

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

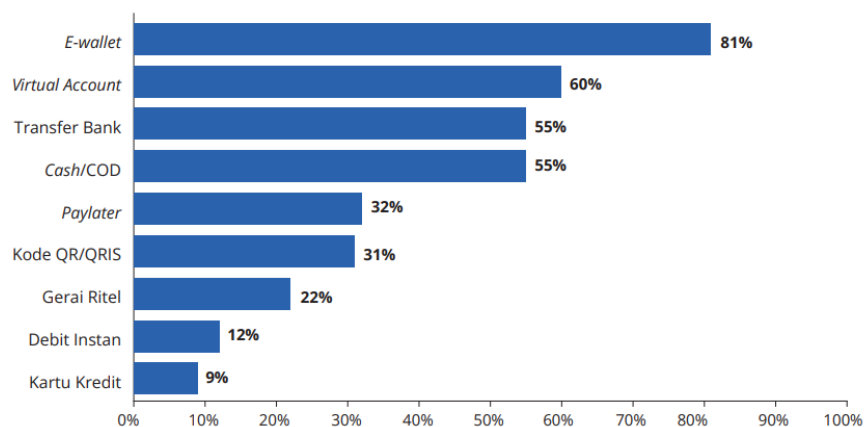
Perkembangan teknologi yang semakin masif memberikan banyak perubahan terutama dalam sektor perekonomian dimana mengubah pola transaksi masyarakat menjadi berbasis digital. Hal ini menimbulkan suatu tantangan bagi perusahaan yang bergerak dibidang keuangan. Dengan kemajuan teknologi, layanan keuangan kini menawarkan berbagai kelebihan seperti kemudahan, kecepatan, dan keamanan. Salah satu inovasi utamanya adalah *financial technology* atau *fintech*.

Menurut Bank Indonesia (2018) *financial technology* merupakan inovasi yang muncul dari gabungan antara jasa keuangan dengan teknologi yang mengubah model bisnis konvensional menjadi model bisnis moderat. Sedangkan, menurut Sudaryo, et al. (2020) *fintech* merupakan pemanfaatan perkembangan teknologi informasi untuk meningkatkan layanan di industri keuangan. Dapat diartikan bahwa *fintech* merupakan jenis layanan keuangan yang hadir dari inovasi perkembangan teknologi untuk memenuhi kebutuhan masyarakat modern dengan lebih fleksibel. Di Indonesia produk *fintech* yang banyak digunakan adalah uang elektronik. Uang elektronik merupakan sistem pembayaran elektronik atau non tunai yang dapat digunakan untuk transaksi pembayaran secara sah sesuai ketentuan perundang – undangan (bi.go.id, 2020). Kehadiran uang elektronik sebagai bentuk pembayaran yang sah di Indonesia tidak lepas dari regulasi Bank Indonesia.

Untuk mendorong penggunaan uang elektronik dalam kehidupan sehari-hari, pemerintah dan Bank Indonesia menghadirkan Gerakan Nasional Non Tunai

(GNNT) pada Agustus 2014. GNNT bertujuan untuk mengubah kebiasaan masyarakat untuk beralih dari penggunaan uang kertas menjadi pembayaran digital. Perubahan kebiasaan ini membentuk budaya perilaku "*cashless society*" untuk masyarakat secara bertahap meninggalkan pembayaran menggunakan uang tunai dan menggantikannya dengan pembayaran non-tunai.

Berkenaan dengan hal tersebut, Peraturan Bank Indonesia Nomor 20/6/PBI/2018 Bab II Pasal 3 menjelaskan bahwa uang elektronik dapat dibedakan berdasarkan media penyimpanannya. Pertama, terdapat uang elektronik berbasis server (*server-based*), di mana informasi keuangan disimpan dalam server. Contoh dari *server-based* adalah *e-wallet* seperti DANA, OVO, GOPAY, ShopeePay, dan LinkAja. Selanjutnya, uang elektronik berbasis chip (*chip-based*), di mana informasi keuangan disimpan dalam bentuk chip. Contoh dari *chip-based* adalah produk perbankan seperti Flazz, E-Money, TapCash, dan BRIZZI.

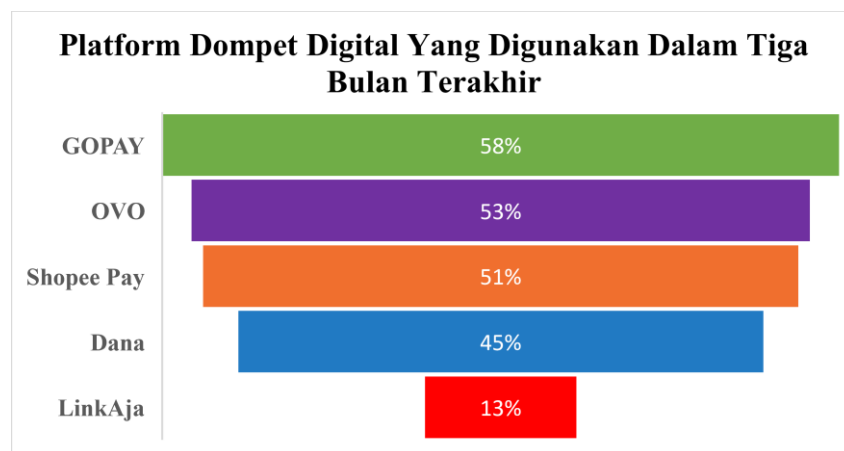


Sumber : East Ventures (2023)

Gambar 1. 1 Metode Pembayaran Yang Paling Banyak Digunakan

Berdasarkan Gambar 1.1 mengenai laporan East Ventures tentang *Digital Competitiveness Index 2023: Equitable Digital Nation* yang mengukur daya saing

digital di 38 provinsi serta 157 kota/kabupaten di Indonesia. Diketahui bahwa metode pembayaran paling banyak digunakan di Indonesia yaitu *e-wallet* dengan presentase sebesar 81% pada tahun 2022. Selanjutnya *virtual account* dengan 60% dan transfer bank serta cash/cod yang masing-masing mencapai 55% (goodstats.id, 2023). Hadirnya *e-wallet* sebagai opsi pembayaran non-tunai semakin populer di Indonesia yang meluas di kalangan masyarakat dari berbagai kelompok usia. Hal ini tidak lepas dari faktor – faktor yang menjadi pertimbangan masyarakat seperti bebas dari kesulitan, terintegrasi dengan *e-commerce*, mudah digunakan, adanya *cashback*, lebih hemat waktu, terintegrasi dengan layanan aplikasi transportasi, lebih nyaman, memiliki banyak fitur, keamanan yang lebih terjamin, dan rekomendasi dari keluarga atau teman (Populix, 2022).



Sumber : Insight Asia (2022)

Gambar 1. 2 Platform Dompet Digital Menurut Survei Tahun 2022

Berdasarkan Gambar 1.2 merupakan hasil survei yang dilakukan oleh *Insight Asia* pada tahun 2022 dengan judul *Consistency That Leads : E-Wallet Industry Outlook*. Survei ini dilakukan secara *online* sebanyak 1.300 responden secara khusus memfokuskan lima platform aplikasi dompet digital yang menjadi pilihan

utama di masyarakat. Berdasarkan data tersebut GOPAY berada di urutan pertama sebagai dompet digital yang digunakan dalam kurun waktu tiga bulan terakhir dengan persentase 58%, OVO dengan 53%, ShopeePay dengan 51%, DANA dengan 45%, dan LinkAja dengan 13%. Tidak heran GOPAY berada di urutan pertama karena GOPAY merupakan layanan yang terintegrasi langsung ke layanan transportasi online GOJEK.

Ketika GOPAY berada di urutan pertama sebagai dompet digital yang menjadi pilihan utama masyarakat tentunya mempunyai pesaing yang kuat. Salah satunya aplikasi *e-wallet* buatan Indonesia yaitu DANA. DANA merupakan *platform e-wallet* independen non-bank yang dikembangkan oleh PT Espay Debit Indonesia Koe yang diluncurkan pada 5 November tahun 2018. Keberadaan DANA ditunjukkan untuk memenuhi kebutuhan transaksi keuangan digital seperti transfer uang, *top up e-money*, tarik saldo, bayar tagihan & asuransi, pembelian listrik dan pulsa, transaksi *e-commerce*. Pada *e-wallet* DANA terdapat dua jenis akun yaitu akun *premium* yang dapat menyimpan saldo mencapai Rp 10 juta dan akun *regular* yang dapat menyimpan saldo dengan batas maksimal Rp 2 juta.

Sejak diluncurkan pada tahun 2018, *e-wallet* DANA melakukan berbagai langkah untuk menjalin kerjasama dengan berbagai sektor diantaranya UMKM, ritel, dan platform *e-commerce* agar dapat bersaing dengan dompet digital lainnya. Sebagai aplikasi *open platform e-wallet* DANA menjalin kerja sama dengan salah satu *e-commerce* Lazada, kehadiran DANA sebagai salah satu alternatif pembayaran yang dapat digunakan untuk berbelanja online. Selain *e-commerce* DANA juga bermitra dengan ritel – ritel besar dan UMKM di berbagai kota di

Indonesia salah satunya Kota Semarang. Diketahui bahwa Kota Semarang merupakan ibu kota provinsi Jawa Tengah sekaligus menjadi pusat pemerintahan dan perekonomian yang memiliki populasi penduduk sebanyak 1.656.564 jiwa (bps.go.id, 2023). Dengan jumlah penduduk yang besar, mobilitas tinggi menjadi karakteristik utama sehingga efisiensi dan efektivitas menjadi fokus utama dalam kegiatan sehari-hari.

Penggunaan *e-wallet* DANA sebagai metode pembayaran non-tunai sangat umum di Kota Semarang, termasuk untuk transaksi pembayaran di berbagai toko UMKM maupun pusat perbelanjaan. Pada tahun 2021 *e-wallet* DANA juga menjalin kerja sama dengan pemerintah Kota Semarang untuk mendukung digitalisasi di sektor ekonomi dan memperluas penggunaan transaksi non-tunai sehingga *e-wallet* DANA menjadi solusi pembayaran digital yang mudah digunakan dan berguna di berbagai *merchant*. Berbagai langkah kerjasama yang dilakukan *e-wallet* DANA tersebut sebagai upaya untuk menambah jumlah pengguna serta untuk dapat bersaing dengan dompet digital lainnya.

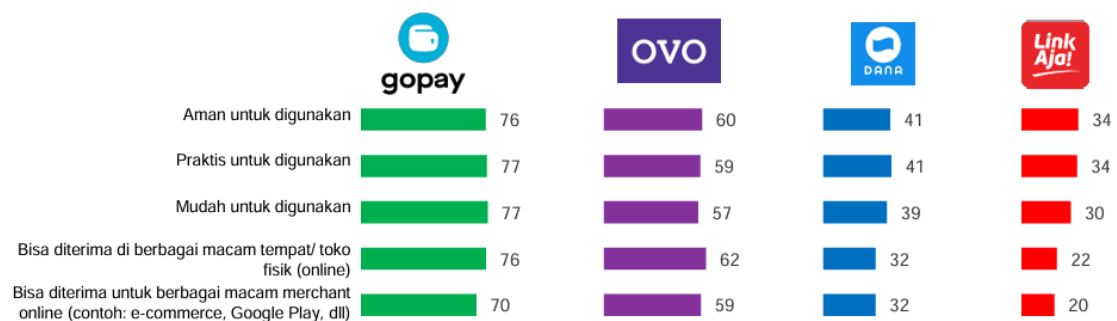
Tabel 1. 1 Jumlah Pengguna dan Perkembangan *E-Wallet* DANA di Kota Semarang

Tahun	Pengguna	Perkembangan
2018	713.800	-
2019	692.042	-3,05%
2020	801.315	15,79%
2021	862.121	7,59%
2022	704.231	-18,31%

Sumber : PT Espay Debit Indonesia Koe (2022)

Berdasarkan Tabel 1.1 menunjukkan bahwa jumlah pengguna DANA di Kota Semarang mengalami fluktuasi dari tahun 2018 hingga tahun 2022. Pada tahun

2018 jumlah pengguna mencapai 713.800, kemudian mengalami penurunan menjadi 692.042 pengguna di tahun 2019. Selanjutnya, terjadi kenaikan pengguna yang signifikan pada tahun 2020 dan 2021 yang mencapai 801.315 pengguna di tahun 2020 dan 862.121 pengguna di tahun 2021. Akan tetapi, pada tahun 2022 terjadi penurunan pengguna yang cukup signifikan menjadi 704.231 pengguna atau mengalami penurunan sebesar -18,31%. Berdasarkan data tabel 1.1 diketahui penurunan ini disebabkan oleh sejumlah pengguna yang memilih untuk tidak melanjutkan menggunakan layanan *e-wallet* DANA. Penurunan ini juga menandakan adanya permasalahan dalam penggunaan *e-wallet* DANA.



Sumber : Ipsos (2020)

Gambar 1. 3 Kualitas Dompot Digital Menurut Pengguna

Survei yang dilakukan oleh Ipsos dengan jumlah 500 responden pengguna dompet digital di lima kota besar di Indonesia: Jakarta, Yogyakarta, Semarang, Palembang dan Manado. Dapat diketahui bahwa alasan pengguna menggunakan dompet digital DANA sebanyak 41 persen responden karena aman digunakan, sebanyak 41 persen responden karena aplikasi praktis digunakan, sebanyak 39 persen responden karena mudah untuk digunakan, sebanyak 31 responden karena *e-wallet* DANA bisa diterima di berbagai macam tempat/toko fisik (*online*), dan

sebanyak 32 responden karena *e-wallet* DANA bisa diterima untuk berbagai macam *merchant online*. Berdasarkan Gambar 1.3 menunjukkan bahwa pengguna menilai *e-wallet* DANA belum memberikan manfaat yang lebih, tidak mudah untuk digunakan dan tidak lebih aman daripada pesaingnya.

Adanya persaingan ketat antara penyedia layanan *e-wallet* di Indonesia mendorong perusahaan untuk terus meningkatkan sistem yang lebih mudah, bermanfaat dan dapat menjamin keamanan pengguna. Hal ini bertujuan untuk dapat menarik minat pengguna baru dan mempertahankan pengguna lama untuk tetap menggunakan layanan. Sebagai perusahaan yang bergerak dibidang *financial technology e-wallet* DANA perlu memperhatikan *continuance intention*, dimana fase penggunaan berkelanjutan menjadi kunci penentu yang menentukan keberlangsungan perusahaan karena bergantung pada sejauh mana pengguna untuk terus menggunakan teknologi tersebut (Bhattacharjee, 2001). Selain itu, dengan memperhatikan *continuance intention e-wallet* DANA juga dapat tetap kompetitif ditengah persaingan yang semakin masif.

Menurut Amoroso dan Lim dalam Olivia & Marchyta (2022) mendefinisikan bahwa *continuance intention* mengacu pada tingkat minat yang dimiliki individu untuk tetap melakukan perilaku tertentu seperti menggunakan layanan dalam jangka waktu tertentu. Sedangkan, menurut Atcharyachanvanich et al. dalam Unarto et al. (2022) menjelaskan bahwa *continuance intention* adalah konsumen yang telah membeli atau menggunakan barang dan jasa dan berniat untuk terus membeli atau menggunakan kembali jasa tersebut. Artinya, *continuance intention* dalam penggunaan *e-wallet* ditunjukkan sebagai niat individu untuk terus

menggunakannya dengan memanfaatkan fitur- fitur yang disediakan aplikasi *e-wallet*.

Continuance intention to use seperti yang dijelaskan oleh Limayem et al. (2007) sebagai bentuk perilaku pasca – adopsi. Artinya, perilaku pengguna yang telah menggunakan teknologi dan akan membuat keputusan untuk terus menggunakannya. Keputusan pengguna untuk melanjutkan penggunaan suatu teknologi merujuk pada keputusan awal penerimaannya (Chang & Zhu, 2012). Oleh karena itu penting untuk mengetahui faktor penerimaan teknologi melalui teori TAM (*Technology Acceptance Model*) yang diperkenalkan oleh Davis (1986). Model TAM bertujuan untuk menjelaskan dan melakukan prediksi mengenai penerimaan dan penggunaan suatu teknologi.

Teori TAM menjelaskan penerimaan individu terhadap penggunaan teknologi dipengaruhi oleh dua faktor utama yaitu persepsi kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*) dan persepsi kebermanfaatan (*perceived usefulness*). Sedangkan, menurut Purwanto et al. (2020) menjelaskan model TAM yang telah dimodifikasi, khususnya dalam memprediksi faktor – faktor yang dapat memengaruhi seseorang menggunakan *digital payment system*, dengan menambahkan faktor lainnya seperti persepsi keamanan (*perceived security*). Seiring berjalannya waktu, Teori TAM telah berkembang yang digunakan dalam berbagai penelitian untuk menguji dan menjelaskan *continuance intention to use* seperti penelitian yang dilakukan oleh Ngoc et al. (2020), Zhou et al. (2018) menggunakan teori TAM sebagai teori yang relevan dan konseptual dalam menjelaskan *continuance intention to use*. Dalam teori TAM penerimaan awal pengguna

terhadap teknologi dipengaruhi oleh *perceived ease of use* dan *perceived usefulness*. Apabila pengguna mengalami pengalaman awal yang positif, kemungkinan besar akan mencerminkan minat pengguna untuk melanjutkan penggunaannya.

Faktor pertama yang dapat memengaruhi niat seseorang untuk tetap menggunakan teknologi ialah *perceived ease of use*. Menurut Davis dalam Oktavendi & Arisanti (2021) *perceived ease of use* adalah keadaan dimana seseorang percaya bahwa menggunakan sistem teknologi dapat mengurangi usaha atau bahkan tidak diperlukan usaha. Apabila individu merasa dalam menggunakan *e-wallet* mudah dan tidak ditemukan kesulitan maka dapat menciptakan pengalaman yang positif, selanjutnya akan mempengaruhi minat untuk terus menggunakan.

E-wallet DANA merupakan aplikasi dompet digital yang bertujuan memberikan kemudahan bagi penggunanya dalam melakukan transaksi pembayaran. Kemudahan yang ditawarkan dalam menggunakan *e-wallet* DANA antara lain kemudahan pendaftaran akun, isi saldo akun dan mudah dioperasikan karena *user interface* yang mudah dipahami. Oleh karena itu, kemudahan yang ada pada *e-wallet* DANA dapat membantu pengguna ketika bertransaksi dan akan mempengaruhi persepsi pengguna terhadap minat untuk terus menggunakan *e-wallet* DANA.

Tabel 1. 2 Keluhan Negatif Mengenai *Perceived Ease Of Use* Dengan Rentang Waktu Januari – Februari 2024

Kategori Keluhan	Jumlah Keluhan
Masalah sistem (error, lemot, dan sistem sedang sibuk)	62
Sulit login akun	46
Tidak bisa <i>upgrade</i> akun <i>premium</i>	44

Sumber : Playstore diolah (2024)

Berdasarkan Tabel 1.2 terdapat keluhan – keluhan negatif yang mencerminkan kondisi sebenarnya terkait kemudahan dalam menggunakan sistem *e-wallet* DANA oleh pengguna di Kota Semarang. Adapun keluhan tersebut sebanyak 62 keluhan dari pengguna terkait masalah sistem seperti terjadi error, lemot dan sistem sedang sibuk, sebanyak 45 keluhan dari pengguna yang sulit login akun, dan sebanyak 44 keluhan dari pengguna yang tidak bisa *upgrade* akun *premium*. Permasalahan tersebut menandakan kemudahan penggunaan *e-wallet* DANA dinilai masih belum maksimal untuk memudahkan para penggunanya karena masih ada pengguna yang merasa kesulitan dan membutuhkan banyak usaha.

Faktor kedua yang dapat memengaruhi niat seseorang untuk tetap menggunakan teknologi adalah *perceived usefulness*. Menurut Jogiyanto (2007) *perceived usefulness* merupakan sejauh mana individu merasa percaya bahwa menggunakan suatu teknologi akan meningkatkan kinerjanya. Kehadiran *e-wallet* DANA bertujuan sebagai salah satu aplikasi dompet digital untuk bertransaksi dalam keseharian yang menggantikan kebiasaan menggunakan pembayaran tunai menjadi pembayaran non-tunai. Selain itu, *e-wallet* DANA menawarkan berbagai layanan fitur – fitur seperti transfer uang dengan cepat, pembayaran tagihan dan pembelian pulsa, *top up e-money* dengan mudah, tarik tunai, dan lain lain.

Tabel 1. 3 Keluhan Negatif Mengenai *Perceived Usefulness* Dengan Rentang Waktu Januari – Februari 2024

Kategori Keluhan	Jumlah Keluhan
Gagal melakukan pembelian dan pembayaran tagihan (pulsa, saldo <i>e-money</i> , internet, air, dan listrik)	46
Tidak dapat melakukan transaksi (transfer, top up, dan tarik tunai)	102

Sumber : Playstore diolah (2024)

Berdasarkan Tabel 1.3, terdapat keluhan-keluhan negatif yang mencerminkan kondisi sebenarnya terkait *perceived usefulness e-wallet* DANA oleh pengguna di Kota Semarang. Mereka merasa bahwa *e-wallet* DANA tidak membantu dalam memenuhi kebutuhan aktivitas keuangan mereka. Adapun keluhan tersebut sebanyak 46 keluhan dari pengguna yang gagal melakukan pembelian dan pembayaran tagihan (pulsa, saldo *e-money*, internet, air, dan listrik) dan sebanyak 102 keluhan dari pengguna yang tidak dapat melakukan transaksi (transfer, top up, dan tarik tunai). Permasalahan yang dialami oleh pengguna menandakan bahwa layanan fitur – fitur *e-wallet* DANA tidak membantu untuk menyelesaikan aktivitas transaksinya, seharusnya *e-wallet* DANA mampu memberikan manfaat yang diharapkan oleh pengguna dalam kegiatan sehari-harinya (Oktavendi & Arisanti, 2021b). Apabila individu merasakan manfaat dalam penggunaannya maka akan menciptakan pengalaman positif sehingga akan mempengaruhi minat untuk terus menggunakan.

Meskipun *e-wallet* DANA memberikan berbagai kemudahan dan manfaat bagi pengguna, tidak dapat diabaikan bahwa adanya risiko yang timbul dalam penggunaannya terutama terkait faktor keamanan. Diketahui bahwa saat ini kasus

kebocoran data pribadi sering terjadi di Indonesia, terlebih risiko keamanan yang dirasakan akan berbeda – beda oleh pengguna satu dengan lainnya saat menggunakan *e-wallet*. Hasil riset gabungan antara Katadata Insight Center dengan Kementerian Komunikasi dan Informatika (2021) menunjukkan penilaian dari mayoritas masyarakat bahwa *e-wallet* merupakan produk layanan keuangan yang paling rentan terhadap kebocoran data pribadi dengan persentase paling tinggi mencapai 36,6% dibandingkan dengan metode pembayaran lainnya (databoks.katadata.co.id, 2021).

Oleh karena itu, faktor keamanan merupakan faktor yang perlu diperhatikan secara serius oleh penyedia layanan agar dapat meminimalkan persepsi negatif yang timbul atas risiko yang terjadi. Menurut Sudono et al. (2020) *perceived security* merupakan persepsi konsumen mengenai tingkat keamanan terhadap ancaman dalam menggunakan pembayaran seluler (misalnya penggunaan data yang tidak sah atau pencurian data). Menurut Mukherjee dan Nath dalam Purwanto et al. (2020) mengidentifikasi bahwa fitur privasi dan keamanan adalah kunci utama yang secara positif memengaruhi *intention* pengguna. Selain itu, faktor keamanan memiliki pengaruh besar terhadap minat seseorang dalam menggunakan dompet digital dan pada akhirnya memengaruhi minat untuk menggunakan secara berkelanjutan (Siagian et al., 2022).

Tabel 1. 4 Keluhan Negatif Mengenai *Perceived Security* Dengan Rentang Waktu Januari – Februari 2024

Kategori Keluhan	Jumlah Keluhan
Kehilangan saldo secara tiba - tiba	65
Tidak mendapatkan kode verifikasi (OTP)	32
Akun mudah dibobol	53

Sumber : Playstore diolah (2024)

Berdasarkan Tabel 1.2 terdapat keluhan – keluhan negatif yang mencerminkan kondisi sebenarnya terkait kekhawatiran terhadap masalah keamanan selama bertransaksi oleh pengguna di Kota Semarang. Adapun keluhan yang dialami pengguna diantaranya sebanyak 65 keluhan dari pengguna yang kehilangan saldo secara tiba-tiba, sebanyak 32 keluhan dari pengguna yang tidak mendapat kode verifikasi (OTP) dan sebanyak 53 keluhan dari pengguna mengenai akun yang mudah dibobol. Permasalahan yang dialami pengguna akan menciptakan persepsi negatif yang berhubungan dengan keamanan informasi keuangan pribadi sehingga perusahaan perlu memperhatikan keamanan aplikasinya guna meningkatkan minat untuk terus menggunakan layanan *e-wallet* DANA.

Tentu saja keluhan negatif pengguna yang sering mengalami kendala dalam penggunaannya akan memengaruhi niat untuk terus menggunakan dompet digital di masa mendatang. *Continuance intention* sebagai tahapan lanjutan dari penerimaan individu pada suatu teknologi yang terbentuk melalui harapan pengguna sebelum menggunakan teknologi dan membandingkan pengalaman yang diterimanya setelah menggunakan (Olivia & Marchyta, 2022). Pengalaman positif dalam penerimaan awal pengguna, bukan hanya memengaruhi *intention*, tetapi juga memengaruhi *continuance intention* suatu teknologi. Oleh karena itu, perusahaan

perlu memperhatikan faktor – faktor yang dapat memengaruhi *continuance intention to use* seperti *perceived ease of use*, *perceived usefulness*, dan *perceived security*.

Pernyataan tersebut diperkuat dengan penelitian yang dilakukan oleh Purnama & Sari (2021) yang menyatakan bahwa *perceived ease of use* memiliki pengaruh yang signifikan dan positif terhadap *continuance intention to use e-wallet*. Namun, hasil penelitian ini memiliki perbedaan dengan penelitian yang dilakukan oleh Oktavendi & Arisanti (2021) menyebutkan bahwa *perceived ease of use* tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap *continuance intention to use Jenius App*. Kemudian, penelitian yang dilakukan oleh Purnama & Sari (2021) juga menjelaskan bahwa *perceived usefulness* memiliki pengaruh signifikan dan positif terhadap *continuance intention to use e-wallet*. Akan tetapi, hasil penelitian ini berbeda dengan penelitian yang dilakukan Chaveesuk et al. (2021) yang menyatakan bahwa *perceived usefulness* tidak mempengaruhi secara positif terhadap *continuance intention to use digital payments*.

Penelitian yang dilakukan oleh Bayu & Kismiatun (2022) menunjukkan bahwa variabel *perceived security* memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap *continuance intention e-wallet*. Namun, hasil penelitian tersebut tidak sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Budirahardjo & Laksmidewi (2022) menyatakan bahwa *perceived security* tidak memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap *continuance intention* penggunaan dompet digital di Pulau Jawa.

Adanya perbedaan hasil penelitian terdahulu menunjukkan bahwa *perceived ease of use*, *perceived usefulness* dan *perceived security* penting untuk diteliti. Hal ini dikarenakan preferensi, sikap dan persepsi mengenai penggunaan layanan dari setiap orang berbeda-beda. Berdasarkan fenomena – fenomena yang telah diuraikan di atas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian terkait variabel – variabel tersebut yang bertujuan untuk melihat adanya “**Pengaruh *Perceived Ease Of Use*, *Perceived Usefulness*, dan *Perceived Security* terhadap *Continuance Intention To Use* pengguna *E-Wallet* (Studi pada pengguna *e-wallet* DANA di Kota Semarang)**”.

1.2. Rumusan Masalah

E-wallet DANA merupakan aplikasi buatan PT Espay Debit Indonesia Koe yang dirilis pada tahun 2018. Hadirnya *e-wallet* DANA bertujuan untuk menggantikan pembayaran tunai menjadi pembayaran non-tunai dengan menawarkan sejumlah keunggulan layanan kepada penggunanya berupa kemudahan, kecepatan, dan keamanan yang lebih terjamin dibandingkan alat pembayaran digital lainnya. Diketahui bahwa pada tahun 2022 survei yang dilakukan oleh Insight Asia menempatkan DANA pada posisi keempat dengan persentase sebesar 45 persen dalam kategori dompet digital yang digunakan dalam 3 bulan terakhir. Hal ini juga didukung oleh data pada Tabel 1.1 mengenai jumlah pengguna dan pertumbuhan dompet digital DANA di Kota Semarang yang mengalami fluktuatif pada rentang tahun 2018 hingga 2022. Kenaikan yang signifikan terjadi pada tahun 2020 dan 2021 sebesar 801.315 pengguna di tahun 2020 dan 862.121 pengguna di tahun 2021, tetapi pada tahun 2022 mengalami

penurunan yang cukup besar sebesar -18.31% atau menjadi 704.231 pengguna. Penurunan ini tentunya menandakan bahwa terjadi permasalahan dalam penggunaan *e-wallet* DANA sehingga sejumlah pengguna memilih untuk tidak melanjutkan penggunaannya.

Ditemukan adanya keluhan – keluhan negatif dari pengguna di Kota Semarang yang sering mengalami kendala dalam rentang waktu Januari – Februari tahun 2024. Adapun keluhan tersebut sebanyak 62 keluhan yang mengalami masalah sistem seperti terjadi *error*, lemot dan sistem sedang sibuk, sebanyak 46 keluhan yang sulit login akun, sebanyak 44 keluhan yang tidak bisa *upgrade* akun *premium*, sebanyak 46 keluhan yang gagal melakukan pembelian dan pembayaran tagihan (pulsa, saldo *e-money*, internet, air, dan listrik), sebanyak 102 keluhan yang tidak dapat melakukan transaksi (transfer, top up, dan tarik tunai), sebanyak 65 keluhan yang kehilangan saldo secara tiba-tiba, sebanyak 32 keluhan yang tidak mendapat kode verifikasi (OTP) dan sebanyak 53 keluhan mengenai akun yang mudah dibobol. Dari permasalahan yang dialami pengguna tersebut akan menimbulkan pengalaman negatif. Jika pengguna mengalami pengalaman negatif dalam penggunaannya akan mempengaruhi minat untuk melanjutkan penggunaan di masa mendatang.

Berdasarkan pernyataan *continuance intention to use* pada penelitian terdahulu dapat dipengaruhi oleh berbagai faktor seperti *perceived ease of use*, *perceived usefulness*, dan *perceived security* sehingga dapat dirumuskan permasalahan, sebagai berikut :

1. Apakah *perceived ease of use* dapat memengaruhi *continuance intention to use* pengguna *e-wallet* DANA di Kota Semarang ?
2. Apakah *perceived usefulness* dapat memengaruhi *continuance intention to use* pengguna *e-wallet* DANA di Kota Semarang ?
3. Apakah *perceived security* dapat memengaruhi *continuance intention to use* pengguna *e-wallet* DANA di Kota Semarang ?
4. Apakah *perceived ease of use*, *perceived usefulness* dan *perceived security* secara simultan dapat memengaruhi *continuance intention to use* pengguna *e-wallet* DANA di Kota Semarang ?

1.3. Tujuan Penelitian

Pada penelitian ini akan dibahas mengenai *perceived ease of use*, *perceived usefulness* dan *perceived security* yang akan memengaruhi *continuance intention to use* pengguna *e-wallet* DANA, sehingga yang menjadi tujuan dalam penelitian ini, sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui apakah *perceived ease of use* dapat memengaruhi *continuance intention to use* pengguna *e-wallet* DANA di Kota Semarang.
2. Untuk mengetahui apakah *perceived usefulness* dapat memengaruhi *continuance intention to use* pengguna *e-wallet* DANA di Kota Semarang.
3. Untuk mengetahui apakah *perceived security* dapat memengaruhi *continuance intention to use* pengguna *e-wallet* DANA di Kota Semarang.

4. Untuk mengetahui apakah *perceived ease of use*, *perceived usefulness* dan *perceived security* secara bersama – sama atau simultan dapat memengaruhi *continuance intention to use* pengguna *e-wallet* DANA di Kota Semarang.

1.4. Kegunaan Penelitian

1. Bagi Penulis

Kegunaan penelitian ini diharapkan memberi wawasan, pengetahuan dan sebagai implementasi ilmu pengetahuan yang telah diperoleh selama menjadi mahasiswa di Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Diponegoro Semarang, terkhusus mengenai perilaku konsumen serta subjek terkait variabel yang diteliti yakni *perceived ease of use*, *perceived usefulness*, *perceived security* dan *continuance intention to use*.

2. Bagi Perusahaan

Kegunaan penelitian untuk perusahaan bisa memberi saran dan pertimbangan bagi manajemen DANA dalam meningkatkan pelayanan, memberikan kemudahan, manfaat yang dirasakan dan keamanan yang baik sehingga dapat meningkatkan minat pengguna dalam menggunakan aplikasi DANA secara berkelanjutan.

3. Bagi Pihak Lainnya

Hasil penelitian ini diharapkan berguna sebagai pertimbangan maupun studi literatur bagi pihak-pihak yang akan melakukan dan mengembangkan variabel lainnya pada penelitian selanjutnya. Selain itu,

dapat memberikan kontribusi keilmuan yang mampu memberikan manfaatnya di dalam dunia akademis dan nonakademis.

1.5. Kerangka Teori

1.5.1. Perilaku Konsumen

Menurut Kotler & Keller (2009) menjelaskan bahwa perilaku konsumen sebagai studi tentang bagaimana individu, kelompok, dan organisasi, memilih, membeli, menggunakan, dan bagaimana barang, jasa, ide, atau pengalaman untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan mereka. Hal yang sama juga dikemukakan oleh Schiffman & Kanuk (2007) menjelaskan bahwa perilaku konsumen merupakan studi mengenai cara individu dalam mengambil keputusan untuk memanfaatkan sumber daya yang tersedia seperti waktu, uang, dan usaha untuk membeli barang yang berhubungan dengan kegiatan konsumsi.

Menurut Hawkins dan Mothersbaugh (2007) "*consumer behavior is the study of individuals, groups, or organization and the processes they use to select, secure, use, and dispose of products, services, experiences, or ideas to satisfy needs and the impacts that these processes have on the consumer and society*". Artinya, perilaku konsumen adalah studi tentang individu, kelompok, atau organisasi dan proses yang mereka gunakan untuk memilih, mengamankan, menggunakan, dan membuang produk, layanan, pengalaman, atau ide untuk memuaskan kebutuhannya dan dampak dari proses ini pada konsumen dan masyarakat. Dapat disimpulkan bahwa perilaku konsumen merupakan bagaimana tindakan atau keputusan seseorang baik secara individu dan kelompok dalam mempertimbangkan untuk memilih, membeli, dan menggunakan barang atau jasa yang sesuai dengan

keinginan dan kebutuhannya. Saat konsumen membuat keputusan pembelian, mereka cenderung mempertimbangkan produk atau jasa yang sesuai dengan kebutuhan dan keinginan mereka.

Perilaku konsumen terjadi ketika produk atau layanan yang dicari berhasil memenuhi kriteria atau memuaskan keinginan konsumen tersebut. Dalam hal ini, perilaku konsumen mencerminkan proses pengambilan keputusan yang dilakukan oleh konsumen untuk mencapai tujuan mereka dalam memenuhi kebutuhan atau keinginan mereka. Seorang konsumen dalam menentukan keputusan pembelian produk atau jasa dipengaruhi oleh beberapa faktor baik secara internal maupun eksternal. Menurut Kotler & Keller (2009) mengklasifikasikan faktor tersebut seperti faktor budaya, faktor sosial, faktor pribadi dan faktor psikologis.

1. Faktor Budaya

Budaya merupakan faktor yang mempunyai pengaruh yang paling luas dan mendalam untuk mempengaruhi perilaku dalam melakukan pembelian. Faktor budaya terdiri dari budaya, sub budaya, dan kelas sosial.

- a. Budaya adalah faktor penentu paling dasar dari keinginan dan perilaku seseorang. Budaya merupakan sekumpulan nilai (*value*), persepsi, keinginan, dan perilaku yang dipelajari melalui keluarga dan institusi utama lainnya.
- b. Sub Budaya adalah bagian dari budaya yang memiliki struktur lebih kecil untuk memberikan identifikasi dan sosialisasi yang lebih

spesifik untuk anggotanya. Sub budaya meliputi agama, kelompok ras, kebangsaan dan wilayah geografis

- c. Kelas Sosial merupakan suatu pengelompokan individu berdasarkan minat, nilai, dan perilaku. Kelas sosial sebagai kelompok masyarakat yang relatif permanen dan teratur yang tersusun secara hierarki.

2. Faktor Sosial

Faktor sosial merupakan faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen berdasarkan perilaku kelompok referensi, keluarga, peran dan status sosial dari konsumen.

- a. Kelompok Referensi merupakan kelompok yang mempunyai pengaruh langsung dan tidak langsung terhadap sikap atau perilaku seseorang. Kelompok ini mempengaruhi anggotanya dengan tiga cara yakni memperkenalkan perilaku dan gaya hidup baru, mempengaruhi sikap dan konsep diri, serta menciptakan tekanan yang dapat mempengaruhi pilihan produk atau merek yang dipilih oleh anggotanya.
- b. Keluarga merupakan organisasi pembelian konsumen yang paling penting di dalam masyarakat dan peran anggota keluarga menjadi kelompok referensi primer yang paling berpengaruh. Terdapat dua keluarga dalam pembeli yakni keluarga prokreasi (*family of procreation*) terdiri dari pasangan dan anak, dan keluarga orientasi (*family of orientation*) terdiri dari orang tua dan saudara kandung.

- c. Peran dan status merupakan kedudukan seseorang yang ditentukan berdasarkan peran dan statusnya di lingkungan. Setiap orang berpartisipasi dalam banyak kelompok seperti keluarga dan organisasi. Dengan kata lain, Kelompok sering menjadi sumber informasi penting bagi seseorang dalam menentukan pembelian produk/jasa yang tepat.

3. Faktor Pribadi

Individu dalam menentukan keputusan pembeliannya dipengaruhi oleh karakteristik pribadinya seperti usia dan siklus hidup pembeli, pekerjaan dan keadaan ekonomi, kepribadian dan konsep diri serta gaya hidup dari konsumen.

- a. Usia dan tahap siklus hidup individu dalam membeli barang atau jasa biasanya disesuaikan dengan usia mereka. Kebutuhan dan keinginan individu akan berubah sesuai dengan usianya.
- b. Pekerjaan dan keadaan ekonomi seseorang akan mempengaruhi pembelian barang dan jasa. Keadaan ekonomi seseorang akan berpengaruh dalam menentukan produk atau jasa yang dipilih sesuai dengan pendapatannya.
- c. Kepribadian dan konsep diri merupakan sekumpulan sifat psikologis yang berbeda dari setiap individu yang menyebabkan respons relatif konsisten dan tahan lama terhadap lingkungannya. Setiap individu memiliki kepribadian sendiri yang mempengaruhi perilaku pembeliannya.

- d. Gaya hidup merupakan pola kehidupan seseorang yang didasarkan dalam aktivitas, minat dan opininya. Gaya hidup akan sangat mempengaruhi pola tindakan dan perilaku individu dalam keputusan pembelian suatu produk dan jasa.

4. Faktor Psikologis

Individu dalam menentukan keputusan pembeliannya dipengaruhi oleh faktor psikologis utama seperti persepsi, motivasi, pembelajaran, keyakinan dan sikap.

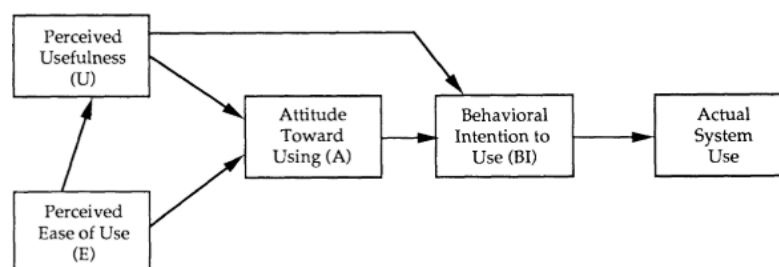
- a. Persepsi merupakan proses dimana individu memilih, mengorganisasikan dan menafsirkan informasi untuk menciptakan suatu gambaran yang berarti. Persepsi ini melibatkan interpretasi seseorang terhadap suatu kejadian berdasarkan pengalaman sebelumnya. Suatu informasi yang sama dapat dipersepsikan secara berbeda oleh orang yang berbeda. Persepsi seseorang terhadap informasi dipengaruhi oleh pengalaman, pendidikan, perhatian, minat, pengetahuan, dan faktor-faktor lainnya.
- b. Motivasi merupakan tekanan yang kuat mendorong seseorang dalam memilih suatu produk untuk memenuhi kebutuhan dan mencari kepuasan.
- c. Pembelajaran merupakan perubahan perilaku yang terjadi pada seseorang sebagai hasil dari adanya pengalaman. Hasil

pembelajaran ini dipengaruhi oleh tanggapan, rangsangan, dorongan dan penguatan.

- d. Keyakinan dan sikap merupakan pemikiran deskriptif seseorang terhadap sesuatu. Keyakinan pada dasarnya berupa pengetahuan, pendapat atau kepercayaan tentang produk. Hal ini yang akan mempengaruhi keputusan perilaku pembelian seseorang.

1.5.2. *Technology Acceptance Model*

Teori yang dianggap berpengaruh dan berguna untuk menjelaskan penerimaan individu dalam mengadopsi sistem teknologi informasi adalah model penerimaan teknologi (*Technology Acceptance Model*). Teori TAM pertama kali diperkenalkan oleh Davis, (1986). Teori TAM sebagai hasil dari pengembangan *Theory Of Reasoned Action* (TRA) oleh Ajzen dan Fishbein (1980) yang menunjukkan bahwa minat dari seseorang untuk menerima teknologi merupakan tindakan yang dilakukan secara sadar yang dapat dilihat dari perilakunya. Menurut Jogiyanto (2007) model penerimaan teknologi merupakan suatu model yang digunakan untuk menjelaskan pengguna dalam menerima sistem teknologi informasi.



Sumber : Davis (1989)

Gambar 1. 4 *Technology Acceptance Model* (TAM)

Menurut Davis et al. (1989) model TAM menjelaskan elemen utama yang mempengaruhi perilaku pengguna dalam mengadopsi teknologi informasi yang ditentukan oleh dua konstruk utamanya yaitu *perceived ease of use* dan *perceived usefulness*. Pada teori TAM variabel *perceived ease of use* dan *perceived usefulness* pada dasarnya memiliki pengaruh terhadap *attitude toward using*. Sikap yang positif terhadap penggunaan teknologi juga mendorong niat perilaku untuk menggunakan teknologi (*behavioral intention to use*). Selain itu, niat perilaku untuk menggunakan (*behavioral intention to use*) dapat dipengaruhi secara langsung dari *perceived usefulness* bila teknologi tersebut dapat memberikan manfaat yang signifikan. Selanjutnya, niat menggunakan teknologi (*behavioral intention to use*) yang sudah terbentuk akan mempengaruhi perilaku penggunaan sebenarnya.

Model TAM telah banyak dimodifikasi khususnya dalam memprediksi faktor – faktor yang dapat memengaruhi seseorang menggunakan *digital payment system* dengan menambahkan faktor eksternal yaitu *perceived security* (Purwanto et al., 2020). Faktor keamanan dianggap penting untuk diperhatikan agar pengguna mendapatkan jaminan keamanan keuangan selama proses transaksi (Siagian et al., 2022). Teori TAM (*Technology Acceptance Model*) mempunyai beberapa kelebihan dalam menjelaskan perilaku penggunaan sistem teknologi informasi. Menurut Jogiyanto (2007) terdapat 4 kelebihan teori TAM, sebagai berikut :

1. *Technology Acceptance Model* merupakan model perilaku yang berguna untuk menjawab pertanyaan mengapa banyak sistem teknologi informasi gagal diterapkan karena pemakainya tidak mempunyai minat (*intention*) untuk menggunakannya.

2. *Technology Acceptance Model* dikembangkan dengan dasar teori yang kuat.
3. *Technology Acceptance Model* telah diuji dengan banyak penelitian dan hasil penelitian tersebut sebagian besar mendukung dan menyimpulkan bahwa TAM merupakan model yang baik.
4. *Technology Acceptance Model* merupakan model yang parsimoni (*parsimonious*) adalah model yang sederhana tetapi valid.

Penelitian terdahulu yang menggunakan TAM untuk dilakukan pengujian mengenai *continuance intention to use digital payments*, seperti penelitian yang dilakukan oleh Oktavendi & Arisanti (2021) yang menggunakan variabel *perceived ease of use* dan *perceived usefulness* terhadap *continuance intention to use*. Penelitian yang dilakukan oleh Chaveesuk et al. (2021) menyatakan bahwa *continuance intention to use* dapat dilihat melalui variabel independen yaitu *perceived ease of use* dan *perceived usefulness*. Selain itu, penelitian yang dilakukan oleh Garrouch (2021) menggunakan dua konstruk utama TAM yaitu *perceived usefulness* dan *perceived ease of use* serta *perceived security* untuk mengetahui *continuance intention to use*.

Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk memprediksi perilaku pengguna dalam *continuance intention to use* berdasarkan *Technology Acceptance Model* (TAM) dengan menggunakan variabel dari konstruk TAM yaitu *perceived ease of use*, *perceived usefulness*, dan *perceived security* yang akan dilakukan pengujian sebagai variabel yang akan memengaruhi *continuance intention to use*.

1.5.3. *Continuance Intention To Use*

Continuance intention to use menjadi peran penting dalam kesuksesan teknologi. Suatu teknologi dapat dikatakan berhasil apabila banyak pengguna yang tetap menggunakannya. Menurut Bhattacharjee (2001) *continuance intention* berkaitan dengan kecenderungan pengguna dalam berekspektasi atau harapan yang dapat terpenuhi dari penggunaan teknologi. Dengan kata lain, perilaku keberlanjutan individu dalam menggunakan suatu teknologi berdasarkan seberapa besar terpenuhinya harapan awal dengan pengalaman yang sebenarnya. Menurut Atcharyachanvanich et al. dalam Unarto et al. (2022) "*continuance intention is a consumer who has purchased or used goods and services and intends to continue to buy or use the service again*". Artinya, *continuance intention* merupakan konsumen yang telah melakukan pembelian dan menggunakan barang dan jasa berniat untuk membeli dan menggunakan kembali secara terus menerus. Sedangkan menurut Shang & Wu (2017) mendefinisikan bahwa *continuance intention* merupakan niat individu untuk tetap menggunakan layanan aplikasi tertentu secara terus menerus dan kesediaan untuk membayar. Dapat disimpulkan bahwa *continuance intention* merupakan niat atau dorongan individu untuk tetap menggunakan aplikasi tertentu dalam jangka waktu yang akan datang dengan memperhitungkan kemungkinan dan situasi yang ada.

Continuance intention to use adalah langkah melanjutkan penggunaan setelah keputusan penerimaan awal untuk menggunakan (Chang & Zhu, 2012). *Continuance intention to use* pada dasarnya mirip seperti perilaku pembelian kembali. Dalam konteks ini, seseorang cenderung mengikuti keputusan awal yang

di dasarkan pada penerimaan awal penggunaan. Namun, ada kemungkinan untuk berhenti menggunakan jika harapan yang diharapkannya tidak sebanding dengan pengalaman nyata yang dialaminya (Bhattacharjee, 2001). Oleh karena itu, pengguna akan membentuk harapan sebelum menggunakan suatu teknologi dan membandingkannya dengan pengalaman sebenarnya. Apabila pengguna merasakan pengalaman positif selama menggunakan teknologi yang dipengaruhi oleh beberapa faktor seperti kemudahan penggunaan, manfaat, dan keamanan yang akhirnya akan mempengaruhi keputusan pengguna berupa keinginan untuk terus menggunakan *e-wallet* tersebut (Olivia & Marchyta, 2022). Lebih lanjut, Amoroso & Lim (2017) menjelaskan bahwa pengguna telah menentukan akan terus menggunakan *e-wallet* pada dasarnya bersifat rasional dan disengaja. Dalam membuat keputusan yang masuk akal tersebut didasarkan atas apa yang dirasakannya.

Adapun indikator yang dijelaskan oleh Shang & Wu, (2017) untuk mengukur niat individu untuk terus menggunakan teknologi, antara lain :

1. Berniat untuk tetap menggunakan sistem untuk bekerja atau untuk pribadi saya (*Intend to keep using system for work or for my personal*).
2. Jika bisa, saya akan menggunakan sistem ini sesering mungkin (*If could, I will use the system as frequently as possible*).
3. Akan merekomendasikan sistem ini kepada orang lain (*Will recommend the system to other people*).

1.5.4. Perceived Ease Of Use

Perceived ease of use merupakan salah satu aspek penting untuk menjelaskan bagaimana individu mulai mengadopsi atau menerima teknologi (Mun et al., 2017). Menurut Gupta et al. (2023) mendefinisikan bahwa *perceived ease of use* merupakan suatu tingkat keyakinan pengguna yang merasa percaya bahwa menggunakan sistem tertentu akan mudah atau bahkan tidak diperlukan usaha. Menurut Jogiyanto (2007) “*perceived ease of use is the extent to which a person believes that using a technology will be free of effort*”. Dapat diartikan bahwa *perceived ease of use* merupakan sejauh mana individu percaya bahwa menggunakan suatu teknologi akan bebas dari usaha kesulitan. Dari pendapat ahli diatas dapat disimpulkan bahwa *perceived ease of use* merupakan suatu tingkat keyakinan atau kepercayaan individu untuk menggunakan teknologi khususnya *e-wallet* yang dalam penggunaannya tidak dibutuhkan usaha lebih dalam mempelajari dan mengoperasikan sehingga dapat membantu pekerjaan menjadi lebih mudah.

Kemudahan penggunaan akan terbentuk jika adanya kenyamanan dan rasa percaya diri oleh individu saat mempelajari dan menggunakan layanan *fintech* (Daragmeh et al., 2021). Terbentuknya keyakinan (*belief*) individu terhadap suatu teknologi, apabila penggunaan teknologi tersebut mudah untuk dipelajari dan dioperasikan, maka individu akan menggunakannya. Namun, bila penggunaan teknologi tidak mudah untuk dioperasikan dan membutuhkan banyak usaha dalam mempelajarinya, maka individu tidak akan menggunakannya dan cenderung memilih teknologi lainnya (Jogiyanto, 2007). Semakin sedikit upaya atau usaha yang dilakukan individu saat mempelajari dan menggunakan *e-wallet* akan

memberikan pengalaman positif bagi individu. Dari pengalaman positif yang didapatkan akan membentuk minat perilaku individu tersebut untuk tetap menggunakannya.

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

1. Kemudahan mempelajari cara menggunakan internet (*Learning to use the internet is easy for me*).
2. Interaksi pengguna dengan internet jelas dan dapat dimengerti (*My Interaction with the internet is clear and understandable*).
3. Mudah untuk menjadi terampil dalam menggunakan internet (*It is easy for me to become skillfull at using the internet*).
4. Internet mudah digunakan (*I find the internet easy to use*).

1.5.5. Perceived Usefulness

Seseorang yang memiliki ketertarikan terhadap penggunaan suatu teknologi yang dapat memberikan manfaat dan meningkatkan kinerja pekerjaannya mengindikasikan bahwa sistem teknologi yang digunakan memiliki tingkat kegunaan yang tinggi. Menurut Davis dalam Gupta et al., (2023) "*Perceived usefulness defined to as the degree of belief of a user to enhance his/her performance using new technology*". Artinya, *perceived usefulness* merupakan suatu tingkat keyakinan atau kepercayaan individu dalam menggunakan teknologi akan dapat meningkatkan kinerja pekerjaannya. Sedangkan, menurut Jogiyanto (2007) mendefinisikan *perceived usefulness* sebagai sejauh mana individu percaya

bahwa dengan menggunakan teknologi akan meningkatkan kinerja pekerjaannya. Dari pendapat ahli diatas, dapat disimpulkan bahwa *perceived usefulness* merupakan suatu tingkat keyakinan individu untuk menggunakan teknologi khususnya *e-wallet* yang dalam penggunaannya dapat membantu dan meningkatkan pekerjaannya ketika melakukan transaksi.

Seorang individu yang menganggap teknologi mampu meningkatkan kinerja pekerjaan tanpa kesulitan lebih mungkin untuk mengadopsi teknologi tersebut (Chi, 2018). Hal ini dikarenakan adanya Keyakinan (*belief*) individu yang menjadi salah satu proses pengambilan keputusan untuk menggunakan suatu teknologi. Keyakinan ini didasarkan atas manfaat yang akan diterima dan kemudahan dalam penggunaannya. Jika manfaat yang diterima sesuai dengan harapannya, maka akan menentukan keputusan individu untuk tetap menggunakannya. Namun, apabila penggunaan teknologi tidak memberikan manfaat dan tidak membantu pekerjaannya, maka sebaliknya individu tidak akan menggunakannya dan cenderung akan menggunakan teknologi yang lain (Jogiyanto, 2007). Oleh karena itu, *perceived usefulness* merupakan faktor kunci yang dapat membentuk pola pikir individu untuk menggunakan dan minat untuk terus menggunakan layanan *e-wallet* (Foroughi et al., 2019).

Untuk mengetahui *perceived usefulness* pengguna perlu dilakukan pengukuran dan pengujian. Menurut Jogiyanto (2007) terdapat beberapa indikator dari *perceived usefulness*, sebagai berikut :

1. Menggunakan internet dapat memungkinkan untuk menyelesaikan banyak pekerjaan dengan lebih cepat (*Using the internet can enable to accomplish task more quickly*).
2. Menggunakan internet dapat meningkatkan produktivitas (*Using the internet can increase my productivity*)
3. Menggunakan internet dapat meningkatkan efektivitas (*Using the internet can enhance my effectiveness*)
4. Secara Keseluruhan, internet akan bermanfaat dalam pekerjaan sehari-hari (*Overall, the internet would be useful in my job daily*).

1.5.6. Perceived Security

Salah satu aspek yang tidak terpisahkan dari transaksi online adalah faktor keamanan. Menurut Flavián & Guinalú dalam Siagian et al. (2022), *perceived security* merupakan kemungkinan subjektif dimana individu percaya bahwa informasi pribadi mereka tidak akan diakses, disimpan, atau dimanipulasi secara ilegal selama transit dan penyimpanan oleh orang lain. Sedangkan, menurut Sudono et al. (2020) mendefinisikan *perceived security* merupakan persepsi konsumen tentang tingkat keamanan terhadap ancaman dalam menggunakan pembayaran seluler (misalnya penggunaan data yang tidak sah atau pencurian data).

Menurut Kim et al. (2008) “*Perceived Security refers to a consumer's perception that security protection when making online transactions depends on how clearly understands the level of security measures implemented by the seller*”. Artinya, *perceived security* merujuk pada persepsi konsumen bahwa perlindungan keamanan saat melakukan transaksi online bergantung pada sejauh mana mereka

memahami tingkat tindakan keamanan yang diterapkan oleh penyedia layanan. Berdasarkan pendapat ahli tersebut dapat disimpulkan bahwa *perceived security* merupakan tingkat keyakinan individu terhadap penyedia layanan yang dapat menjamin keamanan informasi pribadinya seperti data pribadi dan data informasi keuangannya dari segala potensi ancaman penyalahgunaan, dan manipulasi oleh orang lain yang tidak berhak maupun penyedia layanan itu sendiri. Oleh karena itu penyedia layanan keuangan *online* harus memberikan keamanan yang lebih baik dibanding metode pembayaran konvensional (Purwanto et al., 2020).

Faktor keamanan dianggap sebagai faktor risiko yang dapat memengaruhi keputusan untuk membeli atau menggunakan layanan teknologi (Kahar et al., 2019). Pengguna akan memilih menggunakan *e-wallet* ketika mereka yakin bahwa sistem tersebut dilengkapi dengan mekanisme keamanan yang memadai (Iman, 2018). Sehubungan dengan hal tersebut, pengguna umumnya cenderung menggunakan layanan *e-wallet* ketika penyedia layanan tersebut telah terpercaya dan terverifikasi. Selain itu, adanya fitur keamanan yang tinggi dalam sistem pembayaran mampu meningkatkan niat pengguna untuk terus menggunakan sistem tersebut (Singh, 2020). Lebih lanjut Park & Kim (2006) menjelaskan bahwa jaminan keamanan memiliki peran penting dalam membentuk kepercayaan pengguna. Jaminan tersebut membantu mengurangi rasa kekhawatiran atas penyalahgunaan data pribadi dan data transaksinya. Jika keamanan transaksi dapat terjamin dan memenuhi ekspektasi pengguna, mereka akan bersedia memberikan informasi pribadi.

Dengan demikian, keamanan yang terjamin juga akan memberikan pengalaman positif dan dapat menciptakan minat untuk terus menggunakan layanan tersebut. Untuk mengetahui *perceived security* pengguna perlu dilakukan pengukuran dan pengujian. Menurut Sudono et al. (2020) terdapat beberapa indikator *perceived security*, sebagai berikut :

1. Menggunakan pembayaran seluler aman dari risiko pihak ketiga yang tidak sah (*Using mobile payment secure from the risk of an unauthorized third party*).
2. Menggunakan pembayaran seluler aman dari risiko penyalahgunaan penggunaan informasi pribadi saya seperti nama, tanggal lahir, alamat, nomor telepon (*Using mobile payment secure from the risk abuse of usage my personal information (ex names, birth date, address, phone number)*).
3. Menggunakan pembayaran seluler aman dari risiko penyalahgunaan informasi tagihan seperti nomor kartu, dan akun rekening bank (*Using mobile payment secure from the risk abuse of usage my billing information (ex : credit card number, and bank account data)*).

Sedangkan, menurut Kim et al. (2008) terdapat beberapa indikator untuk melakukan pengukuran *perceived security*, antara lain :

1. Vendor Web ini menerapkan langkah-langkah keamanan untuk melindungi pengguna (*This Web vendor implements security measures to protect Internet shoppers*).

2. Vendor Web ini memastikan bahwa informasi transaksional terlindungi dari perubahan atau penyalahgunaan yang tidak disengaja selama proses transmisi di Internet (*This Web vendor usually ensures that transactional information is protected from accidentally being altered or destroyed during a transmission on the Internet*).
3. Saya merasa aman dengan sistem pembayaran elektronik vendor Web ini (*I feel secure about the electronic payment system of this Web vendor*).
4. Saya bersedia menggunakan kartu kredit saya di situs ini untuk melakukan pembelian (*I am willing to use my credit card on this site to make a purchase*).
5. Saya merasa aman dalam melakukan transaksi di Website ini (*I feel safe in making transactions on this Website*).

1.5.7. Hubungan Antar Variabel

1.5.7.1. Pengaruh *Perceived Ease Of Use* Terhadap *Continuance Intention To Use*

Perceived ease of use diartikan sebagai persepsi individu yang melibatkan penilaian subjektif bahwa teknologi mudah dipahami, dipelajari dan digunakan untuk membantu pekerjaannya tanpa diperlukannya usaha yang lebih. Menurut Davis dalam Gupta et al. (2023) *perceived ease of use* merupakan suatu tingkat keyakinan individu yang merasa percaya bahwa menggunakan sistem tertentu akan mudah atau bahkan tidak diperlukan usaha. Dalam konteks *e-wallet*, kemudahan penggunaan yang dirasakan ketika interaksi dengan aplikasi *e-wallet* mudah dalam mengoperasikan dan mudah digunakan untuk proses transaksi sehari-hari menjadi

lebih efektif dan efisien. Apabila individu dalam menggunakan *e-wallet* tidak merasakan kesulitan dan tidak memerlukan usaha yang lebih, maka individu cenderung memiliki niat yang lebih tinggi untuk terus menggunakan. Hal ini diperkuat dengan penelitian yang dilakukan oleh Chaveesuk et al. (2021) menunjukkan hasil bahwa *perceived ease of use* memiliki pengaruh secara signifikan dan positif terhadap *continuance intention to use* digital payments.

Hasil penelitian yang dilakukan oleh Purnama & Sari (2021) dengan judul “*The Influence of Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use and Perceived Risk on Continuance Intention at E-Wallet DANA in Bandung*”. Menunjukkan bahwa *perceived ease of use* berpengaruh secara signifikan terhadap *continuance intention to use*. Hal ini menandakan bila kemudahan penggunaan dirasakan oleh pengguna dompet digital DANA semakin baik, maka dapat menimbulkan peningkatan *continuance intention to use* pada dompet digital DANA sebagai alat transaksi pembayaran. Berdasarkan pernyataan tersebut maka dirumuskan hipotesis, sebagai berikut :

H1 : *Perceived Ease Of Use* diduga memengaruhi secara positif dan signifikan terhadap *Continuance Intention To Use*.

1.5.7.2. Pengaruh *Perceived Usefulness* Terhadap *Continuance Intention To Use*

Perceived Usefulness merupakan persepsi individu terhadap tingkat manfaat yang diberikan dengan menggunakan teknologi dapat berguna untuk memenuhi kebutuhannya. Menurut Jogiyanto (2007) *perceived usefulness* diartikan sebagai sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan suatu teknologi akan

meningkatkan kinerja pekerjaannya. Jika *e-wallet* dapat memberikan dukungan selama proses transaksi pembayaran, maka keyakinan individu dalam menggunakannya akan meningkat. Pengalaman positif ini dapat menciptakan niat untuk terus menggunakannya. Lebih lanjut, *perceived usefulness* menjadi faktor kunci yang mempengaruhi pola pikir individu dan keputusannya untuk tetap menggunakannya layanan teknologi (Foroughi et al., 2019). Pernyataan ini dibuktikan dengan penelitian yang dilakukan oleh Purnama & Sari (2021) yang menunjukkan hasil bahwa *perceived usefulness* berpengaruh secara signifikan dan positif terhadap *continuance intention to use* pengguna dompet digital DANA.

Hasil penelitian yang dilakukan oleh Oktavendi & Arisanti (2021) dengan judul “*How To Build Continuance Intention On Jenius App Users*”. Menunjukkan bahwa *perceived usefulness* memiliki pengaruh signifikan terhadap *continuance intention to use* pengguna *Jenius App*. Adanya kesesuaian teknologi dengan manfaat yang dirasakan ini akan mempengaruhi persepsi individu mengenai kegunaan teknologi tersebut dan juga menimbulkan minat untuk menggunakannya kembali. Ketika pengguna merasakan bahwa layanan yang diberikan sesuai dengan manfaat atau kegunaannya sebagai aplikasi *mobile banking*, maka pengguna akan berniat untuk terus menggunakannya. Namun, sebaliknya jika pengguna merasa bahwa layanan yang diberikan tidak berguna maka pengguna tidak akan menggunakannya kembali. Berdasarkan pernyataan tersebut maka dirumuskan hipotesis, sebagai berikut :

H2 : *Perceived Usefulness* diduga memengaruhi secara positif dan signifikan terhadap *Continuance Intention To Use*.

1.5.7.3. Pengaruh *Perceived Security* Terhadap *Continuance Intention To Use*

Perceived security merupakan suatu keyakinan individu bahwa keamanan sistem informasi dan data yang dimilikinya tidak akan dicuri atau disalahgunakan (Kahar et al., 2019). Keamanan suatu layanan berbasis teknologi menjadi faktor risiko yang perlu dipertimbangkan oleh individu. Dalam konteks penggunaan *e-wallet*, individu menyakini bahwa menyimpan uang melalui aplikasi *e-wallet* lebih aman daripada membawa uang tunai. Keyakinan tersebut terhadap tingkat keamanan *e-wallet* yang dapat menjamin data keuangan akan memberikan pengalaman yang positif. Pengalaman positif menjadi faktor kunci dalam menentukan keputusan untuk terus menggunakan layanan *e-wallet*. Selain itu, pengguna umumnya lebih cenderung menggunakan layanan *e-wallet* ketika penyedia layanan tersebut telah terpercaya dan terverifikasi. Adanya fitur keamanan yang tinggi dalam sistem pembayaran juga mampu meningkatkan niat pengguna untuk terus menggunakan sistem tersebut (Singh, 2020). Pernyataan ini diperkuat dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Bayu & Kismiatun (2022) hasilnya menunjukkan bahwa *perceived security* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *continuance intention to use* ShopeePay.

Hasil penelitian yang dilakukan oleh Garrouch (2021) dalam penelitian yang berjudul “*Does the reputation of the provider matter? A model explaining the continuance intention of mobile wallet applications*” menyimpulkan bahwa variabel *perceived security* memiliki pengaruh positif terhadap *continuance intention*. Oleh karena itu, penting bagi perusahaan untuk menjadikan keamanan sebagai faktor yang perlu dipertimbangkan dengan baik. Perusahaan yang dapat

menerapkan sistem keamanan yang baik akan membuat penggunaanya merasa aman. Apabila pengguna menganggap bahwa sistem keamanan yang diterapkan dapat terjamin informasi data keuangan dan data pribadinya maka menciptakan pengalaman pengguna yang positif dan pada akhirnya memengaruhi keputusannya untuk terus menggunakan layanan *e-wallet* tersebut. Berdasarkan pernyataan tersebut maka dirumuskan hipotesis, sebagai berikut :

H3 : *Perceived security* diduga memengaruhi secara positif dan signifikan terhadap *Continuance Intention To Use*.

1.6. Penelitian Terdahulu

Tabel 1. 5 Penelitian Terdahulu

No.	Judul Penelitian	Variabel Penelitian	Hasil Penelitian
1.	<i>The Effect of Perceived Ease of Use, Perceived Usefulness, and Perceived Security on E-Wallet Continuance Intention of ShopeePAY Through E-Satisfaction.</i> Bayu & Kismiatun (2022)	<p>H₁ : <i>Perceived ease of use</i> berpengaruh positif dan signifikan terhadap <i>continuance intention e-wallet</i>.</p> <p>H₂ : <i>Perceived usefulness</i> berpengaruh positif dan signifikan terhadap <i>continuance intention e-wallet</i>.</p> <p>H₃ : <i>Perceived security</i> berpengaruh positif dan signifikan terhadap <i>continuance intention e-wallet</i>.</p>	<p>1. Variabel <i>perceived ease of use</i> tidak memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap <i>continuance intention e-wallet</i>.</p> <p>2. Variabel <i>perceived usefulness</i> tidak memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap <i>continuance e-wallet</i>.</p> <p>3. Variabel <i>perceived security</i> memiliki pengaruh positif</p>

No.	Judul Penelitian	Variabel Penelitian	Hasil Penelitian
			dan signifikan terhadap <i>continuance intention e-wallet</i> .
2.	Faktor yang Mendorong Intensi untuk Melanjutkan Penggunaan Dompot Digital: Studi Pada Pengguna di Pulau Jawa. Budirahardjo, M., & Laksmidewi, D (2022).	H ₁ : Pengaruh <i>perceived security</i> terhadap <i>continuance intention to use</i> dompet digital. H ₃ : Pengaruh <i>perceived usefulness</i> terhadap <i>continuance intention to use</i> dompet digital.	1. Variabel <i>perceived security</i> tidak berpengaruh terhadap <i>continuance intention to use</i> . 2. Variabel <i>perceived usefulness</i> berpengaruh terhadap <i>continuance intention to use</i> .
3.	<i>Continuance intention to use digital payments in mitigating the spread of COVID-19 virus</i> . Chaveesuk, S., Khalid, B., & Chaiyasoonthorn, W. (2022)	H ₁ : <i>Perceived usefulness</i> memiliki pengaruh positif terhadap <i>continuance intention to use digital payments</i> . H ₂ : <i>Perceived ease of use</i> memiliki pengaruh positif terhadap <i>continuance intention to use digital payments</i> .	1. Variabel <i>perceived usefulness</i> tidak mempengaruhi secara positif terhadap <i>continuance intention to use digital payments</i> . 2. Variabel <i>perceived ease of use</i> memiliki pengaruh secara signifikan dan positif terhadap <i>continuance intention digital payments</i>
4.	<i>Does the reputation of the provider matter? A model explaining the continuance intention of</i>	H ₁ : <i>perceived usefulness</i> berpengaruh positif terhadap <i>continuance intention mobile wallet applications</i> H ₂ : <i>Perceived ease of use</i> berpengaruh positif	1. Variabel <i>perceived usefulness</i> memiliki pengaruh positif terhadap

No.	Judul Penelitian	Variabel Penelitian	Hasil Penelitian
	<i>mobile wallet applications.</i> Garrouch (2021).	terhadap <i>continuance intention to use mobile wallet application.</i> H ₇ : <i>Perceived security</i> berpengaruh positif terhadap <i>continuance intention mobile wallet application.</i>	<i>continuance intention mobile wallet applications.</i> 2. Variabel <i>perceived ease of use</i> tidak memiliki pengaruh positif terhadap <i>continuance intention mobile wallet applications.</i> 3. Variabel <i>perceived security</i> memiliki pengaruh positif terhadap <i>continuance intention mobile wallet applications.</i>
5.	<i>How To Build Continuance Intention On Jenius App Users.</i> Ike Arisanti; Tri Wahyu Oktavendi (2021)	H ₁ : Pengaruh <i>perceived usefulness</i> terhadap <i>contimnuance Intention</i> H ₂ : Pengaruh <i>perceived ease of use</i> terhadap <i>continuance intention.</i>	1. Variabel <i>perceived usefulness</i> berpengaruh signifikan dan positif terhadap <i>continuance intention to use.</i> 2. Variabel <i>perceived ease of use</i> berpengaruh signifikan dan positif terhadap <i>continuance intention to use</i>
6.	<i>The Influence of Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use and Perceived Risk on Continuance Intention at E-Wallet DANA in Bandung,</i>	H ₁ : Pengaruh <i>perceived usefulness</i> terhadap <i>contimnuance Intention</i> H ₂ : Pengaruh <i>perceived ease of use</i> terhadap <i>continuance intention.</i>	1. Variabel <i>perceived usefulness</i> berpengaruh signifikan dan positif terhadap

No.	Judul Penelitian	Variabel Penelitian	Hasil Penelitian
	Purnama, M. P., & Sari, D. (2021).		<p><i>continuance intention to use.</i></p> <p>2. Variabel <i>perceived ease of use</i> berpengaruh signifikan dan positif terhadap <i>continuance intention to use</i></p>

Tabel 1. 6 Persamaan dan Perbedaan Penelitian Terdahulu

No.	Judul Penelitian	Persamaan	Perbedaan
1.	<i>The Effect of Perceived Ease of Use, Perceived Usefulness, and Perceived Security on E-Wallet Continuance Intention of ShopeePAY Through E-Satisfaction.</i> Bayu & Kismiatun (2022)	<p>1. Menggunakan variabel independen <i>perceived ease of use, perceived usefulness dan perceived security</i> untuk dilakukan pengujian terhadap <i>continuance intention to use.</i></p> <p>2. Jenis penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif karena akan menguji pengaruh antar variabel.</p>	<p>1. Menggunakan variabel mediasi yaitu <i>satisfaction.</i></p> <p>2. Teknik analisis data yang digunakan yaitu analisis <i>Structural Equation Model – Partial Least Square (SEM-PLS)</i> versi 3.0.</p> <p>3. Objek pengguna ShopeePAY generasi Z di Kota Demak.</p>
2.	Faktor yang Mendorong Intensi untuk Melanjutkan Penggunaan Dompas Digital: Studi Pada Pengguna di Pulau Jawa. Budirahardjo, M., & Laksmidewi, D (2022).	<p>1. Menggunakan variabel independen yaitu <i>perceived usefulness, dan perceived security</i> untuk dilakukan terhadap <i>Continuance intention to use.</i></p> <p>2. Jenis Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif karena akan menguji pengaruh</p>	<p>1. Menggunakan variabel mediasi yaitu <i>satisfaction.</i></p> <p>2. Teknik analisis data yang digunakan yaitu analisis <i>Structural Equation Model – Partial Least Square (SEM-PLS).</i></p>

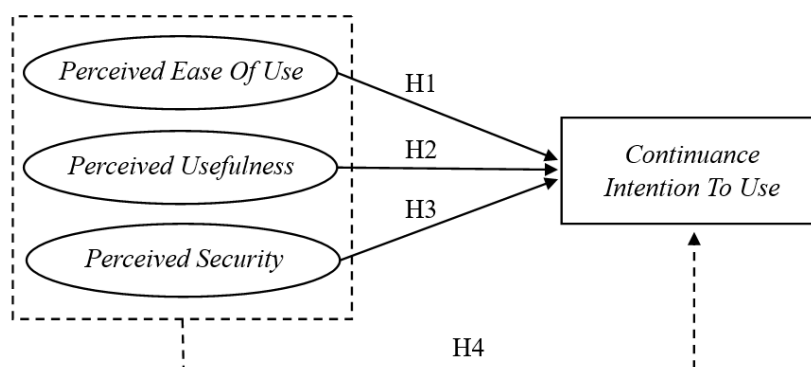
No.	Judul Penelitian	Persamaan	Perbedaan
		<p>antar variabel.</p> <p>3. Teknik pengambilan sampel menggunakan <i>purposive sampling</i></p>	<p>3. Jumlah Sampel penelitian sebanyak 350 responden yang berdomisili di Pulau Jawa dan selama 1 bulan.</p>
3.	<p><i>Continuance intention to use digital payments in mitigating the spread of COVID-19 virus.</i> Chaveesuk, S., Khalid, B., & Chaiyasoonthorn, W. (2022)</p>	<p>1. Pada penelitian ini menggunakan teori TAM sebagai dasar teori.</p> <p>2. Menggunakan variabel independen yaitu <i>perceived ease of use</i> dan <i>perceived usefulness</i> untuk dilakukan pengujian terhadap <i>continuance intention to use</i>.</p> <p>3. Jenis penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif karena akan menguji pengaruh antar variabel.</p> <p>4. Alat ukur yang digunakan yaitu Skala Likert.</p>	<p>1. Menggunakan variabel independen yaitu <i>social distancing</i> dan variabel mediasi yaitu <i>attitude</i> dan <i>satisfaction</i>.</p> <p>2. Jumlah sampel penelitian sebanyak 400 responden yang berada di thailand.</p> <p>3. Teknik analisis data yang digunakan yaitu <i>Confirmatory Factor Analysis (CFA)</i> dan <i>Structural Equation Modeling (SEM)</i> dalam AMOS 26.</p>
4.	<p><i>Does the reputation of the provider matter? A model explaining the continuance intention of mobile wallet application.</i> Garrouch (2021).</p>	<p>1. Pada penelitian ini menggunakan teori TAM sebagai dasar teori.</p> <p>2. Variabel independen yang digunakan <i>perceived ease of use</i>, <i>perceived usefulness</i>, dan <i>perceived security</i> untuk dilakukan</p>	<p>1. Menggunakan varriabel independen trust dan variabel moderasi reputasi</p> <p>2. Teknik pengambilan sampel menggunakan <i>snowball sampling</i>.</p>

No.	Judul Penelitian	Persamaan	Perbedaan
		<p>pengujian terhadap <i>continuance intention to use</i>.</p> <p>3. Jenis penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif karena akan menguji pengaruh antar variabel.</p>	<p>3. Teknik analisis data yang digunakan yaitu <i>Confirmatory Factor Analysis</i> (CFA) dan SEM dalam AMOS 24.</p>
5.	<p><i>How To Build Continuance Intention On Jenius App Users.</i> Ike Arisanti; Tri Wahyu Oktavendi (2021)</p>	<p>1. Pada penelitian ini menggunakan teori TAM sebagai dasar teori.</p> <p>2. Menggunakan variabel independen yaitu <i>perceived ease of use</i> dan <i>perceived usefulness</i> untuk dilakukan pengujian terhadap <i>continuance intention to use</i>.</p> <p>3. Jenis penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif karena akan menguji pengaruh antar variabel</p>	<p>1. Menggunakan variabel independen yaitu <i>perceived risk</i>.</p> <p>2. Teknik analisis data yang digunakan yaitu <i>Outer Model</i> dan <i>Inner Model</i> dengan bantuan Smart PLS 15.</p> <p>3. Objek penelitian merupakan pengguna Jenius App.</p>
6.	<p><i>The Influence of Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use and Perceived Risk on Intention at E-Wallet DANA in Bandung,</i> Purnama, M. P., & Sari, D. (2021).</p>	<p>1. Menggunakan variabel independen yaitu <i>perceived ease of use</i> dan <i>perceived usefulness</i> untuk dilakukan pengujian terhadap <i>continuance intention to use</i>.</p> <p>2. Jenis penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif karena akan menguji pengaruh antar variabel.</p>	<p>1. Pada penelitian ini menggunakan teori UTAUT (<i>Unified Theory of Acceptance and Use of Technology</i>).</p> <p>2. Menggunakan variabel independen yaitu <i>perceived risk</i>.</p> <p>3. Jumlah Sampel penelitian sebanyak 150 responden.</p>

No.	Judul Penelitian	Persamaan	Perbedaan
		3. Teknik pengambilan sampel penelitian ini adalah <i>Non-Probability Sampling</i> dengan jenis <i>purposive sampling</i>	4. Lokasi penelitian berada di Kota Bandung

1.7. Hipotesis

Menurut Sugiyono (2010) hipotesis adalah jawaban sementara dari rumusan masalah penelitian dengan berlandaskan teori-teori. Jawaban sementara tersebut perlu dibuktikan dengan mengumpulkan data yang sebenarnya secara empiris atau nyata dan selanjutnya untuk dilakukan pengujian.



Gambar 1. 5 Model Hipotesis Penelitian

Keterangan :

H1 : *Perceived Ease Of Use* diduga memengaruhi secara positif dan signifikan terhadap *Continuance Intention To Use*.

H2 : *Perceived Usefulness* diduga memengaruhi secara positif dan signifikan terhadap *Continuance Intention To Use*.

H3 : *Perceived Security* diduga memengaruhi secara positif dan signifikan terhadap *Continuance Intention To Use*.

H4 : *Perceived Ease Of Use*, *Perceived Usefulness*, dan *Perceived Security* diduga secara simultan memengaruhi positif dan signifikan terhadap *Continuance Intention To Use*.

1.8. Definisi Konsep

1. *Perceived Ease Of Use*

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

2. *Perceived Usefulness*

Menurut Jogiyanto (2007) mendefinisikan *perceived usefulness* sebagai sejauh mana individu percaya bahwa dengan menggunakan teknologi akan meningkatkan kinerja pekerjaannya.

3. *Perceived Security*

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

4. *Continuance Intention To Use*

Menurut Shang & Wu, (2017) mendefinisikan *continuance intention to use* adalah niat individu untuk tetap menggunakan layanan aplikasi tertentu secara terus menerus dan kesediaannya untuk membayar.

1.9. Definisi Operasional

1. *Perceived Ease Of Use*

Perceived ease of use sebagai variabel (X1) merupakan tingkat keyakinan individu merasa percaya bahwa dalam penggunaan *E – Wallet* DANA sebagai alat transaksi pembayaran digital mudah untuk dipelajari atau tidak diperlukan usaha dalam menggunakannya. Terbentuknya persepsi kemudahan penggunaan pada individu didasarkan atas pengalaman yang dialaminya berupa kemudahan dalam proses pendaftaran akun yang dapat diselesaikan dalam hitungan menit, tampilan antarmuka aplikasi yang ramah dan mudah dipahami, dan kemudahan saat melakukan transaksi pembayaran.

Adapun indikator menurut Jogiyanto (2007) untuk mengukur *perceived ease of use*, sebagai berikut :

- 1) Kemudahan dalam mempelajari cara menggunakan *e-wallet* DANA dengan mudah.
- 2) Interaksi saya dengan fitur – fitur pada *e-wallet* DANA jelas dan dapat dimengerti.
- 3) Mudah bagi saya untuk menjadi terampil dalam penggunaan *e-wallet* DANA.
- 4) *E-Wallet* DANA mudah digunakan.

2. *Perceived Usefulness*

Perceived usefulness sebagai variabel (X2) merupakan tingkat keyakinan individu merasa percaya bahwa dengan menggunakan *E – Wallet* DANA

dapat membantu dalam meningkatkan kinerja keuangannya. Terbentuknya *perceived usefulness* dalam menggunakan teknologi didasarkan atas pengalaman penggunaannya. Dalam hal ini pengalaman yang dialaminya seperti memanfaatkan fitur – fitur yang telah disediakan oleh *e-wallet* DANA untuk membantu transaksi keuangannya berupa pembayaran tagihan, pembelian pulsa & kuota, transfer uang dengan cepat dan mudah, fitur untuk melihat riwayat transaksi & fitur tabungan (*DANA Goals*), adanya program *cashback* atau penawaran khusus, dan terintegrasi dengan *e-commerce* atau merchant yang bekerjasama.

Adapun indikator menurut Jogiyanto (2007) untuk mengukur *perceived usefulness*, sebagai berikut :

- 1) Kecepatan transaksi dengan menggunakan *e-wallet* DANA lebih cepat.
- 2) Menggunakan *e-wallet* DANA mampu meningkatkan produktivitas selama transaksi.
- 3) Aktivitas transaksi akan lebih efektif menggunakan *e-wallet* DANA.
- 4) Secara keseluruhan, menggunakan *e-wallet* DANA berguna untuk transaksi pembayaran daripada aplikasi *e-wallet* lainnya.

3. *Perceived Security*

Perceived Security sebagai variabel (X3) merupakan persepsi pengguna mengenai tingkat keamanan pada *E – Wallet* DANA aman dan terhindar dari potensi ancaman penyalahgunaan data informasi atau pencurian data oleh pihak ketiga. Jika *e – wallet* DANA dapat menjamin dan memberikan

perlindungan data pengguna maupun riwayat transaksinya dari penyalahgunaan oleh pihak ketiga, maka akan menciptakan minat individu untuk tetap menggunakannya. Diketahui *e-wallet* DANA memberikan jaminan dan perlindungan keamanan yang dilakukan dengan cara memberikan fitur keamanan seperti DANA *Protection*. Selain itu juga terdapat fitur pin transaksi, autentifikasi dua faktor OTP (*one time passwords*) dan verifikasi wajah.

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

- 1) Menggunakan *e-wallet* DANA untuk bertransaksi aman dari risiko pihak ketiga.
- 2) Menggunakan *e-wallet* DANA aman dari risiko penyalahgunaan penggunaan informasi pribadi seperti nama, tanggal lahir, alamat, nomor telepon.
- 3) Menggunakan *e-wallet* DANA aman dari risiko penyalahgunaan informasi keuangan.

4. *Continuance Intention To Use*

Continuance intention to use sebagai variabel (Y) merupakan niat individu untuk tetap menggunakan layanan *E – Wallet* DANA secara terus menerus sebagai alat transaksi pembayaran digital. Niat individu untuk terus menggunakan dipengaruhi oleh pengalaman pengguna dalam memanfaatkan fitur-fitur yang ada. Jika pengalaman yang diterimanya positif akan mempengaruhi keputusan individu untuk tetap menggunakan *E*

– *Wallet* DANA sebagai metode pembayaran transaksi. Begitupun sebaliknya.

Adapun indikator menurut Shang & Wu, (2017) untuk mengukur *continuance intention to use*, sebagai berikut :

- 1) Berniat untuk tetap menggunakan *e-wallet* DANA ketika melakukan transaksi pembayaran.
- 2) Akan menggunakan *e-wallet* DANA ini dengan frekuensi yang sering untuk transaksi pembayaran.
- 3) Bersedia memberikan rekomendasi kepada orang lain untuk menggunakan *e-wallet* DANA.

1.10. Metode Penelitian

1.10.1. Tipe Penelitian

Pada penelitian ini bertipe penelitian eksplanatori dengan pendekatan kuantitatif. Penelitian eksplanatori merupakan penelitian yang bertujuan untuk mengetahui dan menjelaskan mengenai posisi dari variabel yang dikaji beserta hubungan atau korelasi antarvariabel, dan untuk menguji hipotesis yang telah dirumuskan (Sugiyono, 2010).

1.10.2. Populasi dan Sampel

1.10.2.1. Populasi

Populasi merupakan wilayah general yang meliputi atas objek atau subjek yang memiliki kualitas dan karakteristik tertentu yang ditentukan oleh peneliti untuk dipelajari dan dapat ditarik menjadi suatu kesimpulan (Sugiyono, 2010). Pada

penelitian ini yang termasuk populasi penelitian adalah seluruh masyarakat bertempat tinggal di Kota Semarang yang menggunakan *E-Wallet* DANA.

1.10.2.2. Sampel

Sampel merupakan unsur dari jumlah dan karakteristik tertentu yang dimiliki oleh populasi tersebut (Sugiyono, 2010). Pada penelitian ini sampel yang diambil tidak semua masyarakat Kota Semarang. Jika populasi besar dan peneliti tidak dapat mempelajari semua yang ada pada populasi dan adanya keterbatasan seperti waktu, tenaga, kemampuan dan dana maka peneliti dapat mengambil sampel yang mewakili dari populasi. Menurut Cooper dan Emory (1996) formula dasar untuk menentukan ukuran sampel bila populasi yang tidak terdefiniskan secara pasti jumlahnya, maka sampel ditentukan secara langsung sebanyak 100 orang responden. Penentuan sampel sebanyak 100 orang responden dinilai sudah memenuhi syarat suatu sampel representatif dari populasi yang ada. Dengan demikian, jumlah sampel yang digunakan pada penelitian ini adalah 100 orang responden yang menggunakan *E-Wallet* DANA di Kota Semarang cukup mewakili untuk diteliti.

1.10.3. Teknik Pengambilan Sampel

Teknik pengambilan sampel yang digunakan pada penelitian ini yaitu teknik *Non-Probability Sampling*. Menurut Sugiyono (2010) teknik *non-probability sampling* merupakan teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang atau kesempatan serupa bagi setiap populasi yang dipilih menjadi sampel. Pada penelitian ini praktik di lapangan untuk menyebarkan kuesioner dengan metode *accidental sampling* dan *purposive sampling*. Menurut Sugiyono (2010) *accidental*

sampling adalah teknik yang digunakan untuk penentuan sampel berdasarkan kebetulan. Dalam hal ini siapa saja yang secara kebetulan ditemui peneliti dapat digunakan sebagai sampel, jika orang yang kebetulan ditemui tersebut dipandang cocok sebagai sumber data. Sedangkan, *purposive sampling* merupakan teknik penentuan sampel dengan adanya pertimbangan-pertimbangan tertentu sesuai kriteria yang diinginkan untuk menentukan sampel yang akan diteliti (Sugiyono, 2010). Adapun kriteria tertentu responden yang dapat dijadikan sebagai sampel, sebagai berikut:

- 1) Responden dengan usia minimal 19 tahun.
- 2) Responden yang bertempat tinggal di Kota Semarang.
- 3) Responden merupakan pengguna *e-wallet* DANA yang telah melakukan transaksi minimal 3 kali dalam 3 bulan terakhir.
- 4) Responden bersedia untuk mengisi kuesioner untuk keperluan penelitian.

1.10.4. Jenis dan Sumber Data

1.10.4.1. Jenis Data

Pada penelitian ini jenis data yang digunakan adalah data kuantitatif. Data kuantitatif merupakan data yang berbentuk numerik atau angka yang dapat diukur dan dihitung secara langsung. Data ini berupa informasi atau penjelasan yang dinyatakan dalam bentuk angka atau bilangan (Sugiyono, 2010).

1.10.4.2. Sumber Data

- 1) Data Primer

Data primer merupakan sumber data yang diperoleh secara langsung dari sumber pertama atau yang memiliki hubungan dengan objek yang diteliti

(Sugiyono, 2010). Pada penelitian ini data primer diperoleh melalui penyebaran kuesioner yang akan diisi oleh responden melalui *Google Form*. Selanjutnya, hasil dari kuesioner tersebut dianalisis kembali untuk menghasilkan data utama.

2) Data Sekunder

Data sekunder merupakan sumber data yang diperoleh secara tidak langsung yang didapat dari berbagai sumber untuk mendukung data primer (Sugiyono, 2010). Data sekunder pada penelitian ini diperoleh dari jurnal, buku refrensi, skripsi, *website*, dan penelitian terdahulu.

1.10.5. Skala Pengukuran

Skala pengukuran adalah kesepakatan yang digunakan sebagai acuan untuk menentukan panjang pendeknya interval yang ada dalam alat ukur. Apabila alat ukur tersebut digunakan dalam pengukuran maka akan menghasilkan data kuantitatif (Sugiyono, 2010). Penelitian ini menggunakan alat ukur yaitu skala likert yang digunakan untuk mengukur pendapat, sikap, dan persepsi seseorang tentang fenomena sosial. Pada skala likert variabel yang diukur dijabarkan dan dijadikan sebagai indikator variabel. Selanjutnya indikator-indikator tersebut menjadi dasar untuk menyusun item-item instrumen yang berupa pernyataan atau pertanyaan. Setelah responden memberikan jawaban, hasil jawaban tersebut dikumpulkan dan dilakukan uji statistik dengan SPSS. Jawaban setiap item instrumen tersebut mempunyai nilai yang berbeda mulai dari sangat positif sampai sangat negatif. Dalam skala likert terdapat interval 1 – 5, adapun pemberian nilai skor bobot dalam mengukur variabel, sebagai berikut :

Tabel 1. 7 Skor Jawaban Skala Likert

Pernyataan	Keterangan	Bobot
SS	Katategori Sangat Setuju	5
S	Kategori Setuju	4
N	Kategori Ragu-ragu/Netral	3
TS	Kategori Tidak Setuju	2
STS	Kategori Sangat Tidak Setuju	1

Sumber : Sugiyono (2010)

1.10.6. Teknik Pengumpulan Data

1) Kuesioner

Kuesioner atau angket merupakan teknik pengumpulan data yang dapat dilakukan dengan memberi seperangkat pernyataan atau pertanyaan tertulis untuk diisi oleh responden. Selanjutnya, responden merupakan orang yang memberikan tanggapan atau menjawab pertanyaan yang diajukan sebagai alat ukur (Sugiyono, 2010). Kuesioner yang diajukan untuk dapat diisi oleh responden mengenai pengaruh *perceived ease of use*, *perceived usefulness*, dan *perceived security* terhadap *continuance intention to use*.

2) Studi Kepustakaan

Studi kepustakaan merupakan suatu teknik untuk memperoleh data dan informasi yang berasal dari sumber literatur seperti jurnal, buku, catatan, internet yang sekiranya dapat mendukung dan menjadi pedoman teoritis penelitian.

1.10.7. Teknik Analisis Data

1.10.7.1. Analisis Data Kuantitatif

Analisis data kuantitatif merupakan analisis data yang berbentuk angka-angka dan perhitungan dengan metode statistik. Analisis data ini bertujuan untuk

membuktikan kebenaran hipotesis penelitian dan memprediksi seberapa besar pengaruh antar variabel dengan bantuan program IBM SPSS *version 21*. Tahap analisis kuantitatif yang digunakan sebagai berikut:

1.10.8. Uji Validitas dan Uji Reliabilitas

1.10.8.1. Uji Validitas

Uji validitas menunjukkan sejauh mana ketepatan dan kecermatan suatu alat ukur dalam melakukan fungsinya yang digunakan untuk mengukur valid atau tidaknya suatu indikator dari variabel. Suatu indikator dinyatakan valid atau sah jika pernyataan indikator mampu mengungkapkan sesuatu yang akan diukur. Valid dapat dipahami bila indikator berguna untuk pengukuran yang akan peneliti ukur (Sugiyono, 2010). Untuk mengetahui apakah indikator tersebut valid atau tidak dapat dilakukan dengan bantuan IBM SPSS 21 yang hasilnya akan terlihat pada kolom *Corrected item Correlation*. Suatu item dikatakan mampu mengungkapkan sesuatu jika sesuai dengan kriteria penilaiannya, antara lain :

- 1) Apabila $r \text{ hitung} > r \text{ table}$, maka dapat dinyatakan item tersebut sah atau valid.
- 2) Apabila $r \text{ hitung} < r \text{ table}$, maka dapat dinyatakan item tersebut tidak valid.

1.10.8.2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah suatu alat yang digunakan untuk mengukur kuesioner yang merupakan indikator dari variabel. Pengujian ini digunakan untuk melihat apakah suatu instrumen dinyatakan reliabel dan tetap konsisten. Apabila instrumen tersebut memiliki hasil yang sama dari waktu ke waktu setiap dilakukan pengukuran, maka instrumen tersebut dinyatakan reliabel (Sugiyono, 2010).

Adapun cara yang dapat digunakan untuk menguji reliabilitas pada penelitian ini dengan menggunakan rumus koefisien Alpha Cronbach. Suatu variabel dikatakan reliabel bila memberikan nilai Cronbach Alpha $> 0,60$. Sedangkan, jika nilai koefisien Alpha Cronbach $< 0,60$ maka dapat dikatakan tidak reliabel.

1.10.8.3. Koefisien Korelasi

Uji korelasi digunakan untuk mengetahui kuat atau tidaknya pengaruh variabel independen (*perceived ease of use*, *perceived usefulness*, dan *perceived security*) terhadap variabel dependen (*continuance intention to use*). Untuk mengetahui apakah terdapat korelasi / hubungan dapat dianalisis melalui bantuan program IBM SPSS 21. Dalam menentukan kekuatan dan korelasi atau hubungan antar variabel, disajikan tabel pedoman yang digunakan untuk memberikan interpretasi, sebagai berikut :

Tabel 1. 8 Pedoman Untuk Memberikan Interpretasi Koefisien Korelasi

Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
0,00 – 0,199	Sangat Rendah
0,20 – 0,399	Rendah
0,40 – 0,599	Sedang
0,60 – 0,799	Kuat
0,80 – 1,000	Sangat Kuat

Sumber : Sugiyono, (2010)

1.10.9. Analisis Regresi

1.10.9.1. Analisis Regresi Linear Sederhana

Pada penelitian ini dilakukan analisis regresi linear sederhana bertujuan untuk mencari tahu hubungan atau pengaruh antara variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y). Model persamaan dari analisis regresi linear sederhana yang digunakan pada penelitian ini, sebagai berikut :

$$Y = a + bx + e$$

Keterangan :

Y = Variabel dependen (*continuance intention to use*).

a = konstanta.

b = koefisien regresi.

x = Variabel independen

e = Error

1.10.9.2. Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linier berganda merupakan pengembangan analisis regresi sederhana yang terdiri dari dua atau lebih variabel independen untuk meramalkan bagaimana keadaan (naik turunnya) dari variabel dependen. Jadi, analisis regresi linear berganda dapat dilakukan bila variabel independennya minimal dua. Pada penelitian ini dilakukan analisis regresi linier berganda bertujuan untuk mengetahui bagaimana pengaruh dari variabel bebas yaitu *perceived ease of use* (X1), *perceived usefulness* (X2), dan *perceived security* (X3) secara bersamaan diuji terhadap *continuance intention to use* (Y). Model persamaan analisis regresi linier berganda yang digunakan dalam penelitian ini, sebagai berikut :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3$$

Keterangan :

Y = Variabel dependen (*continuance intention to use*)

a = Konstanta

b1 = Koefisien regresi X1 terhadap Y

b_2 = Koefisien regresi X_2 terhadap Y

b_3 = Koefisien regresi X_3 terhadap Y

X_1 = Variabel independen pertama (*perceived ease of use*)

X_2 = Variabel independen kedua (*perceived usefulness*)

X_3 = Variabel independen ketiga (*perceived security*)

1.10.9.3. Koefisien Determinasi

Koefisien Determinasi bertujuan untuk mengetahui kekuatan variabel independen menjelaskan variabel terikat (dependen variabel). Dengan kata lain, koefisien determinasi dilakukan untuk melihat seberapa besar kemampuan variabel independen (X) mampu memberi penjelasan terhadap variabel dependen (Y). Untuk menggunakan analisis koefisien determinasi dapat digunakan rumus, sebagai berikut :

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

Keterangan :

KD = Koefisien determinasi

r = Determinasi

Nilai koefisien determinasi (R^2) terletak diantara 0 dan 1. Untuk dapat mengetahui seberapa jauh variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen dengan baik, dapat dilihat kriteria dibawah ini :

- 1) Apabila R^2 mendekati 0, maka variabel independen yang digunakan seperti (*perceived ease of use*, *perceived usefulness*, dan *perceived*

security) tidak mampu menjelaskan dengan baik variabel dependen (*continuance intention to use*).

- 2) Apabila R^2 mendekati angka 1, maka variabel independen yang digunakan seperti (*perceived ease of use*, *perceived usefulness*, dan *perceived security*) dapat menjelaskan dengan baik variabel dependen (*continuance intention to use*).

1.10.10. Uji Signifikan

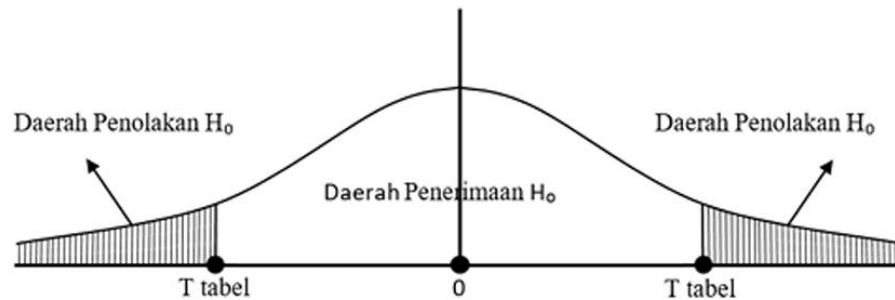
1.10.10.1. Uji Statistik t

Uji t merupakan pengujian secara individual. Pengujian ini bertujuan untuk mencari tahu seberapa kuat variabel independen (X) berpengaruh atau tidak secara parsial terhadap variabel dependen (Y). Dalam penelitian ini Uji t berguna untuk dapat mencari tahu seberapa kuat variabel independen (*perceived ease of use*, *perceived usefulness*, dan *perceived security*) yang mempengaruhi secara parsial terhadap variabel dependen (*continuance intention to use*).

Dalam uji t memiliki tingkat signifikan sebesar 5% (0.05). Adapun kriteria yang ditentukan dalam menggunakan uji t untuk melihat apakah variabel independen (X) secara parsial dapat mempengaruhi atau tidak terhadap variabel dependen (Y), sebagai berikut :

- 1) Apabila $t_{hitung} > t_{tabel}$ dengan tingkat signifikan dibawah (0,05). Maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa variabel independen (X) mempengaruhi secara parsial terhadap variabel dependen (Y).

- 2) Apabila $t_{hitung} < t_{tabel}$ dengan tingkat signifikan di atas (0,05). Maka H_0 diterima dan H_a ditolak. Hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa variabel independen (X) tidak mempengaruhi secara parsial terhadap variabel dependen (Y).



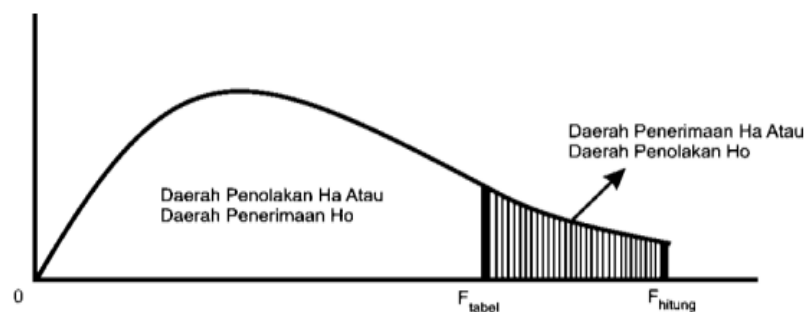
Gambar 1. 6 Kurva Uji Statistik t (One Tail)

1.10.10.2. Uji Statistik F

Dalam penelitian ini Uji statistik F pada dasarnya untuk mengetahui apakah variabel independen (X) mempunyai pengaruh secara simultan atau bersama-sama terhadap variabel dependen (Y). Adapun kriteria yang ditentukan dalam menggunakan uji F yaitu :

- 1) Penyusunan terhadap hipotesis nol (H_0) dan hipotesis alternatif (H_a)
 - a. $H_0 : B_1, B_2, B_3 = 0$, berarti tidak ada pengaruh antara variabel independen secara simultan terhadap variabel dependen. Dalam penelitian ini, variabel *perceived ease of use*, *perceived usefulness*, dan *perceived security* tidak mempengaruhi secara simultan terhadap *continuance intention to use*.

- b. $H_a : B_1, B_2, B_3 \neq 0$, berarti terdapat pengaruh antara variabel independen secara simultan terhadap variabel dependen. Dalam penelitian ini, variabel *perceived ease of use*, *perceived usefulness*, dan *perceived security* mempengaruhi secara simultan terhadap *continuance intention to use*.
- 2) Memiliki taraf signifikan sebesar 5% atau 0,05.
- 3) Melakukan perbandingan antara F_{hitung} dengan F_{tabel} .
- Apabila $F_{hitung} > F_{tabel}$ artinya H_0 ditolak dan H_a diterima. Hal ini menunjukkan bahwa variabel independen (X) secara simultan memengaruhi variabel dependen (Y).
 - Apabila $F_{hitung} < F_{tabel}$ artinya H_0 diterima dan H_a ditolak. Hal ini menunjukkan bahwa variabel independen (X) secara simultan tidak memengaruhi variabel dependen (Y).



Gambar 1. 7 Kurva Uji Statistik F (One Tail)