

**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT MAHASISWA
DALAM MENGGUNAKAN E-WALLET**



SKRIPSI

Oleh:

Nama : Fairus Saiful Jihad

No. Mahasiswa : 18312399

FAKULTAS BISNIS DAN EKONOMIKA

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

YOGYAKARTA

2022

**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT MAHASISWA
DALAM MENGGUNAKAN *E-WALLET***

SKRIPSI

Disusun dan diajukan untuk memenuhi sebagai salah satu syarat untuk mencapai
derajat Sarjana Strata-1 Program Studi Akuntansi pada Fakultas Bisnis dan
Ekonomika Universitas Islam Indonesia

Oleh:

Nama : Fairus Saiful Jihad

No. Mahasiswa : 18312399

FAKULTAS BISNIS DAN EKONOMIKA

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

YOGYAKARTA

2022

HALAMAN PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME

”Dengan ini saya menyatakan bahwa dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis dalam naskah ini dan disebutkan dalam referensi. Apabila di kemudian hari terbukti bahwa pernyataan ini tidak benar, maka saya sanggup menerima hukuman atau sanksi apapun sesuai peraturan yang berlaku.”

Yogyakarta, 15 Juli 2022

Penulis,



(Fairus Saiful Jihad)

HALAMAN PENGESAHAN

FAKTOR FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT MAHASISWA DALAM PENGGUNAAN *E-WALLET*

Diajukan Oleh :

Nama : Fairus Saiful Jihad
No Mahasiswa : 18312399

Telah disetujui oleh Dosen Pembimbing

Pada tanggal 14 Juli 2022

Dosen Pembimbing,



(Ahada Nurfauziya, S.E., M.Ak., Ak.)

HALAMAN BERITA ACARA



FAKULTAS
BISNIS DAN EKONOMIKA

Gedung Prof. Dr. Ace Partadiredja
Universitas Islam Indonesia
Condong Catur Depok Yogyakarta 55283
T. (0274) 881546, 885376
F. (0274) 882589
E. fbe@uii.ac.id
W. fbe.uii.ac.id

BERITA ACARA UJIAN TUGAS AKHIR/SKRIPSI

Bismillahirrahmanirrahim,

Pada Semester Genap 2021/2022, hari Selasa, tanggal 09 Agustus 2022, Program Studi Akuntansi Fakultas Bisnis dan Ekonomika UII telah menyelenggarakan Ujian Tugas Akhir/Skripsi yang disusun oleh:

Nama : FAIRUS SAIFUL JIHAD
NIM : 18312399
Judul Tugas Akhir : Faktor-Faktor yang Memengaruhi Minat Mahasiswa Dalam Menggunakan E-Wallet
Dosen Pembimbing : Ahada Nur Fauziya, SE., Ak., M.Ak.

Berdasarkan hasil evaluasi Tim Dosen Penguji Tugas Akhir, maka Tugas Akhir (Skripsi) tersebut dinyatakan:

Lulus

Nilai : A-
Referensi : Layak ditampilkan di Perpustakaan

Tim Penguji:

Ketua Tim : Ahada Nur Fauziya, SE., Ak., M.Ak.

Anggota Tim : Kinanthi Putri Ardiami, SE., Ak., M.Ak.

Yogyakarta, 16 August 2022



Ketua Program Studi Akuntansi,

Mahmudi, Dr., SE., M.Si., Ak., CMA
NPK. 023120104

HALAMAN MOTTO

“GIVING UP IS ONLY FOR LOSERS”

“BANYAK BERSYUKUR”

“SELALU PIKIRKAN RESIKO TERBURUK”

“PANDAI BERSYUKUR TAPI JANGAN LUPA TETAP MENGELUH”

“JANGAN LUPA KAMU PUNYA TEMAN HEHEHEHE”



HALAMAN PERSEMBAHAN

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Saya persembahkan skripsi ini untuk kedua orang tua saya Muhammad Auwal Suhardi dan Tiniko Sumsuma Dewi yang selalu mendoakan saya, memberikan kasih sayang, dan telah bekerja keras untuk membayar kuliah saya yang mahal. Untuk kakak saya, Ghozy dan Mikail yang selalu menghibur saya, dan paling penting untuk diri saya sendiri.

الجمهورية الإسلامية اندونيسية

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Assalamualaikum Wr. Wb.

Alhamdulillahillobbil'amin, puji syukur atas kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, karunia, dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Mahasiswa Dalam Menggunakan E-Wallet”** sebagai salah satu syarat kelulusan untuk mencapai derajat Sarjana Strata-1 Program Studi Akuntansi, Fakultas Bisnis dan Ekonomika, Universitas Islam Indonesia. Tidak lupa sholawat dan juga salam penulis haturkan kepada Nabi Muhammad SAW beserta keluarga, sahabat, dan seluruh ummatnya hingga yaummul akhir.

Proses penyusunan skripsi ini cukup menguras waktu dan pikiran, penulis dapat mencapai penyelesaian penulisan ini dengan mendapatkan banyak doa, dorongan, dan juga bantuan usaha dari banyak pihak. Oleh karena itu, dengan kerendahan dan ketulusan hati penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Allah SWT yang senantiasa memberikan kekuatan, kelancaran, kesabaran, serta petunjuk sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini, dan juga Nabi Muhammad SAW yang telah membawa ummatnya menuju zaman yang penuh diterangi oleh iman dan islam.

2. Bapak Auwal dan Ibu Tiniko yang selalu mendoakan dan memberikan kasih sayang, dan selalu mengingatkan untuk berbuat kebaikan, serta mengajarkan banyak hal kepada penulis.
3. Bapak Fathul Wahid, S.T., M.Sc., Ph.D. selaku Rektor Universitas Islam Indonesia.
4. Bapak Johan Arifin, SE., M.Si., Ph.D. selaku Dekan Fakultas Bisnis dan Ekonomika, Universitas Islam Indonesia.
5. Bapak Dekar Urumsah, S.E., S.Si., M.Com(IS)., Ph.D., CfrA. selaku Ketua Jurusan Akuntansi, Universitas Islam Indonesia.
6. Bapak Dr. Mahmudi, SE., M.Si., Ak. Selaku Ketua Program Studi Akuntansi, Fakultas Bisnis dan Ekonomika, Universitas Islam Indonesia.
7. Ibu Ahada Nurfauziya, S.E., M.Ak., Akt. selaku dosen pembimbing skripsi yang sangat membantu dan sangat sabar membimbing penulis, dan juga selalu memberikan kritis, saran, dan arahan hingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini. Terimakasih bapak atas ilmu yang telah diberikan.
8. Seluruh dosen dan juga *staff* Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Islam Indonesia yang telah memberikan ilmu, pelajaran, dan juga pengalaman yang sangat bermanfaat selama perkuliahan.
9. Maya, Mayang, dan Sista yang selalu membantu sekaligus memberi semangat dan juga mau direpotin sepanjang pengerjaan skripsi ini.

10. Fiki, Amal, Riyan selaku teman satu perjalanan yang telah banyak menghibur sekaligus menjadi tempat berkeluh kesah penulis dalam pembuatan tugas akhir.
11. Kifni, Khariri, Aldi, Saufa dan teman-teman yang lain selaku teman kuliah yang telah mewarnai hari-hari penulis selama perkuliahan.
12. Responden yang telah meluangkan waktu untuk mengisi kuesioner, serta semua pihak terkait yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu.
13. Terakhir saya ingin mengucapkan terimakasih kepada diri saya sendiri yang mampu berjuang dan telah bisa melewati banyak hal sampai saat ini yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu.

Penulis berharap skripsi ini dapat berguna untuk memberikan sumbangan pemikiran yang dapat bermanfaat bagi perkembangan ilmu pengetahuan maupun pihak yang berkepentingan. Penulisan skripsi ini masih jauh dari kata sempurna, sehingga diperlukan kritisk dan saran untuk perbaikan agar dapat membangun untuk kedepan yang lebih baik.

Wassalamualaikum Wr. Wb.

Yogyakarta. 15Juli 2022

Penulis



(Fairus Saiful Jihad)

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
HALAMAN MOTTO	vi
HALAMAN PERSEMBAHAN	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
ABSTRACT	xv
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	8
1.3 Tujuan Penelitian	10
1.4 Manfaat Penelitian	11
1.5 Sistematika Penelitian	12
BAB II	14
KAJIAN PUSTAKA	14
2.1 E-Wallet	14
2.2 Landasan Teori	15
2.2.1 Technology Acceptance Model	15
2.2.2 Behavioral Intention	16
2.2.3 Perceived Ease of Use	17
2.2.4 Perceived Usefulness	17
2.2.5 Perceived Self-Efficacy	17
2.2.6 Perceived Financial Cost	18
2.2.7 Perceived Risk (COVID-19)	18
2.3 Penelitian Terdahulu	19
2.4 Hipotesis Penelitian	35

2.4.1	Pengaruh <i>Perceived Self-Efficacy</i> terhadap variabel <i>Behavioral Intention</i>	35
2.4.2	Pengaruh <i>Perceived Usefulness</i> terhadap variabel <i>Behavioral Intention</i>	36
2.4.3	Pengaruh <i>Perceived Ease of Use</i> terhadap <i>Behavioral Intention</i>	37
2.4.4	Pengaruh <i>Perceived COVID-19 Risk</i> terhadap <i>Behavioral Intention</i> .	37
2.4.5	Pengaruh <i>Perceived Financial Cost</i> terhadap <i>Behavioral Intention</i>	38
2.4.6	Pengaruh <i>Perceived Self-Efficacy</i> terhadap <i>Perceived Usefulness</i>	39
2.4.7	Pengaruh <i>Perceived Ease of Use</i> terhadap <i>Perceived Usefulness</i>	40
2.4.8	Pengaruh <i>Perceived Self-Efficacy</i> terhadap <i>Perceived Ease of Use</i>	40
2.5	Rerangka Penelitian.....	41
BAB III.....		43
METODE PENELITIAN.....		43
3.1	Populasi dan Sampel.....	43
3.2	Sumber dan Teknik Pengumpulan Data	44
3.3	Definisi Operasional Variabel.....	45
3.4	Pengukuran Variabel.....	46
3.5	Analisis Data.....	48
3.5.1	Model Pengukuran.....	48
3.5.2	Model Struktural.....	50
BAB IV.....		51
HASIL DAN PEMBAHASAN.....		51
4.1	Hasil Pengumpulan Data.....	51
4.2	Model Pengukuran.....	57
4.2.1	Uji Validitas.....	57
4.2.2	Uji Reliabilitas.....	60
4.3	Pembahasan Hasil.....	63
4.3.1	<i>Perceived Self-efficacy</i> terhadap <i>Behavioral Intention</i>	63
4.3.2	<i>Perceived Usefulness</i> terhadap <i>Behavioral Intention</i>	63
4.3.3	<i>Perceived ease of use</i> terhadap <i>Behavioral Intention</i>	64
4.3.4	<i>Perceived Risk (COVID-19)</i> terhadap <i>Behavioral Intention</i>	65
4.3.5	<i>Perceived Financial Cost</i> terhadap <i>Behavioral Intention</i>	65
4.3.6	<i>Perceived Self-efficacy</i> terhadap <i>Perceived Usefulness</i>	66
4.3.7	<i>Perceived ease of use</i> terhadap <i>Perceived Usefulness</i>	66

4.3.8 <i>Perceived Self-efficacy</i> terhadap <i>Perceived ease of use</i>	67
BAB V	68
PENUTUP	68
5.1 Kesimpulan.....	68
5.2 Keterbatasan, Implikasi, dan Saran.....	69
5.2.1 Keterbatasan Penelitian	69
5.2.2 Implikasi	69
5.2.3 Saran	70
DAFTAR PUSTAKA	71
LAMPIRAN	80



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Tren E-Wallet di Indonesia 2020	2
Gambar 2.1 Technology Acceptance Model	15
Gambar 2.2 Rerangka Penelitian	42



DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	19
Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel	45
Tabel 3.2 Pengukuran Variabel	46
Tabel 4.1 Hasil Pengumpulan Data	51
Tabel 4.2 Demografi Responden	52
Tabel 4.3 Statistik Deskriptif Per Variabel	55
Tabel 4.4 Uji Validitas	57
Tabel 4.5 <i>Average Variance Extracted</i>	58
Tabel 4.6 <i>Cross Loadings</i>	59
Tabel 4.7 <i>Construck and Validity</i>	60
Tabel 4. 7 Koefisien Determinan	61
Tabel 4.8 <i>Path Coefficient</i>	62



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. <i>Outline</i> Kuesioner	81
Lampiran 2. Daftar Responden	88



ABSTRACT

E-wallet is a software implementation that is used to store money digitally, make payments digitally, and also perform various transactions without using cash. The development of e-wallet is currently very fast, especially because of the COVID-19 which requires us to limit our interactions with many people. This study aims to determine the factors that influence interest in using e-wallet to make digital payment transactions using TAM theory. The variables used in this study are behavioral intention, perceived ease of use, perceived usefulness, perceived self-efficacy, perceived financial cost, and perceived risk. This study was analyzed using Structural Equation Modeling (SEM). The sample from this study was taken using purposive sampling and convenience sampling with the sample criteria being undergraduate students in Yogyakarta who use e-wallet as a transaction. From these criteria, a sample of 153 people was obtained. This study uses quantitative methods.

Kata kunci:*E-wallet, Technology Acceptance Model, behavioral intention, perceived ease of use, perceived usefulness, perceived self-efficacy, perceived financial cost, perceived risk.*

ABSTRAK

*E-wallet merupakan implementasi perangkat lunak yang digunakan untuk menyimpan uang secara digital, melakukan pembayaran secara digital, dan jua melakukan berbagai transaksi tanpa menggunakan uang tunai. Perkembangan e-wallet saat ini sangat pesat, terlebih karena adanya COVID-19 yang mengharuskan kita untuk melakukan pembatasan interaksi dengan banyak orang. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor yang mempengaruhi minat menggunakan e-wallet untuk melakukan transaksi pembayaran digital dengan menggunakan teori TAM. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *behavioral intention, perceived ease of use, perceived usefulness, perceived self-efficacy, perceived financial cost*, dan *perceived risk*. Penelitian ini dianalisis menggunakan *Structural Equation Modeling (SEM)*. Sampel dari penelitian ini diambil menggunakan metode *purposive sampling* dan *convenience sampling* dengan kriteria sampel yaitu mahasiswa program sarjana yang ada di Yogyakarta yang menggunakan *e-wallet* sebagai transaksi. Dari kriteria tersebut diperoleh sampel sebanyak 153 orang. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif.*

Kata kunci:*E-wallet, Technology Acceptance Model, behavioral intention, perceived ease of use, perceived usefulness, perceived self-efficacy, perceived financial cost, perceived risk.*

BAB I

PENDAHULUAN

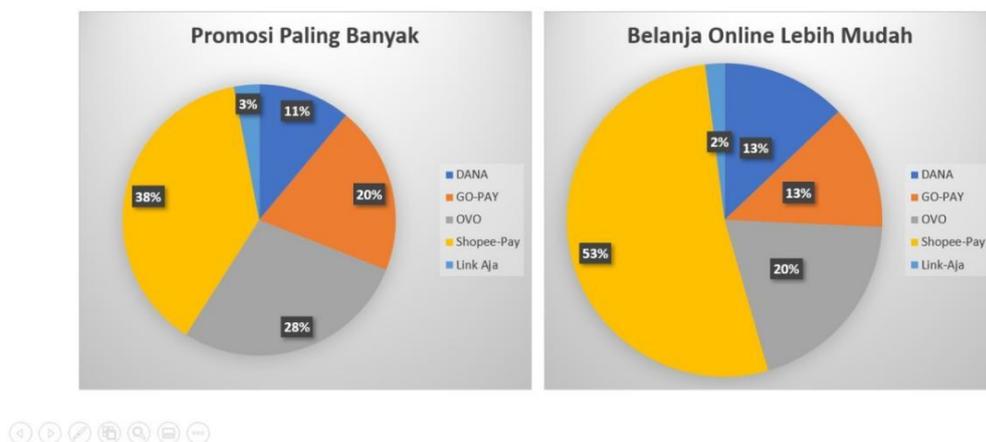
1.1 Latar Belakang

Di masa perkembangan teknologi informasi berubah dengan begitu signifikan yang mencakup banyak sekali aspek diantaranya dalam kehidupan dimasa ini yang awalnya dari keterbatasan, hingga saat ini dapat terbentuk sebuah kegiatan yang cepat dan mudah (Zada dkk., 2021). Perkembangan inilah yang kedepannya akan memberikan kemudahan untuk masyarakat. Kemudahan itu bisa jadi dalam melakukan berbagai aktivitas, terkhususnya dalam melakukan transaksi pembayaran. Apalagi dikarenakan adanya wabah COVID-19 yang membuat kita diharuskan untuk menerapkan kebijakan physical distancing yang didorong oleh World Health Organization (WHO)(Aji dkk., 2020). Physical distancing yang ditetapkan oleh *World Health Organization* (WHO) ini telah banyak menginspirasi masyarakat untuk dapat melakukan aktivitas pembayaran yang awalnya dalam bentuk tunai (*cash*) kemudian menjadi pembayaran non-tunai (*cashless*) (Aji dkk., 2020).

Indonesia semenjak menghadapi pandemi COVID-19. Pandemi COVID-19 tidak hanya menyerang kesehatan namun juga menyerang ekonomi secara global, tidak terkecuali di negara Indonesia (Siti dkk., n.d.). Otoritas pada pemerintahan di berbagai negara lalu menetapkan tindakan untuk memaksa

masyarakat agar dapat melakukan pembayaran dalam bentuk non-tunai (*cashless*) di kala pandemi COVID-19 (Aji dkk., 2020). Masyarakat menjadi lebih khawatir akan terpapar virus corona yang bisa ditularkan melalui uang fisik, dan membuat masyarakat untuk beralih menggunakan dompet digital atau biasa disebut *e-wallet*. Di Indonesia sendiri ada berbagai jenis *e-wallet* seperti contohnya OVO, GoPay, DANA, LinkAja, PayLater yang mempunyai massa penggunanya sendiri (Prakosa & Jati Wintaka, 2020). Pada tahun 2017, OVO sukses menarik lebih dari 115 juta pengguna, dan transaksi yang tercatat sebanyak 1 miliar transaksi, yang menjadikan OVO sebagai salah satu nama besar *e-wallet* yang berada di Indonesia. Namun meskipun sudah begitu, OVO belum mampu mengalahkan jumlah dari pengguna GoPay, dan di tahun 2018 pencapaian OVO dilewati oleh *e-wallet* DANA (Kusuma & Tricahyono, 2020).

Gambar 1.1 Tren E-Wallet di Indonesia 2020



Sumber: Women's Obsession, 2020 (Asiyah, dkk.)

Dari grafik yang ada pada gambar 1.1 diatas, dapat dilihat bahwa *e-wallet* GoPay, OVO, DANA, ShopeePay dan LinkAja menurut pembauran Shopee dengan produknya yaitu ShopeePay menjadi satu dari berbagai penyedia jasa *e-commerce* terbesar, yang dapat meningkatkan nilai dari transaksinya. ShopeePay sendiri juga menjadi nama merek yang paling banyak digunakan di kala pandemi, dengan total penggunaan transaksi rata-rata hingga 7x tiap bulannya. Yang kemudian disusul oleh DANA dengan rata-rata penggunaannya hingga sebanyak 6,4x tiap bulan, lalu ada OVO dengan rata-rata penggunaannya sebanyak 6,2x tiap bulan, GoPay dengan rata-rata penggunaannya 6,1x tiap bulan, dan juga ada LinkAja yang rata-rata penggunaannya 5,7x tiap bulannya.

Jika dilihat dari segi nilai transaksi per bulannya, ShopeePay juga berhasil menempati peringkat teratas dengan nominal transaksi yang terbanyak perbulannya sekitar sebesar Rp149.000, unggul jika dibandingkan dengan LinkAja, OVO, dan DANA. Berdasarkan survey yang ada, ShopeePay menjadi *e-wallet* atau dompet digital yang paling sering digunakan, yaitu sebanyak 30% responden, yang kemudian diikuti oleh OVO dengan presentase 25%, kemudian GoPay dengan presentase 21%, DANA dengan presentase 18%, dan LinkAja dengan presentase 5%.

Dompet digital atau *e-wallet* adalah sebuah perangkat lunak, atau perangkat elektronik, atau biasanya juga dapat disebut dengan layanan jasa yang memungkinkan untuk para penggunanya agar dapat melakukan transaksi secara online (Elly Indrawati dkk., n.d.). Layanan *e-wallet* dapat memungkinkan

penggunanya untuk melakukan transaksi pembayaran yang lebih fleksibel dari biasanya, bisa kapan saja dan juga dimana saja hanya dengan bantuan jaringan seluler dan aplikasi. Namun ada juga beberapa kemungkinan kerentanan dari sisi pengguna yang dapat meliputi kecerobohan seperti pesan SMS, validasi email, atau menggunakan koneksi Wi-Fi publik saat melakukan pembayaran, sampai mungkin ketiadaan minimal standar peraturan untuk menginstal aplikasi dan berkas yang tidak terpercaya (Bosamia & Patel, 2019).

Penelitian terdahulu tentang penggunaan dompet digital atau *e-wallet* telah banyak dilakukan. Banyak dari penelitian sebelumnya menggunakan teori TAM, UTAUT, UTAUT2, UTAUT3, dan campuran dari beberapa teori adopsi teknologi lainnya. Penelitian pertama yang dilakukan oleh (Seetharaman dkk., 2017). Penelitian ini dilakukan untuk mencoba memahami faktor-faktor yang mempengaruhi penerimaan *mobile wallet* yang berada di Singapura dengan menggunakan teori *Technology Acceptance Model* (TAM). Dengan sampel penelitiannya sebanyak 309 pengguna *mobile phone* dari berbagai industri yang terdapat di Singapuradan menunjukkan hasil bahwa *cost impact* memiliki pengaruh yang sangat signifikan terhadap *perceived usefulness*, *perceived ease of use*, dan juga *transaction security*, sehingga ikut memperkuat tiga variabel lain yang mempengaruhi. *Perceived usefulness* dan *transaction security* berpengaruh positif terhadap *behavioral intention*. Sedangkan *trust* dan *perceived ease of use* tidak memiliki pengaruh yang langsung terhadap *behavioral intention*. *Perceived ease of use*, *transaction cost* dan *speed of transaction* berpengaruh positif pada *perceived usefulness*. *Trust*, *privacy* dan

transaction cost berpengaruh positif pada *transaction security*. Oleh sebab itu, para pelaku industri juga harus meningkatkan kesadaran akan *trust* dan *privacy* dalam melakukan transaksi menggunakan *e-wallet* untuk meningkatkan niat perilaku (*behavioral intention*) untuk menggunakan *e-wallet* (Seetharaman dkk., 2017).

Penelitian yang sama dengan menggunakan teori *Technology Acceptance Model* (TAM) juga pernah dilakukan oleh (Taufan dkk., 2018). Responden yang ada pada penelitian ini adalah 214 pengguna Go-Pay di daerah Jawa-Bali. Penelitian ini ditujukan untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi minat menggunakan *e-wallet* (Go-Pay) di Indonesia. Dalam penelitian ini ditemukan hasil bahwa faktor yang mempengaruhi minat seseorang dalam menggunakan *e-wallet* adalah *perceived value*, *perceived usefulness*, dan *perceived ease of use*. Pengujian yang dilakukan dalam penelitian ini menggunakan metode *Structural Equation Modeling* (SEM). Dari hasil penelitian ini diharapkan penelitian selanjutnya menggunakan lebih banyak faktor yang telah ditentukan pada *Technology Acceptance Model* (TAM), menggunakan lebih banyak data lagi yang akan di proses menggunakan *Structural Equation Modeling* (SEM) sehingga mendapat hasil yang diharapkan lebih baik lagi, dan juga peneliti pun menyarankan untuk menggunakan alat lainnyadalam pengolahan data selain AMOS.

Penelitian yang selanjutnya dilakukan oleh (Karim dkk, 2020) juga masih menggunakan teori yang sama yaitu *Technology Acceptance Model* (TAM). Penelitian ini juga bertujuan untuk mengkaji faktor-faktor yang mempengaruhi

minat anak muda di Malaysia dalam menggunakan *e-wallet* sebagai metode pembayaran. Total data yang dikumpulkan adalah sebanyak 330 data responden dari pengguna *e-wallet* di daerah Klang Valley yang berada di Malaysia. Lalu data yang dikumpulkan itu kemudian dianalisis menggunakan PLS-SEM. Dan hasil dari penelitian ini terungkap bahwa *perceived usefulness*, *perceived ease of use* dan juga *privacy and security* mempunyai pengaruh yang positif terhadap *behavioral intention* dalam penggunaan *e-wallet*. Penelitian ini pun membantu layanan yang menyediakan *digital marketplace* lebih lanjut untuk dapat memiliki pemahaman yang lebih mengenai kegunaan pada penggunaan *e-wallet* untuk keperluan dalam melakukan transaksi (Karim dkk., 2020).

Penelitian yang sama juga menggunakan teori *Technology Acceptance Model* (TAM) yang dilakukan oleh Abushamleh dkk. (2021) yang dilakukan pada negara maju dan berkembang. Setelah masa pandemi COVID-19 yang terjadi di dunia, pejabat pemerintah pada berbagai negara mengambil berbagai langkah dan inovasi untuk melakukan banyak pembayaran non tunai setelah *World Health Organization* (WHO) memaksa konsumen untuk dapat melakukan transaksi non-tunai dengan melakukan berbagai implementasi *e-wallet* agar dapat meningkatkan ukuran dan efisiensi pada transaksi (Abushamleh dkk., 2021). Penelitian ini pun bertujuan untuk mengetahui faktor-faktor yang digunakan pada minat untuk menggunakan *e-wallet* di Yordania dikala pandemi COVID-19. Faktor yang digunakan atau dipilih dalam penelitian ini yaitu *performance expectancy*, *perceived usefulness*, *perceived security* dan *perceived ease of use*. Kuesioner online ini pun digunakan untuk

mengumpulkan data dari responden yang ada di Yordania. Hasil yang di dapat dari penelitian ini, keempat variabel memiliki hubungan yang begitu jelas dengan minat dalam menggunakan *e-wallet*, dan orang Yordania menginginkan untuk dapat menggunakan *e-wallet* selama pandemi, akan tetapi ada beberapa dari mereka memiliki masalah pada keamanan.

Penelitian ini adalah merupakan pengembangan penelitian yang dilakukan oleh Aji dkk. (2020) yang ditujukan untuk memperlihatkan permasalahan yang berhubungan dengan faktor-faktor yang mempengaruhi para pelaku dalam menggunakan pembayaran melalui *e-wallet*. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang ada sebelumnya terlihat pada sampel yang digunakan dan juga beberapa tambahan variabel yang ingin dilakukan dalam penelitian ini. Dalam penelitian sebelumnya responden yang dipilih merupakan responden pengguna *e-wallet* yang ada di Indonesia dan di Malaysia. Sedangkan dalam penelitian ini sampel yang digunakan adalah para mahasiswa yang menggunakan *e-wallet* yang ada di Yogyakarta dikarenakan Yogyakarta sendiri adalah Kota Pelajar dan banyak sekali universitas yang berada di Yogyakarta, artinya variasi mahasiswa yang berada di Yogyakarta itu sangat banyak dan sebagian besar mahasiswa tentu sudah pernah menggunakan *e-wallet* dan ikut terdampak pada masa pandemi COVID-19 dalam melakukan aktivitas kehidupan sehari-hari oleh karena itulah saya memilih mahasiswa di Yogyakarta sebagai sampel penelitian saya. Sedangkan untuk tambahan variabel yang digunakan, jika dalam penelitian Aji dkk. (2020) menggunakan variabel independen *perceived usefulness*, *perceived COVID-19 risk* dan juga variabel *government support*,

maka yang terjadi pada penelitian ini akan tidak menggunakan variabel *government support* dikarenakan tidak relevan terhadap mahasiswa itu sendiri dan juga tidak berkaitan mengenai penggunaan *e-wallet* pada keseharian mahasiswa, dan menambahkan variabel *perceived ease of use*, *perceived self-efficacy* dan *perceived financial cost*. Variabel yang diganti karena penelitian dilakukan karena peneliti termotivasi untuk mengetahui pentingnya faktor-faktor yang mempengaruhi mahasiswa dalam menggunakan *e-wallet*. Dengan begitu, peneliti tidak menggunakan variabel *government support* dan menambahkan variabel *perceived ease of use*, *perceived self-efficacy* dan *perceived financial cost* yang lebih relevan. Berdasarkan latar belakang diatas, penulis melakukan penelitian dengan judul **“Faktor-faktor yang Mempengaruhi Minat Mahasiswa Dalam Menggunakan E-Wallet”**.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang sudah dijelaskan diatas, maka rumusan masalah dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah *perceived ease of use* berpengaruh terhadap *behavioral intention* dalam menggunakan *e-wallet* sebagai sistem pembayaran bagi mahasiswa?
2. Apakah *perceived usefulness* berpengaruh terhadap *behavioral intention* dalam menggunakan *e-wallet* sebagai sistem pembayaran bagi mahasiswa?

3. Apakah *perceived self-efficacy* berpengaruh terhadap *behavioral intention* dalam menggunakan *e-wallet* sebagai sistem pembayaran bagi mahasiswa?
4. Apakah *perceived financial cost* berpengaruh terhadap *behavioral intention* dalam menggunakan *e-wallet* sebagai sistem pembayaran bagi mahasiswa?
5. Apakah *perceived COVID-19 risk* berpengaruh terhadap *behavioral intention* dalam menggunakan *e-wallet* sebagai sistem pembayaran bagi mahasiswa?
6. Apakah *perceived ease of use* berpengaruh terhadap *perceived usefulness* dalam menggunakan *e-wallet* sebagai sistem pembayaran bagi mahasiswa?
7. Apakah *perceived self-efficacy* berpengaruh terhadap *perceived ease of use* dalam menggunakan *e-wallet* sebagai sistem pembayaran bagi mahasiswa?
8. Apakah *perceived self-efficacy* berpengaruh terhadap *perceived ease of use* dalam menggunakan *e-wallet* sebagai sistem pembayaran bagi mahasiswa?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah tersebut, penelitian ini bertujuan untuk memperoleh bukti empiris mengenai:

1. Untuk mengetahui pengaruh dari variabel *perceived ease of use* terhadap variabel *behavioral intention* dalam menggunakan *e-wallet* sebagai sistem pembayaran bagi mahasiswa.
2. Untuk mengetahui dari variabel *perceived usefulness* terhadap variabel *behavioral intention* dalam menggunakan *e-wallet* sebagai sistem pembayaran bagi mahasiswa.
3. Untuk mengetahui pengaruh dari variabel *perceived self-efficacy* terhadap variabel *behavioral intention* dalam menggunakan *e-wallet* sebagai sistem pembayaran bagi mahasiswa.
4. Untuk mengetahui pengaruh dari variabel *perceived financial cost* terhadap variabel *behavioral intention* dalam menggunakan *e-wallet* sebagai sistem pembayaran bagi mahasiswa.
5. Untuk mengetahui pengaruh dari variabel *perceived COVID-19 risk* terhadap variabel *behavioral intention* dalam menggunakan *e-wallet* sebagai sistem pembayaran bagi mahasiswa.
6. Untuk mengetahui pengaruh dari variabel *perceived ease of use* terhadap variabel *perceived usefulness* dalam menggunakan *e-wallet* sebagai sistem pembayaran bagi mahasiswa.

7. Untuk mengetahui pengaruh dari variable *perceived self-efficacy* terhadap variabel *perceived usefulness* dalam menggunakan *e-wallet* sebagai sistem pembayaran bagi mahasiswa.
8. Untuk mengetahui pengaruh dari variable *perceived self-efficacy* terhadap variabel *perceived ease of use* dalam menggunakan *e-wallet* sebagai sistem pembayaran bagi mahasiswa.

1.4 Manfaat Penelitian

Dengan dibuatnya penelitian ini, diharapkan bisa memberikan ilmu dan manfaat bagi banyak pihak, yaitu:

1. Bagi akademisi: penelitian ini diharapkan bisa memberikan pengetahuan dan juga wawasan yang lebih lagi bagi unit akademik dari sisi teknologi ataupun informasi pengetahuan akademik yang berada di Indonesia. Penelitian ini juga diharapkan bisa menjadi tambahan sumber literature atau referensi sebagai dasar dari penelitian selanjutnya.
2. Bagi pemerintah: penelitian ini diharapkan bisa menjadi bahan analisa dan juga evaluasi agar dapat memperbaiki kebijakan pemerintah untuk selalu mengembangkan penggunaan *e-wallet* di Indonesia.
3. Bagi mahasiswa: penelitian ini diharapkan untuk bisa meningkatkan wawasan baru yang ada di kalangan mahasiswa khususnya dalam penggunaan *e-wallet*.
4. Bagi penulis: penelitian ini diharapkan dapat menghasilkan pengalaman yang sangat berharga, dan juga bisa mengembangkan kemampuan penulis

mengenai ilmu pengetahuan yang telah di dapatkan selama masa studi, khususnya disaat menulis penelitian ini.

1.5 Sistematika Penelitian

Sistematika penulisan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Bagian ini berisi mengenai latar belakang dari masalah yang ada, mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi mahasiswa dalam penggunaan *e-wallet*, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan juga disertai sistematika penulisan dari penelitian yang akan dilakukan.

BAB II KAJIAN PUSTAKA

Bagian ini berisi mengenai landasan teori yang ada dan didapat dari beberapa sumber literatur untuk bisa mendasari dari setiap variabel, dan juga disertai pembahasan hasil dari penelitian yang sudah dilakukan sebelum-sebelumnya yang sejenis. Teori yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah *Teori Acceptance Model (TAM)*, yang meliputi minat menggunakan, *perceived ease of use*, *perceived usefulness*, *perceived self-efficacy*, *perceived financial cost*, dan *perceived COVID-19 risk*.

BAB III METODE PENELITIAN

Bagian ini berisi mengenai penjelasan pada masing-masing variable yang ada, penentuan populasi dan juga sampel, metode pengumpulan data, lalu metode analisis data.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Bagian IV ini berisi mengenai hasil deskripsi objektif dari penelitian yang telah dilakukan, tentang analisis data penelitian, dan hasil pembahasan dari masing-masing variabel terhadap hasil penelitian.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Bagian ini berisi mengenai hasil akhir dari penelitian yang sudah diperoleh dari penelitian ini, hasil analisis yang sudah ada di bagian sebelumnya, dan juga implikasi dan juga beberapa saran yang diberikan untuk berbagai pihak yang berkepentingan atas hasil dari penelitian ini. Pada bagian ini juga menjelaskan mengenai keterbatasan yang sudah dialami selama penelitian berlangsung.

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

2.1 E-Wallet

E-wallet merupakan sebuah implementasi dari perangkat lunak yang mengizinkan penggunaannya agar dapat menyimpan uang dalam bentuk digital, melakukan pembayaran secara digital, dan melakukan berbagai transaksi secara digital (Hidayat dkk., 2020). Sedangkan menurut Peraturan Bank Indonesia tahun 2016 nomor 18/40/PBI/2016 pengertian *e-wallet* adalah layanan elektronik yang dapat digunakan untuk menyimpan suatu data atau instrumen pembayaran diantaranya alat pembayaran yang menggunakan uang digital atau *e-wallet* yang juga dapat digunakan untuk menampung dana sebagai alat pembayaran (*PERATURAN BANK INDONESIA*, n.d.).

Konsumen terbiasa untuk melakukan pembayaran secara tunai ketika melakukan pembelian barang atau jasa. Akan tetapi, banyak penjual yang menggunakan *e-commerce* melakukan pembayaran dalam bentuk digital baik menggunakan aplikasi e-banking, *e-wallet*, maupun menggunakan kartu (Abushamleh dkk., 2021). Dari pengertian diatas dapat disimpulkan bahwa *e-wallet* ini dapat menggantikan peran dompet fisik, karena kehadiran *e-wallet* sangat penting untuk masyarakat. Dengan begitu kehadiran *e-wallet* menguntungkan pengguna dengan cara pengguna tidak perlu membawa uang tunai dengan jumlah yang banyak lagi.

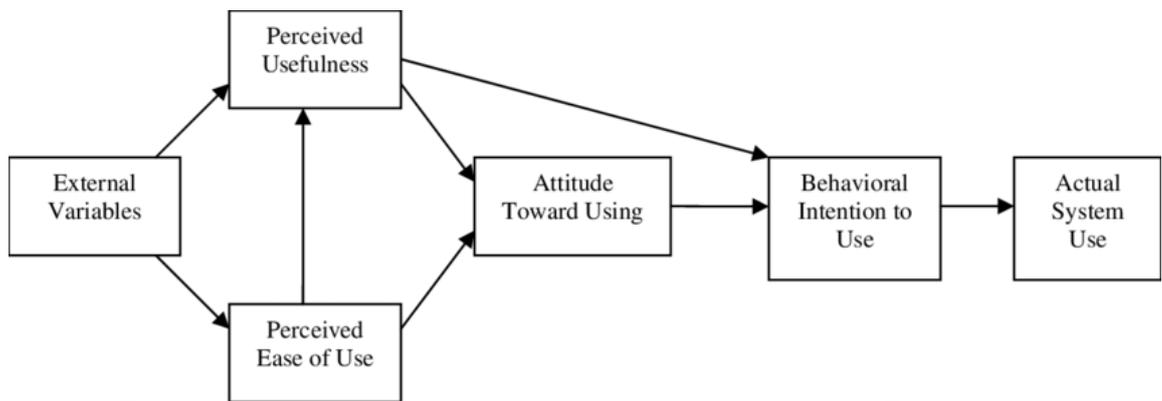
2.2 Landasan Teori

2.2.1 Technology Acceptance Model

Technology Acceptance Model merupakan salah satu studi paling ekstensif untuk mengadopsi teknologi individu (Taufan dkk., 2018). *Technology Acceptance Model* telah menerima banyak perhatian yang baik dalam literatur penerimaan teknologi informasi dan sistem informasi (Davis, 1989a). Menurut TAM, perilaku penggunaan sistem informasi ditentukan oleh niat untuk menggunakan sistem tertentu yang ditentukan oleh *perceived ease of use* dan *perceived usefulness* (Luarn & Lin, 2005).

Banyak kekuatan yang dimiliki oleh TAM itu sendiri, antara lain TAM berfokus pada penggunaan sistem informasi, dengan salah satu keterbatasannya adalah asumsi bahwa penggunaannya merupakan kehendak. Dengan kata lain, tidak ada hambatan untuk mencegah individu dalam menggunakan sistem informasi jika individu tersebut memilih untuk menggunakan sebuah sistem informasi (Mathieson dkk., 2001). Penelitian tentang penerimaan teknologi yang akan dilakukan di masa depan harus membahas tentang bagaimana variabel lain dapat mempengaruhi *perceived usefulness*, *perceived ease of use*, dan juga *user acceptance* (Davis, 1989). Karena hal tersebut, *perceived ease of use* dan *perceived usefulness* tidak sepenuhnya menjelaskan *behavioral intention* (niat terhadap penggunaan), dengan begitu maka diperlukan beberapa faktor tambahan yang dapat lebih baik dalam memprediksi penerimaan suatu teknologi (Luarn & Lin, 2005).

Gambar 2.1 *Technology Acceptance Model*



(Davis, 1989)

Technology Acceptance Model diperkenalkan oleh Davis pada tahun 1986, dan telah banyak digunakan oleh banyak peneliti lainnya. Oleh sebab itu, dalam perkembangan model TAM ini telah mengalami beberapa kali modifikasi, seperti penelitian yang dilakukan oleh (Chuttur, 2009) dan (Al-Gahtani, 2001) yang memodifikasi model TAM ini dengan mengeliminasi *variabel attitude toward using*.

2.2.2 Behavioral Intention

Behavioral intention adalah seberapa besar kekuatan atau niat dari individu untuk melakukan tindakan tertentu, yaitu menggunakan sistem informasi. *Behavioral intention* ini juga sebagai penentu langsung dari suatu penggunaan teknologi yang diperlukan sebelum terjadinya penggunaan aktual, dan juga kebutuhan seseorang akan *e-wallet* membentuk perilaku berupa penggunaan aktual terhadap suatu aplikasi *e-wallet* di masa depan dan pengulang penggunaan di transaksi selanjutnya (Japarianto & Monica, 2022).

2.2.3 Perceived Ease of Use

Perceived ease of use ditandai dengan sejauh mana seorang individu percaya bahwa kemudahan dalam penggunaan suatu sistem mampu meningkatkan minat penggunaan dan pembelajaran fitur yang mendukung (Japariato & Monica, 2022). Kombinasi antara *user-friendly* dan panduan penggunaan yang jelas mengenai cara mengaplikasikan *e-wallet* akan mendapatkan kepercayaan konsumen serta membuktikan kredibilitas dari penyedia layanan dalam menggunakan sistem berbasis web (Y.-S. Wang dkk., 2006).

2.2.4 Perceived Usefulness

Perceived usefulness merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi keputusan seorang individu tentang bagaimana dan kapan individu tersebut akan menggunakan teknologi baru (Seetharaman dkk., 2017). Variabel *perceived usefulness* ini juga mempengaruhi behavioral intention pada suatu sistem yang pada gilirannya berkorelasi dengan penggunaan yang sebenarnya (Seetharaman dkk., 2017).

2.2.5 Perceived Self-Efficacy

Dalam penelitian yang dilakukan oleh (Shiau dkk., 2020) *Self-efficacy* merupakan penilaian seseorang terhadap dirinya sendiri kemampuan sendiri untuk melaksanakan suatu tindakan yang diperlukan untuk mencapai kinerja yang diinginkannya. *Self-efficacy* tidak mengukur hal-hal yang telah dilakukan orang di masa lalu melainkan membuat penilaian tentang apa yang bisa mereka lakukan di masa depan (Deborah R. Compeau, 1995). Selain itu, *self-efficacy* melibatkan persepsi individu tentang bagaimana individu tersebut mampu untuk

menyelesaikan tugas, tetapi bukan keahliannya yang ada (Shiau dkk., 2020). Dalam penelitian yang telah dilakukan sebelumnya, *self-efficacy* telah dianggap sebagai salah satu faktor yang secara langsung atau tidak langsung mempengaruhi pengguna.

2.2.6 Perceived Financial Cost

Perceived financial cost merupakan sumber daya keuangan yang dapat mempengaruhi niat perilaku individu untuk menggunakan suatu sistem tertentu (Sripalawat dkk., 2011). Sedangkan *perceived financial cost* sendiri didefinisikan sebagai sejauh mana individu dapat percaya bahwa dia memiliki cukup uang untuk membayar sebuah sistem (M. Wang dkk., 2017).

2.2.7 Perceived Risk (COVID-19)

Penggunaan *e-wallet* selama COVID-19 merupakan solusi terbaik untuk mencegah risiko terjadinya penularan virus corona (Aji dkk., 2020). Penelitian yang dilakukan oleh (Aji dkk., 2020), dimana penelitian tersebut menunjukkan hasil yang positif antara *perceived risk* dengan *behavioral intention*. Hal tersebut dikarenakan semakin tinggi risiko COVID-19 pada uang fisik dirasakan oleh seorang individu, maka akan semakin kuat pula niat individu untuk menggunakan *e-wallet* sebagai transaksi pembayaran (Aji dkk., 2020).

2.3 Penelitian Terdahulu

Tabel dibawah ini memaparkan penelitian terdahulu yang akan dikaji dalam penelitian ini, yaitu sebagai berikut:

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu

No	Nama Penulis	Judul	Variabel	Teori Yang Digunakan	Alat Analisis	Kesimpulan	Keterbatasan	Saran
1.	(Seetharaman dkk., 2017)	<i>Factors Influencing Behavioural Intention to Use the Mobile Wallet in Singapore</i>	<i>Alternatives, behavioural intention, cost impact, critical mass, flexibility, innovativeness, perceived ease of use, privacy,</i>	<i>Technology Acceptance Model (TAM)</i>	<i>Patial Least Square (PLS)</i>	Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa <i>perceived usefulness, perceived ease of use, innovativeness, critical mass, alternativenes, transaction security, perceived trust</i> dan <i>perceived flexibility</i> berpengaruh positif terhadap <i>behavioral intention</i> dalam menggunakan e-wallet. <i>Perceived ease of use, critical mass,</i>	Area penelitian hanya dilakukan di wilayah Singapura	Para pelaku industri harus meningkatkan tingkat kesadaran akan kepercayaan dan privasi dalam transaksi dompet seluler untuk meningkatkan persepsi keamanan transaksi dan

			<i>perceived usefulness, speed, trust, transaction security</i>			<i>cost impact dan transaction speed berpengaruh positif terhadap perceived usefulness. Transaction security, privacy dan cost impact berpengaruh positif terhadap perceived ease of use. Perceived trust, privacy dan cost impact berpengaruh positif terhadap transaction security.</i>		dalam gilirannya meningkatkan niat perilaku untuk menggunakan dompet seluler.
2.	(Taufan dkk., 2018)	<i>Analysis of Factors That Affect Intention to Use e-Wallet through the Technology Acceptance Model Approach (Case</i>	<i>Intention to use, perceived ease of use, perceived usefulness, perceived value, perceived trust, perceived security,</i>	<i>Technology Acceptance Model (TAM)</i>	SPSS versi 22 dan AMOS versi 23	Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa <i>perceived ease of use</i> berpengaruh positif terhadap <i>perceived usefulness</i> . <i>Perceived ease of use</i> berpengaruh positif terhadap <i>social influence</i> . <i>Perceived ease of use, perceived usefulness, perceived value, social influence,</i>	Faktor yang digunakan masih kurang banyak, data yang digunakan juga masih terbilang sedikit yaitu sebanyak 214 responden.	1) Diharapkan penelitian selanjutnya menggunakan lebih banyak faktor yang telah ditentukan dalam penerimaan teknologi

		Study: GO-PAY)	social influence, attractiveness of alternatives		<p>attractiveness of alternatives, perceived trust dan perceived security berpengaruh positif terhadap intention to use. Perceived ease of use berpengaruh positif terhadap perceived value. Social influence dan perceived security berpengaruh positif terhadap attractiveness of alternatives. Perceived security berpengaruh positif terhadap perceived trust.</p>	<p>model (TAM). 2) Dalam melakukan penelitian selanjutnya diharapkan dapat menggunakan lebih banyak lagi data yang akan diproses menggunakan persamaan struktural metode pemodelan (SEM). Sehingga hasil yang lebih baik adalah diharapkan. 3) Penelitian lebih lanjut disarankan</p>
--	--	----------------	--	--	--	---

								untuk menggunakan alat lain dalam mengolah data selain AMOS seperti LISREL, PLS, dan lain-lain
3.	(Aji dkk., 2020)	<i>COVID-19 and e-wallet usage intention: A multigroup analysis between Indonesia and Malaysia</i>	<i>Intention to use e-wallet, perceived usefulness, perceived COVID-19 risk, government support.</i>	<i>Technology Acceptance Model (TAM)</i>	PLS-SEM	Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel <i>perceived COVID-19 risk</i> berpengaruh positif terhadap <i>government support</i> . <i>Perceived usefulness</i> dan <i>government support</i> berpengaruh positif terhadap <i>perceived usefulness</i> . <i>Perceived COVID-19 risk</i> , <i>government support</i> , dan <i>perceived usefulness</i> berpengaruh positif	Sampel antara Indonesia dan Malaysia dalam hal ini penelitian tidak persis proporsional dalam jumlah. Juga sangat sulit untuk mengejar proporsi yang tepat jenis kelamin, tahun lahir, dan kelompok demografis lainnya,	Penelitian selanjutnya disarankan untuk mempertimbangkan pendapatan dan latar belakang pendidikan sebagai variabel moderasi. Diyakini bahwa konsumen dari

						<p>terhadap <i>intention to use e-wallet</i>. <i>Perceived COVID-19 risk</i>, <i>government support</i>, dan <i>perceived usefulness</i> berpengaruh positif terhadap <i>intention to use e-wallet</i> berbeda di tiap negara. <i>Perceived usefulness</i> menengahi <i>perceived COVID-19 risk</i> dan <i>government support</i> dalam menggunakan <i>e-wallet</i>.</p>	<p>terutama jika negara-negara diperhitungkan pertimbangan. Kedua, karena sulit untuk memastikan proporsi dalam kelompok demografis, oleh karena itu, temuan hasil lebih subjektif dengan karakteristik responden yang lebih dominan. Ketiga, penelitian ini hanya menangkap niat untuk menggunakan e-wallet selama pandemi COVID-19.</p>	<p>kelompok ini lebih terbuka untuk menerima teknologi keuangan atau inovasi.</p>
4.	(Karim dkk., 2020)	<i>Factors Influencing</i>	<i>Behavioral intention,</i>	<i>Technology Acceptance</i>	PLS-SEM	Hasil penelitian menunjukkan bahwa	Pertama, karena waktu peneliti	Disarankan lebih lanjut

		<p><i>the Use of E-wallet as a Payment Method among Malaysian Young Adults</i></p>	<p><i>perceived usefulness, perceived ease of use, privacy and security.</i></p>	<p><i>Model (TAM)</i></p>	<p><i>perceived usefulness, perceived ease of use, dan privacy and security</i> berpengaruh positif terhadap <i>behavioral intention</i> dalam menggunakan <i>e-wallet</i>.</p>	<p>yang terbatas, ini studi berfokus pada siswa yang mengejar gelar universitas di Lembah Klang yang mungkin bukan yang terbaik mewakili Malaysia. Karena penggunaan sistem pembayaran digital telah diperluas secara luas, itu lebih lanjut menyarankan bahwa penelitian harus dilaksanakan di seluruh Malaysia termasuk daerah pedesaan dan</p>	<p>untuk memasukkan lebih sedikit variabel untuk menguji niat penggunaan dompet elektronik. Fitur berbeda seperti kepercayaan, biaya, dan keandalan direkomendasikan lebih lanjut untuk diterapkan dalam studi tentang niat perilaku untuk menggunakan dompet elektronik. Jadi studi masa depan</p>
--	--	--	--	---------------------------	---	---	---

						<p>perkotaan. Kedua, dewasa muda tidak hanya mengejar gelar mereka di universitas yang berbeda mereka juga dipekerjakan di berbagai sektor pekerjaan dan institusi. Keputusan untuk menggunakan e-wallet mungkin bervariasi berdasarkan skala pendapatan yang berbeda dari orang dewasa muda.</p>	<p>bisa direplikasi dengan menggunakan konsep yang sama tetapi konteks</p>
5.	(Abushamleh dkk., 2021)	<i>The Intention to Use E-wallet</i>	<i>Behavioral intention, performance</i>	<i>Technology Acceptance Model (TAM)</i>	SmartPLS	Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa <i>perceived usefulness, perceived</i>	

		<i>During Covid-19 Pandemic in Developing Country</i>	<i>expectancy, perceived usefulness, perceived security, perceived ease of use</i>			<i>ease of use, innovativeness, critical mass, alternatives, transaction security, perceived trust dan perceived flexibility berpengaruh positif terhadap behavioral intention. Perceived ease of use, critical mass, cost impact dan transaction speed berpengaruh positif terhadap perceived usefulness. Transaction security, privacy dan cost impact berpengaruh positif terhadap perceived ease of use. Perceived trust, privacy dan cost impact berpengaruh positif terhadap transaction security.</i>		
6.	(Hakim dkk., 2022)	<i>Analisis faktor-</i>	<i>Persepsi manfaat,</i>	<i>Technology Acceptance</i>	SPSS	Variable persepsi manfaat, persepsi		

		<i>faktor yang mempengaruhi penggunaan e-wallet di Sumatera Utara</i>	<i>persepsi kemudahan penggunaan, keinginan, penggunaan teknologi</i>	<i>Model (TAM)</i>		<i>kenyamanan, dan variable persepsi promosi berpengaruh terhadap keputusan penggunaan e-wallet di Sumatera Utara</i>		
7.	(Saka Wisnu Saputera, 2020)	<i>Analisis Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Intention To Adopt Pada E-Wallet Di Indonesia</i>	<i>Perceived mobility, personal innovativeness, dan perceived compatibility</i>	<i>Technology Acceptance Model (TAM)</i>	AMOS 22.0	<i>Personal innovativeness berpengaruh terhadap variabel perceived ease of use. Personal innovativeness tidak berpengaruh terhadap perceived usefulness pada calon pengguna m-payment gopay. Subjective norm berpengaruh positif terhadap perceived ease of use pada calon pengguna e-wallet gopay. Subjective norm berpengaruh positif terhadap</i>		

					<p><i>perceived usefulness</i> pada calon pengguna e-wallet gopay. <i>Perceived compatibility</i> berpengaruh positif terhadap <i>perceived ease of use</i> pada calon pengguna e-wallet gopay. <i>Perceived compatibility</i> tidak mempunyai pengaruh terhadap <i>perceived usefulness</i> pada calon pengguna e-wallet gopay. <i>Individual mobility</i> berpengaruh positif terhadap <i>perceived ease of use</i> pada calon pengguna e-wallet gopay karena tingginya kesibukan dan kegiatan seseorang, dengan kata lain semakin tinggi</p>	
--	--	--	--	--	---	--

				<p>keinginan sebuah sistem terkait pembayaran yang dapat mempermudah kebutuhannya agar lebih efisien namun dengan adanya prosedur yang mudah. <i>Individual mobility</i> berpengaruh positif terhadap <i>perceived usefulness</i> pada calon pengguna e-wallet gopay. <i>Perceived security</i> berpengaruh positif terhadap intention to adopt pada calon pengguna e-wallet gopay. <i>Perceived ease of use</i> berpengaruh positif terhadap intention to adopt pada calon pengguna e-wallet gopay. <i>Perceived ease of use</i> berpengaruh positif</p>	
--	--	--	--	---	--

						terhadap <i>perceived usefulness</i> pada calon pengguna e-wallet gopay. <i>Perceived usefulness</i> berpengaruh positif terhadap <i>intention to adopt</i> pada calon pengguna e-wallet gopay. <i>Trust</i> berpengaruh positif terhadap <i>intention to adopt</i> pada calon pengguna e-wallet gopay.		
8.	(Safarudin dkk., 2020)	<i>Faktor-Faktor Pembentuk Loyalitas Generasi Z dalam Menggunakan Financial Technology E-wallet</i>	<i>E-service quality, e-satisfaction, trust, perceived ease of use, perceived usefulness, dan e-loyalty</i>	<i>UTAUT (Unified Theory of Acceptance and Use of Technology)</i>	SmartPLS	Pandangan konsumen terhadap seluruh variabel dapat dikatakan baik.	E-wallet masih belum terlalu sering digunakan karena masih ada banyak keterbatasan kerjasama.	Provider e-wallet juga perlu untuk terus mengembangkan link kerjasama mereka dengan berbagai macam merchant, e-

							commerce, dan jenis pembayaran lainnya. Dengan begitu e-wallet mampu menguasai segala jenis pembayaran di berbagai lini bisnis
9.	(Belakang, 2021)	<i>Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Menggunakan Sistem Pembayaran E-Wallet Menggunakan Technology Acceptance Model</i>	<i>External variable, perceived of use, perceived usefulness, attitude toward, behavioral intention, dan actual use</i>	<i>Technology Acceptance Model (TAM)</i>	SmartPLS	Persepsi kemudahan (<i>perceived easy of use</i>) berpengaruh positif terhadap persepsi kegunaan (<i>perceived usefulness</i>) pada sistem pembayaran E-Wallet. Persepsi kemudahan (<i>perceived easy of use</i>) tidak berpengaruh terhadap kepercayaan (<i>trust</i>) sistem pembayaran E-Wallet. Persepsi kegunaan (<i>perceived</i>	Pihak <i>E-Commerce</i> perlu untuk menumbuhkan rasa percaya pengguna terhadap sistem layanan. Dengan demikian, akan makin banyak pengguna yang tertarik

						<p><i>usefulness</i>) yang dirasakan berpengaruh positif terhadap kepercayaan (<i>trust</i>) sistem pembayaran E-Wallet. Kepercayaan (<i>trust</i>) berpengaruh positif terhadap sikap pengguna (<i>attitude toward using</i>) yang dirasakan terhadap sistem pembayaran E-Wallet. Sikap pengguna (<i>attitude toward using</i>) yang dirasakan juga berpengaruh positif terhadap minat dalam menggunakan (<i>behavioral intention</i>) sistem pembayaran E-Wallet.</p>		<p>menggunakan sistem pembayaran E-Wallet dalam bertransaksi</p>
10.	(Neni Meidawati, 2020)	Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Pengguna	Niat menggunakan (<i>intention to use</i>) e-wallet	UTAUT (<i>Unified Theory of Acceptance and Use of Technology</i>)	SPSS statistic 21	Ekspektasi kinerja secara signifikan berpengaruh positif terhadap niat untuk menggunakan OVO. Ekspektasi usaha		Penelitian selanjutnya diharapkan dapat menambah variabel lain

		<p><i>n E- Wallet Ovo Sebagai Alat Transaksi</i></p>	<p><i>OVO, ekspektasi kinerja, ekspektasi usaha, pengaruh sosial, budaya dan persepsi keamanan.</i></p>		<p>secara signifikan berpengaruh positif terhadap niat untuk menggunakan OVO. Pengaruh sosial secara signifikan tidak berpengaruh terhadap niat untuk menggunakan OVO. Budaya secara signifikan tidak berpengaruh terhadap niat untuk menggunakan OVO. Persepsi keamanan secara signifikan berpengaruh positif terhadap niat untuk menggunakan OVO.</p>	<p>yang terdapat pada UTAUT2 seperti hedonic motivation, price value dan habit. Penelitian selanjutnya diharapkan agar dapat menambah jumlah sampel agar menghasilkan analisis yang lebih akurat. Diharapkan pada penelitian selanjutnya peneliti dapat menggunakan teknik analisis SEM (<i>Structural</i></p>
--	--	--	---	--	---	--

2.4 Hipotesis Penelitian

2.4.1 Pengaruh *Perceived Self-Efficacy* terhadap variabel *Behavioral Intention*

Self-Efficacy didefinisikan sebagai sebuah keyakinan yang ada dalam diri individu bahwa individu tersebut berhasil melakukan suatu perbuatan atau perilaku tertentu (Shiau dkk., 2020). Beberapa penelitian sebelumnya telah banyak menghasilkan korelasi yang positif antara *Perceived Self-Efficacy* dengan *Behavioral Intention*. Seperti penelitian yang telah dilakukan oleh Luarn & Lin (2005) dimana *perceived self-efficacy* mempunyai pengaruh yang positif terhadap *behavioral intention* dalam menggunakan *mobile banking*. Hal tersebut berarti telah banyak niat dari para individu yang berhasil dan yakin dirinya dapat menggunakan *mobile banking* dengan baik.

Penelitian selanjutnya yang dilakukan oleh (Daragmeh dkk., 2021) juga menghasilkan hubungan yang positif antara *perceived self-efficacy* dengan *behavioral intention*. Dalam penelitian yang dilakukan oleh Daragmeh dkk, (2021) ini menunjukkan bukti bahwa penting bagi individu untuk mengadopsi *e-wallet* yang berkelanjutan apalagi selama masa pandemi dengan niat untuk melindungi kesehatan. Penelitian selanjutnya dilakukan oleh (Sripalawat dkk., 2011) juga menyatakan variabel *perceived self-efficacy* dapat menarik lebih banyak niat individu untuk menggunakan *mobile banking*. Dengan begitu hipotesis yang digunakan di penelitian ini adalah:

H1: *Perceived Self-Efficacy* berpengaruh positif terhadap variabel *Behavioral Intention*

2.4.2 Pengaruh *Perceived Usefulness* terhadap variabel *Behavioral Intention*

Perceived usefulness merupakan seberapa tinggi tingkat kepercayaan individu dalam merasakan menggunakan sebuah aplikasi dapat mendatangkan manfaat bagi penggunanya, dan juga dapat meningkatkan kinerja dari penggunanya (Davis, 1989). Dari definisi tersebut dapat disimpulkan bahwa sebuah sistem akan mampu menguntungkan jika digunakan. Sistem sendiri mempunyai persepsi penggunaan yang tinggi, maka dari itu sistem merupakan salah satu yang diyakini individu dengan adanya hubungan kinerja yang positif (Davis, 1989). Banyak penelitian terdahulu yang sudah dilakukan, seperti penelitian yang telah dilakukan oleh Seetharaman dkk (2017) dan Karim dkk, (2020) yang menunjukkan bahwa variabel *perceived usefulness* berpengaruh positif terhadap *behavioral intention*, dikarenakan sebuah sistem mampu menguntungkan penggunanya jika digunakan. Dengan ini hipotesis dari penelitian ini adalah:

H2: *Perceived Usefulness* berpengaruh positif terhadap *Behavioral Intention*

2.4.3 Pengaruh *Perceived Ease of Use* terhadap *Behavioral Intention*

Perceived ease of use merupakan sejauh mana individu percaya bahwa menggunakan sebuah sistem tertentu akan bebas dari suatu usaha (Davis, 1989). Dari definisi tersebut berarti *perceived ease of use* merupakan suatu kemudahan dan kebebasan dari suatu kesulitan maupun usaha keras. Adapun niat dari suatu individu untuk menggunakan dan juga memanfaatkan suatu teknologi mempunyai dampak yang positif terhadap *perceived ease of use*, hal tersebut dikarenakan adanya korelasi yang kuat antara *perceived ease of use* dan *behavioral intention* (Abushamleh dkk., 2021). Penelitian yang telah dilakukan sebelumnya oleh Abushamleh dkk. (2021) dan Venkatesh dkk., (2002) menunjukkan hasil yang positif antara *perceived ease of use* dan *behavioral intention*, dimana individu percaya bahwa menggunakan dan memanfaatkan suatu teknologi akan bebas dari suatu usaha. Maka dari itu hipotesis dari penelitian yang dilakukan ini adalah:

H3: *Perceived Ease of Use* berpengaruh positif terhadap *Behavioral Intention*

2.4.4 Pengaruh *Perceived COVID-19 Risk* terhadap *Behavioral Intention*

Penggunaan *e-wallet* selama COVID-19 merupakan solusi terbaik untuk mencegah risiko terjadinya penularan virus corona (Aji dkk., 2020). Dari beberapa penelitian yang telah dilakukan terlebih dahulu, ada beberapa penelitian yang menunjukkan hasil yang positif dan negatif antara *perceived*

risk dan *behavioral intention*. Dalam penelitian yang dilakukan oleh Marafon dkk., (2018) dengan penelitian di konteks pariwisata menunjukkan bahwa *perceived risk* berpengaruh negatif pada *behavioral intention*. Pengaruh negatif selanjutnya juga ditemukan dalam penelitian (Rittichainuwat & Chakraborty, 2009) yang menunjukkan hasil negatif antara *perceived risk* dengan *behavioral intention* dalam menggunakan *mobile banking*.

Sedangkan penelitian dengan hasil yang positif ditunjukkan dalam penelitian (Aji dkk., 2020), dimana penelitian tersebut menunjukkan hasil yang positif antara *perceived risk* dengan *behavioral intention*. Hal tersebut dikarenakan semakin tinggi risiko COVID-19 pada uang fisik dirasakan oleh seorang individu, maka akan semakin kuat pula niat individu untuk menggunakan *e-wallet* sebagai transaksi pembayaran (Aji dkk., 2020). Maka dari itu hipotesis dari penelitian ini adalah:

H4: *Perceived COVID-19 Risk* berpengaruh positif terhadap *Behavioral Intention*

2.4.5 Pengaruh *Perceived Financial Cost* terhadap *Behavioral Intention*

Perceived financial cost merupakan sumber daya keuangan yang dapat mempengaruhi niat perilaku individu untuk menggunakan suatu sistem tertentu (Sripalawat dkk., 2011). Sedangkan *perceived financial cost* sendiri didefinisikan sebagai sejauh mana individu dapat percaya bahwa dia memiliki cukup uang untuk membayar sebuah sistem (M. Wang dkk.,

2017). Beberapa penelitian terdahulu menunjukkan hasil yang negatif antara *perceived financial cost* dengan *behavioral intention*, seperti penelitian yang telah dilakukan oleh Luarn & Lin (2005) yang menunjukkan hasil negatif antara *perceived financial cost* dengan *behavioral intention*. Hal tersebut dikarenakan individu masih merasa bahwa dengan menggunakan suatu sistem akan memunculkan biaya tambahan baru. Penelitian dengan hasil negatif yang selanjutnya dilakukan oleh (Sripalawat dkk., 2011), yang menunjukkan hasil negatif dari *financial cost* yang menghasilkan pengaruh berbeda di setiap negara. Maka dari itu hipotesis dari penelitian ini adalah:

H5: *Perceived Financial Cost* berpengaruh Negatif terhadap *Behavioral Intention*

2.4.6 Pengaruh *Perceived Self-Efficacy* terhadap *Perceived Usefulness*

Self-efficacy memberikan sebuah pengaruh yang signifikan terhadap persepsi yang lain, sehingga *self-efficacy* dapat menentukan perilaku akhir seperti *perceived usefulness* (Marakas dkk., 1998). *Perceived self-efficacy* merupakan salah satu persepsi yang paling penting dalam tahap awal dari penggunaan *e-wallet*, apalagi saat pandemi COVID-19 individu harus yakin akan kapasitas mereka untuk menggunakan *e-wallet* itu sendiri. Hubungan antara *perceived self-efficacy* dengan *perceived usefulness* adalah untuk menimbulkan dampak dari *perceived self-efficacy* itu sendiri, dengan begitu individu akan termotivasi dengan hasil yang diharapkan (School dkk., 1995). Individu yang memiliki *self-efficacy* akan lebih mudah terpengaruh terhadap kepercayaan dan perilaku dalam menggunakan sebuah sistem

tertentu, baik secara langsung maupun tidak langsung (Igbaria., 1995). Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Igbaria (1995) dan Marakas dkk (1998) menunjukkan hasil yang positif terhadap *perceived usefulness*. Maka dari itu hipotesis dari penelitian ini adalah:

H6: *Perceived Self-Efficacy* berpengaruh positif terhadap *Perceived Usefulness*

2.4.7 Pengaruh *Perceived Ease of Use* terhadap *Perceived Usefulness*

Point dari *Technology Acceptance Model* (TAM) salah satunya yang dapat mempengaruhi penerimaan inovasi adalah *perceived ease of use* (Sripalawat dkk., 2011). Banyak penelitian terdahulu yang memberikan dampak positif antara *perceived ease of use* dengan *perceived usefulness*. Pada penelitian yang dilakukan oleh Luarn & Lin (2005), Wood & Bandura, (1989) dan Karim dkk (2020) yang menghasilkan bahwa *perceived ease of use* menunjukkan hasil yang positif terhadap *perceived usefulness*. Hal tersebut dikarenakan semakin mudah teknologi dapat digunakan, maka semakin berguna pula teknologi tersebut dapat membantu keberlangsungan pekerjaan dari individu. Maka dari itu hipotesis dari penelitian ini adalah:

H7: *Perceived Ease of Use* berpengaruh positif terhadap *Perceived Usefulness*

2.4.8 Pengaruh *Perceived Self-Efficacy* terhadap *Perceived Ease of Use*

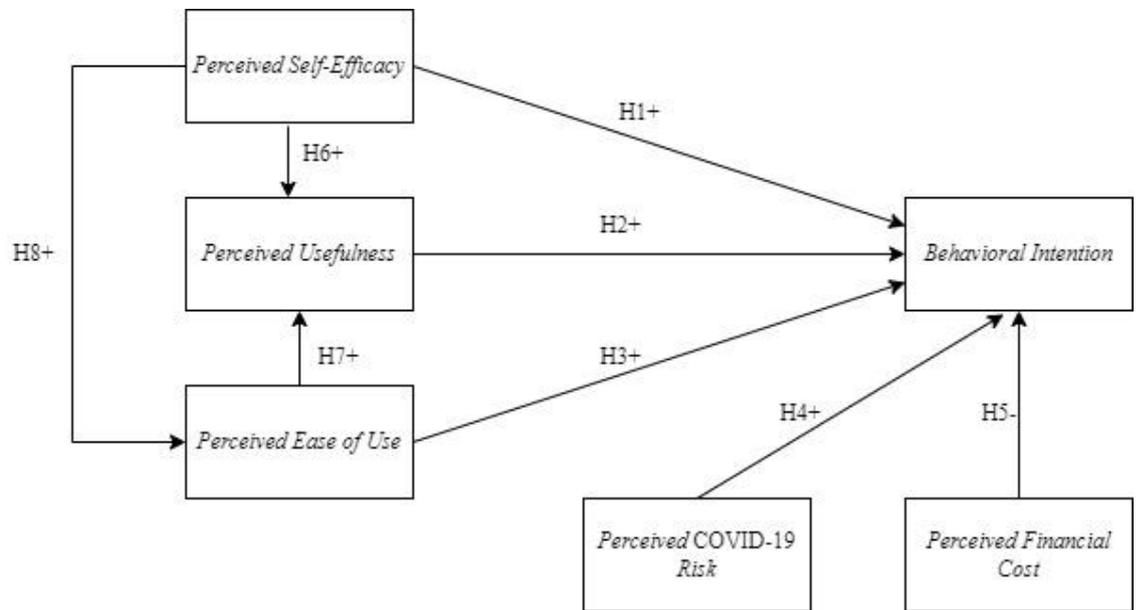
Self-efficacy mengacu pada seberapa mampu dan yakin seorang individu untuk dapat mengatur motivasi, mengatur tindakan yang diperlukan, dan

sumber daya kognitif untuk memenuhi tuntutan yang situasional (Wood & Bandura, 1989). Dari pengertian tersebut dapat disimpulkan bahwa jika seorang individu percaya dirinya memiliki *self-efficacy*, maka individu tersebut akan melakukan sebuah perilaku tertentu. Beberapa penelitian terdahulu yang dilakukan oleh (Y.-S. Wang dkk., 2006) dan Luarn & Lin (2005) menunjukkan hasil bahwa *perceived self-efficacy* memiliki pengaruh yang positif terhadap *perceived ease of use*. Hal tersebut dikarenakan keyakinan yang ada dalam diri individu akan mendorong individu tersebut untuk lebih mudah dalam menggunakan sesuatu. Maka dari itu hipotesis dari penelitian ini adalah:

H8: *Perceived Self-Efficacy* berpengaruh positif terhadap *Perceived Ease of Use*

2.5 Rerangka Penelitian

Gambar 2.2 Rerangka Penelitian



BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Populasi dan Sampel

Penelitian ini merupakan penelitian yang menggunakan metode kuantitatif. Penelitian kuantitatif sendiri merupakan sebuah penelitian dimana menggunakan metode yang berkaitan dengan investigasi sistematis fenomena sosial yang datanya menggunakan data numerik ataupun data *statistic* (Watson, 2015). Dengan begitu, penelitian kuantitatif merupakan penelitian yang data nya dapat diukur dan dianalisis. Penelitian kuantitatif membutuhkan populasi dan sampel. Populasi yaitu wilayah generalisasi yang terdiri dari subyek maupun obyek yang memiliki karakteristik dan juga kualitas tertentu yang telah ditetapkan oleh peneliti yang nantinya bisa dipelajari dan juga bisa ditarik kesimpulan dari penelitian itu sendiri (Prisgunanto, 2015). Populasi dari penelitian ini merupakan mahasiswa aktif program sarjana yang menggunakan *e-wallet* yang ada di Yogyakarta.

Sampel merupakan bagian dari populasi itu sendiri yang mewakili jumlah dan juga karakteristik penelitian secara keseluruhan (Etikan, 2016). Cara yang digunakan untuk pengambilan sampel dari penelitian yang dilakukan ini menggunakan teknik *purposive sampling* dan juga teknik *convenience sampling*. *Purposive sampling* merupakan pilihan yang secara sengaja dipilih dari responden itu sendiri karena kualitas yang dimiliki oleh responden tersebut (Etikan, 2016). Sedangkan *convenience sampling* merupakan jenis pengambilan sampel yang

respondennya memiliki kriteria tertentu dan bersedia menjadi partisipan yang nantinya akan dimasukkan kedalam penelitian (Etikan, 2016).

Dalam penelitian ini populasi yang digunakan adalah mahasiswa aktif program sarjana yang ada di Yogyakarta. Sedangkan sampel dalam penelitian ini adalah mahasiswa aktif sarjana di Universitas yang ada di Yogyakarta yang menggunakan *e-wallet*. Di Indonesia sendiri *e-wallet* paling banyak digunakan oleh generasi milenial, dikarenakan *e-wallet* merupakan teknologi *financial technology* terbaru yang dimana teknologi ini menawarkan sistem pembayaran secara instan yang hadir saat ini (Nawawi, 2020). Dalam kehidupan sehari-hari, mahasiswa banyak menghabiskan waktunya untuk menggunakan internet, seperti menggunakan media sosial. Banyak sekali iklan tentang *e-wallet* yang ditayangkan di berbagai platform media sosial seperti Youtube, Instagram, Facebook, dan masih banyak lagi. Dengan ditayangkannya iklan di platform media sosial, maka pengguna media sosial pun mengetahui informasi tentang *e-wallet* secara mudah (Nawawi, 2020). Banyak sekali pedagang yang menjadi partner *e-wallet* yang ada di Indonesia, Pada DANA yang bermitra dengan Cinema XXI dengan memberikan diskon sebesar 50% untuk pembelian tiket film (Nawawi, 2020). Kerjasama seperti itulah yang memicu orang untuk menggunakan *e-wallet*.

3.2 Sumber dan Teknik Pengumpulan Data

Penelitian ini menggunakan data primer dengan cara membagikan kuesioner secara online menggunakan google forms. Kuesioner dalam penelitian ini berisi beberapa pertanyaan singkat yang digunakan sebagai perolehan data dan informasi dari responden. Kuesioner dalam penelitian ini menggunakan 6 tingkatan

skala likert, yaitu 1 = Sangat Tidak Setuju, 2 = Tidak Setuju, 3 = Agak Tidak Setuju, 4 = Agak Setuju, 5 = Setuju, dan 6 = Sangat Setuju. Dalam kuesioner yang dibagikan tidak menggunakan pilihan netral untuk menghindari dari jawaban ragu-ragu yang diberikan oleh responden saat pengisian kuesioner. Di awal kuesioner diberikan penjelasan mengenai petunjuk pengisian kuesioner supaya membantu responden dalam melakukan pengisian kuesioner.

3.3 Definisi Operasional Variabel

Berikut ini merupakan definisi dari tiap variabel yang digunakan dalam penelitian ini.

Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel

Variabel	Definisi
<i>Behavioral Intention</i>	Behavioran Intention merupakan rangkaian tindakan yang ingin dicapai oleh seorang individu (Zhao & Othman, 2011)
<i>Perceived Usefulness</i>	Seberapa tinggi tingkat kepercayaan dalam menggunakan aplikasi yang dirasakan akan mendatangkan manfaat bagi penggunaanya dan akan meningkatkan kinerja penggunaanya (Davis, 1989).
<i>Perceived ease of use</i>	Sejauh mana seseorang dapat percaya bahwa menggunakan sistem tertentu akan bebas dari usaha (Davis, 1989).
<i>Perceived Financial Cost</i>	Sejauh mana individu dapat percaya bahwa menggunakan suatu sistem tertentu akan membutuhkan biaya (Luarn & Lin, 2005).
<i>Perceived Self-Efficacy</i>	Keyakinan individu bahwa individu tersebut dapat berhasil melakukan sebuah perilaku tertentu (Shiau dkk., 2020)
<i>Perceived COVID-19 Risk</i>	Situasi dimana pengguna tidak yakin akan tetesan virus corona baru yang ada pada uang fisik atau uang tunai (Olya & Al-ansi, 2018)

3.4 Pengukuran Variabel

Variabel independen dan dependen yang digunakan dalam penelitian ini akan diukur menggunakan beberapa pertanyaan yang terdapat dalam kuesioner. Pertanyaan tersebut diadaptasi dari penelitian yang sudah dilakukan sebelumnya. Adapun pertanyaan-pertanyaan tersebut sebagai berikut:

Tabel 3.2 Pengukuran Variabel

No	Variabel	Pertanyaan	Referensi
1.	<i>Behavioral Intention</i>	Saya akan menggunakan <i>e-wallet</i> jika saya mempunyai akses ke aplikasi tersebut.	(Luarn & Lin, 2005)
		Saya berniat untuk menggunakan <i>e-wallet</i> di masa depan.	
		Saya akan menggunakan <i>e-wallet</i> untuk transaksi selama COVID-19.	(Aji dkk., 2020)
		Saya lebih suka bertransaksi menggunakan <i>e-wallet</i> selama pandemi COVID-19.	
2.	<i>Perceived Ease of Use</i>	Belajar menggunakan <i>e-wallet</i> mudah bagi saya.	(Luarn & Lin, 2005)
		Saya mahir dalam menggunakan <i>e-wallet</i> .	
		Secara keseluruhan <i>e-wallet</i> itu mudah untuk digunakan.	
		E-wallet mudah digunakan kapanpun saya mau	(Subramanian, 1994)
3.	<i>Perceived Usefulness</i>	Menggunakan <i>e-wallet</i> akan meningkatkan kinerja saya dalam melakukan transaksi keuangan.	(Luarn & Lin, 2005)
		Menggunakan <i>e-wallet</i> akan memudahkan saya dalam melakukan transaksi keuangan.	
		Saya merasa <i>e-wallet</i> berguna dalam melakukan transaksi keuangan	

		E-wallet efektif digunakan untuk bertransaksi.	(Aji dkk., 2020)
		Menggunakan e-wallet dapat meningkatkan produktivitas	
4.	<i>Perceived Self-Efficacy</i>	Saya memiliki kemampuan untuk melakukan transaksi dengan e-wallet tanpa memerlukan bantuan apa pun.	(Sripalawat dkk., 2011)
		Saya memiliki kemampuan untuk melakukan transaksi dengan e-wallet jika seseorang memandu saya dalam menggunakan e-wallet.	
		Saya memiliki kemampuan untuk melakukan transaksi dengan e-wallet jika saya pernah menggunakan e-wallet.	
		Saya memiliki kemampuan untuk melakukan transaksi dengan e-wallet jika saya pernah melihat orang lain menggunakan e-wallet.	
5.	<i>Perceived Financial Cost</i>	Menggunakan <i>e-wallet</i> itu mahal.	(Luarn & Lin, 2005)
		Saya memiliki hambatan keuangan jika bertransaksi menggunakan <i>e-wallet</i> .	
		Biaya menggunakan <i>e-wallet</i> itu besar.	(Sripalawat dkk., 2011)
		Menggunakan <i>e-wallet</i> memunculkan beban biaya yang baru.	
6.	<i>Perceived COVID-19 Risk</i>	Saya khawatir terinfeksi oleh virus corona saat menggunakan uang tunai.	(Aji dkk., 2020)
		Saya tidak nyaman melakukan pembayaran menggunakan uang tunai.	
		Saya takut terinfeksi oleh virus corona saat menggunakan uang tunai.	
		Saya khawatir ada virus corona tetesan saat menggunakan uang tunai fisik.	

3.5 Analisis Data

Analisis metode data dalam penelitian ini menggunakan analisis Structural Equation Modeling (SEM) menggunakan alat bantu yaitu menggunakan software SmartPLS 3.9. SEM sendiri merupakan metode analisis yang tujuannya untuk menguji hubungan antara prediktif konstruk satu dengan konstruk lainnya dengan melihat apakah ada hubungan antar konstruk tersebut (Hair dkk., 2017).

3.5.1 Model Pengukuran

Dalam penelitian ini menggunakan metode analisis yaitu SEM yang terdiri dari berbagai macam analisis. Dalam penelitian ini pengukuran dilakukan menggunakan uji hipotesis yang tujuannya untuk mengetahui seberapa besar struktur korelasi antara indikator dengan variabel laten dan interkorelasinya. Penelitian ini menggunakan uji reliabilitas, uji validitas konvergen, dan juga uji validitas diskriminan yang bertujuan untuk memastikan seberapa akurat model pengukurannya, dimana reliabilitas dan validitas konvergen ini nantinya akan diuji menggunakan item reliabilitas, konsistensi internal, dan rata-rata varians diekstraksi (Oghuma dkk., 2016). Sehingga dalam penelitian ini akan menggunakan uji berikut:

Uji Validitas

Uji validitas sendiri dilakukan melalui beberapa bukti, diantaranya bukti secara konten, bukti secara konstruk, dan juga bukti secara kriteria (Yusup, 2018). Uji validitas dapat dibuktikan dengan 2 (dua) cara, yaitu dengan validitas konvergen dan juga validitas diskriminan.

Uji validitas konvergen digunakan untuk mengetahui atau mengukur seberapa besar korelasi antara satu konstruk dengan variabel laten dari sebuah penelitian, maka dari itu pengukur dari konstruk ini harus menggunakan pengukur yang berkorelasi tinggi (Katopo, 2015). Kemudian dalam evaluasi validitas konvergen yang dilakukan dari pemeriksaan individual *item reliability*, dapat dilihat bahwa *standardized loading factor* menggambarkan seberapa besar korelasi antara setiap indikator pengukuran dengan konstruknya, dimana korelasi dapat dikatakan valid jika memiliki nilai lebih dari 0,7 (Irwan dkk., 2015).

Sedangkan validitas diskriminan sendiri yaitu sebuah pengukuran yang dinilai dari cross loading melalui konstruknya (Irwan dkk., 2015). Jika korelasi konstruk dengan setiap indikator lebih besar daripada ukuran konstruk lainnya maka konstruk laten dapat memprediksi indikatornya dengan lebih baik daripada konstruk lainnya (Irwan dkk., 2015). Prinsip dari validitas diskriminan ini sendiri adalah bahwa pengukuran dari konstruk yang berbeda tidak boleh lebih tinggi (Katopo, 2015). Jika nilai dari AVE lebih 0,5 atau lebih tinggi daripada nilai korelasi antara konstruknya, maka validitas diskriminan yang baik akan tercapai (Irwan dkk., 2015).

Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas ini merupakan uji yang digunakan untuk menghitung model reliabilitas yang akan menunjukkan adanya indikator yang mempunyai derajat kesesuaian yang baik dalam satu model dan satu dimensi

(Sarwono, 2010). Uji ini biasanya digunakan untuk pengukuran kuesioner. Uji ini dapat dikatakan baik reliabilitasnya apabila *composite reliability* atau *rule of thumb* dari nilai alpha nya $>0,7$ (Hair dkk., 2017).

3.5.2 Model Struktural

Inner model yang ada dalam PLS akan dievaluasi dengan R^2 sebagai konstruk dependennya, menggunakan *t-values* dari tiap *path* nya untuk menguji signifikansi antar konstruk yang ada dalam model struktural dengan nilai R^2 itu sendiri yang digunakan untuk mengukur tingkat variasi dari perubahan variabel independen dengan variabel dependennya (Katopo, 2015). Dengan kata lain jika semakin tinggi R^2 maka variabel dependennya akan semakin besar pula dapat dijelaskan oleh variabel independennya, dikarenakan akan semakin baik model prediksi dari penelitian yang dilakukan. Nilai *R-Square* dapat dikategorikan kuat apabila nilainya $>0,67$, dapat dikategorikan sedang apabila nilainya $>0,33$, dan dapat dikategorikan lemah apabila nilainya $>0,19$, namun apabila nilai *R-Square* $<0,19$ maka variabel tersebut tidak dapat diterima (Ghozali, 2011). Nilai t-statistik sendiri merupakan nilai inner model yang akan menunjukkan tingkat signifikansi dalam pengujian hipotesis (Katopo, 2015).

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Hasil Pengumpulan Data

Data yang diperoleh dalam penelitian ini merupakan data yang diperoleh langsung dari responden yang merupakan mahasiswa program sarjana yang berkuliah di Universitas maupun Perguruan Tinggi yang berada di Yogyakarta. Data dikumpulkan dengan cara menyebarkan kuesioner secara online menggunakan *google form*. Hasil pengumpulan data yang dilakukan adalah sebagai berikut:

Tabel 4.1 Hasil Pengumpulan Data

Keterangan	Jumlah	Presentase
Kuesioner terkumpul	155	100%
Kuesioner memenuhi syarat	153	98,7%
Kuesioner tidak memenuhi syarat	2	1,3%

Berdasarkan tabel 4.1 diatas menunjukkan bahwa jumlah kuesioner yang terkumpul adalah sebanyak 155 kuesioner. Namun dari 155 kuesioner tersebut terdapat 2 buah kuesioner atau sebesar 1,3% yang tidak dapat diolah karena kuesioner tersebut tidak memenuhi kriteria sebagai responden. Kedua responden tersebut ternyata tidak menggunakan *e-wallet*. Dapat disimpulkan bahwa data yang memenuhi kriteria dan dapat diolah adalah sebanyak 153 kuesioner atau sebesar 98,7%.

a. Demografi Responden

Dalam penelitian ini, karakteristik responden yang menjadi objek dalam penelitian ini diklasifikasikan berdasarkan jenis kelamin, usia, semester, dan asal universitas. Berdasarkan dari hasil penelitian, berikut hasil yang diperoleh:

Tabel 4.2 Demografi Responden

Kategori	Frekuensi	Presentase
Jenis Kelamin		
Perempuan	76	49%
Laki-laki	79	51%
Kelompok Usia		
Kurang dari 20 tahun	27	17,4%
20+ s/d 21 tahun	48	31%
21+ s/d 22 tahun	39	25,2%
22+ s/d 23 tahun	26	16,8%
23+ s/d 24 tahun	13	8,4%
Lebih dari 24 tahun	2	1,3%
Semester		
1-2	35	22,6%
3-4	22	14,2%
5-6	26	16,8%
7-8	47	30,3%
9-10	13	8,4%
11-12	7	4,5%
13-14	4	2,6%
Lebih dari 14	1	0,6%
Asal Universitas		
Universitas Gajah Mada	15	9,7%
Universitas Islam Indonesia	42	27,1%
UPN "Veteran" Yogyakarta	7	4,5%
STIE YKPN	12	7,7%
Universitas Negeri Yogyakarta	8	5,2%
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta	6	3,9%
Universitas Amikom Yogyakarta	11	7,1%
Universitas Ahmad Dahlan	9	5,8%
UKDW Yogyakarta	7	4,5%
	6	3,9%

Universitas Sanata Dharma	5	3,2%
Universitas Teknologi Yogyakarta	5	3,2%
Universitas PGRI Yogyakarta	5	3,2%
Universitas Atma Jaya Yogyakarta	4	2,6%
UIN Sunan Kalijaga	3	1,9%
Universitas Tamansiswa	1	0,6%
Universitas Achmad Yani	9	5,4%
Lainnya		

Responden dalam penelitian ini diambil dari mahasiswa program sarjana yang berkuliah di Universitas yang ada di Yogyakarta. Dari tabel 4.2 diatas dapat disimpulkan bahwa jumlah responden laki-laki lebih banyak daripada responden perempuan, dimana responden laki-laki sebanyak 79 responden dengan presentase 51%, sedangkan responden perempuan sebanyak 76 responden dengan presentase 49%.

Berikutnya dari kelompok usia, dapat dilihat bahwa responden dengan usia 20+ s/d 21 tahun tahun menjadi mayoritas responden dalam penelitian ini dengan jumlah 48 responden atau dengan presentase sebesar 31%. Selanjutnya disusul kelompok usia 21+ s/d 22 tahun dengan jumlah responden sebanyak 39 responden dengan presentase 25,2%. Kemudian kelompok usia kurang dari 20 tahun dengan freskuensi 27 atau sebesar 17,4%. Lalu kelompok usia 22+ s/d 23 tahun dengan frekuensi sebanyak 16,8% atau dengan presentase sebesar 16,8%. Selanjutnya kelompok usia 23+ s/d 24 tahun dengan frekuensi sebanyak 13 responden dan presentase sebesar 8,4%, dan yang teraksh kelompok usia lebih dari 24 tahun dengan frekuensi sebanyak 2 responden atau dengan presentase sebesar 1,3%.

Kemudian kategori yang selanjutnya dikelompokkan berdasarkan semester. Kategori ini di dominasi oleh responden yang sedang

menempuh semester 7-8 dengan frekuensi sebanyak 47 responden atau dengan presentase sebesar 30,3%. Disusul dengan responden yang sedang menempuh semester 1-2 dengan jumlah 35 responden atau presentase 22,6%. Selanjutnya responden yang sedang menempuh semester 5-6 dengan frekuensi 26 responden atau presentase sebesar 16,8%. Disusul dengan responden yang menempuh semester 3-4 dengan jumlah 22 responden atau dengan presentase sebesar 14,2%. Kemudian responden yang sedang menempuh semester 9-10 dengan frekuensi sebanyak 13 responden atau dengan presentase 8,4%. Selanjutnya responden yang sedang menempuh semester 11-12 dengan frekuensi sebanyak 7 responden atau presentase sebesar 4,5%. Kemudian responden dengan semester 13-14 dengan frekuensi sebanyak 4 responden atau presentase sebesar 2,6%, dan yang terakhir responden yang menempuh semester 14 lebih dengan frekuensi 1 reponden atau sebesar 0,6%.

Demografi responden selanjutnya dikategorikan berdasarkan asal universitas. Mayoritas responden dalam penelitian ini berasal dari Universitas Islam Indonesia dengan frekuensi sebanyak 42 responden atau dengan presentase sebesar 27,1%. Selanjutnya responden yang berasal dari Universitas Gajah Mada sebanyak 15 responden atau sebesar 9,7%. Kemudian responden yang berasal dari STIE YKPN dengan frekuensi sebanyak 12 responden atau dengan presentase sebesar 7,7%. Kemudian disusul dengan Universitas Amikom Yogyakarta dengan jumlah 11 responden atau sebesar 7,1%. Disusul dengan responden yang

berasal dari Universitas Ahmad Dahlan dengan frekuensi sebanyak 9 responden atau dengan presentase sebesar 5,8%. Kemudian responden yang berasal dari Unoversitas Negeri Yogyakarta dengan frekuensi sebanyak 8 responden atau sebesar 5,2%. Dilanjutkan oleh responden yang berasal dari UKDW Yogyakarta, UPN “Veteran” Yogyakarta, dan Universitas Sanata Dharma Yogyakarta dengan frekuensi sebanyak 7 responden atau dengan jumlah presentase sebesar 4,5%. Selanjutnya Universitas Muhammadiyah Yogyakarta dengan jumlah 6 responden atau dengan presentase sebesar 3,9%. Disusul oleh Universitas Teknologi Yogyakarta, Universitas PGRI Yogyakarta, dan Universitas Atma Jaya Yogyakarta yang sama-sama mempunyai frekuensi sebanyak 5 responden atau dengan presentase sebesar 3,2%. Kemudian disusul oleh UIN Sunan Kalijaga dengan jumlah 4 responden atau dengan presentase sebesar 2,6%. Dilanjutkan oleh Universitas Tamansiswa dengan jumlah 3 responden atau dengan presentase 1,9%. Universitas Achmad Yani dengan frekuensi 1 responden atau dengan presentase sebesar 0,6%. Kemudian responden dari Universitas selain yang ada di daftar demografi sebanyak 9 responden atau dengan presentase sebesar 5,4%.

b. Statistik Deskriptif Per Variabel

Tabel 4.3 Statistik Deskriptif Per Variabel

Keterangan	n	Minimum	Maksimum	Mean	Std. Deviation
<i>Behavioral Intention</i>	153	11	24	5,297	0.712

<i>Perceived Ease of Use</i>	153	10	24	5,203	0,844
<i>Perceived Usefulness</i>	153	15	30	5,251	0,681
<i>Perceived Self-Efficacy</i>	153	4	24	4,923	1,025
<i>Perceived Financial Cost</i>	153	4	24	2,686	1,377
<i>Perceived COVID-19 Risk</i>	153	4	24	4,428	1,342

Berdasarkan tabel hasil statistik deskriptif diatas dapat diketahui bahwa jumlah data dari penelitian ini sebanyak 153 responden. Kemudian hasil uji statistik deskriptif diatas menunjukkan nilai minimum, nilai maksimum, nilai rata-rata atau *mean*, dan juga standar deviasi setiap variabel yang disimpulkan sebagai berikut:

1. Variabel *behavioral intention* mempunyai nilai minimum 11 dan nilai maksimumnya sebesar 24. Rata-rata jawaban dari variabel ini sebesar 5,297 yang menyatakan bahwa rata-rata responden memberikan jawaban “Setuju” berdasarkan skala kuesioner.
2. Variabel *Perceived Ease of Use* mempunyai nilai minimum 10 dan nilai maksimumnya sebesar 24. Rata-rata jawaban dari variabel ini sebesar 5,203 yang menyatakan bahwa rata-rata responden memberikan jawaban “Setuju” berdasarkan skala kuesioner.
3. Variabel *Perceived Usefulness* mempunyai nilai minimum 15 dan nilai maksimumnya sebesar 24. Rata-rata jawaban dari variabel ini sebesar 5,251 yang menyatakan bahwa rata-rata responden memberikan jawaban “Setuju” berdasarkan skala kuesioner.
4. Variabel *perceived self-efficacy* mempunyai nilai minimum 4 dan nilai maksimumnya sebesar 24. Rata-rata jawaban dari variabel ini sebesar

4,923 yang menyatakan bahwa rata-rata responden memberikan jawaban “Agak Setuju” berdasarkan skala kuesioner.

5. Variabel *Perceived Financial Cost* mempunyai nilai minimum 11 dan nilai maksimumnya sebesar 24. Rata-rata jawaban dari variabel ini sebesar 2,686 yang menyatakan bahwa rata-rata responden memberikan jawaban “Tidak Setuju” berdasarkan skala kuesioner.
6. Variabel *Perceived Risk*(COVID-19) mempunyai nilai minimum 4 dan nilai maksimumnya sebesar 24. Rata-rata jawaban dari variabel ini sebesar 4,428 yang menyatakan bahwa rata-rata responden memberikan jawaban “Agak Setuju” berdasarkan skala kuesioner.

4.2 Model Pengukuran

4.2.1 Uji Validitas

Tabel 4.4 Uji Validitas

Variabel	Outer Loadings
<i>Behavioral Intention</i>	
IN1	0,768
IN2	0,706
IN3	0,746
IN4	0,750
<i>Perceived Ease of Use</i>	
PEOU1	0,873
PEOU2	0,907
PEOU3	0,889
PEOU4	0,786
<i>Perceived Usefulness</i>	
PU1	0,826
PU2	0,860
PU3	0,764

PU4	0,808
PU5	0,776
<i>Perceived Sels-Efficacy</i>	
PSE1	0,721
PSE2	0,768
PSE3	0,850
PSE4	0,714
<i>Perceived Financial Cost</i>	
PFC1	0,938
PFC2	0,881
PFC3	0,913
PFC4	0,903
<i>Perceived COVID-19 Risk</i>	
PR1	0,891
PR2	0,888
PR3	0,944
PR4	0,876

Dari hasil perhitungan diatas dapat dilihat bahwa nilai outer loadings lebih dari 0,6 yang menunjukkan bahwa nilai uji validitas konvergen telah terpenuhi. Hal tersebut menunjukkan bahwa semua pertanyaan yang ada dalam penelitian ini telah valid dan telah memenuhi uji validitas konvergen.

Average Variance Extracted (AVE)

Tabel 4.5 Average Variance Extracted

Variabel	<i>Average Variance Extracted (AVE)</i>
<i>Behavioral Intention</i>	0,522
<i>Perceived Ease of Use</i>	0,748
<i>Perceived Financial Cost</i>	0,826
<i>Perceived COVID-19 Risk</i>	0,811
<i>Perceived Self-Efficacy</i>	0,586
<i>Perceived Usefulness</i>	0,652

Tabel diatas menunjukkan hasil dari *Average Variance Extracted (AVE)*. Hasil perhitungan AVE dalam penelitian ini menunjukkan hasil dari tiap variabel

yang memiliki nilai >0,5. Tabel diatas dapat disimpulkan bahwa seluruh item pertanyaan yang digunakan dalam penelitian ini dapat dikatakan valid, atau telah memenuhi uji validitas konvergen.

Cross Loadings

Tabel 4.6 Cross Loadings

	IN	PEOU	PFC	PR	PSE	PU
IN 1	0,768	0,291	-0,047	0,302	0,240	0,405
IN 2	0,706	0,319	-0,206	0,262	0,264	0,334
IN 3	0,746	0,165	-0,021	0,267	0,140	0,371
IN4	0,750	0,261	-0,116	0,301	0,228	0,416
PEOU 1	0,286	0,873	-0,240	0,120	0,457	0,267
PEOU 2	0,333	0,907	-0,213	0,251	0,432	0,349
PEOU 3	0,349	0,889	-0,174	0,140	0,352	0,361
PEOU 4	0,243	0,786	-0,128	0,050	0,313	0,298
PFC 1	-0,102	-0,250	0,938	0,131	-0,137	0,022
PFC 2	-0,166	-0,242	0,881	0,051	-0,133	-0,084
PFC 3	-0,113	-0,172	0,913	0,165	-0,121	-0,061
PFC 4	-0,105	-0,138	0,903	0,131	-0,130	-0,035
PR 1	0,289	0,156	0,260	0,891	0,242	0,352
PR 2	0,397	0,176	0,103	0,888	0,295	0,386
PR 3	0,334	0,158	0,073	0,944	0,315	0,380
PR 4	0,339	0,113	0,061	0,876	0,298	0,331
PSE 1	0,247	0,435	-0,244	0,272	0,721	0,354
PSE 2	0,171	0,261	-0,002	0,294	0,768	0,185
PSE 3	0,319	0,370	-0,020	0,241	0,850	0,393
PSE 4	0,106	0,253	-0,146	0,174	0,714	0,287
PU 1	0,432	0,257	-0,018	0,425	0,378	0,826
PU 2	0,470	0,285	-0,049	0,340	0,309	0,860
PU 3	0,396	0,315	-0,045	0,238	0,316	0,764
PU 4	0,374	0,338	0,051	0,328	0,379	0,808
PU 5	0,406	0,300	-0,117	0,292	0,309	0,776

Tabel diatas membahas tentang *cross loadings* dimana dapat dilihat bahwa nilai korelasi indikator variabel dengan variabel terikatnya lebih tinggi daripada nilai korelasi dengan indikator variabel lainnya. Dapat dilihat dengan contoh variabel *behavioral intention* (IN) memiliki nilai IN 1 sebesar 0,768; IN 2 sebesar 0,706; IN 3 sebesar 0,746; dan IN 4 sebesar 0,750. Dari nilai tersebut dapat dilihat bahwa indikator IN 1, IN 2, IN 3, dan IN 4 lebih besar daripada hasil indikator dari variabel lainnya seperti variabel IN 1 terhadap variabel PR yang hanya sebesar 0,302; atau terhadap variabel PU yang hanya sebesar 0,405 dan variabel lainnya yang menunjukkan hasil bahwa nilai konstruk indikator variabel IN lebih tinggi daripada konstruk dengan variabel lainnya. Dari pembahasan tersebut dapat disimpulkan bahwa uji validitas diskriminan yang ada dalam penelitian ini dapat dikatakan berhasil.

4.4.2 Uji Reliabilitas

Construct Reliability and Validity

Tabel 4.7 Construct and Validity

Variabel	Cronbach's Alpha	Composite Reliability
<i>Behavioral Intention</i>	0,730	0,831
<i>Perceived Ease of Use</i>	0,887	0,922
<i>Perceived Financial Cost</i>	0,930	0,950
<i>Perceived COVID-19 Risk</i>	0,922	0,945
<i>Perceived Self-Efficacy</i>	0,770	0,849
<i>Perceived Usefulness</i>	0,866	0,903

Tabel diatas menunjukkan nilai *cronbach's alpha* dan *composite reliability* dari masing-masing variabel yang digunakan dalam penelitian ini. Berdasarkan tabel diatas dapat disimpulkan bahwa seluru nilai *cronbach's alpha* dan *composite realibility* nya lebih dari 0,7 sehingga semua variabel yang ada di penelitian ini dapat diandalkan.

Model Struktural

Koefisien Determinan

Tabel 4. 7 Koefisien Determinan

	<i>R Square</i>	<i>R Square Adjusted</i>
<i>Behavioral Intention</i>	0,343	0,321
<i>Perceived Self-Efficacy</i>	0,204	0,199
<i>Perceived Usefulness</i>	0,217	0,206

Tabel diatas menunjukkan nilai *R-square* dimana hasil dari *r-square* tersebut bahwa dalam variabel *behavioral intention* sebagai variabel dependen dalam penelitian dapat diprediksi atau dipengaruhi oleh variabel *perceived self-efficacy* dan *perceived usefulness* sebesar 34,3%. Dalam penelitian ini dapat dikatakan sedang atau cukup berhasil. Sedangkan sisanya sebesar 65,7% dijelaskan oleh faktor lain yang berada di luar model penelitian ini. Dari tabel diata juga dapat dilihat bahwa nilai *r-square* dari variabel *perceived self-efficacy* yaitu sebesar 20,4% yang dapat dikatakan bahwa model yang digunakan untuk menjelaskan variabel *perceived self-efficacy* ini dapat dikatakan cukup berhasil, dan sisanya sebesar 79,6% dijelaskan oleh faktor lain diluar model penelitian ini. Untuk variabel *perceived usefulness* yang memiliki nilai *r-square* sebesar 21,7% yang berarti

bahwa model dari penelitian yang digunakan untuk menjelaskan variabel *perceived usefulness* dikatakan cukup berhasil, sedangkan sisanya sebesar 78,3% dijelaskan oleh faktor lain di luar model penelitian ini.

Path Coefficient

Tabel 4.8 Path Coefficient

	<i>Original Sample (O)</i>	<i>T Statistics (O/STDEV)</i>	<i>P Values</i>	Keputusan
PSE -> IN	-0,021	0,187	0,851	H1 ditolak
PU -> IN	0,367	4,398	0,000	H2 diterima
PEOU -> IN	0,163	1,983	0,048	H3 diterima
PR -> IN	0,229	3,082	0,002	H4 diterima
PFC -> IN	-0,115	1,952	0,052	H5 ditolak
PSE -> PU	0,317	3,226	0,001	H6 diterima
PEOU -> PU	0,226	2,552	0,011	H7 diterima
PSE -> PEOU	0,452	5,136	0,000	H8 diterima

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat bahwa *perceived usefulness*, *perceived ease of use*, dan *perceived risk*(COVID-19) memiliki pengaruh yang positif terhadap variabel *behavioral intention*. Sedangkan variabel *perceived self-efficacy* dan *perceived financial cost* tidak memiliki hubungan yang signifikan terhadap variabel *behavioral intention* dalam penggunaan *e-wallet* oleh mahasiswa. Kemudian variabel *perceived self-efficacy* dan *perceived ease of use* mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel *perceived usefulness*. Terakhir variabel *perceived self-efficacy* berpengaruh signifikan terhadap *perceived ease of use* dalam penggunaan *e-wallet* pada mahasiswa

4.3 Pembahasan Hasil

4.3.1 *Perceived Self-efficacy* terhadap *Behavioral Intention*

Dari pengolahan data yang telah dilakukan, diperoleh hasil bahwa variabel *perceived self-efficacy* tidak berpengaruh terhadap variabel *behavioral intention* dalam penggunaan *e-wallet* pada mahasiswa. Hasil dari penelitian ini sesuai dengan penelitian yang telah dilakukan oleh (Affandi, 2021) bahwa *perceived self-efficacy* tidak berpengaruh terhadap minat individu untuk menggunakan *e-wallet*, karena banyak saingan dari *e-wallet* yang digunakan pada saat ini. Semakin yakin seorang individu dalam meyakini kemampuan yang dimilikinya, maka belum tentu individu tersebut dapat menggunakan sistem yang dia yakini dia dapat menggunakannya. Dengan kata lain, jika keyakinan individu tersebut untuk melakukan kemampuannya semakin makin tinggi, maka individu tersebut belum tentu dapat berhasil dalam melakukan sesuatu. Untuk meningkatkan *self-efficacy*, maka para mahasiswa harus mengasah kemampuannya dalam menggunakan bidang sistem dan teknologi agar dapat mengembangkan kemampuan dirinya lebih baik lagi, salah satu caranya dengan mengadopsi *e-wallet* yang berkelanjutan untuk kehidupan sehari-hari.

4.3.2 *Perceived Usefulness* terhadap *Behavioral Intention*

Selanjutnya adalah *perceived usefulness*. Dalam penelitian ini *perceived usefulness* mempunyai pengaruh yang positif terhadap *behavioral intention*, sesuai dengan penelitian yang telah dilakukan sebelumnya oleh Seetharaman dkk (2017) dan Davis (1989) yang memiliki hasil bahwa *perceived usefulness* akan menguntungkan jika digunakan. Semakin mudah sebuah sistem digunakan, maka

sistem tersebut akan memiliki persepsi penggunaan yang tinggi. Salah satu faktor yang mempengaruhi pengambilan keputusan individu untuk menggunakan sebuah sistem adalah *perceived usefulness*, dimana pada prinsipnya *perceived usefulness* ini akan berkorelasi dengan penggunaan suatu sistem yang aktual. Dengan adanya *perceived usefulness* pada *behavioral intention* maka penggunaan *e-wallet* dapat menghemat waktu dan juga nyaman dilakukan untuk pembayaran. Dimana semakin menguntungkan suatu sistem, maka akan mempengaruhi minat individu untuk menggunakan sistem tersebut. Hal tersebut menjadi pertimbangan agar para mahasiswa memanfaatkan suatu sistem atau teknologi untuk melakukan pembayaran sehari-hari.

4.3.3 *Perceived ease of use* terhadap *Behavioral Intention*

Variabel selanjutnya yaitu variabel *perceived ease of use* yang berpengaruh positif terhadap *behavioral intention*. Hasil ini sama dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Abushamleh dkk (2021) dan Venkatesh dkk (2002) yang menyatakan bahwa *perceived ease of use* mempengaruhi minat individu untuk menggunakan suatu teknologi. Dapat dilihat bahwa *perceived ease of use* ini merupakan salah satu komponen penting dalam minat untuk menggunakan suatu teknologi. Semakin mudah teknologi dapat digunakan, maka semakin mudah pula individu untuk memiliki minat dalam menggunakan teknologi tersebut. Hal tersebut seharusnya dapat mendorong para mahasiswa untuk memanfaatkan sebuah teknologi, karena hal tersebut akan menimbulkan manfaat dan kemudahan dari sebuah teknologi.

4.3.4 *Perceived Risk (COVID-19) terhadap Behavioral Intention*

Variabel selanjutnya adalah variabel *perceived risk* yang menunjukkan hasil positif terhadap *behavioral intention*. Hasil ini sama dengan penelitian yang telah dilakukan sebelumnya dilakukan oleh Aji dkk (2020) yang menunjukkan hasil positif dalam penggunaan *e-wallet*. Menurut Aji dkk (2020) penggunaan *e-wallet* merupakan solusi terbaik untuk mencegah penularan virus COVID-19, dengan kata lain semakin tinggi risiko COVID-19 yang terletak pada uang fisik, maka semakin kuat juga minat individu untuk menggunakan *e-wallet* sebagai alat transaksi pembayaran. Maka dari itu, para mahasiswa harus mempertimbangkan keputusan untuk mengadopsi *e-wallet* sebagai alat transaksi pembayaran sehari-hari.

4.3.5 *Perceived Financial Cost terhadap Behavioral Intention*

Hasil penelitian selanjutnya adalah variabel *perceived financial cost* yang menunjukkan bahwa tidak mempunyai pengaruh terhadap *behavioral intention*. Hal tersebut sama dengan penelitian yang telah dilakukan oleh (M. Wang dkk., 2017) yang menyimpulkan bahwa tidak terdapat pengaruh antara *perceived financial cost* dengan *behavioral intention*, karena dalam penelitian ini para mahasiswa tidak keberatan dengan *financial cost* yang timbul karena *financial cost* yang timbul dianggap masih memiliki harga yang wajar dan juga adopsi biaya yang rendah. Maka dari itu, para mahasiswa harus menggunakan *e-wallet* karena adopsi biayanya yang tidak mahal dan juga memudahkan dalam melakukan transaksi sehari-hari.

4.3.6 Perceived Self-efficacy terhadap Perceived Usefulness

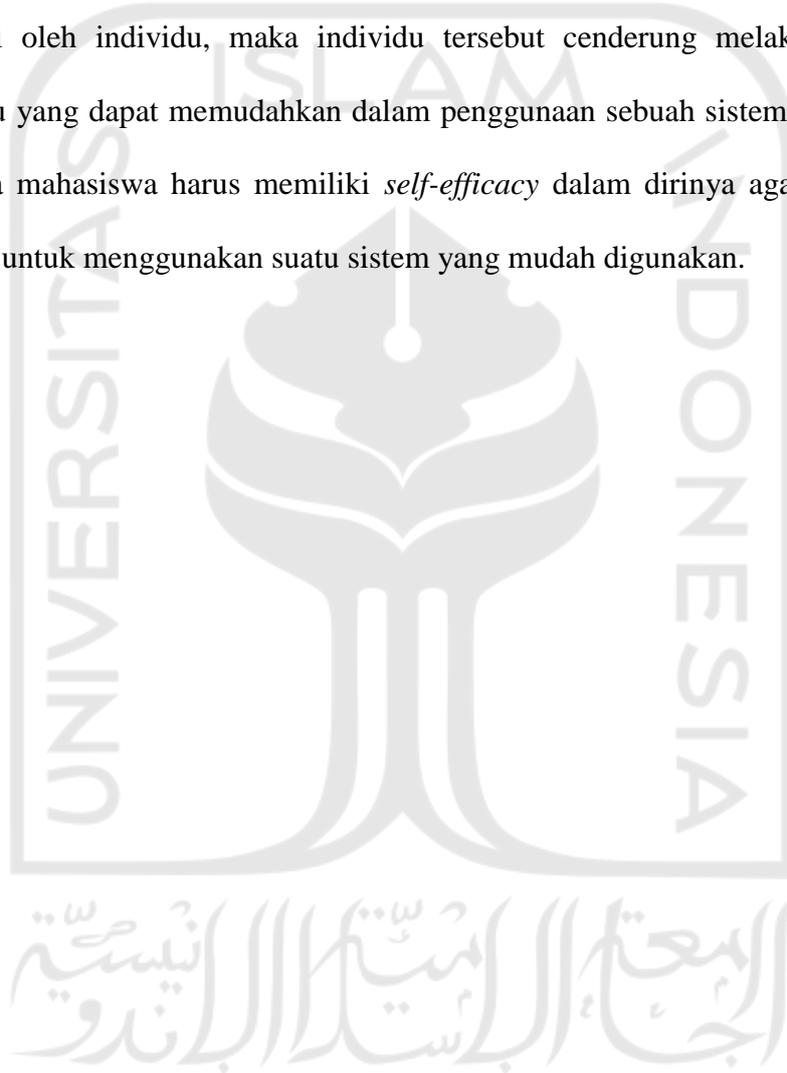
Penelitian selanjutnya yaitu hasil dari variabel *perceived self-efficacy* terhadap variabel *perceived usefulness*. Hasil dari penelitian ini menunjukkan hubungan yang positif antara *perceived self-efficacy* dengan *perceived usefulness* yang sama dengan hasil penelitian sebelumnya oleh Igbaria dkk (1995) dan Marakas dkk., (1998) dimana *perceived self-efficacy* sangatlah penting digunakan dalam tahap awal penggunaan *e-wallet*. Hubungan dari *perceived usefulness* dengan *perceived self-efficacy* sendiri adalah untuk menimbulkan dampak dari *self-efficacy* itu sendiri sehingga individu termotivasi dengan hasil dari usaha yang telah dilakukan. Dengan kata lain, individu yang memiliki *self-efficacy* yang tinggi akan lebih mudah berpengaruh terhadap kepercayaan dalam menggunakan *e-wallet*. Maka dari itu para mahasiswa harus memiliki *self-efficacy* yang baik agar dapat termotivasi dalam menggunakan *e-wallet*.

4.3.7 Perceived ease of use terhadap Perceived Usefulness

Hasil penelitian selanjutnya adalah *perceived ease of use* dengan *perceived usefulness* yang menunjukkan hasil positif sesuai dengan penelitian terdahulu yang telah dilakukan oleh Karim dkk (2020) yang menyatakan bahwa sebuah sistem harus mudah dipelajari dan juga mudah digunakan. Semakin mudah sebuah sistem digunakan, maka sistem tersebut akan semakin menguntungkan. Maka dari itu para mahasiswa harus mengingat bahwa aplikasi yang mudah digunakan dapat berdampak positif sebagai alat pembayaran dalam kehidupan sehari-hari.

4.3.8 Perceived Self-efficacy terhadap Perceived ease of use

Hasil penelitian terakhir adalah *perceived self-efficacy* terhadap *perceived ease of use* yang menunjukkan hasil yang positif, seperti yang telah dilakukan oleh Wang dkk (2017) dimana Wang menuatakan bahwa semakin tinggi *self-efficacy* yang dimiliki oleh individu, maka individu tersebut cenderung melakukan sebuah perilaku yang dapat memudahkan dalam penggunaan sebuah sistem. Oleh karena itu para mahasiswa harus memiliki *self-efficacy* dalam dirinya agar dapat lebih tertarik untuk menggunakan suatu sistem yang mudah digunakan.



BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Penelitian yang telah dilakukan menggunakan teori Technology Acceptance Model (TAM) yang berguna sebagai penjelas dari faktor-faktor yang mempengaruhi minat dari mahasiswa yang ada di Yogyakarta untuk menggunakan e-wallet. Penelitian ini menggunakan analisis dari aplikasi Smart Partial Least Square (PLS) 3.9 dan diuji secara empiris menggunakan 8 (delapan) hipotesis penelitian. Setelah dilakukan penelitian, ternyata para mahasiswa yang ada di Yogyakarta memiliki ketertarikan untuk menggunakan e-wallet untuk alat transaksi pembayaran sehari-hari.

Berdasarkan data yang didapat dari responden, maka diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

1. Variabel *perceived self-efficacy* tidak mempunyai pengaruh terhadap variabel *behavioral intention*.
2. Variabel *perceived usefulness* mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap variabel *behavioral intention*.
3. Variabel *perceived ease of use* mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap variabel *behavioral intention*.
4. Variabel *perceived risk*(COVID-19) mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap variabel *behavioral intention*.

5. Variabel *perceived financial cost* tidak mempunyai pengaruh terhadap variabel *behavioral intention*.
6. Variabel *perceived self-efficacy* mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap variabel *perceived usefulness*.
7. Variabel *perceived ease of use* mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap variabel *perceived usefulness*.
8. Variabel *perceived self-efficacy* mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap variabel *perceived ease of use*.

5.2 Keterbatasan, Implikasi, dan Saran

5.2.1 Keterbatasan Penelitian

Adapun keterbatasan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Objek dari penelitian ini yaitu pengguna *platform e-wallet* yang masih umum dan belum spesifik *platform e-wallet* apa yang digunakan.
2. Responden dari penelitian ini hanya mahasiswa yang ada di Yogyakarta, sehingga penelitian ini hanya mencerminkan minat mahasiswa yang ada di Yogyakarta saja.

5.2.2 Implikasi

- Bagi pihak terkait
 - a. Berdasarkan hasil penelitian ini, faktor utama yang mempengaruhi minat individu untuk menggunakan *e-wallet* sebagai alat transaksi

pembayaran adalah manfaat dari kegunaan *e-wallet* itu sendiri, sehingga pihak terkait diharapkan dapat memaksimalkan adanya sistem *e-wallet* sebagai transaksi pembayaran sehari-hari.

- b. Dan juga pihak terkait dapat mengetahui cara memaksimalkan penggunaan *e-wallet* itu sendiri dengan meningkatkan pengetahuan dalam penggunaan *e-wallet* di kesehariannya.

5.2.3 Saran

Bagi peneliti selanjutnya

- a. Peneliti selanjutnya diharapkan untuk menyebarkan kuesioner ke seluruh Indonesia sehingga hasilnya lebih maksimal.
- b. Peneliti selanjutnya diharapkan dapat lebih spesifik terkait *platform e-wallet* yang digunakan oleh responden, sehingga hasilnya lebih spesifik.
- c. Atau peneliti dapat mencoba menggunakan metode pendekatan yang lain.

DAFTAR PUSTAKA

- Abushamleh, H., Al-Hiyari, N., & Qusef, A. (2021). The Intention to Use E-wallet during Covid-19 Pandemic in Developing Country. *2021 12th International Conference on Information and Communication Systems, ICICS 2021*, 310–316. <https://doi.org/10.1109/ICICS52457.2021.9464554>
- Affandi. (2021). *FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI NIAT USAHA MIKRO DALAM MENGGUNAKAN E-WALLET*. 8.5.2017, 2003–2005.
- Aji, H. M., Berakon, I., & Md Husin, M. (2020). COVID-19 and e-wallet usage intention: A multigroup analysis between Indonesia and Malaysia. *Cogent Business and Management*, 7(1).
<https://doi.org/10.1080/23311975.2020.1804181>
- Al-Gahtani, S. (2001). The Applicability of TAM Outside North America: An Empirical Test in the United Kingdom. *Information Resources Management Journal (IRMJ)*, 14(3), 37–46. <https://doi.org/10.4018/irmj.2001070104>
- Asiyah, N. (n.d.). Women's Obsession, 2020.
<https://Womensobsession.Com/Detail/867/Tren-e-Wallet-Di-Indonesia>.
- Belakang, L. (2021). *MENGGUNAKAN SISTEM PEMBAYARAN E-WALLET Desvronita*. 18(2).
- Bosamia, & Patel. (2019). Wallet Payments Recent Potential Threats and Vulnerabilities with its possible security Measures. *International Journal of Computer Sciences and Engineering*, 7(1), 810–817.

<https://doi.org/10.26438/ijcse/v7i1.810817>

- Chuttur, M. (2009). *Working Papers on Information Systems Overview of the Technology Acceptance Model: Origins, Developments and Future Directions*.
- Daragmeh, A., Sági, J., & Zéman, Z. (2021). Continuous intention to use e-wallet in the context of the covid-19 pandemic: Integrating the health belief model (hbm) and technology continuous theory (tct). *Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity*, 7(2).
<https://doi.org/10.3390/joitmc7020132>
- Davis. (1989a). Perceived usefulness, perceived ease of use, and user acceptance of information technology. *MIS Quarterly*, 319–340.
- Davis, F. D. (1989b). Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology. In *Quarterly* (Vol. 13, Issue 3).
- Deborah R. Compeau, C. A. H. (1995). Application of Social Cognitive Theory to Training for Computer Skills. *Information Systems Research*, 3(2), 1–13.
<https://doi.org/10.17509/insight.v3i2.22341>
- Elly Indrawati, M., Nabila, K., Anewalu, O. M., Firmansyah, R., Akuntansi, J., Ekonomi, F., & Bisnis, D. (n.d.). *Penggunaan Aplikasi Dompot Digital di Masa Pandemi Covid-19*.
- Etikan, I. (2016). Comparison of Convenience Sampling and Purposive Sampling. *American Journal of Theoretical and Applied Statistics*, 5(1), 1.

<https://doi.org/10.11648/j.ajtas.20160501.11>

Ghozali, I. (2011). *Analisis Multivariat Dengan Menggunakan SPSS* (3rd ed.).

Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Hair, J. F., Matthews, L. M., Matthews, R. L., & Sarstedt, M. (2017). PLS-SEM or CB-SEM: updated guidelines on which method to use “PLS-SEM or CB-SEM: updated guidelines on which method to use.” In *Organizational Research Methods, MIS Quarterly, and International Journal* (Vol. 1, Issue 2).

Hakim, S. H., Rahman, A., & Syafii, M. (2022). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi penggunaan E-Wallet di Sumatera utara. *Owner*, 6(2), 1171–1183. <https://doi.org/10.33395/owner.v6i2.566>

Hidayat, Qurrotul Aini, & Elvi Fetrina. (2020). Penerimaan Pengguna E-Wallet Menggunakan UTAUT 2 (Studi Kasus). *Jurnal Nasional Teknik Elektro Dan Teknologi Informasi*, 9(3), 239–247. <https://doi.org/10.22146/.v9i3.227>

Irwan, D., Adam, K., Pada, D., Matematika, J., Sains, F., & Teknlogi, D. (2015). *METODE PARTIAL LEAST SQUARE (PLS) DAN TERAPANNYA (Studi Kasus: Analisis Kepuasan Pelanggan terhadap Layanan PDAM Unit Camming Kab. Bone)*.

Japarianto, E., & Monica, F. (2022). Analisa Pengaruh Perceived Ease of Use Dan Melalui Perceived Enjoyment Terhadap Behavior Intention Pada Digital Payment. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 16(1), 9–15.

<https://doi.org/10.9744/pemasaran.16.1.9>

- Karim dkk. (2020). *Factors Influencing the Use of E-wallet as a Payment Method among Malaysian Young Adults*. <https://doi.org/10.37227/jibm-2020-2-21>
- Katopo, R. (2015). *Analisa Pengaruh Individual Factor Terhadap Entrepreneur Motivation Mahasiswa Manajemen Bisnis Universitas Kristen Petra Surabaya*.
- Kusuma, A. B., & Tricahyono, I. D. (2020). *ANALISIS CUSTOMER JOURNEY MAPPING UNTUK MENINGKATKAN CUSTOMER EXPERIENCE PADA APLIKASI DOMPET DIGITAL OVO CUSTOMER JOURNEY MAPPING ANALYSIS TO IMPROVE CUSTOMER EXPERIENCE IN DIGITAL WALLET APPLICATION OVO*.
- Luarn, P., & Lin, H. H. (2005). Toward an understanding of the behavioral intention to use mobile banking. *Computers in Human Behavior*, 21(6), 873–891. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2004.03.003>
- Marafon, D. L., Basso, K., Espartel, L. B., de Barcellos, M. D., & Rech, E. (2018). Perceived risk and intention to use internet banking: The effects of self-confidence and risk acceptance. *International Journal of Bank Marketing*, 36(2), 277–289. <https://doi.org/10.1108/IJBM-11-2016-0166>
- Marakas, G. M., Yi, M. Y., Johnson, R. D., Mun, •, Yi, Y., Moore, D., & Smith, R. H. (1998). The Multilevel and Multifaceted Character of Computer Self-Efficacy: Toward Clarification of the Construct and an Integrative Framework for Research. In *Research* (Vol. 9, Issue 2).
- Mathieson, K., Peacock, E., & Chin, W. W. (2001). *Extending the Technology*

Acceptance Model: The Influence of Perceived User Resources.

Nawawi, H. H. (2020). Penggunaan E-wallet di Kalangan Mahasiswa. In *Jurnal Emik* (Vol. 3, Issue 2). <https://qwords.com/blog/sejarah-singkat-internet/>,

Neni Meidawati. (2020). *ANALISIS FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PENGGUNAAN E- WALLET OVO SEBAGAI ALAT TRANSAKSI*. 68(1), 1–12.

Oghuma, A. P., Libaque-Saenz, C. F., Wong, S. F., & Chang, Y. (2016). An expectation-confirmation model of continuance intention to use mobile instant messaging. *Telematics and Informatics*, 33(1), 34–47. <https://doi.org/10.1016/j.tele.2015.05.006>

Olya, H. G. T., & Al-ansi, A. (2018). Risk assessment of halal products and services: Implication for tourism industry. *Tourism Management*, 65, 279–291. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2017.10.015>

PERATURAN BANK INDONESIA. (n.d.).

Prakosa, A., & Jati Wintaka, D. (2020). *Bisman (Bisnis dan Manajemen): The Journal Of Business and Management ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT PENGGUNAAN ULANG E-WALLET PADA GENERASI MILENIAL DI DAERAH ISTIMEWA YOGYAKARTA* (Vol. 3, Issue 1).

Prisgunanto, I. (2015). *PENGARUH SOSIAL MEDIA TERHADAP TINGKAT KEPERCAYAAN BERGAUL SISWA THE EFFECT OF SOCIAL MEDIA ON*

CONFIDENCE LEVEL ASSOCIATE STUDENTS.

Rittichainuwat, B. N., & Chakraborty, G. (2009). Perceived travel risks regarding terrorism and disease: The case of Thailand. *Tourism Management*, 30(3), 410–418. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2008.08.001>

Safarudin, A., Kusdiby, L., & Senalasar, W. (2020). Faktor-Faktor Pembentuk Loyalitas Generasi Z dalam Menggunakan Financial Technology E-wallet. *Prosiding The 11th Industrial Research Workshop and National Seminar*, 26–27.

Saka Wisnu Saputera. (2020). *ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMENGARUHI INTENTION TO ADOPT PADA E-WALLET DI INDONESIA*. 7(1), 9–25.

Sarwono, J. (2010). *PENGERTIAN DASAR STRUCTURAL EQUATION MODELING (SEM)*. <http://www.jonathansarwono.info>

School, C. G., Claremont, C., & Iivari, U. J. (1995). The Effects of Self-efficacy on Computer Usage M IGBARIA. In *Int. J. Mgmt Sci* (Vol. 23, Issue 6).

Seetharaman, A., Nanda Kumar, K., Palaniappan, S., & Weber, G. (2017). Factors Influencing Behavioural Intention to Use the Mobile Wallet in Singapore. In *Journal of Applied Economics and Business Research JAEBR* (Vol. 7, Issue 2).

Shiau, W.-L., Yuan, Y., Pu, X., Ray, S., & Chen, C. C. (2020). Perspectives from self-efficacy and ECT-IS. *Industrial Managementt &Data Systems*, 120(9).

Siti, O., Fatoni, N., Susilawati, C., & Yulianti, L. (n.d.). *DAMPAK COVID-19 TERHADAP PERILAKU KONSUMEN DALAM PENGGUNAAN E-WALLET DI INDONESIA*. <https://www.merdeka.com/uang/virus-corona-terjadi-6-bulan-daya-beli-masyarakat->

Sripalawat, J., Thongmak, M., & Ngramyarn, A. (2011). M-banking in metropolitan bangkok and a comparison with other countries. *Journal of Computer Information Systems*, 51(3), 67–76.
<https://doi.org/10.1080/08874417.2011.11645487>

Taufan, A., Taufan1, A., & Trisno, R. (2018). Analysis of Factors That Affect Intention to Use e-Wallet through the Technology Acceptance Model Approach (Case Study: GO-PAY) Analysis of Factors That Affect Intention to Use Through The Technology Acceptance Model Approach (Case Study: GO-PAY) View project Analysis of Factors That Affect Intention to Use e-Wallet through the Technology Acceptance Model Approach (Case Study: GO-PAY). *International Journal of Science and Research*, 8.
<https://doi.org/10.21275/ART2020219>

Transaksi Pengganti Uang Tunai Bagi UMKM di Kecamatan Banjarmasin Tengah Chrysilla Zada, A., Sopiana Jurusan Ilmu Ekonomi, Y., Pembangunan Fakultas Ekonomi dan Bisnis, S., & Lambung Mangkurat, U. (2021). Penggunaan E-Wallet atau Dompot Digital sebagai. *JIEP: Jurnal Ilmu Ekonomi Dan Pembangunan*, 4(1), 251–268.

Venkatesh, V., Speier, C., & Moms, M. G. (2002). *User Acceptance Enablers in*

Individual Decision Making About Technology: Toward an Integrated Model
(Vol. 33).

Wang, M., Cho, S., & Denton, T. (2017). The impact of personalization and compatibility with past experience on e-banking usage. *International Journal of Bank Marketing*, 35(1), 45–55. <https://doi.org/10.1108/IJBM-04-2015-0046>

Wang, Y.-S., Lin, H.-H., & Luarn, P. (2006). Predicting consumer intention to use mobile service. In *Info Systems J* (Vol. 16).

Watson. (2015). *Quantitative research*.

Wood, R., & Bandura, A. (1989). Impact of Conceptions of Ability on Self-Regulatory Mechanisms and Complex Decision Making. *Journal of Personality and Social Psychology*, 56(3), 407–415.
<https://doi.org/10.1037/0022-3514.56.3.407>

Yusup. (2018). UJI VALIDITAS DAN RELIABILITAS INSTRUMEN PENELITIAN KUANTITATIF. *Januari-Juni*, 7(1), 17–23.

Zhao, W., & Othman, M. N. (2011). Predicting and explaining complaint intention and behaviour of Malaysian consumers: An application of the planned behaviour theory. *Advances in International Marketing*, 21, 229–252. [https://doi.org/10.1108/S1474-7979\(2011\)0000021013](https://doi.org/10.1108/S1474-7979(2011)0000021013)



LAMPIRAN



Lampiran 1. Outline Kuesioner

I N 1	I N 2	I N 3	I N 4	PE OU 1	PE OU 2	PE OU 3	PE OU 4	P U 1	P U 2	P U 3	P U 4	P U 5	PS E 1	PS E 2	PS E 3	PS E 4	PF C 1	PF C 2	PF C 3	PF C 4	P R 1	P R 2	P R 3	P R 4
5	5	6	6	5	5	5	5	6	6	6	5	5	5	4	5	4	3	3	2	2	6	5	6	6
5	5	6	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	2	4	5	5	3	2	3	3	4	2	4	4
6	4	5	5	6	5	6	6	6	6	6	5	6	5	2	5	5	2	2	2	2	1	1	1	1
4	4	4	5	3	1	3	5	5	5	4	5	5	5	5	4	4	4	4	3	3	4	3	2	2
6	6	3	6	5	5	6	6	5	5	5	6	6	5	6	5	5	4	4	3	2	5	5	3	4
5	3	6	6	5	5	5	6	2	5	5	5	4	2	5	5	5	5	2	5	6	4	2	2	3
6	6	6	6	6	6	6	6	5	6	5	5	5	5	6	5	5	3	3	3	3	6	4	4	4
6	5	6	6	5	5	5	5	6	6	6	6	5	4	4	6	5	3	3	3	3	5	5	5	5
3	4	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	3	3	2	2	2	2
5	4	5	5	5	5	5	5	6	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
6	6	6	6	6	6	6	4	5	5	6	6	6	6	4	6	5	2	2	2	2	5	4	5	5
6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	2	2	2	1	6	6	6	6
6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	2	1	2	1	6	6	6	6
6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	5	4	6	3	3	2	1	1	1	2	1	5	1	1
5	6	6	6	6	6	6	5	5	6	6	5	5	5	5	6	6	2	1	3	3	5	6	6	6
6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	1	1	1	1	1	1	1	6	6	6	6
5	5	5	5	4	3	4	5	5	5	5	5	5	2	5	5	5	3	3	3	3	3	3	3	3
5	6	6	3	6	6	6	6	6	6	6	6	5	6	6	6	6	2	2	1	4	4	2	4	4
6	6	6	5	5	4	4	5	5	4	4	4	5	5	6	4	5	5	6	5	5	6	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	6	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	2	3	4	4	3	3
5	6	6	4	6	6	6	6	5	5	6	4	4	4	5	5	4	2	2	1	3	3	2	3	4

3	3	3	3	4	4	4	4	3	3	4	4	4	3	3	3	3	3	4	4	4	4	3	4	4
6	6	3	5	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	1	1	1	1	2	2	2	2	2
5	5	5	5	3	2	4	4	5	5	5	5	5	3	5	5	3	3	4	4	5	3	2	3	3
4	6	5	5	5	5	6	6	5	5	5	5	5	4	5	5	5	4	4	5	5	6	6	6	6
5	5	4	3	4	3	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	3	4	4	3	3	3	3
6	6	5	5	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	2	6	2	3	3	3	3	1	2	1	2
5	5	6	5	5	5	5	5	5	6	6	6	6	5	2	5	5	2	2	2	2	5	3	4	3
5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	2	2	2	2	3	3	3	3
5	5	6	5	5	5	5	6	6	6	6	6	6	6	6	5	5	6	5	4	6	5	5	1	1
5	5	5	5	5	5	5	5	5	6	5	5	5	4	5	5	5	3	6	3	2	5	5	5	5
5	5	5	4	6	6	5	5	5	5	5	5	5	5	3	3	2	2	2	3	3	4	3	4	4
4	5	4	5	5	4	5	5	4	5	5	5	5	4	5	5	4	2	4	2	2	1	1	2	3
5	5	6	6	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	5	5	3	3	3	3	5	5	5	5
5	5	6	6	5	4	5	6	5	5	6	6	5	3	6	4	6	2	4	4	1	5	3	5	4
5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	4	5	3	4	3	2	2	2	2	4	3	4	3
6	5	6	6	3	1	4	3	3	4	4	4	4	1	1	3	1	3	4	2	4	1	2	1	2
5	4	5	5	3	2	5	4	4	4	5	4	5	4	5	5	4	3	4	4	5	5	5	5	5
4	5	5	5	4	4	4	4	5	5	5	5	5	4	5	4	4	3	4	3	3	5	4	5	5
6	6	5	5	5	4	4	4	5	5	4	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	5	5	6	6
5	5	4	2	5	2	4	4	4	4	5	4	4	3	4	4	4	3	4	3	4	4	2	4	4
5	6	6	5	6	5	5	6	4	5	6	5	5	5	5	5	5	3	3	3	3	4	3	4	4
6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	3	6	6	6	3	3	4	4	6	3	4	4
5	6	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	4	5	5	5	4	3	4	5
5	6	5	5	4	4	6	5	5	6	5	6	4	3	5	4	5	5	6	3	5	4	3	4	4
5	6	6	5	5	5	6	6	6	6	6	6	6	5	5	5	5	1	2	2	1	3	2	4	5

5	5	5	4	6	5	5	5	5	4	6	5	5	5	5	5	5	3	3	5	3	4	3	4	4	
4	5	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	4	4	5	5	5	3	3	3	3	4	3	4	4	
4	5	4	4	6	5	6	6	6	6	5	6	6	5	5	5	5	2	2	2	2	5	4	5	5	
6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	1	3	1	1	4	3	4	5	
6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	3	4	4	5	6	6	6	6	
6	6	5	6	6	5	6	5	6	5	5	5	5	5	6	5	5	5	6	6	5	5	6	6	6	6
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	2	2	2	3	6	4	6	6	
5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	5	5	5	4	4	5	5	4	5	4	5	5	5	4	5	5
6	6	6	6	6	5	6	6	5	5	5	5	5	4	4	6	4	4	4	4	4	4	6	5	5	6
5	5	5	5	5	5	5	5	6	5	5	5	6	5	5	5	5	2	2	2	2	6	5	6	5	
6	6	5	6	6	5	6	4	5	6	6	6	6	4	3	6	6	1	3	1	1	5	1	4	6	
6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	4	4	5	4	6	6	6	6	
5	5	5	4	6	5	5	6	5	5	4	5	5	4	5	5	5	2	4	2	2	5	2	4	5	
5	5	5	5	3	4	4	3	5	4	5	5	5	4	5	4	4	4	3	3	3	4	2	3	3	
5	4	4	6	4	5	5	5	6	6	5	6	6	4	3	3	4	3	2	2	3	6	5	5	5	
5	5	6	6	5	4	6	6	6	6	6	6	6	4	4	5	5	6	5	6	6	5	4	4	4	
5	6	5	6	6	6	6	6	4	4	5	5	5	2	2	3	2	3	3	4	3	4	3	4	4	
5	6	6	5	4	3	4	4	6	6	5	5	5	4	3	5	5	2	3	3	3	4	4	5	5	
5	5	5	4	3	3	3	4	6	6	5	5	6	3	2	3	3	6	5	5	5	5	5	4	6	
6	5	6	5	6	5	6	6	6	6	5	6	6	4	6	5	5	3	4	4	3	6	6	6	6	
6	6	6	5	5	4	5	5	6	5	6	5	5	5	5	6	6	3	2	2	3	6	6	5	6	
6	5	5	5	6	6	6	6	6	5	4	5	5	4	4	3	5	2	2	3	2	6	6	5	4	
5	4	5	5	4	4	3	5	6	6	5	6	4	5	6	5	5	4	4	3	4	5	5	6	5	
6	6	6	6	5	4	5	4	6	6	6	5	6	6	6	6	5	2	3	2	2	6	6	6	6	
6	6	5	5	5	5	6	4	6	6	4	5	5	5	5	6	5	2	2	3	2	6	5	5	5	

5	4	5	5	5	5	5	6	5	5	6	5	4	4	4	5	5	3	5	3	4	5	3	3	4
6	5	5	5	6	6	6	6	5	6	6	5	6	4	5	6	4	2	3	3	2	6	6	6	6
6	6	6	6	6	5	5	6	5	6	6	6	6	5	6	6	6	3	3	2	2	3	3	3	3
6	4	5	5	5	6	5	5	6	6	5	6	6	6	5	6	6	6	5	6	6	5	5	5	4
6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	5	6	6	6	3	3	4	3	6	6	6	6
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	3	3	3	3	3	3	3
6	3	5	5	6	6	6	6	4	4	5	5	3	5	6	6	6	2	5	4	6	2	1	2	4
5	6	5	5	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	4	5	5	6	4	2	4	4
6	5	6	5	6	6	6	5	5	6	6	6	6	6	5	5	2	3	3	2	6	6	6	6	4
5	5	6	6	6	6	6	6	5	5	5	5	5	5	6	6	3	2	4	3	5	5	6	6	5
6	5	6	4	5	5	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	4	4	4	3	5	6	6	6	3
6	6	6	4	5	5	5	6	6	5	6	6	4	6	5	5	4	4	3	4	5	5	6	6	6
6	6	5	5	5	5	4	6	6	5	5	6	4	5	5	6	3	4	3	3	5	6	5	6	5
6	6	6	6	5	6	6	6	5	5	5	6	5	5	6	6	3	4	3	3	6	6	6	6	5
6	6	5	6	6	6	6	5	6	5	5	6	6	6	6	6	3	5	3	4	6	6	6	6	5
5	6	6	5	4	6	6	6	6	6	6	6	5	4	5	5	3	3	3	3	5	6	6	6	4
6	6	6	6	5	6	6	6	6	5	5	6	5	5	6	6	3	3	2	4	6	6	6	6	6
5	5	6	6	6	6	6	5	6	6	5	6	6	6	4	6	3	4	4	3	6	6	6	6	5
6	6	6	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	1	1	1	1	2	2	2	2	3
6	6	6	6	6	4	5	6	6	6	6	6	6	6	5	6	6	2	2	1	2	2	3	5	5
5	3	4	4	5	4	5	3	4	4	5	6	4	6	5	5	4	5	4	6	5	5	3	4	4
5	5	5	5	6	5	5	5	5	5	5	5	5	6	6	6	5	5	5	6	6	5	6	5	6
6	6	6	6	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	1	1	2	1	4	4	4	4
3	5	5	5	6	6	6	6	4	4	4	5	4	6	4	5	5	2	1	2	2	2	2	2	2
6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6

6	6	5	6	6	6	6	6	6	6	6	6	5	6	6	6	6	3	3	4	3	6	6	6	6	
5	6	5	5	6	6	6	6	5	5	5	5	5	6	6	6	6	1	2	1	2	5	5	5	5	
6	6	6	6	5	4	4	4	6	6	5	5	5	5	5	5	5	1	2	2	2	2	2	5	5	
5	5	5	6	6	6	6	6	6	5	5	4	6	6	5	5	6	6	1	1	1	1	5	5	5	5
6	6	6	6	5	4	4	4	6	6	6	6	6	6	6	6	6	2	1	2	1	5	5	5	5	
5	5	5	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	5	6	5	6	1	1	2	3	5	5	6	6
6	6	6	6	5	5	5	5	6	6	6	6	6	6	4	4	4	4	1	1	2	2	5	5	5	5
6	6	5	5	6	6	6	6	6	5	5	5	6	5	5	5	6	5	2	3	2	1	5	4	5	5
5	5	6	6	5	5	5	5	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	2	2	2	2	5	6	5	5
6	6	5	5	6	6	6	6	6	5	5	5	5	5	5	5	5	5	1	2	1	2	4	4	5	5
6	5	5	5	6	6	6	6	6	5	5	5	5	6	6	5	5	6	1	2	2	2	6	5	5	5
6	5	5	6	5	6	6	6	6	6	6	6	5	5	5	5	5	5	2	3	2	2	5	6	5	5
5	5	5	6	6	5	5	5	5	5	5	6	6	6	5	6	6	5	2	2	1	1	5	5	5	5
6	6	6	6	5	5	5	5	5	6	6	6	6	6	5	5	5	5	2	2	2	2	6	5	6	6
6	6	6	5	5	5	5	5	6	6	6	6	6	6	5	5	5	5	2	2	2	2	5	5	5	5
6	6	6	6	5	5	5	5	5	5	5	5	5	6	6	6	5	2	2	2	2	5	5	5	5	
6	6	5	5	6	6	5	5	6	6	6	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	6	6	6	6
6	6	6	6	5	5	4	5	5	6	5	5	5	5	5	6	5	5	2	2	2	2	5	5	5	5
6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	5	5	5	5	6	5	5	5	1	2	2	1	5	5	4	4
6	6	6	6	5	5	5	5	6	6	6	5	5	6	5	5	5	5	2	2	2	2	6	6	5	6
5	5	5	5	5	4	4	5	6	5	5	5	5	6	6	6	6	1	2	1	1	5	5	5	5	
5	5	5	5	5	6	5	5	6	6	5	5	5	6	5	4	4	2	2	3	3	5	5	6	5	
5	5	5	5	5	5	5	5	6	6	5	5	5	6	5	5	5	1	2	2	3	5	5	5	5	
5	5	5	5	5	5	5	5	6	6	6	6	6	5	5	6	6	2	2	1	2	5	5	6	6	
5	5	4	4	4	4	4	5	5	4	5	5	5	5	4	4	4	3	2	2	3	5	6	5	5	

6	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	6	5	6	5	6	5	2	2	2	2	4	4	5	6
5	6	6	6	5	5	5	5	5	5	5	5	5	6	5	5	5	1	2	2	2	5	6	5	5
5	5	5	5	6	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	2	2	1	1	5	5	5	5
5	5	5	5	6	5	5	5	6	5	5	5	5	6	5	5	5	2	3	1	2	4	4	5	5
5	5	6	6	5	5	5	5	5	5	5	5	5	6	5	5	5	1	2	2	1	5	5	5	6
5	6	6	5	5	5	5	5	6	5	6	6	6	5	5	5	5	2	1	2	1	4	5	6	5
5	5	5	5	4	4	4	5	5	5	5	5	5	6	5	5	5	1	2	2	2	5	6	5	5
5	5	4	4	6	6	6	6	4	4	5	5	5	5	4	5	5	1	2	2	2	4	2	2	3
5	6	5	5	6	6	6	6	4	4	4	5	5	6	6	6	6	2	2	2	2	4	4	4	3
5	6	4	4	6	6	6	6	4	4	3	4	4	6	6	4	4	1	1	1	1	4	3	4	3
5	5	5	5	6	6	5	6	5	5	4	4	5	5	5	5	5	1	2	2	1	3	3	4	3
5	4	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	2	2	3	2	2	3	3	4
6	6	6	6	4	4	4	5	4	4	4	5	4	5	5	4	4	2	2	2	1	3	3	3	3
5	6	5	6	6	6	6	5	5	6	5	5	5	5	5	5	5	1	2	2	2	5	5	5	5
5	6	5	6	5	5	6	6	6	5	5	5	6	5	6	6	5	1	2	1	1	3	2	2	2
5	5	6	5	4	5	5	5	4	4	4	4	5	5	4	4	4	1	2	1	1	3	3	3	3
5	6	4	5	6	6	6	5	5	5	6	5	4	6	6	6	5	2	2	1	1	5	5	6	5
6	5	5	5	6	6	6	5	5	5	5	5	5	4	5	4	5	1	2	2	2	3	3	3	3
6	5	5	6	5	6	6	5	6	6	6	6	6	5	6	6	6	1	1	1	1	5	6	6	5
6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	1	1	1	1	6	6	6	6
5	5	5	5	6	5	6	6	5	5	5	5	5	5	5	5	5	1	2	1	2	3	3	3	3
5	6	5	5	6	5	6	6	5	5	5	5	5	6	5	6	6	1	1	1	1	2	3	4	4
5	5	5	6	6	6	5	4	5	5	6	5	4	5	5	6	5	2	2	3	2	5	5	4	4
4	5	5	4	6	5	5	5	5	5	5	5	5	6	6	5	5	1	2	2	1	3	2	3	4
5	5	5	5	6	6	5	5	5	5	5	5	5	6	5	5	5	1	2	2	1	2	3	2	5

6	5	5	5	6	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	1	2	1	2	4	5	4	4
6	5	5	5	6	5	6	6	5	5	6	5	5	5	6	5	5	1	2	1	1	4	4	5	5
5	6	6	5	6	5	5	6	5	6	6	5	5	5	5	6	5	1	1	2	1	4	5	5	5
6	5	6	5	6	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	1	2	2	2	4	5	5	5
5	4	5	6	5	5	6	6	5	6	6	5	5	5	6	5	5	1	1	2	2	4	5	4	4
5	5	5	6	6	5	5	5	6	5	5	6	5	5	6	5	5	1	2	2	2	5	6	5	5
5	6	5	5	5	5	5	5	5	6	5	5	4	5	6	5	5	1	3	3	2	5	5	5	6



الجامعة الإسلامية
الاستدراكية

Lampiran 2. Daftar Responden

Jenis Kelamin	Kelompok Usia	Semester	Asal Universitas
Perempuan	21+ s/d 22 Tahun	7-8	Universitas Islam Indonesia
Laki Laki	20+ s/d 21 Tahun	7-8	Universitas Islam Indonesia
Laki Laki	21+ s/d 22 Tahun	7-8	Universitas Islam Indonesia
Laki Laki	21+ s/d 22 Tahun	7-8	Universitas Islam Indonesia
Perempuan	20+ s/d 21 Tahun	5-6	Institut Teknologi Dirgantara Adisutjipto
Laki Laki	21+ s/d 22 Tahun	7-8	Universitas Islam Indonesia
Perempuan	Lebih dari 25 Tahun	Lebih dari 14	stipram
Perempuan	21+ s/d 22 Tahun	7-8	Universitas Negeri Yogyakarta
Perempuan	20+ s/d 21 Tahun	3-4	Universitas Terbuka
Laki Laki	21+ s/d 22 Tahun	1-2	Universitas Islam Indonesia
Laki Laki	22+ s/d 23 Tahun	7-8	Universitas Pembangunan "Veteran" YK
Perempuan	22+ s/d 23 Tahun	7-8	Universitas Gajah Mada
Laki Laki	Kurang dari 20 Tahun	1-2	STIE YKPN
Perempuan	23+ s/d 24 Tahun	9-10	Universitas Amikom
Perempuan	Lebih dari 25 Tahun	13-14	Universitas Teknologi Yogyakarta
Laki Laki	23+ s/d 24 Tahun	9-10	Universitas Ahmad Dahlan
Perempuan	Kurang dari 20 Tahun	1-2	Universitas Negeri Yogyakarta
Perempuan	20+ s/d 21 Tahun	5-6	Universitas Kristen Duta Wacana
Laki Laki	21+ s/d 22 Tahun	3-4	Universitas Islam Indonesia
Perempuan	22+ s/d 23 Tahun	5-6	Universitas Islam Indonesia
Laki Laki	Kurang dari 20 Tahun	1-2	Universitas Islam Indonesia
Laki Laki	Kurang dari 20 Tahun	1-2	Universitas Gajah Mada
Perempuan	23+ s/d 24 Tahun	9-10	Universitas Pembangunan "Veteran" YK
Perempuan	Kurang dari 20 Tahun	1-2	Universitas Pembangunan "Veteran" YK
Perempuan	23+ s/d 24 Tahun	11-12	Universitas Gajah Mada
Perempuan	22+ s/d 23 Tahun	7-8	Universitas Muhammadiyah Yogyakarta
Perempuan	Kurang dari 20 Tahun	1-2	Universitas Negeri Yogyakarta
Laki Laki	22+ s/d 23 Tahun	7-8	Universitas Gajah Mada

Perempuan	22+ s/d 23 Tahun	5-6	Universitas Ahmad Dahlan
Perempuan	Kurang dari 20 Tahun	1-2	Universitas Muhammadiyah Yogyakarta
Perempuan	23+ s/d 24 Tahun	11-12	STIE YKPN
Laki Laki	22+ s/d 23 Tahun	7-8	Universitas Negeri Yogyakarta
Perempuan	22+ s/d 23 Tahun	7-8	Universitas Atma Jaya Yogyakarta
Laki Laki	Kurang dari 20 Tahun	1-2	Universitas Kristen Duta Wacana
Perempuan	Kurang dari 20 Tahun	1-2	STIE YKPN
Perempuan	21+ s/d 22 Tahun	7-8	Universitas Kristen Duta Wacana
Perempuan	Kurang dari 20 Tahun	1-2	Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga
Laki Laki	Kurang dari 20 Tahun	1-2	Universitas Gajah Mada
Perempuan	Kurang dari 20 Tahun	1-2	Universitas Negeri Yogyakarta
Perempuan	23+ s/d 24 Tahun	13-14	Universitas Teknologi Yogyakarta
Perempuan	20+ s/d 21 Tahun	5-6	Universitas Teknologi Yogyakarta
Perempuan	20+ s/d 21 Tahun	3-4	Universitas Pembangunan "Veteran" YK
Laki Laki	23+ s/d 24 Tahun	9-10	Universitas Kristen Duta Wacana
Laki Laki	23+ s/d 24 Tahun	5-6	Universitas Negeri Yogyakarta
Laki Laki	22+ s/d 23 Tahun	7-8	Universitas Amikom
Laki Laki	20+ s/d 21 Tahun	1-2	Universitas Ahmad Dahlan
Laki Laki	20+ s/d 21 Tahun	7-8	Universitas Gajah Mada
Laki Laki	20+ s/d 21 Tahun	5-6	Universitas Gajah Mada
Laki Laki	21+ s/d 22 Tahun	7-8	Universitas Teknologi Yogyakarta
Laki Laki	21+ s/d 22 Tahun	9-10	STIE YKPN
Laki Laki	20+ s/d 21 Tahun	3-4	Universitas Muhammadiyah Yogyakarta
Laki Laki	22+ s/d 23 Tahun	7-8	Universitas Gajah Mada
Laki Laki	22+ s/d 23 Tahun	13-14	Universitas Sanata Dharma
Laki Laki	21+ s/d 22 Tahun	7-8	Universitas Atma Jaya Yogyakarta
Laki Laki	20+ s/d 21 Tahun	3-4	STIE YKPN
Perempuan	20+ s/d 21 Tahun	7-8	Universitas Gajah Mada
Laki Laki	21+ s/d 22 Tahun	3-4	Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga
Laki Laki	21+ s/d 22 Tahun	3-4	Universitas Muhammadiyah Yogyakarta
Laki Laki	21+ s/d 22 Tahun	5-6	Universitas Sanata Dharma

Laki Laki	Kurang dari 20 Tahun	1-2	Universitas PGRI Yogyakarta
Laki Laki	21+ s/d 22 Tahun	7-8	Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga
Laki Laki	20+ s/d 21 Tahun	3-4	Universitas Kristen Duta Wacana
Laki Laki	22+ s/d 23 Tahun	7-8	Universitas PGRI Yogyakarta
Laki Laki	22+ s/d 23 Tahun	5-6	STIE YKPN
Laki Laki	21+ s/d 22 Tahun	13-14	Universitas Gajah Mada
Laki Laki	Kurang dari 20 Tahun	1-2	Universitas Sanata Dharma
Laki Laki	22+ s/d 23 Tahun	7-8	itda
Perempuan	Kurang dari 20 Tahun	1-2	Universitas Islam Indonesia
Laki Laki	22+ s/d 23 Tahun	5-6	Universitas Negeri Yogyakarta
Laki Laki	21+ s/d 22 Tahun	5-6	Universitas Sanata Dharma
Perempuan	Kurang dari 20 Tahun	5-6	Universitas Gajah Mada
Perempuan	21+ s/d 22 Tahun	7-8	Universitas Islam Indonesia
Laki Laki	22+ s/d 23 Tahun	7-8	Universitas Teknologi Yogyakarta
Laki Laki	21+ s/d 22 Tahun	5-6	STIE YKPN
Laki Laki	21+ s/d 22 Tahun	7-8	Universitas Amikom
Laki Laki	20+ s/d 21 Tahun	3-4	UST
Perempuan	20+ s/d 21 Tahun	7-8	Universitas Gajah Mada
Laki Laki	22+ s/d 23 Tahun	7-8	Universitas Kristen Duta Wacana
Laki Laki	20+ s/d 21 Tahun	5-6	Universitas Ahmad Dahlan
Perempuan	22+ s/d 23 Tahun	11-12	Universitas Gajah Mada
Laki Laki	21+ s/d 22 Tahun	7-8	Universitas PGRI Yogyakarta
Laki Laki	20+ s/d 21 Tahun	3-4	Universitas PGRI Yogyakarta
Perempuan	21+ s/d 22 Tahun	7-8	Universitas Islam Indonesia
Perempuan	20+ s/d 21 Tahun	5-6	Universitas Amikom
Perempuan	21+ s/d 22 Tahun	9-10	STIE YKPN
Laki Laki	20+ s/d 21 Tahun	5-6	Universitas Muhammadiyah Yogyakarta
Laki Laki	20+ s/d 21 Tahun	3-4	Universitas Ahmad Dahlan
Laki Laki	Kurang dari 20 Tahun	1-2	Universitas Islam Indonesia
Laki Laki	Kurang dari 20 Tahun	1-2	Universitas Amikom
Laki Laki	22+ s/d 23 Tahun	9-10	Universitas Atma Jaya Yogyakarta
Laki Laki	21+ s/d 22 Tahun	7-8	sttnas
Laki Laki	20+ s/d 21 Tahun	5-6	STIE YKPN

Laki Laki	20+ s/d 21 Tahun	5-6	Universitas Ahmad Dahlan
Laki Laki	20+ s/d 21 Tahun	3-4	UTY
Laki Laki	20+ s/d 21 Tahun	5-6	ITY
Laki Laki	Kurang dari 20 Tahun	3-4	STTKD
Laki Laki	21+ s/d 22 Tahun	5-6	UST
Laki Laki	21+ s/d 22 Tahun	7-8	Universitas Sanata Dharma
Laki Laki	20+ s/d 21 Tahun	5-6	Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga
Laki Laki	21+ s/d 22 Tahun	3-4	Universitas Amikom
Perempuan	21+ s/d 22 Tahun	9-10	Universitas Atma Jaya Yogyakarta
Laki Laki	20+ s/d 21 Tahun	7-8	STIE YKPN
Laki Laki	20+ s/d 21 Tahun	7-8	Universitas Islam Indonesia
Perempuan	21+ s/d 22 Tahun	7-8	Universitas Islam Indonesia
Perempuan	20+ s/d 21 Tahun	5-6	Universitas Islam Indonesia
Perempuan	20+ s/d 21 Tahun	5-6	Universitas Islam Indonesia
Laki Laki	21+ s/d 22 Tahun	7-8	Universitas Amikom
Perempuan	20+ s/d 21 Tahun	7-8	Universitas Islam Indonesia
Perempuan	22+ s/d 23 Tahun	7-8	Universitas Islam Indonesia
Laki Laki	21+ s/d 22 Tahun	9-10	Universitas Amikom
Perempuan	20+ s/d 21 Tahun	7-8	Universitas Negeri Yogyakarta
Perempuan	20+ s/d 21 Tahun	3-4	Universitas Jenderal Achmad Yani
Laki Laki	23+ s/d 24 Tahun	11-12	Universitas Sanata Dharma
Laki Laki	21+ s/d 22 Tahun	3-4	STIE YKPN
Perempuan	Kurang dari 20 Tahun	1-2	Universitas Gajah Mada
Perempuan	Kurang dari 20 Tahun	1-2	Universitas Pembangunan "Veteran" YK
Perempuan	Kurang dari 20 Tahun	1-2	Universitas Muhammadiyah Yogyakarta
Laki Laki	23+ s/d 24 Tahun	9-10	Universitas Ahmad Dahlan
Perempuan	20+ s/d 21 Tahun	3-4	Universitas Atma Jaya Yogyakarta
Laki Laki	Kurang dari 20 Tahun	1-2	UST
Perempuan	20+ s/d 21 Tahun	5-6	AA YKPN
Perempuan	21+ s/d 22 Tahun	5-6	Universitas Ahmad Dahlan
Laki Laki	21+ s/d 22 Tahun	7-8	Universitas Pembangunan "Veteran" YK
Laki Laki	22+ s/d 23 Tahun	7-8	Universitas Islam Indonesia
Laki Laki	Kurang dari 20 Tahun	1-2	Universitas Amikom

Perempuan	20+ s/d 21 Tahun	1-2	Universitas Amikom
Perempuan	23+ s/d 24 Tahun	11-12	Universitas PGRI Yogyakarta
Perempuan	22+ s/d 23 Tahun	7-8	Universitas Islam Indonesia
Perempuan	21+ s/d 22 Tahun	7-8	Universitas Islam Indonesia
Perempuan	21+ s/d 22 Tahun	7-8	Universitas Islam Indonesia
Perempuan	22+ s/d 23 Tahun	7-8	Universitas Islam Indonesia
Perempuan	21+ s/d 22 Tahun	7-8	Universitas Islam Indonesia
Perempuan	20+ s/d 21 Tahun	3-4	Universitas Kristen Duta Wacana
Perempuan	22+ s/d 23 Tahun	9-10	Universitas Pembangunan "Veteran" YK
Perempuan	21+ s/d 22 Tahun	3-4	Universitas Gajah Mada
Perempuan	22+ s/d 23 Tahun	7-8	STIE YKPN
Perempuan	20+ s/d 21 Tahun	9-10	Universitas Islam Indonesia
Perempuan	20+ s/d 21 Tahun	1-2	Universitas Amikom
Perempuan	20+ s/d 21 Tahun	1-2	Universitas Islam Indonesia
Laki Laki	23+ s/d 24 Tahun	11-12	Universitas Islam Indonesia
Perempuan	20+ s/d 21 Tahun	1-2	Universitas Islam Indonesia
Perempuan	20+ s/d 21 Tahun	1-2	Universitas Islam Indonesia
Perempuan	20+ s/d 21 Tahun	1-2	Universitas Islam Indonesia
Perempuan	Kurang dari 20 Tahun	1-2	Universitas Islam Indonesia
Laki Laki	23+ s/d 24 Tahun	11-12	Universitas Islam Indonesia
Perempuan	20+ s/d 21 Tahun	3-4	Universitas Islam Indonesia
Perempuan	20+ s/d 21 Tahun	1-2	Universitas Islam Indonesia
Perempuan	20+ s/d 21 Tahun	3-4	Universitas Islam Indonesia
Perempuan	Kurang dari 20 Tahun	1-2	Universitas Islam Indonesia
Perempuan	20+ s/d 21 Tahun	3-4	Universitas Islam Indonesia
Laki Laki	22+ s/d 23 Tahun	5-6	Universitas Ahmad Dahlan
Laki Laki	20+ s/d 21 Tahun	1-2	Universitas Islam Indonesia
Perempuan	Kurang dari 20 Tahun	1-2	Universitas Islam Indonesia
Perempuan	20+ s/d 21 Tahun	9-10	Universitas Islam Indonesia
Perempuan	21+ s/d 22 Tahun	7-8	Universitas Islam Indonesia