

BAB III

INTENSITAS KONSUMSI INFORMASI *E-WALLET*, INTENSITAS KOMUNIKASI *E-WOM E-WALLET*, PERSEPSI MANFAAT, PERSEPSI KEMUDAHAN PENGGUNAAN DAN MINAT MENGGUNAKAN APLIKASI *E-WALLET*

Bab ini berisikan uji validitas dan reliabilitas, data identitas responden dan hasil penelitian dari Intensitas Konsumsi Informasi *E-Wallet*, Intensitas Komunikasi *E-Wom E-Wallet*, Persepsi Manfaat *E-Wallet*, Persepsi Kemudahan Penggunaan *E-Wallet* dan Minat Menggunakan Aplikasi *E-Wallet*. Sampel dari penelitian ini adalah masyarakat kota Semarang, berusia 20-60 tahun. Penelitian ini mengambil jumlah sampel sebanyak 100 orang. Dalam penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti, data diolah dengan menggunakan analisis regresi linear sederhana

3.1. Uji Validitas

Dalam sebuah penelitian, penting bagi peneliti untuk mengetahui apakah instrument penelitian yang telah dilakukan valid atau tidak. Sugiyono menjelaskan apabila sebuah instrumen penelitian valid artinya instrumen tersebut dapat dipakai untuk mengukur sesuatu yang seharusnya diukur (Sugiyono, 2019:121). Uji validitas merupakan suatu tahapan yang mutlak dalam sebuah penelitian, uji validitas dapat dilakukan dengan menggunakan *software* SPSS 25 dengan melihat nilai signifikansi dari tiap instrumen pertanyaan penelitian, jika nilai sig. lebih kecil dari 0,05 maka dapat dinyatakan bahwa instrumen pertanyaan penelitian valid.

3.1.1. Uji Validitas Intensitas Konsumsi Informasi *E-Wallet* (X_1)

Tabel 3. 1 Hasil Uji Validitas Variabel (X_1)

Pertanyaan	r Hitung	Sig.	Keterangan
X _{1.1}	0,592	0,000	VALID
X _{1.2}	0,788	0,000	VALID
X _{1.3}	0,796	0,000	VALID
X _{1.4}	0,683	0,000	VALID
X _{1.5}	0,777	0,000	VALID
X _{1.6}	0,809	0,000	VALID
X _{1.7}	0,845	0,000	VALID
X _{1.8}	0,860	0,000	VALID
X _{1.9}	0,871	0,000	VALID
X _{1.10}	0,772	0,000	VALID
X _{1.11}	0,792	0,000	VALID
X _{1.12}	0,793	0,000	VALID

Berdasarkan pada tabel 3.1 memperlihatkan hasil uji validitas terhadap variabel X_1 yakni intensitas konsumsi informasi *e-wallet*. Didapatkan hasil bahwa pada keseluruhan instrument pertanyaan pada variabel X_1 memiliki nilai sig. lebih kecil dari 0,05 sehingga dapat dinyatakan bahwa keseluruhan instrument pada X_1 **valid**.

3.1.2. Uji Validitas Intensitas Komunikasi *E-WOM E-Wallet* (X_2)

Tabel 3. 2 Hasil Uji Validitas Variabel (X_2)

Pertanyaan	r Hitung	Sig.	Keterangan
X _{2.1}	0,732	0,000	VALID
X _{2.2}	0,879	0,000	VALID
X _{2.3}	0,918	0,000	VALID
X _{2.4}	0,885	0,000	VALID

Hasil uji validitas yang ditunjukkan pada tabel 3.2 memperlihatkan bahwa keseluruhan instrumen pertanyaan pada variabel X_2 yakni intensitas konsumsi

informasi *e-wom e-wallet* memiliki nilai sig. yang lebih kecil dari 0,05. Hal tersebut artinya, seluruh pertanyaan pada variabel X_2 adalah **valid**.

3.1.3. Uji Validitas Persepsi Manfaat (X_3)

Tabel 3. 3 Hasil Uji Validitas Variabel (X_3)

Pertanyaan	r Hitung	Sig.	Keterangan
X _{3.1}	0,851	0,000	VALID
X _{3.2}	0,731	0,000	VALID
X _{3.3}	0,717	0,000	VALID
X _{3.4}	0,869	0,000	VALID
X _{3.5}	0,885	0,000	VALID
X _{3.6}	0,867	0,000	VALID
X _{3.7}	0,713	0,000	VALID
X _{3.8}	0,844	0,000	VALID
X _{3.9}	0,802	0,000	VALID

Berdasar pada hasil uji validitas pada tabel 3.3 variabel X_3 yakni persepsi manfaat. Didapatkan hasil pada keseluruhan instrumen pertanyaan variabel X_3 memenuhi *rule of thumbs* yakni nilai sig. lebih kecil dari 0,05. Sehingga, berdasarkan hasil tersebut menunjukkan bahwa seluruh instrumen pertanyaan pada variabel X_3 **valid**.

3.1.4. Uji Validitas Persepsi Kemudahan Penggunaan (X_4)

Tabel 3. 4 Hasil Uji Validitas Variabel (X_4)

Pertanyaan	r Hitung	Sig.	Keterangan
X _{4.1}	0,618	0,000	VALID
X _{4.2}	0,853	0,000	VALID
X _{4.3}	0,878	0,000	VALID
X _{4.4}	0,870	0,000	VALID
X _{4.5}	0,872	0,000	VALID
X _{4.6}	0,702	0,000	VALID
X _{4.7}	0,763	0,000	VALID

Hasil uji validitas yang ditunjukkan pada tabel 3.4 variabel X₄ persepsi kemudahan penggunaan, didapatkan hasil bahwa seluruh instrumen pertanyaan pada variabel X₄ telah memenuhi standar uji validitas yakni nilai sig. pada tiap pertanyaan memiliki nilai lebih kecil dari 0,05. Sehingga dapat disimpulkan bahwa seluruh instrumen pertanyaan X₄ **valid**.

3.1.5. Uji Validitas Minat Menggunakan Aplikasi *E-Wallet* (Y)

Tabel 3. 5 Hasil Uji Validitas Variabel (Y)

Pertanyaan	r Hitung	Sig.	Keterangan
Y.1	0,749	0,000	VALID
Y.2	0,569	0,000	VALID
Y.3	0,608	0,000	VALID
Y.4	0,732	0,000	VALID
Y.5	0,697	0,000	VALID

Melalui hasil uji validitas pada variabel Y minat menggunakan aplikasi *e-wallet* yang diperlihatkan melalui tabel 3.5 Hasilnya menunjukkan bahwa keseluruhan instrumen pertanyaan memiliki nilai sig. lebih kecil dari 0,05 yang artinya seluruh instrumen pertanyaan pada variabel Y **valid**.

3.2.Uji Reliabilitas

Uji realibilitas merupakan tahapan yang penting karena dengan melakukan uji reliabilitas, peneliti dapat mengetahui apakah proses pengukuran yang dilakukan dapat diandalkan atau dapat dipercaya. Uji reliabilitas menggunakan *software* SPSS 25. Untuk melihat nilai reliabilitas dapat dilakukan dengan melihat nilai *Cronbach's Alpha* pada tiap variabel penelitian. Sebuah instrumen penelitian dapat dinyatakan reliabel apabila mampu memenuhi nilai *Cronbach's Alpha* yakni >0.60 (Ghozali, 2011:48).

Tabel 3. 6 Hasil Uji Reliabilitas pada Keseluruhan Variabel Penelitian

Item	Alpha Cronbach's	Kriteria	Keterangan
Intensitas Konsumsi Informasi <i>E-Wallet</i> (X_1)	0.942	Alpha Cronbach >0.60	RELIABEL
Intensitas Komunikasi <i>E-WOM E-Wallet</i> (X_2)	0.877		RELIABEL
Persepsi Manfaat (X_3)	0.920		RELIABEL
Persepsi Kemudahan Penggunaan (X_4)	0.866		RELIABEL
Minat Menggunakan Aplikasi <i>E-Wallet</i> (Y)	0.635		RELIABEL

Berdasarkan hasil uji reliabilitas pada keseluruhan variabel penelitian dapat dilihat bahwa seluruh variabel penelitian memenuhi standar uji reliabilitas yakni memiliki nilai *Cronbach's Alpha* >0.60 yang artinya bahwa seluruh variabel penelitian, **reliabel**.

3.3. Identitas Responden

Dari hasil penyebaran kuesioner penelitian, jumlah responden yang diperoleh adalah sebanyak 100 responden, dengan rincian hasil sebagai berikut:

3.3.1. Usia

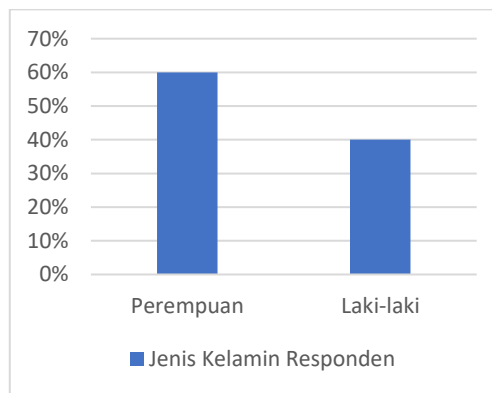
Tabel 3. 7 Usia Responden

Usia	Jumlah	Persentase
20 Tahun	10	10%
21 Tahun	13	13%
22 Tahun	52	52%
23 Tahun	17	17%
24 Tahun	3	3%
25 Tahun	3	3%
28 Tahun	1	1%
29 Tahun	1	1%

Penelitian berjudul “Pengaruh Intensitas Konsumsi Informasi *E-Wallet*, Intensitas Komunikasi *E-Wom E-Wallet*, Persepsi Manfaat, dan Persepsi Kemudahan Penggunaan terhadap Minat Menggunakan Aplikasi *E-Wallet*” telah dilakukan dengan kriteria usia 20-60 tahun. Kemudian, didapatkan hasil penelitian berupa responden yang berusia dalam rentang 20 – 29 tahun, dengan mayoritas responden berusia 22 tahun dengan persentase sebesar 52%.

3.3.2. Jenis Kelamin

Diagram 3. 1 Jenis Kelamin Responden



Berdasarkan hasil penyebaran kuesioner pada 100 responden, dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden dalam penelitian ini adalah perempuan dengan persentase sebesar 60% dan laki-laki sebesar 40%.

3.4. Variabel Intensitas Konsumsi Informasi *E-Wallet*

Intensitas Konsumsi Informasi *E-Wallet* dapat dikur melalui penerimaan informasi mengenai *brand e-wallet* seperti DANA, Gopay, Shopeepay, LinkAja dan lain-lain, informasi mengenai fitur-fitur *e-wallet* seperti transfer, membayar tagihan

listrik dan lain-lain, informasi mengenai cara menggunakan *e-wallet* di berbagai media massa seperti televisi, intagram, *online news* dan radio.

Tabel 3. 8 Intensitas Konsumsi Informasi E-Wallet

No.	Pertanyaan	1	2	3	4	5	6	7	8	N
1.	Intensitas melihat informasi mengenai <i>brand e-wallet</i> di televisi dalam 1 bulan terakhir.	8 (8%)	3 (3%)	4 (4%)	4 (4%)	10 (10%)	16 (16%)	19 (19%)	36 (36%)	100 (100%)
2.	Intensitas melihat informasi mengenai fitur-fitur <i>e-wallet</i> di televisi dalam 1 bulan terakhir.	12 (12%)	6 (6%)	14 (14%)	5 (5%)	18 (18%)	17 (17%)	11 (11%)	17 (17%)	100 (100%)
3.	Intensitas melihat informasi mengenai cara menggunakan <i>e-wallet</i> di televisi dalam 1 bulan terakhir.	10 (10%)	6 (6%)	12 (12%)	1 (1%)	13 (13%)	12 (1%)	21 (21%)	25 (25%)	100 (100%)
4.	Intensitas membaca informasi mengenai <i>brand e-wallet</i> di Instagram dalam 1 bulan terakhir.	3 (3%)	5 (5%)	5 (5%)	8 (8%)	12 (12%)	20 (20%)	21 (21%)	26 (26%)	100 (100%)
5.	Intensitas membaca informasi mengenai fitur-fitur <i>e-wallet</i> di Instagram dalam 1 bulan terakhir.	5 (5%)	5 (5%)	4 (4%)	7 (7%)	16 (16%)	25 (25%)	14 (14%)	24 (24%)	100 (100%)
6.	Intensitas membaca informasi mengenai cara menggunakan <i>e-wallet</i> di Instagram dalam 1 bulan terakhir.	6 (6%)	10 (10%)	5 (5%)	5 (5%)	11 (11%)	26 (26%)	15 (15%)	22 (22%)	100 (100%)
7.	Intensitas membaca informasi mengenai <i>brand e-wallet</i> di <i>online news</i> dalam 1 bulan terakhir.	8 (8%)	7 (7%)	12 (12%)	7 (7%)	17 (17%)	16 (16%)	15 (15%)	18 (18%)	100 (100%)
8.	Intensitas membaca informasi mengenai fitur-fitur <i>e-wallet</i> di <i>online news</i> dalam 1 bulan terakhir.	7 (7%)	10 (10%)	13 (13%)	5 (5%)	14 (14%)	22 (22%)	14 (14%)	15 (15%)	100 (100%)

9.	Intensitas membaca informasi mengenai cara menggunakan <i>e-wallet</i> di <i>online news</i> dalam 1 bulan terakhir.	8 (8%)	8 (8%)	14 (14%)	7 (7%)	12 (12%)	20 (20%)	18 (18%)	13 (13%)	100 (100%)
10.	Intensitas mendenngarkan informasi mengenai brand <i>e-wallet</i> di radio dalam 1 bulan terakhir.	44 (44%)	12 (12%)	8 (8%)	5 (5%)	10 (10%)	10 (10%)	7 (7%)	4 (4%)	100 (100%)
11.	Intensitas mendengarkan informasi mengenai fitur-fitur <i>e-wallet</i> di radio dalam 1 bulan terakhir.	42 (42%)	14 (14%)	8 (8%)	3 (3%)	9 (9%)	11 (11%)	9 (9%)	4 (4%)	100 (100%)
12.	Intensitas mendengarkan informasi mengenai cara menggunakan <i>e-wallet</i> di radio dalam 1 bulan terakhir.	43 (43%)	13 (13%)	8 (8%)	3 (3%)	11 (11%)	11 (11%)	8 (8%)	3 (3%)	100 (100%)

Pada variabel intensitas konsumsi informasi *e-wallet* terdapat 12 butir pertanyaan dan seluruh responden telah menjawab keseluruhan pertanyaan pada variabel (X_1). Hasil jawaban responden pada tiga pertanyaan pertama menunjukkan bahwa responden memiliki kecenderungan dalam melihat dan membaca informasi-informasi mengenai brand *e-wallet* misalnya seperti LinkAja, DANA, Gopay, Shopeepay dan lain-lain, selain itu informasi lainnya adalah berupa fitur-fitur yang dimiliki *e-wallet* dan cara menggunakan aplikasi *e-wallet* melalui media massa televisi. Kemudian, temuan penelitian menunjukkan bahwa kecenderungan konsumsi informasi *brand*, fitur dan cara menggunakan *e-wallet* oleh responden melalui media sosial Instagram tinggi, hal tersebut dibuktikan dengan hasil survei yang memperlihatkan jika pada tiga item pertanyaan keempat, kelima dan keenam responden menjawab skor

tertinggi yakni delapan hal tersebut mengindikasikan bahwa responden memiliki intensitas konsumsi informasi mengenai *e-wallet* melalui Instagram yang aktif.

Melalui tabel 3.8 dapat dilihat jika konsumsi informasi responden melalui *online news* yang dalam penelitian ini adalah melalui *website* di internet memperlihatkan hasil yang beragam, yang artinya responden memiliki kecenderungan yang aktif dalam mengkonsumsi informasi mengenai *e-wallet* di *online news*. Kemudian, pada tiga item pertanyaan terakhir memperlihatkan jika mayoritas responden menjawab skor jawaban terendah yakni satu, hal tersebut mengindikasikan bahwa responden tidak aktif dalam mendengar informasi mengenai *e-wallet* di radio.

Berdasarkan hasil data melalui empat indikator variabel Intensitas Konsumsi Informasi *E-Wallet* (X_1), kemudian didapatkan kategorisasi dengan hasil tingkatan yang terbagi menjadi empat yang dapat diuraikan sebagai berikut:

1. Nilai 12-24 termasuk ke dalam kategori intensitas konsumsi informasi *e-wallet* rendah
2. Nilai 25-48 termasuk ke dalam kategori intensitas konsumsi informasi *e-wallet* cenderung rendah
3. Nilai 49-72 termasuk ke dalam kategori intensitas konsumsi informasi *e-wallet* cenderung tinggi
4. Nilai 73-96 termasuk ke dalam kategori intensitas konsumsi informasi *e-wallet* tinggi

Hasilnya, didapatkan kategori Intensitas Konsumsi Informasi *E-Wallet* adalah sebagai berikut:

Tabel 3. 9 Kategorisasi Variabel Konsumsi Informasi *E-Wallet*

Kategorisasi	Persentase
Rendah	7%
Cenderung Rendah	27%
Cenderung Tinggi	37%
Tinggi	29%

Berdasarkan hasil kategorisasi pada variabel Intensitas Konsumsi Informasi *E-Wallet* didapatkan hasil bahwa, intensitas konsumsi responden terhadap informasi *e-wallet* cenderung **tinggi**.

3.5. Variabel Intensitas Komunikasi *E-WOM E-Wallet*

Intensitas Komunikasi *E-Wom E-Wallet* merupakan banyaknya perbincangan yang dilakukan oleh individu mengenai layanan pembayaran digital *e-wallet* di berbagai media massa secara online. Dalam penelitian ini, Intensitas Komunikasi *E-Wom E-Wallet* (X_2), dapat diukur melalui diskusi atau pembicaraan mengenai *e-wallet* yang dilakukan dengan teman, keluarga, individu lain selain teman dan keluarga serta diskusi dalam forum online.

Tabel 3. 10 Intensitas Komunikasi *E-WOM E-Wallet*

No.	Pertanyaan	1	2	3	4	5	6	7	8	N
1.	Intensitas membicarakan layanan pembayaran digital <i>e-wallet</i> dengan teman dalam 1 bulan terakhir.	1 (1%)	6 (6%)	2 (2%)	6 (6%)	9 (9%)	17 (17%)	27 (27%)	32 (32%)	100 (100%)

2.	Intensitas membicarakan layanan pembayaran digital <i>e-wallet</i> dengan keluarga dalam 1 bulan terakhir.	14 (14%)	8 (8%)	2 (2%)	9 (9%)	14 (14%)	14 (14%)	22 (22%)	17 (17%)	100 (100%)
3.	Intensitas membicarakan layanan pembayaran digital <i>e-wallet</i> dengan dengan individu lain (selain teman dan keluarga) di internet dalam 1 bulan terakhir.	14 (14%)	8 (8%)	5 (5%)	11 (11%)	14 (14%)	13 (13%)	15 (15%)	20 (20%)	100 (100%)
4.	Intensitas membicarakan layanan pembayaran digital <i>e-wallet</i> melalui forum online dalam 1 bulan terakhir.	21 (21%)	6 (6%)	9 (9%)	9 (9%)	7 (7%)	15 (15%)	16 (16%)	17 (17%)	100 (100%)

Untuk menguraikan indikator pada variabel Intensitas Komunikasi *E-Wom E-Wallet*, peneliti memberikan 4 butir pertanyaan yang telah dijawab oleh 100 responden. Hasil temuan penelitian memperlihatkan bahwa dalam satu bulan terakhir mayoritas responden sering memperbincangkan layanan pembayaran digital *e-wallet* dengan teman secara online yang ditunjukkan pada tabel 3.10 Hal serupa juga selaras dengan jawaban responden pada tingkatan sosial keluarga dan individu lain selain teman dan keluarga. Pada tingkatan ini responden memiliki kecenderungan yang aktif dalam mengakses, memberikan komentar atau membagikan informasi mengenai *e-wallet* dengan keluarga serta individu lain selain teman dan keluarga. Sedangkan pada tingkatan sosial selanjutnya hasil temuan penelitian menunjukkan hal yang berbeda, melalui tabel 3.10 memperlihatkan jika mayoritas responden dalam satu bulan terakhir tidak pernah membicarakan layanan pembayaran digital melalui forum online.

Berdasarkan hasil data melalui dua indikator variabel intensitas komunikasi *e-wom e-wallet* (X_2), kemudian didapatkan kategorisasi dengan hasil tingkatan yang terbagi menjadi empat yang dapat diuraikan sebagai berikut:

1. Nilai 7-14 termasuk ke dalam kategori intensitas komunikasi *e-wom e-wallet* rendah
2. Nilai 15-29 termasuk ke dalam kategori intensitas komunikasi *e-wom e-wallet* cenderung rendah
3. Nilai 30-43 termasuk ke dalam kategori intensitas komunikasi *e-wom e-wallet* cenderung tinggi
4. Nilai 44-56 termasuk ke dalam kategori intensitas komunikasi *e-wom e-wallet* tinggi

Hasilnya, didapatkan kategori intensitas komunikasi *e-wom e-wallet* adalah sebagai berikut:

Tabel 3. 11 Kategorisasi Variabel Intensitas Komunikasi E-WOM E-Wallet

Kategorisasi	Persentase
Rendah	9%
Cenderung Rendah	19%
Cenderung Tinggi	29%
Tinggi	43%

Berdasarkan hasil kategorisasi pada variabel X_2 tersebut didapatkan hasil bahwa, Intensitas Komunikasi *E-Wom E-Wallet* pada responden **tinggi**.

3.6. Variabel Persepsi Manfaat *E-Wallet*

Persepsi manfaat merupakan kondisi individu yang berpikir bahwa dengan adanya suatu teknologi mampu meningkatkan efektivitas suatu pekerjaan. Dalam penelitian ini, persepsi manfaat dapat diukur melalui pendapat responden mengenai apakah aplikasi layanan pembayaran digital *e-wallet* dapat meningkatkan performa transaksi pembayaran, aplikasi *e-wallet* yang mampu membantu responden untuk melakukan transaksi pembayaran, pendapat responden mengenai apakah aplikasi *e-wallet* mampu membantu transaksi pembayaran dengan akurat, dan apakah aplikasi *e-wallet* merupakan aplikasi yang berguna.

Tabel 3. 12 Persepsi Manfaat

No.	Pernyataan	1	2	3	4	5	6	7	8	N
1.	<i>E-wallet</i> merupakan layanan pembayaran digital yang praktis digunakan	0 (0%)	0 (0%)	1 (1%)	1 (1%)	1 (1%)	7 (7%)	18 (18%)	72 (72%)	100 (100%)
2.	<i>E-wallet</i> merupakan layanan pembayaran digital yang efisien digunakan	0 (0%)	0 (0%)	1 (1%)	1 (1%)	2 (2%)	8 (8%)	17 (17%)	71 (71%)	100 (100%)
3.	<i>E-wallet</i> merupakan layanan pembayaran digital yang dapat digunakan dimana saja	2 (2%)	0 (0%)	2 (2%)	5 (5%)	7 (7%)	13 (13%)	15 (15%)	56 (56%)	100 (100%)
4.	Dengan menggunakan <i>e-wallet</i> transaksi pembayaran yang dilakukan menjadi lebih mudah	0 (0%)	0 (0%)	1 (1%)	0 (0%)	2 (2%)	5 (5%)	19 (19%)	73 (73%)	100 (100%)
5.	Dengan menggunakan <i>e-wallet</i> berbagai jenis transaksi pembayaran dapat dilakukan dengan praktis dalam satu aplikasi saja	0 (0%)	0 (0%)	2 (2%)	0 (0%)	4 (4%)	6 (6%)	22 (22%)	66 (66%)	100 (100%)
6.	Dengan menggunakan <i>e-wallet</i> mampu memperlancar proses	0 (0%)	0 (0%)	1 (1%)	2 (2%)	2 (2%)	11 (11%)	21 (21%)	63 (63%)	100 (100%)

	pembayaran									
7.	Dengan menggunakan <i>e-wallet</i> transaksi pembayaran yang dilakukan akan minim kesalahan	0 (0%)	0 (0%)	2 (2%)	5 (5%)	9 (9%)	14 (14%)	27 (27%)	43 (43%)	100 (100%)
8.	Fitur – fitur yang ada dalam <i>e-wallet</i> sangat membantu dalam melakukan transaksi pembayaran.	0 (0%)	0 (0%)	1 (1%)	2 (2%)	2 (2%)	7 (7%)	25 (25%)	63 (63%)	100 (100%)
9.	Fitur-fitur yang beragam dalam <i>e-wallet</i> sangat membantu dalam bertransaksi digital	0 (0%)	0 (0%)	1 (1%)	1 (1%)	1 (1%)	7 (7%)	19 (19%)	71 (71%)	100 (100%)

Dalam menguraikan indikator pada variabel persepsi manfaat (X_3) penelitian ini menyajikan 9 butir pernyataan yang telah disebar dan diisi oleh 100 responden secara daring atau *online*. Melalui hasil survei yang telah dilakukan menunjukkan jika keseluruhan item pertanyaan pada variabel persepsi manfaat responden menjawab pada skor tertinggi yakni delapan. Temuan tersebut mengindikasikan bahwa secara umum responden berpikir bahwa dengan menggunakan aplikasi *e-wallet* dapat meningkatkan efektivitas pembayaran yang dilakukan responden. Secara spesifik, responden berpikir bahwa dengan menggunakan *e-wallet* maka transaksi pembayaran dapat dilakukan dengan praktis, efisien dan dapat dilakukan dimana saja serta kapan saja.

Kemudian, berdasar pada tabel 3.12 pada item pertanyaan empat, lima dan enam menunjukkan jika skor yang diberikan responden berada pada tingkatan skor tertinggi yakni delapan, artinya, responden berpikir bahwa dengan menggunakan aplikasi *e-wallet* transaksi pembayaran menjadi lebih mudah, lebih praktis karena dapat melakukan berbagai jenis transaksi hanya dengan satu aplikasi saja, dan aplikasi *e-*

wallet mampu memperlancar transaksi pembayaran. Selanjutnya, pada tiga item pertanyaan terakhir, menginterpretasikan bahwa responden setuju jika transaksi pembayaran yang dilakukan melalui aplikasi *e-wallet* minim kesalahan, serta hal yang menarik yang ditemukan adalah responden berpikir bahwa fitur yang dimiliki *e-wallet* membantu dalam bertransaksi baik secara *offline* maupun *online*.

Berdasarkan hasil data melalui empat indikator variabel persepsi manfaat (X_3), kemudian didapatkan kategorisasi dengan hasil tingkatan yang terbagi menjadi empat yang dapat diuraikan sebagai berikut:

1. Nilai 9-18 termasuk ke dalam kategori persepsi manfaat rendah.
2. Nilai 19-36 termasuk ke dalam kategori persepsi manfaat cenderung rendah.
3. Nilai 37-54 termasuk ke dalam kategori persepsi manfaat cenderung tinggi.
4. Nilai 55-72 termasuk ke dalam kategori persepsi manfaat tinggi.

Hasilnya, didapatkan kategori persepsi manfaat adalah sebagai berikut:

Tabel 3. 13 Kategorisasi Variabel Persepsi Manfaat

Kategorisasi	Persentase
Rendah	0%
Cenderung Rendah	1%
Cenderung Tinggi	8%
Tinggi	91%

Berdasarkan hasil kategorisasi pada variabel persepsi manfaat didapatkan hasil bahwa, persepsi responden terhadap manfaat dari layanan pembayaran digital *e-wallet* **tinggi**.

3.7. Variabel Persepsi Kemudahan Penggunaan

Dalam penelitian ini, persepsi kemudahan penggunaan dapat diartikan sebagai keadaan individu dalam meyakini bahwa dengan adanya suatu teknologi akan memudahkan individu. Persepsi kemudahan penggunaan dapat diukur melalui pendapat individu mengenai aplikasi *e-wallet* yang merupakan sistem yang mudah dipahami, aplikasi *e-wallet* merupakan sistem yang mudah digunakan, aplikasi *e-wallet* merupakan sistem yang tidak membutuhkan upaya yang besar dalam mengoperasikannya, dan aplikasi *e-wallet* yang merupakan sistem yang meliputi semua kebutuhan transaksi yang diinginkan.

Tabel 3. 14 Persepsi Kemudahan Penggunaan

No.	Pernyataan	1	2	3	4	5	6	7	8	N
1.	Instruksi dalam menggunakan aplikasi <i>e-wallet</i> tidak sulit dipahami	4 (4%)	5 (5%)	1 (1%)	3 (3%)	2 (2%)	9 (9%)	24 (24%)	52 (52%)	100 (100%)
2.	Fitur yang terdapat dalam aplikasi <i>e-wallet</i> dapat dimengerti dengan jelas	1 (1%)	0 (0%)	0 (0%)	0 (0%)	1 (1%)	10 (10%)	24 (24%)	64 (64%)	100 (100%)
3.	Tidak sulit bagi saya untuk bisa memikirkan bagaimana menggunakan aplikasi <i>e-wallet</i>	1 (1%)	0 (0%)	0 (0%)	0 (0%)	3 (3%)	9 (9%)	19 (19%)	68 (68%)	100 (100%)
4.	Tidak sulit bagi saya untuk bisa memahami bagaimana aplikasi <i>e-wallet</i> bekerja	1 (1%)	0 (0%)	0 (0%)	0 (0%)	4 (4%)	10 (10%)	19 (19%)	66 (66%)	100 (100%)
5.	Fitur yang ada pada <i>e-wallet</i> mudah dioperasikan	1 (1%)	0 (0%)	0 (0%)	0 (0%)	5 (5%)	7 (7%)	20 (20%)	67 (67%)	100 (100%)
6.	<i>E-Wallet</i> merupakan layanan keuangan digital yang sangat dibutuhkan saat ini	0 (0%)	0 (0%)	0 (0%)	0 (0%)	6 (6%)	11 (11%)	24 (24%)	59 (59%)	100 (100%)
7.	Fitur-fitur yang ada dalam aplikasi <i>e-wallet</i> sudah meliputi semua kebutuhan	1 (1%)	0 (0%)	2 (2%)	1 (1%)	7 (7%)	15 (15%)	26 (26%)	48 (48%)	100 (100%)

transaksi yang saya inginkan									
------------------------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--

Pada variabel persepsi kemudahan penggunaan (X_4), peneliti menyajikan 7 pernyataan yang telah disebar dan dijawab oleh seluruh responden penelitian. Berdasar pada hasil survei yang telah dilakukan, keseluruhan responden menjawab pada skor tertinggi yakni delapan. Sehingga, berdasarkan hasil tersebut dapat diinterpretasikan bahwa responden setuju dan berpikir bahwa aplikasi *e-wallet* merupakan aplikasi yang mudah digunakan. Secara spesifik temuan penelitian memperlihatkan bahwa responden berpikir jika instruksi yang diberikan aplikasi *e-wallet* mudah dipahami baik pengguna maupun calon pengguna layanan, fitur pada aplikasi *e-wallet* mudah dioperasikan, fitur dalam aplikasi *e-wallet* dapat dimengerti dengan jelas.

Temuan penelitian juga memperlihatkan bahwa responden berpikir jika fitur yang dimiliki *e-wallet* merangkum segala kebutuhan yang dibutuhkan responden penelitian, hal tersebut pula didukung oleh fitur-fitur yang beragam dalam *e-wallet* yakni fitur pembayaran tagihan rumah tangga, transfer, tabungan dan lain-lain. Kemudian, responden juga berpikir bahwa tidak sulit untuk memikirkan bagaimana mengoperasikan *e-wallet* dan memahami bagaimana aplikasi *e-wallet* dapat bekerja dan membantu transaksi pembayaran yang diinginkan.

Berdasarkan hasil data melalui empat indikator variabel Persepsi Kemudahan Penggunaan (X_4), kemudian didapatkan kategorisasi dengan hasil tingkatan yang terbagi menjadi empat yang dapat diuraikan sebagai berikut:

1. Nilai 7-14 termasuk ke dalam kategori persepsi kemudahan penggunaan rendah.
2. Nilai 15-28 termasuk ke dalam kategori persepsi kemudahan penggunaan cenderung rendah.
3. Nilai 29-42 termasuk ke dalam kategori persepsi kemudahan penggunaan cenderung tinggi.
4. Nilai 43-56 termasuk ke dalam kategori persepsi kemudahan penggunaan tinggi

Hasilnya, didapatkan kategori persepsi kemudahan penggunaan adalah sebagai berikut:

Tabel 3. 15 Kategorisasi Variabel Persepsi Kemudahan Penggunaan

Kategorisasi	Persentase
Rendah	1%
Cenderung Rendah	0%
Cenderung Tinggi	6%
Tinggi	93%

Berdasarkan hasil kategorisasi pada variabel persepsi kemudahan penggunaan *e-wallet* didapatkan hasil bahwa, persepsi responden terhadap kemudahan penggunaan layanan pembayaran digital *e-wallet* **tinggi**.

3.8. Variabel Minat Menggunakan Aplikasi *E-Wallet*

Minat menggunakan Aplikasi *E-Wallet* (Y) adalah sikap ketertarikan individu dalam menggunakan suatu aplikasi layanan pembayaran digital. Variabel minat menggunakan aplikasi *e-wallet* dalam penelitian ini dapat diukur melalui dengan

kemudahan akses individu terhadap *e-wallet* dan apakah responden akan melakukan transaksi pembayaran melalui *e-wallet* pada satu bulan kedepan.

Tabel 3. 16 Minat Menggunakan Aplikasi E-Wallet

No.	Pertanyaan	1	2	3	4	5	6	7	8	N
1.	Kemudahan dalam mengakses <i>e-wallet</i>	1 (1%)	0 (0%)	0 (0%)	1 (1%)	1 (1%)	3 (3%)	27 (27%)	67 (67%)	100 (100%)
2.	Aplikasi layanan pembayaran digital <i>e-wallet</i> mudah didapatkan melalui platform distribusi aplikasi seperti Apple Store atau Google Playstore	0 (0%)	0 (0%)	0 (0%)	0 (0%)	1 (1%)	5 (5%)	18 (18%)	76 (76%)	100 (100%)
3.	Informasi mengenai <i>e-wallet</i> mudah diakses melalui berbagai sumber	0 (0%)	1 (1%)	0 (0%)	1 (1%)	2 (2%)	10 (10%)	16 (16%)	70 (70%)	100 (100%)
4.	Pencarian informasi mengenai <i>e-wallet</i> dalam satu bulan terakhir	3 (3%)	6 (6%)	6 (6%)	3 (3%)	16 (16%)	17 (17%)	12 (12%)	37 (37%)	100 (100%)
5.	Akan melakukan transaksi pembayaran melalui <i>e-wallet</i> dalam 1 bulan kedepan	2 (2%)	0 (0%)	0 (0%)	1 (1%)	2 (2%)	6 (6%)	15 (15%)	74 (74%)	100 (100%)

Dalam menguraikan variabel minat menggunakan aplikasi *e-wallet* terdapat 5 butir pertanyaan yang telah disebar dan telah dijawab oleh 100 responden melalui survei daring. Melalui tabel 3.16 didapatkan hasil bahwa pada keseluruhan item pertanyaan memperlihatkan bahwa responden menjawab pada skor jawaban tertinggi yakni delapan. Sehingga, secara umum responden berminat dalam menggunakan aplikasi *e-wallet*. Hal tersebut didukung oleh jawaban responden pada item pertanyaan kelima, yakni pada satu bulan kedepan responden ingin melakukan transaksi pembayaran melalui aplikasi *e-wallet*.

Berdasarkan hasil data melalui dua indikator variabel minat menggunakan *e-wallet* (Y), kemudian tahapan selanjutnya adalah kategorisasi terhadap 5 pertanyaan tersebut, didapatkan hasil tingkatan yang terbagi menjadi 4 dengan skor sebagai berikut:

1. Nilai 5-10 termasuk ke dalam kategori minat menggunakan aplikasi *e-wallet* rendah
2. Nilai 11-20 termasuk ke dalam kategori minat menggunakan aplikasi *e-wallet* cenderung rendah
3. Nilai 21-30 termasuk ke dalam kategori minat menggunakan aplikasi *e-wallet* cenderung tinggi
4. Nilai 31-40 termasuk ke dalam kategori minat menggunakan aplikasi *e-wallet* tinggi.

Hasilnya, didapatkan kategori minat menggunakan aplikasi *e-wallet* adalah sebagai berikut:

Tabel 3. 17 Kategorisasi Variabel Minat Menggunakan Aplikasi *E-Wallet*

Kategorisasi	Persentase
Rendah	0%
Cenderung Rendah	1%
Cenderung Tinggi	5%
Tinggi	94%

Berdasarkan hasil kategorisasi pada variabel minat menggunakan aplikasi *e-wallet* didapatkan hasil bahwa, minat dalam melakukan transaksi melalui layanan pembayaran digital *e-wallet* **tinggi**.