

# ANALISIS DETERMINAN PENGGUNAAN E-WALLET PADA TRANSAKSI PEMBAYARAN

Disusun oleh:

**Dhio Ramadhan Sukmana Putra**  
[dhioramadhan@student.ub.ac.id](mailto:dhioramadhan@student.ub.ac.id)

**Dr. Roekhudin, Ak., CSRS., CA**  
[roe271162@gmail.com](mailto:roe271162@gmail.com)

Accounting Department, Faculty of Economics and Business, Brawijaya University Jl. MT. Haryono  
165, Malang 65145, Indonesia

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mencari bukti empiris pengaruh ekspektasi kinerja, ekspektasi usaha, pengaruh sosial, kondisi yang mendukung, motivasi hedonis, nilai harga, dan kebiasaan terhadap minat penggunaan *e-wallet* pada transaksi pembayaran. Penelitian ini menggunakan pendekatan *Unified Theory of Acceptance and Use of Technology 2 (UTAUT2)*. Sampel penelitian ini adalah warga negara Indonesia yang berumur sama dengan atau lebih dari 17 tahun dan pernah menggunakan salah satu atau lebih produk *e-wallet* Go-Pay, OVO, Link Aja, ShopeePay, dan DANA di Kota Malang. Pengumpulan data menggunakan metode survei dengan teknik *purposive sampling*. Alat yang digunakan untuk menganalisa hubungan variabel dalam penelitian ini adalah *Partial Least Square (PLS)* dengan menggunakan aplikasi SmartPLS 3.3.3. Hasil penelitian menunjukkan bahwa ekspektasi kinerja, kondisi yang mendukung, dan kebiasaan berpengaruh positif signifikan terhadap minat penggunaan *e-wallet* dalam melakukan transaksi pembayaran. Sedangkan ekspektasi usaha, pengaruh sosial, motivasi hedonis dan nilai harga tidak berpengaruh positif signifikan terhadap minat penggunaan *e-wallet*. Implikasi praktis dari penelitian ini ditujukan kepada entitas-entitas yang ingin menggunakan *e-wallet* sebagai salah satu metode pembayaran, dan juga bagi perusahaan yang bergerak pada bidang keuangan digital untuk meningkatkan dan menerapkan kualitas layanan.

**Kata Kunci:** Transaksi Pembayaran, *E-Wallet*, Ekspektasi Kinerja, Ekspektasi Usaha, Pengaruh Sosial, Fasilitas yang Mendukung, Motivasi Hedonis, Nilai Harga, Kebiasaan

## ABSTRACT

*This study aims to determine the empirical evidence of the effect of performance expectations, effort expectancy, social influences, facilitating conditions, hedonic motivation, price values, and habits on the intention to use e-wallet in payment transactions. This study utilizes the Unified Theory of Acceptance and Use of Technology 2 (UTAUT2) approach. The samples of this study include Indonesian citizens older than or equal to 17 years of age and users of one or more e-wallet products such as Go-Pay, OVO, Link Aja, ShopeePay, and DANA in Malang City. The data are collected through survey method with purposive sampling technique, and analyzed by Partial Least Square (PLS) utilizing SmartPLS 3.3.3 software. The results reveal that performance expectations, supportive conditions, and habits have a significant positive effect on the intention to use e-wallet in making payment transactions. Whilst, effort expectancy, social influences, hedonic motivation and price values do not have a significant positive effect on the intention to use e-wallet. The practical implications of this study are aimed at entities aspiring to use e-wallet as a payment method, and also for companies engaged in digital finance to improve and implement their service quality.*

**Key Words:** *Payment Transaction, E-Wallet, Performance Expectancy, Effort Expectancy, Social Influence, Facilitating Conditions, Hedonic Motivation, Price Value, Habit*

## PENDAHULUAN

### Latar Belakang

Dunia sedang memasuki era baru dalam bidang industri dimana secara dominan seluruh aktivitas dilakukan dengan cara otomatis dan terintegrasi. Perubahan pada era ini sangat memberikan efek yang besar terhadap ekosistem dunia dan tata cara kehidupan, karena diyakini dapat meningkatkan perekonomian dan kualitas kehidupan manusia. Berbagai macam penemuan dan inovasi baru banyak bermunculan pada era revolusi industri 4.0 seperti *Internet of Things* (IoT), *Big Data*, *Artificial Intelligence* (AI), kendaraan tanpa pengemudi, rekayasa genetika, robot hingga mesin pintar. Dari semua penemuan tersebut, salah satu hal yang paling besar adalah *Internet of Things* (IoT) dengan kemampuan dalam menyambung dan mempermudah komunikasi antara mesin, perangkat, sensor, dan manusia melalui sebuah jaringan internet. Contoh kecil penemuan lainnya dapat dijumpai pada aktivitas perdagangan, transaksi pada aktivitas perdagangan bisa dilakukan dengan cepat, mudah dan kapan saja, karena hanya dengan berbekal aplikasi pada *gadget* yang terkoneksi dengan internet (Binus.ac.id, 2019).

Prasetyo dan Trisyanti (2018) mengatakan bahwa revolusi industri 4.0 tidak hanya membawa perubahan pada fenomena di bidang teknologi, melainkan telah merambah kepada bidang-bidang lain seperti sosial, hukum, dan ekonomi. Pada bidang ekonomi, telah banyak membawa perubahan yang signifikan diantaranya peningkatan efektivitas pada sektor perdagangan serta UMKM (Hamdan, 2018). Integrasi aktivitas manusia dengan aktivitas teknologi informasi membawa manusia kepada satu kepaduan terhadap proses transaksi pembayaran baik berupa aktivitas perdagangan maupun aktivitas jasa yang mempengaruhi kewirausahaan pada kemandirian ekonomi (Sangaji *et al.*, 2019).

Perekonomian memiliki salah satu aktivitas yang pasti dilakukan yaitu berupa transaksi pembayaran. Transaksi pembayaran dilakukan apabila terjadi proses pertukaran baik berupa barang atau jasa melalui media alat pembayaran berupa uang (Sari, 2016). Pembayaran berupa uang masih dilakukan sampai dengan sekarang, hanya saja terdapat pilihan dalam menggunakan metode pembayaran, yaitu menggunakan uang berbentuk fisik atau uang berbentuk elektronik. Pembayaran dengan menggunakan uang dalam bentuk fisik adalah pembayaran dengan menggunakan bentuk fisik uang secara langsung kepada suatu pihak, sedangkan pembayaran dengan uang elektronik pada hakikatnya adalah sama, namun yang membedakan adalah uang elektronik merupakan uang secara fisik yang disetorkan kepada penerbit uang elektronik kemudian disimpan dengan media elektronik berupa *server* atau kartu chip berdasarkan nilai yang disetorkan (Usman, 2017).

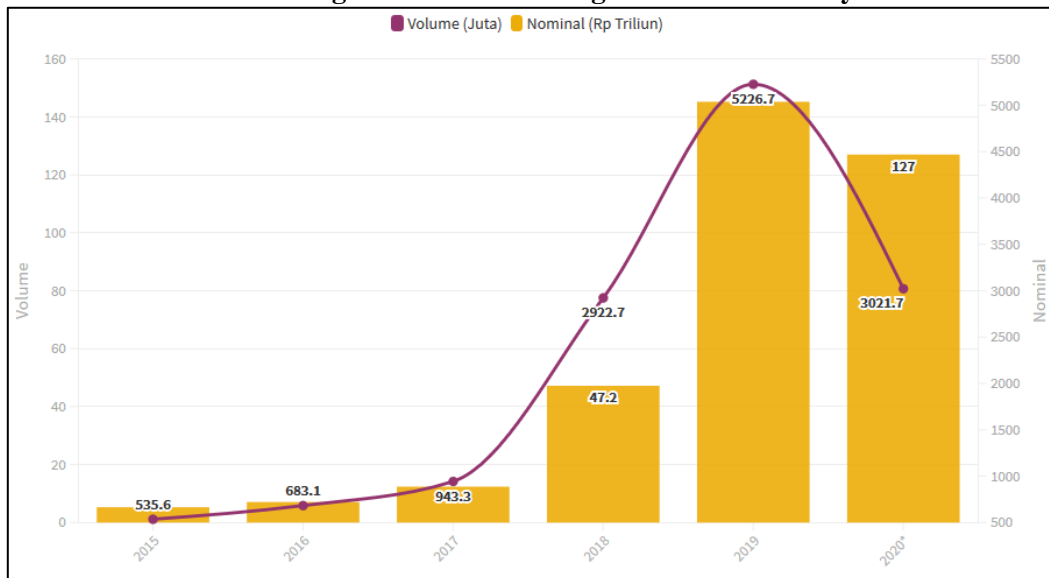
Pemanfaatan teknologi dari sebuah internet bisa dilihat dari salah satu munculnya teknologi baru dalam dunia keuangan berupa *financial technology* (*fintech*). Dengan adanya teknologi *fintech*, menjadikan aktivitas transaksi pada masyarakat menjadi lebih praktis dan efektif serta membantu masyarakat dalam memperoleh akses terhadap produk keuangan dan meningkatkan pengetahuan mengenai keuangan (Eszi, 2020). Menurut Bank Indonesia, *fintech* merupakan kombinasi antara jasa keuangan dengan teknologi yang mana dapat menyederhanakan rantai transaksi menjadi lebih efisien. Dengan adanya *fintech* masyarakat dapat dengan mudah mengakses produk-produk keuangan, melakukan transaksi lebih mudah, dan meningkatkan literasi keuangan (Ardela, 2017).

Munculnya *fintech* memberikan manfaat yang besar bagi para pengguna baik dari sisi konsumen maupun dari sisi produsen. Bagi masyarakat selaku konsumen dapat menikmati pelayanan yang cepat, pengeluaran biaya yang lebih murah, keakuratan nominal, kemudahan akses, dan terdapat banyak pilihan yang menarik (Kompas, 2019). Kemudian bagi masyarakat pemilik usaha UMKM selaku produsen juga sangat terbantu dengan adanya *fintech* karena mempermudah melakukan transaksi dengan konsumen serta kemudahan pelayanan finansial seperti pencatatan dari aktivitas transaksi menjadi lebih mudah (Techfor.id, 2019).

Lima tahun terakhir Indonesia mengalami perubahan secara signifikan terhadap trend transaksi pembayaran dimana masyarakat bertransformasi ke arah non-tunai atau *cashless*. Lonjakan tertinggi tercatat pada rentang tahun 2017-2018 dengan volume pertumbuhan 209,8% dari 943,3 juta transaksi menjadi 2,922 miliar, jumlah nominal tumbuh 281,4% dari Rp 12,4 triliun menjadi Rp 47,2 triliun. Pertumbuhan pesat transaksi non-tunai tidak lepas dari banyaknya penyedia layanan transaksi digital dari perbankan, operator seluler hingga perusahaan rintisan (*startup*). Bank Indonesia mencatat hingga

27 Mei 2019 terdapat 51 penyelenggara uang elektronik di Indonesia. Aktivitas transaksi uang elektronik di masyarakat berdasarkan Bank Indonesia disajikan pada gambar 1.1 sebagai berikut:

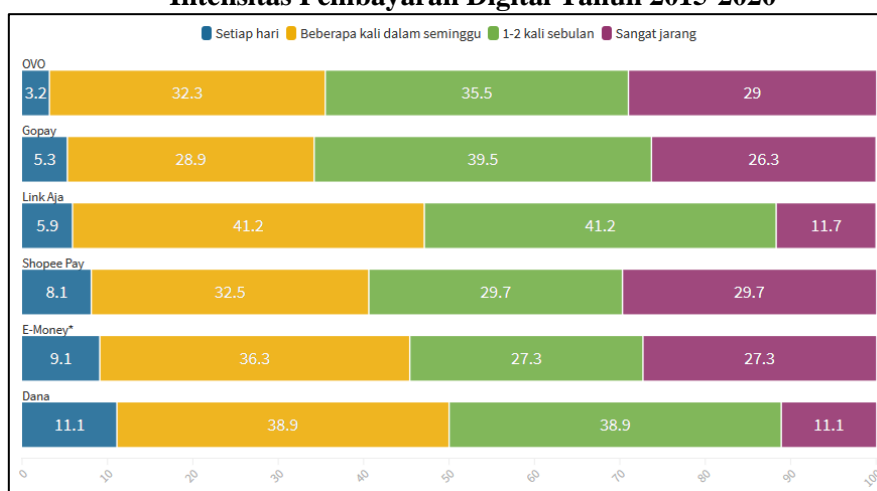
**Gambar 1.1**  
**Grafik Histogram Transaksi Uang Elektronik di Masyarakat**



Sumber: Bank Indonesia (2020)

*Fintech* dalam kategori pembayaran terbagi menjadi dua jenis yaitu pertama *payment gateway* dan dompet digital (*e-wallet*). Pada penggunaan *e-wallet*, pengguna dapat menyimpan uang mereka di aplikasi dan bisa digunakan untuk bertransaksi baik secara *online* maupun *offline*. Dompet digital (*e-wallet*) tumbuh dengan pesat di masyarakat saat ini dikarenakan pengguna merasa lebih nyaman dan praktis karena tidak perlu membawa uang secara fisik sebab hanya tinggal menggunakan *smartphone* saja dalam menggunakannya. Menurut analisis data yang dilakukan Katadata Insight Center (2020) konsumen lebih sering menggunakan *e-wallet* daripada *e-money*. Sumber tersebut mengambil enam sampel jenis *e-wallet* yang sering digunakan di Indonesia yaitu: OVO, Go-Pay, LinkAja, Shopee Pay, E-Money, dan DANA. Kemudian sampel jenis *e-money* dengan menggolongkan pada jenis merek Flazz BCA, e-money Mandiri, dan Brizzi. Informasi dari Katadata Insight Center (KIC) disajikan dengan gambar 1.2 sebagai berikut:

**Gambar 1.2**  
**Intensitas Pembayaran Digital Tahun 2015-2020**



Sumber: Katadata.co.id (2020)

Berdasarkan gambar diatas menunjukkan bahwa 11,1% responden lebih sering menggunakan *e-wallet* DANA setiap hari. Selanjutnya konsumen yang memanfaatkan *e-money* setiap hari berada di urutan kedua dengan persentase 9,1%. Sementara penggunaan *e-wallet* Link Aja, Go-Pay, dan OVO masing-masing berurutan berada diposisi ketiga, keempat dan kelima dengan Link Aja memiliki persentase 5,9%, Go-Pay memiliki persentase 5,3%, dan OVO memiliki persentase 3,2%. Katadata Insight Center (KIC) juga menjelaskan bahwa Kegunaan kedua jenis pembayaran antara *e-money* dan *e-wallet* memiliki perbedaan yaitu *e-money* termasuk kedalam jenis perbankan dan operator seluler dimana konsumen memanfaatkan sebuah kartu yang berbasis dengan chip, sedangkan *e-wallet* berbentuk aplikasi yang berbasis server.

**Gambar 1.3**  
**Grafik Garis E-Wallet Terbesar di Indonesia Q2 2019 – Q2 2020**



Sumber: iPrice Indonesia (2020)

Walaupun *e-wallet* DANA merupakan jenis dompet digital yang sering digunakan menurut Katadata Insight Centre (2020), akan tetapi menurut iPrice Indonesia (2020) *e-wallet* DANA masih berada di urutan terbesar ketiga. Ovo dan Go-Pay yang menurut Katadata Insight Centre (2020) penggunaan harian-nya berada jauh daripada pengguna DANA, malah berada di urutan terbesar kedua dan pertama melampaui dari *e-wallet* DANA. Berdasarkan paparan data yang sudah disebutkan, terdapat lima produk *e-wallet* yang mampu konsisten berada diurutan lima besar berdasarkan iPrice Indonesia (2020) yaitu Go Pay, OVO, DANA, LinkAja, dan Go Mobile By CIMB. Sedangkan lima produk dengan intensitas penggunaan tertinggi berdasarkan Katada Insight Centre (2020) adalah Go Pay, OVO, DANA, LinkAja, dan Shopee Pay.

Pada penelitian kali ini akan berfokus kepada lima produk *e-wallet* dengan intensitas penggunaan tertinggi dalam kurun waktu lima tahun terakhir berdasarkan Katadata Insight Centre (2020). Kelima produk tersebut yaitu Go Pay, OVO, DANA, LinkAja, dan Shopee Pay mampu dengan konsisten bertahan di posisi puncak; baik penggunaan secara harian, mingguan, dan bulanan. Masing-masing produk dapat ditemui dalam aktivitas sehari-hari dengan jenis transaksi yang berbeda-beda. OVO terintegrasi dengan platform transportasi online Grab, Go-Pay terintegrasi dengan platform transportasi online Go-Jek, DANA terintegrasi dengan *e-commerce* Bukalapak, LinkAja sering ditemui di kantin-kantin kampus atau sekolah, dan Shopee Pay terintegrasi dengan *e-commerce* Shopee. Setiap produk memiliki keunggulan dan kemudahan dengan jenis transaksi yang berbeda-beda. Perkembangan *e-wallet* tiap tahun meningkat yang hingga pada akhirnya *e-wallet* dapat menjadi eksis dengan persaingan sengit di pasar Indonesia. Data yang telah dijabarkan menunjukkan *e-wallet* menjadi salah satu metode pembayaran yang paling sering digunakan serta mendapatkan antusiasme tersendiri dalam kegiatan bertransaksi di Indonesia.

Penelitian sebelumnya yang dilakukan Slade *et al.* (2015) di Inggris untuk mengetahui apa saja yang menjadi faktor dari adopsi penggunaan pembayaran seluler jarak jauh dengan menggunakan variabel ekspektasi kinerja, ekspektasi usaha, dan pengaruh sosial dari teori UTAUT serta menambahkan variabel inovasi, persepsi risiko, dan faktor kepercayaan sebagai variabel prediksi dari adopsi penggunaan pembayaran seluler jarak jauh. Matemba dan Li (2018) meneliti tingkat penerimaan layanan *people-to-people* (P2P) dari penggunaan *WeChat wallet* di negara Afrika Selatan dengan menggunakan variabel keamanan dan kepercayaan sebagai variabel prediksi terhadap variabel masalah privasi; variabel kemudahan penggunaan terhadap variabel keuntungan relatif; dan variabel masalah privasi, keuntungan relatif dan kepercayaan sebagai variabel yang diprediksi memiliki pengaruh langsung terhadap minat penggunaan transaksi *people-to-people* (P2P). Penelitian lain yang dilakukan oleh Abrilia dan Sudarwanto (2020) pada produk *e-wallet* DANA untuk meneliti apakah variabel kemudahan dan fitur layanan menjadi variabel yang mempengaruhi dari penggunaan *e-wallet*.

Penelitian ini bertujuan untuk mencari faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi penggunaan *e-wallet* ketika melakukan transaksi pembayaran. Penelitian ini mereplikasi penelitian yang dilakukan oleh Widodo *et al.* (2019). Penelitian Widodo *et al.* (2019) menggunakan teori UTAUT2 yang diperluas, dengan menambahkan variabel *perceived risk* dan *trust* sebagai variabel tambahan untuk mengeksplorasi apa saja yang menjadi faktor penentu dari penggunaan *e-wallet* di Indonesia. Pada penelitian ini peneliti berfokus kepada beberapa produk *e-wallet*, yaitu OVO, Go-Pay, Link Aja, DANA dan Shopee Pay. Penelitian ini mengadopsi variabel yang terdapat pada teori UTAUT2, yaitu ekspektasi kinerja, ekspektasi usaha, pengaruh sosial, kondisi yang mendukung, motivasi hedonis, nilai harga dan kebiasaan sebagai variabel prediksi dari penggunaan *e-wallet*. Oleh karena itu, berdasarkan uraian latar belakang dan masalah yang telah dijabarkan sebelumnya, maka penelitian ini akan memiliki judul: **“Analisis Determinan Penggunaan *E-wallet* pada Transaksi Pembayaran”**.

### **Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang sudah dipaparkan sebelumnya, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah ekspektasi kinerja berpengaruh positif terhadap minat penggunaan *e-wallet*?
2. Apakah ekspektasi usaha berpengaruh positif terhadap minat penggunaan *e-wallet*?
3. Apakah pengaruh sosial berpengaruh positif terhadap minat penggunaan *e-wallet*?
4. Apakah kondisi yang mendukung berpengaruh positif terhadap minat penggunaan *e-wallet*?
5. Apakah motivasi hedonis berpengaruh positif terhadap minat penggunaan *e-wallet*?
6. Apakah nilai harga berpengaruh positif terhadap minat penggunaan *e-wallet*?
7. Apakah kebiasaan berpengaruh positif terhadap minat penggunaan *e-wallet*?

### **Tujuan Penelitian**

Berdasarkan permasalahan tersebut, maka tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah:

1. Untuk menguji pengaruh positif ekspektasi kinerja terhadap minat penggunaan *e-wallet*.
2. Untuk menguji pengaruh positif ekspektasi usaha terhadap minat penggunaan *e-wallet*.
3. Untuk menguji pengaruh positif pengaruh sosial terhadap minat penggunaan *e-wallet*.
4. Untuk menguji pengaruh positif kondisi yang mendukung terhadap minat penggunaan *e-wallet*.
5. Untuk menguji pengaruh positif motivasi hedonis terhadap minat penggunaan *e-wallet*.
6. Untuk menguji pengaruh positif nilai harga terhadap minat penggunaan *e-wallet*.
7. Untuk menguji pengaruh positif kebiasaan terhadap minat penggunaan *e-wallet*.

### **Kontribusi Penelitian**

#### **Kontribusi Teoritis**

1. Hasil penelitian ini memberikan bukti empiris untuk mengembangkan UTAUT2 sebagai faktor penentu yang mempengaruhi niat perilaku dalam menggunakan *e-wallet*.
2. Hasil penelitian ini menambah kajian di bidang sistem informasi akuntansi, khususnya metode transaksi pembayaran yang berkaitan dengan minat penggunaan *e-wallet*.
3. Sebagai pijakan dan referensi untuk penelitian-penelitian selanjutnya yang berhubungan dengan faktor-faktor yang mempengaruhi minat penggunaan *e-wallet*.

### **Kontribusi Praktis**

1. Penelitian ini dapat digunakan sebagai referensi kepada entitas-entitas yang ingin menggunakan *e-wallet* sebagai salah satu metode dalam transaksi pembayaran.
2. Sebagai referensi kepada perusahaan-perusahaan yang bergerak pada bidang layanan keuangan digital terkhusus pada layanan dompet digital (*e-wallet*) untuk meningkatkan dan menerapkan kualitas pelayanan.

### **Sistematika Penulisan**

Dalam penulisan ini menggunakan lima bab dengan masing-masing bab terdiri dari sub-sub bab. Secara sistematis penulisan karya akhir ini disusun sebagai berikut:

- BAB I           PENDAHULUAN**  
Bab ini berisi gambaran umum yang mendasari dilaksakannya penelitian yang meliputi: latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, kontribusi penelitian dan sistematika penulisan.
- BAB II           TELAAH PUSATAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS**  
Bab ini berisi uraian tentang tinjauan pustaka mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi penggunaan *e-wallet* pada sistem pembayaran non-tunai. Pada bab ini juga akan disajikan pengembangan hipotesis dan model penelitian.
- BAB III          METODE PENELITIAN**  
Bab ini berisi mengenai pendekatan penelitian, jenis/tipe penelitian, teknik pengumpulan data, populasi dan sampel serta teknik pengelolaan dan analisis data.
- BAB IV          HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**  
Bab ini berisi hasil penelitian yang telah dilakukan dengan metode penelitian yang telah dibahas sebelumnya dengan penjabaran deskriptif yang dilakukan oleh peneliti.
- BAB V          KESIMPULAN**  
Bab ini berisi kesimpulan dari hasil penelitian, implikasi penelitian dan keterbatasan penelitian.

## TELAAH PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS

### Telaah Pustaka

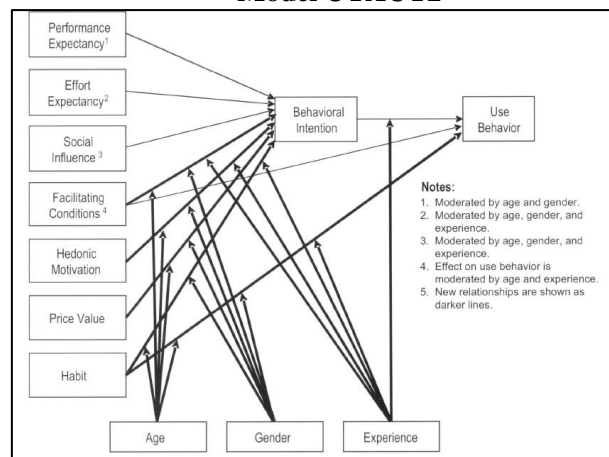
#### *Unified Theory of Acceptance Model 2 (UTAUT2)*

*Unified Theory of Acceptance Model 2 (UTAUT2)* merupakan salah satu teori hasil pengembangan dari teori sebelumnya yaitu *Unified Theory of Acceptance Model (UTAUT)* yang dikemukakan oleh Venkatesh *et al.* pada tahun 2003. UTAUT merupakan penggabungan dari delapan teori perilaku terkemuka yang berhasil menjadi satu teori. Teori-teori tersebut adalah *Theory of Reasoned Action (TRA)*, *technology acceptance model (TAM)*, *Motivational Model (MM)*, *Theory of Planned Behaviour (TPB)*, *Combined TAM and TPB*, *Model of PC utilization (MPCU)*, *Innovation Diffusion Theory (IDT)*, dan *Social Cognitive Theory (SCT)*. UTAUT lama terbukti berhasil dari delapan teori penerimaan teknologi yang lain dalam menjelaskan penerimaan teknologi hingga 70 persen varian pengguna (Taiwo & Downe, 2013; Nasir, 2013). UTAUT lama memiliki empat variabel kunci dalam membangun konstruksi yaitu: ekspektasi kinerja (*performance expectancy*), ekspektasi usaha (*effort expectancy*), pengaruh sosial (*social influence*), dan fasilitas yang mendukung (*facilitating conditions*).

Pada tahun 2012 Venkatesh *et al.* melakukan modifikasi UTAUT model lama dengan model yang lebih baru yaitu UTAUT2 berdasarkan temuan dari penelitian mereka di Hong Kong. UTAUT2 diperkenalkan dengan tujuan mengeksplorasi faktor-faktor penentu lain dalam memprediksi minat dari penggunaan sebuah teknologi. Venkatesh *et al.* (2012) berhasil mencapai tujuan penelitian dengan beberapa pertimbangan sebelumnya, pertama-tama Venkatesh *et al.* (2012) mengidentifikasi tiga konstruksi utama dari penelitian sebelumnya pada adopsi umum dalam penggunaan teknologi dan adopsi konsumen dalam penggunaan teknologi, kemudian mengubah beberapa hubungan yang ada dalam konseptualisasi model asli UTAUT, dan terakhir memperkenalkan hubungan baru tersebut.

Penambahan tiga konstruksi baru ke dalam model UTAUT2 adalah berdasarkan pertimbangan dari penelitian-penelitian sebelumnya tentang perilaku konsumen terhadap penggunaan teknologi. Pertama, konstruksi motivasi hedonis (*hedonic motivation*) berdasarkan pertimbangan bahwa kenikmatan menjadi faktor yang sering timbul dalam menggunakan produk teknologi (Brown & Venkatesh, 2005; Holbrook & Hirschman, 1982; Nysveen *et al.*, 2005; Van der Heijden, 2004). Kedua, konstruksi harga (*price*) mendominasi keputusan konsumen dalam memilih untuk menggunakan atau tidak menggunakan suatu teknologi (Brown & Venkatesh, 2005; Chan *et al.*, 2008; Coulter & Coulter, 2007; Dodds *et al.*, 1991). Ketiga, konstruksi kebiasaan (*habit*) telah terbukti memiliki pengaruh langsung pada penggunaan teknologi juga *habit* menjadi faktor yang membatasi hubungan antara perilaku dan penggunaan teknologi (Davis & Venkatesh, 2004; Kim & Malhotra, 2005; Kim *et al.*, 2005; Limayem *et al.*, 2007). Venkatesh *et al.* (2012) mengklaim bahwa penambahan yang disarankan pada UTAUT2 menunjukkan perubahan signifikan yang lebih dapat menjelaskan niat perilaku dan penggunaan teknologi. Venkatesh *et al.* (2012) menggambarkan model terbaru yaitu UTAUT2 dengan gambaran model seperti Gambar 2.1 sebagai berikut:

**Gambar 2.1**  
**Model UTAUT2**



Sumber: Venkatesh *et al.* (2012)

## **Minat Penggunaan**

Minat dapat didefinisikan sebagai tingkatan keinginan atau dorongan dalam diri untuk menggunakan suatu sistem dengan asumsi bahwa mereka memiliki akses terhadap informasi tersebut (Venkatesh *et al.*, 2003). Minat perilaku juga digambarkan sebagai minat seseorang atau faktor yang memotivasi untuk menangkap seberapa besar usaha yang bersedia dilakukan oleh seseorang untuk melakukan suatu perilaku tertentu (Ajzen & Fishbein, 1975; Ajzen, 1991). Minat perilaku telah secara luas digunakan dan telah berulang-ulang diteliti sebagai peran yang kuat dalam membentuk penggunaan aktual serta adopsi dari sistem baru (Venkatesh *et al.*, 2003, 2012).

## **Ekspektasi Kinerja (*Performance Expectancy*)**

Ekspektasi kinerja (*performance expectancy*) memiliki definisi sebagai sejauh mana suatu individu meyakini bahwa menggunakan suatu sistem akan membantu dirinya untuk mencapai keuntungan serta meningkatkan kinerja (Venkatesh *et al.*, 2003). Terdapat lima konstruksi berbeda dari berbagai macam teori-teori perilaku populer yang sudah ada sebelumnya yang berhubungan dengan ekspektasi kinerja (*performance expectancy*).

Konstruksi pertama adalah kegunaan yang dirasakan (*perceived usefulness*) yang terdapat pada teori perilaku sebelumnya yaitu *Technology of Acceptance Model* (TAM), *Theory of Acceptance Model 2* (TAM2), dan *Combined TAM and TPB*. Menurut Davis *et al.* (1989) *perceived usefulness* adalah suatu fase dimana individu percaya bahwa ketika memakai suatu sistem tertentu akan dapat menambahkan prestasi bagi individu tersebut.

Konstruksi kedua adalah motivasi ekstrinsik (*extrinsic motivations*) yang ada pada teori *Motivation Model* (MM). Menurut Davis *et al.* (1992) *extrinsic motivation* adalah persepsi individu bahwa pengguna akan mau melakukan aktivitas dikarenakan ada perasaan bahwa alat yang digunakan mampu mendapatkan hasil yang lebih bernilai, seperti meningkatkan performansi kinerja dan promosi kerja.

Konstruksi ketiga adalah pekerjaan yang cocok (*job-fit*) yang berasal dari *Model of PC Utilization* (MPCU). Thompson *et al.* (1991) berpendapat bahwa *job-fit* merupakan perluasan dan keyakinan seseorang dalam menggunakan suatu teknologi akan mampu meningkatkan performansi kerja.

Konstruksi keempat adalah keuntungan relatif (*relative advantage*) yang berasal dari *Innovation Diffusion Theory* (IDT). Moore dan Benbasat (1991) berpendapat bahwa *relative advantage* merupakan tingkatan dimana sebuah inovasi dirasakan lebih baik.

Konstruksi kelima adalah hasil yang diharapkan (*outcome expectations*) yang berasal dari *Social Cognitive Theory* (SCT). Compeau dan Higgins (1995) berpendapat bahwa *outcome expectations* merupakan hubungan konsekuensi berupa hukuman atau penghargaan yang diterima oleh individu ketika melakukan performansi suatu perilaku.

## **Ekspektasi Usaha (*Effort Expectancy*)**

Ekspektasi usaha (*effort expectancy*) memiliki definisi sebagai tingkat kemudahan dalam menggunakan suatu sistem dengan menganggap apakah suatu sistem itu mudah atau sulit untuk digunakan (Venkatesh *et al.*, 2003). Terdapat tiga konstruksi berbeda dari berbagai macam teori-teori perilaku populer yang berhubungan dengan ekspektasi usaha (*effort expectancy*).

Konstruksi pertama adalah kemudahan penggunaan yang dirasakan (*perceived ease of use*) yang terdapat pada teori *Technology of Acceptance Model* (TAM) dan *Technology of Acceptance Model 2* (TAM2). Menurut Davis *et al.* (1989) *perceived ease of use* adalah suatu hal akan dianggap mudah bagi pengguna dan bukan menjadi beban bagi pengguna.

Konstruksi kedua adalah kompleksitas (*complexity*) yang berasal dari *Model of PC Utilization* (MPCU). Menurut Thompson *et al.* (1991) *complexity* adalah tingkatan dimana suatu inovasi dirasakan lebih sulit untuk dipahami dan digunakan.

Konstruksi ketiga adalah kemudahan penggunaan (*ease of use*) yang berasal dari *innovation diffusion theory* (IDT). Moore dan Benbasat (1991) berpendapat bahwa *ease of use* merupakan tingkatan dimana sebuah inovasi dirasa lebih baik.

## **Pengaruh Sosial (*Social Influence*)**

Pengaruh sosial (*social influence*) memiliki definisi sebagai sejauh mana seorang individu merasakan pentingnya orang lain percaya bahwa ia harus menggunakan sistem baru (Venkatesh *et al.*, 2003). Pengaruh sosial (*social influence*) memiliki pengaruh langsung terhadap minat perilaku



(*behavioural intention*) dan berasal dari konstruksi 3 variabel yang berasal dari teori yang berbeda-beda.

Konstruksi pertama adalah norma subjektif (*subjective norm*) yang berasal dari *Theory of Reasoned Action* (TRA), *Technology of Acceptance Model 2* (TAM2), *Theory of Reasoned Action* (TPB), dan *Combined TAM and TPB* (C-TAMTPB). *Subjective norm* didefinisikan sebagai persepsi seseorang bahwa orang lain berpikiran seseorang tidak harus melakukan sesuatu perilaku tertentu yang diminta (Ajzen, 1991; Davis *et al.*, 1989; Taylor & Tood, 1995).

Konstruksi kedua adalah faktor sosial (*social factors*) yang berasal dari *Model of PC Utilization* (MPCU). Thompson *et al.* (1991) berpendapat bahwa *social factors* adalah perasaan yang ada pada dalam diri seseorang terhadap kebudayaan suatu kelompok dan persetujuan intrapersonal yang dipengaruhi oleh seseorang pada situasi sosial tertentu.

Konstruksi ketiga adalah kesan (*image*) yang berasal dari *Innovation Diffusion Theory* (IDT). Menurut Moore dan Benbasat (1991) *image* adalah tingkatan dimana ketika menggunakan inovasi dirasakan akan menambahkan *image* atau status seseorang dalam sistem sosial.

### **Kondisi yang Mendukung (*Facilitating Conditions*)**

Kondisi yang mendukung (*facilitating conditions*) memiliki definisi sebagai sejauh mana individu memiliki keyakinan bahwa infrastruktur organisasi dan teknis ada untuk mendukung penggunaan sistem (Venkatesh *et al.*, 2003). *Facilitating conditions* memiliki tiga konstruksi pembangun yang berasal dari teori-teori yang berbeda.

Konstruksi pertama adalah kontrol perilaku yang dirasakan (*perceived behavioural control*) yang berasal dari *Theory of Reasoned Action* (TPB), dan *Combined TAM and TPB* (C-TAMTPB), *Perceived behavioural control* memiliki definisi sebagai perasaan atau anggapan mudah atau sulit untuk menampilkan suatu perilaku (Ajzen, 1991; Taylor & Todd, 1995).

Konstruksi kedua adalah kondisi yang mendukung (*facilitating conditions*) yang berasal dari *Model of PC Utilization* (MPCU). Thompson *et al.* (1991) berpendapat bahwa *facilitating conditions* merupakan faktor-faktor lingkungan yang diamati dan disetujui sebagai suatu hal yang memudahkan sesuatu untuk dilakukan.

Konstruksi ketiga adalah kesesuaian (*compatibility*) yang berasal dari *Innovation Diffusion Theory* (IDT). Moore dan Benbasat (1991) berpendapat bahwa *compatibility* merupakan sebuah tingkatan dimana inovasi dapat dirasakan secara konsisten dengan pengalaman, kebutuhan, dan nilai yang ada.

### **Motivasi Hedonis (*Hedonic Motivation*)**

Motivasi hedonis (*hedonic motivation*) dapat didefinisikan sebagai kesenangan atau kenikmatan yang didapatkan dari penggunaan suatu teknologi (Venkatesh *et al.*, 2012). *Hedonic motivation* telah terbukti dalam memainkan peran penting pada penelitian sebelumnya dalam menentukan penerimaan dan penggunaan suatu teknologi (Brown & Venkatesh, 2005). Menurut Holbrook dan Hirschman (1982) *hedonic motivation* telah banyak dimasukkan dalam penelitian sebagai prediktor kunci dalam banyak penelitian konsumen. Dalam penelitian Van der Heijden (2004) ditemukan bahwa penentu dari penggunaan *hedonic information system* didukung kuat oleh dua variabel yaitu *perceived enjoyment* dan *perceived ease of use*. Selain itu Van der Heijden (2004) menjelaskan bahwa sifat hedonis menjadi syarat batas dari variabel penting bagi validitas model penelitian penerimaan teknologi.

### **Nilai Harga (*Price Value*)**

Nilai harga (*price value*) memiliki definisi sebagai anggapan seberapa besar keuntungan dan kerugian yang didapat akibat dari pertukaran kognitif konsumen antara manfaat yang didapat dari penggunaan teknologi dan biaya untuk menggunakannya (Dodds *et al.*, 1991). Venkatesh *et al.* (2012) berpendapat bahwa konsumen memiliki kemungkinan signifikan dalam mempertimbangkan biaya yang dikeluarkan untuk menggunakan suatu teknologi. Misalnya dapat ditemukan pada penelitian yang berjudul *Examining User of SMS: An Empirical Study in China and Hongkong* yang dilakukan oleh Chan *et al.* (2008), dalam penelitian tersebut terdapat bukti bahwa popularitas penggunaan layanan *short message service* (SMS) di Cina lebih rendah daripada layanan SMS yang berbasis internet dikarenakan layanan SMS yang berbasis internet memiliki harga yang lebih rendah daripada layanan SMS secara konvensional.

## **Kebiasaan (*Habit*)**

Kebiasaan (*Habit*) memiliki definisi sebagai sejauh mana seseorang cenderung melakukan perilaku dengan sendirinya akibat dari mempelajari suatu perilaku yang terus-menerus dilakukan (Limayem *et al.*, 2007). Penelitian sebelumnya yang dilakukan Venkatesh *et al.* (2003) telah menjelaskan keterkaitan *habit* dengan *experience*. *Experience* sendiri mencerminkan bagaimana penggunaan teknologi dan biasanya dioperasionalkan sebagai perjalanan waktu dari awal penggunaan teknologi oleh individu. *Experience* juga terbagi ke dalam tiga level perjalanan waktu: pertama, pasca pelatihan perilaku; kedua, satu bulan pasca pelatihan perilaku; ketiga, tiga bulan pasca pelatihan perilaku (Venkatesh *et al.*, 2003).

Venkatesh *et al.* (2012) menyebutkan bahwa *habit* telah dioperasionalkan dalam dua cara yang berbeda: pertama, *habit* dipandang sebagai perilaku dari perilaku sebelumnya; dan kedua, kebiasaan dapat diukur sebagai sejauh mana individu percaya bahwa perilaku itu berjalan secara otomatis. Perbedaan utama dari *experience* dan *habit* adalah: pertama, *experience* merupakan kondisi yang diperlukan dari pembentukan *habit* namun tidak cukup untuk menjadi sebuah *habit*; kedua, bahwa perjalanan waktu kronologis (yaitu pengalaman) dapat menghasilkan bentuk tingkatan *habit* yang berbeda tergantung pada seberapa besar tingkat interaksi dan keakraban yang dikembangkan terhadap sasaran teknologi. Misalnya, dalam periode waktu tertentu, individu yang berbeda menggunakan teknologi tertentu, individu yang berbeda pasti menghasilkan kebiasaan yang berbeda tergantung pada target individu masing-masing dalam menggunakan teknologi.

Temuan-temuan empiris berkaitan tentang peran kebiasaan dalam menggunakan teknologi telah menggambarkan proses dasar yang berbeda dalam mempengaruhi penggunaan teknologi. Beberapa penelitian mencatat umpan balik kontrol pengalaman dengan target teknologi dalam memahami dampak kebiasaan pada penggunaan teknologi akan mempengaruhi keyakinan; sebagai akibatnya, kebiasaan menjadi konstruksi persepsi yang mencerminkan dari pengalaman sebelumnya (Kim & Malhotra, 2005; Ajzen & Fishbein, 2005).

## **Dompot Digital (*E-Wallet*)**

### **Definisi Dompot Digital (*E-Wallet*)**

Dompot secara umum memiliki kegunaan sebagai alat penyimpanan uang yang terbuat dari kulit, plastik, dan lain sebagainya. Dompot digital (*e-wallet*) pun memiliki artian yang sama, yaitu sebagai alat untuk menyimpan uang. Namun yang membedakan adalah bentuknya, dompet secara umum dapat dilihat secara fisik bentuknya serta uang yang ada di dalamnya bisa disentuh secara langsung. Sedangkan *e-wallet* tidak bisa disentuh secara langsung dikarenakan *e-wallet* berbasis pada server. *E-Wallet* juga dapat diartikan sebagai layanan elektronik yang berfungsi untuk menyimpan data instrumen pembayaran dan sebagai alat pembayaran dengan menggunakan kartu dan/atau uang elektronik dengan membutuhkan akses internet (Billfazz.com, 2020).

Sistem penggunaan *e-wallet* tidak jauh berbeda dengan dompet secara konvensional. Apabila ingin menggunakan *e-wallet*, maka pengguna harus mengisi uang ke dalam *e-wallet* tersebut dengan cara menyetorkan uang yang dimiliki kepada penyedia jasa *e-wallet* melalui rekening bank atau gerai-gerai yang bekerja sama dengan penyedia jasa *e-wallet*, dengan begitu saldo *e-wallet* akan terisi sesuai nominal yang disetorkan. Penggunaan *e-wallet* juga tergolong sangat mudah, pengguna hanya berbekal *smartphone* dan akses internet maka *e-wallet* sudah siap digunakan.

Transaksi yang ada pada *e-wallet* memiliki beberapa protokol penting untuk menjaga keamanan data serta sebagai alat pengawas dari tindak kecurangan keuangan. Berdasarkan Muleravicius *et al.* (2016) setidaknya terdapat 4 protokol penting dalam pembentukan sistem *e-wallet* dengan pengertian sebagai berikut:

#### **1. Protokol Registrasi**

Pada protokol ini pengguna mendaftarkan diri sebagai *user* baru terhadap penyedia jasa layanan *e-wallet*. Ketika *user* mendaftarkan diri pertama kali, maka penyedia jasa layanan *e-wallet* akan melakukan permintaan lisensi keuangan digital terhadap Bank, kemudian Bank akan menerbitkan lisensi keuangan digital berdasarkan data yang dikirim oleh *user* melalui penyedia jasa layanan *e-wallet*.

#### **2. Protokol Deposit**

Setelah melalui protokol pendaftaran, maka protokol deposit akan baru bisa digunakan. Pertama, Bank akan memeriksa status *user* berdasarkan *id* yang dikirimkan, apabila status *user* diterima oleh Bank, maka Bank akan mengirimkan validitas data kepada penyedia jasa layanan *e-wallet*. Jumlah

setoran yang di setorkan *user* kepada penyedia jasa layanan *e-wallet* akan sepenuhnya terlacak oleh Bank, karena semua aktivitas pembayaran yang dilakukan *user* akan tercatat oleh Bank, sehingga tidak terjadi kekurangan atau kelebihan terhadap saldo yang disetorkan.

### 3. Protokol Pembayaran

Pada protokol ini *user* melakukan pembayaran atau melakukan pengiriman uang melalui penyedia jasa layanan *e-wallet*. Protokol pembayaran ini hanya bisa dilakukan apabila *user* melakukan pembayaran terhadap *user* lain yang menggunakan penyedia jasa layanan *e-wallet* yang sama, atau entitas yang bekerja sama dengan penyedia jasa layanan *e-wallet*. Ketika *user* melakukan pembayaran, maka akan dilakukan verifikasi data untuk memastikan *user* adalah pengguna yang sesungguhnya dan bukan orang lain. Setelah verifikasi data, maka penyedia jasa layanan *e-wallet* akan memastikan nominal uang yang akan dibayarkan, apabila nominal pembayaran melebihi saldo yang ada, maka otomatis permintaan *user* akan ditolak.

### 4. Protokol Penarikan

*E-Wallet* tidak bisa melakukan penarikan secara tunai karena *e-wallet* tidak memiliki mesin penarikan uang tunai sendiri, maka dari itu saldo yang hendak ditarik dari penyedia jasa *E-Wallet* akan disetorkan ke rekening bank *user*. Ketika *user* melakukan permintaan penarikan saldo *e-wallet*, maka penyedia jasa layanan *e-wallet* akan melakukan permintaan kepada pihak Bank, kemudian Bank akan menentukan maksimal uang yang bisa dicairkan, jika nilai penarikan melebihi saldo yang tercatat oleh Bank, maka penarikan tidak akan bisa dilakukan.

## Peran Dompet Digital (*E-Wallet*)

*E-Wallet* memiliki banyak sekali kegunaan, salah satu hal yang paling dirasakan adalah kepraktisan dan kemudahan penggunaan. Tuntutan yang serba cepat dan tingkat mobilitas yang tinggi pada era sekarang menjadikan *e-wallet* banyak dipilih masyarakat. *E-Wallet* bisa digunakan dimana saja tanpa adanya batasan waktu dan tempat; aktivitas-aktivitas yang dulu dilakukan secara manual seperti: membayar tagihan listrik, asuransi, dan tagihan pulsa; sekarang hanya tinggal menggunakan *smartphone* saja; tanpa perlu mengantri dan berdesak-desakan, pembayaran akan *instant* dilakukan (Cimbniaga.co.id).

*E-Wallet* sendiri telah diatur oleh negara melalui Peraturan Bank Indonesia Nomor 18/40/PBI/2016 Tahun 2016 tentang Penyelenggaraan Transaksi Pembayaran. Segala kelebihan dan kemudahan yang diberikan, *E-Wallet* memiliki dampak yang signifikan terhadap perilaku konsumtif masyarakat. Namun, disisi lain juga menambah wawasan yang luas kepada masyarakat terlebih akses terhadap inklusi keuangan (Jawapos.com, 2019).

Pemilik usaha UMKM telah banyak diuntungkan dari adanya *e-wallet*, hal itu dikarenakan adanya kemudahan dalam pembayaran yang diterima karena nominal yang dibayarkan benar-benar sesuai, tidak kurang/lebih sedikitpun. Kemudian pembukuan yang dilakukan UMKM menjadi sangat mudah, penyebabnya adalah pembayaran yang dilakukan telah tercatat secara otomatis oleh sistem, sehingga tidak perlu dilakukan pencatatan manual lagi, selain itu juga dapat menghindari kesalahan pencatatan keuangan (Paper.id, 2019).

Dalam mengatur keuangan pribadi, *E-Wallet* memiliki andil yang sangat besar dalam hal untuk mengatur seberapa banyak pengeluaran yang telah dikeluarkan. Dengan begitu masyarakat bisa mengatur pengeluaran rutin, mengatur biaya-biaya yang bisa diminimalkan dan juga membuat masyarakat sadar akan pentingnya mengelola keuangan (Ipotpay.com).

Selain itu beberapa vendor *E-Wallet* juga telah membuka fitur investasi dalam bentuk reksadana sehingga masyarakat diharapkan bisa menggunakan fitur tersebut dalam merencanakan investasi keuangan di masa mendatang (Cnbcindonesia.com, 2019). Kemudian, masyarakat bisa mengakses produk keuangan dengan lebih praktis dan efektif serta dapat meningkatkan pengetahuan masyarakat mengenai produk keuangan (Eszi, 2020).

## OVO

OVO merupakan salah satu produk layanan *e-wallet* yang berada dalam asuhan Lippo Group (Idcloudhost.com, 2020). OVO pertama kali diluncurkan pada Maret 2017 dan berada di bawah naungan PT Visionet Internasional. Menurut Id Cloud Host (2020) OVO memiliki beberapa fitur menarik yang membuat produk tersebut diminati oleh masyarakat, fitur tersebut diantaranya:

- Poin Berlipat

Salah satu fitur utama dari produk OVO adalah dapat mengumpulkan poin dari setiap belanja yang dilakukan di merchant dengan tanda OVO Zone. OVO juga menawarkan loyalty rewards kepada pengguna yang dapat diperoleh setiap melakukan transaksi di berbagai merchant OVO.

- **Promo Memikat**  
Produk OVO menawarkan berbagai penawaran menarik bagi pengguna produk tersebut. Salah satu promo yang ditawarkan adalah diskon berupa point yang didapat setelah melakukan transaksi.
- **Merchant Hebat di Banyak Tempat**  
Salah satu kelebihan OVO adalah point yang dikumpulkan dapat digunakan di berbagai merchant yang sudah bekerja sama. OVO menawarkan kemudahan dalam bertransaksi serta pembayaran segala kebutuhan di merchant-merchant sudah tersebar luas di berbagai wilayah Indonesia.
- **Pembayaran Lebih Cepat**  
OVO menawarkan pembayaran yang lebih cepat. Cukup menggunakan smartphone dan jaringan internet maka pembayaran sudah bisa digunakan.
- **Atur Keuangan dengan Tepat**  
Dengan menggunakan produk OVO maka pengguna bisa mengelola dan mengatur pengeluaran. Hal tersebut dikarenakan pengguna dapat melihat dan memonitor uang masuk dan keluar.

### **Go-Pay**

Go-Pay merupakan salah satu layanan *e-money* dari salah satu aplikasi dompet digital yaitu Gojek Indonesia (Idcloudhost.com, 2020). Go-Pay digunakan untuk melakukan pembayaran atau transaksi-transaksi yang ada pada semua layanan pada aplikasi Go-Jek seperti Go-Ride, Go-Car, Go-Send, Go-Food dan lain sebagainya. Menurut Id Cloud Host (2020) terdapat beberapa fitur utama yang dimiliki Go-Pay. Fitur-fitur tersebut adalah:

- **Go-Pulsa**  
Fitur Go-Pulsa dapat digunakan untuk memenuhi kebutuhan pulsa harian pengguna. Fitur ini telah didukung oleh beberapa operator di Indonesia seperti Telkomsel, Indosat, XL, 3, Axis, dan Smartfren.
- **Go-Pay Diary**  
Go-Pay Diary merupakan rangkuman transaksi Go-Pay selama satu bulan, agar pengguna bisa melacak penggunaan Go-Pay pada layanan Go-Jek. Pengguna Go-Pay yang melakukan transaksi setidaknya akan mendapatkan Go-Pay Diary via email pada aplikasi Go-Jek pengguna.
- **Keamanan Terjamin**  
Berbagai fitur keamanan yang terdapat pada Go-Pay digunakan untuk menjaga keamanan transaksi, saldo, dan data pribadi pengguna. Beberapa fitur keamanan pada Go-Pay yaitu: PIN (Personal Identification Number), kode OTP (One Time Password), jaminan saldo kembali apabila ada aktivitas mencurigakan di luar kendali pengguna.
- **Halaman Bantuan**  
terdapat halaman bantuan pada menu Go-Pay untuk mencari informasi atau menyelesaikan masalah yang dihadapi pengguna.

### **DANA**

DANA merupakan salah satu produk layanan *e-wallet* di bawah asuhan PT Espay Debit Indonesia Koe (Qoala.app, 2021). Terdapat beberapa fitur kegunaan yang ada pada produk *e-wallet* DANA menurut Qoala.App (2021) yaitu:

- **Bayar Tagihan Bulanan**  
Fitur Bayar Tagihan Bulanan digunakan untuk membayar tagihan dari aktivitas sehari-hari seperti tagihan air, tagihan listrik, tagihan asuransi, BPJS kesehatan, internet dan berbagai macam tagihan-tagihan lainnya.
- **Beli Pulsa Online**

Fitur Beli Pulsa dapat digunakan untuk membeli pulsa dimanapun dan kapanpun karena hanya berbekal internet maka sudah bisa menggunakan fitur tersebut.

- Belanja di Berbagai Merchant Offline  
Aplikasi DANA dapat digunakan dalam bertransaksi di berbagai merchant yang sudah bekerja sama dengan aplikasi tersebut. Hanya dengan memasukkan nomor handphone kepada pihak penjual, maka pengguna sudah bisa melakukan transaksi pembayaran.
- Top Up Saldo Investasi  
Tidak hanya untuk berbelanja, namun aplikasi DANA sudah memiliki fungsi sebagai media untuk berinvestasi. Pengguna hanya mendownload aplikasi reksadana pasar uang Xsaver terlebih dahulu, maka pengguna sudah bisa menggunakan fitur investasi tersebut.

### **Link Aja**

Link Aja merupakan salah satu jenis produk *e-wallet* yang didirikan oleh PT Fintek Karya Nusantara (Finarya) pada Februari 2019 (Uzone.id, 2020). Pada awalnya Link Aja memiliki nama TCash. Namun seiring berjalannya waktu, TCash berubah nama menjadi Link Aja. Link Aja merupakan satu-satunya produk *e-wallet* yang dimiliki oleh BUMN di Indonesia. Terdapat beberapa fitur dari *e-wallet* Link Aja menurut Uzone.id (2020) yaitu:

- Membayar layanan pulsa/paket data, layanan pascabayar, dan paket roaming.
- Membayar tagihan listrik, PDAM, TV kabel, internet, telepon, gas, koperasi, rekening virtual, pasar online, properti, dan pendidikan.
- Pembayaran mengenai kegiatan transportasi seperti: kapal, kereta, taksi, bus, pesawat, kendaraan, dan bahan bakar.
- Mengisi saldo *e-money*, dengan catatan perangkat mendukung NFC.
- Membayar layanan keuangan seperti: Paylater, membayar tagihan, pinjaman, pegadaian, asuransi, BPJS, dan reksadana.
- Membayar Pajak dan Retribusi

### **Shopee Pay**

Shopee Pay merupakan salah satu jenis produk *e-wallet* yang didirikan oleh PT Airpay International Indonesia pada November 2015 (Fintech.id). Secara resmi Shopee Pay resmi diluncurkan pada November 2018. Shopee Pay digunakan sebagai metode pembayaran di salah satu platform *e-commerce* terbesar di Indonesia yaitu Shopee. Terdapat fitur yang ditawarkan oleh Shopee Pay menurut Rajabeli.com (2020) yaitu:

- Top up hingga Rp 2 juta bagi akun yang belum melakukan verifikasi dan Rp 10 juta untuk yang telah terverifikasi.
- Transaksi online di e-commerce Shopee.
- Transaksi di Merchant Shopee.
- Mengirim saldo ke akun Shopee Pay lain.
- Menarik saldo dari Shopee Pay (bisa digunakan apabila pengguna sudah melakukan verifikasi diri).

### **Penelitian Terdahulu**

Wu dan Lee (2017) menganalisis faktor-faktor yang mendorong dan faktor-faktor yang menghalangi penerimaan dalam menggunakan *e-wallet* Alipay dan WeChat di China. Pada penelitian ini menggunakan model UTAUT2 dan mengintegrasikan model Task-Technology-Fit (TTF) ke dalam penelitian tersebut. Hasil penelitian menunjukkan *social influence*, *facilitating condition*, *price value*, dan *hedonic motivation* berpengaruh positif terhadap minat penggunaan *e-wallet* Alipay dan WeChat.

Raihan dan Rachmawati (2019) melakukan penelitian terhadap adopsi berkelanjutan penggunaan *e-wallet* DANA di Indonesia. Penelitian ini menggunakan model UTAUT2 dengan menambahkan variabel *trust* ke dalam penelitiannya. Empat faktor dalam penelitian tersebut menunjukkan adanya pengaruh yang signifikan terhadap minat penggunaan *e-wallet* DANA. Variabel yang memiliki pengaruh signifikan tersebut adalah *habit*, *social influence*, *trust*, dan *hedonic motivation*. Sedangkan

*effort expectancy*, *price value saving*, *performance expectancy* dan *facilitating condition* tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap adopsi berkelanjutan penggunaan *e-wallet*.

Hidayat, Aini, dan Fetrina (2020) melakukan penelitian terhadap penerimaan pengguna *e-wallet* di daerah Tangerang Selatan. Dalam penelitian tersebut menggunakan model UTAUT2 dengan menambahkan dua variabel yaitu *perceived trust* dan *perceived risk*. Penelitian ini memiliki responden dari berbagai jenis produk *e-wallet* yaitu: Go-Pay, OVO, DANA, dan LinkAja. Hasil penelitian menunjukkan *effort expectancy*, *social influence*, *perceived trust*, *perceived risk*, *facilitating conditions* dan *habit* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat penggunaan *e-wallet*.

Chresentia dan Suharto (2020) melakukan penelitian terhadap faktor-faktor yang mempengaruhi dalam adopsi penggunaan *e-wallet* OVO sebagai metode pembayaran di Bandung. Objek penelitian ini adalah berfokus kepada masyarakat yang berusia produktif dan menggunakan *e-wallet* OVO sebagai metode pembayaran di Tokopedia. Penelitian tersebut memiliki hasil penelitian bahwa variabel *performance expectancy*, *effort expectancy*, *price value*, *habit*, dan *trust* berpengaruh signifikan terhadap minat penggunaan *e-wallet* OVO.

Widodo *et al.* (2019) melakukan penelitian terhadap tingkat adopsi dalam menggunakan *e-wallet* di Indonesia. Penelitian ini menggunakan model UTAUT2 sebagai alat prediksi faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi minat penggunaan *e-wallet* di Indonesia. Dua variabel juga ditambahkan sebagai variabel tambahan ke dalam model UTAUT2 yaitu: *perceived risk* dan *trust*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *habit*, *performance expectancy*, *trust*, dan *facilitating condition* memiliki pengaruh yang besar terhadap niat perilaku dalam menggunakan *e-wallet* di Indonesia.

Sisilia (2020) melakukan penelitian terhadap adopsi penggunaan *e-wallet* OVO di daerah Dayeuh Kolot, Bandung. Pada penelitian ini berfokus untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi penerimaan dan minat dalam menggunakan *e-wallet* OVO pada daerah tersebut. Objek penelitian tersebut adalah generasi Z, yaitu generasi paling muda yang baru memasuki angkatan kerja atau disebut juga iGeneration atau generasi internet. Sisilia (2020) menggunakan model UTAUT2 dalam melakukan penelitian ini, dengan metode kuantitatif serta menggunakan 100 sampel responden sebagai objek penelitiannya. Hasil dari penelitian tersebut menunjukkan bahwa *social influence*, *facilitating condition*, *hedonic motivation* dan *price value* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat penggunaan *e-wallet* OVO. Sedangkan *performance expectancy*, *effort expectancy* dan *habit* tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat penggunaan *e-wallet* OVO.

## **Pengembangan Hipotesis**

### **Rerangka Teoritis**

Penelitian ini didasarkan pada teori UTAUT2 untuk menjelaskan hubungan antar variabel didalam penelitian. Teori UTAUT2 merupakan salah satu model yang digunakan dalam menganalisa penerimaan teknologi atau sistem baru yang dikembangkan oleh Venkatesh *et al.* pada tahun 2012. Teori ini merupakan perpanjangan dari model teori sebelumnya yaitu UTAUT yang diperkenalkan oleh Venkatesh *et al.* pada tahun 2003, model UTAUT lama merupakan gabungan dari delapan teori penerimaan teknologi atau sistem baru menjadi satu model. Empat konstruk awal pada model UTAUT lama diperkenalkan sebagai determinan langsung dari *behavioural intention* dan *use behaviour* yaitu, *performance expectancy*, *effort expectancy*, *social influence*, dan *facilitating conditions*. Kemudian pada tahun 2012 Venkatesh *et al.* melakukan penelitian kembali terhadap model penerimaan suatu teknologi atau sistem baru berdasarkan pada penelitian mereka di Hong Kong. Akhirnya, tiga variabel ditambahkan sebagai prediktor dari *behaviour intention* dan *facilitating conditions* yaitu, *hedonic motivation*, *price value*, dan *habit*. Venkatesh *et al.* mengklaim bahwa UTAUT2 lebih mampu dalam memprediksi faktor-faktor yang mempengaruhi dari penerimaan suatu teknologi.

Ekpektasi kinerja menunjukkan seberapa besar seseorang dalam meyakini penggunaan *e-wallet* akan berdampak kepada peningkatan kinerja dari individu tersebut. Seseorang akan cenderung menggunakan teknologi yang lebih baru apabila teknologi baru tersebut memiliki dampak yang signifikan terhadap peningkatan kinerja dari suatu aktivitas. Ketika seseorang dihadapkan dengan banyak pilihan metode pembayaran, tentu seseorang akan cenderung memilih metode pembayaran yang paling efektif dan efisien.

Ekpektasi usaha menggambarkan seberapa besar individu dalam menganggap bahwa *e-wallet* akan mengurangi tenaga dan waktu ketika bertransaksi. Seseorang akan selalu berusaha mencari suatu cara

agar setiap hal yang dilakukan menggunakan tenaga yang sedikit dan tidak memakan banyak waktu. Ketika individu dihadapkan pada beberapa metode pembayaran, maka individu akan cenderung memilih metode pembayaran yang lebih praktis.

Pengaruh sosial menunjukkan seberapa besar peran lingkungan dalam mempengaruhi individu dalam menggunakan *e-wallet*. Ketika lingkungan di sekitar individu sudah banyak menggunakan *e-wallet*, maka secara umum individu akan cenderung tertarik dalam menggunakan teknologi *e-wallet* juga. Terlebih apabila lingkungan tersebut mengajak individu tersebut dalam menggunakan teknologi yang sama.

Kondisi yang mendukung menunjukkan seberapa besar fasilitas yang ada pada lingkungan seseorang dalam menunjang penggunaan *e-wallet*. Ketika suatu teknologi baru ditemukan, maka peralatan yang ada di sekitar individu harus mampu menunjang penggunaan teknologi baru tersebut. Ketika fasilitas yang ada pada sekitar individu mendukung penggunaan pembayaran melalui *e-wallet*, maka individu akan memiliki pilihan untuk menggunakan *e-wallet* dalam bertransaksi.

Motivasi hedonis menunjukkan seberapa besar seseorang merasa senang atau menikmati dalam menggunakan *e-wallet*. Perasaan yang muncul sebagai akibat dari rasa suka dalam melakukan sesuatu aktivitas, seseorang akan cenderung mengabaikan faktor-faktor penghambat yang ada untuk melakukan sesuatu hal yang disukai nya. Ketika seseorang menikmati dan senang dalam menggunakan *e-wallet*, maka orang tersebut akan cenderung melakukan segala cara agar bisa menggunakan *e-wallet*.

Nilai harga menunjukkan seberapa besar individu beranggapan bahwa dengan menggunakan *e-wallet* akan membawa keuntungan bagi dirinya sendiri. Apabila harga yang dikeluarkan untuk menggunakan *e-wallet* lebih sedikit dari apa yang diterima, maka individu akan cenderung menggunakan *e-wallet*. Hal tersebut terjadi karena secara umum seseorang akan selalu mencari biaya termurah dari barang atau jasa yang memiliki kualitas sama.

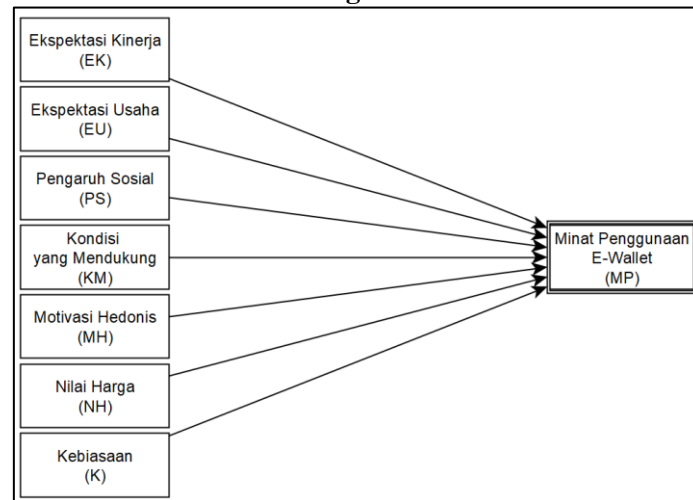
Kebiasaan digambarkan sebagai anggapan bahwa ketika individu menggunakan *e-wallet*, merasa tidak kesulitan atau tidak memiliki kendala dalam menggunakan nya. Ketika individu merasa bahwa dengan menggunakan *e-wallet* tidak ada hambatan, maka secara tidak sadar individu akan terus menerus menggunakan *e-wallet* dalam bertransaksi.

Bukti empiris minat penggunaan *e-wallet* telah banyak ditemukan, beberapa diantaranya adalah penelitian yang dilakukan oleh Uduji dan Okolo-Obasi (2018), Uddin dan Akhi (2014), Amoroso dan Magnier-Watanabe (2012), Rathore (2016), Mahwadha (2019). Selain itu penggunaan variabel-variabel dalam model teori UTAUT2 untuk menganalisis minat penggunaan *e-wallet* juga telah banyak ditemukan seperti penelitian yang dilakukan oleh Raihan dan Rachmawati (2019), Chresentia dan Suharto (2020), dan Sisilia (2020).

Penelitian ini mengadopsi keseluruhan variabel dalam model UTAUT2 yang dikembangkan oleh Venkatesh *et al.* (2012) untuk menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi minat penggunaan *e-wallet*. Model juga dikombinasikan dengan penelitian yang telah dilakukan oleh Widodo *et al.* (2019). Penelitian Widodo *et al.* (2019) meneliti ekspektasi kinerja (*Performance expectancy*), ekspektasi usaha (*effort expectancy*), pengaruh sosial (*social influence*), kondisi yang mendukung (*facilitating condition*), motivasi hedonis (*hedonic motivation*), nilai harga (*price value*), dan kebiasaan (*habit*) terhadap minat penggunaan dompet digital di Indonesia.

Dalam penelitian ini, peneliti ingin mencari bukti empiris dan menguji pengaruh ekspektasi kinerja, ekspektasi usaha, pengaruh sosial, kondisi yang mendukung, motivasi hedonis, nilai harga, dan kebiasaan pada minat penggunaan *e-wallet*. Akan dijelaskan pada rerangka pemikiran pada Gambar 2.2 sebagai berikut:

**Gambar 2.2**  
**Rerangka Teoritis**



Sumber: Data diolah (2021)

### **Rumusan Hipotesis**

#### **Minat Penggunaan *E-Wallet***

Konstruksi minat perilaku pada awalnya telah dikembangkan dalam *theory of reasoned action* (TRA) dan *theory of planned behaviour* (TPB). Minat perilaku didefinisikan sebagai minat seseorang atau faktor yang mempengaruhi motivasi seseorang dalam seberapa banyak usaha yang bersedia dikeluarkan oleh seseorang untuk melakukan sesuatu perilaku. (Ajzen & Fishbein, 1975; Ajzen, 1991). Minat penggunaan telah secara luas dan berulang-ulang diteliti memiliki peran yang kuat dalam membentuk penggunaan aktual dan adopsi suatu sistem baru (Venkatesh *et al.* 2003; 2012).

Penelitian ini mengasumsikan bahwa minat perilaku penggunaan *e-wallet* sebagian besar dapat diprediksi oleh keinginan pengguna *e-wallet* dalam metode pembayaran non-tunai. Pada penelitian ini mendefinisikan minat perilaku untuk menggunakan *e-wallet* sebagai seberapa besar tingkat adopsi masyarakat terhadap penggunaan *e-wallet* sebagai pilihan dari metode pembayaran non-tunai.

Mengingat banyaknya masyarakat dalam menggunakan *e-wallet* dalam satu dekade terakhir sebagai metode pembayaran non-tunai, baik penggunaan secara langsung pada gerai-gerai yang berafiliasi atau penggunaan dalam pembayaran di *e-commerce*, maka membuka peluang penelitian terhadap seberapa besar tingkat adopsi masyarakat terhadap teknologi baru serta melihat apa saja yang menjadi faktor-faktor yang mempengaruhi dari minat penggunaan *e-wallet*.

#### **Pengaruh Ekspektasi Kinerja terhadap Minat Penggunaan *E-Wallet***

Ekspektasi kinerja (*performance expectancy*) secara garis besar diasumsikan oleh teori *Unified of Acceptance and Use of Technology* (UTAUT) untuk menjelaskan tentang hubungan dalam mempengaruhi individu untuk menggunakan atau mengadopsi suatu sistem baru guna meningkatkan keuntungan dari kinerjanya. Venkatesh *et al.* (2003) menjelaskan bahwa ekspektasi kinerja (*performance expectancy*) adalah tingkat dimana seseorang individu yakin bahwa dengan menggunakan sistem akan membantu dalam meningkatkan kinerja dari individu tersebut.

Intarot dan Boekhaimook (2018) melakukan penelitian terhadap minat penggunaan *e-wallet* di Thailand untuk melihat faktor apa saja yang menjadi penentu dalam menggunakan *e-wallet*. Penelitian tersebut didasari karena rendahnya tingkat adopsi masyarakat Thailand terhadap penggunaan *e-wallet*. Penelitian dilakukan dengan metode kuantitatif dengan 400 responden pada daerah metropolitan di Thailand. Hasil penelitian menunjukkan bahwa ekspektasi kinerja (*performance expectancy*) berpengaruh terhadap minat penggunaan *e-wallet*.

Widodo *et al.* (2019) melakukan penelitian terhadap adopsi minat penggunaan *e-wallet* di Indonesia. Penelitian tersebut menggunakan studi kuantitatif berdasarkan *online* survei kuesioner dengan 345 responden pernah menggunakan *e-wallet*. Hasil penelitian menyatakan bahwa ekspektasi kinerja (*performance expectancy*) berpengaruh terhadap minat penggunaan *e-wallet* di Indonesia.



Soodan dan Rana (2020) meneliti faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi minat penggunaan *e-wallet* di Punjab, India. Penelitian menggunakan metode kuantitatif dengan sampel 613 responden dalam penelitian ini. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel ekspektasi kinerja (*performance expectancy*) berpengaruh terhadap minat penggunaan *e-wallet*.

Hasil penelitian yang dilakukan Abdullah *et al.* (2020) menerangkan bahwa ekspektasi kinerja (*performance expectancy*) berpengaruh positif terhadap minat penggunaan *e-wallet* di Malaysia. Peneliti memprediksi hubungan ekspektasi kinerja dan minat penggunaan *e-wallet* dikatakan positif, apabila ekspektasi kinerja dalam penggunaan *e-wallet* tinggi. Berdasarkan uraian di atas, maka hipotesis pertama yang diajukan adalah:

H<sub>1</sub> : Ekspektasi kinerja berpengaruh positif terhadap minat penggunaan *e-wallet*

### **Pengaruh Ekspektasi Usaha terhadap Minat Penggunaan E-Wallet**

Ekspektasi usaha (*effort expectancy*) merupakan tingkat kemudahan dari penggunaan sistem dan teknologi serta menganggap bahwa penggunaan sistem dan teknologi akan mengurangi tenaga dan waktu dalam melakukan pekerjaannya (Venkatesh *et al.* 2003). Berdasarkan model UTAUT yang dikemukakan Venkatesh (2003,2012) kemudahan dalam menggunakan metode pembayaran akan menimbulkan minat dalam diri seseorang bahwa sistem itu mempunyai kegunaan dan menimbulkan rasa nyaman dalam penggunaannya.

Felix (2019) melakukan penelitian untuk menemukan apa saja faktor yang mempengaruhi minat penggunaan *e-wallet* Go-Pay dan OVO pada generasi X di Indonesia. Penelitian dilakukan dengan mengambil sampel dari 5 kota besar di Indonesia. Penelitian dilakukan dengan metode kuantitatif dengan 139 responden. Hasil penelitian menunjukkan bahwa ekspektasi usaha berpengaruh positif signifikan terhadap minat penggunaan *e-wallet* pada generasi X.

Ahmad *et al.* (2019) juga melakukan penelitian terhadap minat penggunaan *e-wallet* di Malaysia. Penelitian dilakukan dengan mengambil sampel dari Politeknik Sultan Salahuddin dan Universiti Teknologi Mara (UITM). Penelitian tersebut dilakukan dengan menggunakan metode kuantitatif, serta menggunakan teknik *simple random sampling* dalam mengumpulkan 380 responden. Dalam analisis *pearson correlation* menunjukkan bahwa ekspektasi usaha berpengaruh positif terhadap minat penggunaan *e-wallet* di Malaysia.

Dalam penelitian Chresentia dan Suharto (2020) juga menguji konstruk ekspektasi usaha terhadap minat penggunaan *e-wallet* OVO di Bandung. Kesimpulan dari penelitian tersebut menyebutkan bahwa ekspektasi usaha berpengaruh signifikan terhadap penggunaan *e-wallet* GO-PAY di Bandung. Penelitian lain yang mendukung hasil penelitian adalah Tang *et al.* (2014) dan Slade *et al.* (2015). Berdasarkan penjelasan di atas, peneliti menguraikan hipotesis kedua sebagai berikut:

H<sub>2</sub> : Ekspektasi usaha berpengaruh positif terhadap minat penggunaan *e-wallet*

### **Pengaruh Pengaruh Sosial terhadap Minat Penggunaan E-Wallet**

Pengaruh sosial (*social influence*) memiliki definisi sebagai tingkat dimana seorang individu beranggapan bahwa orang lain meyakinkan dirinya harus menggunakan sistem yang baru (Venkatesh *et al.*, 2003;2012). Pengaruh sosial ditunjukkan dari besarnya dukungan yang didapat dari rekan, orang tua, atasan, masyarakat, pemerintah dan organisasi. Dengan adanya pengaruh dari lingkungan sekitar maka akan menimbulkan minat pada diri seseorang.

Prabhakaran *et al.* (2020) meneliti tentang pengaruh sosial terhadap minat penggunaan *e-wallet* di India. Penelitian dilakukan dengan metode kuantitatif dengan menebar kuesioner secara *online* maupun *offline* dengan data yang berhasil dikumpulkan sebanyak 250 responden. Hasil penelitian menunjukkan bahwa mayoritas pengguna *e-wallet* didasari dari pengaruh sosial di lingkungan sekitarnya.

Jin *et al.* (2020) melakukan penelitian untuk menganalisa faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi minat penggunaan *e-wallet* di Malaysia. Metode kuantitatif digunakan dalam penelitian tersebut. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengaruh sosial berpengaruh positif terhadap minat penggunaan *e-wallet* di negara Malaysia.

Hasil penelitian yang dilakukan oleh Teoh Tenk Tenk *et al.* (2020) mengungkapkan bahwa pengaruh sosial memiliki andil dalam memprediksi faktor yang mempengaruhi penggunaan *e-wallet* terutama pada aktivitas *online shopping* di Malaysia. Hubungan antara pengaruh sosial dan minat penggunaan *e-wallet* dikatakan positif apabila tingkat dukungan akan penggunaan *e-wallet* dari rekan,

orang tua, atasan, masyarakat, pemerintah dan organisasi itu tinggi, maka akan tinggi pula penggunaan *e-wallet*. Oleh karena itu diajukan hipotesis ketiga:

H<sub>3</sub> : Pengaruh sosial berpengaruh positif terhadap minat penggunaan *e-wallet*

### **Pengaruh Kondisi yang Mendukung terhadap Minat Penggunaan *E-Wallet***

Kondisi yang mendukung (*facilitating conditions*) memiliki definisi sebagai sejauh mana seorang individu percaya bahwa infrastruktur yang ada pada lingkungan mendukung dalam penggunaan sistem (Venkatesh et. al. 2003). Kondisi yang mendukung menjadi salah satu faktor kunci dalam model yang dikembangkan oleh Venkatesh *et al.* sebagai model penerimaan suatu teknologi.

Madan dan Yadav (2016) melakukan penelitian mengenai seberapa besar minat dari penggunaan *mobile wallet* di negara India. Metode yang digunakan adalah metode kuantitatif, serta partisipan dalam penelitian tersebut adalah mahasiswa pasca sarjana dan pekerja profesional dari Delhi National Capital Region (Delhi NCR). Hasil penelitian menunjukkan bahwa kondisi yang mendukung menjadi salah satu faktor yang mempengaruhi dalam minat penggunaan *mobile wallet* di India.

Saadon dan Long (2020) juga melakukan penelitian untuk mengukur seberapa besar penerimaan teknologi *e-wallet* di Malaysia. Hal tersebut dilatarbelakangi karena pemerintah Malaysia berinisiatif menganggarkan *e-wallet* dalam program “eTunai”, maka agar program tersebut berhasil dilakukan penelitian terlebih dahulu terhadap seberapa besar tingkat adopsi masyarakat terhadap *e-wallet*. Penelitian dilakukan dengan metode kuantitatif dengan mengambil sampel mahasiswa sarjana di universitas negeri. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kondisi yang mendukung berpengaruh positif terhadap tingkat adopsi *e-wallet*.

Laywilla *et al.* (2020) meneliti tentang faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi minat wanita dalam menggunakan *e-wallet* di Jakarta. Penelitian dilakukan dengan metode kuantitatif, serta data yang terkumpul sebanyak 183 responden wanita. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kondisi yang mendukung berpengaruh signifikan terhadap minat wanita dalam menggunakan *e-wallet*. Dari penjelasan diatas maka dapat ditarik kesimpulan bahwa minat dalam menggunakan *e-wallet* meningkat apabila didukung oleh infrastruktur lingkungan maupun teknis. Hubungan antara kondisi yang mendukung dengan penggunaan *e-wallet* dikatakan positif apabila tingkat faktor-faktor yang dapat mempermudah penggunaan *e-wallet* itu tinggi. Maka dari itu diajukan hipotesis keempat:

H<sub>4</sub> : Kondisi yang mendukung berpengaruh positif terhadap minat penggunaan *e-wallet*

### **Pengaruh Motivasi Hedonis terhadap Minat Penggunaan *E-Wallet***

Motivasi hedonis (*hedonic motivation*) dapat didefinisikan sebagai kesenangan atau kenikmatan dari penggunaan suatu teknologi. Motivasi hedonis memiliki salah satu peran penting dalam menjelaskan faktor yang menentukan penerimaan dan penggunaan dari suatu teknologi (Brown & Venkatesh, 2005). Motivasi hedonis ditunjukkan dengan seberapa besar seorang individu merasa senang atau merasakan kenikmatan akibat dari menggunakan suatu teknologi.

Ispriandina dan Sutisna (2019) meneliti tentang faktor-faktor apa saja yang menjadi penentu dari penggunaan *mobile wallet* yang berkelanjutan di Kota Bandung. Metode kuantitatif digunakan dalam penelitian tersebut, serta pengambilan sampel dilakukan dengan cara menebar kuesioner kepada 200 responden di Kota Bandung. Hasil penelitian menunjukkan motivasi hedonis memiliki pengaruh terhadap penggunaan *mobile wallet* yang berkelanjutan.

Chresientia dan Suharto (2020) melakukan penelitian terhadap faktor-faktor yang mempengaruhi minat penggunaan metode pembayaran *e-wallet* pada *e-commerce* di Bandung. Metode yang digunakan adalah metode kuantitatif, dengan objek penelitian adalah individu yang pernah menggunakan metode pembayaran *e-wallet* pada Tokopedia. Hasil penelitian menunjukkan bahwa motivasi hedonis memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat penggunaan *e-wallet*.

Penelitian yang dilakukan oleh Tang *et al.* (2014) untuk mengetahui faktor-faktor penentu dari penerimaan teknologi *e-wallet* menunjukkan bahwa motivasi hedonis memiliki pengaruh yang signifikan terhadap tingkat adopsi penggunaan *e-wallet* di negara Malaysia. Dari penjelasan diatas maka dapat ditarik kesimpulan bahwa minat dalam menggunakan *e-wallet* meningkat apabila individu yang menggunakannya merasa senang atau merasakan kenikmatan. Hubungan antara motivasi hedonis dengan penggunaan *e-wallet* dikatakan positif apabila faktor-faktor yang mempengaruhi tingkat kenikmatan penggunaan *e-wallet* tinggi. Berdasarkan penjelasan sebelumnya maka diajukan hipotesis kelima:

H<sub>5</sub> : Motivasi hedonis berpengaruh positif terhadap minat penggunaan *e-wallet*

### **Pengaruh Nilai Harga terhadap Minat Penggunaan *E-Wallet***

Nilai harga (*price value*) memiliki definisi sebagai anggapan seseorang mengenai seberapa besar keuntungan yang bisa didapat akibat dari pertukaran kognitif konsumen antara manfaat yang didapat dari penggunaan teknologi dan biaya untuk menggunakannya (Dodds *et al.*, 1991). Konsumen memiliki kemungkinan yang signifikan dalam mempertimbangkan biaya yang dikeluarkan untuk menggunakan suatu teknologi (Venkatesh *et al.*, 2012). Nilai harga ditunjukkan dengan seberapa besar seseorang merasa untung akibat dari biaya yang dikeluarkan untuk menggunakan suatu teknologi.

Soodan dan Rana (2020) melakukan penelitian untuk mengetahui faktor apa saja yang mempengaruhi dalam adopsi penggunaan *e-wallet* di India. Penelitian dilakukan dengan metode kuantitatif dengan responden sebanyak 613 orang. Hasil penelitian menunjukkan bahwa nilai harga berpengaruh terhadap tingkat adopsi penggunaan *e-wallet*.

Pada penelitian yang dilakukan oleh Chresentia dan Suharto (2020) juga ditemukan bahwa nilai harga berpengaruh terhadap minat dari penggunaan *e-wallet*. Hubungan antara nilai harga dengan minat penggunaan *e-wallet* akan dikatakan positif apabila seseorang merasa bahwa dirinya mendapatkan keuntungan dari biaya yang dikeluarkan dari penggunaan teknologi. Berdasarkan penjelasan tersebut maka diajukan hipotesis keenam:

H<sub>6</sub> : Nilai harga berpengaruh positif terhadap minat penggunaan *e-wallet*

### **Pengaruh Kebiasaan terhadap Minat Penggunaan *E-Wallet***

Kebiasaan (*habit*) memiliki definisi sebagai sejauh mana seseorang akan cenderung melakukan perilaku dengan sendirinya sebagai akibat dari mempelajari sesuatu perilaku yang terus menerus (Limayem *et al.*, 2007). Kebiasaan ditunjukkan dengan seberapa besar kecenderungan seseorang melakukan perilaku tanpa sadar sebagai akibat dari mempelajari sesuatu teknologi secara terus-menerus.

Megadewandanu (2016) meneliti tentang seberapa besar tingkat adopsi masyarakat dalam menggunakan *e-wallet* di Indonesia. Penelitian tersebut melakukan penelitian dengan model kuantitatif, dengan cara menyebar kuesioner melalui media *online*. Sebanyak 372 responden berhasil dikumpulkan dengan proporsi 61,29% pria dan 38,71% wanita. Hasil penelitian tersebut menyatakan bahwa kebiasaan menjadi faktor yang paling kuat dalam mempengaruhi tingkat adopsi *e-wallet* di Indonesia.

Widodo *et al.*, (2019) juga melakukan penelitian terhadap faktor-faktor yang mempengaruhi metode pembayaran alternatif *e-wallet* di Indonesia. Metode kuantitatif digunakan dalam penelitian tersebut dengan cara perolehan data melalui survey online. Hasil penelitian menyatakan bahwa kebiasaan menjadi faktor yang paling substansial dalam mempengaruhi tingkat adopsi *e-wallet*.

Pada penelitian yang dilakukan Chresentia dan Suharto (2020) juga menemukan bahwa kebiasaan menjadi salah satu faktor yang signifikan mempengaruhi minat penggunaan dari *e-wallet*. Hubungan kebiasaan dengan minat penggunaan *e-wallet* akan dikatakan positif apabila seseorang merasa dirinya cenderung selalu menggunakan *e-wallet* sebagai akibat dari mempelajari teknologi tersebut secara terus-menerus. Berdasarkan paparan yang telah dijelaskan maka diajukan hipotesis ketujuh:

H<sub>7</sub> : Kebiasaan berpengaruh positif terhadap minat penggunaan *e-wallet*

## METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan *cross-sectional*. Menurut Sugiyono (2016:7) metode kuantitatif merupakan metode yang ilmiah karena telah memenuhi kaidah-kaidah ilmiah yaitu kongkrit, obyektif, terukur, rasional, dan sistematis. Pendekatan penelitian *cross-sectional* adalah penelitian dengan mengumpulkan data hanya sekali, mungkin selama beberapa hari atau minggu atau bulan, untuk menjawab pertanyaan-pertanyaan penelitian (Sekaran & Bougie, 2016:104). Penelitian ini bertujuan untuk memperoleh bukti empiris pengaruh ekspektasi kinerja, ekspektasi usaha, pengaruh sosial, kondisi yang mendukung, motivasi hedonis, nilai harga, dan kebiasaan terhadap minat penggunaan *e-wallet*.

### Populasi dan Sampel Penelitian

Populasi merupakan keseluruhan kelompok orang, peristiwa, atau hal-hal menarik yang ingin diselidiki oleh peneliti (Sekaran & Bougie, 2016:236). Populasi dalam penelitian ini adalah individu yang pernah memakai metode pembayaran *e-wallet* ketika melakukan transaksi pembayaran di Kota Malang. Jumlah populasi yang pernah memakai *e-wallet* sebagai metode pembayaran tidak diketahui secara pasti.

Pada penelitian ini, jumlah sampel dari populasi yang tidak diketahui ditentukan dengan berpedoman pada Sekaran dan Bougie (2016:264), "...*Sample size larger than 30 and less than 500 are appropriate for most research. ...In multivariate research (including multiple regression analyses), the sample size should be several times (preferably ten times or more) as large the number of variables in study...*"

Pernyataan diatas memiliki penjelasan bahwa ukuran sampel yang tepat untuk kebanyakan penelitian adalah lebih dari 30 dan kurang dari 500 dalam penelitian multivariat (*multivariate research*), ukuran sampel sebaiknya beberapa kali (10 kali atau lebih) lebih besar dari jumlah variabel dalam penelitian. Oleh sebab itu peneliti menetapkan jumlah sampel yang diteliti dalam penelitian ini sebanyak 100 orang.

### Variabel Penelitian

#### Jenis Variabel

Sekaran dan Bougie (2016:72) menjelaskan bahwa variabel merupakan hal yang dapat mengubah nilai atau memberikan variasi pada nilai. Pada penelitian ini terdapat tujuh variabel independen dan variabel dependen. Variabel independen dari penelitian ini adalah ekspektasi kinerja, ekspektasi usaha, pengaruh sosial, kondisi yang mendukung, motivasi hedonis, nilai harga, dan kebiasaan. Sedangkan variabel dependen dari penelitian ini adalah minat penggunaan *e-wallet*.

#### Definisi Operasional Variabel

##### Variabel Dependen

Variabel dependen adalah variabel yang menjadi perhatian utama dari peneliti (Sekaran & Bougie, 2016:73). Variabel dependen dalam penelitian ini adalah minat penggunaan *e-wallet*. Minat penggunaan *e-wallet* merupakan indikator yang menunjukkan seberapa besar seseorang berminat menggunakan produk *e-wallet* sebagai metode pembayaran non-tunai ketika bertransaksi.

*E-wallet* yang akan diteliti dalam penelitian ini adalah 5 produk *e-wallet* dengan intensitas penggunaan tertinggi berdasarkan Katadata.co.id (2020) dalam kurun waktu 5 tahun terakhir. Lima produk *e-wallet* tersebut adalah Go-Pay, OVO, DANA, LinkAja, dan Shopee Pay.

Minat penggunaan didefinisikan sebagai tingkatan keinginan atau dorongan dalam diri untuk menggunakan suatu sistem dengan asumsi bahwa mereka memiliki akses terhadap informasi tersebut (Venkatesh *et al.*, 2003). Penelitian ini menggunakan minat penggunaan sebagai variabel berdasarkan konsep yang dikembangkan oleh Venkatesh *et al.* (2012). Indikator variabel minat penggunaan diambil dari kuesioner penelitian yang pernah dilakukan oleh Widodo *et al.* (2019). Indikator variabel akan dideskripsikan dengan tiga pernyataan sebagai berikut:

1. Saya bersedia tetap menggunakan *e-wallet* di masa mendatang.
2. Saya bermaksud menggunakan *e-wallet* setiap hari.
3. Saya berencana untuk tetap menggunakan *e-wallet* secara teratur.

##### Variabel Independen

Variabel independen merupakan salah satu variabel yang mempengaruhi variabel dependen baik secara positif maupun negatif (Sekaran & Bougie, 2016:74). Variabel independen dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

#### Ekspektasi Kinerja

Ekspektasi kinerja didefinisikan sebagai seberapa tinggi seseorang percaya bahwa menggunakan suatu sistem akan membantu dia untuk mendapatkan keuntungan pada pekerjaannya (Venkatesh *et al.*, 2003). Penelitian ini menggunakan ekspektasi kinerja sebagai variabel berdasarkan konsep yang dikembangkan Venkatesh *et al.* (2012). Indikator variabel ekspektasi kinerja diambil dari kuesioner penelitian yang pernah dilakukan oleh Widodo *et al.* (2019). Indikator variabel akan dideskripsikan dengan empat pernyataan sebagai berikut:

1. Saya merasa menggunakan *e-wallet* berguna dalam kehidupan sehari-hari saya.
2. Saya merasa menggunakan *e-wallet* akan membuat transaksi pembayaran lebih mudah.
3. Saya merasa menggunakan *e-wallet* membuat transaksi pembayaran lebih cepat.
4. Saya merasa menggunakan *e-wallet* menambah produktivitas saya.

#### Ekspektasi Usaha

Ekspektasi usaha didefinisikan sebagai tingkat kemudahan terkait dengan penggunaan sistem (Venkatesh *et al.*, 2003). Penelitian ini menggunakan ekspektasi usaha sebagai variabel berdasarkan konsep yang dikembangkan oleh Venkatesh *et al.* (2012). Indikator variabel ekspektasi usaha diambil dari kuesioner penelitian yang pernah dilakukan oleh Widodo *et al.* (2019). Indikator variabel akan dideskripsikan dengan empat pernyataan sebagai berikut:

1. Saya merasa mudah mempelajari cara menggunakan *e-wallet*.
2. Saya merasa tampilan antarmuka *e-wallet* mudah dipahami.
3. Saya merasa *e-wallet* ramah pengguna.
4. Saya merasa cepat menjadi mahir dalam menggunakan *e-wallet*.

#### Pengaruh Sosial

Pengaruh sosial didefinisikan sebagai sejauh mana seseorang ingin untuk mengubah sikap, kepercayaan, persepsi atau tingkah laku seperti yang dilakukan oleh orang lain (Venkatesh *et al.*, 2003). Penelitian ini menggunakan pengaruh sosial sebagai variabel berdasarkan konsep yang dikembangkan oleh Venkatesh *et al.* (2012). Indikator variabel pengaruh sosial diambil dari kuesioner penelitian yang pernah dilakukan oleh Widodo *et al.* (2019). Indikator variabel akan dideskripsikan dengan tiga pernyataan sebagai berikut:

1. Orang yang penting bagi saya menyarankan saya untuk menggunakan *e-wallet*.
2. Orang yang berpengaruh dalam perilaku saya percaya bahwa saya harus menggunakan *e-wallet*.
3. Orang yang pendapatnya saya hargai lebih suka menggunakan *e-wallet*.

#### Kondisi yang Mendukung

Kondisi yang mendukung didefinisikan sebagai sejauh mana seseorang percaya bahwa sumber daya organisasional dan teknis yang tersedia siap untuk mendukung sistem (Venkatesh *et al.*, 2003). Penelitian ini menggunakan kondisi yang mendukung sebagai variabel berdasarkan konsep yang dikembangkan oleh Venkatesh *et al.* (2012). Indikator variabel kondisi yang mendukung diambil dari kuesioner penelitian yang pernah dilakukan oleh Widodo *et al.* (2019). Indikator variabel akan dideskripsikan dengan empat pernyataan sebagai berikut:

1. Saya memiliki fasilitas yang dibutuhkan untuk menggunakan *e-wallet*.
2. Saya memiliki pengetahuan yang dibutuhkan untuk menggunakan *e-wallet*.
3. Teknologi yang saya gunakan kompatibel dengan *e-wallet*.

#### Motivasi Hedonis

Motivasi hedonis didefinisikan sebagai kesenangan atau kenikmatan yang didapat dari penggunaan suatu teknologi (Brown & Venkatesh, 2005). Penelitian ini menggunakan motivasi hedonis sebagai variabel berdasarkan konsep yang dikembangkan oleh Venkatesh *et al.* (2012). Indikator variabel motivasi hedonis diambil dari kuesioner penelitian yang pernah dilakukan oleh Widodo *et al.* (2019). Indikator variabel akan dideskripsikan dengan tiga pernyataan sebagai berikut:

1. Menggunakan *e-wallet* memang menyenangkan.
2. Saya menikmati menggunakan *e-wallet*.
3. Menggunakan *e-wallet* sangat menghibur.

#### Nilai Harga

Nilai harga didefinisikan sebagai anggapan seberapa besar keuntungan dan kerugian yang didapat akibat dari pertukaran kognitif konsumen antara manfaat yang didapat dari penggunaan teknologi dengan biaya yang dikeluarkan (Dodds *et al.*, 1991). Penelitian ini menggunakan nilai harga sebagai variabel berdasarkan konsep yang dikembangkan oleh Venkatesh *et al.* (2012). Indikator variabel nilai harga diambil dari kuesioner penelitian yang pernah dilakukan oleh Widodo *et al.* (2019). Indikator variabel akan dideskripsikan dengan tiga pernyataan sebagai berikut:

1. *E-wallet* yang saya gunakan memiliki biaya top-up yang murah.
2. Dengan biaya top-up saat ini, penggunaan *e-wallet* memberikan lebih banyak keuntungan daripada biaya top-up yang dikeluarkan.
3. Dengan biaya top-up saat ini, *e-wallet* yang saya gunakan menawarkan penawaran yang bagus.

#### Kebiasaan

Kebiasaan didefinisikan sebagai sejauh mana seseorang cenderung melakukan perilaku dengan sendirinya akibat dari mempelajari perilaku yang terus menerus (Limayem *et al.*, 2007). Penelitian ini menggunakan kebiasaan sebagai variabel berdasarkan konsep yang dikembangkan oleh Venkatesh *et al.* (2012). Indikator variabel kebiasaan diambil dari kuesioner penelitian yang pernah dilakukan oleh Widodo *et al.* (2019). Indikator variabel akan dideskripsikan dengan empat pernyataan sebagai berikut:

1. Menggunakan *e-wallet* sebagai transaksi pembayaran sudah menjadi kebiasaan saya.
2. Saya harus menggunakan *e-wallet*.
3. Saya kecanduan menggunakan *e-wallet*.
4. Menggunakan *e-wallet* sudah menjadi hal yang wajar bagi saya.

#### Pengukuran Variabel

Pengukuran adalah penilaian angka atau simbol yang menunjukkan karakteristik atau atribut suatu objek sesuai dengan aturan yang telah ditentukan. Objek dapat berupa orang, unit strategi bisnis, perusahaan, negara, sepeda, gajah, dan sebagainya (Sekaran & Bougie, 2016:19). Untuk menetapkan angka ke atribut dibutuhkan skala. Skala adalah alat atau mekanisme yang membedakan individu satu sama lain pada variabel yang ingin diteliti. Pembuatan skala melibatkan rangkaian atau struktur pada objek tersebut (Sekaran & Bougie, 2016:207).

Salah satu cara yang paling sering digunakan untuk mengukur suatu objek adalah skala likert. Skala likert adalah skala yang dirancang untuk memeriksa seberapa kuat responden setuju dengan sebuah pernyataan pada skala lima dengan tanda sebagai berikut:

- 1 = Sangat Tidak Setuju
- 2 = Tidak Setuju
- 3 = Netral
- 4 = Setuju
- 5 = Sangat Setuju

Tabel berikut meringkas konstruksi variabel yang digunakan dalam penelitian ini dengan kode konstruksi yang dijabarkan pada Tabel 3.1.

**Tabel 3.1**  
**Konstruksi Variabel**

Konstruk Variabel	Kode
Ekspektasi Kinerja (EK)	EK1
	EK2
	EK3
	EK4
Ekspektasi Usaha (EU)	EU1
	EU2
	EU3
	EU4

**Tabel 3.1**

### Konstruksi Variabel (Lanjutan)

Pengaruh Sosial (PS)	PS1
	PS2
	PS3
Kondisi yang Mendukung (KM)	KM1
	KM2
	KM3
	KM4
Motivasi Hedonis (MH)	MH1
	MH2
	MH3
Nilai Harga (NH)	NH1
	NH2
	NH3
Kebiasaan (K)	K1
	K2
	K3
	K4
Minat Penggunaan (MP)	MP1
	MP2
	MP3

### Metode Perolehan Data

#### Sumber Data

Penelitian ini membutuhkan data untuk mengungkap fakta sehingga penelitian dapat berhasil dan sesuai dengan tujuan penelitian. Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer. Data primer adalah data yang mengacu pada informasi yang diperoleh langsung dari pihak pertama serta sesuai dengan tujuan penelitian (Sekaran & Bourgie, 2016:111).

Sumber data dari penelitian ini diperoleh dari responden individu yang berusia lebih dari 17 tahun dan pernah menggunakan salah satu atau lebih produk *e-wallet* yaitu: OVO, Go-Pay, Link Aja, DANA dan Shopee Pay sebagai metode pembayaran.

#### Teknik Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode survei. Metode survei adalah sebuah cara dalam mengumpulkan data berupa informasi dari atau tentang orang dengan memberikan pertanyaan kepada responden (Sekaran & Bougie, 2016:97).

Teknik pengambilan data yang digunakan pada penelitian ini adalah dengan menggunakan *purposive sampling* dimana penentuan anggota sampel dari populasi dilakukan berdasarkan kriteria yang sudah ditentukan oleh peneliti (Sekaran & Bougie, 2016:247). *Purposive sampling* digunakan karena peneliti kesulitan dalam memperoleh informasi mengenai jumlah orang yang pernah memakai metode pembayaran menggunakan *e-wallet* secara lengkap. Risiko pengambilan sampel ini adalah hasil penelitian yang tidak dapat digeneralisasi.

Alat untuk mengumpulkan data atau instrumen survei yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner. Kuesioner adalah serangkaian pertanyaan tertulis yang dirumuskan di mana responden mencatat jawaban mereka dalam pilihan alternatif yang ditentukan dengan cermat. Tipe kuesioner dalam penelitian ini adalah *electronic and online questionnaires*, yaitu kuesioner yang dibuat secara elektronik melalui perangkat lunak atau dibuat melalui layanan survei online, kemudian undangan survei akan dibagikan melalui jejaring sosial baik melalui *email* atau group diskusi berdasarkan tautan yang telah dikirim (Sekaran & Bougie, 2016:143). Kuesioner pada penelitian ini akan dibuat dengan menggunakan *google form* dan indikator pada kuesioner diambil dari penelitian yang dilakukan oleh Widodo *et al.* (2019).

Kuesioner diberikan dengan cara menyebar link kuesioner melalui jejaring sosial yang dimiliki peneliti, siapapun yang mendapati link kuesioner dengan kriteria yang sudah ditentukan, maka

responden bisa mengisi kuesioner tersebut. Data yang diperoleh melalui kuesioner dalam penelitian ini meliputi data tentang ekspektasi kinerja, ekspektasi usaha, pengaruh sosial, kondisi yang mendukung, motivasi hedonis, nilai harga, serta minat penggunaan *e-wallet*. Adapun tahap penyusunan kuesioner di dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Pertanyaan yang tercantum dalam kuesioner pada penelitian ini mengambil dari kuesioner yang dilakukan oleh Widodo *et al.* (2019). Penelitian yang dilakukan Widodo *et al.* (2019) menggunakan faktor penentu ekspektasi kinerja (*performance expectancy*), ekspektasi usaha (*effort expectancy*), pengaruh sosial (*social influence*), kondisi yang mendukung (*facilitating conditions*), motivasi hedonis (*hedonic motivation*), nilai harga (*price value*), dan kebiasaan (*habit*) dalam teori *Unified Theory of Acceptance and Use of Technology 2* (UTAUT2) untuk menganalisa minat perilaku penggunaan *e-wallet*.
2. Peneliti mengadopsi seluruh faktor penentu dalam teori *Unified Theory of Acceptance and Use of Technology 2* (UTAUT2), yaitu *performance expectancy*, *effort expectancy*, *social influence*, *facilitating conditions*, *hedonic motivation*, *price value*, dan *habit* ke dalam model penelitian dengan menggunakan konstruksi variabel dari Venkatesh *et al.* (2012).
3. Melakukan konsultasi dengan dosen pembimbing terkait dengan pernyataan dalam kuesioner penelitian.

Setelah melakukan penyusunan kuesioner telah selesai, peneliti akan melakukan penelitian yang sebenarnya. Proses ini akan dilaksanakan selama 2 minggu atau sampai tingkat pengembalian kuesioner dianggap cukup. Setelah pengembalian telah mencapai target minimum, peneliti melakukan pengolahan data dengan mengklasifikasikan data berdasarkan demografi responden.

### Metode Analisis Data

Analisis data adalah mengelompokkan data berdasarkan variabel dan jenis responden, mentabulasi data berdasarkan variabel dari seluruh responden, menyajikan data pada tiap variabel, melakukan perhitungan untuk menjawab rumusan masalah, dan melakukan perhitungan untuk menguji hipotesis yang telah diajukan (Ghozali, 2012).

Metode analisis data berisi tentang teknis dalam menganalisis dan mekanisme penggunaan alat analisis dalam penelitian serta penjelasan mengenai alasan penggunaan alat analisis tersebut, termasuk hal-hal yang memiliki hubungan dengan pengujian asumsi dari alat atau teknik analisis tersebut. Metode yang digunakan peneliti adalah *Partial Least Square* (PLS) untuk menguji hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini. Aplikasi yang membantu untuk menguji adalah SmartPLS ver. 3.3.3. Alasan menggunakan PLS adalah:

1. Metode ini tepat dalam menguji efek prediksi hubungan variabel laten dalam sebuah model (Abdillah & Hartono, 2015:163).
2. Metode ini dapat digunakan dengan jumlah sampel yang kecil serta tidak mensyaratkan data untuk berdistribusi normal. Selain itu, model ini dapat menguji model penelitian dengan dasar teori yang lemah (Abdillah & Hartono, 2015:163).
3. PLS dapat menggabungkan metode regresi dan analisis faktor sekaligus (Abdillah & Hartono, 2015:163).

Jika data masih kurang dari target atau tidak cukup, peneliti akan meminta bantuan teman untuk menyebarkan kuesioner ke beberapa jejaring sosial yang berada di luar jangkauan peneliti.

### Model Struktural

Persamaan struktural dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

$$MP = \beta_1 EK + \beta_2 EU + \beta_3 PS + \beta_4 KM + \beta_5 MH + \beta_6 NH + \beta_7 K + \varepsilon$$

#### Keterangan:

MP	: Minat Penggunaan
EK	: Ekspektasi Kinerja
EU	: Ekspektasi Usaha
PS	: Pengaruh Sosial
KM	: Kondisi yang Mendukung
MH	: Motivasi Hedonis
NH	: Nilai Harga

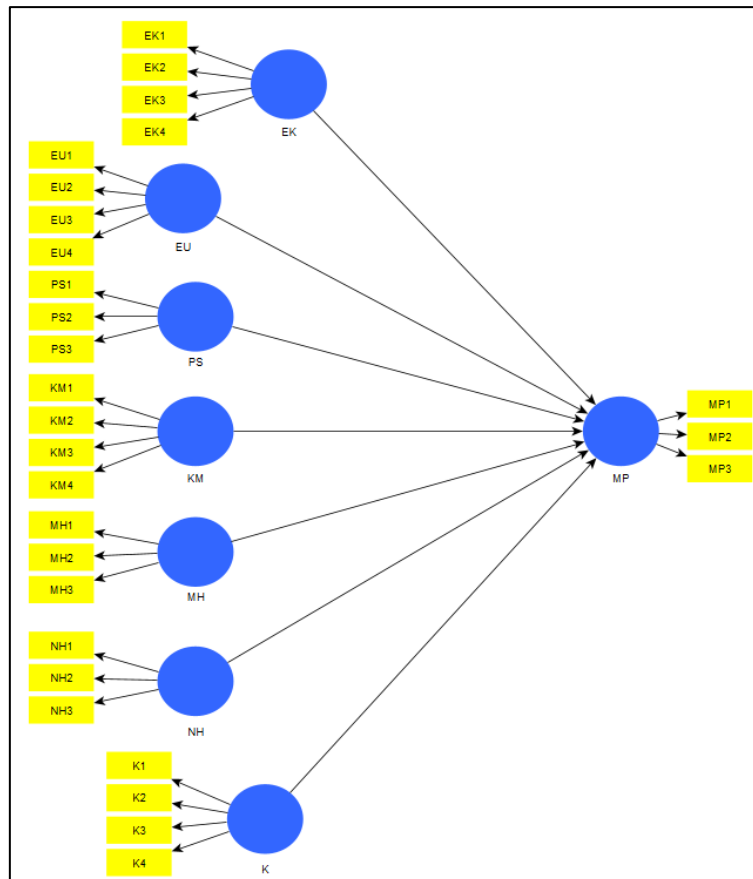


- K : Kebiasaan
- $\beta_1, \beta_7$  : Koefisien Regresi
- $\varepsilon$  : Faktor Kesalahan (*Error*)

**Evaluasi Model Hipotesis Penelitian**

Evaluasi terhadap model penelitian dilakukan dengan mengevaluasi *outer model* dan *inner model* dalam penelitian. Model struktural pada penelitian ini disajikan pada gambar 3.1.

**Gambar 3.1**  
**Model Struktural**



Penelitian ini menggunakan model pengukuran pengujian konstruk reflektif pada level *First Order Construct* (FOC). *First Order Construct* (FOC) adalah hubungan teoritis antara variabel laten dengan parameter atau indikator yang diperkirakan. Model dalam PLS dievaluasi dengan menggunakan evaluasi *outer model* dan evaluasi *inner model*.

**Outer Model**

*Outer model* adalah model yang menggambarkan lebih rinci antara variabel laten dengan indikatornya. *Outer model* digunakan untuk melihat validitas dan reliabilitas dari model penelitian (Abdillah dan Hartono, 2015:194). Pengujian validitas digunakan untuk mengetahui kemampuan instrumen penelitian serta mengukur apa yang seharusnya diukur (Cooper dalam Abdillah dan Hartono, 2015). Kuesioner dalam penelitian dikatakan valid apabila pertanyaan-pertanyaan didalamnya mampu mengungkap sesuatu yang hendak diukur dalam penelitian.

Uji reliabilitas bertujuan untuk menguji konsistensi alat ukur dalam mengukur konsep dan juga dapat digunakan untuk mengukur konsistensi responden dalam menjawab item pertanyaan dalam instrumen penelitian (Abdillah dan Hartono, 2015:194). Kuesioner penelitian dianggap reliabel ketika jawaban responden tidak berubah atau konsisten walaupun waktunya berbeda. Adapun pengukuran dari *outer model* adalah sebagai berikut:

### **Uji Validitas Konvergen**

Uji validitas konvergen digunakan untuk menguji korelasi antar-indikator dalam mengukur konstruk (Ghozali & Latan, 2014:91). Menurut Hair *et al.* (2010) dalam Sholihin dan Ratmono (2013:65) menjelaskan bahwa untuk menilai apakah *outer model* memenuhi syarat validitas konvergen atau tidak, dapat dilihat dari: pertama, *loading* harus di atas 0,70; kedua, nilai *p* signifikan (kurang dari 0,05); ketiga, AVE lebih dari 0,5; dan keempat nilai *communality* harus lebih dari 0,5. Hasil dapat dilihat pada *output outer loading* dan *output reliability and validity*.

### **Uji Validitas Diskriminan**

Validitas diskriminan terjadi apabila dua instrumen yang berbeda dalam mengukur dua konstruk yang diprediksi tidak berkorelasi menghasilkan skor yang memang tidak berkorelasi (Abdillah dan Hartono, 2015:64). Uji validitas diskriminan dapat diukur melalui dua cara: pertama, *cross loading* lebih dari 0,7 dan korelasi antara konstruk dengan indikator nya lebih tinggi dibandingkan dengan korelasi dengan indikator lainnya; kedua, model mempunyai validitas diskriminan yang cukup jika akar AVE untuk setiap konstruk lebih daripada korelasi antar konstruk dengan konstruk lainnya dalam model.

### **Uji Reliabilitas**

Uji reliabilitas dapat ditentukan melalui dua cara; pertama yaitu *Cronbach's Alpha* dan *Composite Reliability*. Menurut Fornell dan Larcker (1981) menyatakan bahwa nilai *Cronbach's Alpha* harus di atas 0,70 dan nilai *Composite Reliability* harus lebih dari 0,7.

### **Inner Model**

*Inner model* bertujuan untuk memprediksi hubungan kausalitas antar variabel laten (Abdillah & Hartono, 2015:197). Evaluasi model struktural dengan PLS menggunakan  $R^2$  dapat digunakan untuk mengukur tingkat variasi perubahan variabel independen terhadap variabel dependen. Semakin tinggi nilai  $R^2$  maka semakin baik model prediksi dari model penelitian yang diajukan.

Nilai koefisien path atau *inner model* menunjukkan tingkat signifikansi dalam pengujian hipotesis. Skor koefisien path yang ditunjukkan oleh nilai *t-statistic*, harus diatas 1,96 untuk hipotesis dua ekor (*two-tailed*) dan diatas 1,64 untuk hipotesis satu ekor (*one-tailed*) untuk pengujian hipotesis pada alpha 5% dan power 80% (Abdillah dan Hartono, 2015:197).

### **Model Pengujian Hipotesis**

Terdapat tujuh hipotesis dalam penelitian ini yang diuji dengan PLS. pengujian hipotesis tersebut dilakukan dengan cara:

1. Menentukan level signifikan yaitu sebesar 5%.
2. Membandingkan hasil nilai *t-statistic* pada tampilan *output bootstrapping* program SmartPLS dengan nilai *t-tabel*. Jika nilai *t-statistic* lebih besar dibandingkan dengan nilai *t-tabel* maka hipotesis diterima.

## HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

### Statistik Deskriptif

#### Deskripsi Objek Penelitian

Penelitian ini memiliki responden dengan kriteria individu yang berusia lebih dari 17 tahun dan pernah menggunakan salah satu atau lebih produk *e-wallet* (OVO, Go-Pay, DANA, Link Aja dan Shopee Pay). Penelitian ini dilakukan dengan menyebarkan kuesioner secara *online* menggunakan *google form*, kemudian *link* kuesioner disebar melalui media sosial peneliti yaitu *Whatsapp* dan *Line*. Penyebaran kuesioner dilakukan secara berkala, dengan cara mengirimkan *link* kuesioner secara personal kepada lingkungan terdekat peneliti yaitu keluarga dan teman. Penyebaran kuesioner dilakukan selama 10 hari, dimulai dari tanggal 1 November 2021 sampai dengan 10 November 2021. Ringkasan penyebaran dan pengambilan kuesioner disajikan pada tabel 4.1 sebagai berikut:

**Tabel 4.1**  
**Ringkasan Penyebaran dan Pengambilan Kuesioner**

Keterangan	Jumlah Kuesioner	Persentase
Kuesioner yang dikirim	130	100 %
Kuesioner yang tidak direspon	26	20 %
Kuesioner yang tidak dapat digunakan	2	2 %
<b>Kuesioner yang bisa digunakan</b>	<b>102</b>	<b>78 %</b>

Sumber: Data diolah (2021)

Peneliti menyebarkan 130 kuesioner *online* secara personal kepada responden yang berada di lingkungan terdekat peneliti melalui media sosial *whatsapp* dan *Line*. Dari total kuesioner yang disebar, hanya 102 responden yang mengisi kuesioner pada *link* kuesioner yang telah disebar. Sebanyak 26 orang tidak merespon *link* kuesioner yang disebar. Kemudian 2 kuesioner tidak dapat digunakan karena responden tidak pernah menggunakan produk *e-wallet*. Pada akhirnya kuesioner yang bisa digunakan hanya sebanyak 102 kuesioner atau sebanyak 78% dari total kuesioner yang disebar oleh peneliti.

#### Demografi Responden

Identitas responden pada penelitian ini akan dijabarkan melalui beberapa identitas yang telah dilampirkan. Demografi responden meliputi jenis kelamin, pendidikan terakhir, umur, tempat kelahiran dan pekerjaan. Berdasarkan data yang diperoleh, berikut data demografi responden akan disajikan pada tabel 4.2.

**Tabel 4.2**  
**Demografi Responden**

No	Demografi Responden	Jumlah	Persentase
1	<b>Jenis Kelamin:</b>		
	Laki-laki	43	42 %
	Perempuan	59	58 %
	<b>Total</b>	<b>102</b>	<b>100 %</b>
2	<b>Pendidikan Terakhir:</b>		
	SMP/MTs	2	2 %
	SMA/SMK/MA	30	29 %
	D1/D3	2	2 %
	S1	68	67 %
	<b>Total</b>	<b>102</b>	<b>100 %</b>

**Tabel 4.2**  
**Demografi Responden (Lanjutan)**

No	Demografi Responden	Jumlah	Persentase
3	<b>Umur</b>		
	21 – 25 Tahun	95	93 %
	26 – 30 Tahun	4	4 %
	> 40 Tahun	3	3%
	<b>Total</b>	<b>102</b>	<b>100 %</b>
4	<b>Tempat Lahir:</b>		
	Bali	1	1 %
	Banten	3	3 %
	DKI Jakarta	16	16 %
	Jambi	1	1 %
	Jawa Barat	2	2 %
	Jawa Tengah	5	5 %
	Jawa Timur	56	55 %
	Kalimantan Barat	1	1 %
	Kalimantan Selatan	2	2 %
	Kalimantan Tengah	2	2 %
	Kalimantan Timur	1	1 %
	Lampung	1	1 %
	Nusa Tenggara Barat	2	2 %
	Riau	1	1 %
	Sulawesi Selatan	2	2 %
	Sumatera Barat	1	1 %
	Sumatera Utara	5	5 %
	<b>Total</b>	<b>102</b>	<b>100 %</b>
5	<b>Pekerjaan:</b>		
	Mahasiswa	53	52 %
	Pegawai Swasta	25	25 %
	Pegawai Negeri	1	1 %
	Wiraswasta	6	5 %
	Wirausaha	1	6 %
	Ibu Rumah Tangga	1	1 %
	Lain-lain	11	11 %
<b>Total</b>	<b>102</b>	<b>100%</b>	

Sumber: Data diolah (2021)

#### 1 Jenis Kelamin

Jenis kelamin merepresentasikan keterlibatan *gender* untuk berpartisipasi dalam penelitian ini. Sebanyak 43 orang (42%) yang terlibat dalam penelitian ini adalah laki-laki. Dan sebanyak 59 orang (58%) yang berpartisipasi dalam penelitian ini adalah Perempuan.

#### 2 Pendidikan Terakhir

Pendidikan terakhir responden pada penelitian ini mayoritas memiliki latar belakang pendidikan S1 yaitu sebanyak 68 orang (67%). Kemudian diikuti jenjang pendidikan SMA/SMK/MA sebanyak 30 orang (29%). Dan terakhir jenjang pendidikan SMP/MTs dan D1/D3 masing-masing sebanyak 2 orang (2%).

#### 3 Umur

Mayoritas responden berada pada rentang usia 21-25 tahun sebanyak 95 orang (93%). Responden yang berumur 26-30 tahun sebanyak 4 orang (4%) dan sisanya berada pada usia lebih dari 40 tahun sebanyak 3 orang (3%).

#### 4 Tempat Lahir

Responden pada penelitian ini didominasi oleh orang-orang yang lahir di daerah Jawa Timur dengan jumlah 56 orang (53%). Kemudian paling banyak kedua adalah berasal dari DKI Jakarta, yaitu sebanyak 16 orang (16%). Sisanya sebanyak 30 orang (31%) berasal dari berbagai daerah di Indonesia

#### 5 Pekerjaan

Pekerjaan responden dalam penelitian ini paling banyak adalah Mahasiswa dengan jumlah 53 orang (52%). Kemudian paling banyak kedua adalah responden yang memiliki pekerjaan sebagai Pegawai Swasta dengan jumlah 25 orang (25%). Sisanya sebanyak 24 orang (23%) memiliki pekerjaan sebagai pegawai negeri, wiraswasta, wirausaha, ibu rumah tangga, dan pekerjaan lain-lain.

### Penggunaan E-Wallet

Pada bagian ini akan dijelaskan seberapa banyak produk *e-wallet* yang pernah dipakai oleh responden, produk *e-wallet* apa saja yang paling sering dipakai, dan pada transaksi apa saja produk *e-wallet* digunakan.

**Tabel 4.3**  
**Penggunaan E-Wallet**

Keterangan	Jumlah	Persentase
<b>E-wallet yang pernah dipakai:</b>		
OVO	89	87 %
Go-Pay	85	83 %
Link Aja	46	45 %
DANA	66	65 %
Shopee Pay	78	76 %
<b>E-wallet yang paling sering dipakai:</b>		
OVO	54	53 %
Go-Pay	37	36 %
Link Aja	8	8 %
DANA	19	19 %
Shopee Pay	44	43 %
<b>Penggunaan e-wallet:</b>		
Pembayaran online pada e-commerce	90	88 %
Pembayaran offline pada merchant	47	46 %
Pembayaran untuk kebutuhan transportasi umum	55	54 %

Sumber: Data diolah (2021)

#### 1. E-Wallet yang Pernah dipakai

*E-wallet* yang pernah dipakai mempresentasikan produk *e-wallet* apa saja yang pernah digunakan oleh responden untuk melakukan transaksi pembayaran. Data menunjukkan bahwa OVO sebagai produk *e-wallet* terbanyak yang pernah digunakan dengan jumlah 89 orang (87%). Kedua teratas adalah Go-Pay, dengan jumlah pengguna sebanyak 85 orang (83%). Ketiga teratas adalah Shopee Pay, dengan jumlah 78 orang (76%). Keempat teratas adalah DANA, dengan jumlah 66 orang pengguna (65%). Dan terakhir produk *e-wallet* paling sedikit yang pernah digunakan adalah Link Aja, dengan jumlah 46 orang pengguna (45%).

#### 2. E-Wallet yang Paling Sering dipakai

*E-wallet* yang paling sering dipakai mempresentasikan produk *e-wallet* apa saja yang memiliki intensitas pemakaian tertinggi dari semua produk *e-wallet* yang pernah dipakai. Data menunjukkan bahwa *e-wallet* OVO memiliki posisi pertama sebagai *e-wallet* yang paling sering dipakai untuk melakukan transaksi pembayaran dengan jumlah 54 orang (53%). Kedua adalah Shopee Pay dengan jumlah 44 orang (43%). Ketiga adalah Go-Pay dengan jumlah 37 orang (36%). Keempat adalah

DANA dengan jumlah 19 orang (19%). Dan terakhir adalah Link Aja dengan jumlah sebanyak 8 orang (8%).

### 3. Penggunaan E-Wallet

Penggunaan *e-wallet* mempresentasikan responden yang menggunakan *e-wallet* untuk melakukan pembayaran pada keperluan sehari-hari nya. Data menunjukkan bahwa responden paling sering menggunakan *e-wallet* untuk membeli suatu produk di *e-commerce*, dengan jumlah sebanyak 90 orang (88%). Kemudian aktivitas kedua yang paling sering dilakukan adalah melakukan pembayaran untuk kebutuhan transportasi umum, seperti membeli tiket pesawat, memesan ojek online dan lain sebagainya, dengan jumlah 55 orang (54%). Terakhir adalah melakukan pembayaran secara langsung pada toko-toko yang memiliki metode pembayaran menggunakan *e-wallet* dengan cara *QR Code*, seperti membayar makan pada restaurant, membeli barang pada toko dan lain sebagainya, dengan jumlah 47 orang (46%).

### Deskripsi Jawaban Responden

Peneliti melakukan analisa deskriptif untuk mengidentifikasi setiap indikator-indikator di dalam kuesioner. Analisa deskriptif dilakukan dengan mengolah data yang bersumber dari jawaban responden berdasarkan indikator kuesioner. Analisa deskriptif digunakan untuk mengetahui nilai *mean*, *median*, *maksimum* dan *minimum* (Abdillah dan Hartono, 2015:195).

### Tanggapan terhadap Konstruk Ekspektasi Kinerja

Variabel ekspektasi kinerja diukur dengan 4 item pernyataan. Deskripsi jawaban terhadap konstruk ekspektasi kinerja disajikan dalam tabel 4.4 sebagai berikut:

**Tabel 4.4**  
**Jawaban Responden terhadap Konstruk Ekspektasi Kinerja**

<b>Indikator</b>	<b>Mean</b>	<b>Median</b>	<b>Min</b>	<b>Max</b>	<b>Standard Deviation</b>
EK1	4.598	5.000	3.000	5.000	0.529
EK2	4.706	5.000	4.000	5.000	0.456
EK3	4.618	5.000	3.000	5.000	0.525
EK4	4.020	4.000	2.000	5.000	0.863

Sumber: Data diolah (2021)

Tabel diatas menunjukkan nilai *mean* (rata-rata), *median* (nilai tengah), *min* (nilai minimum), *max* (nilai maksimal), dan *standard deviation* (kesalahan standar) dari jawaban responden untuk setiap indikator ekspektasi kinerja. Berdasarkan tabel tersebut Nilai *max* (maksimum) dari semua indikator adalah 5. Nilai *min* (minimum) untuk indikator EK1, EK3 adalah 3 (netral), nilai minimum untuk indikator EK2 adalah 4 (setuju), dan nilai minimum untuk indikator EK4 adalah 2 (tidak setuju). Nilai *median* (nilai tengah) untuk indikator EK1, EK2, EK3 adalah 5 (sangat setuju), dan nilai tengah untuk indikator EK4 adalah 4 (setuju). Nilai *standar deviation* (kesalahan standar) tidak melebihi nilai *mean* (rata-rata), sehingga dapat disimpulkan bahwa data tersebut memiliki penyimpangan yang rendah.

### Tanggapan terhadap Konstruk Ekspektasi Usaha

Variabel ekspektasi usaha diukur dengan 4 item pernyataan. Deskripsi jawaban terhadap konstruk ekspektasi usaha disajikan dalam tabel 4.5 sebagai berikut:

**Tabel 4.5**  
**Jawaban Responden terhadap Konstruk Ekspektasi Usaha**

<b>Indikator</b>	<b>Mean</b>	<b>Median</b>	<b>Min</b>	<b>Max</b>	<b>Standard Deviation</b>
EK1	4.529	5.000	3.000	5.000	0.572
EK2	4.392	4.000	3.000	5.000	0.629

EK3	4.353	5.000	2.000	5.000	0.736
EK4	4.412	5.000	3.000	5.000	0.647

Sumber: Data diolah (2021)

Tabel diatas menunjukkan nilai *mean* (rata-rata), *median* (nilai tengah), *min* (nilai minimum), *max* (nilai maksimal), dan *standard deviation* (kesalahan standar) dari jawaban responden untuk setiap indikator ekspektasi usaha. Berdasarkan tabel tersebut Nilai *max* (maksimum) dari semua indikator adalah 5 (sangat setuju). Nilai *min* (minimum) untuk indikator EK1, EK2, EK4 adalah 3 (netral), nilai minimum untuk indikator EK3 adalah 2 (tidak setuju). Nilai *median* (nilai tengah) untuk indikator EK1, EK3, EK4 adalah 5 (sangat setuju), dan nilai tengah untuk indikator EK2 adalah 4 (setuju). Nilai *standar deviation* (kesalahan standar) tidak melebihi nilai *mean* (rata-rata), sehingga dapat disimpulkan bahwa data tersebut memiliki penyimpangan yang rendah.

### Tanggapan terhadap Konstruk Pengaruh Sosial

Variabel pengaruh sosial diukur dengan 3 item pernyataan. Deskripsi jawaban terhadap konstruk pengaruh sosial disajikan dalam tabel 4.6 sebagai berikut:

**Tabel 4.6**  
**Jawaban Responden terhadap Konstruk Pengaruh Sosial**

<b>Indikator</b>	<b>Mean</b>	<b>Median</b>	<b>Min</b>	<b>Max</b>	<b>Standard Deviation</b>
PS1	3.559	4.000	1.000	5.000	0.945
PS2	3.520	3.000	2.000	5.000	0.894
PS3	3.686	4.000	1.000	5.000	0.918

Sumber: Data diolah (2021)

Tabel diatas menunjukkan nilai *mean* (rata-rata), *median* (nilai tengah), *min* (nilai minimum), *max* (nilai maksimal), dan *standard deviation* (kesalahan standar) dari jawaban responden untuk setiap indikator pengaruh sosial. Berdasarkan tabel tersebut Nilai *max* (maksimum) dari semua indikator adalah 5 (sangat setuju). Nilai *min* (minimum) untuk indikator EK1, EK3 adalah 1 (sangat tidak setuju). Nilai *median* (nilai tengah) untuk indikator EK1, EK3 adalah 4 (setuju), dan untuk indikator EK2 adalah 3 (netral). Nilai *standar deviation* (kesalahan standar) tidak melebihi nilai *mean* (rata-rata), sehingga dapat disimpulkan bahwa data tersebut memiliki penyimpangan yang rendah.

### Tanggapan terhadap Konstruk Kondisi yang Mendukung

Variabel pengaruh sosial diukur dengan 3 item pernyataan. Deskripsi jawaban terhadap konstruk kondisi yang mendukung disajikan dalam tabel 4.7 sebagai berikut:

**Tabel 4.7**  
**Jawaban Responden terhadap Konstruk Kondisi yang Mendukung**

<b>Indikator</b>	<b>Mean</b>	<b>Median</b>	<b>Min</b>	<b>Max</b>	<b>Standard Deviation</b>
KM1	4.480	5.000	2.000	5.000	0.682
KM2	4.480	5.000	3.000	5.000	0.622
KM3	4.539	5.000	3.000	5.000	0.637

Sumber: Data diolah (2021)

Tabel diatas menunjukkan nilai *mean* (rata-rata), *median* (nilai tengah), *min* (nilai minimum), *max* (nilai maksimal), dan *standard deviation* (kesalahan standar) dari jawaban responden untuk setiap indikator kondisi yang mendukung. Berdasarkan tabel tersebut Nilai *max* (maksimum) dari semua indikator adalah 5 (sangat setuju). Nilai *min* (minimum) untuk indikator EK2, EK3 adalah 3 (netral),

dan nilai minimum untuk indikator EK1 adalah 2 (tidak setuju). Nilai *median* (nilai tengah) untuk semua indikator adalah 5 (sangat setuju). Nilai *standar deviation* (kesalahan standar) tidak melebihi nilai *mean* (rata-rata), sehingga dapat disimpulkan bahwa data tersebut memiliki penyimpangan yang rendah.

### Tanggapan terhadap Konstruk Motivasi Hedonis

Variabel motivasi hedonis diukur dengan 3 item pernyataan. Deskripsi jawaban terhadap konstruk motivasi hedonis disajikan dalam tabel 4.8 sebagai berikut:

**Tabel 4.8**  
**Jawaban Responden terhadap Konstruk Motivasi Hedonis**

<b>Indikator</b>	<b>Mean</b>	<b>Median</b>	<b>Min</b>	<b>Max</b>	<b>Standard Deviation</b>
MH1	4.294	4.000	3.000	5.000	0.749
MH2	4.392	4.000	2.000	5.000	0.674
MH3	3.922	4.000	2.000	5.000	0.893

Sumber: Data diolah (2021)

Tabel diatas menunjukkan nilai *mean* (rata-rata), *median* (nilai tengah), *min* (nilai minimum), *max* (nilai maksimal), dan *standard deviation* (kesalahan standar) dari jawaban responden untuk setiap indikator motivasi hedonis. Berdasarkan tabel tersebut Nilai *max* (maksimum) dari semua indikator adalah 5 (sangat setuju). Nilai *min* (minimum) untuk indikator EK2, EK3 adalah 2 (tidak setuju), dan nilai minimum untuk indikator EK1 adalah 3 (netral). Nilai *median* (nilai tengah) untuk semua indikator adalah 4 (setuju). Nilai *standar deviation* (kesalahan standar) tidak melebihi nilai *mean* (rata-rata), sehingga dapat disimpulkan bahwa data tersebut memiliki penyimpangan yang rendah.

### Tanggapan terhadap Konstruk Nilai Harga

Variabel nilai harga diukur dengan 3 item pernyataan. Deskripsi jawaban terhadap konstruk nilai harga disajikan dalam tabel 4.9 sebagai berikut:

**Tabel 4.9**  
**Jawaban Responden terhadap Konstruk Nilai Harga**

<b>Indikator</b>	<b>Mean</b>	<b>Median</b>	<b>Min</b>	<b>Max</b>	<b>Standard Deviation</b>
NH1	3.941	4.000	2.000	5.000	0.777
NH2	3.912	4.000	2.000	5.000	0.853
NH3	3.980	4.000	1.000	5.000	0.918

Sumber: Data diolah (2021)

Tabel diatas menunjukkan nilai *mean* (rata-rata), *median* (nilai tengah), *min* (nilai minimum), *max* (nilai maksimal), dan *standard deviation* (kesalahan standar) dari jawaban responden untuk setiap indikator nilai harga. Berdasarkan tabel tersebut Nilai *max* (maksimum) dari semua indikator adalah 5 (sangat setuju). Nilai *min* (minimum) untuk indikator EK1, EK2 adalah 2 (tidak setuju), dan nilai minimum untuk indikator EK3 adalah 1 (sangat tidak setuju). Nilai *median* (nilai tengah) untuk semua indikator adalah 4 (setuju). Nilai *standar deviation* (kesalahan standar) tidak melebihi nilai *mean* (rata-rata), sehingga dapat disimpulkan bahwa data tersebut memiliki penyimpangan yang rendah.

### Tanggapan terhadap Konstruk Kebiasaan

Variabel kebiasaan diukur dengan 4 item pernyataan. Deskripsi jawaban terhadap konstruk kebiasaan disajikan dalam tabel 4.10 sebagai berikut:

**Tabel 4.10**  
**Jawaban Responden terhadap Konstruk Kebiasaan**



<b>Indikator</b>	<b>Mean</b>	<b>Median</b>	<b>Min</b>	<b>Max</b>	<b>Standard Deviation</b>
K1	4.069	4.000	2.000	5.000	0.877
K2	3.569	4.000	1.000	5.000	1.107
K3	3.108	3.000	1.000	5.000	1.212
K4	4.147	4.000	1.000	5.000	0.833

Sumber: Data diolah (2021)

Tabel diatas menunjukkan nilai *mean* (rata-rata), *median* (nilai tengah), *min* (nilai minimum), *max* (nilai maksimal), dan *standard deviation* (kesalahan standar) dari jawaban responden untuk setiap indikator kebiasaan. Berdasarkan tabel tersebut Nilai *max* (maksimum) dari semua indikator adalah 5 (sangat setuju). Nilai *min* (minimum) untuk indikator EK2, EK3, EK4 adalah 1 (sangat tidak setuju), dan nilai minimum untuk indikator EK1 adalah 2 (tidak setuju). Nilai *median* (nilai tengah) untuk indikator EK1, EK2, EK4 adalah 4 (setuju), dan nilai tengah untuk indikator EK3 adalah 3 (netral). Nilai *standar deviation* (kesalahan standar) tidak melebihi nilai *mean* (rata-rata), sehingga dapat disimpulkan bahwa data tersebut memiliki penyimpangan yang rendah.

#### **Tanggapan terhadap Konstruk Minat Penggunaan**

Variabel minat penggunaan diukur dengan 3 item pernyataan. Deskripsi jawaban terhadap minat penggunaan disajikan dalam tabel 4.11 sebagai berikut:

**Tabel 4.11**  
**Jawaban Responden terhadap Minat Penggunaan**

<b>Indikator</b>	<b>Mean</b>	<b>Median</b>	<b>Min</b>	<b>Max</b>	<b>Standard Deviation</b>
MP1	4.422	5.000	2.000	5.000	0.663
MP2	3.706	4.000	1.000	5.000	1.081
MP3	3.922	4.000	1.000	5.000	1.007

Sumber: Data Diolah (2021)

Tabel diatas menunjukkan nilai *mean* (rata-rata), *median* (nilai tengah), *min* (nilai minimum), *max* (nilai maksimal), dan *standard deviation* (kesalahan standar) dari jawaban responden untuk setiap indikator kebiasaan. Berdasarkan tabel tersebut Nilai *max* (maksimum) dari semua indikator adalah 5 (sangat setuju). Nilai *min* (minimum) untuk indikator EK2, EK3 adalah 1 (sangat tidak setuju), dan nilai minimum untuk indikator EK1 adalah 2 (tidak setuju). Nilai *median* (nilai tengah) untuk indikator EK2, EK3 adalah 4 (setuju), dan nilai tengah untuk indikator EK1 adalah 5 (sangat setuju). Nilai *standar deviation* (kesalahan standar) tidak melebihi nilai *mean* (rata-rata), sehingga dapat disimpulkan bahwa data tersebut memiliki penyimpangan yang rendah.

#### **Pengujian Data (Outer Model)**

##### **Uji Validitas Konvergen**

Uji validitas konvergen menggunakan parameter nilai AVE dan *communality* dengan nilai lebih dari 0,5 dan nilai *outer loading* lebih dari 0,7 (Sholihin dan Ratmono, 2013;67). Berikut akan disajikan nilai AVE dan *communality* pada tabel dibawah:

**Tabel 4.12**  
**Nilai AVE dan Communality**

	<b>Average Variance Extracted (AVE)</b>	<b>Communality</b>

EK	0,578	0,578
EU	0,683	0,683
PS	0,668	0,668
KM	0,805	0,805
MH	0,777	0,777
NH	0,883	0,883
K	0,900	0,900
MP	0,919	0,919

Sumber: Data diolah (2021)

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui bahwa nilai AVE dan *communality* semua konstruk dalam penelitian ini memiliki nilai lebih dari 0,5. Kemudian yang harus dilihat adalah nilai dari *outer loading*, akan disajikan pada tabel di bawah sebagai berikut:

**Tabel 4.13**  
**Nilai Outer Loading**

<b>Konstruk ke Indikator</b>	<b>Original Sample (O)</b>	<b>Sample Mean (M)</b>	<b>Standard Deviation (STDEV)</b>	<b>T Statistics ( O/STDEV )</b>	<b>P Values</b>
EK1 <- EK	0.861	0.861	0.031	27.672	0.000
EK2 <- EK	0.866	0.861	0.038	22.516	0.000
EK3 <- EK	0.751	0.749	0.065	11.546	0.000
EK4 <- EK	0.507	0.508	0.090	5.646	0.000
EU1 <- EU	0.810	0.816	0.045	18.157	0.000
EU2 <- EU	0.794	0.789	0.061	13.063	0.000
EU3 <- EU	0.845	0.842	0.041	20.847	0.000
EU4 <- EU	0.854	0.853	0.031	27.611	0.000
K1 <- K	0.842	0.843	0.022	37.940	0.000
K2 <- K	0.835	0.837	0.033	25.178	0.000
K3 <- K	0.799	0.789	0.051	15.590	0.000
K4 <- K	0.792	0.792	0.042	18.656	0.000
KM1 <- KM	0.917	0.915	0.021	43.557	0.000
KM2 <- KM	0.882	0.878	0.036	24.624	0.000
KM3 <- KM	0.892	0.894	0.026	33.837	0.000
MH1 <- MH	0.908	0.909	0.016	55.598	0.000

MH2 <- MH	0.880	0.878	0.030	28.954	0.000
MH3 <- MH	0.855	0.853	0.033	25.822	0.000
MP1 <- MP	0.772	0.765	0.059	12.978	0.000
MP2 <- MP	0.868	0.866	0.031	27.993	0.000
MP3 <- MP	0,893	0,897	0,019	46,458	0,000

Sumber: Data diolah (2021)

Pada tabel di atas dapat dilihat pada kolom *original sample* bahwa ada satu indikator yang menunjukkan nilai dibawah 0,7 yaitu indikator EK4. Merujuk pada pernyataan Hair *et al.* (2010) bahwa sebuah indikator dianggap menjadi bagian dari konstraknya apabila nilai *outer loading*  $\geq 0,5$ , maka peneliti tidak menghapus indikator tersebut. Nilai *standard deviation* dari seluruh indikator juga tidak melebihi dari nilai *sample mean* yang berarti indikator-indikator dalam penelitian ini memiliki penyimpangan yang rendah. Jadi dapat disimpulkan bahwa konstruk dan indikator dalam penelitian ini telah memenuhi uji validitas konvergen.

### Uji Validitas Diskriminan

Langkah selanjutnya adalah melakukan uji validitas diskriminan. Pengujian validitas diskriminan berkaitan dengan prinsip bahwa indikator-indikator konstruk yang berbeda seharusnya tidak berkorelasi tinggi. Terdapat dua parameter dalam uji validitas diskriminan, yaitu akar AVE harus lebih tinggi dari korelasi variabel laten dan nilai *cross loading* lebih dari 0,7. Akan ditunjukkan hasil nilai akar AVE dan korelasi variabel laten sebagai berikut:

**Tabel 4.14**  
**Hasil Akar AVE dan Korelasi Variabel Laten**

	Akar AVE	EK	EU	PS	KM	MH	NH	K	MP
EK	0,760	0.760							
EU	0,826	0.703	0.826						
PS	0,817	0.287	0.195	0.889					
KM	0,897	0.589	0.622	0.228	0.897				
MH	0,881	0.544	0.577	0.314	0.522	0.881			
NH	0,939	0.359	0.214	0.416	0.241	0.522	0.866		
K	0,948	0.467	0.526	0.404	0.410	0.638	0.427	0.817	
MP	0,958	0.563	0.502	0.374	0.509	0.580	0.369	0.765	0.846

Sumber: Data diolah (2021)

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui bahwa semua konstruk memiliki nilai akar AVE lebih dari nilai korelasi variabel laten lainnya. Selanjutnya adalah melihat nilai dari *cross loading* pada tabel di bawah sebagai berikut:

**Tabel 4.15**  
**Nilai Cross Loading**

	EK	EU	PS	KM	MH	NH	K	MP
EK1	0.861	0.625	0.212	0.571	0.432	0.217	0.405	0.542

EK2	0.866	0.639	0.103	0.508	0.394	0.238	0.289	0.388
EK3	0.751	0.510	0.132	0.477	0.392	0.327	0.264	0.351
EK4	0.507	0.313	0.426	0.176	0.427	0.339	0.435	0.373
EU1	0.599	0.810	0.142	0.560	0.461	0.142	0.430	0.442
EU2	0.489	0.794	0.120	0.384	0.363	0.086	0.343	0.318
EU3	0.562	0.845	0.188	0.483	0.525	0.315	0.529	0.418
EU4	0.649	0.854	0.184	0.592	0.532	0.151	0.421	0.455
PS1	0.175	0.097	0.899	0.134	0.233	0.372	0.270	0.270
PS2	0.309	0.242	0.878	0.242	0.314	0.291	0.347	0.298
PS3	0.269	0.173	0.891	0.221	0.285	0.427	0.429	0.401
KM1	0.497	0.554	0.200	0.917	0.466	0.202	0.414	0.465
KM2	0.515	0.565	0.242	0.882	0.455	0.163	0.320	0.440
KM3	0.573	0.555	0.175	0.892	0.485	0.280	0.368	0.465
MH1	0.508	0.493	0.287	0.436	0.908	0.467	0.516	0.460
MH2	0.575	0.604	0.273	0.510	0.880	0.398	0.636	0.537
MH3	0.355	0.423	0.270	0.429	0.855	0.515	0.525	0.526
NH1	0.194	0.136	0.290	0.066	0.320	0.810	0.298	0.257
NH2	0.299	0.182	0.350	0.216	0.540	0.917	0.397	0.333
NH3	0.411	0.226	0.425	0.308	0.470	0.869	0.400	0.355
K1	0.415	0.436	0.250	0.395	0.621	0.401	0.842	0.694
K2	0.318	0.387	0.398	0.269	0.503	0.404	0.835	0.574
K3	0.237	0.252	0.400	0.118	0.396	0.308	0.799	0.580
K4	0.534	0.625	0.294	0.529	0.546	0.280	0.792	0.638
MP1	0.622	0.498	0.212	0.666	0.486	0.281	0.573	0.772
MP2	0.386	0.338	0.382	0.282	0.468	0.338	0.703	0.868
MP3	0.409	0.431	0.357	0.330	0.513	0.315	0.661	0.893

Sumber: Data diolah (2021)

Pada tabel 4.15 data menunjukkan bahwa nilai korelasi variabel laten dengan konstruk nya lebih besar daripada nilai korelasi indikator dengan konstruk lainnya, selain itu nilai *cross loading* untuk seluruh indikator sudah lebih dari 0,7 kecuali indikator EK4, namun indikator EK4 masih memiliki nilai  $\geq 0,05$  sehingga peneliti tetap memakai indikator tersebut. Berdasarkan penjelasan sebelumnya, maka

dapat disimpulkan bahwa konstruk dan indikator yang digunakan dalam penelitian ini telah memenuhi uji validitas diskriminan.

### Uji Reliabilitas

Pengukuran uji reliabilitas menggunakan dua parameter yaitu nilai *cronbach's alpha* dan *nilai composite reliability* masing-masing harus bernilai lebih dari 0,7. Nilai *cronbach's alpha* dan *composite reliability* akan disajikan pada tabel di bawah ini.

**Tabel 4.16**  
**Nilai Cronbach's Alpha dan Composite Reliability**

Konstruk	Cronbach's Alpha	Composite Reliability
EK	0.739	0.841
EU	0.846	0.896
PS	0.871	0.919
KM	0.879	0.925
NH	0.834	0.900
K	0.835	0.890
MP	0.799	0.883

Sumber: Data diolah (2021)

Berdasarkan data di atas, seluruh konstruk dalam penelitian ini memiliki nilai *cronbach's alpha* lebih dari 0,7 dan *nilai composite reliability* lebih dari 0,7. Sehingga data dalam penelitian ini sudah reliabel. Berdasarkan pengujian validitas konvergen, validitas diskriminan dan reliabilitas yang sudah dilakukan maka dapat disimpulkan bahwa seluruh indikator dan konstruk yang digunakan dalam penelitian ini sudah valid dan reliabel.

### Pengujian Hipotesis (Inner Model)

Pengujian model struktural (*inner model*) dilakukan untuk mengukur variasi perubahan variabel independen terhadap variabel dependen dan untuk mengetahui tingkat signifikansi dalam pengujian hipotesis. Model struktural dalam penelitian ini dievaluasi dengan menggunakan R Square ( $R^2$ ) dan nilai *patch coefficient* atau *t-values*.

### Nilai $R^2$

Nilai  $R^2$  digunakan untuk mengetahui tingkat variasi perubahan variabel independen terhadap variabel dependen (Abdillah dan Hartono, 2015: 62). Nilai  $R^2$  memiliki rentang nilai antara 0 sampai dengan 1, semakin tinggi nilai  $R^2$  maka semakin baik model penelitian. Menurut Henseler *et al.* (2009) dalam Widodo *et al.* (2019) bahwa Nilai  $R^2 \leq 0,25$  menunjukkan korelasi lemah, nilai  $R^2 \leq 0,5$  menunjukkan korelasi sedang, nilai  $R^2 \leq 0,75$  menunjukkan korelasi kuat. Hasil dari pengujian nilai  $R^2$  dapat dilihat pada tabel di bawah sebagai berikut

**Tabel 4.17**  
**Nilai  $R^2$**

	$R^2$
Minat Penggunaan (MP)	0.659

Sumber: Data diolah (2021)

Data menunjukkan bahwa model di dalam penelitian ini memiliki korelasi yang kuat karena memiliki nilai 0,659, artinya variabel independen dalam penelitian mampu menggambarkan variabel dependen sebesar 65,9%. Sedangkan sisanya digambarkan oleh variabel lain diluar penelitian ini.

**Nilai Path Coefficient**

Nilai *path coefficient* menunjukkan tingkat signifikansi dalam pengujian hipotesis (Abdillah dan Hartono, 2015:197). Pengujian hipotesis dilakukan dengan cara melihat estimasi dari *path coefficient* dan nilai *t-statistic* dengan tingkat signifikansi  $\alpha=5\%$ . Apabila nilai *t-statistic* lebih tinggi daripada nilai *t-table* (1,64 untuk hipotesis satu ekor) dan nilai *p-values* kurang dari 0,05 maka hipotesis diterima. Berikut akan disajikan nilai *path coefficient* pada tabel di bawah ini.

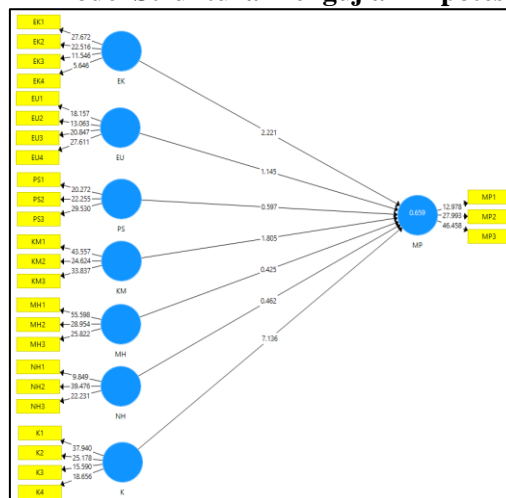
**Tabel 4.18**  
**Nilai Path Coefficient**

	<i>Original Sample (O)</i>	<i>Sample Mean (M)</i>	<i>Standard Deviation (STDEV)</i>	<i>T Statistics ( O/STDEV)</i>	<i>P Values</i>
EK -> MP	0.237	0.226	0.107	2.221	0.013
EU -> MP	-0.120	-0.104	0.105	1.145	0.126
PS -> MP	0.042	0.050	0.071	0.597	0.276
KM -> MP	0.166	0.166	0.092	1.805	0.036
MH -> MP	0.043	0.049	0.100	0.425	0.336
NH -> MP	-0.035	-0.042	0.076	0.462	0.322
K -> MP	0.620	0.612	0.087	7.136	0.000

Sumber: Data diolah (2021)

Keterangan: EK (ekspektasi kinerja), EU (ekspektasi usaha), PS (pengaruh sosial), KM (kondisi yang mendukung, MH (motivasi hedonis), NH (nilai harga), K (kebiasaan), MP (minat penggunaan).

**Gambar 4.1**  
**Model Struktural Pengujian Hipotesis**



Sumber: Data diolah (2021)

Berdasarkan hasil analisis data yang ada pada tabel dan gambar di atas, berikut akan diuraikan hasil pengujian hipotesis:

1. Hipotesis 1

Hipotesis 1 menyatakan bahwa konstruk ekspektasi kinerja berpengaruh positif terhadap minat penggunaan *e-wallet*. Berdasarkan data di atas dapat diketahui bahwa nilai pada kolom *original sample* sebesar 0,237, nilai *p-values* sebesar 0,013, dan nilai *t-statistic* sebesar 2,221. Nilai *original sample* menunjukkan angka positif, nilai *p-values* lebih kecil dari 0,05, dan nilai *t-statistic* pada konstruk ekspektasi kinerja lebih dari 1,64. Maka hasil penelitian menunjukkan ekspektasi kinerja berpengaruh positif signifikan terhadap minat penggunaan *e-wallet*. Berdasarkan hasil tersebut maka **hipotesis 1 diterima**.

2. Hipotesis 2

Hipotesis 2 menyatakan bahwa konstruk ekspektasi usaha berpengaruh positif terhadap minat penggunaan *e-wallet*. Berdasarkan data di atas dapat diketahui bahwa nilai pada kolom *original sample* sebesar -0,120, nilai *p-values* sebesar 0,126, dan nilai *t-statistic* sebesar 1,145. Nilai *original sample* menunjukkan angka negatif, nilai *p-values* lebih besar dari 0,05, dan nilai *t-statistic* pada konstruk ekspektasi usaha kurang dari 1,64. Maka hasil penelitian menunjukkan ekspektasi usaha berpengaruh negatif tidak signifikan terhadap minat penggunaan *e-wallet*. Berdasarkan hasil tersebut maka **hipotesis 2 ditolak**.

3. Hipotesis 3

Hipotesis 3 menyatakan bahwa konstruk pengaruh sosial berpengaruh positif terhadap minat penggunaan *e-wallet*. Berdasarkan data di atas dapat diketahui bahwa nilai pada kolom *original sample* sebesar 0,042, nilai *p-values* sebesar 0,276, dan nilai *t-statistic* sebesar 0,597. Nilai *original sample* menunjukkan angka positif, nilai *p-values* lebih besar dari 0,05, dan nilai *t-statistic* pada konstruk pengaruh sosial kurang dari 1,64. Maka hasil penelitian menunjukkan pengaruh sosial berpengaruh positif tidak signifikan terhadap minat penggunaan *e-wallet*. Berdasarkan hasil tersebut maka **hipotesis 3 ditolak**.

4. Hipotesis 4

Hipotesis 4 menyatakan bahwa konstruk kondisi yang mendukung berpengaruh positif terhadap minat penggunaan *e-wallet*. Berdasarkan data di atas dapat diketahui bahwa nilai pada kolom *original sample* sebesar 0,166, nilai *p-values* sebesar 0,036, dan nilai *t-statistic* sebesar 1,805. Nilai *original sample* bernilai positif, nilai *p-values* lebih kecil dari 0,05 dan nilai *t-statistic* pada konstruk kondisi yang mendukung lebih dari 1,64. Maka hasil penelitian menunjukkan kondisi yang mendukung berpengaruh positif signifikan terhadap minat penggunaan *e-wallet*. Berdasarkan hasil tersebut maka **hipotesis 4 diterima**.

5. Hipotesis 5

Hipotesis 5 menyatakan bahwa konstruk motivasi hedonis berpengaruh positif terhadap minat penggunaan *e-wallet*. Berdasarkan data di atas dapat diketahui bahwa nilai pada kolom *original sample* sebesar 0,043, nilai *p-values* sebesar 0,336, dan nilai *t-statistic* sebesar 0,425. Nilai *original sample* bernilai positif, nilai *p-values* lebih besar dari 0,05, dan nilai *t-statistic* pada konstruk motivasi hedonis kurang dari 1,64. Maka hasil penelitian menunjukkan motivasi hedonis berpengaruh positif tidak signifikan terhadap minat penggunaan *e-wallet*. Berdasarkan hasil tersebut maka **hipotesis 5 ditolak**.

6. Hipotesis 6

Hipotesis 6 menyatakan bahwa konstruk nilai harga berpengaruh positif terhadap minat penggunaan *e-wallet*. Berdasarkan data di atas dapat diketahui bahwa nilai pada kolom *original sample* sebesar -0,035, nilai *p-values* sebesar 0,322, dan nilai *t-statistic* sebesar 0,462. Nilai *original sample* bernilai negatif, nilai *p-values* lebih besar dari 0,05, dan nilai *t-statistic* pada konstruk nilai harga kurang dari 1,64. Maka hasil penelitian menunjukkan nilai harga berpengaruh negatif tidak signifikan terhadap minat penggunaan *e-wallet*. Berdasarkan hasil tersebut maka **hipotesis 6 ditolak**.

7. Hipotesis 7

Hipotesis 7 menyatakan bahwa konstruk kebiasaan berpengaruh positif terhadap minat penggunaan *e-wallet*. Berdasarkan data di atas dapat diketahui bahwa nilai pada kolom *original sample* sebesar 0,620, nilai *p-values* sebesar 0,000, dan nilai *t-statistic* sebesar 7,136. Nilai *original sample* bernilai positif, nilai *p-values* lebih kecil dari 0,05, dan nilai *t-statistic* pada konstruk

kebiasaan lebih dari 1,64. Maka hasil penelitian menunjukkan kebiasaan berpengaruh positif signifikan terhadap minat penggunaan *e-wallet*. Berdasarkan hasil tersebut maka **hipotesis 7 diterima**.

**Tabel 4.19**  
**Ringkasan Pengujian Hipotesis**

	<b>Hipotesis</b>	<b>T-Statistics</b>	<b>P-Values</b>	<b>Hasil</b>
<b>H1</b>	Ekspektasi kinerja berpengaruh positif terhadap minat penggunaan <i>e-wallet</i>	2.221	0.013	Diterima
<b>H2</b>	Ekspektasi usaha berpengaruh positif terhadap minat penggunaan <i>e-wallet</i>	1.145	0.126	Ditolak
<b>H3</b>	Pengaruh sosial berpengaruh positif terhadap minat penggunaan <i>e-wallet</i>	0.597	0.276	Ditolak
<b>H4</b>	Kondisi yang mendukung berpengaruh positif terhadap minat penggunaan <i>e-wallet</i>	1.805	0.036	Diterima
<b>H5</b>	Motivasi hedonis berpengaruh positif terhadap minat penggunaan <i>e-wallet</i>	0.425	0.336	Ditolak
<b>H6</b>	Nilai harga berpengaruh positif terhadap minat penggunaan <i>e-wallet</i>	0.462	0.322	Ditolak
<b>H7</b>	Kebiasaan berpengaruh positif terhadap minat penggunaan <i>e-wallet</i>	7.136	0.000	Diterima

## **Pembahasan**

### **Ekspektasi Kinerja terhadap Minat Penggunaan E-Wallet**

*Unified Theory of Acceptance and Use of Technology 2* (UTAUT2) menyatakan bahwa salah satu penentu dalam penggunaan teknologi adalah ekspektasi kinerja. Ekspektasi kinerja menggambarkan seberapa besar orang percaya bahwa dengan menggunakan suatu sistem akan membantu dia untuk mendapatkan keuntungan dari pekerjaannya (Venkatesh *et al.*, 2003).

Ekspektasi kinerja memiliki keterkaitan terhadap minat penggunaan teknologi atau sistem baru, salah satunya metode pembayaran melalui *e-wallet*. Apabila seseorang percaya bahwa dengan menggunakan *e-wallet* dapat menambah keuntungan dari pekerjaannya, maka orang tersebut akan menggunakannya. Sebaliknya apabila seseorang tidak percaya bahwa dengan menggunakan *e-wallet* dapat menambah keuntungannya, maka orang tersebut tidak akan menggunakannya.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa ekspektasi kinerja berpengaruh positif signifikan terhadap minat penggunaan *e-wallet*. Dapat dilihat dari nilai *original sample* sebesar 0,237, artinya apabila ekspektasi kinerja bertambah satu satuan maka minat penggunaan *e-wallet* akan bertambah sebesar 0,237 (23,7%). Kemudian dapat dilihat dari nilai *t-statistic* sebesar 2.221 yang menunjukkan nilai tersebut lebih besar dari nilai *t-table* (1,64), dan nilai *p-values* sebesar 0.013 yang menunjukkan nilai tersebut lebih kecil dari nilai signifikan (0,05). Dengan begitu maka hipotesis 1 diterima.

Hasil penelitian ini mendukung penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Widodo *et al.* (2019). Widodo *et al.* (2019) melakukan penelitian untuk menguji apakah ekspektasi kinerja berpengaruh



terhadap minat penggunaan *e-wallet* di Indonesia. Hasil penelitian Widodo *et al.* (2019) menyatakan bahwa ekspektasi kinerja berpengaruh positif signifikan terhadap minat penggunaan *e-wallet*.

Penelitian ini juga konsisten dengan penelitian Intarot dan Boekhaimook (2018). Penelitian Intarot dan Boekhaimook (2018) menggunakan variabel ekspektasi kinerja untuk memprediksi pengaruh terhadap minat penggunaan *e-wallet* di Thailand. Hasil penelitian menunjukkan bahwa ekspektasi kinerja berpengaruh positif terhadap minat penggunaan *e-wallet*. Penelitian Soodan dan Rana (2020) di India juga menunjukkan bahwa ekspektasi berpengaruh positif terhadap minat penggunaan *e-wallet*. Selain itu penelitian Abdullah *et al.* (2020) juga menunjukkan bahwa ekspektasi kinerja berpengaruh positif terhadap minat penggunaan *e-wallet* di Malaysia.

Pada penelitian ini ekspektasi kinerja menjadi variabel prediksi kedua terkuat yang mampu mempengaruhi penggunaan *e-wallet* pada transaksi pembayaran. Seseorang akan merasa kinerjanya akan bertambah apabila orang tersebut menggunakan *e-wallet* ketika melakukan transaksi pembayaran. Dengan demikian maka dapat disimpulkan bahwa ekspektasi kinerja menjadi salah satu faktor dari seseorang untuk menggunakan *e-wallet*.

### **Ekspektasi Usaha terhadap Minat Penggunaan E-Wallet**

Ekspektasi usaha merupakan tingkat kemudahan dari penggunaan teknologi atau sistem baru yang akan mengurangi tenaga dan waktu dalam melakukan pekerjaannya (Venkatesh *et al.*, 2003). Ekspektasi usaha dapat menentukan apakah sebuah sistem atau teknologi tersebut akan digunakan oleh penggunaannya, karena konstruk ekspektasi usaha telah dijelaskan dalam UTAUT2.

Hipotesis kedua memiliki arti apabila seseorang percaya bahwa dengan menggunakan *e-wallet* dapat mengurangi upaya (tenaga dan waktu) dalam melakukan pekerjaannya, maka orang tersebut akan menggunakannya. Sebaliknya apabila dengan menggunakan *e-wallet* tidak mengurangi upaya (tenaga dan waktu) dalam melakukan pekerjaannya, maka orang tersebut tidak akan menggunakannya.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa ekspektasi usaha berpengaruh negatif tidak signifikan terhadap minat penggunaan *e-wallet*. Dapat dilihat dari nilai *original sample* sebesar -0,120, artinya apabila ekspektasi usaha bertambah satu satuan maka minat penggunaan *e-wallet* akan berkurang sebesar 0,120 (-12%). Kemudian dapat dilihat dari nilai *t-statistic* sebesar 1,145 yang menunjukkan nilai tersebut lebih kecil dari nilai *t-table* (1,64), dan nilai *p-values* sebesar 0,126 yang menunjukkan nilai tersebut lebih besar dari nilai signifikan (0,05). Dengan begitu maka hipotesis 2 ditolak.

Ekspektasi usaha yang tidak berpengaruh positif signifikan terhadap minat penggunaan *e-wallet* bisa disebabkan oleh responden yang menggunakan *e-wallet* hanya untuk kegiatan konsumtif bagi dirinya sendiri. Sehingga pengurangan usaha yang berasal dari penggunaan teknologi baru tidak dapat dirasakan oleh dirinya secara signifikan.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Widodo *et al.* (2019). Widodo *et al.* (2019) melakukan penelitian untuk menguji apakah ekspektasi usaha berpengaruh terhadap minat penggunaan *e-wallet* di Indonesia. Hasil penelitian Widodo *et al.* (2019) menyatakan bahwa ekspektasi usaha tidak berpengaruh positif signifikan terhadap minat penggunaan *e-wallet*.

Akan tetapi hasil penelitian ini tidak konsisten dengan penelitian yang dilakukan Felix (2019). Penelitian Felix (2019) melakukan penelitian dengan menggunakan ekspektasi usaha sebagai variabel prediksi terhadap minat penggunaan *e-wallet* Go-Pay pada generasi X di Indonesia. Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa ekspektasi usaha berpengaruh positif signifikan terhadap minat penggunaan *e-wallet*. Penelitian Ahmad *et al.* (2019) juga tidak konsisten dengan hasil pada penelitian ini. Penelitian Ahmad *et al.* yang dilakukan pada Politeknik Sultan Salahudin dan Universitas Teknologi Mara (UITM) menunjukkan ekspektasi usaha berpengaruh terhadap minat penggunaan *e-wallet* di Malaysia.

Berdasarkan penjelasan sebelumnya, maka dalam penelitian ini ekspektasi usaha tidak berpengaruh positif signifikan terhadap minat penggunaan *e-wallet*. Seseorang tidak merasa bahwa dirinya mengeluarkan tenaga yang lebih sedikit ketika menggunakan *e-wallet* untuk melakukan transaksi pembayaran. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa ekspektasi usaha tidak mempengaruhi seseorang untuk menggunakan *e-wallet* ketika melakukan transaksi pembayaran.

### **Pengaruh Sosial terhadap Minat Penggunaan E-Wallet**

Pengaruh sosial didefinisikan dengan sejauh mana seseorang percaya bahwa orang lain mampu mengubah sikap, kepercayaan, persepsi atau tingkah laku untuk menggunakan sebuah sistem atau

teknologi baru (Venkatesh *et al.*, 2003). *Unified Theory of Acceptance and Use of Technology 2* (UTAUT2) menjelaskan bahwa pengaruh sosial menjadi salah satu konstruk yang dapat menentukan dari minat penggunaan sebuah sistem atau teknologi baru.

Hipotesis ketiga memiliki arti apabila seseorang percaya bahwa lingkungan sekitarnya mampu meyakini dirinya untuk menggunakan *e-wallet*, maka orang tersebut akan menggunakannya. Sebaliknya apabila seseorang tidak percaya bahwa lingkungan sekitarnya mampu meyakini dirinya untuk menggunakan *e-wallet*, maka orang tersebut tidak akan menggunakannya.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengaruh sosial berpengaruh positif tidak signifikan terhadap minat penggunaan *e-wallet*. Dapat dilihat dari nilai *original sample* sebesar 0,042, artinya apabila pengaruh sosial bertambah satu satuan maka minat penggunaan *e-wallet* akan berkurang sebesar 0,042 (4,2%). Kemudian dapat dilihat dari nilai *t-statistic* sebesar 0,597 yang menunjukkan nilai tersebut lebih kecil dari nilai *t-table* (1,64), dan nilai *p-values* sebesar 0,276 yang menunjukkan nilai tersebut lebih besar dari nilai signifikan (0,05). Dengan begitu maka hipotesis 3 ditolak.

Mayoritas responden penelitian ini yang merupakan mahasiswa dan memiliki rentang usia 21-25 tahun menunjukkan bahwa lingkungan disekitarnya tidak mempengaruhi dirinya untuk menggunakan teknologi baru. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa generasi yang berada dalam penelitian ini berbeda dengan lingkungan masyarakat Indonesia pada umumnya yang memiliki sifat paguyuban.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Widodo *et al.* (2019). Widodo *et al.* (2019) melakukan penelitian untuk menguji apakah pengaruh sosial berpengaruh positif terhadap minat penggunaan *e-wallet* di Indonesia. Hasil penelitian Widodo *et al.* (2019) menyatakan bahwa ekspektasi usaha tidak berpengaruh positif signifikan terhadap minat penggunaan *e-wallet*.

Akan tetapi hasil penelitian ini tidak konsisten dengan penelitian yang dilakukan Prabhakaran *et al.* (2020) di India. Hasil penelitian Prabhakaran *et al.* (2020) menunjukkan bahwa pengaruh sosial berpengaruh terhadap penggunaan *e-wallet*. Penelitian Jin *et al.* (2020) dan Teoh Tenk Tenk *et al.* (2020) juga tidak konsisten dengan penelitian ini. Jin *et al.* (2020) dan Teoh Tenk Tenk *et al.* (2020) melakukan penelitian terhadap minat penggunaan *e-wallet* pada aktivitas *online shopping*. Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa pengaruh sosial memiliki pengaruh terhadap minat penggunaan *e-wallet*.

Berdasarkan penjabaran sebelumnya, maka pengaruh sosial berpengaruh positif tidak signifikan terhadap minat penggunaan *e-wallet*. Seseorang merasa lingkungan sekitarnya sudah mempengaruhi dirinya untuk menggunakan *e-wallet*, namun pengaruh tersebut tidak begitu nyata terhadap dirinya untuk tetap menggunakan *e-wallet* ketika melakukan transaksi pembayaran. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa pengaruh sosial tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat penggunaan *e-wallet*.

### **Kondisi yang Mendukung terhadap Minat Penggunaan E-Wallet**

Kondisi yang mendukung didefinisikan sebagai sejauh mana seseorang percaya bahwa infrastruktur organisasi dan teknis ada untuk mendukung sebuah sistem atau teknologi baru (Venkatesh *et al.*, 2003). Konstruk ini telah dijelaskan pada *Unified Theory of Acceptance and Use of Technology 2* (UTAUT2) bahwa kondisi yang mendukung menjadi salah satu faktor yang mampu mempengaruhi dari minat penggunaan sebuah sistem atau teknologi baru.

Hipotesis keempat memiliki arti apabila seseorang percaya bahwa dirinya memiliki keterampilan, pengetahuan dan kemampuan dalam menggunakan *e-wallet* serta infrastruktur di lingkungan sekitarnya sudah memadai untuk menggunakan *e-wallet*, maka orang tersebut akan menggunakannya. Sebaliknya apabila dirinya tidak memiliki keterampilan, pengetahuan dan kemampuan dalam menggunakan *e-wallet* serta infrastruktur di lingkungan sekitarnya tidak memadai untuk menggunakan *e-wallet*, maka orang tersebut tidak akan menggunakannya.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kondisi yang mendukung berpengaruh positif signifikan terhadap minat penggunaan *e-wallet*. Dapat dilihat dari nilai *original sample* sebesar 0,166, artinya apabila kondisi yang mendukung bertambah satu satuan maka minat penggunaan *e-wallet* akan bertambah sebesar 0,166 (16,6%). Kemudian dapat dilihat dari nilai *t-statistic* sebesar 1,805 yang menunjukkan nilai tersebut lebih besar dari nilai *t-table* (1,64), dan nilai *p-values* sebesar 0,036 yang menunjukkan nilai tersebut lebih kecil dari nilai signifikan (0,05). Dengan begitu maka hipotesis 4 diterima.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Widodo *et al.* (2019). Widodo *et al.* (2019) melakukan penelitian untuk menguji apakah kondisi yang mendukung berpengaruh positif terhadap minat penggunaan *e-wallet* di Indonesia. Hasil penelitian Widodo *et al.* (2019) menyatakan bahwa kondisi yang mendukung berpengaruh positif signifikan terhadap minat penggunaan *e-wallet*.

Penelitian ini konsisten dengan Saadon dan Long (2020). Saadon dan Long (2020) melakukan penelitian dengan menggunakan variabel kondisi yang mendukung terhadap minat penggunaan *e-wallet* dalam program pemerintah yang bernama “eTunai” pada mahasiswa sarjana di Malaysia. Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa kondisi yang mendukung berpengaruh terhadap minat penggunaan *e-wallet*. Penelitian ini juga konsisten dengan Laywilla *et al.* (2020). Laywilla *et al.* (2020) melakukan penelitian terhadap wanita yang menggunakan *e-wallet* di Jakarta. Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa kondisi yang mendukung berpengaruh positif terhadap minat penggunaan *e-wallet*.

Pada penelitian ini kondisi yang mendukung menjadi variabel prediksi ketiga terkuat yang mampu mempengaruhi seseorang untuk menggunakan *e-wallet* pada transaksi pembayaran. Seseorang percaya bahwa dirinya memiliki pengetahuan untuk bisa menggunakan *e-wallet* serta lingkungan di sekitarnya sudah mendukung secara teknis untuk menggunakan *e-wallet* ketika melakukan transaksi pembayaran. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa kondisi yang mendukung berpengaruh positif signifikan terhadap minat penggunaan *e-wallet*.

### **Motivasi Hedonis terhadap Minat Penggunaan E-Wallet**

Motivasi hedonis dapat didefinisikan sebagai kesenangan atau kenikmatan yang didapatkan dari penggunaan suatu teknologi (Venkatesh *et al.*, 2012). Motivasi hedonis menjadi memainkan peran penting yaitu sebagai salah satu variabel prediksi pada teori UTAUT2.

Hipotesis kelima memiliki arti apabila seseorang percaya bahwa dirinya akan mendapatkan kesenangan atau kenikmatan ketika menggunakan *e-wallet*, maka orang tersebut akan menggunakannya. Sebaliknya apabila dirinya merasa tidak akan mendapatkan kesenangan atau kenikmatan ketika menggunakan *e-wallet*, maka orang tersebut tidak akan menggunakannya.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa motivasi hedonis berpengaruh positif tidak signifikan terhadap minat penggunaan *e-wallet*. Dapat dilihat dari nilai *original sample* sebesar 0,043, artinya apabila motivasi hedonis bertambah satu satuan maka minat penggunaan *e-wallet* akan bertambah sebesar 0,043 (4,3%). Kemudian dapat dilihat dari nilai *t-statistic* sebesar 0,425 yang menunjukkan nilai tersebut lebih kecil dari nilai *t-table* (1,64), dan nilai *p-values* sebesar 0,336 yang menunjukkan nilai tersebut lebih besar dari nilai signifikan (0,05). Dengan begitu maka hipotesis 5 ditolak.

Motivasi hedonis yang tidak berpengaruh positif terhadap minat penggunaan *e-wallet* bisa disebabkan oleh perkembangan zaman yang begitu maju, sehingga penggunaan teknologi baru merupakan hal biasa dan tidak mampu membuat dirinya merasakan kebanggaan atas menggunakan teknologi baru tersebut.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Widodo *et al.* (2019). Widodo *et al.* (2019) melakukan penelitian untuk menguji apakah motivasi hedonis berpengaruh positif terhadap minat penggunaan *e-wallet* di Indonesia. Hasil penelitian Widodo *et al.* (2019) menyatakan bahwa motivasi hedonis tidak berpengaruh positif signifikan terhadap minat penggunaan *e-wallet*.

Akan tetapi hasil penelitian ini tidak konsisten dengan penelitian yang dilakukan Ispriandina dan Sutisna (2019). Ispriandina dan Sutisna (2019) melakukan penelitian dengan menggunakan motivasi hedonis sebagai variabel prediksi terhadap minat penggunaan *e-wallet* di Kota Bandung. Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa motivasi hedonis memiliki pengaruh positif signifikan terhadap minat penggunaan *e-wallet*. Hasil penelitian ini juga tidak konsisten dengan penelitian Chresentia dan Suharto (2020). Chresentia dan Suharto (2020) melakukan penelitian terhadap minat penggunaan *e-wallet* pada transaksi di *e-commerce* di Kota Bandung. Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa motivasi hedonis memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat penggunaan *e-wallet*.

Berdasarkan penjabaran sebelumnya, maka hasil penelitian menunjukkan bahwa motivasi hedonis berpengaruh positif tidak signifikan terhadap minat penggunaan *e-wallet*. Seseorang merasa dirinya senang atau merasakan kenikmatan sebagai akibat dari penggunaan *e-wallet*, namun kesenangan atau kenikmatan tersebut tidak begitu berpengaruh bagi dirinya untuk tetap menggunakan *e-wallet* ketika

melakukan transaksi pembayaran. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa motivasi hedonis tidak berpengaruh positif signifikan terhadap minat penggunaan *e-wallet*.

### **Nilai Harga terhadap Minat Penggunaan E-Wallet**

Nilai harga memiliki definisi sebagai anggapan seberapa besar keuntungan dan kerugian yang didapat akibat dari pertukaran kognitif konsumen antara manfaat yang didapat dari penggunaan teknologi dan biaya untuk menggunakannya (Dodds *et al.*, 1991). Venkatesh *et al.* (2012) berpendapat bahwa konsumen memiliki kemungkinan signifikan dalam mempertimbangkan biaya yang dikeluarkan untuk menggunakan suatu teknologi.

Hipotesis keenam memiliki arti apabila seseorang percaya bahwa dengan menggunakan *e-wallet* akan membuat dirinya mengeluarkan biaya yang lebih murah daripada menggunakan metode lainnya ketika melakukan transaksi pembayaran, maka orang tersebut akan menggunakannya. Sebaliknya apabila seseorang tidak percaya bahwa dengan menggunakan *e-wallet* dapat membuat dirinya mengeluarkan biaya yang lebih murah daripada menggunakan metode lainnya ketika melakukan transaksi pembayaran, maka orang tersebut tidak akan menggunakannya.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa nilai harga berpengaruh negatif tidak signifikan terhadap minat penggunaan *e-wallet*. Dapat dilihat dari nilai *original sample* sebesar -0,035, artinya apabila nilai harga bertambah satu satuan maka minat penggunaan *e-wallet* akan berkurang sebesar 0,035 (-3,5%). Kemudian dapat dilihat dari nilai *t-statistic* sebesar 0,462 yang menunjukkan nilai tersebut lebih kecil dari nilai *t-table* (1,64), dan nilai *p-values* sebesar 0,322 yang menunjukkan nilai tersebut lebih besar dari nilai signifikan (0,05). Dengan begitu maka hipotesis 6 ditolak.

Nilai harga yang tidak berpengaruh positif signifikan terhadap minat penggunaan *e-wallet* bisa terjadi karena responden dalam penelitian ini menggunakan *e-wallet* hanya untuk kegiatan pribadi pada dirinya masing-masing. Ketika individu melakukan pengeluaran sebagai akibat dari penggunaan teknologi baru, individu tersebut tidak dapat merasakannya karena tidak membandingkan pengeluaran dengan pendapatan yang diterima.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Widodo *et al.* (2019). Widodo *et al.* (2019) melakukan penelitian untuk menguji apakah nilai harga berpengaruh positif terhadap minat penggunaan *e-wallet* di Indonesia. Hasil penelitian Widodo *et al.* (2019) menyatakan bahwa nilai harga tidak berpengaruh positif signifikan terhadap minat penggunaan *e-wallet*.

Akan tetapi hasil penelitian ini tidak konsisten dengan penelitian yang dilakukan Soodan dan Rana (2020). Soodan dan Rana (2020) melakukan penelitian di India dengan menggunakan variabel nilai harga sebagai variabel prediksi terhadap minat penggunaan *e-wallet*. Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa nilai harga berpengaruh positif signifikan terhadap minat penggunaan *e-wallet* di India. Penelitian ini juga tidak konsisten terhadap penelitian Chresentia dan Suharto (2020). Chresentia dan Suharto (2020) melakukan penelitian terhadap penggunaan *e-wallet* pada *e-commerce*, Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa nilai harga berpengaruh terhadap minat penggunaan *e-wallet*.

Berdasarkan penjabaran sebelumnya, maka hasil penelitian ini menunjukkan bahwa nilai harga berpengaruh negatif tidak signifikan terhadap minat penggunaan *e-wallet*. Seseorang merasa bahwa harga yang dikeluarkan untuk menggunakan *e-wallet* tidak terlalu berpengaruh terhadap dirinya untuk tetap menggunakan *e-wallet* ketika melakukan transaksi pembayaran. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa nilai harga tidak berpengaruh positif signifikan terhadap minat penggunaan *e-wallet*.

### **Kebiasaan terhadap Minat Penggunaan E-Wallet**

Kebiasaan memiliki definisi sebagai sejauh mana seseorang cenderung melakukan perilaku dengan sendirinya akibat dari mempelajari suatu perilaku yang terus-menerus dilakukan (Limayem *et al.*, 2007). Kebiasaan menjadi salah satu variabel prediksi yang mampu lebih menjelaskan terhadap penggunaan suatu sistem atau teknologi baru (Venkatesh *et al.*, 2012).

Hipotesis ketujuh memiliki arti apabila seseorang percaya bahwa dirinya sudah terbiasa menggunakan *e-wallet* ketika melakukan transaksi pembayaran, maka orang tersebut akan menggunakannya. Sebaliknya apabila seseorang merasa dirinya belum terbiasa menggunakan *e-wallet* ketika melakukan transaksi pembayaran, maka orang tersebut akan tidak akan menggunakannya.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kebiasaan berpengaruh positif signifikan terhadap minat penggunaan *e-wallet*. Dapat dilihat dari nilai *original sample* sebesar 0,620, artinya apabila kondisi

yang mendukung bertambah satu satuan maka minat penggunaan *e-wallet* akan bertambah sebesar 0,620 (62%). Kemudian dapat dilihat dari nilai *t-statistic* sebesar 7,136 yang menunjukkan nilai tersebut lebih besar dari nilai *t-table* (1,64), dan nilai *p-values* sebesar 0,000 yang menunjukkan nilai tersebut lebih kecil dari nilai signifikan (0,05). Dengan begitu maka hipotesis 7 diterima.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Widodo *et al.* (2019). Widodo *et al.* (2019) melakukan penelitian untuk menguji apakah kebiasaan berpengaruh positif terhadap minat penggunaan *e-wallet* di Indonesia. Hasil penelitian Widodo *et al.* (2019) menyatakan bahwa kebiasaan berpengaruh positif signifikan terhadap minat penggunaan *e-wallet*.

Penelitian ini juga konsisten dengan penelitian Megadewandanu (2016). Megadewandanu (2016) melakukan penelitian untuk mengetahui seberapa besar tingkat adopsi penggunaan *e-wallet* di Indonesia. Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa kebiasaan berpengaruh positif signifikan terhadap minat penggunaan *e-wallet*. Penelitian yang dilakukan Chresentia dan Suharto (2020) juga menemukan bahwa kebiasaan menjadi salah satu faktor yang signifikan mempengaruhi minat penggunaan dari *e-wallet*.

Pada penelitian ini kebiasaan menjadi variabel prediksi terkuat yang mampu mempengaruhi seseorang untuk menggunakan *e-wallet* pada transaksi pembayaran. Seseorang percaya bahwa dirinya sudah terbiasa dan tidak memiliki hambatan saat menggunakan *e-wallet* ketika melakukan transaksi pembayaran. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa kebiasaan berpengaruh positif signifikan terhadap minat penggunaan *e-wallet*.

## KESIMPULAN

### Simpulan

Penelitian ini menguji pengaruh ekspektasi kinerja, ekspektasi usaha, pengaruh sosial, kondisi yang mendukung, motivasi hedonis, nilai harga, dan kebiasaan terhadap keinginan seseorang menggunakan *e-wallet* ketika melakukan transaksi pembayaran. Hasil penelitian ini mendukung dan memperkuat teori UTAUT2 dalam memprediksi minat penggunaan individu terhadap penggunaan suatu sistem atau teknologi baru. Terdapat tujuh kesimpulan dalam hasil penelitian ini.

Pertama, hasil penelitian menunjukkan bahwa ekspektasi kinerja berpengaruh positif signifikan terhadap minat penggunaan *e-wallet* ketika melakukan transaksi pembayaran. Hal tersebut berarti pengguna *e-wallet* menganggap bahwa dengan menggunakan *e-wallet* dapat membantu mereka dalam menambah kinerjanya ketika melakukan transaksi pembayaran.

Kedua, hasil penelitian menunjukkan bahwa ekspektasi usaha berpengaruh negatif tidak signifikan terhadap minat penggunaan *e-wallet* ketika melakukan transaksi pembayaran. Hal tersebut berarti pengguna *e-wallet* menganggap bahwa dengan menggunakan *e-wallet* tidak membantu mereka untuk mengurangi usaha ketika melakukan transaksi pembayaran.

Ketiga, hasil penelitian menunjukkan bahwa pengaruh sosial berpengaruh positif tidak signifikan terhadap minat penggunaan *e-wallet* ketika melakukan transaksi pembayaran. Hal tersebut berarti pengguna *e-wallet* menganggap bahwa lingkungan sekitarnya mempengaruhi dirinya untuk menggunakan *e-wallet*, namun pengaruh tersebut tidak begitu nyata kepada dirinya untuk menggunakan *e-wallet*.

Keempat, hasil penelitian menunjukkan bahwa kondisi yang mendukung berpengaruh positif signifikan terhadap minat penggunaan *e-wallet* ketika melakukan transaksi pembayaran. Hal tersebut berarti pengguna *e-wallet* menganggap bahwa dirinya memiliki pengetahuan untuk menggunakan *e-wallet* dan fasilitas teknis di lingkungan sekitarnya sudah mendukung untuk melakukan transaksi pembayaran melalui *e-wallet*.

Kelima, hasil penelitian menunjukkan bahwa motivasi hedonis berpengaruh positif tidak signifikan terhadap minat penggunaan *e-wallet* ketika melakukan transaksi pembayaran. Hal tersebut berarti pengguna *e-wallet* menganggap bahwa dirinya masih merasakan kesenangan atau kebanggaan sebagai akibat dari penggunaan *e-wallet*, namun kesenangan atau kebanggaan yang timbul tidak menjadi faktor pendorong yang kuat bagi seseorang untuk tetap menggunakan *e-wallet*.

Keenam, hasil penelitian menunjukkan bahwa nilai harga berpengaruh negatif tidak signifikan terhadap minat penggunaan *e-wallet* ketika melakukan transaksi pembayaran. Hal tersebut berarti pengguna *e-wallet* menganggap bahwa biaya yang dikeluarkan ketika menggunakan *e-wallet* tidak berpengaruh terhadap dirinya untuk tetap menggunakan *e-wallet* ketika melakukan transaksi pembayaran.

Ketujuh, hasil penelitian menunjukkan bahwa kebiasaan berpengaruh positif signifikan terhadap minat penggunaan *e-wallet* ketika melakukan transaksi pembayaran. Hal tersebut berarti pengguna *e-wallet* menganggap bahwa dirinya sudah terbiasa menggunakan *e-wallet* untuk melakukan transaksi pembayaran.

Kesimpulannya adalah ekspektasi kinerja, kondisi yang mendukung, dan kebiasaan memiliki pengaruh positif signifikan terhadap minat penggunaan *e-wallet* ketika melakukan transaksi pembayaran. Semakin tinggi ekspektasi kinerja, kondisi yang mendukung, dan kebiasaan maka semakin tinggi juga seseorang berminat menggunakan *e-wallet*. Sementara ekspektasi usaha, pengaruh sosial, motivasi hedonis, dan nilai harga tidak memiliki pengaruh positif signifikan terhadap minat penggunaan *e-wallet*. Hal tersebut berarti besar tidaknya ekspektasi usaha, pengaruh sosial, motivasi hedonis, dan nilai harga tidak akan berpengaruh terhadap minat penggunaan *e-wallet*.

### Implikasi Penelitian

Penelitian ini memiliki dua implikasi yang terdiri dari implikasi teoritis dan implikasi praktis. Implikasi teoritis pada penelitian ini adalah hasil penelitian ini mendukung teori UTAUT2 sebagai teori yang mampu memprediksi faktor-faktor yang mempengaruhi dari penggunaan sistem atau teknologi baru yang dikembangkan oleh Venkatesh *et al.* (2012). Penelitian ini juga menambah literatur di bidang sistem informasi akuntansi terkhusus pada minat penggunaan *e-wallet* pada transaksi pembayaran.

Implikasi praktis dari penelitian ini adalah sebagai salah satu referensi kepada entitas-entitas yang ingin menggunakan *e-wallet* sebagai salah satu metode dalam transaksi pembayaran. Kemudian sebagai referensi kepada perusahaan-perusahaan yang bergerak pada bidang layanan keuangan digital terkhusus pada layanan dompet digital (*e-wallet*) untuk meningkatkan serta menerapkan kualitas pelayanan.

### **Keterbatasan**

Peneliti menyadari terdapat keterbatasan dalam penelitian ini. Keterbatasan penelitian ini adalah peneliti kesulitan memperoleh data mengenai jumlah individu yang menggunakan *e-wallet* sehingga jumlah populasi pada penelitian ini tidak dapat diketahui secara pasti.

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdillah, W., & Hartono, J. (2015). *Partial Least Square (PLS): Alternatif Structural Equation Modeling (SEM) dalam Penelitian Bisnis*. Yogyakarta: Penerbit C.V. Andi Offset.
- Abdullah, N., Redzuan, F., & Daud, N. A. (2020). *E-wallet: Factors Influencing User Acceptance Towards Cashless Society in Malaysia Among Public Universities*. Indonesian Journal of Electrical Engineering and Computer Science, 20(1), 67-74. Diakses dari <https://pdfs.semanticscholar.org/40f7/6d889f6dfb130281b52a2efd4a7f6b3ce51b.pdf>.
- Abrilia, N. D., & Sudarwanto, T. (2020) *Pengaruh Persepsi Kemudahan dan Fitur Layanan Terhadap Minat Menggunakan E-Wallet pada Aplikasi Dana di Surabaya*. Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN) (ISSN: 2337-7078), 8(3). Diakses dari <https://jurnalmahasiswa.unesa.ac.id/index.php/jptn/article/view/36014>.
- Ahmad, R. B., Hassan, N. L. B., & Rosli, R. H. B. (2019). *Consumer Intention of Using E-Wallet System Among Students in Public Higher Institution*. Engineering & Management, 83. Diakses dari <http://122.129.122.220/bitstream/123456789/2205/1/ICOR-TVET%209%20-%20ROSLINA.pdf>.
- Ajzen, I. (1991). *The Theory of Planned Behavior*. Organizational Behavior and Human Decision Processes, 50(2), 179-211. Diakses dari <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/074959789190020T>.
- Ajzen, I., & Fishbein, M. (1975). *A Bayesian Analysis of Attribution Processes*. Psychological Bulletin, 82(2), 261. Diakses dari <https://psycnet.apa.org/doiLanding?doi=10.1037%2Fh0076477>.
- Ajzen, I., & Fishbein, M. (2005). *The Influence of Attitudes on Behavior*. Diakses dari [https://psycnet.apa.org/record/2005-04648-005?utm\\_source=mp-fotoscapes](https://psycnet.apa.org/record/2005-04648-005?utm_source=mp-fotoscapes).
- Amoroso, D. L., & Magnier-Watanabe, R. (2012). *Building a Research Model For Mobile Wallet Consumer Adoption: The Case of Mobile Suica in Japan*. Journal of Theoretical and Applied Electronic Commerce Research, 7(1), 94-110. Diakses dari <https://www.mdpi.com/0718-1876/7/1/8>.
- Bank Indonesia. *Apa itu Teknologi Finansial (Fintech)*. Diakses dari <https://www.bi.go.id/id/fungsi-utama/sistem-pembayaran/ritel/financial-technology/default.aspx>.
- Bank Indonesia. *Statistik Sistem Pembayaran*. Diakses dari <https://www.bi.go.id/id/statistik/ekonomi-keuangan/spp/uang-elektronik-jumlah.aspx>
- Billfazz. (2020). *Dibalik Perang E-Wallet ada Bisnis Digital yang Menguntungkan*. Diakses dari <https://billfazz.com/blog/bisnis/di-balik-perang-e-wallet-ada-bisnis-digital-yang-menguntungkan/#:~:text=Menurut%20Pasal%201%20angka%207,dan%20Fatau%20uang%20elektronik%20dengan>.
- Binus University. (2019). *Mengenal Lebih Jauh Revolusi Industri 4.0*. Diakses dari <https://binus.ac.id/knowledge/2019/05/mengenal-lebih-jauh-revolusi-industri-4-0/>.
- Brown, S. A., & Venkatesh, V. (2005). *Model of Adoption of Technology in Households: A Baseline Model Test and Extension Incorporating Household Life Cycle*. MIS Quarterly, 399-426. Diakses dari <https://www.jstor.org/stable/25148690?seq=1>.
- Chan, K. Y., Gong, M., Xu, Y., & Thong, J. (2008). *Examining User Acceptance of SMS: An Empirical Study in China and Hong Kong*. PACIS 2008 Proceedings, 294. Diakses dari <https://aisel.aisnet.org/cgi/viewcontent.cgi?article=1281&context=pacis2008>.



- Chresentia, S., & Suharto, Y. (2020). *Assessing Consumer Adoption Model on E-Wallet: An Extended UTAUT2 Approach*. International Journal of Economics, Business & Management Research (ISSN: 2456-7760), 4(6), 232-244. Diakses dari [http://www.ijebmr.com/uploads/pdf/archivepdf/2020/IJEBMR\\_562.pdf](http://www.ijebmr.com/uploads/pdf/archivepdf/2020/IJEBMR_562.pdf).
- CIMB Niaga. *Apa saja Alat Pembayaran Non Tunai*. Diakses dari <https://www.cimbniaga.co.id/id/inspirasi/gayahidup/apa-saja-alat-pembayaran-non-tunai>.
- Compeau, D., & Higgins, C. A. (1991, December). *A Social Cognitive Theory Perspective On Individual Reactions To Computing Technology*. In ICIS (pp. 187-198). Diakses dari <https://core.ac.uk/download/pdf/301365173.pdf>.
- Coulter, K. S., & Coulter, R. A. (2007). *Distortion of Price Discount Perceptions: The Right Digit Effect*. Journal of Consumer Research, 34(2), 162-173. Diakses dari <https://academic.oup.com/jcr/article/34/2/162/1793117?login=true>.
- Davis, C., Fox, J., Brewer, H., & Ratusny, D. (1995). *Motivations to Exercise as a Function of Personality Characteristics, Age, and Gender*. Personality and Individual Differences, 19(2), 165-174. Diakses dari <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/019188699500030A>.
- Davis, F. D., & Venkatesh, V. (2004). *Toward Preprototype User Acceptance Testing of New Information Systems: Implications For Software Project Management*. IEEE Transactions on Engineering Management, 51(1), 31-46. Diakses dari <https://ieeexplore.ieee.org/abstract/document/1266852>.
- Davis, F. D., Bagozzi, R. P., & Warshaw, P. R. (1989). *User Acceptance of Computer Technology: A Comparison of Two Theoretical Models*. Management Science, 35(8), 982-1003. Diakses dari <https://pubsonline.informs.org/doi/abs/10.1287/mnsc.35.8.982>.
- Dodds, W. B., Monroe, K. B., & Grewal, D. (1991). *Effects of Price, Brand, and Store Information on Buyers' Product Evaluations*. Journal of marketing research, 28(3), 307-319. Diakses dari <https://journals.sagepub.com/doi/abs/10.1177/002224379102800305>.
- Eszi, I. M. (2020). *Pengaruh Kesiapan Teknologi Individu terhadap Minat Mahasiswa pada Penggunaan E-Wallet Model Kombinasi Tri dan Tam*. (Skripsi Sarjana, Universitas Islam Indonesia, Yogyakarta). Diakses dari <https://dspace.uui.ac.id/handle/123456789/23659>.
- Felix, F. (2019). *Analisis Faktor yang Mempengaruhi Customer's Intention untuk Menggunakan E-Wallet Gopay dan Ovo pada Generasi X*. (Skripsi Sarjana, Universitas Multimedia Nusantara, Tangerang). Diakses dari <http://kc.umn.ac.id/10610/>.
- Finansialku. (2017). *Teknologi Finansial : Tengok Dulu Perkembangan Fintech di Indonesia*. Diakses dari <https://www.finansialku.com/perkembangan-fintech-di-indonesia/>.
- Fintech Indonesia. *PT Airpay International Indonesia*. Diakses dari <https://www.fintech.id/about-company/80>.
- Fornell, C., & Larcker, D. F. (1981). *Evaluating structural equation models with unobservable variables and measurement error*. Journal of marketing research, 18(1), 39-50. doi: <https://doi.org/10.1177/002224378101800104>.
- Ghozali, Imam. (2012). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 20*. Semarang: Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hair, Joseph F., Anderson, R L. Tatham, dan W.C. Black. (2010). *Multivariate Data Analysis*. Seventh Edition. New Jersey: Penerbit Pearson Education Inc.
- Hamdan, H. (2018). *Industri 4.0: Pengaruh Revolusi Industri Pada Kewirausahaan Demi Kemandirian Ekonomi*. Jurnal Nusantara Aplikasi Manajemen Bisnis, 3(2), 1-8. Diakses dari <http://ojs.unpkediri.ac.id/index.php/manajemen/article/view/12142>

- Hidayat, M. T., Aini, Q., & Fetrina, E. (2020). *Penerimaan Pengguna E-Wallet Menggunakan UTAUT 2 (Studi Kasus)*. *Jurnal Nasional Teknik Elektro dan Teknologi Informasi*, 9(3), 239-247. Diakses dari <https://journal.ugm.ac.id/v3/JNTETI/article/view/227>.
- Holbrook, Morris B., & Elizabeth C. Hirschman. (1982). *The Experiential Aspects of Consumption: Consumer Fantasies, Feelings, and Fun*. *Journal of Consumer Research* 9.2 (1982): 132-140. Diakses dari <https://academic.oup.com/jcr/article-abstract/9/2/132/1813212?redirectedFrom=fulltext>.
- Id Cloud Host. (2020). *E-Money GO-PAY: Sejarah, Pengertian, Fitur, dan Pembayaranannya*. Diakses dari <https://idcloudhost.com/e-money-go-pay-sejarah-pengertian-fitur-dan-pembayarannya/>.
- Id Cloud Host. (2020). *E-Money OVO: Sejarah, Pengertian, Fitur, dan Pembayaranannya*. Diakses dari <https://idcloudhost.com/e-money-ovo-sejarah-pengertian-fitur-dan-pembayarannya/#:~:text=Ovo%20merupakan%20layanan%20dompet%20digital,bawah%20aungan%20PT%20Visionet%20Internasional>.
- Intarot, P., & Beokhaimook, C. B. (2018). *Influencing Factor in E-Wallet Acceptant and Use*. *International Journal of Business and Administrative Studies*, 4(4), 167-75. Diakses dari <https://kkgpublications.com/wp-content/uploads/2018/11/IJBAS.4.10004-4.pdf>.
- Ipotpay. *Temukan Solusi yang Lebih Menguntungkan dari E Wallet*. Diakses dari <https://www.ipotpay.com/artikel.php?p=Temukan-Solusi-Yang-Lebih-Menguntungkan-dari-e-Wallet>.
- Iprice. (2020). *E-Wallet Lokal Masih Mendominasi Q2 2019-2020*. Diakses dari <https://iprice.co.id/trend/insights/top-e-wallet-di-indonesia-2020/>.
- Ispriandina, A., & Sutisna, M. (2019). *Faktor-faktor Penerimaan Teknologi yang Memengaruhi Intensi Kontinuitas Penggunaan Mobile Wallet di Kota Bandung*. In *Prosiding Industrial Research Workshop and National Seminar* (Vol. 10, No. 1, pp. 1046-1055). Diakses dari <https://jurnal.polban.ac.id/ojs-3.1.2/proceeding/article/view/1462>.
- Jawa Pos. (2019). *Dompot Digital dan Perilaku Konsumtif*. Diakses dari <https://www.jawapos.com/opini/19/03/2019/dompot-digital-dan-perilaku-konsumtif/>.
- Jin, C. C., Seong, L. C., & Khin, A. A. (2019). *Factors Affecting the Consumer Acceptance Towards Fintech Products and Services in Malaysia*. *International Journal of Asian Social Science*, 9(1), 59-65. Diakses dari <https://pdfs.semanticscholar.org/e8df/226d516d4e58f2b85a8daa5010366cbd39b9.pdf>.
- Katadata. (2020). *Mana yang paling Favorit, E-Money atau E-Wallet?*. Diakses dari <https://katadata.co.id/muhammadridhoi/analisisdata/5f97c41b49705/mana-yang-paling-favorit-e-money-atau-e-wallet>.
- Kim, S. S., & Malhotra, N. K. (2005). *A Longitudinal Model of Continued IS Use: An Integrative View of Four Mechanisms Underlying Postadoption Phenomena*. *Management Science*, 51(5), 741-755. Diakses dari <https://pubsonline.informs.org/doi/abs/10.1287/mnsc.1040.0326>.
- Kim, S. S., Malhotra, N. K., & Narasimhan, S. (2005). *Research Note—Two Competing Perspectives on Automatic Use: A Theoretical and Empirical Comparison*. *Information Systems Research*, 16(4), 418-432. Diakses dari <https://pubsonline.informs.org/doi/abs/10.1287/isre.1050.0070>.
- Kompas. (2020). *Dampak Globalisasi di Berbagai Bidang*. Diakses dari <https://www.kompas.com/skola/read/2020/01/20/160000769/dampak-globalisasi-di-berbagai-bidang?page=all>.

- Laywilla, E., Singh, J. S. K., & Fah, B. C. Y. (2020). *Drivers of Intention to Adopt Mobile Wallet: A Quantitative Study Among Females in Jakarta*. *International Journal of Academic Research in Business & Social Sciences* (ISSN:2222-6990), 10(11), 804-820. doi: <http://dx.doi.org/10.6007/IJARBSS/v10-i11/8061>
- Limayem, M., Hirt, S. G., & Cheung, C. M. (2007). *How Habit Limits the Predictive Power of Intention: The Case of Information Systems Continuance*. *MIS Quarterly*, 705-737. Diakses dari <https://www.jstor.org/stable/25148817?seq=1>.
- Madan, K., & Yadav, R. (2016). *Behavioural Intention to Adopt Mobile Wallet: a Developing Country Perspective*. *Journal of Indian Business Research*. Diakses dari <https://www.emerald.com/insight/content/doi/10.1108/JIBR-10-2015-0112/full/html>.
- Mahwadha, W. I. (2019). *Behavioral Intention of Young Consumers Towards E-Wallet Adoption: an Empirical Study Among Indonesian Users*. *Russian Journal of Agricultural and Socio-Economic Sciences*, 85(1). Diakses dari <https://cyberleninka.ru/article/n/behavioral-intention-of-young-consumers-towards-e-wallet-adoption-an-empirical-study-among-indonesian-users>.
- Matemba, E. D., & Li, G. (2018). *Consumers' Willingness to Adopt and Use WeChat Wallet: An empirical study in South Africa*. *Technology in Society*, 53, 55-68. Diakses dari <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0160791X17302105>.
- Megadewandanu, S. (2016). *Exploring Mobile Wallet Adoption in Indonesia Using UTAUT2: An Approach from Consumer Perspective*. In 2016 2nd International Conference on Science and Technology-Computer (ICST) (pp. 11-16). IEEE. Diakses dari <https://ieeexplore.ieee.org/abstract/document/7877340/>.
- Moore, G. C., & Benbasat, I. (1991). *Development of an Instrument to Measure the Perceptions of Adopting an Information Technology Innovation*. *Information Systems Research*, 2(3), 192-222. Diakses dari <https://pubsonline.informs.org/doi/abs/10.1287/isre.2.3.192>.
- Muleravičius, J., Sakalauskas, E., & Timofejeva, I. (2016). *On Methodology of E-Wallet Construction for Partially Off-line Payment System*. In *International Conference on Information and Software Technologies* (pp. 753-765). Springer, Cham. Diakses dari [https://link.springer.com/chapter/10.1007/978-3-319-46254-7\\_61](https://link.springer.com/chapter/10.1007/978-3-319-46254-7_61).
- Nasir, M. (2013). *Evaluasi Penerimaan Teknologi Informasi Mahasiswa di Palembang Menggunakan Model UTAUT*. In *Seminar Nasional Aplikasi Teknologi Informasi (SNATI)* (Vol. 1, No. 1). Diakses dari <https://journal.uin.ac.id/Snati/article/view/3006/2770>.
- Nysveen, H., Pedersen, P. E., & Thorbjørnsen, H. (2005). *Intentions to Use Mobile Services: Antecedents and Cross-Service Comparisons*. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 33(3), 330-346. Diakses dari <https://journals.sagepub.com/doi/abs/10.1177/0092070305276149>.
- Paper Id. (2019). *Peran E Wallet dalam Mempermudah Pembukuan UMKM*. Diakses dari <https://www.paper.id/blog/headline/e-wallet-untuk-umkm/>.
- Prabhakaran, S., Vasantha, S., & Sarika, P. (2020). *Effect of Social Influence on Intention to Use Mobile Wallet With the Mediating Effect of Promotional Benefits*. *J. Xi'an Univ. Archit. Technol*, 12, 3003-3019. Diakses dari <http://xajzkjdx.cn/gallery/255-feb2020.pdf>.
- Prakosa, A., & Wintaka, D. J. (2020). *Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Penggunaan Ulang E-Wallet Pada Generasi Milenial di Daerah Istimewa Yogyakarta*. *Bisman (Bisnis dan Manajemen): The Journal of Business and Management*, 3(1), 72-85. Diakses dari <http://ejurnal.unim.ac.id/index.php/bisman/article/view/623>.

- Prasetyo, B., & Trisyanti, U. (2018). *Revolusi Industri 4.0 dan Tantangan Perubahan Sosial*. IPTEK Journal of Proceedings Series, (5), 22-27.
- Putri, D. A. (2018). *Analyzing Factors Influencing Continuance Intention of E-Payment Adoption Using Modified UTAUT 2 Model*. In 2018 6th International Conference on Information and Communication Technology (ICoICT) (pp. 167-173). IEEE. Diakses dari <https://ieeexplore.ieee.org/abstract/document/8528748>.
- Qoala. (2021). *Aplikasi DANA: Kegunaan, Kelebihan, Cara Daftar, dan Pakai*. Diakses dari <https://www.qoala.app/id/blog/bisnis/apa-itu-aplikasi-dana/>.
- Raihan, T., & Rachmawati, I. (2019). *Analyzing Factors Influencing Continuance Intention of E-wallet Adoption Using Utaut 2 Model (a Case Study of Dana In Indonesia)*. eProceedings of Management, 6(2). Diakses dari <https://openlibrarypublications.telkomuniversity.ac.id/index.php/management/article/view/9366>.
- Rajabeli.com. (2020). *ShopeePay Fitur dan Kelebihannya*. Diakses dari <https://www.rajabeli.com/shopeepay-fitur-dan-kelebihannya.html>.
- Rathore, H. S. (2016). *Adoption of Digital Wallet by Consumers*. BVIMSR's Journal of Management Research, 8(1), 69. Diakses dari <https://search.proquest.com/openview/5f9b37834034fcf276f34a976af9d654/1?pq-origsite=gscholar&cbl=2042844>.
- Saadon, M. S. I. B., & Long, C. S. (2020). *E-Wallet Acceptance Among Undergraduates in Malaysia*. Engineering & Management (ISSN:0193-4120), 83, 12990-12998. Diakses dari [https://www.researchgate.net/profile/Ong\\_Hee/publication/341895171\\_E-Wallet\\_Acceptance\\_among\\_Undergraduates\\_in\\_Malaysia/links/5ed85866458515294531173e/E-Wallet-Acceptance-among-Undergraduates-in-Malaysia.pdf](https://www.researchgate.net/profile/Ong_Hee/publication/341895171_E-Wallet_Acceptance_among_Undergraduates_in_Malaysia/links/5ed85866458515294531173e/E-Wallet-Acceptance-among-Undergraduates-in-Malaysia.pdf).
- Sangaji, N., Wiyono, V. H., & Mulyaningsih, T. (2019). *Pengaruh Revolusi Industri 4.0 pada Kewirausahaan untuk Kemandirian Ekonomi*. Prosiding Seminar Bisnis Magister Manajemen (SAMBIS) 2019.
- Sari, M. A., Listiawati, R., Novitasari, N., & Vidyasari, R. (2019). *Analisa Pengaruh Daya Tarik Promosi, Persepsi Kemudahan, Persepsi Manfaat, Persepsi Keamanan Terhadap Minat Penggunaan E-Wallet*. Ekonomi & Bisnis (ISSN: 1412-2774), 18(2), 126-134. doi: <https://doi.org/10.32722/eb.v18i2.2493>.
- Sari, S. W. (2016). *Perkembangan dan Pemikiran Uang dari Masa ke Masa*. IAIN Tulungagung Research Collections, 3(1), 39-58. Diakses dari <http://178.128.61.209/index.php/nisbah/article/view/275/211>.
- Sekaran, Uma & Bougie, R. (2016). *Research Methods or Business 7th edition*. United Kingdom: Penerbit Wiley.
- Sholihin, Mahfud dan Dwi Ratmono. (2013). *Analisis SEM-PLS dengan WrapPLS 3.0 Untuk Hubungan Nonlinear dalam Penelitian Sosial dan Bisnis*. Yogyakarta: Penerbit C.V. Andi Offset.
- Sisilia, K. (2020). *Analisis Penerapan Model Unified Theory Of Acceptance And Use Of Technology2 (UTAUT2) Pada Adopsi Penggunaan Dompot Digital Ovo Dayeuh Kolot Bandung (Studi kasus pada Generasi Z sebagai pengguna OVO)*. Jurnal Menara Ekonomi: Penelitian dan Kajian Ilmiah Bidang Ekonomi (ISSN: 2407-8565), 6(1). Diakses dari <https://www.jurnal.umsb.ac.id/index.php/menaraekonomi/article/view/1825>.
- Slade, E. L., Dwivedi, Y. K., Piercy, N. C., & Williams, M. D. (2015). *Modeling Consumers' Adoption Intentions of Remote Mobile Payments in The United Kingdom: Extending UTAUT with Innovativeness, Risk, and Trust*. Psychology & Marketing, 32(8), 860-873. Diakses dari <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/abs/10.1002/mar.20823>.
- Soodan, V., & Rana, A. (2020). *Modeling Customers' Intention to Use E-Wallet in a Developing Nation: Extending UTAUT2 With Security, Privacy and Savings*. Journal of Electronic Commerce in

- Organizations (JECO), 18(1), 89-114. Diakses dari <https://www.igi-global.com/article/modeling-customers-intention-to-use-e-wallet-in-a-developing-nation/241249>.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R & D*. Bandung: Penerbit Alfabeta.
- Taiwo, A. A., & Downe, A. G. (2013). *The Theory of User Acceptance and Use of Technology (UTAUT): A Meta-Analytic Review of Empirical Findings*. Journal of Theoretical & Applied Information Technology, 49(1).
- Tang, C. Y., Lai, C. C., Law, C. W., Liew, M. C., & Phua, V. V. (2014). *Examining Key Determinants of Mobile Wallet Adoption Intention in Malaysia: an Empirical Study Using the Unified Theory of Acceptance and Use of Technology 2 Model*. International Journal of Modelling in Operations Management, 4(3-4), 248-265. Diakses dari <https://www.inderscienceonline.com/doi/abs/10.1504/IJMOM.2014.067383>.
- Taylor, S., & Todd, P. (1995). *Decomposition and Crossover Effects in the Theory of Planned Behavior: A Study of Consumer Adoption Intentions*. International Journal of Research in Marketing, 12(2), 137-155. Diakses dari <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/016781169400019K>
- Techfor Id. (2019). *Manfaat Fintech Bagi Masyarakat*. Diakses dari <https://www.techfor.id/manfaat-fintech-bagi-masyarakat/>.
- Teoh Teng Tenk, M., Yew, H. C., & Heang, L. T. (2020). *E-Wallet Adoption: A Case in Malaysia*. International Journal of Research In Commerce and Management Studies (ISSN: 2582-2292), 2(2), 216-233. Diakses dari <https://ijrcms.com/index.php/ijrcms/article/view/64>.
- Thompson, R. L., Higgins, C. A., & Howell, J. M. (1991). *Personal Computing: Toward a Conceptual Model of Utilization*. MIS Quarterly, 125-143. Diakses dari <https://www.jstor.org/stable/249443>.
- Tirto Id. (2019). *Transaksi OVO Tembus 1 Miliar di tahun 2019*. Diakses dari <https://tirto.id/transaksi-ovo-tembus-1-miliar-di-tahun-2019-eroV>.
- Uddin, M. S., & Akhi, A. Y. (2014). *E-wallet System for Bangladesh an Electronic Payment System*. International Journal of Modeling and Optimization, 4(3), 216. Diakses dari <https://www.researchgate.net/publication/290462723>.
- Uduji, J. I., & Okolo-Obasi, E. N. (2018). *Young Rural Women's Participation in The E-Wallet Programme and Usage Intensity of Modern Agricultural Inputs in Nigeria*. Gender, Technology and Development, 22(1), 59-81. Diakses dari <https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/09718524.2018.1445894>.
- Usman, R. (2017). *Karakteristik Uang Elektronik dalam Sistem Pembayaran*. Yuridika, 32(1), 134-166. Diakses dari <https://e-journal.unair.ac.id/YDK/article/download/4431/3593>.
- Uzone Id. (2020). *Deretan Fitur LinkAja, dari Bayar Kebutuhan Harian Sampai Tarik Tunai*. Diakses dari <https://uzone.id/deretan-fitur-linkaja-dari-bayar-kebutuhan-harian-sampai-tarik-tunai>.
- Van der Heijden, H. (2004). *User Acceptance of Hedonic Information Systems*. MIS Quarterly, 695-704. Diakses dari <https://www.jstor.org/stable/25148660?seq=1>.
- Venkatesh, V., Morris, M. G., Davis, G. B., & Davis, F. D. (2003). *User Acceptance of Information Technology: Toward a Unified View*. MIS Quarterly, 425-478. Diakses dari <https://www.jstor.org/stable/30036540?seq=1>.
- Venkatesh, V., Thong, J. Y., & Xu, X. (2012). *Consumer Acceptance and Use of Information Technology: Extending the Unified Theory of Acceptance and Use of Technology*. MIS Quarterly, 157-178. Diakses dari <https://www.jstor.org/stable/41410412>.

- Widodo, M., Irawan, M. I., & Sukmono, R. A. (2019). *Extending UTAUT2 to Explore Digital Wallet Adoption in Indonesia*. In *2019 International Conference on Information and Communications Technology (ICOIACT)* (pp. 878-883). IEEE. Diakses dari <https://ieeexplore.ieee.org/abstract/document/8938415/>.
- Wu, R. Z., & Lee, J. H. (2017). *The Comparative Study on Third Party Mobile Payment Between UTAUT2 and TTF*. *The Journal of Distribution Science*, 15(11), 5-19. Diakses dari <https://www.koreascience.or.kr/article/JAKO201716463829841.page>.