

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

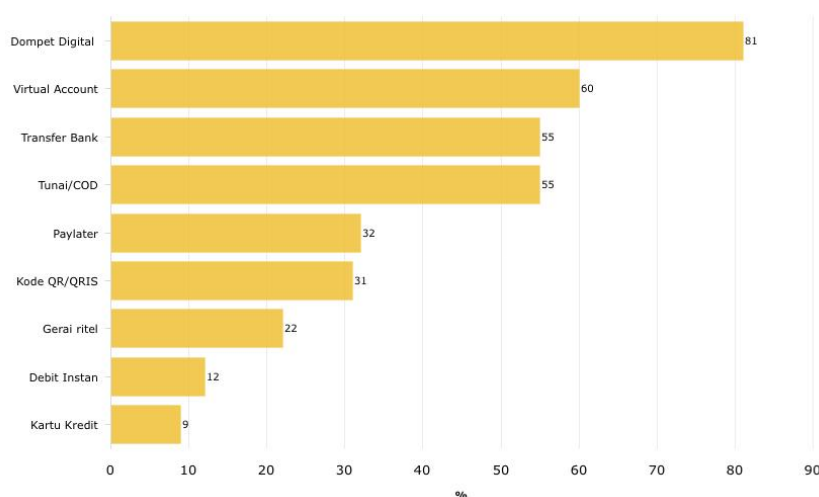
Kemajuan teknologi saat ini tentu menjadi suatu tantangan dan peluang baru bagi perusahaan bisnis khususnya pada sektor keuangan dimana untuk menyikapi perubahan ini mereka harus mampu untuk menghasilkan suatu inovasi baru dalam mendukung keberlanjutan hidup perusahaan dan memenuhi kebutuhan konsumen yang menginginkan kemudahan, kepraktisan, kecepatan dalam melakukan transaksi dan juga menjangkau aktivitasnya sehari-hari. Salah satu inovasi teknologi yang banyak diterapkan oleh sektor keuangan di Indonesia ialah *financial technology (FinTech)*.

Menurut Bank Indonesia (2018) *FinTech* diartikan sebagai perpaduan antara suatu sistem dengan pengelolaan keuangan yang muncul sejak gaya hidup masyarakat yang semakin canggih sehingga nantinya dapat mengalihkan model bisnis konvensional menjadi model bisnis moderat. Adanya *Fintech* dapat menciptakan suatu sistem dan menjadi solusi yang inovatif sehingga memungkinkan individu dan perusahaan dapat mengakses, mengelola, dan melakukan transaksi keuangan secara lebih efisien dan mudah dengan model bisnis yang lebih modern dan terhubung secara digital.

Saat ini sudah banyak layanan *Fintech* yang telah hadir di masyarakat seperti pinjaman online, bank digital, *peer to peer lending service*, dan *e-money*. Di Indonesia layanan *fintech* yang banyak digunakan untuk menunjang aktivitas

sehari-hari dalam melakukan pembayaran salah satunya yaitu uang elektronik (*e-money*). Berdasarkan Peraturan Bank Indonesia nomor 20/6/PBI/2018 Bab II Pasal 3 menjelaskan bahwa uang elektronik dapat dibagi menjadi dua media penyimpanan yaitu *server based* dan *chip based*. Pada *server based* artinya penyimpanan mengenai informasi keuangan berada di suatu *server* seperti pada dompet digital (*e-wallet*) sedangkan pada *chip based* penyimpanan mengenai informasi keuangan tersimpan oleh teknologi berbasis *chip* atau mikroprosesor yang seringkali digunakan oleh sektor perbankan.

Gambar 1. 1 Jumlah Metode Pembayaran Yang Paling Banyak Digunakan



Sumber: databoks.katadata.co.id (2022)

Berdasarkan Gambar 1.1 mengenai hasil survei melalui Katadata Insight Center (KIC) pada tahun 2022 dengan jumlah responden sebanyak 2.209 responden dapat dilihat bahwa dompet digital (*e-wallet*) meraih peringkat pertama dengan persentase sebanyak 81%. Kemudian, terdapat 60% responden yang menggunakan *virtual account*, diikuti oleh responden yang menggunakan layanan transfer bank

dan tunai atau *cash on delivery (COD)* sebanyak 55%, layanan bayar nanti atau *paylater* sebanyak 32%, QR Code Indonesian Standard atau QRIS sebanyak 31%, gerai ritel sebanyak 22%, debit instan sebanyak (12%) serta kartu kredit sebanyak 9%. Peningkatan pengguna dompet digital ini terjadi karena konsumen merasa adanya kemudahan penggunaan, terintegrasi dengan *e-commerce*, memiliki banyak fitur-fitur, keamanan yang terjamin, dan lainnya (Populix, 2022). Survei yang dilakukan IDN Media mengatakan bahwa pada tahun 2022 sebesar 70% generasi Z memiliki produk keuangan non-tunai yang dimana lebih dari separuh atau (51%) generasi Z memiliki dompet digital dan hanya (5%) Generasi Z yang memiliki *e-money*.

Di Indonesia aplikasi dompet digital (*e-wallet*) yang sudah cukup familiar di kalangan masyarakat salah satunya ialah DANA. Dompet digital DANA merupakan layanan yang dikembangkan oleh perusahaan yang berdiri di Indonesia yaitu PT Espay Debit Indonesia Koe pada tanggal 5 November 2018 dengan tujuan untuk memenuhi kebutuhan transaksi non-tunai dan non-kartu secara digital bagi masyarakat modern. Pada dompet digital DANA memiliki dua kategori pengguna akun yaitu kategori DANA *reguler* dan DANA *premium*. DANA memiliki banyak fitur – fitur yang membantu penggunanya dalam menyelesaikan transaksi keuangan.

Tabel 1. 1 Data Pengguna Dompot Digital Secara Berulang Per Tahun

No.	Dompot Digital	Tahun		
		2020 (%)	2021 (%)	2022 (%)
1	Gopay	53	58	58
2	Ovo	30	58	53
3	Shopeepay	NA	56	51
4	DANA	11	55	45
5	LinkAja	6	18	13

Sumber : diolah oleh peneliti (2024)

Berdasarkan data Tabel 1.1 dapat diketahui melalui beberapa survei yang dilakukan pada tahun 2020 hingga 2022, dompot digital GOPAY memiliki tingkat keberlanjutan penggunaan yang stabil sedangkan dompot digital DANA memiliki tingkat keberlanjutan penggunaan yang relatif tinggi pada tahun 2020 hingga 2021 tetapi pada tahun 2021 hingga tahun 2022 mengalami penurunan yang signifikan sebesar 10 persen. Penurunan tersebut juga dialami oleh OVO, ShopeePay, dan LinkAja masing-masing sebesar 5 persen. Meskipun dompot digital OVO, ShopeePay dan LinkAja juga mengalami penurunan. Jika dilihat pada tahun 2020 hingga tahun 2022 ketiganya memiliki tingkat keberlanjutan penggunaan yang relatif stabil. Hal ini menandakan bahwa dompot digital DANA memiliki masalah dalam mempertahankan keberlanjutan penggunaan. Permasalahan tersebut bisa disebabkan oleh adanya pesaing baru dan terdapat beberapa dompot digital yang berasal dari produk bawaannya seperti Gopay dari Gojek, Ovo dari Grab dan Shopeepay dari Shopee.

Sebagai perusahaan yang bergerak dibidang *financial technology* dompot digital DANA perlu memperhatikan keberlanjutan penggunaan (*continuance intention*)

oleh penggunanya. Fase keberlanjutan tersebut diartikan sebagai niat penggunaan teknologi secara berkelanjutan dengan mengikuti keputusan awal penerimaan (Bhattacharjee, 2001). Dompot digital DANA perlu meningkatkan minat pengguna untuk terus menggunakan layanan dompet digital DANA dengan memperhatikan faktor – faktor yang menjadi masalah krusial dan tanggung jawab perusahaan agar tetap kompetitif di tengah persaingan antar layanan keuangan digital yang semakin masif sehingga memperoleh kesuksesan jangka panjang. Selain itu, *continuance intention* ini penting bagi DANA karena dapat mendorong pertumbuhan bisnis dan mencerminkan seberapa baik layanan yang dirasakan pengguna sehingga dapat memperkuat persepsi mengenai layanannya.

Niat untuk melanjutkan bersifat disengaja dan rasional. Seseorang akan membuat keputusan rasional berdasarkan apa yang dirasakan dalam penggunaan teknologi tersebut yang mencakup seperti persepsi kegunaan dan persepsi kemudahan penggunaan (Amoroso & Lim, 2017) sehingga perlu adanya pengukuran untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi niat penggunaan keberlanjutan (*continuance intention*) melalui teori TAM (*Technology Acceptance Model*). Seperti penelitian yang dilakukan oleh (Zhou et al., 2018) yang menggunakan model TAM sebagai teori utama untuk membangun konseptual yang menjelaskan *continuance intention to use* dari platform *e-wallet*.

Model TAM telah dikembangkan oleh Davis et al. (1989). Dalam teori TAM menjelaskan bahwa penerimaan individu terhadap sistem teknologi informasi ditentukan oleh dua konstruk utama yaitu *perceived ease-of-use* dan *perceived usefulness* (Jogiyanto, 2007). Teori TAM sendiri digunakan untuk mengetahui

tingkat penerimaan pengguna terhadap teknologi baru seiring berkembangnya waktu jika digunakan untuk menguji minat untuk terus menggunakan sistem pembayaran digital (*Continuance Intention To Use*) pengguna telah memiliki pengalaman dan kebiasaan dalam menggunakan sistem pembayaran digital (Ankadhitra & Tamara, 2023).

Faktor pertama untuk mengetahui niat penggunaan keberlanjutan adalah *perceived usefulness*. Menurut Venkatesh & Davis, (2000) persepsi kegunaan (*perceived usefulness*) didefinisikan sebagai sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan suatu sistem akan meningkatkan kinerja pekerjaannya. Seseorang akan terus menggunakan teknologi jika dirasa dalam penggunaannya dapat memberikan manfaat untuk melakukan aktivitas tertentu (Savitha et al., 2022) Penelitian yang dilakukan oleh Ruslim & Alexandra, (2023) menyatakan bahwa *perceived usefulness* memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap *continuance usage intention* pada pengguna Sakuku. Semakin tinggi *perceived usefulness* yang diterima oleh pengguna akan meningkatkan minat pengguna untuk tetap menggunakan. Hal ini juga sejalan dengan penelitian oleh Purnama & Sari, (2022) yang menyatakan bahwa *perceived usefulness* memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap *continuance intention* pada pengguna DANA.

Seseorang yang memiliki niat penggunaan berkelanjutan akan berusaha untuk mempelajari tentang bentuk, fungsi dan manfaatnya. Setelah melakukan semua tindakan tersebut maka individu cenderung menilai apakah penerapan teknologi tersebut dapat meningkatkan keadaan dan kualitas hidupnya atau sebaliknya (Keni, 2020). Hadirnya dompet digital DANA bertujuan untuk membantu para

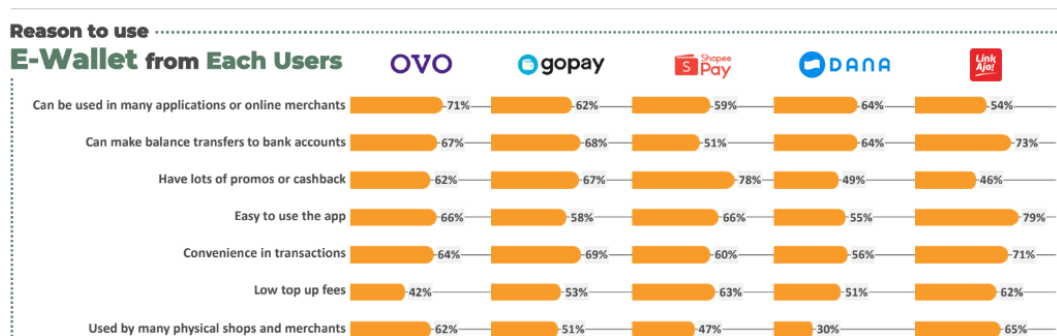
penggunanya dalam menyelesaikan aktivitas keuangan dengan menghadirkan fitur-fitur yang dapat membantu penggunaannya seperti melakukan transfer antar bank atau antar *e-wallet* dengan cepat, tarik tunai, melakukan pembayaran tagihan air dan internet, isi ulang pulsa dan listrik dengan mudah, pembayaran PBB dan pajak daerah, dan lain lain.

Faktor kedua untuk mengetahui niat penggunaan keberlanjutan (*continuance intention*) yaitu *perceived ease of use*. Menurut Raza et al., (2017) menjelaskan bahwa *perceived ease of use* sebagai persepsi pengguna atas penggunaan teknologi bahwa dalam menggunakan teknologi tidak akan menimbulkan tekanan mental dan dalam penggunaannya tidak perlu menghabiskan waktu serta tenaga. Semakin tinggi *perceived ease of use* merupakan suatu bentuk intensitas atau interaksi antara pengguna dengan sistem (Wilson et al., 2021). Hal ini menandakan bahwa semakin tinggi *perceived ease of use* dalam penggunaan teknologi maka semakin kuat interaksi pengguna dengan sistem. Seseorang yang telah menggunakan teknologi menyakini bahwa dalam menggunakan teknologi dapat memudahkannya, maka dirinya akan memiliki niat penggunaan berkelanjutan. Namun, jika dalam penggunaannya dirasa menyulitkan maka menjadi tolak ukur seseorang dalam pengambilan keputusan untuk tetap menggunakannya kembali (Nangin et al., 2020).

Pernyataan tersebut didukung dari penelitian yang dilakukan oleh Olivia & Marchyta, (2022) menyebutkan bahwa *perceived ease of use* memiliki pengaruh yang positif signifikan terhadap *continuance intention to use* pengguna *e-wallet* OVO. Pada penelitian ini disebutkan bahwa *perceived ease of use* yang semakin

tinggi dirasakan pengguna, maka dapat meningkatkan niat berkelanjutan yang lebih tinggi. Hasil penelitian tersebut juga sejalan dengan penelitian oleh Alomau & Ellyawati, (2021) yang menyatakan bahwa *perceived ease of use* memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap *continuance usage intention* pengguna dompet digital OVO. Sebagai salah satu alat pembayaran digital DANA memiliki tujuan untuk memudahkan penggunanya dalam melakukan transaksi keuangan dengan memberikan antarmuka pengguna yang mudah dipahami dan mudah untuk dioperasikan.

Gambar 1. 2 Survei Alasan Pengguna Memilih Dompet Digital



Sumber : Kadence (2021)

Berdasarkan Gambar 1.2 merupakan survei yang dilakukan oleh Kadence terhadap 1.000 responden pengguna dompet digital yang tersebar di seluruh Indonesia mengungkapkan bahwa alasan pengguna menggunakan dompet digital DANA pada kategori *perceived usefulness* yaitu sebanyak 64% dapat digunakan pada banyak aplikasi dan *merchant online*, 64% dapat melakukan transfer saldo ke rekening bank dan 49% memiliki banyak promo atau *cashback*, 51% biaya *top up* saldo rendah dan 30% digunakan oleh banyak toko dan mitra. Pada kategori *perceived ease of use* sebanyak 55% mudah untuk digunakan dan 56% merasa kenyamanan dalam

bertransaksi. Dari data di atas secara keseluruhan diketahui bahwa pada kategori *perceived usefulness* dompet digital DANA tidak pernah unggul dan pada *perceived ease of use* dompet digital DANA memiliki persentase terendah sehingga dapat diketahui bahwa dompet digital DANA masih belum memaksimalkan keunggulan layanannya dibanding dengan pesaing dompet digital lain.

Gambar 1. 3 Keluhan Pengguna Terkait *Perceived Usefulness* Dompet Digital DANA

Keluhan **Surat Pembaca**

Transfer Melalui Aplikasi DANA Pending Tidak Ada Kejelasan dan Tidak Ada Media untuk Komunikasi dengan Baik

3 Agustus 2023 • Hendri • 27 Komentar • Call Center, Cashless Payment, Customer complaint handling, Customer Service, DANA, Fintech, Payment Gateway, Pengembalian dana, Refund, Transaksi gagal, Transaksi Pending, Transfer Dana

Ikuti kami di Google Berita

Pagi hari, sekitar pukul 02.30, saya akan berangkat ke tempat distributor untuk belanja kebutuhan toko saya. Kebetulan pada hari itu uang saya baru ditransfer oleh pelanggan saya ke aplikasi DANA saya. Kebetulan juga, 80% *supplier* dan distributor saya menggunakan Bank Mandiri. Akhirnya, karena saya ingin mengirit, saya pindahkan saldo dari BCA ke DANA, lalu transfer ke Bank Mandiri pribadi saya untuk menghemat biaya transaksi.

Pukul 02.42, saya melakukan transfer ke rekening pribadi saya Bank Mandiri, tetapi anehnya transfer tersebut *pending* dan disuruh menunggu 10 menit. Di situ saya berpikir *okehlah*, cuma 10 menit. Setelah lewat 10 menit, saya buka kembali aplikasi DANA, dan alangkah terkejutnya saya ketika disuruh menunggu 24 jam lagi. Saya yang sudah siap berangkat belanja untuk memenuhi pesanan pelanggan saya, malah gagal dan tidak jadi belanja. Saya dimarahi habis-habisan dan sangat merasa dirugikan.

Keluhan **Surat Pembaca**

Top Up Saldo DANA dari Bank BRI Gagal tapi Saldo Telah Berkurang di Rekening

4 Juni 2024 • radangah • 12 Komentar • Bank BRI, Call Center, Cashless Payment, Customer complaint handling, Customer Service, DANA, Dompet Digital, Fintech, Payment Gateway, Pengembalian dana, Refund, Saldo rekening terpotong, SA, Top up, Top Up Saldo, Transfer Dana, Virtual account

Selamat siang,

Keluhan ini saya sampaikan terkait dengan kendala yang saya alami. Pada tanggal 31 Mei 2024 pukul 08:19, saya melakukan top up saldo DANA sebesar Rp7.500.000 dari Bank BRI/BRIMO. Transaksi dinyatakan gagal dan saldo di rekening Bank BRI telah terpotong.

Saya menunggu dari pagi hingga malam berharap saldo tersebut kembali ke rekening, namun baik saldo DANA maupun saldo di Bank BRI tak juga kembali. Paginya, saya menghubungi Bank BRI meminta kejelasan dan diminta menunggu 3 hari kerja dengan nomor pengaduan: 53057458.

Saya juga sudah menghubungi DANA dan juga diminta menunggu 3 hari dengan nomor pengaduan: 40004002.

Sumber: mediakonsumen (2023)

Gambar 1. 4 Keluhan Pengguna Terkait *Perceived Ease of Use* Dompet Digital DANA

Keluhan **Surat Pembaca**

Akun DANA Tidak Bisa Login

7 Oktober 2023 • Hari Purnomo • 9 Komentar • Akun Pengguna, Cashless Payment, Customer complaint handling, Customer Service, DANA, DANA Vlt, Dompet Digital, Fitur Aplikasi, gagal login, Keamanan akun, One Time Password, OTP, Payment Gateway, Personal Identification Number, Verifikasi Akun, Verifikasi Wajah

Pimpinan PT Espay Debit Indonesia Koe (DANA Indonesia)
Di tempat

Dengan Hormat,

Saya Hari Cahyo Purnomo, pengguna aplikasi DANA. Saya ingin menyampaikan keluhan saya mengenai akun DANA saya, yang tiba-tiba tidak bisa login sejak tanggal 28 September 2023. Saya sudah beberapa kali mengirim email ke DANA Care, tetapi tidak ada jawaban yang memuaskan. Saya sudah lakukan *clear cache*, *restart* HP dan perbarui aplikasi DANA, tapi tetap tidak bisa login. Saya merasa rugi tidak dapat melakukan transaksi sampai saat ini. Beberapa kali saya mengirim email, tetapi Tim DANA Care kembali memberikan jawaban yang sama atas pertanyaan yang saya berikan, yaitu disuruh menunggu karena sedang ditindaklanjuti. Tetap tidak ada jawaban yang dapat mengembalikan akun saya.

Apabila pihak DANA membaca surat saya ini, mohon segera mengambil kebijakan dan menindaklanjuti keluhan saya, agar tidak merugikan pengguna aplikasi DANA. Karena saya sudah sangat kecewa dengan kejadian tersebut.

Hari Cahyo Purnomo
Kab. Banyuwangi, Jawa Timur

Keluhan **Surat Pembaca**

Akun DANA Selalu Bermasalah Saat Proses Upgrade Menjadi DANA Premium

30 Desember 2022 • Rohman • 8 Komentar • Akun Pengguna, Akun Premium DANA, Cashless Payment, DANA, Dompet Digital, Fintech, Payment Gateway, Verifikasi Akun, Verifikasi Data

Ikuti kami di Google Berita

Halo berkenalkan nama saya Rohman.

Saya adalah user DANA karena kebetulan saya penerima bantuan pemerintah yaitu kartu prakerja. Karena saya tidak punya rekening Bank akhirnya saya menautkan akun e-wallet DANA. Awalnya saya menautkan akun agar menjadi premium pada tanggal 1 November 2022 dan tidak ada kendala, dan intensif pertama saya cair. Tapi tiba-tiba pada tanggal 16 Desember ada pesan masuk yang mengatakan verifikasi saya gagal karena yang di-upload bulan KTP asli, padahal jelas-jelas itu wajah saya dan KTP saya. Okeelah akhirnya saya mencoba yang kedua kali pada hari itu dan dikatakan bahwa upgrade akun berhasil. Eh selang satu hari tanggal 17 Desember katanya bermasalah lagi.

Akhirnya saya mencoba menghubungi lewat Whatsapp dan lewat email. Saat lewat email pun saya sudah mencoba berulang kali mengirim data saya yang diperlukan. Saya hubungi lewat form pengaduan juga tapi seolah-olah keluhan saya ini diulur-ulur. Tidak ada kejelasannya sampai saat ini.

Dan seharusnya intensif kedua saya sudah cair pada bulan ini tapi tidak bisa cair karena rekening e-wallet saya belum KYC atau istilahnya belum upgrade menjadi premium. Saya sabar menunggu tapi akun saya juga tidak kunjung menjadi DANA Premium.

Sumber: mediakonsumen.com (2023)

Berdasarkan Gambar 1.3 dan Gambar 1.4 menunjukkan bahwa terdapat keluhan dari pengguna terkait dengan penggunaan dompet digital DANA. Adapun keluhan mengenai *perceived usefulness* berkaitan dengan fitur transfer uang seringkali mengalami error/pending dan kegagalan saat *top up* saldo DANA. Keluhan mengenai *perceived ease of use* tentang pengguna yang mengalami kesulitan saat login akun dan bermasalah saat proses *upgrade* akun premium DANA. Permasalahan yang dialami oleh pengguna tersebut akan menciptakan persepsi negatif karena fitur pada dompet digital DANA tidak berfungsi dengan baik, tidak membantu menyelesaikan kebutuhan pengguna secara lebih cepat dan penggunaannya terasa lebih sulit sehingga hal ini akan mempengaruhi *continuance intention* pengguna.

Berdasarkan pemaparan fenomena di atas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian terkait variabel – variabel tersebut yang bertujuan untuk melihat adanya **“Pengaruh *Perceived Usefulness* dan *Perceived Ease-of-use* Terhadap *Continuance Intention To Use* Pengguna Dompet Digital DANA”**

1.2. Rumusan Masalah

PT Espay Debit Indonesia Koe merupakan salah satu perusahaan finansial teknologi terkemuka di Indonesia yang memiliki dompet digital DANA. Adanya dompet digital DANA bertujuan untuk menyediakan kemudahan akses bagi masyarakat dalam melakukan transaksi non-tunai dan non-kartu secara digital. Dapat diketahui dompet digital DANA setiap tahunnya mengalami kenaikan jumlah pengguna. Dari laporan terbaru di tahun 2022 dompet digital DANA mencatatkan jumlah pengguna sebanyak 110 Juta (beritasatu.com, 2023). Jika dilihat dari Tabel 1.1 dompet digital

DANA memiliki tingkat keberlanjutan penggunaan yang relatif tinggi pada tahun 2020 hingga 2021 tetapi pada tahun 2021 ke tahun 2022 mengalami penurunan yang signifikan sebesar 10 persen. Hal ini menandakan bahwa dompet digital DANA memiliki masalah dalam mempertahankan keberlanjutan penggunaan.

Peneliti juga menemukan adanya keluhan-keluhan dari pengguna yang mengalami permasalahan dalam menggunakan dompet digital DANA. Keluhan tersebut seperti proses transfer yang tertunda, kegagalan saat mengisi ulang saldo DANA, proses upgrade akun DANA yang bermasalah dan kesulitan saat login pada akun DANA. Dari adanya permasalahan ini akan mempengaruhi minat seseorang untuk terus menggunakan dompet digital DANA karena adanya persepsi negatif saat penggunaannya.

Berdasarkan pernyataan di atas, maka dapat dirumuskan masalah penelitian mengenai faktor apa saja yang dapat mempengaruhi minat seseorang untuk menggunakan dompet digital secara berkelanjutan, sebagai berikut:

1. Apakah ada pengaruh *Perceived Usefulness* terhadap *Continuance Intention To Use* dompet digital DANA di seluruh Indonesia?
2. Apakah ada pengaruh *Perceived Ease of Use* terhadap *Continuance Intention To Use* dompet digital DANA di seluruh Indonesia?
3. Apakah ada pengaruh *Perceived Usefulness* dan *Perceived Ease of Use* terhadap *Continuance Intention To Use* dompet digital DANA di seluruh Indonesia?

1.3. Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang masalah dan perumusan masalah di atas, maka tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh *Perceived Usefulness* terhadap *Continuance Intention To Use* dompet digital DANA di seluruh Indonesia.
2. Untuk mengetahui pengaruh *Perceived Ease of Use* terhadap *Continuance Intention To Use* dompet digital DANA di seluruh Indonesia.
3. Untuk mengetahui pengaruh *Perceived Usefulness* dan *Perceived Ease of Use* terhadap *Continuance Intention To Use* dompet digital DANA di seluruh Indonesia.

1.4. Kegunaan Penelitian

1. Bagi Perusahaan

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan masukan atau referensi bagi manajemen dompet digital DANA untuk meningkatkan layanannya dengan penyesuaian persepsi kegunaan dan persepsi kemudahan yang dapat meningkatkan minat penggunaan berkelanjutan serta dapat dijadikan bahan pertimbangan untuk mengembangkan perusahaan.

2. Bagi Peneliti

Dengan melakukan proses penelitian ini diharapkan dapat meningkatkan wawasan, pengetahuan dan juga menjadi terampil dalam melihat serta mengatasi suatu permasalahan khususnya yang berkaitan dengan perilaku konsumen serta variabel yang diteliti yaitu *perceived usefulness*, *perceived*

ease of use dan *continuance intention to use* sehingga dapat diterapkan nantinya pada kenyataan yang terjadi di lapangan.

3. Bagi Pihak Lain

Hasil penelitian ini diharapkan menjadi sarana informasi dan studi literatur bagi pihak-pihak lain yang akan melakukan penelitian lebih lanjut mengenai pengaruh *Perceived Usefulness* dan *Perceived Ease Of Use* terhadap *Continuance Intention To Use*.

1.5. Kerangka Teori

1.5.1. Perilaku Konsumen

Menurut Schiffman & Kanuk (2008) mendefinisikan bahwa perilaku konsumen merupakan suatu pembelajaran yang mempunyai fokus pada cara seseorang dalam membuat keputusan tentang bagaimana mempergunakan ketersediaan sumber daya, yakni waktu, usaha, dan uang agar bisa melakukan pembelian pada barang yang mempunyai hubungan dengan kegiatan konsumsi. Menurut Sunyoto dalam buku Sudaryo et al. (2020), perilaku konsumen (*consumer behaviour*) dapat didefinisikan kegiatan-kegiatan individu yang secara langsung terlibat dalam mendapatkan dan mempergunakan barang-barang atau jasa termasuk di dalamnya proses pengambilan keputusan pada persiapan dalam penentuan kegiatan-kegiatan tersebut.

Menurut Kotler dan Keller (2009), perilaku konsumen adalah studi tentang bagaimana individu, kelompok, dan organisasi memilih, membeli, menggunakan, dan bagaimana barang, jasa, ide, atau pengalaman untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan mereka. Perilaku konsumen ialah tindakan yang dilakukan oleh

individu atau sekelompok orang dalam mempertimbangkan dan mengambil keputusan mengenai barang dan jasa yang akan digunakan dengan tujuan untuk memuaskan kebutuhan mereka.

Adapun menurut Kotler dan Keller (2009) perilaku konsumen dapat dipengaruhi oleh beberapa faktor :

1. Faktor Budaya : Budaya memiliki pengaruh yang paling luas dalam mempengaruhi perilaku konsumen. Budaya merupakan determinan dasar keinginan dan perilaku seseorang. Faktor Budaya terdiri dari budaya, sub budaya dan kelas sosial.
 - a. Budaya adalah faktor penentu paling dasar dari keinginan dan perilaku seseorang. Dalam hal ini perilaku seseorang dapat ditentukan oleh kebudayaan yang dipelajari dari lingkungannya dan pengaruhnya akan selalu berubah sesuai perkembangan.
 - b. Sub budaya adalah bagian dari budaya yang memiliki struktur-struktur yang lebih kecil untuk memberikan identifikasi dan sosialisasi yang lebih spesifik untuk anggotanya. Terdapat empat macam sub budaya kebangsaan, agama, ras dan wilayah geografis.
 - c. Kelas sosial merupakan sebuah pengelompokkan individu yang relatif homogen dan bertahan lama dalam sebuah masyarakat berdasarkan minat, nilai dan perilaku yang sama.
2. Faktor Sosial : Terdiri atas kelompok referensi, keluarga serta peran dan status yang dapat mempengaruhi perilaku pembelian.

- a. Kelompok Referensi merupakan sebuah kelompok yang mempunyai pengaruh langsung atau tidak langsung terhadap perilaku seseorang.
 - b. Keluarga merupakan peran penting yang memiliki pengaruh yang kuat terhadap perilaku pembelian.
 - c. Peran dan status merupakan suatu kedudukan seseorang dalam setiap kelompok yang ditentukan berdasarkan peran dan status dilingkungannya. Setiap peranan akan mempengaruhi perilaku membelinya.
3. Faktor Pribadi : Terdiri atas usia dan tahap dalam siklus hidup pembeli, pekerjaan dan keadaan ekonomi serta gaya hidup yang dapat mempengaruhi perilaku pembelian.
- a. Usia dan tahap siklus individu dalam membeli barang atau jasa disesuaikan dengan usia. Kebutuhan dan keinginan akan berubah sesuai dengan usianya.
 - b. Pekerjaan dan keadaan ekonomi akan mempengaruhi pembelian barang dan jasa. Keadaan ekonomi seseorang juga akan memiliki pengaruh yang besar terhadap pemilihan produk yang sesuai dengan pendapatannya.
 - c. Gaya hidup merupakan pola kehidupan seseorang dalam kehidupan sehari-harinya yang didasarkan dalam kegiatan, minat dan opininya.
4. Faktor Psikologis : Kebutuhan yang bersifat psikologis adalah kebutuhan yang timbul dari keadaan tertentu. Faktor psikologis terdiri dari motivasi, persepsi, pembelajaran, keyakinan dan sikap.

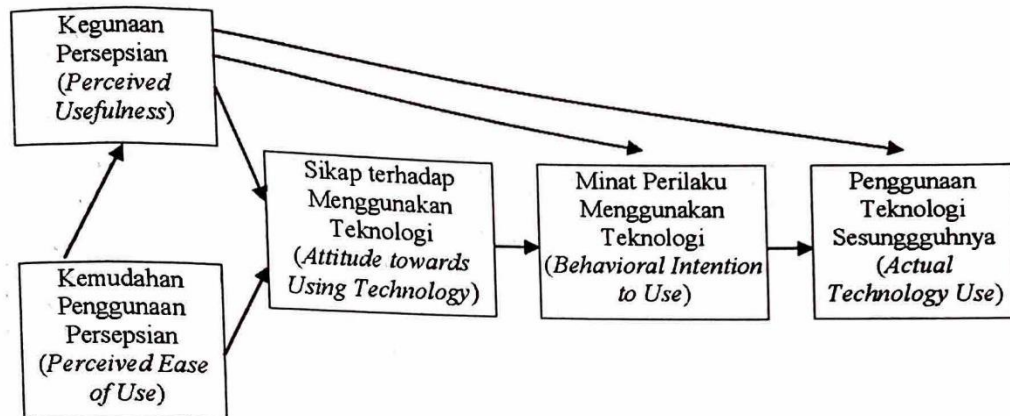
- a. Motivasi merupakan tekanan yang kuat mendorong seseorang untuk mencari kepuasan atas kebutuhannya.
- b. Persepsi merupakan proses memilih, mengorganisasi dan menginterpretasikan suatu informasi untuk membentuk gambaran. Seseorang akan termotivasi untuk melakukan sesuatu yang dipengaruhi oleh persepsinya terhadap situasi yang dihadapi. Suatu informasi yang sama dapat dipersepsikan berbeda oleh seseorang yang berbeda. Persepsi seseorang mengenai informasi bergantung terhadap pengalaman, pendidikan, perhatian, minat, pengetahuan dan sebagainya.
- c. Pembelajaran merupakan perubahan pada perilaku seseorang yang muncul dari pengalaman. Dalam proses belajar dipengaruhi melalui dorongan, rangsangan, petunjuk, tanggapan dan penguatan.
- d. Keyakinan dan sikap merupakan suatu pemikiran deskriptif yang dianut oleh seseorang tentang sesuatu. Dari keduanya akan mempengaruhi tingkah laku keputusan pembelian seseorang.

1.5.2. *Technology Acceptance Model*

Menurut Jogiyanto (2007) model penerimaan teknologi (*Technology Acceptance Models*) merupakan suatu model penerimaan sistem teknologi informasi yang akan digunakan oleh pengguna. Model TAM ini pertama kali dikenalkan oleh Davis, (1986) dan merupakan hasil dari pengembangan model *Theory of Reasoned Action* (TRA) oleh Ajzen dan Fishbein (1980). Model TAM merupakan teori sistem informasi yang menjelaskan bagaimana dan kapan pengguna dapat menerima dan

menggunakan teknologi yang dipengaruhi oleh sejumlah faktor sebagai dasar dalam pengambilan keputusan (Oktavendi & Arisanti, 2021).

Gambar 1. 4 Technology Acceptanse Model



Sumber: Jogiyanto (2007)

Dalam model TAM menjelaskan bahwa individu akan menerima sistem teknologi informasi yang ditentukan oleh dua konstruk yaitu *perceived ease-of-use* dan *perceived usefulness*. Persepsi kemudahan (*ease of use*) akan mempengaruhi persepsi kegunaan (*perceived usefulness*) tetapi tidak sebaliknya. Hal ini dikarenakan pengguna akan menggunakan sistem, apabila sistem tersebut memberikan manfaat baik sistem itu mudah digunakan atau tidak mudah digunakan. Sistem yang sulit digunakan akan tetap digunakan jika pengguna merasa bahwa sistem tersebut sangat berguna dalam kehidupannya. Pada dasarnya konstruk *perceived ease of use* dan *perceived usefulness* akan memberikan pengaruh yang sama terhadap konstruk *attitude towards behavior*. Hal ini dikarenakan adanya keyakinan individu terhadap penggunaan teknologi yang dapat

digunakan dengan mudah dan bermanfaat akan mempengaruhi sikap terhadap penggunaannya. Apabila individu memiliki sikap positif terhadap sistem teknologi maka akan memberikan pengaruh terhadap *behavioral intention to use*. Selain itu, *perceived usefulness* juga akan memberikan pengaruh langsung terhadap *behavioral intention to use*, jika individu percaya bahwa menggunakan sistem teknologi tersebut dapat memberikan manfaat positif maka individu tersebut akan cenderung memiliki niat yang lebih kuat untuk menggunakannya. *Behavioral intention to use* yang sudah terbentuk akan mempengaruhi konstruk penggunaan sesungguhnya (*actual system use*) yaitu perilaku seseorang sebagai tindakan nyata dalam menggunakan teknologi. Dengan demikian konstruk yang dijelaskan model TAM memiliki keterikatan dan saling mempengaruhi dalam penerimaan teknologi oleh individu.

Model TAM ini dikembangkan dengan tujuan untuk memberikan skala pengukuran yang valid dalam memprediksi penerimaan pengguna terhadap penggunaan teknologi. Salah satu kelebihan dari model TAM ini ialah telah diuji oleh banyak penelitian dan hasilnya sebagian besar mendukung dan menyimpulkan bahwa TAM merupakan model yang baik. (Jogiyanto, 2007). Dalam penelitian ini bertujuan untuk memprediksi perilaku pengguna dalam *continuance intention to use* dompet digital berdasarkan *Technology Acceptance Model* (TAM). Variabel dari konstruk TAM yang diambil dalam penelitian ini adalah *perceived usefulness* dan *perceived ease of use* untuk dilakukan pengujian sebagai variabel yang akan memengaruhi *continuance intention to use*.

Adapun penelitian sebelumnya yang berkaitan dengan *digital payment* dan menggunakan teori TAM telah dilakukan oleh beberapa peneliti, seperti penelitian yang dilakukan oleh Vidyanata, (2022) menyatakan bahwa *continuance intention to use* dapat dilihat dengan menggunakan variabel *perceived usefulness* dan *perceived ease of use*. Penelitian oleh Ankadhitra & Tamara, (2023) dengan menggunakan variabel independen *perceived ease of use*, *perceived usefulness*, *perceived satisfaction*, *perceived trust* dan *subjective norms* terhadap *continuance intention to use*. Penelitian lainnya oleh Alomau & Ellyawati, (2021) yang menggunakan model TAM untuk mengetahui *continuance intention to use* dipengaruhi oleh dua konstruk utamanya yaitu *perceived usefulness* dan *perceived ease of use*, serta tiga variabel independen lainnya yaitu *perceived credibility*, *social influence*, dan *customer awareness*.

1.5.3. Continuance Intention To Use

Menurut Indrawati & Putri, (2018) *continuance intention* diartikan sebagai sejauh mana seseorang telah merencanakan untuk terus melakukan perilaku tertentu di masa depan. Menurut Shang & Wu dalam Olivia & Marchyta (2022) mendefinisikan *continuance intention* sebagai niat pengguna untuk tetap menggunakan dompet digital. Sedangkan menurut Amoroso & Chen (2017), *continuance intention* didefinisikan sebagai tingkat kekuatan niat individu untuk melakukan transaksi berulang kali melalui aplikasi keuangan seluler (*financial mobile*). *Continuance intention to use* ditunjukkan dari kesediaan pengguna untuk menggunakan layanan di masa depan dan kesediaan mereka untuk menggunakannya (Aprilia et al., 2022). Dapat disimpulkan bahwa *continuance*

intention to use adalah sejauh mana seseorang berencana untuk terus menggunakan suatu layanan atau aplikasi di masa depan. *Continuance intention to use* juga mencerminkan kesediaan pengguna untuk menggunakan layanan tersebut di masa depan dan komitmen mereka untuk terus menggunakannya. Dengan kata lain, konsep ini menyoroti pentingnya tidak hanya adopsi awal suatu aplikasi, tetapi juga keterlibatan dan kesetiaan pengguna dalam menggunakan layanan tersebut secara berkelanjutan

Continuance Intention juga disebut sebagai tindakan atas penggunaan suatu teknologi yang dilakukan secara terus menerus. Menurut Limayem et al., (2007) menjelaskan bahwa *continuance intention* sebagai bentuk perilaku pasca-adopsi. Pada dasarnya *continuance intention to use* sama seperti perilaku pembelian kembali yaitu mengikuti keputusan awal yang dipengaruhi oleh penerimaan awal penggunaan serta berpotensi untuk berhenti menggunakan jika harapan yang diinginkan tidak sebanding dengan pengalaman sebenarnya (Bhattacharjee, 2001). Dalam penggunaan dompet digital *continuance intention to use* digambarkan sebagai perilaku pengguna yang mempunyai niat untuk melanjutkan penggunaan berdasarkan alasan – alasan tertentu seperti manfaat dan kemudahan penggunaan yang dirasakan. Apabila pengguna merasakan pengalaman positif dalam menggunakan dompet digital yang mudah digunakan dan bermanfaat maka akan menciptakan niat yang lebih besar untuk melanjutkan penggunaan dompet digital. Menurut Amoroso & Lim (2017) niat untuk melanjutkan bersifat disengaja dan rasional. Seseorang akan membuat keputusan rasional berdasarkan apa yang dirasakan dalam penggunaan teknologi tersebut yang mencakup *perceived*

usefulness dan *perceived ease of use*. Adapun indikator untuk melakukan pengukuran *continuance intention* diadaptasi dari Indrawati & Putri, (2018) sebagai berikut :

1. Berniat untuk melanjutkan penggunaan dompet digital (*I intend to continue using e-wallet*).
2. Berkomitmen untuk terus menggunakan dompet digital sesering yang dilakukan sekarang. (*I will keep using e-wallet as regularly as I do now*).
3. Berniat untuk terus menggunakan dompet digital daripada alternatif lainnya (*My intention is to continue using e-wallet than use any alternative means*).
4. Pengguna akan merekomendasikan orang lain untuk menggunakan dompet digital (*I will strongly recommend that others use e-wallet*).

1.5.4. Persepsi

Persepsi berasal dari serapan bahasa Inggris "*perception*" yang berarti sebagai penglihatan, tanggapan, daya memahami atau menanggapi sesuatu. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) persepsi merupakan tanggapan langsung dari sesuatu atau proses seseorang untuk mengetahui beberapa hal melalui alat inderanya. Persepsi merupakan proses di mana seseorang memilih, mengatur dan menerjemahkan masukkan informasi untuk menciptakan gambaran yang berarti (Kotler & Keller, 2009).

Persepsi diartikan sebagai salah satu aspek psikologis yang penting bagi manusia untuk merespon kehadiran berbagai aspek yang berada di sekitarnya. Menurut Walgito (2002) menjelaskan bahwa persepsi adalah proses pengorganisasian dan penginterpretasian terhadap stimulus yang diterima dalam diri individu. Dapat

dikatakan bahwa proses terjadinya persepsi dimulai dari alat indera yang berupa stimulus terhadap objek yang ada sehingga stimulus tersebut menjadi suatu realita yang dapat diterima bagi dirinya. Menurut Rakhmat (2011) menyatakan bahwa persepsi merupakan pengalaman tentang objek, peristiwa, atau hubungan yang diperoleh dengan menyimpulkan informasi dan menafsirkan pesan. Oleh karena itu, persepsi seseorang mengenai objek atau kejadian akan berbeda dengan individu lain walaupun objek yang di persepsikan sama. Hal ini terjadi karena adanya perbedaan mengenai kepribadian individu dan cara penilaian.

Berdasarkan pendapat ahli diatas dapat disimpulkan bahwa persepsi adalah proses pengenalan terhadap suatu kejadian dan peristiwa yang dialami melalui panca inderanya sehingga panca indera akan memberikan respon atau tanggapan yang terbentuk menjadi persepsi. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa persepsi yang dimaksud penelitian ini adalah penilaian seseorang yang mendorong minat mereka untuk melanjutkan penggunaan *e-wallet* DANA.

Menurut Irwanto dalam Handayani, (2020) menjelaskan bahwa persepsi dibagi menjadi dua jenis yaitu sebagai berikut:

1. Persepsi Positif

Persepsi positif merupakan gambaran segala pengetahuan dan tanggapan seseorang yang selaras dengan upaya pemanfaatannya seperti keaktifan atau menerima serta mendukung terhadap objek yang dipersepsikan.

2. Persepsi Negatif

Persepsi negatif merupakan gambaran segala pengetahuan dan tanggapan yang tidak selaras dengan objek yang dipersepsi seperti kepasifan atau menolak serta menentang terhadap objek yang dipersepsikan.

Menurut Miftah Toha dalam Hermuningsih & Wardani, (2016) menjelaskan faktor-faktor yang mempengaruhi persepsi seseorang adalah sebagai berikut:

1. Faktor Eksternal seperti latar belakang keluarga, informasi yang diperoleh, pengetahuan dan kebutuhan sekitar, intensitas ukuran, keberlawanan, pengulangan gerak, hal – hal baru dan familiar atau ketidak asingan suatu objek
2. Faktor Internal seperti sikap dan kepribadian individu, perasaan, prasangka, keinginan atau harapan, perhatian, proses belajar, keadaan fisik, gangguan kejiwaan, nilai dan kebutuhan juga minat dan motivasi.

1.5.5. *Perceived Usefulness*

Menurut Lwoga & Lwoga, (2017) *perceived usefulness* didefinisikan sebagai sejauh mana pengguna percaya bahwa menggunakan layanan *mobile payment* akan meningkatkan kinerja pekerjaannya. Sedangkan, menurut Olivia & Marchyta, (2022) menjelaskan *perceived usefulness* sebagai seberapa besar suatu individu percaya bahwa teknologi dapat meningkatkan produktivitas mereka dalam melakukan transaksi. Jadi, *perceived usefulness* dapat didefinisikan sebagai tingkat keyakinan individu terhadap suatu sistem seperti dompet digital yang dianggap dapat memberikan manfaat sehingga dapat meningkatkan performa pekerjaannya dan membantu memenuhi kebutuhannya.

Lebih lanjut Yang et al., (2021) menyebutkan bahwa *perceived usefulness* sebagai ekspektasi kognitif pengguna terhadap suatu sistem. Dalam penggunaan dompet digital, pengguna menyakini bahwa dengan menggunakan dompet digital dapat meningkatkan efisiensi berbagai transaksi, memenuhi keinginan finansial maupun gaya hidupnya. Oleh karena itu, *perceived usefulness* merupakan suatu kepercayaan tentang proses pengambilan keputusan, dimana jika seseorang percaya bahwa sistem informasi berguna dan dapat meringankan usahanya maka akan timbul kecenderungan untuk menggunakannya (Jogiyanto, 2007). Dalam penggunaan dompet digital DANA indikator-indikator yang digunakan dalam pengukuran *perceived usefulness* oleh Lwoga & Lwoga, (2017) sebagai berikut :

1. Menggunakan pembayaran seluler mampu meningkatkan efektivitas dalam pekerjaan (*Using m-payment enhance my effectiveness on the job*).
2. Menggunakan pembayaran seluler mampu meningkatkan produktivitas (*Using m-payment increase my productivity*).
3. Menggunakan pembayaran seluler mampu menyelesaikan tugas lebih cepat (*Using m-payment would enables me to accomplish tasks payment more quickly*).
4. Secara keseluruhan, saya merasa pembayaran seluler berguna dalam pekerjaan (*Overall, i find m-payment useful in my job*).

1.5.6. Perceived Ease Of Use

Menurut Venkatesh et al., (2003) *Perceived Ease Of Use* didefinisikan sebagai seberapa jauh seseorang percaya bahwa menggunakan suatu sistem akan bebas dari usaha. Menurut Olivia & Marchyta (2022) *Perceived Ease Of Use* adalah tingkat

kepercayaan seseorang bahwa menggunakan teknologi informasi akan mengurangi usaha dan mempermudah pekerjaan. Sedangkan menurut Ishaya & Wibowo, dalam Bayu & Kismiatun, (2022) menjelaskan bahwa *perceived ease of use* merupakan suatu keyakinan terhadap proses pengambilan keputusan, dimana mereka yakin bahwa sistem informasi tersebut mudah untuk digunakan.

Jika seseorang percaya bahwa sistem informasi mudah untuk digunakan maka akan timbul kecenderungan untuk menggunakannya. Sebaliknya jika seseorang merasa percaya bahwa sistem informasi tidak mudah untuk digunakan maka dia tidak akan menggunakannya dan cenderung untuk beralih dengan sistem informasi yang lain (Jogiyanto, 2007). Jadi, *perceived ease-of-use* ini dapat diartikan sebagai tingkat kepercayaan seseorang mengenai sistem teknologi yang dianggap mudah untuk dipahami dan mudah untuk dioperasikan.

Dalam penggunaan dompet digital DANA *perceived ease of use* dapat dilihat pada segi tampilan antarmuka, mengakses fitur-fitur dalam aplikasi dan penggunaan dalam proses transaksi. Adanya pengalaman yang positif dalam penggunaan dompet digital DANA ini akan membuat pengguna lebih mudah dalam pengambilan keputusan di masa depan. Adapun indikator yang digunakan dalam pengukuran *Perceived Ease Of Use* menurut Venkatesh et al. (2003) yaitu:

1. Kemudahan dalam mempelajari cara menggunakan sistem. (*Learning to operate the system would be easy for me*).
2. Interaksi pengguna dengan sistem jelas dan mampu dimengerti (*Interaction with the system would be clear and understandable*).

3. Mudah bagi pengguna untuk menjadi terampil dalam menggunakan sistem.
(*It would be easy for me to become skillful at using the system*).
4. Kemudahan dalam menggunakan sistem sesuai dengan keinginan pengguna. (*I would find it easy to get the system to do what I want it to do*).

1.5.7. Hubungan Antar Variabel

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

Perceived Usefulness mencerminkan keyakinan tentang sejauh mana teknologi dapat memberikan manfaat yang diharapkan seperti membantu pengguna untuk mencapai tujuan tertentu. Menurut Lwoga & Lwoga, (2017) *perceived usefulness* didefinisikan sebagai sejauh mana pengguna percaya bahwa menggunakan layanan *mobile payment* akan meningkatkan kinerja pekerjaannya. Seseorang menerima suatu teknologi apabila teknologi tersebut bermanfaat bagi kehidupannya. Jika individu tersebut merasakan manfaat yang lebih dan membantu kinerjanya, maka tercipta niat individu untuk menggunakan kembali. Dalam penelitian ini membahas dompet digital, dimana seseorang meyakini bahwa dengan menggunakan dompet digital sebagai metode pembayaran memberikan banyak kegunaan dibandingkan pembayaran tunai. Kegunaan yang dirasakan oleh pengguna seperti membantu dalam melakukan pembayaran dan transfer secara lebih cepat sehingga mampu meningkatkan efektivitas dan produktivitas. Semakin tinggi kegunaan yang dirasakan oleh pengguna dalam menggunakan dompet digital akan menjadi bahan pertimbangan saat mengambil keputusan untuk melanjutkan penggunaan. Jika suatu teknologi memberikan manfaat yang meningkatkan produktivitas dan

efisiensi waktu, maka akan menimbulkan niat berkelanjutan (Olivia & Marchyta, 2022a). Oleh karena itu, semakin tinggi persepsi yang dirasakan pengguna maka semakin tinggi juga minat untuk terus menggunakan layanan dompet digital.

Pernyataan tersebut di dukung dengan penelitian yang dilakukan oleh Ruslim & Alexandra, (2023) dengan judul “*Factors that Affect Continuance Usage Intention of E-Wallet Users in Jakarta*” menyatakan bahwa *perceived usefulness* memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap *continuance usage intention* pada pengguna Sakuku. Pada penelitian ini disebutkan bahwa semakin tinggi *perceived usefulness* yang diterima oleh pengguna maka akan meningkatkan minat pengguna untuk tetap menggunakan dompet digital. Hasil penelitian yang dilakukan oleh Purnama & Sari, (2022) menyebutkan bahwa *perceived usefulness* memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap *continuance intention* pada pengguna DANA. Selain itu hasil penelitian tersebut memiliki kesamaan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Sienatra, 2020) diketahui bahwa persepsi manfaat berpengaruh signifikan terhadap *continuance intention fintech*. Berdasarkan hasil penelitian terdahulu, maka dirumuskan hipotesis penelitian yakni :

H₁ : Diduga *Perceived Usefulness* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Continuance Intention To Use* pengguna dompet digital DANA.

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

Perceived Ease Of Use diartikan sebagai keyakinan individu terhadap sejauh mana suatu sistem teknologi yang diciptakan memiliki kemudahan saat digunakan

sehingga dapat meringankan usaha individu dalam aktivitasnya sehari-hari. Menurut Venkatesh et al. (2003) *Perceived Ease Of Use* didefinisikan sebagai seberapa jauh seseorang percaya bahwa menggunakan suatu sistem akan bebas dari usaha. Apabila suatu teknologi mudah dalam pengoperasiannya, maka pengguna akan menerima dan memiliki niat untuk tetap menggunakannya. Begitupun sebaliknya, jika suatu teknologi dalam pengoperasiannya rumit dan sangat susah digunakan maka pengguna akan merasa tidak nyaman dan tidak akan menggunakannya kembali melainkan akan menggunakan teknologi lainnya. Dalam konteks dompet digital khususnya DANA, kemudahan penggunaan yang dirasakan dapat terlihat melalui interaksi antara pengguna dengan sistem yang jelas dan mudah dimengerti, adanya kemudahan dalam mempelajari platform dompet digital DANA serta upaya minimal yang dilakukan oleh pengguna saat menggunakan dompet digital DANA. Hal ini menandakan bahwa adanya kemudahan yang dirasakan oleh pengguna dompet digital dapat mempengaruhi minat seseorang untuk terus menggunakan.

Lebih lanjut penelitian yang dilakukan oleh Alomau & Ellyawati, (2021) menyatakan bahwa *perceived ease of use* memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap *continuance usage intention* pengguna dompet digital OVO. Hasil penelitian tersebut juga sejalan dengan penelitian oleh Olivia & Marchyta, (2022) dengan judul “*The Influence of Perceived Ease of Use and Perceived Usefulness on E-Wallet Continuance Intention: Intervening Role of Customer Satisfaction*” menyebutkan bahwa *perceived ease of use* memiliki pengaruh yang positif signifikan terhadap *Continuance Intention To Use* pengguna *e-wallet* OVO.

Pada penelitian ini disebutkan bahwa *perceived ease of use* yang semakin tinggi dirasakan pengguna, maka dapat meningkatkan niat berkelanjutan yang lebih tinggi. Selain itu, penelitian yang dilakukan oleh Tripathi, (2023) menunjukkan bahwa *perceived ease of use* berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap *continuance intention to use mobile wallets*. Berdasarkan hasil penelitian terdahulu, maka dirumuskan hipotesis penelitian yakni :

H₂ : Diduga *Perceived Ease Of Use* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Continuance Intention To Use* pengguna dompet digital DANA.

1.6. Penelitian Terdahulu

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan sebelumnya mengenai “Pengaruh *Perceived Usefulness* dan *Perceived Ease of Use* Terhadap *Continuance Intention To Use* pengguna dompet digital DANA” maka dapat diketahui sebagai berikut :

Tabel 1. 2 Penelitian Terdahulu

No.	Judul/Pengarang	Variabel Penelitian	Hasil Penelitian
1.	<i>Determinant of Continuance Usage Intention of Mobile Payment Application Using Extended Tam Model / Alomau & Ellyawati, (2021)</i>	1. <i>Perceived Usefulness</i> memiliki pengaruh signifikan dan positif terhadap <i>Continuance Intention mobile payment.</i> 2. <i>Perceived Ease Of Use</i> memiliki pengaruh signifikan dan positif terhadap <i>Continuance Intention mobile payment.</i>	1. <i>Perceived usefulness</i> mempengaruhi secara positif dan signifikan terhadap <i>continuance intention mobile payment</i> sehingga H1 diterima. 2. <i>Perceived ease of use</i> mempengaruhi secara positif dan signifikan terhadap <i>continuance intention mobile payment</i> sehingga H2 diterima.
2.	<i>The Influence of Perceived Ease of Use and Perceived Usefulness on E-</i>	1. <i>Perceived Ease Of Use</i> memiliki pengaruh terhadap <i>Continuance</i>	1. <i>Perceived ease of use</i> berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap <i>continuance</i>

<p><i>Wallet Continuance Intention: Intervening Role of Customer Satisfaction / Olivia & Marchyta, (2022)</i></p>	<p><i>Intention pengguna E-Wallet. 2. Perceived Usefulness memiliki pengaruh terhadap Continuance Intention pengguna E-Wallet.</i></p>	<p><i>intention e-wallet sehingga H1 diterima. 2. Perceived usefulness tidak berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap continuance intention e-wallet sehingga H2 ditolak.</i></p>
<p>3. <i>The Influence of Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use and Perceived Risk on Continuance Intention at E-Wallet DANA in Bandung / Purnama & Sari, (2022)</i></p>	<p>1. <i>Perceived Usefulness</i> berpengaruh signifikan dan positif terhadap <i>Continuance Intention E-Wallet DANA</i> di Bandung. 2. <i>Perceived Ease Of Use</i> berpengaruh signifikan dan positif terhadap <i>Continuance Intention E-Wallet DANA</i> di Bandung.</p>	<p>1. <i>Perceived usefulness</i> berpengaruh secara positif terhadap <i>continuance intention e-wallet DANA</i> sehingga H1 diterima. 2. <i>Perceived ease of use</i> berpengaruh secara positif terhadap <i>continuance intention e-wallet DANA</i> sehingga H2 diterima.</p>
<p>4. <i>Factors that Affect Continuance Usage Intention of E-Wallet Users in Jakarta / Ruslim & Alexandra, (2023)</i></p>	<p>1. <i>Perceived Usefulness</i> berpengaruh signifikan dan positif terhadap <i>Continuance Usage Intention</i> pengguna Sakuku di Jakarta. 2. <i>Perceived Ease Of Use</i> berpengaruh signifikan dan positif terhadap <i>Continuance Usage Intention</i> pengguna Sakuku di Jakarta.</p>	<p>1. Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa <i>perceived usefulness</i> mempengaruhi secara positif dan signifikan terhadap <i>continuance usage intention</i> sehingga H1 diterima. 2. Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa <i>perceived ease of use</i> tidak mempengaruhi secara positif dan signifikan terhadap <i>continuance usage intention</i> sehingga H2 ditolak.</p>
<p>5. <i>Determinants of Continuance</i></p>	<p>1. <i>Perceived Ease Of Use</i> berpengaruh</p>	<p>1. Berdasarkan hasil penelitian diketahui</p>

<i>Intention to Use Mobile Wallets Technology in the Post Pandemic Era: Moderating Role of Perceived Trust / Tripathi, (2023)</i>	positif terhadap <i>Continuance Intention To Use mobile wallets</i>	bahwa <i>perceived ease of use</i> berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap <i>continuance intention to use mobile wallet</i> sehingga H3 diterima.
6. <i>Re-Examining Millennials' Intention To Continuously Use E-Wallet Applications: The Role Of Technology Acceptance Model / Vidyanata, (2022)</i>	<ol style="list-style-type: none"> 1. <i>Perceived ease of use</i> memiliki pengaruh signifikan dan positif terhadap <i>Continuance Intention to use E-Wallet</i> di kalangan milenial. 2. <i>Perceived usefulness</i> memiliki pengaruh signifikan dan positif terhadap <i>Continuance Intention to use E-Wallet</i> di kalangan milenial 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa <i>perceived ease of use</i> mempengaruhi secara positif dan signifikan terhadap <i>continuance intention to use E-Wallet</i> di kalangan milenial sehingga H1 diterima. 2. Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa <i>perceived usefulness</i> mempengaruhi secara positif dan signifikan terhadap <i>continuance intention to use E-Wallet</i> di kalangan milenial sehingga H2 diterima.

1.7. Hipotesis

Hipotesis merupakan jawaban atau dugaan sementara terhadap rumusan masalah penelitian yang kebenarannya perlu diuji. Dimana rumusan masalah penelitian telah dinyatakan dalam bentuk kalimat pertanyaan. Dikatakan sementara, karena jawaban yang diberikan baru didasarkan pada teori yang relevan, belum didasarkan pada fakta-fakta empiris yang diperoleh melalui pengumpulan data. Jadi, hipotesis juga dapat dinyatakan sebagai jawaban teoritis terhadap rumusan masalah penelitian, belum jawaban yang empirik (Sugiyono, 2010).

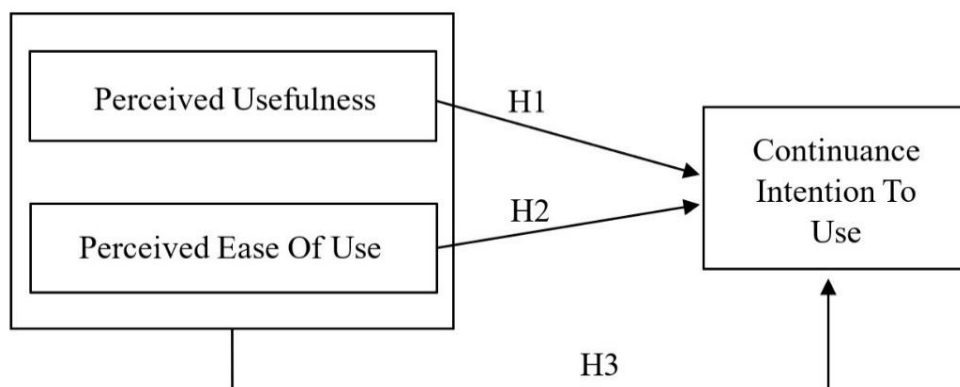
Berdasarkan hubungan antara tujuan penelitian dan kerangka teori terhadap rumusan masalah, maka hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini ialah sebagai berikut:

H1: Diduga *Perceived Usefulness* berpengaruh positif terhadap *Continuance Intention To Use* pengguna dompet digital DANA.

H2: Diduga *Perceived Ease Of Use* berpengaruh positif terhadap *Continuance Intention To Use* pengguna dompet digital DANA.

H3: Diduga *Perceived Usefulness* dan *Perceived Ease Of Use* secara simultan berpengaruh positif terhadap *Continuance Intention To Use* pengguna dompet digital DANA.

Gambar 1. 5 Model Hipotesis Penelitian



1.8. Definisi Konsep

1. *Perceived Usefulness*

Menurut Lwoga & Lwoga, (2017) *perceived usefulness* didefinisikan sebagai sejauh mana pengguna percaya bahwa menggunakan layanan *mobile payment* akan meningkatkan kinerja pekerjaannya.

2. *Perceived Ease Of Use*

Menurut Venkatesh et al. (2003) persepsi kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*) didefinisikan sebagai seberapa jauh seseorang percaya bahwa menggunakan suatu sistem akan bebas dari usaha.

3. *Continuance Intention To Use*

Menurut Indrawati & Putri, (2018) *continuance intention to use* diartikan sebagai sejauh mana seseorang telah merencanakan untuk terus melakukan perilaku tertentu di masa depan.

1.9. Definisi Operasional

1. *Perceived Usefulness*

Sebagai (X1) persepsi kegunaan (*perceived usefulness*) didefinisikan sebagai sejauh mana pengguna dompet digital DANA percaya bahwa menggunakan dompet digital DANA akan meningkatkan kinerja pekerjaannya. Dalam hal ini pengguna dapat memanfaatkan fitur – fitur yang telah disediakan oleh *e-wallet* DANA untuk membantu transaksi keuangannya berupa pembayaran tagihan listrik dan pembelian pulsa & kuota. Selain itu, melalui DANA dapat melakukan transfer uang dengan cepat dan mudah, terdapat fitur tabungan (*DANA Goals*) dan memiliki penawaran seperti diskon atau *cashback* serta terintegrasi dengan mitra yang

bekerjasama. Adapun indikator yang digunakan dalam mengukur *perceived usefulness*, yaitu:

1. Menggunakan dompet digital DANA mampu mencapai tujuan transaksi keuangan.
2. Menggunakan dompet digital DANA mampu menyelesaikan pekerjaan lebih banyak.
3. Menggunakan dompet digital DANA mampu menyelesaikan transaksi keuangan lebih cepat dibanding dompet digital lainnya.
4. Secara keseluruhan, saya merasa dompet digital DANA berguna untuk aktivitas transaksi menjadi lebih tepat dibanding dompet digital lainnya.

2. *Perceived Ease Of Use*

Sebagai (X2) persepsi kemudahan penggunaan (*perceived ease-of-use*) didefinisikan sebagai seberapa jauh pengguna dompet digital DANA percaya bahwa menggunakan dompet digital DANA akan bebas dari usaha. Dalam hal ini pengguna merasakan kemudahan dalam menggunakan dompet digital DANA karena adanya pengalaman seperti pendaftaran akun yang mudah, tampilan atau antarmuka aplikasi yang ramah dan mudah dipahami, dan kemudahan saat melakukan transaksi pembayaran.

Adapun indikator yang digunakan dalam mengukur *perceived ease-of-use*, yaitu:

1. Kemudahan dalam mempelajari cara menggunakan dompet digital DANA dengan cepat.

2. Interaksi saya dengan fitur-fitur pada dompet digital DANA jelas dan mampu dimengerti.
3. Mudah bagi saya untuk menjadi mahir dalam penggunaan dompet digital DANA.

3. *Continuance Intention To Use*

Sebagai (Y) minat penggunaan keberlanjutan (*continuance intention to use*) diartikan sebagai sejauh mana pengguna dompet digital DANA telah merencanakan untuk terus menggunakan dompet digital DANA di masa depan. Adapun indikator yang digunakan untuk mengukur *continuance intention to use* yaitu :

1. Bersedia untuk melanjutkan penggunaan dompet digital DANA
2. Bersedia untuk terus menggunakan dompet digital DANA daripada dompet digital lainnya.
3. Bersedia memberikan rekomendasi pada orang lain untuk menggunakan dompet digital DANA.

1.10. Metode Penelitian

1.10.1. Tipe Penelitian

Dalam penelitian ini menggunakan tipe penelitian eksplanatori dan berpendekatan kuantitatif. Penelitian eksplanatori dengan tujuan untuk mengetahui dan memberikan penjelasan mengenai posisi dari variabel yang akan dikaji beserta hubungan antarvariabel, dan menguji hipotesis yang sudah peneliti rumuskan (Sugiyono, 2010).

1.10.2. Populasi dan Sampel

1.10.2.1. Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri dari obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan kriteria tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2010). Dalam penelitian ini objek penelitiannya adalah pengguna dompet digital DANA di Indonesia.

1.10.2.2. Sampel

Menurut Sugiyono (2017) sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Apabila populasi penelitian besar dan peneliti tidak dapat mempelajari semua yang ada pada populasi dikarenakan adanya keterbatasan tenaga, dana, dan waktu, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang dapat representatif (mewakili) dari populasi. Dalam menentukan sampel menurut Cooper dan Emory, (1996) formula dasar dalam menentukan ukuran sampel untuk populasi yang tidak terdefiniskan secara pasti jumlahnya, sampel ditentukan secara langsung sebesar 100. Hal ini dikarenakan jumlah sampel 100 dianggap sudah memenuhi syarat suatu sampel yang representatif. Oleh karena itu, penelitian ini akan menyebarkan kuesioner kepada 250 responden yang pernah menggunakan dan melakukan transaksi pada dompet digital DANA.

1.10.3. Teknik Pengambilan Sampel

Teknik pengambilan sampel pada penelitian ini yaitu menggunakan teknik *Non-Probability Sampling*. Teknik *Nonprobability Sampling* merupakan teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang atau kesempatan sama bagi setiap unsur atau populasi untuk dipilih menjadi sampel. Dalam penelitian ini metode

pengambilan sampel yang digunakan ialah *purposive sampling* dan *insidental sampling*.

Metode *purposive sampling* merupakan teknik penentuan sampel dengan menggunakan beberapa pertimbangan tertentu sesuai dengan kriteria yang diinginkan untuk dapat menentukan jumlah sampel yang akan diteliti (Sugiyono, 2010). Sedangkan *insidental sampling* merupakan metode yang digunakan dalam penentuan sampel berdasarkan kebetulan. Dalam teknik ini siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila orang yang bertemu tersebut dipandang cocok sebagai sumber data (Sugiyono, 2010). Adapun kriteria atau karakteristik responden yang dapat dijadikan sebagai sampel, diantaranya:

1. Pengguna dompet digital DANA berusia minimal 20 tahun
2. Pengguna dompet digital DANA yang telah melakukan transaksi minimal 2 kali dalam 1 bulan terakhir (terhitung dari tanggal pengisian kuesioner).
3. Bersedia mengisi kuesioner terkait penelitian ini.

1.10.4. Jenis dan Sumber Data

1.10.4.1. Jenis Data

Pada penelitian ini menggunakan jenis data kuantitatif yang bersifat numerik agar dapat dilakukan pengukuran maupun perhitungan menggunakan angka.

1.10.4.2. Sumber Data

Penelitian ini menggunakan dua sumber data, sebagai berikut :

1. Sumber Data Primer

Menurut Sugiyono (2010) data primer ialah sumber data yang didapatkan secara langsung dari sumber pertama atau tempat objek penelitian dilakukan. Jenis data yang digunakan dapat berbentuk wawancara atau kuesioner (angket). Data primer pada penelitian ini berasal dari pengguna yang menggunakan dan pernah melakukan transaksi melalui dompet digital DANA dalam bentuk jawaban kuesioner melalui *Google Form* yang diberikan kepada responden.

2. Sumber Data Sekunder

Menurut Sugiyono (2010) data sekunder ialah sumber data yang tidak langsung yang didapat dari berbagai sumber yang ada. Data ini digunakan untuk mendukung keperluan data primer. Data sekunder dapat diperoleh melalui gambaran umum perusahaan, jurnal, buku referensi, *website* dan penelitian terdahulu.

1.10.5. Skala Pengukuran

Skala pengukuran merupakan kesepakatan yang digunakan sebagai acuan untuk menentukan panjang pendeknya interval yang ada dalam alat ukur, sehingga apabila alat ukur tersebut digunakan dalam pengukuran akan menghasilkan data kuantitatif (Sugiyono 2010). Dalam penelitian ini alat ukur yang digunakan yaitu Skala Likert. Skala Likert ini dilakukan dengan menjabarkan variabel yang akan diukur menjadi indikator variabel lalu dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun item-item instrumen yang dapat berupa pertanyaan dan pernyataan. Jawaban setiap item instrumen tersebut memiliki gradasi dari sangat positif sampai sangat negatif

dengan skala interval 1-5. Adapun pemberian skor nilai dalam mengukur variabel *continuance intention*, sebagai berikut :

Tabel 1. 3 Skor Jawaban Model Likert

Bobot	Keterangan
1	Sangat Tidak Setuju
2	Tidak Setuju
3	Cukup Setuju
4	Setuju
5	Sangat Setuju

Sumber : Sugiyono (2010)

Setelah dilakukan pemberian skor, selanjutnya hasil jawaban akan dijadikan bentuk daftar tabulasi dan siap untuk dilakukan uji pada statistik dengan IBM SPSS *Version 21*.

1.10.6. Teknik Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data merupakan salah satu hal vital dalam suatu penelitian. Hal ini dikarenakan peneliti tidak akan bisa mendapatkan data yang diinginkan jika tidak mengetahui bagaimana metode dalam pengumpulan data. Berikut ini metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian :

1. Kuesioner

Kuesioner (angket) merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi sekumpulan pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden (Sugiyono, 2010). Kuesioner yang diajukan kepada responden berisi mengenai pengaruh *Perceived Usefulness dan Perceived Ease Of Use* terhadap *Continuance Intention To Use* pengguna dompet

digital DANA dengan pertanyaan yang relevan dan disebarakan melalui *google form*.

2. Studi Kepustakaan

Studi kepustakaan adalah suatu teknik yang digunakan untuk memperoleh data dan informasi dalam bentuk buku, arsip internet, tulisan dan gambar yang berupa laporan perusahaan serta keterangan yang dapat mendukung penelitian.

1.10.7. Teknik Analisis Data

1.10.7.1. Analisis Data Kualitatif

Analisis data kualitatif merupakan proses analisis data yang tidak melibatkan angka atau tidak memerlukan pengujian secara sistematis dan matematis. Analisis datanya dalam bentuk uraian atau penggambaran tentang gejala atau fenomena yang sedang diteliti yaitu *Perceived Usefulness dan Perceived Ease Of Use* terhadap *Continuance Intention To Use* pengguna dompet digital DANA yang diinterpretasikan dengan mengacu pada landasan teori penelitian dan pendapat responden.

1.10.7.2. Analisis Data Kuantitatif

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis kuantitatif, yaitu suatu analisis yang digunakan untuk menguji hubungan antara variabel-variabel dalam penelitian dengan menggunakan pengukuran dan pembuktian melalui metode statistik dengan bantuan program IBM SPSS *version 21*. Metode ini memberikan cara yang objektif guna mengolah dan menganalisis data kuantitatif untuk kemudian ditarik kesimpulannya. Analisis kuantitatif penelitian ini yaitu :

1.10.8. Uji Validitas dan Reliabilitas

1.10.8.1. Uji Validitas

Uji validitas merupakan suatu ukuran yang menunjukkan tingkat kevalidan atau kesahan suatu indikator dari variabel. Suatu indikator yang valid atau sah bila mempunyai validitas tinggi yang dapat berguna dalam pengukuran yang akan peneliti ukur. Sebaliknya, instrumen yang kurang valid berarti memiliki validitas rendah (Sugiyono, 2010). Untuk mengetahui apakah valid atau tidaknya dapat dilihat Corrected item Correlation di aplikasi IBM SPSS version 21.

- 1) Apabila item mempunyai r hitung $>$ dari r tabel maka item tersebut dinyatakan valid.
- 2) Apabila item mempunyai r hitung $<$ dari r tabel maka item tersebut akan dinyatakan tidak valid.

1.10.8.2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas merupakan suatu alat yang digunakan untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari suatu variabel. Uji reliabilitas digunakan untuk melihat sebuah instrumen dan data yang dihasilkan reliable atau terpercaya apabila instrumen tersebut secara konsisten memunculkan hasil yang sama setiap kali dilakukan pengukuran (Sugiyono, 2010). Adapun cara yang digunakan untuk menguji reliabilitas kuesioner dalam penelitian ini adalah menggunakan rumus koefisien *Cronbach Alpha*, yaitu :

- 1) Apabila hasil koefisien *Cronbach Alpha* $>$ taraf signifikansi 60% atau 0,6 maka kuesioner tersebut reliable.

- 2) Apabila hasil koefisien *Cronbach Alpha* < taraf signifikansi 60% atau 0,6 maka kuesioner tersebut tidak reliable.

1.10.8.3. Koefisien Korelasi

Uji korelasi ini bertujuan untuk mengetahui seberapa kuat atau tidaknya pengaruh variabel independen (*Perceived Usefulness* dan *Perceived Ease Of Use*) terhadap variabel dependen (*Continuance Intention To Use*) yang dapat di analisis dengan Uji korelasi ini dihitung dengan menggunakan software statistik (SPSS). untuk menentukan keeratan hubungan/koefisien korelasi antar variabel tersebut, disajikan tabel interpretasi koefisien korelasi sebagai berikut :

Tabel 1. 4 Pedoman Koefisien Korelasi Antar Variabel

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. Uji Regresi

1.10.9.1. Uji Regresi Linear Sederhana

Pada penelitian ini uji regresi linear sederhana bertujuan untuk mencari tahu pengaruh dari satu variabel independen terhadap variabel dependen. Selain itu, untuk mengetahui seberapa besar hubungan, apakah memiliki hubungan positif atau negatif antara variabel *Perceived Usefulness* dan *Perceived Ease Of Use* terhadap variabel *Continuance Intention To Use*. Persamaan dari analisis regresi linear sederhana, sebagai berikut :

$$Y = a + bx$$

Keterangan :

Y = Variabel Dependen (*Continuance Intention To Use*)

a = Besaran konstanta

b = Besaran koefisien regresi

x = Variabel independen yang mempunyai nilai tertentu.

1.10.9.2. Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linear berganda merupakan pengembangan dari analisis regresi sederhana yang digunakan untuk meramalkan keadaan (naik turunnya) variabel dependen (Y) bila dua atau lebih variabel independen (X) sebagai faktor prediktor di manipulasi (dinaik-turunkan nilainya). Jadi, regresi linear berganda akan dilakukan bila jumlah variabel independennya (X) minimal dua. Dengan adanya analisis regresi linear berganda dapat mengetahui variabel (X1) *Perceived Usefulness*, (X2) *Perceived Ease Of Use* terhadap *Continuance Intention To Use* (Y). Adapun persamaan dari analisis regresi linear berganda yang digunakan dalam penelitian ini sebagai berikut :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2$$

Keterangan :

Y = Variabel Terikat (*Continuance Intention To Use*)

a = Bilangan Tetap atau konstanta

b1 = Koefisien regresi X1 terhadap Y

X1 = Variabel independen pertama (*Perceived Usefulness*)

b2 = Koefisien regresi X2 terhadap Y

X2 = Variabel independen kedua (*Perceived Ease Of Use*)

1.10.9.3. Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi (R^2) digunakan untuk mengukur sejauh mana kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai R^2 terletak antara nol dan satu. Untuk mengetahui seberapa jauh variabel *Perceived Usefulness* dan *Perceived Ease Of Use* dapat menerangkan dengan baik *Continuance Intention To Use*, dapat dilihat dari adjusted R^2 :

- 1) Apabila adjusted R^2 mendekati 0 maka variabel independen yang dipilih seperti (*Perceived Usefulness* dan *Perceived Ease Of Use*) tidak mampu menerangkan/menjelaskan variasi variabel dependen (*Continuance Intention To Use*).
- 2) Apabila adjusted R^2 mendekati angka 1, maka variabel independen yang dipilih seperti (*Perceived Usefulness* dan *Perceived Ease Of Use*) dapat menerangkan atau menjelaskan dengan baik variabel dependen (*Continuance Intention To Use*).

Untuk menggunakan analisis koefisien determinasi dapat dirumuskan, sebagai berikut :

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

Keterangan :

KD = Koefisien determinasi

R = Determinasi

Artinya, koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui seberapa besar kontribusi variabel *Perceived Usefulness* dan *Perceived Ease Of Use* terhadap *Continuance Intention To Use*.

1.10.10. Uji Signifikan

1.10.10.1. Uji Statistik t (Uji Parsial)

Pada penelitian ini Uji t digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya pengaruh masing-masing variabel independen (X) secara parsial terhadap variable dependen (Y) yang akan diuji dan juga untuk menguji hipotesis 1, 2, dan 3. Dalam penelitian Uji T berguna untuk mencari tahu seberapa kuat variabel independen (*Perceived Usefulness dan Perceived Ease Of Use*) memberi pengaruh terhadap variabel dependen (*Continuance Intention To Use*). Untuk menghitung Uji t dapat dirumuskan, sebagai berikut :

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

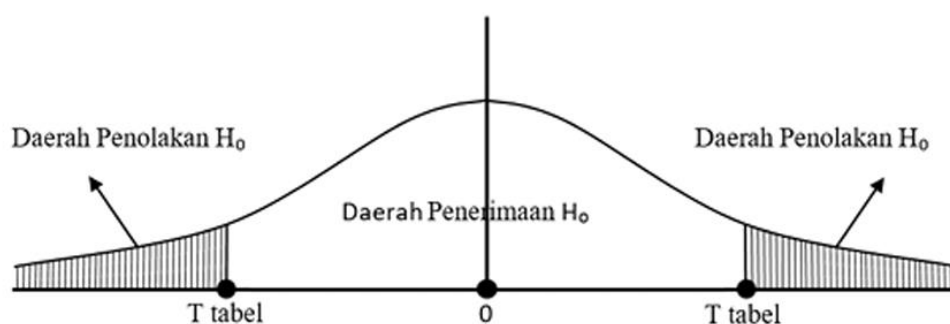
Keterangan :

- t = t hitung untuk dibandingkan dengan t-tabel
- n = Jumlah Sampel
- r = koefisien korelasi
- r² = koefisien determinasi

Dalam Uji T ini menggunakan taraf signifikansi 5% (0,05). Untuk mengetahui ada atau tidaknya pengaruh dari variabel independen (X) secara parsial terhadap variabel dependen (Y) dapat dilihat dari kriteria Uji T, antara lain:

- 1) Apabila $t_{hitung} > t_{tabel}$ dengan sig 0,05. Maka H_0 ditolak dan H_a diterima.
Dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh dari variabel *Perceived Usefulness* (X1) terhadap *Continuance Intention To Use* (Y) dan variabel *Perceived Ease Of Use* (X2) terhadap *Continuance Intention To Use* (Y).
- 2) Apabila $t_{hitung} < t_{tabel}$ dengan sig 0,05. Maka H_a ditolak dan H_0 diterima.
Dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat pengaruh dari variabel *Perceived Usefulness* (X1) terhadap *Continuance Intention To Use* (Y) dan variabel *Perceived Ease Of Use* (X2) terhadap *Continuance Intention To Use* (Y).

Gambar 1. 6 Kurva Uji t



1.10.10.2. Uji Statistik F (Uji Stimultan)

Pada penelitian ini Uji F dilakukan untuk mengetahui tingkat signifikan pengaruh antara variabel independen (X) yang secara bersama-sama atau stimultan mempengaruhi variabel dependen (Y). Untuk menghitung Uji F dapat dilakukan dengan menggunakan rumus sebagai berikut

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

Keterangan :

R = Koefisien korelasi berganda

n = Jumlah sample

k = Jumlah variable independen

Kriteria yang ditentukan untuk 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 usefulness* dan *perceived ease of use* 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 usefulness*, dan *perceived ease of use* mempengaruhi secara simultan terhadap *continuance intention to use*.
- 2) Dalam Uji F ini menggunakan taraf signifikansi 5% (0,05),
- 3) Membandingkan antara F_{hitung} dengan F_{tabel} .
 - a. Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$, H_0 ditolak H_a diterima
Artinya bahwa variabel *perceived usefulness* dan *perceived ease of use* berpengaruh secara simultan terhadap *continuance intention to use*.
 - b. Jika $F_{hitung} < F_{tabel}$, H_a ditolak H_0 diterima

Artinya bahwa variabel *perceived usefulness* dan *perceived ease of use* tidak berpengaruh secara simultan terhadap *continuance intention to use*.

Gambar 1. 7 Kurva Uji F (One Tail)

