variabel laten yang digunakan pada penelitian ini memiliki nilai *composite reability* lebih dari 0,7 sehingga dapat dikatakan realibel dan data yang digunakan terpercaya serta dapat diandalkan untuk digunakan pada tahap analisis selanjutnya hingga tahap uji hipotesis.

Hasil pengujian reabilitas data dengan menggunakan *cronbach's alpha* dan *composite reability*, terlihat bahwa semua variabel laten memiliki nilai diatas 0,7 yang artinya responden yang telah menjawab pertanyaan kuesioner mempunyai tingkat konsistensi yang tinggi. Tingkat konsistensi responden tersebut menunjukkan bahwa jawaban responden sesuai dengan kenyataannya dalam menggunakan *E-wallet* GoPay sebagai alat transaksi pembayaran. Pada reabilitas data seluruh variabel laten yang telah diujikan menggunakan *cronbach's alpha* dan *composite reability* mendapatkan hasil yang baik dan data yang dihasilkan dapat dikatakan realibel semua.

4.2.2.2. Analisis *Inner model*

Pada tahap analisis *inner model* mendefinisikan hubungan diantara variabel laten. Model structural atau *inner model* dalam penelitian ini menggunakan alat ukur PLS-SEM yang menunjukkan 4 tahap pengujian yang harus dilakukan, yaitu;

a. Pengujian *Inner model* dengan *R-Square*

Pada tahapan awal yang perlu dilakukan dalam analisis pengujian *inner model* adalah melakukan pengujian dengan *R-Square*. Pengujian *R-Square* adalah pengujian dengan melakukan analisis koefisien determinasi pada variabel laten endogen yang berfungsi untuk mengukur tingkat variasi pengaruh variabel laten eksogen terhadap variabel laten endogen. Terdapat tiga kriteria penilaian *R-Square* yakni substansial yang menunjukkan nilai 0.67, moderat sebesar 0.33, dan lemah yang menunjukkan nilai 0.19. Dari kriteria nilai tersebut menunjukkan bahwa semakin besar nilai *R-Square* suatu variabel laten endogen menandakan semakin besar pula pengaruh yang diberikan variabel laten eksogen terhadap variabel laten endogen tersebut. Nilai *R-Square* dapat diperoleh menggunakan *tools calculate PLS Algorithm* dari aplikasi SmartPLS bagian *R-Square*. Hasil perhitungan nilai *R-Square* pada penelitian ini dapat dilihat pada Tabel 4.18 berikut:

Tabel 4. 18

Output Uji *R-Square*

Variabel	<i>R Square</i>	<i>R Square Adjusted</i>
<i>Actual Use</i>	0.653	0.651
<i>Behavioral Intention</i>	0.634	0.626
<i>Perceived usefulness</i>	0.700	0.698

Sumber: output SmartPLS, 2023

Tabel 4.18 menunjukkan hasil pengujian *R-Square*. Dalam model structural yang digunakan pada penelitian ini, *actual use* dipengaruhi oleh satu variabel yaitu variabel *behavioral intention*. Sehingga nilai *R-Square* variabel *actual use* sebesar 0,653 menunjukkan bahwa variabel *actual use* dipengaruhi sebesar 65,3% oleh variabel *behavioral intention*. Serta sisanya dipengaruhi oleh variabel lain diluar model penelitian.

Selanjutnya, untuk variabel *behavioral intention* mendapatkan nilai *R-Square* sebesar 0,634. Dalam model structural yang digunakan pada penelitian ini, *behavioral intention* dipengaruhi oleh tiga variabel, yaitu variabel *perceived usefulness*, *Perceived Ease of Use*, dan variabel *perceived security*. Sehingga nilai *R-Square* variabel *behavioral intention* dipengaruhi sebesar 0,634 menunjukkan bahwa variabel *behavioral intention* dipengaruhi sebesar 63,4% oleh variabel *perceived usefulness*, *Perceived Ease of Use*, dan variabel *perceived security* serta sisanya dipengaruhi oleh variabel lain diluar model penelitian.

Variabel *perceived usefulness* memperoleh nilai *R-Square* sebesar 0,700. Dalam model structural yang digunakan pada penelitian ini, *perceived usefulness* dipengaruhi oleh satu variabel yaitu *Perceived Ease of Use*. Sehingga nilai *R-Square* variabel *perceived usefulness* sebesar 0,700 menunjukkan bahwa variabel *perceived usefulness* dipengaruhi sebesar 70% oleh variabel *perceived ase of use* serta sisanya dipengaruhi oleh variabel lain diluar model penelitian.

b. Pengujian Inner model dengan Q-Square

Tahap selanjutnya dalam pengujian *inner model* adalah melakukan perhitungan uji nilai *Q-Square* sebagai parameter. *Q-Square* digunakan untuk

mengukur nilai relevansi prediktif dalam mengukur kapabilitas dan kemampuan variabel laten endogen dalam melakukan prediksi terhadap variabel eksogen yang memengaruhi pada model penelitian. Nilai *Q-Square* dikatakan memiliki relevansi prediktif yang baik jika nilai *Q-Square* positif atau lebih besar dari nol. Pengujian nilai *Q-Square* dapat diperoleh dengan menggunakan aplikasi SmartPLS 3.2.9 dengan memanfaatkan tools calculate PLS *Blindfolding*, kemudian nilai *Q-Square* dapat dilihat pada bagian *Construct Cross Validated Redundancy*. Hasil pengujian *inner model* nilai *Q-Square* dapat dilihat pada tabel 4.19 berikut:

Tabel 4. 19
Output Uji Q-Square

Variabel Endogen	Nilai Q-Square	Keterangan
<i>Actual Use</i>	0,551	Prediktif
<i>Behavioral Intention</i>	0,515	Prediktif
<i>Perceived usefulness</i>	0,449	Prediktif

Sumber: output SmartPLS, 2023

Berdasarkan hasil pengujian dengan *Q-Square* yang telah dilakukan pada Tabel 4.19 dapat diketahui bahwa seluruh variabel laten endogen memiliki nilai *Q-Square* lebih dari nol. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa semua variabel laten endogen pada model penelitian yang telah diusulkan memiliki relevansi prediktif.

c. Uji *Path Coefficient* (Koefisien Jalur)

Tahap pengujian ini bertujuan untuk mengetahui besarnya pengaruh jalur atau path terhadap model. Uji *path coefficient* memiliki nilai ambang batas yang digunakan untuk menunjukkan bahwa path tersebut memiliki pengaruh terhadap model yaitu lebih besar dari 0,10. Semakin besar nilai ambang batas tersebut menunjukkan bahwa semakin besar pula pengaruh path terhadap model penelitian

(Ghozali, 2014). Berikut adalah hasil pengujian *path coefficient* dengan menggunakan alat bantu aplikasi SmartPLS yang terlampir pada tabel 4.20 berikut:

Tabel 4. 20
Uji *Path Coefficient* (koefisien jalur)

	<i>Behavioral Intention</i>	<i>Perceived usefulness</i>	<i>Perceived easy of use</i>	<i>Perceived Security</i>	<i>Actual to Use</i>
<i>Behavioral Intention</i>					0.808
<i>Perceived usefulness</i>	0.292				
<i>Perceived easy of use</i>	0.205	0.837			
<i>Perceived Security</i>	0.370				
<i>Actual Use</i>					

Sumber: output SmartPLS, 2023

Tabel 4.20 menunjukkan bahwa hasil pengujian *path coefficient* menunjukkan sebanyak 5 *path* keseluruhan memiliki nilai lebih besar dari 0,10. Sehingga, seluruh *path* dalam model penelitian memberikan pengaruh signifikan terhadap model penelitian.

d. Uji *t-test*

Pengujian *t-test* bertujuan untuk mengestimasi signifikansi dari pengaruh variabel-variabel eksogen (X) terhadap variabel endogen (Y). Pengujian ini dilakukan dengan metode *bootstrapping* pada smartPLS menggunakan uji *one tailed* dengan tingkat signifikansi 5% ($\alpha=0.05$) untuk menguji hipotesis penelitian. Standar pengukuran *t-test* adalah lebih besar dari *t-tabel* (*t-statistic* lebih besar sama dengan *t-tabel*), sehingga hipotesis akan diterima jika memiliki nilai *t-test* lebih besar dari 1,968. Hasil pengujian *t-test* dapat dilihat pada tabel 4.21 sebagai berikut:

Tabel 4. 21
Ringkasan Hipotesis Statistic

Hipotesis Statistik	ξ	η	t-statistic
H01	<i>Behavioral Intention</i>	<i>Actual Use</i>	30.495
H02	<i>Perceived usefulness</i>	<i>Behavioral Intention</i>	2.686
H03	<i>Perceived Ease Of Use</i>	<i>Perceived Usefulness</i>	31.925
H04	<i>Perceived Ease Of Use</i>	<i>Behavioral Intention</i>	2.669
H05	<i>Perceived Security</i>	<i>Behavioral Intention</i>	3.928

Sumber: output SmartPLS, 2023

Tabel 4.21 menunjukkan bahwa terdapat seluruh path memiliki nilai t-test lebih besar dari 1.968, yaitu *Behavioral Intention* → *Actual Use*, *Perceived usefulness* → *Behavioral Intention*, *Perceived Ease Of Use* → *Perceived usefulness*, *Perceived Ease Of Use* → *Behavioral Intention*, dan *Perceived Security* → *Behavioral Intention*. Kesimpulan dari penelitian ini adalah seluruh hipotesis diterima.

4.3 Pembahasan Hasil

4.3.1. Pengujian Hipotesis

Pengujian hipotesis merupakan pengujian yang dilakukan untuk menentukan diterima atau tidaknya suatu hipotesis yang telah diusulkan di awal penelitian. Pada pengujian hipotesis ini terdapat tiga tahapan, yakni membandingkan nilai *T-Statistic* dengan nilai *T-Table*, analisis nilai *original sample* (O), dan analisis nilai *P-Value*. Pengujian hipotesis dilakukan dengan menganalisis pengaruh dari suatu variabel laten dengan melihat nilai koefisien dan nilai signifikan *T-Statistic*. Pada analisa *original sample* (O) berfungsi untuk mengetahui pengaruh dari suatu variabel laten yang saling berhubungan. Apabila

hasil nilai *original sample* (O) yang telah dilakukan perhitungan dan menghasilkan nilai lebih besar dari nol, maka variabel laten tersebut memiliki pengaruh positif terhadap variabel laten lain. Sebaliknya, jika nilai *original sample* (O) yang dihasilkan kurang dari nol, maka variabel laten tersebut memiliki pengaruh negative terhadap variabel lain.

Hipotesis dapat diterima jika memiliki nilai *T-Statistic* lebih besar daripada nilai *T-Table*. Nilai *T-Table* memiliki nilai sama dengan 1.96 sehingga nilai *T-Statistic* harus lebih besar dari 1.96 dan *P-Value* harus memiliki nilai kurang dari tingkat signifikan $\alpha = 5\%$ atau kurang dari 0.05 agar variabel laten yang saling berhubungan memiliki pengaruh signifikan dan positif terhadap variabel laten lain. Tabel 4.22 merupakan parameter yang digunakan dalam melakukan pengujian hipotesis.

Tabel 4. 22
Parameter dalam Pengujian Hipotesis

Parameter	Keterangan
<i>Original Sample</i>	>0
<i>T-Statistic</i>	>1.96
<i>P-Value</i>	<0.05

Pengujian hipotesis untuk melihat hasil nilai *original sample*, *T-Statistic*, dan *P-Value* dapat dilakukan pada software SmartPLS menggunakan *tools calculate PLS Bootstrapping*. Hasil perhitungan pengujian hipotesis dapat dilihat pada gambar 4.1 berikut:

Gambar 4. 1

Output Bootstrapping SmartPLS



Sumber: output SmartPLS, 2023

Gambar 4.1 merupakan hasil pengujian hipotesis menggunakan *tools bootstrapping* menggunakan *subsamples* 500 yang digunakan untuk mengetahui data yang dihasilkan konsisten. Untuk hasil pengujian hipotesis secara keseluruhan dapat dilihat pada tabel 4.23 berikut:

Tabel 4. 23
Hasil Pengujian Hipotesis

Hipotesis	Original Sample (O)	T-Statistic	P-Value	Keterangan
H1: Behavioral Intention → Actual Use	0.808	30.495	0.000	Diterima
H2: Perceived usefulness → Behavioral Intention	0.292	2.686	0.007	Diterima

Hipotesis	Original Sample (O)	T-Statistic	P-Value	Keterangan
H3: <i>Perceived Ease Of Use</i> → <i>Perceived usefulness</i>	0.837	31.925	0.000	Diterima
H4: <i>Perceived Ease Of Use</i> → <i>Behavioral Intention</i>	0.205	2.669	0.008	Diterima
H5: <i>Perceived Security</i> → <i>Behavioral Intention</i>	0.370	3.928	0.000	Diterima

Sumber: output SmartPLS, 2023.

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis yang ditunjukkan pada tabel 2.3 dapat dilihat hasil pengujian hipotesis menggunakan bootstrapping pada aplikasi SmartPLS. Seluruh hipotesis memiliki nilai *original sample (O)* lebih besar dari nol atau positif dan nilai *T-Statistic* dari semua hipotesis memiliki nilai lebih dari 1,96. Sehingga dapat disimpulkan jika lima hipotesis yang diusulkan diterima.

a) Pengujian H1: Minat Penggunaan → Keputusan Penggunaan

Pengujian hipotesis pertama menyatakan bahwa variabel minat penggunaan (X1) berpengaruh positif terhadap keputusan penggunaan (Y1). Berdasarkan hasil pengujian yang ditunjukkan dalam tabel 4.23 dapat dilihat bahwa hubungan antara minat penggunaan (X1) dengan keputusan penggunaan (Y1) mempunyai koefisien parameter sebesar 0,808 dengan nilai signifikansinya sebesar 0,000 (kurang dari 5% atau 0.050) dan nilai t-statistik sebesar 30,495 (lebih dari t-tabel yaitu sebesar 1,986). Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa minat penggunaan (X1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan (Y1), sehingga hipotesis pertama (H₁) diterima.

b) Pengujian H2: Persepsi Manfaat → Minat Penggunaan

Hubungan variabel persepsi manfaat terhadap variabel laten minat penggunaan memiliki nilai original sample lebih dari nol yaitu 0,292 yang menunjukkan bahwa persepsi manfaat berpengaruh positif terhadap minat penggunaan dengan nilai t-statistik sebesar 2,686, nilai tersebut lebih besar dari t-tabel (1,96) serta nilai *P-Value* sebesar 0,007 yang lebih kecil dari nilai tingkat signifikansi $\alpha=5\%$ atau 0,05. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa persepsi manfaat berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan, sehingga hipotesis kedua (H_2) diterima.

c) Pengujian H_3 : Persepsi Kemudahan \rightarrow Persepsi Manfaat

Pengujian hipotesis ketiga menyatakan bahwa variabel persepsi kemudahan berpengaruh positif terhadap persepsi manfaat. Berdasarkan hasil pengujian yang ditunjukkan dalam tabel 4.23 dapat dilihat bahwa hubungan antara persepsi kemudahan dengan persepsi manfaat mempunyai koefisien parameter sebesar 0,837 dengan nilai signifikansinya sebesar 0,000 (kurang dari 5% atau 0.050) dan nilai t-statistik sebesar 31,925 (lebih dari T-Tabel yaitu sebesar 1,986). Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa persepsi kemudahan berpengaruh positif dan signifikan terhadap persepsi manfaat, sehingga hipotesis ketiga (H_3) diterima.

d) Pengujian H_4 : Persepsi Kemudahan \rightarrow Minat Penggunaan

Berdasarkan hasil pengujian yang ditunjukkan dalam tabel 4.23 dapat dilihat bahwa hubungan persepsi kemudahan dengan minat penggunaan mempunyai koefisien parameter sebesar 0.205 dengan nilai signifikansinya sebesar 0,008 (kurang dari 5% atau 0.050) dan nilai T-statistik sebesar 2,669 (lebih dari T-

tabel yaitu sebesar 1,968). Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa persepsi kemudahan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan, sehingga hipotesis keempat (H_4) diterima.

e) Pengujian H_5 : Persepsi Keamanan \rightarrow Minat Penggunaan

Pengujian hipotesis kelima menyatakan bahwa variabel persepsi keamanan berpengaruh positif terhadap minat penggunaan. Berdasarkan hasil pengujian yang ditunjukkan dalam tabel 4.23 dapat dilihat bahwa hubungan antara persepsi keamanan dengan minat penggunaan mempunyai koefisien parameter sebesar 0.370 dengan nilai signifikansinya sebesar 0.000 (kurang dari 5% atau 0.050) dan nilai t-statistik sebesar 3.928 (lebih dari t-tabel yaitu sebesar 1,968). Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa persepsi keamanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan, sehingga hipotesis kelima (H_5) diterima.

4.3.2. Pembahasan

1. Pengaruh Minat Penggunaan terhadap Keputusan Penggunaan dalam Menggunakan E-Wallet GoPay

Pengaruh minat penggunaan terhadap keputusan penggunaan sebesar 0,808. Penelitian ini sesuai dengan penelitian yang telah dilakukan oleh Karim et al. (2020), yang menyatakan bahwa minat perilaku penggunaan berpengaruh terhadap keputusan penggunaan. Implikasi tersebut terlihat sebagaimana hasil analisis dalam penelitian ini yang menunjukkan bahwa minat penggunaan memiliki pengaruh yang positif terhadap keputusan penggunaan dalam menggunakan *e-wallet* GoPay untuk transaksi pembayaran.

Dalam penelitian ini minat penggunaan didekripsikan dengan kecenderungan perilaku untuk tetap menggunakan suatu teknologi. Tingkat penggunaan sebuah teknologi dapat dilihat dari sikap pengguna terhadap teknologi seperti motivasi untuk tetap menggunakan serta keinginan untuk memotivasi pengguna lain. Minat perilaku muncul karena ada ketertarikan terhadap perkembangan teknologi *e-wallet*, semakin tinggi daya Tarik terhadap fitur-fitur yang terdapat pada *e-wallet* dan kualitas yang dimiliki maka seseorang akan memutuskan untuk menggunakan *e-wallet*.

Indikator yang paling dominan pada variabel minat penggunaan (BI) yaitu BI1 dengan pengaruh sebesar 0,949. Indikator yang dimaksud ialah pengguna secara keseluruhan berniat untuk menggunakan *e-wallet* GoPay secara rutin. Niat perilaku pengguna yang loyal dikarenakan kenyamanan, kemanfaatan teknologi tersebut, sehingga pengguna teknologi dilakukan dalam jangka waktu yang Panjang, serta dapat memengaruhi aktualisasi penggunaannya. Dalam hal ini aktualisasi penggunaan diukur dengan rentan jumlah atau lamanya waktu menggunakan teknologi tersebut. Semakin tinggi niat dan perilaku pengguna, semakin tinggi pula aktualisasi penggunaannya yaitu waktu penggunaannya.

2. Pengaruh Persepsi Manfaat terhadap Minat Penggunaan dalam Menggunakan *E-wallet* GoPay

Pengujian hipotesis kedua menyatakan bahwa variabel persepsi manfaat berpengaruh positif terhadap minat penggunaan. Pengaruh persepsi manfaat terhadap minat penggunaan sebesar 0,292. Hal tersebut menunjukkan bahwa persepsi manfaat merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi minat

perilaku menggunakan *e-wallet* GoPay. Artinya semakin besar tingkat kemudahan menggunakan *e-wallet* GoPay oleh generasi Z, maka semakin besar minat menggunakan *e-wallet* GoPay. Sebaliknya, semakin buruk tingkat kemudahan yang dirasakan maka semakin rendah minat menggunakan *e-wallet* GoPay oleh generasi Z.

Davis (1989) mendefinisikan persepsi manfaat guna keyakinan dari kemanfaatan, ukuran di mana pemakai yakin bahwasanya pemakaian teknologi akan menarik kinerja ketika bekerja. Desvronita (2021) mendefinisikan bahwa persepsi manfaat adalah sebuah ukuran seberapa besar keyakinan bahwa manfaat teknologi akan memberikan manfaat untuk pemakainya. Saat pengguna mempunyai penilaian yang baik terkait sistem teknologi dan yakin bahwa hal itu bisa memberikan manfaat, maka pengguna akan memakai sistem tersebut. Sebaliknya, apabila pengguna tidak merasakan kegunaan pada sistem teknologi itu maka pengguna tidak akan memakai sistem tersebut. Dalam hal ini *e-wallet* bermanfaat kepada pengguna karena pengguna tidak perlu lagi membawa uang cash untuk bertransaksi. Penelitian ini sejalan dengan dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Karim et al. (2020) yang menunjukkan bahwa ada pengaruh positif dan signifikan persepsi manfaat terhadap minat penggunaan *e-wallet*.

Indikator yang paling dominan dalam penelitian ini adalah PU2 sebesar 0,857. Indikator PU2 dalam penelitian ini adalah pengguna *e-wallet* merasakan sistem *e-wallet* dapat meningkatkan kinerja dalam melakukan pembayaran. Hal tersebut dapat disimpulkan bahwa penilaian pengguna mengenai manfaat dari

pengguna teknologi akan memengaruhi pengguna *e-wallet* GoPay atau individu lainnya untuk menggunakan serta menerima teknologi.

3. Pengaruh Persepsi Kemudahan terhadap Persepsi Manfaat dalam Menggunakan *E-wallet* GoPay

Pengujian hipotesis ketiga menyatakan bahwa variabel persepsi kemudahan berpengaruh positif terhadap persepsi manfaat. Pengaruh persepsi kemudahan terhadap persepsi manfaat sebesar 0,837. Hasil pengujian tersebut sejalan dengan penelitian Karim et al. (2020) yang menyatakan bahwa persepsi manfaat mempengaruhi persepsi kemudahan yang dirasakan. Mereka menemukan bahwa tingkat persepsi kemudahan yang tinggi meningkatkan kemungkinan menetapkan menggunakan *e-wallet* dengan kemudahan yang dirasakan.

Persepsi kemudahan mempunyai pengaruh positif terhadap persepsi manfaat karena semakin sedikit dan berkurang upaya yang dibutuhkan dalam melakukan sesuatu hal maka akan semakin dirasa berguna suatu sistem tersebut. Adanya sistem pembayaran *e-wallet* akan memberi manfaat waktu yang efektif bagi pengguna sistem tersebut. Penelitian ini berdasarkan pada penelitian yang dijalankan Karim et al (2020) memperoleh bahwasanya persepsi kemudahan memiliki pengaruh positif pada kegunaan yang dirasakan.

Indikator yang paling dominan dalam penelitian ini adalah PEU2 sebesar 0,908. Indikator PEU dalam penelitian ini adalah fitur-fitur yang ada dalam *e-wallet* Gopay mudah dipahami dan digunakan. Hal tersebut dapat disimpulkan bahwa kemudahan dalam menggunakan teknologi menjadi pengaruh dari manfaat

menggunakan *e-wallet* GoPay. Semakin mudah kegunaannya maka semakin berguna juga fitur tersebut digunakan.

4. Pengaruh Persepsi Kemudahan terhadap Minat Penggunaan dalam Menggunakan *E-wallet* GoPay

Pengujian hipotesis keempat menyatakan bahwa variabel persepsi kemudahan berpengaruh positif terhadap minat penggunaan. Pengaruh persepsi kemudahan terhadap minat penggunaan sebesar 0.205. Nilai itu menunjukkan hipotesis diterima, artinya terdapat pengaruh persepsi kemudahan terhadap minat penggunaan menggunakan *e-wallet* sebagai alat transaksi generasi Z di Pulau Jawa.

Menurut Jogiyanto (2017), penilaian kemudahan penggunaan diartikan sebagai sejauh mana individu yakin bahwa memakai sebuah teknologi akan terhindar dari usaha. Penilaian kemudahan berakibat pada sikap yakni, semakin besar penilaian seseorang mengenai kepraktisan penggunaan suatu sistem maka semakin besar juga jumlah penggunaan teknologi informasi. Kemudahan pemakaian menyumbangkan gejala bahwasanya memakai sistem informasi dapat bekerja lebih gampang daripada bekerja tidak memakai sistem. Hasil penelitian Karim et al. (2020) menunjukkan bahwa persepsi kemudahan berpengaruh signifikan terhadap keinginan memakai *e-wallet*. Hal tersebut membuktikan semakin tinggi persepsi kemudahan maka semakin meningkat pula pengguna dalam menggunakan *e-wallet*. Hasil ini juga mendukung dari penelitian Desvronita (2021), yang menyatakan persepsi kemudahan pengguna memiliki pengaruh signifikan kepada minat menggunakan *e-wallet*. Hal ini menunjukkan bahwa sistem *e-wallet* yang mudah digunakan dapat memengaruhi minat penggunaan. Dengan

demikian semakin tinggi kemudahan pemakaian maka semakin tinggi juga keinginan memakai *e-wallet*.

Indikator

5. Pengaruh Persepsi Keamanan terhadap Minat Penggunaan dalam Menggunakan *E-wallet* GoPay

Pengujian hipotesis kelima menyatakan bahwa variabel persepsi keamanan berpengaruh positif terhadap minat penggunaan. Pengaruh persepsi keamanan terhadap minat penggunaan sebesar 0,370. Persepsi keamanan didefinisikan sebagai penilaian pengguna atas keamanan saat menjalankan transaksi *e-commerce* (Eid, 2011).

Persepsi keamanan yaitu suatu kepercayaan yang dipunya pengguna bahwa informasi pribadi mereka tidak akan dilihat, disimpan, serta dimanipulasi oleh pihak lain selama dalam perjalanan dan penyimpanan, sehingga memunculkan harapan kepercayaan diri pengguna. Jika pengguna merasa aman saat menggunakan *e-wallet* maka dapat menimbulkan minat untuk menggunakan *e-wallet*.

Indikator yang paling dominan dalam penelitian ini adalah PS4 sebesar 0,844. Indikator PS4 dalam penelitian ini ialah pengguna merasa menggunakan *e-wallet* lebih aman daripada uang tunai. Keamanan adalah suatu aspek penting yang dirasakan pemakai. Jika pengguna merasa aman saat menggunakan *e-wallet* maka dapat menimbulkan minat pengguna menggunakan *e-wallet*. Begitupun sebaliknya, semakin tidak aman dalam melakukan transaksi dengan *e-wallet* akan berpengaruh terhadap minat menggunakan *e-wallet* Privasi dan keamanan mempengaruhi minat

penggunaan teknologi. Kurangnya keamanan adalah salah satu masalah yang mengurangi minat pengguna untuk menggunakan suatu teknologi.



BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Kesimpulan penelitian ini yaitu untuk memberikan pandangan baru mengenai faktor-faktor yang dapat mempengaruhi generasi Z di Pulau Jawa untuk memutuskan menggunakan *e-wallet* GoPay sebagai alat transaksi pembayaran. Penelitian ini memberikan pemahaman mengenai faktor-faktor yang apa saja yang memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menggunakan *e-wallet*. Penelitian ini melihat pengaruh variabel laten minat penggunaan, persepsi manfaat, persepsi kemudahan, dan persepsi keamanan terhadap keputusan penggunaan generasi Z di Pulau Jawa dalam menggunakan *e-wallet* pada layanan GoPay. Berdasarkan hasil analisis data dengan menggunakan pendekatan SEM-PLS, maka ditarik kesimpulan, yaitu:

1. Variabel minat penggunaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan. Minat perilaku muncul karena ada ketertarikan terhadap perkembangan teknologi *e-wallet*, semakin tinggi daya tarik terhadap fitur-fitur yang terdapat pada *e-wallet* dan kualitas yang dimiliki maka seseorang akan memutuskan untuk menggunakan *e-wallet*.
2. Variabel persepsi manfaat berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan. Saat pengguna mempunyai penilaian yang baik terkait sistem teknologi dan yakin bahwa hal itu bisa memberikan manfaat, maka pengguna akan memakai sistem tersebut. Sebaliknya, apabila pengguna tidak merasakan

kegunaan pada sistem teknologi itu maka pengguna tidak akan memakai sistem tersebut.

3. Variabel persepsi kemudahan berpengaruh positif dan signifikan terhadap persepsi manfaat. Indikator PEU dalam penelitian ini adalah fitur-fitur yang ada dalam *e-wallet* Gopay mudah dipahami dan digunakan. Hal tersebut dapat disimpulkan bahwa kemudahan dalam menggunakan teknologi menjadi pengaruh dari manfaat menggunakan *e-wallet* GoPay. Semakin mudah kegunaannya maka semakin berguna juga fitur tersebut digunakan.
4. Variabel persepsi kemudahan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan. Indikator yang paling dominan dalam penelitian ini adalah PEU2 sebesar 0,908. Indikator PEU dalam penelitian ini adalah fitur-fitur dalam *e-wallet* GoPay mudah dipahami dan digunakan. Hal ini menunjukkan bahwa sistem *e-wallet* yang mudah digunakan dapat memengaruhi minat penggunaan. Dengan demikian semakin tinggi kemudahan pemakaian maka semakin tinggi juga keinginan memakai *e-wallet*.
5. Variabel persepsi keamanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan. Indikator yang paling dominan dalam penelitian ini adalah PS4 sebesar 0,844. Indikator PS4 dalam penelitian ini ialah pengguna merasa menggunakan *e-wallet* lebih aman daripada uang tunai. Keamanan adalah suatu aspek penting yang dirasakan pamakai. Jika pengguna merasa aman saat menggunakan *e-wallet* maka dapat menimbulkan minat pengguna menggunakan *e-wallet*.

5.2 Keterbatasan

Berdasarkan hasil dari penelitian ini, penelitian ini memiliki beberapa kekurangan diantaranya yaitu:

1. Jumlah sampel yang digunakan penelitian ini hanya sebanyak 152 responden, sehingga belum dapat mewakili Generasi Z di Pulau Jawa yang menggunakan *e-wallet* GoPay.
2. Penentuan sampel belum dilakukan secara komprehensif atau merata pada setiap provinsi di Pulau Jawa. Hasil yang didapatkan berbeda pada setiap provinsinya, responden terbanyak yaitu dari Provinsi Jawa Tengah.

5.3 Saran

Berdasarkan simpulan serta pembahasan hasil penelitian, maka peneliti akan memberikan saran diantaranya:

1. Bagi penelitian selanjutnya, penelitian ini menjelaskan faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan penggunaan untuk melakukan pembayaran melalui *e-wallet* pada generasi Z di Pulau Jawa, oleh karena itu disarankan untuk memperdalam model penelitian yang dimaksud dan hasil yang berasal dari konteks budaya lain. Selain itu, peneliti dapat meneliti penerimaan dari teknologi yang sama di berbagai negara untuk menjelaskan peran dari faktor budaya yang ada pada negara tersebut dalam penerimaan teknologi. Tidak hanya itu, membahas mengenai perbedaan dari pengguna dan bukan pengguna dari teknologi tertentu juga menarik. Akan lebih bermanfaat bila penelitian selanjutnya melakukan wawancara

dengan pengguna e-wallet, agar dapat mengembangkan faktor-faktor lain yang dapat memengaruhi penerimaan mereka terhadap teknologi.

2. Bagi pembaca, diharapkan penelitian ini dapat memberikan tambahan wawasan tentang kepercayaan, kemudahan, keamanan, dan kegunaan terhadap keputusan menggunakan *e-wallet* pada generasi Z di Pulau Jawa.
3. Bagi pihak penyedia uang elektronik, penelitian ini diharapkan untuk dapat digunakan sebagai salah satu masukan bagi manajemen dan analisis sistem *e-wallet* agar memperhatikan persepsi manfaat, persepsi kemudahan, dan keamanan dalam menerapkan dan mengembangkan sistem informasi berbasis *e-wallet*. Hasil menunjukkan bahwa persepsi manfaat, persepsi kemudahan, dan keamanan yang memfasilitasi merupakan konstruk yang paling berpengaruh terhadap minat penggunaan dalam melakukan pembayaran melalui *e-wallet*. Selain itu, kemudahan dan manfaat terbukti mempunyai pengaruh kuat terhadap perilaku penggunaan atau penggunaan berkelanjutan dalam melakukan pembayaran melalui *e-wallet*. Hal ini bertujuan agar transaksi pembayaran online dapat berjalan dengan maksimal dan agar bisa lebih dimanfaatkan oleh masyarakat sebagai alternatif konvensional.

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad, K., Khan , M. I., & Jan , M. T. (2010). Online Banking Acceptance in Malaysia: A Students' Behaviour Perspective. *Malaysian Management Review*, 45(2), 1-14.
- Ajzen , I. (1988). *Attitudes, personality, and behavior*. McGraw-Hill Education (UK)
- Al-Marroof, R. S., & Al-Emran , M. (2018). Students acceptance of Google classroom: An exploratory study using PLS-SEM approach. *International Journal of Emerging Technologies in Learning*, 13(6), 112-123.
- Angelina, C., & Rahadi, R. A. (2020). A CONCEPTUAL STUDY ON THE FACTORS INFLUENCING. 19-29.
- Astarina, I., Ayu, I., Giantari, K., Nyoman, N., & Yasa, K. (2017). Peran Kepercayaan memediasi pengaruh Pengalaman terhadap niat menggunakan kembali jasa Go-Jek di kota Denpasar. 2308-2334.
- Barry , M., & Jan , M. T. (2018). Barry, M., & Jan, M. T. (2018). Factors Influencing the Use of MCommerce: An Extended *Technology Acceptance Model* Perspective. *International Journal of Economics, Management and Accounting*, 26(1), 157-183.
- Bhattacharjee, A. (2001). Understanding information systems continuance: An expectation-confirmation model. *MIS quarterly*, 351-370.
- Blockchains. (2018, February 1). Growing use of digital wallets [Summary of studies by country]. Retrieved February 13, 2020, from <http://bcmy.io/blog/growing-use-of-digital-walletsummary-of-studies-by-country/>
- Daragmeh, A., Sági, J., & Zéman, Z. (2021). Continuous intention to use *e-wallet* in the context of the covid-19 pandemic: Integrating the health belief model (hbm) and technology continuous theory (tct). *Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity*, 7(2), 132.
- Davis , F. D., Bagozzi , R. P., & Warshaw, P. R. (1989). User acceptance of computer technology: a comparison of two theoretical models. *Management science*, 35(8), 982-1003.
- Davis, F. D. (1989). *Perceived usefulness, Perceived Ease Of Use*, and user acceptance of information technology. *MIS quarterly*, 319-340.
- Deng, Z., Lu, Y., Zhang, J., & Wang, B. (2008, October). In 2008 4th International Conference on Wireless Communications, Networking and Mobile Computing . 1-4.

- Desvronita. (2021). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Menggunakan Sistem Pembayaran *E-wallet* Menggunakan *Technology Accptance Model*. *Jurnal Akmenika*, VOL 18 NO 2.
- Digital Wallet . (2023, February 13). Retrieved from Wikipedia: https://en.wikipedia.org/wiki/Digital_wallet
- Falk, R. F., & Miller, N. B. (1992). *A primer for soft modeling*. University of Akron Press.
- Ferdinand, Augusty. 2014. *Metode Penelitian Manajemen*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2014a). SEM Metode Alternatif dengan menggunakan Partial Least Squares (PLS). *Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro*.
- Ghozali, I. (2014b). *Structural Equation Modeling Metode Alternatif dengan Partial Least Squares (PLS)* (4th ed.). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali I. dan Latan H. 2015. *Partial Least Squares Konsep, Teknik dan Aplikasi Menggunakan Program SmartPLS 3.0*. Ed. Ke-2. Badan Penerbit *Universitas Diponegoro, Semarang*.
- Gitau , L., & Nzuki , D. (2014). Analysis of determinants of m-commerce adoption by online consumers. *International Journal of Business, Humanities and Technology*, 4(3), 88-94.
- Gokilavani , R., Kumar, D. V., Durgarani , M., & Mahalakshmi , R. (2018). Can India Move Towards Digital Sovereign Currency ? A Study on Perception of Consumers Towards. *International Journal of Pure and Applied Mathematics*, 119(17), 2167–2175.
- Hair, J., Hollingsworth, C. L., Randolph, A. B., & Chong, A. Y. L. (2017). An updated and expanded assessment of PLS-SEM in information systems research. *Industrial Management & Data Systems*.
- Hair Jr, J. F., Sarstedt, M., Hopkins, L., & Kuppelwieser, V. G. (2014). Partial least squares structural equation modeling (PLS-SEM): An emerging tool in business research. *European Business Review*.
- Hayashi, F., & Bradford, T. (2014). Mobile payments: Merchants' perspectives. *Economic Review*, 99, 5-30.
- Jaradat , M. (2013). Applying the *Technology Acceptance Model* to the Introduction of Mobile Voting. *International Journal of Mobile Learning and Organisation* 7(1), 29-47.
- Jogiyanto. (2007). *Sistem Informasi Keperilakuan*. Yogyakarta: Andi.
- Karim, M. W., Haque, A., Ulfy, M. A., Hossain, M. A., & Anis, M. Z. (2020). Factors Influencing the Use of *E-wallet* as a Payment Method among

- Malaysian Young Adults. *Journal of International Business and Management*. <https://doi.org/10.37227/jibm-2020-2-21/>
- Kaur, R., Li, Y., Iqbal, J., Gonzalez, H., & Stakhanova, N. (2018, July). A Security Assessment of HCE-NFC Enabled *E-wallet* Banking Android Apps. *2018 IEEE 42nd Annual Computer Software and Applications Conference (COMPSAC)* (pp. 492-497). IEEE.
- Kim, T., Suh, Y. K., Lee, G., & Choi, B. G. (2010). Modelling roles of task-technology fit and self-efficacy in hotel employees' usage behaviours of hotel information systems. *International Journal of Tourism Research*, 12(6), 709–725.
- Kucukusta, D., Law, R., Besbes, A., & Legohérel, P. (2015). Re-examining *perceived usefulness* and ease of use in online booking: the case of Hong Kong online users. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 27(2).
- Langelo, A. S. (2013). *Perceived usefulness, Perceived Ease Of Use, Perceived Risk* Impact to Lecturers Internet Banking Adoption. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 1(4).
- Lavinda. (2022). Gen Z Lebih Pilih Pakai *e-wallet* Dibanding ATM Bank. 13 Januari.
- Legi, D., & Saerang, R. T. (2020). the Analysis of *Technology Acceptance Model* (Tam) on Intention To Use of E-Money in Manado (Study on: Gopay, Ovo, Dana). *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 8(4).
- Liébana-Cabanillas, F. J., Sánchez-Fernández, J., & Muñoz-Leiva, F. (2014). Role of Gender on Acceptance of Mobile Payment. *Industrial Management & Data Systems*, 114(2), 220–240.
- Lu, L. (2018). Decoding alipay: mobile payments, a cashless society and regulatory challenges. *Butterworths Journal of International Banking and Financial Law*, 33(1), 40-48.
- Mankiw, N. Gregory. (2010). *Macroeconomics Seventh Edition*. New York: Worth Publishers.
- Park, N., Rhoads, M., Hou, J., & Lee, K. M. (2014). Understanding the acceptance of teleconferencing systems among employees: An extension of the *Technology Acceptance Model*. *Computers in Human Behavior*, 39, 118-127.
- Park, S. Y. (2009). An Analysis of the *Technology Acceptance Model* in Understanding University Student's Behavioral Intention to Use-Learning. *Journal of Education Technology & Society*, 12(3), 150-162.

- Pavlou, P. (2001). Integrating trust in electronic commerce with the *Technology Acceptance Model*: model development and validation. *Amcis 2001 proceedings*, 159.
- Pavlou, P. A. (2010). Consumer acceptance of electronic commerce: Integrating trust and risk with the *Technology Acceptance Model*. *International journal of electronic commerce*, 7(3), 101-134.
- Pham, Tv., Hoang, NY. N., & Do, H. (2021). The “eWallet Generation”: How Bar Promoting Factors Influence Intention to Use. *The Review of Socionetwork Strategies Volume*, 15, 413–427.
- Prakosa, A., & Wintaka, D. J. (2020, Februari). ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINATPENGUNAAN ULANGE-WALLETPADA GENERASI MILENIAL DIDAERAH ISTIMEWA YOGYAKARTA.
- Prasetyo, D.Y. (2020). Analisis Penerimaan Informasi Pengguna Website dengan Menggunakan *Technology Acceptance Model* (Studi Kasus: dpmd. In hilkab. Go. Id). Selodang Mayang: *Jurnal Ilmiah Badan Perencanaan Pengembangan Daerah Kabupaten Indagiri Hilir*, 6(3), 178-187.
- Punwatkar, S., & Verghese, M. (2018). Adaptation of *e-wallet* Payment: An Empirical Study on Consumers’ Adoption Behavior in Central India. *International Journal of Advanced in Management, Technology and Engineering Sciences*, 1147–1156.
- Rahmatsyah, D. (2011). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Penggunaan Produk Baru (Studi Kasus: Uang Elektronik Flazz BCA. Retrieved from Diakses pada <http://lontar.ui.ac.id>.
- Ramadhan, A., & Tamba, R. S. (2022). Pengaruh Persepsi Manfaat dan Persepsi Kemudahan Terhadap Minat Penggunaan *E-wallet* Gopay di wilayah DKI Jakarta.
- Ray , A. (2017, November 8). What are the different types of e-commerce payment systems? Retrieved February 13, 2020, from Amazon Services: <https://services.amazon.in/resources/seller-blog/different-types-of-e-commerce-paymentsystems.html>
- Rosnidah , I., Muna , A., Musyaffi , A. M., & Siregar , N. F. (2019, March). Critical factor of mobile payment acceptance in millennial generation: Study on the UTAUT model. *International Symposium on Social Sciences, Education, and Humanities* (ISSEH 2018). Atlantis Press.
- Salisbury, W. (2001). Perceived security and World Wide Web purchase intention. *Industrial Management & Data System*, Vol.101 No.4,p.165-176.
- Sathye, S., Prasad, B., Sharma, D., Sharma, P., & Sathye, M. (2020). Factors influencing the intention to use of mobile value-added services by women-owned microenterprises in Fiji. *Journal of Information System in*

- Developing Countries*, 1-10. Retrieved from Journal of Information Systems in Developing Countries: <https://doi.org/10.1002/isd2.12016>
- Shaw, N., Eschenbrenner, B., & Brand, B. M. (2022). Towards a Mobile App Diffusion of Innovations model: A multinational study of mobile wallet adoption. *Journal of Retailing and Consumer Services* .
- Singh, N., Sinha, N., & Liébana-Cabanillas, F. J. (2020). Determining factors in the adoption and recommendation of mobile wallet services in India: Analysis of the effect of innovativeness, stress to use and social influence. *International Journal of Information Management*, 50, 191-205.
- Singh, S., & Ghatak, S. (2021). Investigating EWallet Adoption in India: Extending the TAM Model. *International Journal of E-Business Research (IJEBR)* , 17(3)
- Sujarweni, V. W., & Utami, L. R. (2019). *The master book of SPSS*. Anak Hebat Indonesia.
- Tren Dompot Digital Indonesia. (2019, Agustus 14). Retrieved from Laporan Survei JAKPAT: <https://www.thejakartapost.com/life/2019/08/14/the-top-five-e-wallet-apps-in-indonesia.html>
- Turner, A. (2015). Generation Z: Technology and Social Interest. *The Journal of Individual Psychology* . , 71(2), 103–113.
- Uddin , M. S., & Akhi , A. Y. (2014). *E-wallet* system for Bangladesh an electronic payment system. *International Journal of Modeling and Optimization*, 4(3), 216-226.
- Utami, S. S., & Kusumawati, B. (2017). Faktor-faktor yang memengaruhi minat penggunaan e-money (Studi pada mahasiswa STIE Ahmad Dahlan Jakarta). *BALANCE: Economic, Business, Management and Accounting Journal*, 14(02).
- Wardani, T. A., & Sulistiyowati, L. N. (2022). Determinan Minat Penggunaan *E-wallet (Electronic wallet)* Sebagai Alat Transaksi .
- Wibowo, S. F. (2015). Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Fitur Layanan, dan Kepercayaan terhadap Minat Menggunakan E-Money Card (Studi Pada Pengguna Jasa Commuterline di Jakarta). *JRMSI-Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia*, 6(1), 440-456.
- Widyananda, R. F. (2020, October 15). Pengertian Gen Z serta Karakteristiknya, Ketahui agar Tak Keliru. Merdeka. <https://www.merdeka.com/jatim/pengertiangen-z-serta-karakteristiknya-ketahui-agar-takkeliru-klm.html?page=2>
- Wijaya, O. A., Andajani, E., & Rahayu, S. (2020). Menguji Determinan individual intention to use pada aplikasi Traveloka. *Journal of Business an Banking*, 10(1), 71-89.

- Williams, M. D. (2021). Social commerce and the mobile platform: Payment and security perceptions of potential users. *Computers in Human Behavior*, 115.
- Wolfers, A. (1952). "National security" as an ambiguous symbol. *Political science quarterly*, 67(4), 481-502.
- Yaokumah , W., Kumah , P., & Okai , E. A. (2017). Demographic influences on e-payment services. *Journal of E-Business Research*, 13(1), 44-65.
- Yusfiarto, R., Sunarsih, S., & Darmawan, D. (2023). Understanding Muslim's switching from cash to m-payments: based on push-pull-mooring framework. *Journal of Islamic Marketing*, 14(2), 342-365.



LAMPIRAN-LAMPIRAN

Lampiran A. Kuesioner Penelitian

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Dengan hormat,

Saya Elisda Zahrotunnisa, mahasiswi Universitas Diponegoro tahun 2019. Saat ini sedang melakukan penelitian dalam rangka menyusun Skripsi saya dengan judul :

"Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Penggunaan *E-wallet* Pada Generasi Z Di Pulau Jawa (Studi Kasus: Generasi Z Pengguna Layanan *E-wallet* Gopay di Jawa) "

Sehubungan dengan hal tersebut, saya memohon kesediaan Saudara/i dengan kriteria:

1. Generasi Z (Kelahiran 1997-2012) di Jawa
2. Pernah dan atau sedang menggunakan layanan *E-wallet* GoPay

Terdapat 25 butir pertanyaan dalam kuesioner ini (estimasi 4-8menit).

Sehubung dengan adanya penelitian tersebut, saya mohon kesediaan Saudara/i untuk mengisi kuesioner ini sesuai dengan keadaan yang dialami dan dirasakan. Sebagaimana kaidah penelitian ilmiah, identitas Saudara/i dalam memberikan jawaban dijamin kerahasiaannya dan tidak akan menimbulkan konsukensi yang merugikan.

Apabila ada pertanyaan terkait kuesioner, silahkan menghubungi saya melalui:

Whatsapp : 085853873053

E-mail : elisdanisa88@gmail.com

Atas bantuan yang telah Saudara/i berikan, saya mengucapkan terimakasih.

Wassalamu'alaikum warahmatullahi wabarakatuh

Hormat saya,

Elisa Zahrotunnisa

IDENTITAS RESPONDEN

1. Nama : _____
2. Usia : 11-14
 15-18
 19-22
 23-26
3. Jenis Kelamin : Laki-Laki
 Perempuan
4. Domisili saat ini. Cukup menuliskan Kabupaten/Kota saat ini.
5. Provinsi : Jawa Timur
 Jawa Tengah
 Jawa Barat
 Banten
 DI Yogyakarta
 DKI Jakarta
6. Pendidikan : SMP
 SMA/Sederajat
 Diploma
 Sarjana (S1)
 Magister (S2)
 Doktor (S3)
7. Pekerjaan : Pelajar/Mahasiswa
 Karyawan Swasta
 Pegawai Negeri Sipil
 Pengusaha
 Karyawan BUMN
 Ibu Rumah Tangga
 Yang lain: _____
8. Pendapatan rata-rata setiap bulan : <1.000.000
 1.000.000 – 2.000.000
 2.000.000 – 4.000.000

- O 4.000.000 – 6.000.000
 O >6.000.000
9. Lama menggunakan e-wallet GoPay :O <6 bulan
 O 6 bulan s.d 12 bulan
 O 12 bulan s.d 18 bulan
 O 18 bulan s.d 24 bulan
 O > 24 bulan
10. Frekuensi menggunakan e-wallet GoPay :O 6 – 10 kali
 O 10 – 20 kali
 O > 20 kali

PETUNJUK PENGISIAN

- Berikan tanda centang pada salah satu kolom yang tersedia
- Jawaban yang di berikan harus sesuai dengan kenyataan yang ada

Keterangan :

STS (Sangat Tidak Setuju) **Diberi Skor = 1**

TS (Tidak Setuju) **Diberi Skor = 2**

CTS (Cukup Tidak Setuju) **Diberi Skor = 3**

N (Netral) **Diberi Skor = 4**

CS (Cukup Setuju) **Diberi Skor = 5**

S (Setuju) **Diberi Skor = 6**

SS (Sangat Setuju) **Diberi Skor = 7**

DAFTAR PERNYATAAN

Minat Penggunaan

No.	Pernyataan	Respon						
		STS	TS	CTS	N	CS	S	SS
1.	Secara keseluruhan saya berniat untuk menggunakan <i>e-wallet</i> Gopay secara rutin							
2.	Saya tertarik terhadap pengembangan teknologi <i>e-wallet</i> Gopay untuk							

	menunjang pengguna dalam melakukan transaksi							
3.	Saya akan selalu mencoba menggunakan <i>e-wallet</i> Gopay dalam kehidupan sehari-hari saya							
4.	Saya berencana untuk terus menggunakan <i>e-wallet</i> Gopay sesering mungkin							
5.	Saya akan menyarankan orang lain dan rekan saya untuk menggunakan <i>e-wallet</i> Gopay							

Persepsi Manfaat

No.	Pernyataan	Respon						
		STS	TS	CTS	N	CS	S	SS
1.	<i>E-wallet</i> Gopay pembayaran menjadi lebih cepat							
2.	<i>E-wallet</i> meningkatkan kinerja saya dalam melakukan pembayaran							
3.	<i>E-wallet</i> menghemat banyak waktu dan upaya							
4.	<i>E-wallet</i> memiliki sistem yang mudah digunakan							
5.	Penggunaan <i>e-wallet</i> meningkatkan performa aktifitas saya							
6.	<i>E-wallet</i> Gopay sangat memberikan manfaat dan berguna bagi saya							

Persepsi Kemudahan

No.	Pernyataan	Respon						
		STS	TS	CTS	N	CS	S	SS
1.	<i>E-wallet</i> Gopay mudah untuk dipelajari sebagai alat pembayaran							
2.	Fitur-fitur yang ada dalam <i>e-wallet</i> Gopay mudah dipahami dan digunakan							

3.	<i>E-wallet</i> Gopay membuat pembayaran menjadi lebih fleksibel							
4.	Secara keseluruhan <i>e-wallet</i> Gopay mudah digunakan sebagai alat pembayaran menjadi lebih fleksibel							

Persepsi Keamanan

No.	Pernyataan	Respon						
		STS	TS	CTS	N	CS	S	SS
1.	Saya merasa aplikasi GoPay lebih aman dari pada uang tunai							
2.	Aplikasi GoPay menggunakan scan QR untuk meningkatkan keamanan pengguna							
3.	GoPay dapat melakukan transaksi tanpa melibatkan penyedia layanan lain							
4.	Pihak penerbit bersedia bertanggung jawab ketika sistem aplikasi <i>e-wallet</i> saya terjadi kendala dan kesalahan teknis							
5.	Saya khawatir bahwa <i>e-wallet</i> Gopay tidak mencurahkan cukup waktu dan Upaya							
6.	Saya merasa terganggu ketika aplikasi Gopay tidak menanyakan informasi pribadi saya							

Keputusan Penggunaan

No.	Pernyataan	Respon						
		STS	TS	CTS	N	CS	S	SS
1.	Menggunakan <i>e-wallet</i> Gopay adalah pilihan yang tepat							
2.	Saya merasa senang menggunakan <i>e-wallet</i> Gopay karena aplikasinya tidak sulit							

3.	<i>E-wallet</i> Gopay terbukti meningkatkan produktifitas saya							
4.	Orang-orang di sekitar saya memilih menggunakan <i>e-wallet</i> Gopay							



Lampiran B. Model Penelitian



Lampiran C. Jawaban Responden Penelitian

BU1	BU2	BU3	BU4	BU5	PU1	PU2	PU3	PU4	PU5	PU6	PEU1	PEU2	PEU3	PEU4	PS1	PS2	PS3	PS4	PS5	PS6	AU1	AU2	AU3	AU4
4	5	4	4	4	5	5	6	5	6	5	5	5	5	5	5	5	6	4	3	4	5	5	5	5
7	7	7	7	7	7	7	7	3	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7
7	7	7	7	7	7	7	7	7	6	7	6	7	7	7	6	7	7	6	4	4	6	7	6	6
6	7	7	7	6	7	7	6	6	7	7	6	6	7	7	6	7	7	7	6	6	7	7	7	6
4	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	4	5	4	5	4	3	4	5	4	4
7	7	7	6	5	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7
6	6	5	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	5	5	6
6	6	6	6	6	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	6	6	6	6	6	6	7	6	6	6
7	7	7	7	7	6	7	7	6	6	7	7	6	6	7	6	6	7	7	6	6	6	7	6	6
3	3	3	3	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
6	6	5	5	6	7	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	7	6	6	6	6	5	6	6	5
4	5	4	4	4	4	5	5	6	5	6	6	6	6	6	4	4	5	5	4	4	4	5	5	5
5	6	6	7	6	7	7	5	6	6	5	5	6	6	7	5	5	4	5	4	5	7	5	6	6
6	6	6	7	6	6	7	7	7	7	7	6	7	7	6	6	7	6	6	7	7	6	7	7	7
4	7	4	5	6	7	4	6	7	4	5	6	7	6	6	3	6	6	6	4	3	4	5	4	4
6	6	7	7	6	6	7	7	7	6	7	6	6	7	7	6	6	7	6	7	6	6	7	7	6
5	6	5	5	5	7	7	7	6	6	6	6	6	6	6	5	6	5	5	5	5	5	6	6	6
7	7	6	7	7	7	7	7	7	7	7	7	6	7	7	6	7	7	6	7	2	7	7	7	6
3	5	5	4	6	4	5	5	5	4	5	5	5	4	6	5	4	5	5	5	6	5	5	6	5
6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	7	7	6	7	7	7	7	7	7	7	7	6
6	7	6	6	6	6	6	6	6	7	7	6	6	7	5	5	6	7	5	5	4	6	6	7	6
5	5	6	7	5	6	6	5	7	7	7	6	6	7	7	7	7	7	6	6	6	6	7	6	7
5	5	5	4	5	7	7	6	6	5	6	7	7	7	7	7	7	7	6	5	6	5	7	4	5
5	5	5	5	5	6	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	6	5	5
6	7	6	6	6	6	6	6	7	7	6	7	7	6	6	7	6	7	7	6	7	6	7	5	5
4	5	4	4	5	4	5	6	7	6	6	4	5	5	4	5	6	5	5	4	4	5	5	5	5
4	5	4	3	4	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	5	6	6	6	2	6	6	6	6	5
4	5	4	3	4	5	4	5	5	4	5	4	4	5	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5	6	5	5	6	6	5	5	4	5	5	5	3	4	5	6	5	5
5	6	5	3	5	6	7	6	6	7	7	6	6	7	6	5	5	6	6	5	4	6	6	6	6
5	5	4	5	4	7	6	6	5	5	5	5	5	5	5	5	3	3	7	3	7	7	5	5	5
1	1	1	1	1	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	3	4	4	4	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5
5	5	4	4	5	5	5	6	6	5	6	6	6	5	5	5	5	5	4	4	4	5	5	5	6
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	7	7	6	6	6	5	7	7	7	6
6	7	7	6	7	7	7	6	6	6	7	7	6	7	6	7	6	7	6	6	7	6	7	7	6
3	5	4	3	3	7	7	7	7	7	7	7	7	7	5	5	6	3	5	2	1	4	5	5	4

B U 1	B U 2	B U 3	B U 4	B U 5	P U 1	P U 2	P U 3	P U 4	P U 5	P U 6	P E U 1	P E U 2	P E U 3	P E U 4	P S 1	P S 2	P S 3	P S 4	P S 5	P S 6	A U 1	A U 2	A U 3	A U 4
5	5	5	4	5	5	5	5	5	6	6	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5
7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7
4	5	4	4	4	5	4	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	4	4	5
4	5	3	3	4	7	5	6	5	5	5	5	5	6	6	5	7	5	4	3	6	5	5	5	5
2	3	3	2	3	3	5	3	6	5	4	5	5	5	4	3	5	4	4	3	3	3	3	5	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
6	7	7	6	6	7	6	7	7	6	7	6	6	7	7	7	6	6	6	6	4	7	6	6	5
6	7	7	6	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	4	7	6	7	3	6	7	7	4	7
7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7
5	6	5	5	6	6	7	6	7	7	6	5	6	5	6	6	6	6	7	5	6	7	7	5	6
6	6	7	7	7	7	7	7	6	6	7	6	6	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7
4	2	3	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
6	7	6	5	5	7	6	6	6	7	6	7	7	7	6	7	6	6	7	7	6	7	7	7	7
6	6	7	6	7	7	7	6	7	7	6	6	6	6	7	7	7	7	6	6	7	7	7	7	6
6	6	7	7	6	7	7	6	6	7	7	6	7	7	6	6	7	6	7	6	7	6	7	7	6
6	7	6	6	6	6	6	7	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	7	6
6	6	7	6	6	6	6	6	6	7	7	6	6	7	7	7	7	6	6	6	6	6	6	6	6
5	7	5	4	6	7	6	6	7	4	5	7	6	6	6	6	6	5	6	6	7	7	6	5	6
6	6	6	6	6	7	7	7	7	7	7	6	6	6	6	6	6	6	7	6	7	6	6	6	6
4	5	4	4	4	5	5	6	6	4	5	7	6	7	7	6	7	6	5	4	4	4	5	4	4
7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7
7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	6
6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	7	7	7	7	7	7	7	6	6	6	6	6	7	6	7
6	7	7	6	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	6	7	7	7	7	7	7	7	6	6	6
6	7	6	6	6	7	7	7	7	6	6	7	6	7	7	6	6	6	6	6	6	6	7	7	7
6	7	6	6	7	7	6	7	7	6	7	7	7	6	7	6	7	6	6	6	6	6	7	7	6
7	7	6	6	6	6	6	6	6	6	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	6	7	7	7
7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7
6	7	6	6	7	6	7	7	6	6	6	6	6	6	6	7	6	6	7	6	7	6	7	6	7
6	7	6	7	7	7	7	6	7	7	7	7	6	6	7	7	7	7	7	7	6	6	7	7	7
4	5	3	3	3	5	4	4	4	4	4	5	5	5	5	4	5	5	4	4	3	4	4	4	3
7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7
5	5	4	5	4	7	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	5	5	5	5	4	4	5	5	4
4	5	4	5	4	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	4	6	5	5	5	5	6	5	5	5
6	6	7	6	7	7	7	7	6	6	6	7	7	6	6	7	7	6	7	3	5	6	6	5	6
6	6	6	7	6	7	7	6	6	7	7	7	6	6	7	6	6	7	6	5	6	6	6	6	5
4	5	4	3	4	4	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	3
4	6	3	4	4	5	6	7	6	5	5	6	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	3
4	5	5	5	5	6	7	7	6	5	5	6	6	6	5	3	4	4	5	4	3	5	5	5	4
5	6	6	6	5	5	5	6	6	6	5	5	6	6	6	6	5	4	5	5	4	6	5	6	6

BU1	BU2	BU3	BU4	BU5	PU1	PU2	PU3	PU4	PU5	PU6	PEU1	PEU2	PEU3	PEU4	PS1	PS2	PS3	PS4	PS5	PS6	AU1	AU2	AU3	AU4	
4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	4	4	4	5	4	4	4	4	4	5	
6	7	5	5	6	6	5	6	6	5	6	7	7	7	7	7	6	5	5	5	5	6	6	5	6	
4	4	4	5	5	6	6	6	6	5	5	6	6	6	6	5	5	4	5	4	3	4	5	5	3	
6	6	6	6	6	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	
1	1	1	1	3	5	5	5	5	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	3	
5	6	4	7	4	7	7	7	7	5	6	7	6	7	7	4	5	5	4	4	4	4	5	5	4	5
5	6	6	4	5	5	6	6	6	6	6	6	6	6	4	6	6	6	4	4	4	6	6	6	4	
6	5	6	6	6	5	6	5	6	7	7	5	6	6	7	6	7	7	7	6	6	7	7	7	6	
5	6	5	5	5	6	6	5	5	5	6	5	5	6	6	5	6	5	6	6	6	5	6	6	6	
5	5	5	4	4	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	4	5	5	5	4	4	5	5	4	4	
6	7	6	5	6	7	7	7	7	6	7	7	7	7	7	7	6	4	7	2	4	6	7	5	7	
4	5	5	3	4	5	6	7	5	5	5	6	6	6	6	4	4	4	4	4	7	4	5	5	5	
4	4	4	4	6	4	4	5	5	6	6	6	6	6	5	4	4	4	5	1	4	5	5	4	4	
3	4	1	2	4	7	6	7	7	6	6	6	6	6	6	5	6	6	6	6	5	6	6	5	4	
6	5	6	6	6	6	6	5	6	7	5	7	7	7	5	6	7	5	6	6	6	7	7	6	6	
6	6	7	5	6	6	6	7	5	7	6	6	6	6	6	6	6	7	5	7	6	7	6	6	6	
6	7	5	7	6	6	5	7	7	7	7	6	7	5	7	6	7	5	7	7	6	6	6	7	7	
4	4	4	3	4	5	5	7	7	7	4	4	4	6	6	4	6	6	6	2	4	4	6	6	6	
3	4	3	3	4	3	3	6	6	5	6	6	5	5	4	7	6	4	4	4	4	4	4	4	3	
5	5	5	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	6	7	6	5	3	4	5	5	5	5	
4	5	4	4	6	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	1	7	7	7	7	
4	5	4	4	4	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	4	5	5	5	4	
5	6	5	5	6	6	6	6	6	6	5	6	6	6	6	7	6	6	6	5	5	6	6	5	6	
5	5	5	4	4	5	5	6	6	4	4	6	6	5	5	2	5	4	5	5	6	4	5	5	5	
4	5	5	4	4	6	6	5	5	5	5	5	5	5	5	5	6	5	5	4	4	5	5	4	4	
3	5	2	1	2	6	6	6	6	6	3	6	5	6	5	5	5	6	7	6	5	4	6	4	5	
4	5	4	2	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	5	5	4	3	6	6	6	6	6	
2	5	4	3	2	6	5	5	6	4	5	5	6	6	6	5	7	6	6	6	6	4	4	4	3	
6	6	6	6	7	7	6	6	6	5	5	5	6	7	7	7	6	7	7	7	7	7	7	7	7	
4	5	4	4	3	5	5	5	6	5	5	5	4	4	4	4	6	6	4	4	4	5	5	5	3	
7	5	4	4	6	6	6	6	6	5	7	7	7	6	6	6	7	7	7	4	4	6	7	5	4	
7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	
6	6	7	6	6	6	6	7	7	7	7	7	7	7	7	6	5	7	6	7	7	6	7	6	6	
6	6	7	6	6	6	6	7	7	7	7	7	7	7	6	6	6	6	6	6	7	7	7	6	6	
5	5	4	4	5	5	4	5	5	5	4	5	5	5	6	4	5	5	4	4	4	4	5	4	5	
5	7	5	5	5	6	7	6	6	6	6	5	5	6	5	6	5	6	6	6	5	5	6	5	6	
6	6	5	7	7	7	5	6	6	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	6	5	6	
6	6	5	6	6	6	7	6	6	7	6	7	6	6	6	7	7	7	7	7	7	7	6	6	5	
6	6	5	7	6	7	6	5	7	7	7	6	7	7	7	7	7	6	7	6	7	6	6	6	6	
6	6	7	6	7	6	6	6	6	6	7	7	7	7	7	7	7	6	6	6	6	7	6	7	6	

B U 1	B U 2	B U 3	B U 4	B U 5	P U 1	P U 2	P U 3	P U 4	P U 5	P U 6	P E U 1	P E U 2	P E U 3	P E U 4	P S 1	P S 2	P S 3	P S 4	P S 5	P S 6	A U 1	A U 2	A U 3	A U 4
6	6	6	7	6	6	7	7	7	7	7	7	7	6	7	6	7	7	7	7	6	6	7	7	7
7	6	6	7	7	7	6	7	7	7	7	7	7	6	7	7	7	6	5	6	6	5	6	6	6
6	6	6	6	6	7	6	6	7	6	6	6	6	5	7	7	6	6	5	7	6	6	6	5	6
5	6	6	7	5	5	5	6	4	6	5	5	5	5	7	6	6	5	6	6	6	6	7	7	6
6	6	6	6	6	7	6	5	7	7	6	6	7	7	7	6	6	6	6	6	7	7	6	6	6
6	5	6	7	6	6	6	7	7	6	6	6	6	6	6	6	6	6	7	6	5	6	6	6	6
6	6	6	6	6	6	6	6	7	6	7	6	6	7	7	6	6	7	7	7	6	6	6	7	7
6	6	7	7	7	6	6	7	6	7	7	6	6	6	7	6	5	6	7	6	6	6	6	6	6
6	5	5	7	7	6	6	5	7	7	6	6	6	6	6	6	7	6	6	6	7	6	6	6	6
6	5	5	7	6	5	5	5	5	7	6	6	6	6	7	6	6	5	7	6	6	6	5	6	6
6	6	5	7	6	5	6	6	7	5	6	6	6	6	7	6	6	6	7	5	6	6	6	5	7
6	6	5	7	5	5	5	6	7	6	6	6	7	6	7	6	6	6	7	6	5	6	6	6	7
6	6	5	7	6	5	7	6	7	5	7	6	6	6	7	6	6	6	6	7	7	6	6	5	5
6	6	6	7	5	5	6	6	5	6	7	5	6	6	6	6	5	6	6	6	5	6	5	6	6
6	6	5	6	6	6	6	6	6	6	5	6	6	6	7	6	5	7	7	7	6	7	7	6	6
6	7	7	6	6	6	6	6	6	7	7	7	7	6	6	6	7	7	7	6	7	6	6	6	6
6	6	6	6	7	5	5	6	6	6	6	5	6	7	7	5	6	6	5	6	6	6	5	6	6
6	6	6	6	7	6	6	6	6	6	6	5	6	6	7	7	5	6	6	6	6	6	6	6	5
6	6	5	6	6	6	6	6	6	5	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6
6	5	6	6	6	5	6	7	6	7	7	6	6	7	7	6	6	6	7	6	6	6	6	6	6
6	6	6	6	7	6	6	6	7	6	6	6	6	7	7	6	6	7	6	6	6	6	6	6	6
6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	7	6	6	6	7	6	6	7	7	6	6	6	6	6	5
6	6	6	6	7	7	6	6	6	6	6	6	5	6	7	6	6	7	6	6	6	7	6	6	6
6	6	6	6	6	7	7	7	7	7	7	6	5	6	7	6	6	6	7	7	6	7	6	7	5
6	7	6	7	6	6	5	6	7	6	6	6	6	7	7	6	6	6	6	6	6	7	6	7	7
6	6	6	6	6	6	6	7	6	7	6	7	6	7	6	6	6	6	7	7	7	6	7	7	6
6	6	7	6	7	6	7	6	7	7	7	6	7	7	7	6	7	7	6	7	6	6	7	7	7
6	6	6	7	6	7	6	6	7	6	7	7	6	7	6	6	6	5	5	6	7	6	7	7	6
6	6	7	7	7	7	7	7	6	6	6	6	6	6	7	7	6	6	6	6	7	6	6	6	6
6	7	7	7	6	6	6	6	6	6	6	6	7	6	7	6	6	7	7	6	6	6	7	6	7
6	6	7	6	6	6	6	7	6	7	7	6	7	6	7	6	6	6	5	5	5	4	6	5	5
7	6	5	6	6	6	6	6	7	7	7	6	6	6	7	6	6	7	7	6	6	6	7	7	6
4	4	4	4	4	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6
6	6	6	6	6	6	6	7	6	7	7	6	7	6	6	6	7	6	7	7	6	7	6	6	7

Lampiran D. Output Analisis dengan Aplikasi Smart PLS

Laporan SmartPLS

Please cite the use of SmartPLS: Ringle, C. M., Wende, S., and Becker, J.-M. 2015. "SmartPLS 3." Boenningstedt: SmartPLS GmbH, <http://www.smartpls.com>.

Final Result

Path Coefficient

	Actual Use	Behavioral Intention	Perceived Ease Of Use	Perceived Security	Perceived usefulness
Actual Use					
Behavioral Intention	0,808				
Perceived Ease Of Use		0,205			0,837
Perceived Security		0,370			
Perceived usefulness		0,292			

Total Effect

	Actual Use	Behavioral IntentionI	Perceived Ease Of Use	Perceived Security	Perceived usefulness
Actual Use					
Behavioral Intention	0,808				
Perceived Ease Of Use		0,205			0,837
Perceived Security		0,370			
Perceived usefulness		0,292			

Outer Loading

	Actual Use	Behavioral Intention	Perceived Ease Of Use	Perceived Security	Perceived usefulness
AU 1	0.887				
AU 2	0.903				
AU 3	0.883				
AU 4	0.882				
BI 1		0.949			
BI 2		0.864			
BI 3		0.923			
BI 4		0.907			
BI 5		0.908			
PEU 1			0.874		
PEU 2			0.908		
PEU 3			0.896		
PEU 4			0.840		
PS 1				0.838	
PS 2				0.764	
PS 3				0.844	
PS 4				0.824	
PS 5				0.830	
PS 6				0.738	
PU 1					0.784
PU 2					0.857
PU 3					0.807
PU 4					0.747
PU 5					0.811
PU 6					0.840



FEB UNDIP

Outer Weights

	<i>Actual Use</i>	<i>Behavioral Intention</i>	<i>Perceived Ease Of Use</i>	<i>Perceived Security</i>	<i>Perceived usefulness</i>
AU 1	0.286				
AU 2	0.289				
AU 3	0.272				
AU 4	0.278				
BI 1		0.233			
BI 2		0.205			
BI 3		0.220			
BI 4		0.215			
BI 5		0.224			
PEU 1			0.270		
PEU 2			0.286		
PEU 3			0.286		
PEU 4			0.295		
PS 1				0.218	
PS 2				0.183	
PS 3				0.215	
PS 4				0.216	
PS 5				0.203	
PS 6				0.204	
PU 1					0.205
PU 2					0.206
PU 3					0.197
PU 4					0.181
PU 5					0.209
PU 6					0.238



FEB UNDIP

R Square

	<i>R Square</i>	<i>R Square Adjusted</i>
<i>Actual Use</i>	0.653	0.651
<i>Behavioral Intention</i>	0.634	0.626
<i>Perceived usefulness</i>	0.700	0.698

F Square

	<i>Actual Use</i>	<i>Behavioral Intention</i>	<i>Perceived Ease Of Use</i>	<i>Perceived Security</i>	<i>Perceived usefulness</i>
<i>Actual Use</i>					
<i>Behavioral Intention</i>	1.882				
<i>Perceived Ease Of Use</i>		0.031			2.337
<i>Perceived Security</i>		0.155			
<i>Perceived usefulness</i>		0.063			

Construct Reability and Validity

	<i>Cronbach's Alpha</i>	<i>rho_A</i>	<i>Composite Reliability</i>	<i>Average Variance Extracted (AVE)</i>
<i>Actual Use</i>	0.911	0.912	0.938	0.790
<i>Behavioral Intention</i>	0.948	0.950	0.960	0.829
<i>Perceived Ease Of Use</i>	0.903	0.903	0.932	0.774
<i>Perceived Security</i>	0.892	0.895	0.918	0.651
<i>Perceived usefulness</i>	0.894	0.898	0.919	0.653



SEMARANG
FEB UNDIP

Cross Loadings

	<i>Actual Use</i>	<i>Behavioral Intention</i>	<i>Perceived Ease Of Use</i>	<i>Perceived Security</i>	<i>Perceived usefulness</i>
AU 1	0.887	0.730	0.630	0.757	0.668
AU 2	0.903	0.737	0.723	0.782	0.756
AU 3	0.883	0.695	0.575	0.720	0.650
AU4	0.882	0.711	0.620	0.684	0.619
BI 1	0.785	0.949	0.685	0.724	0.692
BI 2	0.667	0.864	0.653	0.604	0.671
BI 3	0.746	0.923	0.646	0.659	0.668
BI 4	0.723	0.907	0.628	0.665	0.637
BI 5	0.754	0.908	0.670	0.684	0.676
PEU 1	0.556	0.563	0.874	0.588	0.731
PEU 2	0.608	0.636	0.908	0.624	0.741
PEU 3	0.657	0.614	0.896	0.644	0.760
PEU 4	0.699	0.716	0.840	0.721	0.711
PS 1	0.709	0.624	0.653	0.838	0.639
PS 2	0.597	0.523	0.630	0.764	0.609
PS 3	0.672	0.614	0.613	0.844	0.622
PS 4	0.736	0.619	0.653	0.824	0.682
PS 5	0.673	0.581	0.538	0.830	0.539
PS 6	0.614	0.583	0.466	0.738	0.444
PU 1	0.581	0.569	0.684	0.585	0.784
PU 2	0.648	0.597	0.668	0.605	0.857
PU 3	0.536	0.551	0.654	0.501	0.807
PU 4	0.493	0.471	0.631	0.490	0.747
PU 5	0.721	0.641	0.648	0.654	0.811
PU 6	0.675	0.703	0.761	0.685	0.840



FEB UNDIP

Final Result

Path Coefficients

Mean, STDEV, T-Values, P-Values

	Original Sample (O)	Sample Mean (M)	Standard Deviation (STDEV)	T Statistics (O/STDEV)	P Values
Behavioral Intention → Actual Use	0.808	0.810	0.026	30.987	0.000
<i>Perceived Ease Of Use</i> → Behavioral Intention	0.205	0.207	0.078	2.625	0.009
<i>Perceived Ease Of Use</i> → <i>Perceived usefulness</i>	0.837	0.840	0.026	32.273	0.000
Perceived Security → Behavioral Intention	0.370	0.375	0.090	4.106	0.000
<i>Perceived usefulness</i> → Behavioral Intention	0.292	0.287	0.107	2.740	0.006

Confidence Intervals

	Original Sample (O)	Sample Mean (M)	2.5%	97.5%
Behavioral Intention → Actual Use	0.808	0.810	0.756	0.858
<i>Perceived Ease Of Use</i> → Behavioral Intention	0.205	0.207	0.057	0.347
<i>Perceived Ease Of Use</i> → <i>Perceived usefulness</i>	0.837	0.840	0.785	0.888
Perceived Security → Behavioral Intention	0.370	0.375	0.182	0.550
<i>Perceived usefulness</i> → Behavioral Intention	0.292	0.287	0.076	0.494

Confidence Intervals Bias Corrected

	Original Sample (O)	Sample Mean (M)	Bias	2.5%	97.5%
Behavioral Intention → Actual Use	0.808	0.810	0.002	0.754	0.856
<i>Perceived Ease Of Use</i> → Behavioral Intention	0.205	0.207	0.003	0.032	0.332
<i>Perceived Ease Of Use</i> → <i>Perceived usefulness</i>	0.837	0.840	0.003	0.769	0.877
Perceived Security → Behavioral Intention	0.370	0.375	0.005	0.176	0.534
<i>Perceived usefulness</i> → Behavioral Intention	0.292	0.287	-0.006	0.077	0.495

Outer Loadings**Mean, STDEV, T-Values, P-Values**

	Original Sample (O)	Sample Mean (M)	Standard Deviation (STDEV)	T Statistics (O/STDEV)	P Values
AU 1 <- Actual Use	0.887	0.886	0.017	51.773	0.000
AU 2 <- Actual Use	0.903	0.902	0.018	51.147	0.000
AU 3 <- A Actual Use	0.883	0.883	0.025	35.416	0.000
AU4 <- A Actual Use	0.882	0.881	0.017	53.386	0.000
BI 1 <- Behavioral Intention	0.949	0.949	0.012	76.140	0.000
BI 2 <- Behavioral Intention	0.864	0.861	0.027	32.102	0.000
BI 3 <- Behavioral Intention	0.923	0.923	0.012	76.477	0.000
BI 4 <- Behavioral Intention	0.907	0.908	0.016	57.765	0.000
BI 5 <- Behavioral Intention	0.908	0.908	0.016	56.416	0.000
PEU 1 <- Perceived Ease Of Use	0.874	0.874	0.022	40.306	0.000
PEU 2 <- Perceived Ease Of Use	0.908	0.908	0.015	59.536	0.000
PEU 3 <- Perceived Ease Of Use	0.896	0.895	0.018	48.696	0.000
PEU 4 <- Perceived Ease Of Use	0.840	0.840	0.028	29.497	0.000
PS 1 <- Perceived Security	0.838	0.839	0.029	28.434	0.000
PS 2 <- Perceived Security	0.764	0.763	0.040	19.059	0.000
PS 3 <- Perceived Security	0.844	0.844	0.024	35.022	0.000
PS 4 <- Perceived Security	0.824	0.821	0.030	27.537	0.000
PS 5 <- Perceived Security	0.830	0.829	0.030	27.538	0.000
PS 6 <- Perceived Security	0.738	0.740	0.063	11.790	0.000
PU 1 <- Perceived usefulness	0.784	0.782	0.035	22.645	0.000
PU 2 <- Perceived usefulness	0.857	0.858	0.022	39.075	0.000
PU 3 <- Perceived usefulness	0.807	0.807	0.034	23.687	0.000
PU 4 <- Perceived usefulness	0.747	0.747	0.066	11.329	0.000
PU 5 <- Perceived usefulness	0.811	0.811	0.026	31.347	0.000
PU 6 <- Perceived usefulness	0.840	0.838	0.025	34.186	0.000

Confidence Interval

	Original Sample (O)	Sample Mean (M)	2.5%	97.5%
AU 1 <- Actual Use	0.887	0.886	0.851	0.916
AU 2 <- Actual Use	0.903	0.902	0.862	0.932
AU 3 <- Actual Use	0.883	0.883	0.829	0.923
AU4 <- Actual Use	0.882	0.881	0.845	0.910
BI 1 <- Behavioral Intention	0.949	0.949	0.920	0.969
BI 2 <- Behavioral Intention	0.864	0.861	0.802	0.907
BI 3 <- Behavioral Intention	0.923	0.923	0.897	0.945
BI 4 <- Behavioral Intention	0.907	0.908	0.875	0.933
BI 5 <- Behavioral Intention	0.908	0.908	0.876	0.936
PEU 1 <- Perceived Ease Of Use	0.874	0.874	0.830	0.910
PEU 2 <- Perceived Ease Of Use	0.908	0.908	0.874	0.934
PEU 3 <- Perceived Ease Of Use	0.896	0.895	0.854	0.925
PEU 4 <- Perceived Ease Of Use	0.840	0.840	0.776	0.889
PS 1 <- Perceived Security	0.838	0.839	0.777	0.888
PS 2 <- Perceived Security	0.764	0.763	0.664	0.825
PS 3 <- Perceived Security	0.844	0.844	0.794	0.886
PS 4 <- Perceived Security	0.824	0.821	0.758	0.872
PS 5 <- Perceived Security	0.830	0.829	0.765	0.881
PS 6 <- Perceived Security	0.738	0.740	0.617	0.855
PU 1 <- Perceived usefulness	0.784	0.782	0.708	0.839
PU 2 <- Perceived usefulness	0.857	0.858	0.813	0.898
PU 3 <- Perceived usefulness	0.807	0.807	0.732	0.865
PU 4 <- Perceived usefulness	0.747	0.747	0.606	0.847
PU 5 <- Perceived usefulness	0.811	0.811	0.755	0.855
PU 6 <- Perceived usefulness	0.840	0.838	0.790	0.881

Fornell-Larcker Criterion

	<i>Actual Use</i>	<i>Behavioral Intention</i>	<i>Perceived Ease Of Use</i>	<i>Perceived Security</i>	<i>Perceived usefulness</i>
<i>Actual Use</i>	0.889				
<i>Behavioral Intention</i>	0.808	0.911			
<i>Perceived Ease Of Use</i>	0.718	0.721	0.880		
<i>Perceived Security</i>	0.828	0.734	0.734	0.807	
<i>Perceived usefulness</i>	0.758	0.734	0.837	0.732	0.808