

**Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Niat Menggunakan *E-Wallet***

**ShopeePay: Studi Generasi Z di Indonesia**

SKRIPSI



Disusun Oleh :

Nama : Hayyi Farhan Taqiyuddin

Nomor Mahasiswa : 19311106

Program Studi : Manajemen

Bidang Konsentrasi : Pemasaran

**FAKULTAS BISNIS DAN EKONOMIKA**

**UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA**

**YOGYAKARTA**

**2022**

**Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Niat Menggunakan *E-Wallet***

**ShopeePay: Studi Generasi Z di Indonesia**

**SKRIPSI**

Ditulis dan diajukan untuk memenuhi syarat ujian akhir guna memperoleh gelar sarjana strata-1 di Program Studi Manajemen, Fakultas Bisnis dan Ekonomika, Universitas Islam Indonesia



Oleh :

Nama : Hayyi Farhan Taqiyuddin

Nomor Mahasiswa : 19311106

Program Studi : Manajemen

Bidang Konsentrasi : Pemasaran

**FAKULTAS BISNIS DAN EKONOMIKA  
UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA  
YOGYAKARTA**

**2022**

## PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME

“Dengan ini saya menyatakan bahwa dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan orang lain 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 diacu dalam naskah ini disebutkan dalam refrensi. Apabila kemudian hari terbukti bahwa pernyataan ini tidak benar, saya sanggup menerima hukuman/sanksi apapun sesuai peraturan yang berlaku.”

Yogyakarta, 7 November 2022

Penulis,



Hayyi Farhan Taqiyuddin

## HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI

**Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Niat Menggunakan *E-Wallet***

**ShopeePay: Studi Generasi Z di Indonesia**

Nama : Hayyi Farhan Taqiyuddin

Nomor Mahasiswa : 19311106

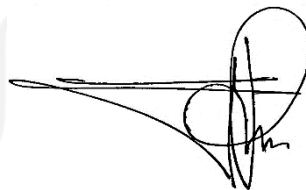
Program Studi : Manajemen

Bidang Peminatan : Pemasaran

Yogyakarta, 7 November 2022

Telah disetujui dan disahkan oleh

Dosen Pembimbing,



Agus Abdurrahman Drs. M.M.

**BERITA ACARA UJIAN TUGAS AKHIR**

TUGAS AKHIR BERJUDUL

**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI NIAT MENGGUNAKAN E-WALLET SHOPEEPAY: STUDI GENERASI Z DI INDONESIA**

Disusun Oleh : **HAYYI FARHAN TAQIYUDDIN**

Nomor Mahasiswa : **19311106**

Telah dipertahankan di depan Tim Penguji dan dinyatakan **LULUS**

Pada hari, tanggal: Kamis, 08 Desember 2022

Penguji/ Pembimbing TA : Agus Abdurrahman, Drs., M.M.

Penguji : Muchsin Muthohar, Drs., MBA.



Mengetahui  
Dekan Fakultas Bisnis dan Ekonomika  
Universitas Islam Indonesia



Johan Arifin, S.E., M.Si., Ph.D.

## HALAMAN MOTO

*“Boleh jadi kamu membenci sesuatu padahal ia amat baik bagimu, dan boleh jadi pula kamu menyukai sesuatu padahal ia amat buruk bagimu, Allah mengetahui sedang kamu tidak mengetahui”*

**(Q.S Al-Baqarah: 216)**

*“Raihlah ilmu dan untuk meraih ilmu belajarlah tenang dan sabar”*

**(Umar bin Khattab)**

*“Bermain dengan tanggung jawab dan konsisten itu mudah, asal jangan mudah mempermainkan tanggung jawab dan konsisten itu”*

**(Hayyi Farhan Taqiyuddin)**

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi terkait faktor-faktor niat anteseden generasi Z di Indonesia terhadap niat menggunakan ShopeePay. Teori utama penelitian ini menggunakan *Technology Acceptance Model* (TAM) dan *Theory of Reasoned Action* (TRA) dengan menggunakan variabel norma subjektif, persepsi manfaat, persepsi kemudahan penggunaan, dan niat menggunakan. Dengan menggunakan pendekatan kuantitatif melalui penyebaran kuesioner online didapatkan jumlah 180 responden. Jumlah responden tersebut didapatkan dengan menggunakan teknik purposive sampling berdasarkan kriteria responden tahun kelahiran 1995-2010 dan mengetahui tentang ShopeePay. Data dianalisis dengan menggunakan metode PLS-SEM. Adapun hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa persepsi kemudahan penggunaan tidak berpengaruh terhadap niat menggunakan ShopeePay, namun norma subjektif berpengaruh positif dan signifikan terhadap persepsi manfaat, persepsi kemudahan penggunaan dan niat menggunakan ShopeePay, persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap persepsi manfaat ShopeePay, persepsi manfaat berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat menggunakan ShopeePay. Penelitian ini dapat berkontribusi kepada literatur pada topik penggunaan dompet elektronik dengan mempertimbangkan variabel norma subjektif, persepsi manfaat, persepsi kemudahan penggunaan, dan niat menggunakan. Adapun bagi pihak perusahaan dapat menjadi bahan pertimbangan dalam meningkatkan layanan ShopeePay seperti menjalin kerjasama dengan pihak ketiga terkait penyediaan layanan pembayaran pada *e-commerce* lain ataupun gerai penyedia layanan tarik tunai.

**Kata kunci:** Norma Subjektif, Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Niat Menggunakan, E-Wallet ShopeePay.

## ABSTRACT

This study aims to identify the factors related to the antecedent intention of Generation Z in Indonesia towards the intention to use ShopeePay. The main theory of this study uses the Technology Acceptance Model (TAM) and Theory of Reasoned Action (TRA) by using subjective norm variables, perceived usefulness, perceived ease of use, and intention to use. By using a quantitative approach through distributing online questionnaires, a total of 180 respondents were obtained. The number of respondents was obtained using a purposive sampling technique based on the criteria of respondents born in 1995-2010 and knowing about the ShopeePay. The results of the data were analyzed using the PLS-SEM method. The results of this study indicate that perceived ease of use has no effect on intentions to use ShopeePay, but subjective norms have a positive and significant effect on perceived benefits, perceived ease of use and intentions to use ShopeePay, perceived ease of use has a positive and significant effect on perceived benefits of ShopeePay, perceived benefits positive and significant effect on the intention to use ShopeePay. This research can contribute to the literature on the topic of e-wallet usage by considering the variables of subjective norm, perceived usefulness, perceived ease of use, and intention to use. As for the company, it can be taken into consideration in improving ShopeePay services such as collaborating with third parties regarding the provision of payment services at other e-commerce or outlets providing cash withdrawal services.

**Keywords:** Subjective Norms, Perceived Benefits, Perceived Ease of Use, Intention to Use, ShopeePay E-Wallet.



## KATA PENGANTAR

Dengan memanjatkan puja dan puji syukur kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, taufik, dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul **“Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Niat Menggunakan *E-Wallet* ShopeePay: Studi Generasi Z di Indonesia”**, sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana Strata-1 (S1) pada Program Studi Manajemen, Fakultas Bisnis dan Ekonomika, Universitas Islam Indonesia.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini tidak mungkin terselesaikan tanpa adanya dukungan, bantuan, bimbingan, dan nasehat dari berbagai pihak selama penyusunan skripsi ini. Pada kesempatan ini penulis menyampaikan terima kasih setulus-tulusnya kepada:

1. Agus Abdurrahman Drs. M.M. selaku dosen pembimbing skripsi atas segala bimbingan, arahan, saran serta dukungan yang diberikan kepada penulis sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.
2. Johan Arifin, S.E., M.Si., Ph.D. selaku Dekan Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Islam Indonesia.
3. Seluruh Dosen dan Staff yang telah memberikan ilmu pengetahuan yang tak ternilai dan membantu kelancaran perkuliahan penulis dalam menempuh pendidikan di Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Islam Indonesia.
4. Kedua orang tua penulis, Sutrisno dan Endang Dwi Ratnawati, yang selalu memberikan kasih sayang, doa, nasehat, dan dukungan baik bentuk secara moral maupun material dalam setiap langkah hidup penulis.

5. Natalia Kusuma yang telah tulus membantu dan mendukung penulis hingga dititik menyelesaikan skripsi ini.
6. Teman-teman seperjuangan selama kuliah, Azzem, Malik, Nabil, Ardi, Ahmed, Billy, Jaja, Hanan, Dempo, Haqi, Aldo, Teo, yang selalu memberikan bantuan, dukungan, dan canda tawa.
7. Teman-teman SMA yang berada di Yogyakarta, Ascend, Naufal, Dhanu, Tete, Fadhil dan anak-anak kontrakan UMY yang turut memberikan semangat dan bantuan hingga skripsi ini terselesaikan.
8. Teman-teman Teknik Sipil UMY, Bayu, Raja, Aul, Zakri, Elfandy, dan Shafly yang tetap selalu menyempatkan waktunya untuk berbagi cerita, pengalaman dan memberikan semangat dalam menjalani perkuliahan.
9. Teman-teman KKN Unit 253, Razak, Hafidz, Novri, Putri, Anas, Mia, Mita, Oca yang sudah menjadi teman terbaik selama kurang lebih 1 bulan yang telah memberikan cerita dan semangat bagi penulis hingga dapat menyelesaikan skripsi ini.
10. Teman-teman Manajemen angkatan 2019, yang sudah menjadi teman saat kuliah dan berbagi pengalaman serta ilmu pengetahuan yang berharga.

Semoga dengan kebaikan dan pertolongan yang telah diberikan dapat menjadi keberkahan dari Allah SWT. Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Untuk itu dengan kerendahan hati, penulis mengharapkan saran dan kritik dari semua pihak yang bersifat membangun guna memberikan manfaat untuk orang banyak baik itu akademisi maupun umum.

## DAFTAR ISI

|   |       |
|---|-------|
| <b>HALAMAN JUDUL SKRIPSI</b> .....            | i     |
| <b>PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME</b> .....     | iii   |
| <b>HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI</b> .....       | iv    |
| <b>HALAMAN PENGESAHAN UJIAN SKRIPSI</b> ..... | v     |
| <b>HALAMAN MOTO</b> .....                     | vi    |
| <b>ABSTRAK</b> .....                          | vii   |
| <b>ABSTRACT</b> .....                         | viii  |
| <b>KATA PENGANTAR</b> .....                   | ix    |
| <b>DAFTAR ISI</b> .....                       | xi    |
| <b>DAFTAR TABEL</b> .....                     | xvi   |
| <b>DAFTAR GAMBAR</b> .....                    | xvii  |
| <b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....                  | xviii |
| <b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....                | 1     |
| 1.1 <b>LATAR BELAKANG</b> .....               | 1     |
| 1.2 <b>RUMUSAN MASALAH PENELITIAN</b> .....   | 6     |
| 1.3 <b>TUJUAN PENELITIAN</b> .....            | 6     |
| 1.4 <b>MANFAAT PENELITIAN</b> .....           | 7     |
| <b>BAB II KAJIAN PUSTAKA</b> .....            | 9     |
| 2.1 <b>LANDASAN TEORI</b> .....               | 9     |
| 2.2 <b>DEFINISI VARIABEL</b> .....            | 17    |

|  |   |    |
|--|---|----|
| 2.2.1                                      | Norma Subjektif .....   | 17 |
| 2.2.2                                      | Persepsi Manfaat .....  | 18 |
| 2.2.3                                      | Persepsi Kemudahan Penggunaan .....   | 19 |
| 2.2.4                                      | Niat Menggunakan .....  | 20 |
| 2.3  | <b>PENGEMBANGAN HIPOTESIS</b> .....   | 21 |
| 2.3.1                                      | Pengaruh Norma Subjektif Terhadap Persepsi Manfaat <i>E-Wallet</i><br>ShopeePay .....               | 21 |
| 2.3.2                                      | Pengaruh Norma Subjektif Terhadap Persepsi Kemudahan<br>Penggunaan <i>E-Wallet</i> ShopeePay .....  | 23 |
| 2.3.3                                      | Pengaruh Norma Subjektif Terhadap Niat Menggunakan <i>E-Wallet</i><br>ShopeePay .....               | 24 |
| 2.3.4                                      | Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan Terhadap Persepsi<br>Manfaat <i>E-Wallet</i> ShopeePay ..... | 25 |
| 2.3.5                                      | Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan Terhadap Niat<br>Menggunakan <i>E-Wallet</i> ShopeePay ..... | 26 |
| 2.3.6                                      | Pengaruh Persepsi Manfaat Terhadap Niat Menggunakan <i>E-Wallet</i><br>ShopeePay .....              | 27 |
| 2.4  | <b>MODEL PENELITIAN</b> .....   | 29 |
| <b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN</b> ..... |   | 30 |
| 3.1  | <b>DESAIN PENELITIAN</b> .....  | 30 |
| 3.1.1                                      | Jenis, Pendekatan, dan Lokasi Penelitian .....  | 30 |

|   |  |           |
|---|--|-----------|
| 3.1.2   | Teknik Pengumpulan Data.....                       | 30        |
| 3.2   | POPULASI DAN SAMPEL .....                          | 31        |
| 3.3   | DEFINISI OPERASIONAL DAN PENGUKURAN VARIABEL ..... | 32        |
| 3.3.1   | Norma Subjektif .....                              | 32        |
| 3.3.2   | Persepsi Manfaat .....                             | 33        |
| 3.3.3   | Persepsi Kemudahan Penggunaan.....                 | 34        |
| 3.3.4   | Niat Menggunakan .....                             | 35        |
| 3.4   | DESAIN KUISONER.....                               | 36        |
| 3.5   | METODE PENGUJIAN .....                             | 36        |
| 3.6   | KESESUAIAN MODEL LUAR (Outer Model).....           | 37        |
| 3.6.1   | Uji Validitas .....                                | 37        |
| 3.6.2   | Uji Reliabilitas.....                              | 38        |
| 3.7   | ESTIMASI MODEL STRUKTURAL (Inner Model).....       | 39        |
| 3.8   | PILOT TEST .....                                   | 40        |
| <b>BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN.....</b> |  | <b>44</b> |
| 4.1   | HASIL.....   | 44        |
| 4.1.1   | Profil Responden .....                             | 44        |
| 4.1.2   | Deskriptif Variabel .....                          | 49        |
| 4.1.3   | Pengujian Model Pengukuran (Outer Model) .....     | 54        |
| 4.1.4   | Pengujian Model Struktural (Inner Model).....      | 59        |

|                              |   |           |
|------------------------------|---|-----------|
| 4.2                          | PEMBAHASAN.....   | 66        |
| 4.2.1                        | Pengaruh Norma Subjektif Terhadap Persepsi Manfaat <i>E-Wallet</i><br>ShopeePay .....               | 66        |
| 4.2.2                        | Pengaruh Norma Subjektif Terhadap Persepsi Kemudahan<br>Penggunaan <i>E-Wallet</i> ShopeePay .....  | 68        |
| 4.2.3                        | Pengaruh Norma Subjektif Terhadap Niat Menggunakan <i>E-Wallet</i><br>ShopeePay .....               | 69        |
| 4.2.4                        | Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan Terhadap Persepsi<br>Manfaat <i>E-Wallet</i> ShopeePay ..... | 71        |
| 4.2.5                        | Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan Terhadap Niat<br>Menggunakan <i>E-Wallet</i> ShopeePay ..... | 72        |
| 4.2.6                        | Pengaruh Persepsi Manfaat Terhadap Niat Menggunakan <i>E-Wallet</i><br>ShopeePay .....              | 75        |
| <b>BAB V KESIMPULAN.....</b> |   | <b>77</b> |
| 5.1                          | KESIMPULAN .....  | 77        |
| 5.2                          | MANFAAT DAN IMPLIKASI PENELITIAN .....  | 79        |
| 5.3                          | KETERBATASAN PENELITIAN .....   | 81        |
| 5.4                          | SARAN .....   | 81        |
| <b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>  |   | <b>83</b> |
| <b>LAMPIRAN .....</b>        |   | <b>89</b> |
|                              | Lampiran 1.....   | 89        |

Lampiran 2..... 96

Lampiran 3..... 106



## DAFTAR TABEL

|   |    |
|---|----|
| Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu.....                                | 12 |
| Tabel 3. 1 Item Pengukuran Norma Subjektif.....                     | 33 |
| Tabel 3. 2 Item Pengukuran Persepi Manfaat .....                    | 34 |
| Tabel 3. 3 Item Pengukuran Persepsi Kemudahan Penggunaan .....      | 34 |
| Tabel 3. 4 Item Pengukuran Niat Menggunakan.....                    | 35 |
| Tabel 3. 5 Hasil Uji Validitas dan Uji Reliabilitas .....           | 41 |
| Tabel 3. 6 Hasil Uji Validitas Diskriminan.....                     | 42 |
| Tabel 3. 7 Hasil Uji Outer Loading .....                            | 42 |
| Tabel 4. 1 Profil Responden .....                                   | 45 |
| Tabel 4. 2 Skala Kategori Deskriptif Variabel .....                 | 50 |
| Tabel 4. 3 Deskriptif Norma Subjektif ShopeePay .....               | 51 |
| Tabel 4. 4 Deskriptif Persepsi Manfaat ShopeePay.....               | 52 |
| Tabel 4. 5 Deskriptif Persepsi Kemudahan Penggunaan ShopeePay ..... | 53 |
| Tabel 4. 6 Deskriptif Niat Menggunakan ShopeePay.....               | 54 |
| Tabel 4. 7 Hasil Outer Loading .....                                | 55 |
| Tabel 4. 8 Hasil Average Variance Extracted (AVE).....              | 57 |
| Tabel 4. 9 Hasil Validitas Diskriminan.....                         | 57 |
| Tabel 4. 10 Hasil Uji Reliabilitas .....                            | 58 |
| Tabel 4. 11 Hasil Uji Kolinearitas .....                            | 61 |
| Tabel 4. 12 Hasil Koefisien Jalur .....                             | 63 |
| Tabel 4. 13 Hasil R-Square .....                                    | 64 |
| Tabel 4. 14 Hasil Q-Square .....                                    | 65 |



## DAFTAR GAMBAR

|  |    |
|--|----|
| Gambar 2. 1 Technology Acceptance Model (TAM).....             | 10 |
| Gambar 2. 2 Theory of Reasoned Action (TRA) .....              | 11 |
| Gambar 2. 3 Model Penelitian.....                              | 29 |
| Gambar 4. 1 Pendidikan Terakhir.....                           | 46 |
| Gambar 4. 2 Pekerjaan .....                                    | 47 |
| Gambar 4. 3 Asal Daerah .....                                  | 48 |
| Gambar 4. 4 Apakah Anda Lebih Mengenal E-wallet ShopeePay..... | 49 |
| Gambar 4. 5 Model Pengukuran Outer .....                       | 55 |
| Gambar 4. 6 Hasil Inner Model.....                             | 60 |



## DAFTAR LAMPIRAN

|                  |     |
|------------------|-----|
| Lampiran 1 ..... | 89  |
| Lampiran 2 ..... | 96  |
| Lampiran 3 ..... | 106 |



# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 LATAR BELAKANG**

Perkembangan pesat teknologi saat ini telah mempengaruhi kehidupan masyarakat mulai dari segi ekonomi, sosial, budaya, dan pendidikan. Contohnya memudahkan masyarakat dalam bertransaksi. Dimana alat pembayaran yang sebelumnya tunai, mulai menunjukkan inovasi terbaru. Salah satunya dengan munculnya dompet elektronik (*e-wallet*). Bank Indonesia melalui peraturan Nomor 18/40/PBI/2016 tentang Penyelenggaraan Pemrosesan Transaksi Pembayaran dalam pada Pasal 1 ayat 7, dompet elektronik atau *e-wallet* yaitu suatu layanan elektronik yang bertujuan untuk menyimpan data instrumen pembayaran berupa alat pembayaran dengan menggunakan kartu atau uang elektronik.

Di Indonesia penggunaan *e-wallet* terus mengalami peningkatan terutama pada platform *e-commerce*. Dikutip dari analisis RedSeer (2022) yang menyatakan sebanyak 29% transaksi di *e-commerce* di Indonesia dilakukan melalui *e-wallet*. Presentase tersebut Indonesia menempati peringkat pertama sebagai negara pengguna *e-wallet* pada *e-commerce* di antara negara ASEAN. Hal ini tidak dipungkiri karena ada beberapa pemain besar di industri *e-wallet* Indonesia seperti ShopeePay, OVO, GoPay, DANA, dan LinkAja. Namun demikian, publikasi dari tiga survei yang dilakukan oleh Snapcart, MarkPlus Inc, dan Yougov pada tahun 2020, di antara lima merek aplikasi *e-wallet* tersebut yang paling terpopuler dan diminati di Indonesia yakni ShopeePay. Dimana berhasil menjadi merek *e-wallet* dengan pertumbuhan pengguna terbesar sejak Juni 2020.

ShopeePay adalah layanan dompet digital yang ditawarkan oleh Shopee. Tercatat pada akhir tahun 2018, Shopee mengantongi lisensi dompet digital dari Bank Indonesia yang diberi nama ShopeePay. Untuk penggunaan dompet digital ShopeePay dilakukan dengan mengunduh aplikasi *e-commerce* Shopee (Mawardani & Dwijayanti, 2021). Berdasarkan keterangan dari Kompas.com (2022), melalui data Similar “Web for App Performance”, Shopee memiliki jumlah aktif harian sebesar 33,27 Juta. Hal itu selaras dengan laporan “Map of E-commerce” yang menyebutkan bahwa aplikasi Shopee menduduki sebagai aplikasi *e-commerce* yang paling banyak diunduh pada Google Play Store ataupun Apple App Store.

Hasil riset yang dilakukan Snapcart (2020), berdasarkan kelompok umur berbelanja pada *e-commerce* Shopee yang menggunakan ShopeePay berkisar kelompok umur 19-24 tahun (72%), 25-30 tahun (69%), kurang dari 19 tahun (69%), 31-35 tahun (63%), dan 35 tahun keatas (53%). Adapun riset dari Katadata Insight Center (2020) juga menyatakan bahwa ShopeePay menjadi layanan pembayaran digital teratas yang digunakan oleh generasi Z yakni sebanyak 77,8%. Jika dilihat dari presentase tertinggi tersebut maka generasi Z yang paling dominan dalam penggunaan ShopeePay. Namun demikian, data tersebut masih belum menjelaskan sebab tingginya penggunaan ShopeePay pada generasi Z. Misalnya apakah disebabkan karena manfaat yang didapatkan, kemudahan penggunaan atau pengaruh faktor sosial dalam hal ini norma subjektif. Maka dari itu sangat menarik jika dapat meneliti terkait masalah fenomena tersebut.

Menurut Posnick & Goodwin (2010), Generasi Z atau biasa disebut dengan *post-millennials* adalah kelompok generasi yang lahir antara tahun 1995 dan akhir 2000-an. Gen Z berakhir pada kelahiran 2010 (Nagy & Kolcsey, 2017). Generasi Z memiliki ketergantungan, kedekatan dan tidak bisa dipisahkan dengan teknologi atau media sosial (Gazali, 2019). Namun dalam penerimaan suatu teknologi faktor sosial yakni norma subjektif perlu dipertimbangkan (Malhotra, 1999). Jika dikaitkan norma subjektif berhubungan dengan pandangan generasi Z terhadap tekanan sosial yang akan mempengaruhi minat untuk melakukan atau tidak melakukan penggunaan ShopeePay. Dengan demikian, masalah fenomena tersebut menarik untuk ditindak lanjuti dan diangkat menjadi tema penelitian ini.

Dalam penelitian ini, terdapat empat variabel utama yang akan diteliti yaitu norma subjektif, persepsi manfaat, persepsi kemudahan penggunaan dan niat menggunakan. Empat variabel tersebut merupakan pengembangan konsep *Technology Acceptance Model* (TAM) yang dikembangkan oleh Davis (1989) dan *Theory of Reasoned Action* (TRA) oleh Ajzen (1975). Kaitan TAM yakni melalui penerimaan seseorang terhadap sistem terbaru melalui persepsi manfaat, persepsi kemudahan penggunaan, serta nilai perilaku pengguna melalui penerimaan sistem informasi (Davis, 1989). Adapun TRA merupakan teori yang digunakan terkait faktor penentu perilaku dan faktor determinannya, yaitu sikap terhadap perilaku dan norma subjektif (Ajzen, 1975).

Beberapa penelitian terdahulu telah mengkaji terkait variabel-variabel terkait norma subjektif, persepsi manfaat, persepsi kemudahan penggunaan dan niat menggunakan. Namun demikian, masih banyak penelitian sebelumnya yang

meneliti terkait variabel tersebut tetapi masih ditemukan hasil yang tidak konsisten. Seperti penelitian yang dilakukan oleh Nidhi et al. (2020), mengenai kaitan antara persepsi kemudahan penggunaan terhadap niat menggunakan *mobile wallet* mendapatkan hasil yang positif dan signifikan. Namun hasil berbeda ditemukan dari penelitian Aji et al. (2020), terkait persepsi kemudahan penggunaan pada niat menggunakan *e-money* dimana tidak signifikan.

Hubungan variabel persepsi manfaat terhadap niat menggunakan teknologi, seperti dari penelitian Ma (2021) dimana menguji pengaruh persepsi manfaat dan niat menggunakan teknologi *internet pharmacy*. Dalam penelitian diketahui bahwa persepsi manfaat tidak berpengaruh signifikan terhadap niat menggunakan *internet pharmacy*. Berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Miao et al. (2017) yang meneliti terkait niat menggunakan aplikasi *mobile health*. Didapatkan hasil bahwa niat menggunakan *mobile health* dipengaruhi oleh persepsi manfaat secara positif dan signifikan.

Selain itu penelitian terdahulu terkait hubungan norma subjektif dengan persepsi kemudahan penggunaan, persepsi manfaat, dan niat menggunakan juga tidak konsisten. Hasil analisis penelitian yang dilakukan oleh Aji et al. (2020) mendapati hasil persepsi manfaat, persepsi kemudahan penggunaan, dan niat menggunakan *e-money* diberikan pengaruh positif signifikan oleh norma subjektif. Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Miao et al. (2017) terkait niat adopsi *mobile health* mendapati hasil bahwa norma subjektif terhadap niat menggunakan tidak berpengaruh signifikan. Hasil selaras juga ditemukan oleh Lau et al. (2001), Roberts & Henderson (2000) yang menemukan hasil yang tidak signifikan.

Penelitian serupa yang menguji hubungan norma subjektif, persepsi manfaat, persepsi kemudahan penggunaan dan niat menggunakan *e-wallet* memang sudah banyak dilakukan. Namun demikian, pengaruh faktor sosial yakni norma subjektif terhadap niat menggunakan masih belum banyak diteliti khususnya dalam konteks niat menggunakan *e-wallet*. Disisi lain penelitian sebelumnya masih belum banyak yang meneliti spesifik objek *e-wallet*. Contohnya dalam niat menggunakan *e-wallet* ShopeePay. Beberapa memang sudah meneliti terkait niat adopsi *e-wallet* ShopeePay seperti yang dilakukan Latief et al. (2021) tetapi sampel penelitian yang digunakan masih mencakup ke semua generasi.

Untuk itu pada penelitian ini penulis merasa perlu menambahkan generasi Z dalam konteks niat menggunakan *e-wallet* ShopeePay. Penelitian sebelumnya juga belum banyak yang meneliti terkait niat adopsi generasi Z khususnya dalam konteks *e-wallet* ShopeePay. ShopeePay menjadi *e-wallet* dengan nilai total transaksi tertinggi di Indonesia (Prasetyo, 2020). Disisi lain generasi Z berperan sebagai pengguna ShopeePay yang paling dominan. Sehingga menarik jika dapat mengangkat konteks niat menggunakan ShopeePay pada generasi Z di Indonesia.

Berdasarkan latar belakang dan fenomena yang sudah dijabarkan tersebut, maka penulis mempunyai ketertarikan guna melakukan uji mengenai hubungan norma subjektif, persepsi manfaat, persepsi kemudahan terhadap niat menggunakan *e-wallet* ShopeePay. Dalam hal ini penulis mengambil judul “Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Niat Menggunakan *E-Wallet* ShopeePay: Studi Generasi Z di Indonesia”. Secara umum, model penelitian ini direplikasi dari penelitian Aji et al. (2020) dengan mengganti konteks serta objek penelitiannya.

## 1.2 RUMUSAN MASALAH PENELITIAN

Berdasarkan latar belakang dan fenomena tersebut, peneliti tertarik akan peninjauan serta perumusan pokok masalah terkait variabel berikut :

1. Apakah norma subjektif memberikan dampak positif terhadap persepsi manfaat *e-wallet* ShopeePay pada generasi Z di Indonesia?
2. Apakah norma subjektif memberikan dampak positif terhadap persepsi kemudahan penggunaan *e-wallet* ShopeePay pada generasi Z di Indonesia?
3. Apakah norma subjektif memberikan dampak positif terhadap niat menggunakan *e-wallet* ShopeePay pada generasi Z di Indonesia?
4. Apakah persepsi kemudahan penggunaan memberikan dampak positif terhadap persepsi manfaat *e-wallet* ShopeePay pada generasi Z di Indonesia?
5. Apakah persepsi kemudahan penggunaan memberikan dampak positif terhadap niat menggunakan *e-wallet* ShopeePay pada generasi Z di Indonesia?
6. Apakah persepsi manfaat memberikan dampak positif terhadap niat menggunakan *e-wallet* ShopeePay pada generasi Z di Indonesia?

## 1.3 TUJUAN PENELITIAN

Secara umum, tujuan penelitian ini yakni guna melakukan replikasi model dari Aji et al. (2020) pada konteks niat menggunakan *e-wallet* ShopeePay dikalangan generasi Z di Indonesia. Tujuan dilakukannya penelitian ini secara spesifik yakni :



1. Melakukan uji hubungan norma subjektif terhadap persepsi manfaat *e-wallet* ShopeePay pada generasi Z di Indonesia.
2. Melakukan uji hubungan norma subjektif terhadap persepsi kemudahan penggunaan *e-wallet* ShopeePay pada generasi Z di Indonesia.
3. Melakukan uji hubungan norma subjektif terhadap niat menggunakan *e-wallet* ShopeePay pada generasi Z di Indonesia.
4. Melakukan uji hubungan persepsi kemudahan penggunaan terhadap persepsi manfaat *e-wallet* ShopeePay pada generasi Z di Indonesia.
5. Melakukan uji hubungan persepsi kemudahan penggunaan terhadap niat menggunakan *e-wallet* ShopeePay pada generasi Z di Indonesia.
6. Melakukan uji hubungan persepsi manfaat terhadap niat menggunakan *e-wallet* ShopeePay pada generasi Z di Indonesia.

#### **1.4 MANFAAT PENELITIAN**

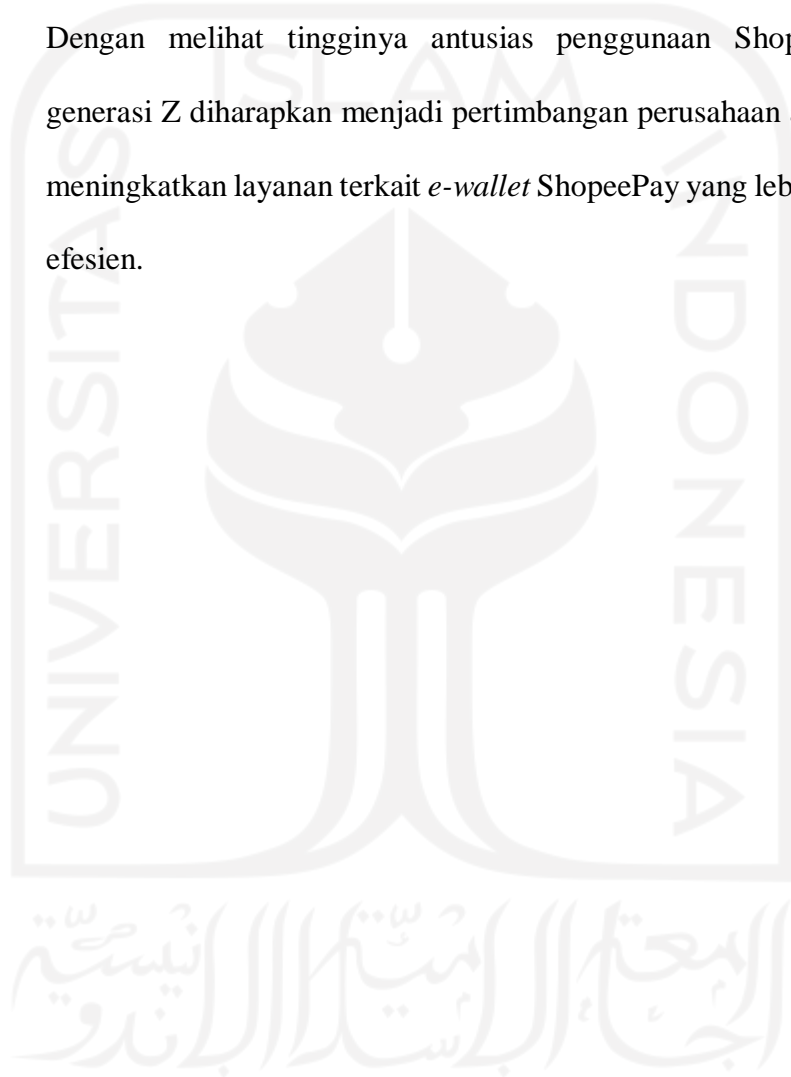
Berikut merupakan beberapa manfaat yang akan dicapai melalui hasil penelitian ini seperti :

1. Manfaat Teoritis

Terdapat harapan dari hasil penelitian ini bisa memberikan hasil kajian empiris lebih mengenai norma subjektif, persepsi manfaat, persepsi kemudahan penggunaan dan niat menggunakan, secara khusus dalam penggunaan *e-wallet* ShopeePay. Sehingga bisa menjadi referensi bagi penelitian selanjutnya dalam mengembangkan penelitian sejenis.

## 2. Manfaat Praktis

Terdapat harapan dari hasil ini bisa memberikan manfaat serta kontribusi untuk platform *e-commerce* di Indonesia, khususnya bagi perusahaan Shopee sebagai penyedia layanan *e-wallet* ShopeePay. Dengan melihat tingginya antusias penggunaan ShopeePay pada generasi Z diharapkan menjadi pertimbangan perusahaan agar semakin meningkatkan layanan terkait *e-wallet* ShopeePay yang lebih efektif dan efisien.



## BAB II

### KAJIAN PUSTAKA

#### 2.1 LANDASAN TEORI

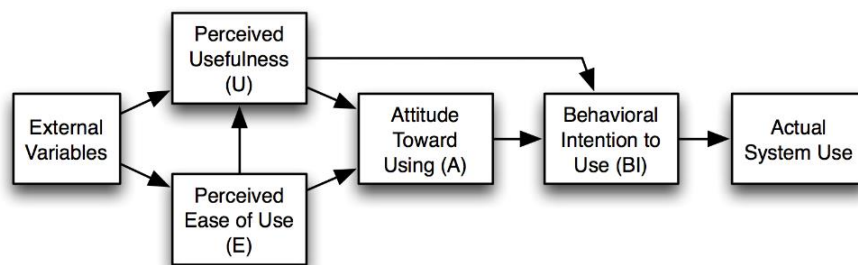
##### 2.1.1 Technology Acceptance Model (TAM)

*Technology Acceptance Model* (TAM) adalah salah satu model pendekatan terkait penerimaan teknologi. TAM dikembangkan oleh Davis (1989) dengan tujuan menguji suatu teknologi informasi agar dapat diterima oleh seorang pengguna yang dilihat dari kemudahan dan manfaat yang dirasakan. Dalam konstruk *Technology Acceptance Model* (TAM) yang digunakan dalam penelitian seperti persepsi kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*), persepsi manfaat (*perceived usefulness*), sikap dalam penggunaan (*attitude toward using*), niat perilaku untuk menggunakan (*behavioral intention to use*) dan pemakaian aktual (*actual usage*).

Variabel TAM juga dikembangkan oleh Venkatesh & Davis (1996) dengan menambahkan variabel eksternal untuk menghubungkan variabel TAM sebelumnya. Variabel eksternal ini dijadikan faktor untuk mempengaruhi keyakinan seseorang terhadap manfaat dan kemudahan penggunaan dari teknologi. Tentunya variabel eksternal ini untuk membantu keleluasaan kepada peneliti dalam memberikan saran terkait variabel-variabel yang mempengaruhi persepsi manfaat dan persepsi kemudahan penggunaan.

Kemudian, TAM juga telah banyak diaplikasikan dalam berbagai konteks penelitian yang berkaitan dengan penerimaan teknologi. Seperti penelitian sebelumnya TAM digunakan untuk menjelaskan konteks niat adopsi *e-money* Aji

et al. (2020). Dalam konteks niat adopsi *mobile wallet*, TAM juga banyak digunakan untuk landasan teori utama seperti penelitian dari Nidhi Singh et al. (2020). Hal itu dikarenakan *mobile wallet* menjadi solusi alternatif dalam pembayaran modern sehingga diminati banyak orang (Fadhilah, 2021). Adapun dalam penelitian ini menggunakan variabel TAM yakni persepsi manfaat, persepsi kemudahan penggunaan, dan niat menggunakan.



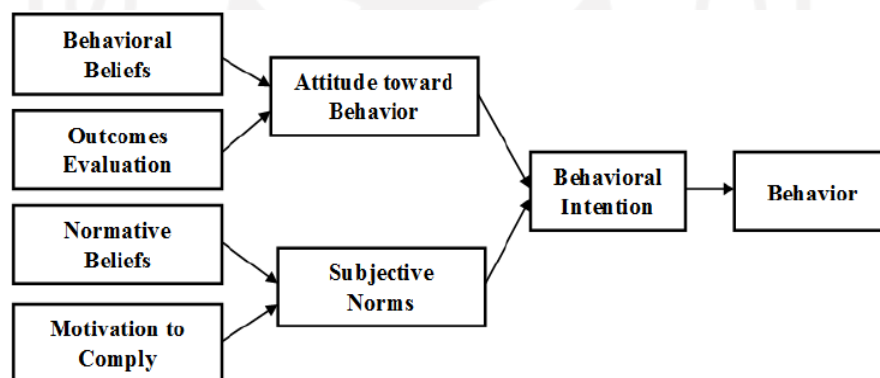
Gambar 2. 1 Technology Acceptance Model (TAM)  
Oleh Venkatesh & Davis (1999)

### 2.1.2 Theory of Reasoned Action (TRA)

*Theory of Reasoned Action* (TRA) dikembangkan oleh Martin Fishbein & Icek Ajzen (1975). Menurut Ajzen (1975), TRA digunakan untuk menetapkan faktor penentu perilaku dan faktor determinan, yakni sikap terhadap perilaku (*attitude toward behavior*) dan norma subjektif (*subjective norm*). Pada teori ini, faktor pribadi (sikap) dan faktor sosial (norma subjektif) menjadi dasar terjadinya atas suatu tindakan. Indikator sikap berdasarkan keyakinan seseorang dan evaluasi terhadap perasaan positif atau negatif jika melakukan suatu perilaku. Terkait indikator norma subjektif yakni adanya pengaruh sosial dalam melakukan atau tidak melakukan tindakan (*normatif belief*) dan pengaruh motivasi individu dalam

memenuhi harapan orang disekitarnya (*motivation to comply*). Norma subjektif mengacu pada persepsi orang lain seperti keluarga, teman, atau kolega (Linan & Chen, 2009).

Theory of Reasoned Action (TRA) juga telah banyak diaplikasikan dalam berbagai konteks penelitian seperti dari Kurniawan et al. (2022), terkait niat adopsi aplikasi pemesanan kamar hotel online. TRA juga digunakan untuk penelitian dibidang pemerintahan seperti niat adopsi *e-filing* terkait wajib pajak (Wardana, 2019). Adapaun pada niat adopsi media sosial yakni Twitter juga telah diteliti dengan menggunakan TRA (Lavindri, 2011).



Gambar 2. 2 Theory of Reasoned Action (TRA)  
Oleh Fishbein & Ajzen (1975)

Untuk itu dalam penelitian ini, menggunakan variabel dari model TAM yang juga dipengaruhi oleh TRA yakni norma subjektif. Malhotra & Galletta (1999), menyatakan bahwa variabel dari luar (*external variables*) juga harus diperhitungkan dalam TAM, salah satunya faktor sosial yakni norma subjektif. Empat variabel yang digunakan pada penelitian ini yakni niat menggunakan, persepsi manfaat, persepsi kemudahan pengguna, dan norma subjektif. Secara umum, penelitian ini melakukan replikasi serta modifikasi dari model penelitian

yang pernah ada yakni milik Aji et al. (2020). Pertama, menghilangkan variabel moderasi terkait pengetahuan terhadap riba. Kedua, melakukan perubahan pada objek penelitian yakni *e-money* menjadi *e-wallet* ShopeePay. Berikut merupakan rangkuman hasil analisis dari penelitian terdahulu yang dapat ditinjau pada Tabel 2.1.

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu

| No | Tahun<br>(urutkan<br>terbaru –<br>terlama) | Penulis           | Hubungan<br>Variabel   | Konteks<br>atau<br>Objek<br>Penelitian | Hasil   |
|----|--|-------------------|--|--|---|
| 1  | 2021                                       | Ma (2021)         | Persepsi manfaat, persepsi kemudahan pengguna, persepsi kepercayaan, persepsi risiko, dan niat menggunakan | Internet Pharmacy                      | Semua hubungan hipotesis berpengaruh signifikan positif, kecuali hubungan persepsi manfaat dan pengetahuan riba terhadap niat menggunakan tidak signifikan<br>Persepsi risiko berpengaruh negatif terhadap persepsi kepercayaan |
| 2  | 2020                                       | Aji et al. (2020) | Norma subjektif, persepsi  | E-Money                                | Semua hubungan hipotesis berpengaruh  |

| No | Tahun<br>(urutkan<br>terbaru –<br>terlama) | Penulis                    | Hubungan<br>Variabel   | Konteks<br>atau<br>Objek<br>Penelitian | Hasil  |
|----|--|----------------------------|--|--|--|
|    |  |                            | manfaat,<br>persepsi<br>kemudahan<br>penggunaan,<br>pengetahuan<br>tentang riba,<br>dan niat<br>menggunakan  |  | signifikan positif,<br>kecuali hubungan<br>persepsi<br>kemudahan<br>penggunaan<br>terhadap niat<br>menggunakan<br>tidak signifikan                           |
| 3  | 2020                                       | Nidhi et<br>al. (2020)     | Persepsi<br>manfaat,<br>persepsi<br>kemudahan<br>pengguna,<br>persepsi<br>risiko,<br>persepsi sikap,<br>persepsi<br>pengaruh<br>sosial, inovasi,<br>stress dan niat<br>menggunakan | Mobile<br>Wallet                       | Semua hubungan<br>hipotesis<br>berpengaruh<br>signifikan positif,<br>kecuali hubungan<br>persepsi risiko<br>terhadap niat<br>menggunakan<br>tidak signifikan |
| 4  | 2020                                       | Nidhi &<br>Sinha<br>(2020) | Persepsi<br>kompatibilitas,<br>kesadaran,<br>persepsi  | Mobile<br>Wallet                       | Semua hubungan<br>hipotesis<br>berpengaruh<br>signifikan positif,  |

| No | Tahun<br>(urutkan<br>terbaru –<br>terlama) | Penulis               | Hubungan<br>Variabel   | Konteks<br>atau<br>Objek<br>Penelitian | Hasil  |
|----|--|-----------------------|--|--|--|
|    |  |                       | manfaat,<br>persepsi<br>kemudahan,<br>persepsi biaya,<br>persepsi<br>kepercayaan,<br>dan niat<br>menggunakan               |  | kecuali biaya<br>terhadap niat<br>menggunakan<br>berpengaruh<br>negatif  |
| 5  | 2017                                       | Miao et al.<br>(2017) | Norma<br>subjektif,<br>persepsi<br>manfaat,<br>persepsi<br>kemudahan<br>pengguna,<br>ketakutan, dan<br>niat<br>menggunakan | Mobile<br>Health                       | Semua hubungan<br>hipotesis<br>berpengaruh<br>signifikan positif,<br>kecuali hubungan<br>norma subjektif<br>terhadap niat<br>menggunakan<br>tidak signifikan<br>Ketakutan<br>(teknologi)<br>berpengaruh<br>negatif terhadap<br>persepsi<br>kemudahan dan<br>persepsi manfaat |



Penulis telah memilih 5 paper yang diambil melalui jurnal internasional yang mana objek serta topiknya bermacam-macam pada 5 tahun terakhir. Paper pertama yakni dari Ma (2021) dengan judul “*Understanding non-adopters’ intention to use internet pharmacy: Revisiting the roles of trustworthiness, perceived risk and consumer traits*”. Dalam paper tersebut, mereka meneliti terkait niat menggunakan apotek internet. Tujuan dari penelitian ini yaitu bertujuan untuk menyelidiki faktor-faktor yang berpengaruh yang mendasari niat non-adopter menggunakan apotek internet. Persepsi manfaat, persepsi kemudahan pengguna, persepsi kepercayaan, persepsi risiko, dan niat menggunakan merupakan variabel yang digunakan dalam penelitian ini. Adapun hasil analisis yakni keterkaitan antara semua hubungan hipotesis berpengaruh signifikan positif, kecuali hubungan persepsi manfaat terhadap niat menggunakan tidak memberikan hasil yang signifikan. Adapun hasil negatif ditemukan pada pengaruh persepsi risiko terhadap persepsi kepercayaan.

Penelitian selanjutnya yang ditulis oleh Aji et al. (2020) dengan judul “*The effects of subjective norm and knowledge about riba on intention to use e-money in Indonesia*”. Paper dari Aji et al. (2020) yang dijadikan penulis sebagai sumber model replikasi dan modifikasi pada penelitian ini. Pada paper ini bertujuan meneliti terkait niat adopsi *e-money* di Indonesia. Variabel penelitian yang digunakan yakni persepsi manfaat, persepsi kemudahan penggunaan, dan niat menggunakan. Dalam jurnal ini juga menambahkan variabel medarator terkait pengetahuan tentang riba. Penelitian ini mendapati hasil bahwa persepsi manfaat dan persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh signifikan positif terhadap niat

menggunakan *e-money*. Akan tetapi terkait hubungan persepsi kemudahan penggunaan dan pengetahuan riba terhadap niat menggunakan *e-money* tidak berpengaruh signifikan. Disini lain persepsi manfaat dan persepsi kemudahan penggunaan yang dimoderatori oleh pengetahuan riba berpengaruh negatif.

Paper berikutnya milik Nidhi et al. (2020) dengan judul “*Determining factors in the adoption and recommendation of mobile wallet services in India: Analysis of the effect of innovativeness, stress to use and social influence*”. Dalam paper tersebut Nidhi et al. (2020) meneliti terkait faktor-faktor yang mempengaruhi niat menggunakan dompet seluler (*mobile wallet*). Terkait variabel yang digunakan dalam penelitian ini yakni persepsi manfaat, persepsi kemudahan pengguna, persepsi risiko, persepsi sikap, persepsi pengaruh sosial yang ditambahkan dengan menguji efek moderasi dari inovasi, stres, dan pengaruh sosial terhadap niat menggunakan. Penelitian ini mendapati hasil bahwa persepsi kemudahan penggunaan, persepsi manfaat, sikap, memiliki pengaruh yang positif signifikan terhadap niat menggunakan. Hasil berbeda ditemukan pada persepsi risiko terhadap niat menggunakan yang tidak signifikan.

Paper berikutnya dari Nidhi & Sinha (2020) dengan judul “*How perceived trust mediates merchant's intention to use a mobile wallet technology*”. Pada paper tersebut Nidhi & Sinha (2020) meneliti terkait persepsi dan niat adopsi layanan *mobile wallet* pada pedagang. Penelitian ini meliputi variabel persepsi kompatibilitas, manfaat yang dirasakan, kesadaran, biaya yang dirasakan, nilai tambah pelanggan yang dirasakan dan kepercayaan yang dirasakan terhadap niat menggunakan *mobile wallet*. Mereka mendapati hasil bahwa semua hubungan

hipotesis sudah positif dan signifikan, kecuali terkait persepsi biaya terhadap niat menggunakan masih berpengaruh negatif.

Paper terakhir yang ditulis oleh Miao et al. (2017) dengan judul “*Factors that influence users’ adoption intention of mobile health: a structural equation modeling approach*”. Paper tersebut mengidentifikasi terkait faktor-faktor yang berpengaruh terhadap niat adopsi pasien terhadap *m-health*. Penelitian ini menggunakan variabel norma subjektif, persepsi manfaat, persepsi kemudahan pengguna, persepsi ketakutan, dan niat menggunakan. Mereka mendapatkan hasil bahwa persepsi manfaat dan persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh signifikan positif terhadap niat adopsi. Adapun norma subjektif terhadap niat menggunakan *mobile health* ditemukan hasil yang tidak signifikan. Hal sama juga ditemukan pada persepsi ketakutan (teknologi) yang berpengaruh negatif terhadap persepsi kemudahan dan persepsi manfaat.

## **2.2 DEFINISI VARIABEL**

### **2.2.1 Norma Subjektif**

Fishbein & Ajzen (1975) menjelaskan bahwa norma subjektif (*subjective norm*) mengacu pada persepsi seseorang tentang pendapat orang lain tentang keinginan perilaku yang dimaksud. Norma subjektif norma dapat diukur dengan menanyakan orang terdekat mereka seperti anggota keluarga, teman, atau kolega disekitarnya (Linan & Chen, 2009).

Menurut Fishbein & Ajzen (1975) indikator mengenai norma subjektif (*subjective norm*) yaitu :

- 1) Keyakinan normatif (*normatif belief*), yakni keyakinan seseorang bahwa individu atau kelompok tertentu menyetujui atau tidak menyetujui suatu perilaku.
- 2) Motivasi mematuhi (*motivation to comply*), yakni terkait motivasi seseorang dalam memenuhi harapan orang disekitarnya.

Dalam penelitian Aji et al. (2020) pada pengukuran norma subjektif menggunakan item empat pertanyaan yaitu; 1) Mayoritas orang yang saya kenal menggunakan *e-money*. 2) Orang-orang penting dalam hidup saya menggunakan *e-money*. 3) Mayoritas orang yang saya kenal akan setuju jika saya menggunakan *e-money*. 4) Mayoritas orang yang saya kenal berpikir bahwa saya harus menggunakan *e-money*.

### **2.2.2 Persepsi Manfaat**

Menurut Davis dalam Joan & sitinjak (2019) menyatakan bahwa persepsi manfaat (*Perceived Usefulness*) merupakan suatu pandangan subjektif pengguna terhadap seberapa besar penggunaan sebuah sistem. Dalam penggunaan suatu teknologi, persepsi manfaat dijadikan sebagai ukuran yang dipercaya penggunanya dapat memberikan manfaat (Wibowo, 2008). Dengan demikian, manfaat yang dirasakan merupakan suatu kepercayaan tentang proses pengambilan keputusan.

Menurut Davis (1989) indikator mengenai persepsi manfaat (*Perceived Usefulness*) yakni :

- 1) Melakukan percepatan pekerjaan (*work more quickly*), yakni dengan membantu memperkecil waktu pada proses penyelesaian aktivitas tertentu.

- 2) Melakukan peningkatan kinerja (*improve job performance*), yakni membantu melakukan peningkatan transaksi oleh seseorang.
- 3) Melakukan peningkatan produktivitas (*increase productivity*), yakni membantu memberi peningkatan pada transaksi pembelian.
- 4) Efektivitas (*effectiveness*), yakni membantu dalam hal percepatan waktu seseorang ketika bertransaksi.
- 5) Menjadi lebih mudah (*makes job easier*), yakni membantu seseorang agar bertransaksi dengan mudah.
- 6) Berguna (*Usefull*), yakni bermanfaat untuk seseorang ketika bertransaksi.

Dalam penelitian Aji et al. (2020) pada pengukuran persepsi manfaat menggunakan item empat pertanyaan yaitu; 1) *E-money* membantu transaksi pembayaran lebih cepat. 2) *E-money* membantu meningkatkan kualitas dalam transaksi pembayaran. 3) *E-money* membantu meningkatkan produktivitas dalam transaksi pembayaran. 4) *E-money* membantu meningkatkan efektivitas dalam transaksi pembayaran.

### **2.2.3 Persepsi Kemudahan Penggunaan**

Menurut Davis (1989) persepsi kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*) yakni keadaan tertentu ketika adanya kepercayaan individu dimana dengan memanfaatkan sistem teknologi informasi tidak perlu usaha apapun dikarenakan mudahnya teknologi. Sehingga teknologi informasi akan digunakan seseorang jika dirasa mudah dan apabila dirasa tidak mudah maka tidak akan menggunakannya (Hartono, 2007).

Menurut Davis (1989) indikator mengenai persepsi kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*) yakni :

- 1) Mudah dipelajari (*ease of learn*), yakni seseorang bisa paham mengenai sistem transaksi dengan mudah.
- 2) Bisa dikontrol (*controllable*), yakni berfungsi dengan baiknya fitur serta fasilitas yang disediakan.
- 3) Jelas serta dipahami (*clear and understandable*), yakni kesesuaian fitur dengan manfaatnya serta tidak timbulnya persepsi lain.
- 4) Fleksibilitas (*flexible*), yakni ketika individu bisa melakukan transaksi dengan mudah dimana dan kapan saja.
- 5) Mudah menjadi terampil (*easy to become skillful*), yakni kemudahan pemanfaatan oleh individu.
- 6) Mudah dimanfaatkan (*easy to use*), yakni tidak adanya kesulitan dalam prosesnya, serta bisa dilaksanakan dengan mudah.

Dalam penelitian dari Aji et al. (2020) pada pengukuran persepsi kemudahan penggunaan menggunakan item lima pertanyaan yaitu; 1) Belajar menggunakan *e-money* itu mudah. 2) Terampil menggunakan *e-money* itu mudah. 3) Mencari informasi tentang keuntungan *e-money* itu mudah. 4) Menggunakan *e-money* itu mudah. 5) Penggunaan *e-money* jelas dan dapat dimengerti.

#### **2.2.4 Niat Menggunakan**

Menurut Nursiah (2017) niat menggunakan (*intention of use*) adalah suatu keinginan seseorang untuk melakukan suatu perilaku atau adanya kecenderungan seseorang untuk tetap menggunakan sistem khusus tertentu. Niat menggunakan

merupakan bagian dari sikap seseorang dalam menggunakan suatu produk di masa yang akan datang (Khatimah & Halim, 2014). Dengan adanya kecenderungan perasaan seseorang terhadap objek, maka dapat mendorong untuk mencapai tujuan yang diinginkan sehingga juga akan menimbulkan sikap niat menggunakan.

Menurut Cheng (2014) indikator mengenai sikap terhadap niat menggunakan teknologi memiliki tiga indikator yakni :

- 1) Keinginan seseorang untuk menggunakan di masa depan.
- 2) Keinginan seseorang untuk sering menggunakan sesuatu di masa depan.
- 3) Keinginan seseorang untuk tetap menggunakan di masa depan.

Dalam penelitian Aji et al. (2020), pada pengukuran niat menggunakan menggunakan dua item pertanyaan yaitu; 1) Berniat menggunakan *e-money*. 2) Berniat untuk rutin menggunakan *e-money*.

## **2.3 PENGEMBANGAN HIPOTESIS**

### **2.3.1 Pengaruh Norma Subjektif Terhadap Persepsi Manfaat *E-Wallet* ShopeePay**

Untuk menjelaskan niat adopsi generasi Z terhadap *e-wallet* ShopeePay penelitian ini menggunakan model TAM dan juga dipengaruhi oleh TRA. Menurut Ajzen & Fishbein (1975) menjelaskan TRA dijadikan faktor luar yang menjadi dasar kontrol perilaku terhadap sikap mereka sendiri. Norma subjektif merupakan faktor sosial yang dapat dipertimbangkan terhadap keputusan seseorang dalam menggunakan suatu teknologi (Wajtrakul, 2013). Adapun menurut Schepers & Wetzels (2007) menjelaskan norma subjektif juga berperan penting terhadap model TAM. Seseorang dapat mengeksplorasi terkait keyakinan norma subjektif yang

dapat mempengaruhi perilaku terhadap persepsi manfaat yang akan didapatkan (Shen, 2012). Dalam kata lain semakin tinggi pengaruh sosial terhadap niat adopsi suatu sistem, maka juga akan berpengaruh pada persepsi yang ditimbulkan seperti persepsi manfaat. Karena tidak semua individu memiliki kontrol keyakinan terhadap sikap maupun perilaku mereka sendiri.

Secara empiris, penelitian Miao et al. (2017) mendapatkan hasil hubungan norma subjektif berpengaruh signifikan positif terhadap persepsi manfaat dalam konteks niat adopsi *m-health*. Mereka mendapati hasil bahwa pengaruh sosial dipengaruhi oleh efek jaringan yang mengacu pada besaran jaringan pengguna, semakin besar kemungkinan penerimaan teknologi terjadi. Oleh karena itu, diasumsikan bahwa teknologi *m-health* lebih disukai oleh pengguna dibandingkan dengan layanan perawatan kesehatan tradisional. Adapun penelitian dari Aji et al. (2020), juga mendapati hasil signifikan positif antara norma subjektif dengan persepsi manfaat terkait niat menggunakan *e-money*.

Dalam konteks penelitian ini, perilaku generasi Z juga akan dipengaruhi oleh pengaruh sosial yakni norma subjektif. Sebagai contoh ketika dilingkungan generasi Z yang melakukan pembayaran makanan online ShopeeFood milik Shopee hanya butuh top up ShopeePay hanya melalui smartphone. Tentunya hal tersebut memberi kesan bahwa ShopeePay sebagai kemudahan bertransaksi yang efisien. Sehingga akan menimbulkan persepsi manfaat yang akan didapatkan. Generasi Z juga bisa menanyakan atau mematuhi motivasi dari pengaruh lingkungan sekitar ketika menggunakan ShopeePay. Hal tersebut tentunya untuk meyakinkan perilaku mereka terhadap manfaat yang akan didapatkan ketika menggunakan *e-*



*wallet* ShopeePay. Seperti layanan kemudahan bertransaksi online, situs merchant, atau melakukan transaksi transfer antar bank dengan cepat dan mudah. Berdasarkan pemaparan diatas, maka penulis memformulasikan hipotesis sebagai berikut:

**H1: Norma subjektif berpengaruh positif terhadap persepsi manfaat *e-wallet* ShopeePay pada generasi Z.**

### **2.3.2 Pengaruh Norma Subjektif Terhadap Persepsi Kemudahan Penggunaan *E-Wallet* ShopeePay**

Secara empiris, hubungan antara norma subjektif dan persepsi kemudahan telah dilakukan oleh peneliti sebelumnya dalam berbagai konteks penelitian. Seperti contoh penelitian dari Aji et al. (2020) menemukan norma subjektif berpengaruh signifikan positif terhadap persepsi kemudahan penggunaan *e-money*. Hal ini karena orang lain dapat memainkan peran penting dalam membentuk persepsi individu. Hal selaras juga ditemukan Teo (2009) dan Riemenschneider (2003) bahwa antara norma subjektif dan persepsi kemudahan berpengaruh signifikan positif.

Dalam konteks penelitian ini, generasi Z dapat menjadikan norma subjektif sebagai salah satu dasar terkait pembentukan persepsi mereka. Mereka dapat mengetahui persepsi kemudahan penggunaan ketika lingkungan generasi Z menggunakan *e-wallet* ShopeePay. Seperti transaksi dengan ShopeePay yang dirasa sangat mudah sekali. Dimana hanya dengan mengunduh aplikasi Shopee, kemudian melakukan top up ShopeePay dan langsung dapat melakukan transaksi ataupun pembayaran. Berdasarkan pemaparan diatas, maka penulis memformulasikan hipotesis sebagai berikut:

**H2: Norma Subjektif berpengaruh positif terhadap persepsi kemudahan penggunaan *e-wallet* ShopeePay pada generasi Z.**

### **2.3.3 Pengaruh Norma Subjektif Terhadap Niat Menggunakan *E-Wallet* ShopeePay**

Secara empiris, hubungan antara norma subjektif terhadap niat menggunakan telah banyak diteliti oleh peneliti sebelumnya. Penelitian dari Wu et al. (2020) telah menemukan bahwa norma subjektif berpengaruh signifikan positif terhadap niat adopsi *mobile banking*. Kemudian hasil sama juga didapatkan Aji et al. (2020) yang menyatakan hubungan norma subjektif berpengaruh signifikan positif terhadap niat menggunakan *e-money*. Namun hasil berbeda ditemukan pada penelitian dalam konteks niat adopsi *mobile health* dari Miao et al. (2017). Mereka menemukan bahwa norma subjektif tidak berpengaruh terhadap niat adopsi *mobile health*.

Dalam konteks penelitian ini, norma subjektif yang dipersepsikan oleh generasi Z ditentukan seberapa banyak intensitas mereka dalam menanyakan pendapat orang lain atau memenuhi harapan orang yang ada disekitarnya terkait penggunaan *e-wallet* ShopeePay. Hal ini mendeskripsikan bahwa semakin besar norma subjektif yang diterima pada seseorang maka semakin besar kemungkinan mereka akan menimbulkan kecenderungan untuk menggunakan *e-wallet* ShopeePay. Berdasarkan pemaparan diatas, maka penulis memformulasikan hipotesis sebagai berikut:

**H3: Norma subjektif berpengaruh positif terhadap niat menggunakan *e-wallet* ShopeePay pada generasi Z.**

### 2.3.4 Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan Terhadap Persepsi Manfaat *E-Wallet* ShopeePay

Secara empiris, hubungan antara persepsi kemudahan penggunaan dan persepsi manfaat telah dilakukan oleh peneliti dalam berbagai konteks penelitian. Dalam konteks niat adopsi *internet pharmacy* dari penelitian Ma (2021) menemukan hasil bahwa persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh signifikan positif terhadap persepsi manfaat. Menurut Nindi & Sinha (2020), juga menyatakan hasil yang sama antara persepsi kemudahan penggunaan dengan persepsi manfaat. Adapun penelitian terkait niat adopsi *mobile health* yang dilakukan oleh Miao et al. (2017), juga mendapati hubungan persepsi kemudahan penggunaan dengan persepsi manfaat dengan hasil didukung yakni signifikan positif.

Dalam konteks penelitian ini, *e-wallet* ShopeePay memberikan pengalaman pada pengguna generasi Z terkait persepsi kemudahan penggunaan. Dimana untuk pengoperasian *e-wallet* ShopeePay dianggap mudah. Selain itu dengan penggunaan ShopeePay ini pengguna dapat melakukan transaksi secara cepat, gratis biaya transfer, bebas biaya admin, dan mendapatkan promo yang menguntungkan. Dengan demikian, generasi Z akan mendapatkan manfaat yang positif yang berdampak akan keinginan untuk menggunakan ShopeePay. Hal ini membuktikan bahwa dengan adanya kemudahan penggunaan pada ShopeePay dapat memberikan persepsi manfaat. Berdasarkan pemaparan diatas, maka penulis memformulasikan hipotesis sebagai berikut:

**H4: Persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh positif terhadap persepsi manfaat *e-wallet* ShopeePay pada generasi Z.**

### 2.3.5 Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan Terhadap Niat Menggunakan *E-Wallet* ShopeePay

Secara empiris, hubungan antara kemudahan penggunaan dan niat menggunakan telah dilakukan oleh peneliti sebelumnya. Seperti penelitian yang dilakukan Ma (2021) menemukan persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh signifikan positif terhadap niat adopsi *internet pharmacy*. Dimana mereka menyatakan bahwa semakin kemudahan penggunaan dapat dirasakan semakin besar persepsi mengenai niat seseorang untuk melakukan suatu adopsi. Penelitian Nidhi et al. (2020), juga mendapati hasil yang signifikan positif terkait niat adopsi *mobile wallet*. Pada konteks niat adopsi *e-wallet* OVO juga mendapati hasil berpengaruh signifikan positif antara persepsi kemudahan penggunaan dan niat adopsi (Priyono, 2017). Namun hasil berbeda didapati oleh Aji et al. (2020) terkait hubungan persepsi kemudahan penggunaan yang tidak berpengaruh terhadap niat menggunakan *e-money*. Hasil selaras juga ditemukan terkait niat adopsi *e-commerce*, dimana antara persepsi kemudahan penggunaan tidak berpengaruh terhadap niat menggunakan (Monica, 2017).

Dalam konteks penelitian ini, generasi Z ditawarkan kemudahan penggunaan *e-wallet* ShopeePay. ShopeePay menawarkan kemudahan dalam aksesnya serta menyediakan berbagai macam kemudahan dalam melakukan transaksi pembayaran. Ini dibuktikan dengan penggunaannya yang mudah dan jelas dimengerti seseorang. Terlebih pada generasi Z yang diuntungkan dengan pemahaman yang cepat dalam menerima sebuah teknologi. Dengan demikian ketika adanya persepsi kemudahan tersebut dirasakan, maka dapat memotivasi

generasi Z untuk menggunakan *e-wallet* ShopeePay. Berdasarkan pemaparan diatas, maka penulis memformulasikan hipotesis sebagai berikut:

**H5: Persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh positif terhadap niat menggunakan *e-wallet* ShopeePay pada generasi Z.**

### **2.3.6 Pengaruh Persepsi Manfaat Terhadap Niat Menggunakan *E-Wallet* ShopeePay**

Secara empiris, hubungan antara persepsi manfaat dan niat menggunakan telah dilakukan peneliti dalam berbagai konteks. Seperti dalam penelitian dari Ahmad & Pambudi (2013), menemukan hasil persepsi manfaat berpengaruh positif terhadap niat adopsi *internet banking* BRI. Adapun Nidhi et al. (2020) mendapati hasil signifikan positif. Mereka menyatakan bahwa niat adopsi *mobile wallet* sangat dipengaruhi oleh persepsi manfaat yang didapatkan oleh pengguna. Hal sama juga didapatkan oleh Aji et al. (2020) mendapati hasil signifikan positif dalam niat adopsi *e-money*. Hasil berbeda ditemukan pada penelitian Ma (2021) yang menyatakan hubungan persepsi manfaat dengan niat menggunakan *internet pharmacy* tidak signifikan.

Dalam konteks penelitian ini, generasi Z melihat *e-wallet* ShopeePay sebagai layanan yang bermanfaat. Banyak manfaat yang didapatkan seperti meningkatkan kinerja, produktivitas, dan efektifitas dalam transaksi pembayaran. Sehingga generasi Z merasa membutuhkan penggunaan teknologi yang memberikan manfaat. Dengan demikian, akan memunculkan persepsi manfaat yang dijadikan dasar dalam mempengaruhi niat menggunakan *e-wallet* ShopeePay. Berdasarkan pemaparan diatas, maka penulis memformulasikan hipotesis sebagai

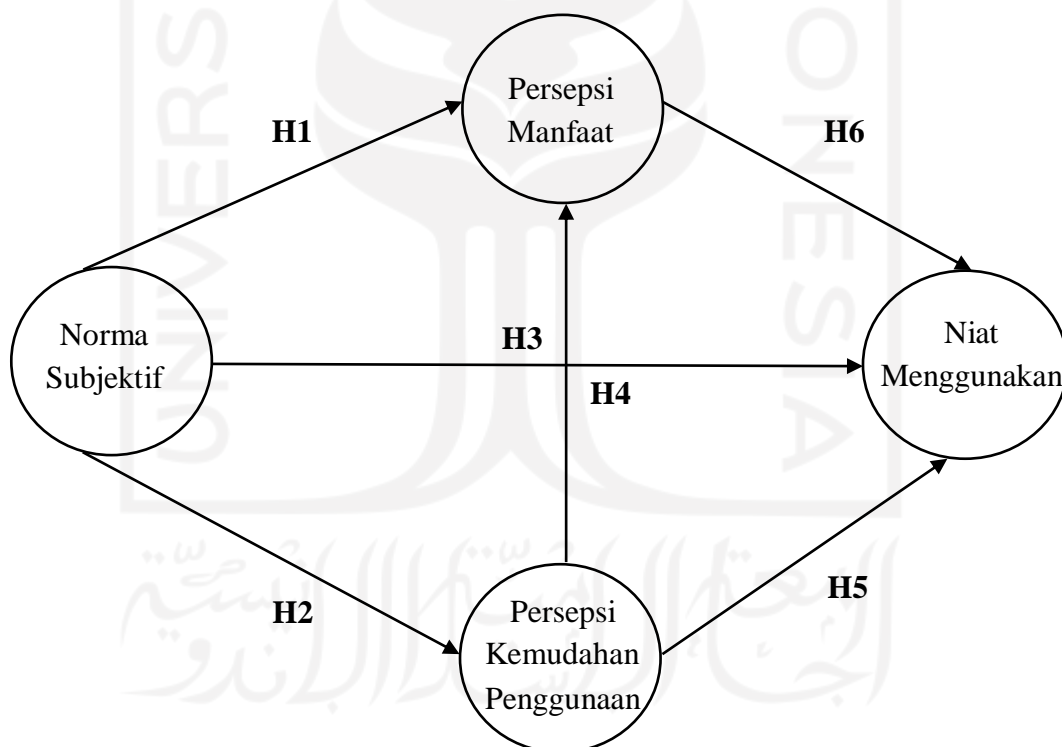
berikut: Berdasarkan pemaparan diatas, maka penulis memformulasikan hipotesis sebagai berikut:

**H6: Persepsi manfaat berpengaruh positif terhadap niat menggunakan *e-wallet* ShopeePay pada generasi Z**



## 2.4 MODEL PENELITIAN

Pada penelitian ini terdapat empat variabel yang dianalisis yakni norma subjektif, persepsi kemudahan penggunaan, persepsi manfaat, dan niat menggunakan. Dalam variabel ini terdapat variabel independent dan dependen. Variabel norma subjektif sebagai variabel independen dan niat menggunakan sebagai variabel dependen. Adapun variabel persepsi kemudahan penggunaan dan persepsi manfaat dapat menjadi variabel independen dan dependen. Berdasarkan literatur dan hipotesis yang sudah dipaparkan, maka penulis membuat suatu kerangka yang digambarkan pada Gambar 2.3.



Gambar 2. 3 Model Penelitian  
Dimodifikasi dari Aji et al., (2020)

## **BAB III**

### **METODOLOGI PENELITIAN**

#### **3.1 DESAIN PENELITIAN**

##### **3.1.1 Jenis, Pendekatan, dan Lokasi Penelitian**

Pada penelitian ini menggunakan pendekatan metode kuantitatif. Menurut Sugiyono (2009) penelitian kuantitatif merupakan metode yang berbasis pada filsafat positivisme, yang mana digunakan untuk meneliti populasi atau sampel tertentu, yang umumnya pengambilan sampelnya dilakukan secara random, dan data dikumpulkan menggunakan instrumen penelitian, lalu dianalisis secara kuantitatif atau statistik dengan tujuan menguji hipotesis yang telah ditetapkan. Begitu juga menurut Arikunto (2006) menyatakan bahwa penelitian kuantitatif yakni pendekatan penelitian yang banyak menggunakan angka-angka, mulai dari mengumpulkan data, penafsiran terhadap data yang diperoleh, serta pemaparan hasilnya. Adapun objek pada penelitian ini akan meneliti terkait niat menggunakan *e-wallet* ShopeePay pada Generasi Z. Penelitian ini bertujuan untuk menginvestigasi faktor-faktor yang mempengaruhi niat menggunakan *e-wallet* ShopeePay dikalangan Generasi Z. Untuk lokasi penelitian ini adalah pengguna *e-wallet* ShopeePay generasi Z diseluruh Indonesia.

##### **3.1.2 Teknik Pengumpulan Data**

Pada penelitian ini data diperoleh melalui survei online dengan menggunakan Google Form. Dengan teknik penyebaran kuisoner secara online diharapkan dapat mempermudah peneliti untuk mendapatkan sampel data di seluruh Indonesia. Adapun cara distribusi kuesioner kepada responden melalui media sosial



yakni Whatsapp, Line, dan Instagram. Peneliti menggunakan beberapa cara seperti pertama, peneliti menyebarkan link kuisioner melalui pesan Whatsapp secara personal dan juga mengirimkan ke beberapa grup Whatsapp yang dimiliki. Kedua, peneliti menyebarkan link kuisioner melalui Line dengan cara yang sama yakni mengirimkan pesan secara personal dan ke beberapa grup line. Adapun cara yang ketiga, melalui media sosial Instagram peneliti membagikan link kuisioner dengan cara membuat instastory yang berisikan link kuisioner tersebut. Selain itu peneliti juga mengirimkan link kuisioner secara personal di direct message.

### **3.2 POPULASI DAN SAMPEL**

Populasi adalah keseluruhan data yang menjadi pusat perhatian seorang peneliti dalam ruang lingkup dan waktu yang telah ditentukan (Margono, 2004). Adapun populasi menurut Shukla (2020) menyatakan bahwa populasi merupakan kumpulan seluruh unit yang memiliki karakteristik variabel yang diteliti dan temuan penelitiannya dapat digeneralisasikan. Populasi pada penelitian ini adalah generasi Z diseluruh Indonesia yang pernah menggunakan *e-wallet*. Adapun frame populasi dalam penelitian ini generasi Z tahun kelahiran 1995 hingga 2010.

Pada penelitian ini teknik pengambilan sampel yang digunakan peneliti adalah pendekatan *non probability sampling*. *Non probability sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang memberikan peluang yang sama bagi setiap unsur anggota populasi untuk dipilih menjadi anggota sampel (Sugiyono, 2018). Salah satu teknik sampling dengan pendekatan *non probability* yang digunakan pada penelitian ini yakni *purposive sampling* atau *judgement sampling*. Dengan pemanfaatan teknik tersebut, melalui kriteria yang sudah ditentukan, akan bisa

dibatasi sampelnya (Sekaran, 2006). Adapun kriteria pada penelitian ini diambil berdasarkan ketentuan-ketentuan seperti; 1) responden tinggal di Indonesia. 2) tahun kelahiran responden mulai dari tahun 1995 hingga 2010. 3) responden yang mengetahui *e-wallet* ShopeePay. Hal ini bertujuan untuk menginvestigasi faktor-faktor niat menggunakan *e-wallet* ShopeePay pada generasi Z di Indonesia.

Sampel adalah sebagian atau sebagai wakil populasi yang akan diteliti (Arikunto, 2006). Penentuan ukuran jumlah sampel yang digunakan pada penelitian ini menggunakan rumus dari Hair et al. (2010). Menurut dari Hair et al. (2010) jumlah sampel minimal 5 kali dari jumlah indikator. Hair et al. (2010) juga menyatakan bahwa ukuran sampel yang sesuai berkisar antara 100-200 responden. Pada penelitian ini jumlah sampel yang digunakan sebanyak 180 responden. Namun untuk menghindari jumlah *response rate* yang rendah maka jumlah kuesioner yang dibagikan kepada responden adalah sebanyak 200 kuesioner.

### **3.3 DEFINISI OPERASIONAL DAN PENGUKURAN VARIABEL**

#### **3.3.1 Norma Subjektif**

Menurut Fishbein & Ajzen (1975) norma subjektif mengacu pada persepsi seseorang tentang pendapat orang lain tentang keinginan perilaku yang dimaksud. Adapun menurut Jogiyanto (2007) norma subjektif didefinisikan sebagai persepsi atau pandangan seseorang terhadap kepercayaan-kepercayaan orang lain yang akan memengaruhi seseorang tersebut untuk melakukan atau tidak melakukan perilaku yang sedang dipertimbangkan. Secara operasional, norma subjektif adalah pengaruh dari orang lain yang dirasakan generasi Z terhadap niat menggunakan *e-wallet* ShopeePay. Adapun penelitian norma subjektif menggunakan kode NS yang

diukur dengan menggunakan 4 item pertanyaan yang diadopsi dari penelitian Aji et al. (2020). Item pengukuran telah dirangkum dalam Tabel 3.1.

Tabel 3. 1 Item Pengukuran Norma Subjektif

| No | Item   | Refrensi          |
|----|--|-------------------|
| 1  | Mayoritas orang yang saya kenal menggunakan ShopeePay  | Aji et al. (2020) |
| 2  | Orang-orang yang penting dalam hidup saya (misalnya, keluarga teman dan rekan) menggunakan ShopeePay |                   |
| 3  | Mayoritas orang yang saya kenal akan setuju jika saya menggunakan ShopeePay                          |                   |
| 4  | Mayoritas orang yang saya kenal berpikir bahwa saya harus menggunakan ShopeePay                      |                   |

### 3.3.2 Persepsi Manfaat

Menurut Joan & sitinjak (2019) menyatakan bahwa persepsi manfaat (*Perceived Usefulness*) merupakan suatu pandangan subjektif pengguna terhadap seberapa besar penggunaan sebuah sistem. Menurut Davis (1989) menyatakan bahwa indikator persepsi manfaat dilihat dari indikator seperti; mempercepat pekerjaan, meningkatkan kinerja, meningkatkan produktivitas, efektifitas, mempermudah pekerjaan dan bermanfaat. Secara operasional, persepsi manfaat adalah sebuah manfaat yang diharapkan oleh generasi Z dari penggunaan *e-wallet* ShopeePay. Adapun penelitian persepi manfaat menggunakan kode PM yang diukur dengan menggunakan 5 item pertanyaan yang diadopsi dari penelitian Aji et al. (2020) dan Nidhi et al. (2020). Item pengukuran telah dirangkum dalam Tabel 3.2.

Tabel 3. 2 Item Pengukuran Persepi Manfaat

| No | Item   | Refrensi            |
|----|--|---------------------|
| 1  | ShopeePay membantu transaksi pembayaran lebih cepat                      | Aji et al. (2020)   |
| 2  | ShopeePay membantu meningkatkan kualitas dalam transaksi pembayaran      |                     |
| 3  | ShopeePay membantu meningkatkan produktivitas dalam transaksi pembayaran |                     |
| 4  | ShopeePay membantu meningkatkan efektivitas dalam transaksi pembayaran   |                     |
| 5  | ShopeePay sangat bermanfaat dalam kehidupan sehari-hari                  | Nidhi et al. (2020) |

### 3.3.3 Persepsi Kemudahan Penggunaan

Menurut Davis (1989) persepsi kemudahan penggunaan didefinisikan sebagai tingkat dimana seseorang percaya bahwa menggunakan sistem tertentu akan bebas dari usaha. Seseorang akan menggunakan teknologi informasi jika dirasa mudah dan apabila dirasa tidak mudah maka seseorang tersebut tidak akan menggunakannya (Hartono, 2007). Secara operasional, persepsi kemudahan penggunaan adalah kemudahan yang dirasakan oleh generasi Z dari *e-wallet* ShopeePay. Adapun penelitian persepsi kemudahan penggunaan menggunakan kode KP yang diukur dengan menggunakan 5 item pertanyaan yang diadopsi dari penelitian Aji et al. (2020). Item pengukuran telah dirangkum dalam Tabel 3.3.

Tabel 3. 3 Item Pengukuran Persepsi Kemudahan Penggunaan

| No | Item                                    | Refrensi          |
|----|---|-------------------|
| 1  | Belajar menggunakan ShopeePay itu mudah | Aji et al. (2020) |

| No | Item   | Refrensi          |
|----|--|-------------------|
| 2  | Terampil menggunakan ShopeePay itu mudah                 | Aji et al. (2020) |
| 3  | Mencari informasi tentang keuntungan ShopeePay itu mudah |                   |
| 4  | Menggunakan ShopeePay itu mudah                          |                   |
| 5  | Penggunaan ShopeePay jelas dan dapat dimengerti          |                   |

### 3.3.4 Niat Menggunakan

Menurut Jogiyanto (2007) niat menggunakan adalah suatu keinginan atau niat seseorang untuk melakukan suatu perilaku tertentu. Seseorang akan melakukan suatu perilaku jika mempunyai keinginan atau niat untuk melakukannya. Niat penggunaan bagian dari sikap seseorang dalam menggunakan suatu produk di masa yang akan datang (Khatimah & Halim, 2014). Secara operasional, generasi Z di masa yang akan datang akan memiliki niat menggunakan kembali *e-wallet* ShopeePay. Adapun penelitian niat menggunakan menggunakan kode NM yang diukur dengan menggunakan 3 item pertanyaan yang diadopsi dari penelitian Aji et al. (2020) dan Priyono (2017). Item pengukuran telah dirangkum dalam Tabel 3.4.

Tabel 3. 4 Item Pengukuran Niat Menggunakan

| No | Item  | Refrensi          |
|----|---|-------------------|
| 1  | ShopeePay mendorong saya untuk bertransaksi secara non tunai.         | Priyono (2017)    |
| 2  | Saya sangat mungkin menggunakan ShopeePay untuk transaksi pembayaran. |                   |
| 3  | Saya berniat untuk rutin menggunakan ShopeePay                        | Aji et al. (2020) |

### 3.4 DESAIN KUISONER

Penelitian ini menggunakan kuesioner online Google Form yang mana terdapat beberapa susunan pertanyaan deskriptif dan pertanyaan variabel sebagai berikut;

1) Pertanyaan Deskriptif

Berisikan pertanyaan penelitian mengenai informasi responden seperti jenis kelamin, tahun kelahiran, pendidikan terakhir, pekerjaan, dan asal daerah.

2) Pertanyaan Variabel

Berisikan topik mengenai norma subjektif *e-wallet* ShopeePay (4 item), persepsi manfaat *e-wallet* ShopeePay (5 item), persepsi kemudahan penggunaan *e-wallet* ShopeePay (5 item), dan niat menggunakan *e-wallet* ShopeePay (3 item).

Skala pengukuran variabel dalam penelitian ini menggunakan 5 Skala Likert. Skala likert menggunakan beberapa butir pertanyaan dimana memiliki 5 titik pilihan pada setiap butir pertanyaan. Dengan masing-masing jawaban diberi skor atau bobot dan juga nilai kriteria yakni: a) Nilai 1 = sangat tidak setuju, b) Nilai 2 = tidak setuju, c) Nilai 3 = netral, d) Nilai 4 = setuju dan e) Nilai 5 = sangat setuju.

### 3.5 METODE PENGUJIAN

Pada penelitian ini, peneliti melakukan uji hipotesis dengan menggunakan pendekatan kuantitatif. Untuk metode pengujian yang digunakan pada penelitian ini yaitu *Partial Least Square Structural Equation Modeling* (PLS-SEM). Model PLS-SEM terdapat dua yakni uji model dan estimasi model. Uji model dibagi lagi

menjadi uji *outer model* (model luar) dan uji *inner model* (model dalam). Adanya indikator tersendiri dari kesesuaian model (*goodness-of-fit*) pada kedua model uji. Indikator *Composite Reliability* (CR), *Cronbach Alpha* (CA), *Cross Loadings*, *Square Roots AVE*, serta *Average Variance Extraced* (AVE) dimanfaatkan dalam uji outer model. Sedangkan untuk inner model yakni dengan R-Square, dan Q2 *Predictive Relevance*. Selanjutnya, metode *PLS Bootstrapping* guna estimasi model. Berikut merupakan penjelasan untuk tiap-tiap uji :

### **3.6 KESESUAIAN MODEL LUAR (Outer Model)**

#### **3.6.1 Uji Validitas**

Uji validitas guna menunjukkan derajat ketepatan antara data yang sesungguhnya pada objek dengan data yang dikumpulkan oleh peneliti. Uji validitas ini dilakukan untuk mengukur apakah data yang telah didapat setelah penelitian merupakan data yang valid atau tidak, dengan menggunakan alat ukur kuisioner yang digunakan (Sugiyono, 2017). Pada penelitian ini menggunakan alat bantu yakni *Partial Least Square Structural Equation Modeling* (PLS-SEM). Menurut Ghozali & Latan (2015), tujuan PLS-SEM adalah untuk mengembangkan teori atau membangun teori. Dalam SEM-PLS terdapat dua jenis validitas yang perlu dilaksanakan yakni validitas diskriminan dan validitas konvergen.

Validitas diskriminan mengacu pada keunikan dan konfigurasi, dengan melihat apakah fenomena yang ditangkap oleh konfigurasi itu unik atau tidak dan tidak diwakili oleh konfigurasi lain dalam model (Hair et al., 2013). Adapun menurut Hair et al. (2014), menyatakan validitas diskriminan adalah model

pengukuran yang menggunakan alat ukur multi konstruk dengan tujuan melihat perbedaan antar variabel.

Uji validitas diskriminan dievaluasi dengan menggunakan pengukuran *cross-loading* dengan konfigurasi (Hartono, 2008). Metode lain yang digunakan untuk evaluasi validitas diskriminan yaitu dengan membandingkan *mean variance extraction route* dari setiap konfigurasi dengan korelasi antara konfigurasi tersebut dengan konfigurasi lainnya dalam model (Hartono, 2011). Pengukuran validitas diskriminan, juga bisa dilakukan dengan membandingkan akar *average variance extracted* (AVE) dengan nilai korelasi kuadrat ( $R^2$ ) antar konstruk (Hair et al., 2014). Dimana Nilai akar AVE pada sebuah konstruk harus lebih tinggi daripada  $R^2$  nilai konstruk tersebut. Untuk mengetahui validitas diskriminan bisa dengan membandingkan nilai korelasi dengan angka 1, jika nilai korelasi lebih kecil dari 1 maka validitas diskriminan tercapai (Perugini, 2001). Adapun validitas konvergen diperoleh jika skor dari dua instrumen yang berbeda dalam mengukur konstruk yang sama mempunyai korelasi tinggi (Hartono, 2008). Validitas konvergen dalam menggunakan metode PLS-SEM dapat dilakukan pengukuran berlandaskan nilai *Average Variance Extracted* (AVE) dan *Outer Loading*. Nilai *Outer loading* memiliki indikator yang valid apabila nilai *outer loading*nya lebih dari 0,60 (Hair et al, 2017). Sementara untuk melihat instrumen bebas dari masalah validitas konvergen jika nilai AVE diatas 0,50 (Fornell, 1981).

### **3.6.2 Uji Reliabilitas**

Menurut Anwar (2008), reliabilitas adalah sejauh mana hasil pengukuran dapat dipercaya. Instrumen yang dapat dipercaya dan reliabel maka akan



menghasilkan data yang dapat dipercaya juga. Sementara Ghozali (2006), menjelaskan uji reliabilitas merupakan alat yang digunakan untuk mengukur konsistensi kuesioner dalam bentuk indikator dari variabel atau konstruk. Suatu kuesioner dikatakan reliabel jika jawaban seseorang pada kuesioner pertanyaan memiliki jawaban yang konsisten dalam waktu yang akan datang.

Untuk mengukur konsistensi ini biasa menggunakan faktor *alfa cronbach*. Dianggap sebagai ukuran reliabilitas yang paling tepat ketika menggunakan skala Likert (Whitley, 2002). Adapun dalam pengambilan keputusan melalui pengujian reliabilitas dengan melihat suatu konstruk atau variabel, jika menghasilkan nilai minimal sebesar 0,70 maka dapat dikatakan reliabel (Nunnally, 1994).

### **3.7 ESTIMASI MODEL STRUKTURAL (Inner Model)**

Pengujian estimasi model struktural *inner model* yaitu hubungan antar variabel laten (*structural model*) atau *inner relation*, untuk menggambarkan hubungan antar variabel laten berdasarkan teori penelitian. *Partial Least Squares* (PLS) bisa dimanfaatkan guna melakukan pengukuran inner model. Hal ini dilakukan guna meninjau sesuainya model dengan koefisien jalur, Q-Square, serta skor kolinearitas guna mendapatkan informasi variabel laten dependen yang diberikan pengaruh dari variabel laten independen dengan melakukan uji nilai signifikansi kaitan antar variabel (Ghozali, 2006).

Uji kolinearitas diperlukan guna mengetahui dan mengukur besaran korelasi antara variabel bebas dan variabel terikat dengan menggunakan *Variance Inflation Factor* (VIF). Potensi masalah kolinearitas terjadi jika nilai tiap variabel menghasilkan nilai lebih dari 5 dan nilai ideal jika mendapatkan nilai 1 (Hair et al.,

2017). Adapun Inner model mencakup R-Square ( $R^2$ ) guna melakukan uji besaran variabel dependen diberikan pengaruh oleh variabel independen. Nilai yang menjadi acuan dalam R-Square apabila nilai 0.75 maka dikatakan memiliki model nilai yang kuat, nilai 0.50 dikatakan moderat dan nilai 0.25 mempunyai nilai model yang lemah (Hair et al., 2011). Sementara Q-Square ( $Q^2$ ) bertujuan untuk melakukan uji besaran variabel independen memberikan pengaruh pada variabel dependen. Perhitungan nilai  $Q^2$  dinyatakan prediktif jika memiliki nilai lebih besar dari nol, apabila dibawah nol maka dianggap kurang prediktif (Ghozali, 2006). Untuk mengetahui petunjuk signifikansi hipotesis dapat menggunakan (T-value) dan (Q-value). Dalam T-value dikatakan signifikan jika mendapati nilai  $>1,96$  (lebih besar dari 1,96) dan untuk Q-value harus  $<0,050$  (lebih kecil dari 0,50).

Inner model bisa juga diartikan sebagai tiap-tiap variabel model penelitian. Sebagai contoh dalam penelitian ini yang terdapat empat variabel yang diuji yakni norma subjektif, persepsi manfaat, persepsi kemudahan penggunaan, dan niat menggunakan sebagai inner model. Dalam hal ini pada niat menggunakan *e-wallet* ShopeePay bagi generasi Z di Indonesia.

### **3.8 PILOT TEST**

Pilot test adalah pengujian untuk mengetahui keefektifan instrumen kuesioner dengan melalui uji validitas dan reliabilitas instrumen penelitian. Pilot test dilakukan dengan menggunakan software SmartPLS. Responden yang diuji pada pilot test ini sebanyak 51 responden pengguna ShopeePay generasi Z di Indonesia. Adapun dari hasil pengujian uji validitas dan uji reliabilitas tercantum

pada Tabel 3.5. Untuk hasil uji validitas diskriminan dapat dilihat pada Tabel 3.6 dan hasil uji *outer loading* dapat dilihat pada Tabel 3.7.

Tabel 3. 5 Hasil Uji Validitas dan Uji Reliabilitas

|                               | <b>Cronbach's Alpha</b> | <b>rho_A</b> | <b>Composite Reliability</b> | <b>Average Variance Extracted (AVE)</b> |
|-------------------------------|-------------------------|--------------|------------------------------|---|
| Niat Menggunakan              | <b>0.814</b>            | <b>0.824</b> | <b>0.889</b>                 | <b>0.727</b>                            |
| Norma Subjektif               | <b>0.863</b>            | <b>0.876</b> | <b>0.907</b>                 | <b>0.708</b>                            |
| Persepsi Kemudahan Penggunaan | <b>0.851</b>            | <b>0.868</b> | <b>0.893</b>                 | <b>0.627</b>                            |
| Persepsi Manfaat              | <b>0.896</b>            | <b>0.902</b> | <b>0.923</b>                 | <b>0.707</b>                            |

Pada tabel 3.5 ditemukan hasil bahwa *Cronbach's Alpha* dan *Composite Reliability* dari niat menggunakan, norma subjektif, persepsi kemudahan penggunaan dan persepsi manfaat mempunyai nilai lebih besar dari 0,70. Misalnya pada variabel niat menggunakan mendapati nilai sebesar (0.8014), norma subjektif mendapati nilai (0.863), persepsi kemudahan penggunaan memperoleh nilai sebesar (0.851), dan persepsi manfaat sebesar (0.896). Kemudian *Average Variance Extracted (AVE)* juga didapati hasil nilai yang lebih besar dari 0,50. Adapun nilai AVE yang tertinggi didapati pada variabel niat menggunakan sebesar (0.727), dan terendah diperoleh pada variabel persepsi kemudahan penggunaan sebesar (0.627). Sehingga dari nilai tersebut dapat disimpulkan bahwa hasil uji validitas dan uji reliabilitas dinyatakan sudah valid.

Tabel 3. 6 Hasil Uji Validitas Diskriminan

|                               | <b>Niat Menggunakan</b> | <b>Norma Subjektif</b> | <b>Persepsi Kemudahan Penggunaan</b> | <b>Persepsi Manfaat</b> |
|-------------------------------|-------------------------|------------------------|--------------------------------------|-------------------------|
| Niat Menggunakan              | <b>0.853</b>            |                        |                                      |                         |
| Norma Subjektif               | <b>0.715</b>            | <b>0.842</b>           |                                      |                         |
| Persepsi Kemudahan Penggunaan | <b>0.593</b>            | <b>0.733</b>           | <b>0.792</b>                         |                         |
| Persepsi Manfaat              | <b>0.554</b>            | <b>0.592</b>           | <b>0.628</b>                         | <b>0.841</b>            |

Pada tabel 3.6 dari hasil uji validitas diskriminan dimana semua variabel yang membentuk diagonal dengan nilai variabel di atas lebih besar daripada nilai variabel yang di bawahnya. Sebagai mana variabel niat menggunakan bernilai (0.853) lebih besar dari norma subjektif yakni (0.715). Kemudian norma subjektif bernilai (0.842) lebih besar dari persepsi kemudahan penggunaan (0.733). Persepsi kemudahan penggunaan bernilai (0.792) lebih besar dari persepsi manfaat yakni (0.628) serta persepsi manfaat bernilai (0.861). Sehingga dapat disimpulkan bahwa hasil uji diskriminan dapat dikatakan valid.

Tabel 3. 7 Hasil Uji Outer Loading

|     | <b>Niat Menggunakan</b> | <b>Norma Subjektif</b> | <b>Persepsi Kemudahan Penggunaan</b> | <b>Persepsi Manfaat</b> |
|-----|-------------------------|------------------------|--------------------------------------|-------------------------|
| KP1 |                         |                        | <b>0.833</b>                         |                         |
| KP2 |                         |                        | <b>0.718</b>                         |                         |
| KP3 |                         |                        | <b>0.769</b>                         |                         |
| KP4 |                         |                        | <b>0.758</b>                         |                         |
| KP5 |                         |                        | <b>0.872</b>                         |                         |
| NM1 | <b>0.851</b>            |                        |                                      |                         |

|     | <b>Niat Menggunakan</b> | <b>Norma Subjektif</b> | <b>Persepsi Kemudahan Penggunaan</b> | <b>Persepsi Manfaat</b> |
|-----|-------------------------|------------------------|--------------------------------------|-------------------------|
| NM2 | <b>0.844</b>            |                        |                                      |                         |
| NM3 | <b>0.863</b>            |                        |                                      |                         |
| NS1 |                         | <b>0.868</b>           |                                      |                         |
| NS2 |                         | <b>0.799</b>           |                                      |                         |
| NS3 |                         | <b>0.848</b>           |                                      |                         |
| NS4 |                         | <b>0.849</b>           |                                      |                         |
| PM1 |                         |                        |                                      | <b>0.842</b>            |
| PM2 |                         |                        |                                      | <b>0.815</b>            |
| PM3 |                         |                        |                                      | <b>0.844</b>            |
| PM4 |                         |                        |                                      | <b>0.900</b>            |
| PM5 |                         |                        |                                      | <b>0.798</b>            |

Pada tabel 3.7 dari hasil uji outer loading melalui jumlah 18 item ditemukan hasil bahwa tiap variabel sudah mempunyai ruang sendiri dimana item KP1, KP2, KP3, KP4, dan KP5 memiliki nilai tertinggi (0.872). Kemudian item NM1, NM2, dan NM3 juga sudah pada tabel variabel niat menggunakan dimana NM3 menjadi nilai tertinggi yakni (0.863). Selain itu NS1, NS2, NS3, dan NS4 telah berada pada tabel variabel norma subjektif. Dimana NS1 menjadi nilai tertinggi sebesar (0.868). Pada PM1, PM2, PM3, PM4, dan PM5 juga telah pada posisinya yakni ditabel variabel persepsi manfaat. Nilai item PM4 dengan hasil (0.900) merupakan nilai tertinggi.

## **BAB IV**

### **ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN**

#### **4.1 HASIL**

Setelah dilakukan penentuan jenis penelitian, pendekatan penelitian, metode penelitian, populasi, sampel dan pilot test seperti yang diuraikan pada BAB III. Pada bab IV akan menjelaskan hasil dari penelitian yang telah dilakukan. Pembahasan bab ini mulai dari profil responden, pengujian data, pengujian hipotesis kemudian pembahasan.

##### **4.1.1 Profil Responden**

Pada penelitian menggunakan total 180 responden. Jumlah sampel tersebut menggunakan rumus dari Hair et al. (2010) yakni jumlah sampel minimal 5 kali dari jumlah indikator. Adapun ukuran sampel yang sesuai berkisar antara 100-200 responden (Hair et al., 2010). Hasil data responden diperoleh dengan menyebarkan kuesioner online melalui Google Form. Dari kuesioner didapatkan hasil berdasarkan jenis kelamin dimana dari 180 responden, 108 responden pria atau 60% serta 72 responden perempuan atau 40%. Sehingga dapat disimpulkan adanya mayoritas pria pada responden.

Data yang diperoleh berikutnya yakni tahun kelahiran. Pertanyaan kuesioner terkait tahun kelahiran dibagikan kepada responden dengan membagi kedalam beberapa kelompok generasi. Seperti tahun kelahiran 1965-1984 (generasi X), tahun kelahiran 1982-1994 (generasi milenial), dan tahun kelahiran 1995-2010 (generasi Z). Hal ini sangat diperlukan untuk mengidentifikasi tahun kelahiran responden. Pada penelitian ini data tahun kelahiran yang dijadikan syarat kriteria

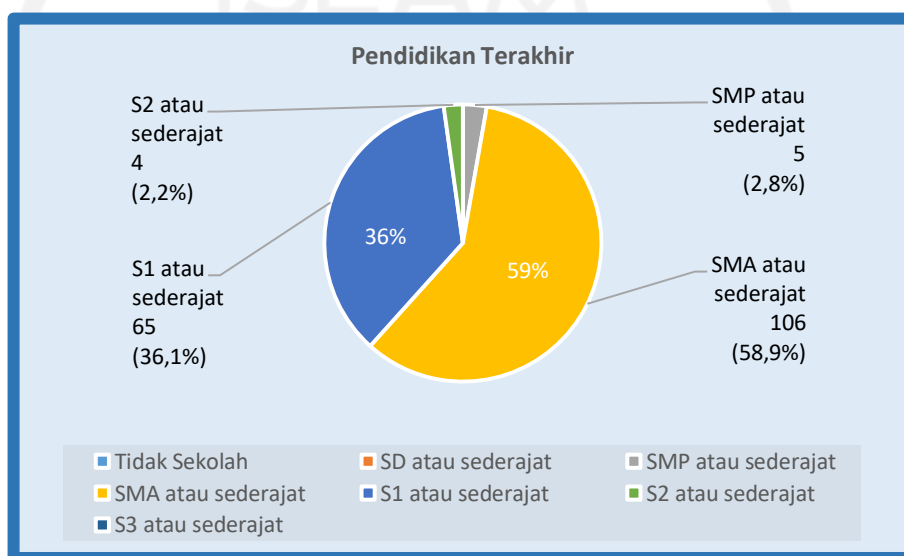
yakni responden yang tahun kelahiran 1995-2010 atau disebut generasi Z. Berdasarkan hasil data tahun kelahiran responden bahwa semua responden sudah memenuhi kriteria penelitian. Ditemukan dari 180 responden (100%) mempunyai tahun kelahiran 1995-2010. Sehingga responden secara umum yakni generasi Z dengan usia 12 sampai dengan 27 tahun. Untuk informasi mengenai profil responden bisa ditinjau pada Tabel 4.1.

Tabel 4. 1 Profil Responden

| <b>Profil Responden</b> | <b>N</b> | <b>%</b> |
|-------------------------|----------|----------|
| <b>Jenis Kelamin</b>    |          |          |
| • Pria                  | 108      | 60%      |
| • Perempuan             | 72       | 40%      |
| <b>Tahun Kelahiran</b>  |          |          |
| • 1995 – 2010           | 180      | 100%     |

Selanjutnya, data yang diperoleh yakni mengenai pendidikan terakhir responden. Pada kuesioner ini peneliti membagi kedalam beberapa kelompok pendidikan terakhir seperti tidak sekolah, SD atau sederajat, SMP atau sederajat, SMA atau sederajat, S1 atau sederajat, S2 atau sederajat, dan S3 atau sederajat. Dari data 180 responden ditemukan bahwa responden paling banyak mempunyai pendidikan terakhir SMA atau sederajat sebanyak 106 responden (58,9%). Kemudian disusul oleh responden pendidikan terakhir S1 atau sederajat sebanyak 65 responden (36,1%). Responden dengan pendidikan terakhir SMP atau sederajat

sebanyak 5 responden (2,8%). Untuk pendidikan terakhir S2 atau sederajat sebanyak 4 responden (2,2%). Dari hasil data pendidikan terakhir responden dapat disimpulkan bahwa rata-rata responden berumur antara 18 tahun - 23 tahun dimana dilihat dari pendidikan terakhir yakni SMA atau sederajat dan S1 atau sederajat. Hasil data pendidikan terakhir lengkapnya bisa ditinjau dalam Gambar 4.1.



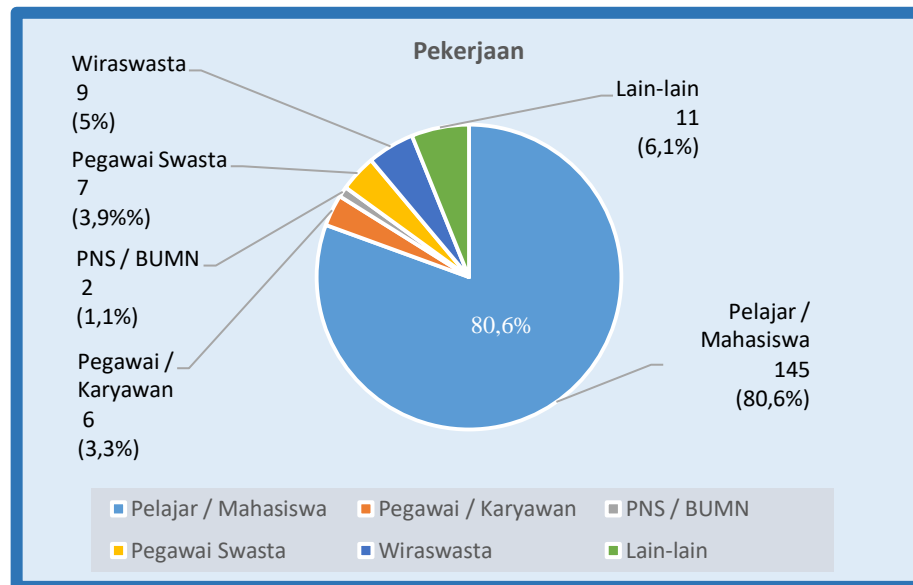
Sumber: Data primer 2022

Gambar 4. 1 Pendidikan Terakhir

Hasil data berikutnya yang didapatkan peneliti adalah mengenai profil pekerjaan responden. Dimana dari 180 responden, 145 responden masih sebagai pelajar/mahasiswa (80,6%). Kemudian lain-lain sebanyak 11 responden (6,1%), sebanyak 9 responden (5,0%) adalah wiraswasta, sebanyak 7 responden atau sekitar (3,9%) merupakan pegawai swasta, sebanyak 6 responden bekerja sebagai pegawai/karyawan (3,3%), dan PNS/BUMN sebanyak 2 responden (1,1%). Tentunya jika dilihat dari data pendidikan terakhir berkaitan dengan profil pekerjaan responden. Hal ini karena didominasi oleh responden yang mempunyai



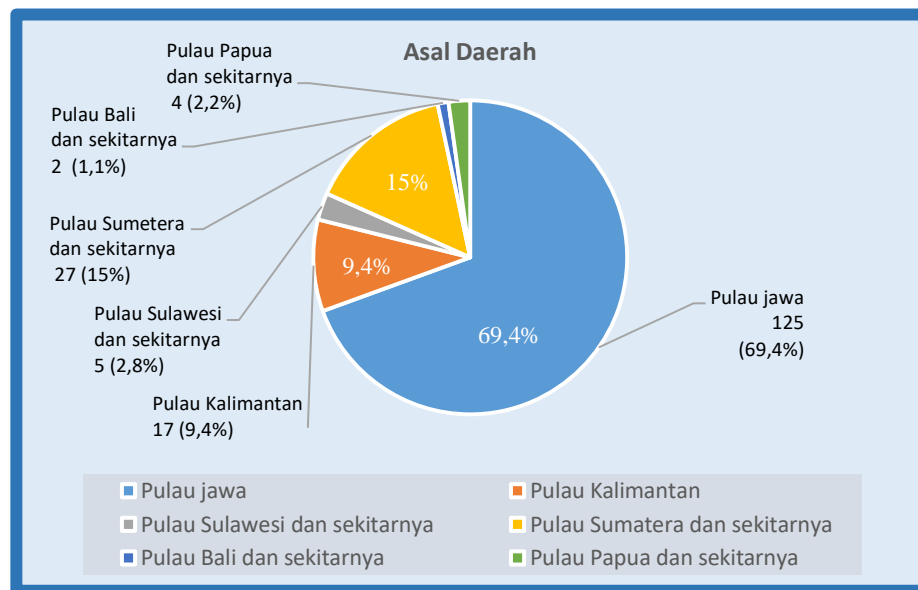
pendidikan terakhir SMA atau sederajat dan S1 atau sederajat. Berikut adalah data pekerjaan responden disajikan dalam bentuk Gambar 4.2.



Sumber: Data primer 2022

Gambar 4. 2 Pekerjaan

Pada kuesioner penelitian ini daerah asal responden juga sangat perlu untuk diidentifikasi mengingat dalam konteks responden generasi Z di Indonesia. Beberapa daerah yang ada dalam kuesioner ini yakni pulau Papua sekitarnya, Bali sekitarnya, Sumatera sekitarnya, Sulawesi sekitarnya, Kalimantan, serta Jawa. Hasil yang didapatkan pada daerah asal responden pulau Jawa yang paling banyak yakni sekitar 125 responden (69,4%), disusul oleh pulau Sumatera dan sekitarnya 27 responden (15%), pulau Kalimantan sebanyak 17 responden (9,4%), pulau Sulawesi dan sekitarnya mendapatkan (2,8%) atau sebanyak 5 responden, kemudian pulau Papua dan sekitarnya 4 responden (2,2%), dan pulau Bali dan sekitarnya 2 responden (1,1%). Untuk Informasi terkait data demografi asal daerah responden bisa ditinjau pada Gambar 4.3.



Sumber: Data primer 2022

Gambar 4. 3 Asal Daerah

Hasil data yang diperoleh selanjutnya yakni item pertanyaan kuesioner untuk mengidentifikasi responden terkait pengetahuan mengenal tentang ShopeePay. Hal ini menjadi syarat kriteria responden ketika mengisi kuesioner penelitian. Dengan tujuan penelitian ini berfokus pada niat menggunakan ShopeePay. Pemilihan syarat kriteria tersebut dilakukan mengingat tingkat penggunaan ShopeePay dikalangan generasi Z yang tinggi. Sehingga perlu untuk menginvestigasi faktor-faktor niat menggunakan ShopeePay pada generasi Z. Dari hasil data sebanyak 180 responden (100%), semuanya mengetahui *e-wallet* ShopeePay, dibandingkan dengan *e-wallet* lainnya. Kemudian responden tersebut juga sudah sesuai syarat kriteria yakni kelahiran tahun 1995 – 2010. Temuan ini sejalan dengan fenomena akan kenaikan penggunaan ShopeePay khususnya dikalangan generasi Z. Hasil data tersebut disajikan dalam bentuk Gambar 4.4.



Sumber: Data primer 2022

Gambar 4. 4 Apakah Anda Lebih Mengenal E-wallet ShopeePay

#### 4.1.2 Deskriptif Variabel

Dalam bagian ini dimaksudkan guna melakukan penjelasan mengenai hasil analisis deskriptif tiap variabel penelitian. Hasil deskriptif dari penelitian ini yakni norma subjektif terhadap persepsi manfaat, norma subjektif terhadap persepsi kemudahan penggunaan, norma subjektif terhadap niat menggunakan, persepsi kemudahan penggunaan terhadap persepsi manfaat, persepsi kemudahan penggunaan terhadap niat menggunakan, dan persepsi manfaat terhadap niat menggunakan. Dalam hal ini konteks niat menggunakan ShopeePay pada generasi Z. Hasil deskriptif dapat dianalisa dengan menggunakan skala kategori deksriptif variabel seperti ditunjukkan pada Tabel 4.2.

Tabel 4. 2 Skala Kategori Deskriptif Variabel

| Interval    | Kategori            |
|-------------|---------------------|
| 1.00 - 1.80 | Sangat Tidak Setuju |
| 1.81 - 2.60 | Tidak Setuju        |
| 2.61 - 3.40 | Netral              |
| 3.41 - 4.20 | Setuju              |
| 4.21 - 5.00 | Sangat Setuju       |

Sumber: Data diolah (2022)

#### 4.1.2.1 Deskriptif Variabel Norma Subjektif ShopeePay

Dalam variabel norma subjektif terkait niat menggunakan ShopeePay ini memiliki empat item. Pertama, responden pada penelitian ini menyatakan sangat setuju bahwa mayoritas orang yang dikenal menggunakan ShopeePay (mean = 4.639). Kedua, responden juga menyatakan sangat setuju jika orang-orang penting seperti teman dan keluarga mereka menggunakan ShopeePay (mean = 4.228). Ketiga, responden akan sangat setuju ketika mayoritas orang yang dikenal akan setuju jika menggunakan ShopeePay (mean = 4.544). Kemudian terakhir responden memberikan kategori setuju (mean = 4.094) ketika mayoritas orang yang dikenal mengharuskan untuk menggunakan ShopeePay. Dengan demikian, dari hasil tersebut dapat disimpulkan semua item rata-rata termasuk kategori sangat setuju. Berikut adalah hasil lengkap terkait data deskriptif variabel norma subjektif pada Tabel 4.3.

Tabel 4. 3 Deskriptif Norma Subjektif ShopeePay

| No. | Item   | Mean  | Kategori      |
|-----|--|-------|---------------|
| 1   | Mayoritas orang yang saya kenal menggunakan ShopeePay  | 4.639 | Sangat Setuju |
| 2   | Orang-orang yang penting dalam hidup saya (misalnya, keluarga teman dan rekan) menggunakan ShopeePay | 4.228 | Sangat Setuju |
| 3   | Mayoritas orang yang saya kenal setuju jika saya menggunakan ShopeePay                               | 4.544 | Sangat Setuju |
| 4   | Mayoritas orang yang saya kenal berpikir bahwa saya harus menggunakan ShopeePay                      | 4.094 | Setuju        |

Sumber: Data diolah (2022)

#### 4.1.2.2 Deskriptif Variabel Persepsi Manfaat ShopeePay

Dalam item persepsi manfaat terhadap niat menggunakan ShopeePay dikalangan generasi Z ini memiliki lima item. Dari hasil deskriptif variabel persepsi manfaat secara keseluruhan responden memiliki sikap sangat setuju dengan item-item tersebut. Contohnya pada ShopeePay yang dapat membantu transaksi lebih cepat (mean = 4.794). Kemudian responden juga menyatakan sangat setuju bahwa ShopeePay meningkat kualitas (mean = 4.639), produktivitas (mean = 4.589), dan efektivitas (mean = 4.667) dalam pembayaran. Item terakhir yakni ShopeePay dirasa bermanfaat bagi kehidupan sehari-hari dengan responden menyatakan sangat setuju akan hal tersebut (mean = 4.628). Dalam hal ini artinya bahwa item persepsi manfaat pada ShopeePay sangat dirasakan oleh generasi Z sehingga hampir semua responden menyatakan sangat setuju dengan item variabel persepsi manfaat.

Sehingga dapat disimpulkan deskriptif variabel persepsi manfaat termasuk kategori sangat setuju. Selengkapnya hasil data tersebut dirangkum dalam Tabel 4.4.

Tabel 4. 4 Deskriptif Persepsi Manfaat ShopeePay

| No. | Item   | Mean  | Kategori      |
|-----|--|-------|---------------|
| 1   | ShopeePay membantu transaksi pembayaran lebih cepat                      | 4.794 | Sangat Setuju |
| 2   | ShopeePay membantu meningkatkan kualitas dalam transaksi pembayaran      | 4.639 | Sangat Setuju |
| 3   | ShopeePay membantu meningkatkan produktivitas dalam transaksi pembayaran | 4.589 | Sangat Setuju |
| 4   | ShopeePay membantu meningkatkan efektivitas dalam transaksi pembayaran   | 4.667 | Sangat Setuju |
| 5   | ShopeePay sangat bermanfaat dalam kehidupan sehari-hari                  | 4.628 | Sangat Setuju |

Sumber: Data diolah (2022)

#### 4.1.2.3 Deskriptif Variabel Persepsi Kemudahan Penggunaan ShopeePay

Pada item persepsi kemudahan penggunaan hampir semua rata-rata responden menyatakan sangat setuju. Hal ini terlihat dimana nilai (mean = 4.617) pada item terkait dengan kemudahan dalam belajar penggunaan ShopeePay. Adapun untuk kemudahan terampil dalam menggunakan ShopeePay responden menyatakan sangat setuju (mean = 4.578). Kemudian dari segi pencarian informasi tentang keuntungan ShopeePay juga dirasa sangat mudah dirasakan oleh responden (mean = 4.367). Adapun responden juga menyatakan kategori jawaban sangat setuju terkait kemudahan dalam menggunakan ShopeePay (mean = 4.778). Selanjutnya yang terakhir ditemukan hasil yang selaras yakni responden sangat

setuju ketika ShopeePay dalam penggunaannya jelas dan dapat dimengerti (mean = 4.678). Dengan begitu dapat disimpulkan bahwa semua item tersebut masuk ke dalam kategori sangat setuju. Adapun hasil deskriptif variabel persepsi kemudahan penggunaan dapat dilihat pada Tabel 4.5.

Tabel 4. 5 Deskriptif Persepsi Kemudahan Penggunaan ShopeePay

| No. | Item   | Mean  | Kategori      |
|-----|--|-------|---------------|
| 1   | Belajar menggunakan ShopeePay itu mudah                  | 4.617 | Sangat Setuju |
| 2   | Terampil menggunakan ShopeePay itu mudah                 | 4.578 | Sangat Setuju |
| 3   | Mencari informasi tentang keuntungan ShopeePay itu mudah | 4.367 | Sangat Setuju |
| 4   | Menggunakan ShopeePay itu mudah                          | 4.778 | Sangat Setuju |
| 5   | Penggunaan ShopeePay jelas dan dapat dimengerti          | 4.678 | Sangat Setuju |

Sumber: Data diolah (2022)

#### 4.1.2.4 Deskriptif Variabel Niat Menggunakan ShopeePay

Dari hasil analisis data pada Tabel 4.6 dinyatakan responden memilih jawaban sangat setuju serta setuju mengenai item niat menggunakan ShopeePay. Pertama, responden memberi pernyataan bahwa mereka sangat setuju ShopeePay dapat mendorong transaksi pembayaran secara nontunai (mean = 4.533). Adapun pada hasil item yang kedua, responden dirasa sangat mungkin dalam menggunakan ShopeePay sebagai alat transaksi pembayaran (mean = 4.544). Adapun responden pada item pertanyaan terkait responden berniat untuk rutin menggunakan ShopeePay memberi jawaban sangat setuju (mean = 4.117). Jika dilihat dari analisa

data tersebut, maka rata-rata item pada deskriptif niat menggunakan mendapati kategori yakni semua responden sangat setuju.

Tabel 4. 6 Deskriptif Niat Menggunakan ShopeePay

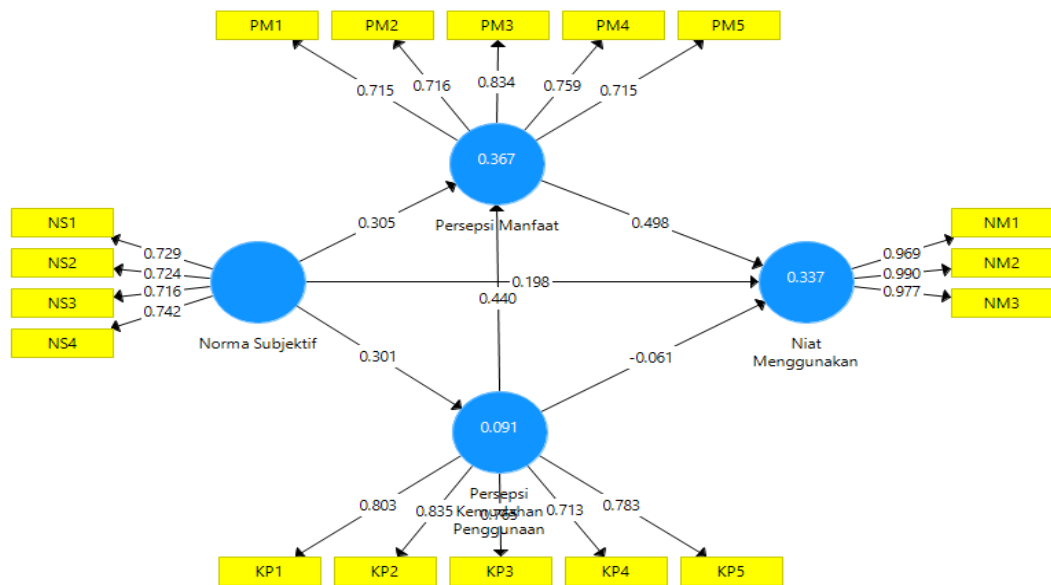
| No. | Item  | Mean  | Kategori      |
|-----|---|-------|---------------|
| 1   | ShopeePay mendorong saya untuk bertransaksi secara nontunai.          | 4.533 | Sangat Setuju |
| 2   | Saya sangat mungkin menggunakan ShopeePay untuk transaksi pembayaran. | 4.544 | Sangat Setuju |
| 3   | Saya berniat untuk rutin menggunakan ShopeePay                        | 4.517 | Sangat Setuju |

Sumber: Data diolah (2022)

#### 4.1.3 Pengujian Model Pengukuran (Outer Model)

Pada alat pengukuran ini menggunakan *software* SmartPLS dalam pengujian validitas dan reliabilitas terhadap semua variabel penelitian. Dengan keseluruhan responden yang sesuai kriteria yakni 180 responden. Norma subjektif, persepsi manfaat, persepsi kemudahan penggunaan, dan niat menggunakan merupakan variabel yang dilakukan pengujian. Dalam *outer model* ada beberapa pengujian seperti uji validitas konvergen, uji validitas diskriminan, dan uji reliabilitas. Berikut adalah model pengukuran uji validitas dan reliabilitas pada penelitian ini yang dapat dilihat pada Gambar 4.5.





Gambar 4. 5 Model Pengukuran Outer

#### 4.1.3.1 Uji Validitas

Pengujian validitas dalam PLS SEM mempunyai dua jenis validitas yakni, pertama uji validitas konvergen dan kedua uji validitas diskriminan. Adapun tujuan dari uji validitas konvergen untuk mengetahui hasil yang didapatkan dalam penelitian apakah sudah valid atau tidak valid secara konvergen. Pada proses uji validitas konvergen harus memperhatikan *Outer Loading* dan *Average Variance Extracted (AVE)*. Hasil penelitian dinyatakan valid jika nilai ( $AVE > 50$ ), atau dalam kata AVE mempunyai nilai minimal 0,50. Kemudian untuk hasil nilai *Outer Loading* yakni minimal 0,50 (Hair et al, 2017). Berikut adalah hasil *Outer Loading* disajikan pada Tabel 4.7.

Tabel 4. 7 Hasil Outer Loading

|     | Niat Menggunakan | Norma Subjektif | Persepsi Kemudahan Penggunaan | Persepsi Manfaat |
|-----|------------------|-----------------|-------------------------------|------------------|
| KP1 |                  |                 | 0.803                         |                  |
| KP2 |                  |                 | 0.835                         |                  |

|     | <b>Niat Menggunakan</b> | <b>Norma Subjektif</b> | <b>Persepsi Kemudahan Penggunaan</b> | <b>Persepsi Manfaat</b> |
|-----|-------------------------|------------------------|--------------------------------------|-------------------------|
| KP3 |                         |                        | <b>0.765</b>                         |                         |
| KP4 |                         |                        | <b>0.713</b>                         |                         |
| KP5 |                         |                        | <b>0.783</b>                         |                         |
| NM1 | <b>0.969</b>            |                        |                                      |                         |
| NM2 | <b>0.990</b>            |                        |                                      |                         |
| NM3 | <b>0.977</b>            |                        |                                      |                         |
| NS1 |                         | <b>0.729</b>           |                                      |                         |
| NS2 |                         | <b>0.724</b>           |                                      |                         |
| NS3 |                         | <b>0.716</b>           |                                      |                         |
| NS4 |                         | <b>0.742</b>           |                                      |                         |
| PM1 |                         |                        |                                      | <b>0.715</b>            |
| PM2 |                         |                        |                                      | <b>0.716</b>            |
| PM3 |                         |                        |                                      | <b>0.834</b>            |
| PM4 |                         |                        |                                      | <b>0.759</b>            |
| PM5 |                         |                        |                                      | <b>0.715</b>            |

Sumber: Data diolah (2022)

Tabel 4.7 menunjukkan bahwa hasil uji *outer loading* tersebut dinyatakan sudah valid. Hal ini terlihat karena setiap variabel yang digunakan mempunyai nilai diatas 0,50. Selain itu, semua variabel juga sudah menempati ruang yang sama dengan variabel lainnya. Contohnya pada varibael KP 1 sampai dengan KP 5 yang mempunyai hasil diatas nilai 0,70. Begitupun variabel NM, NS dan PM yang nilai juga lebih dari 0,70. Sehingga semua variabel tersebut sudah sesuai dengan kriteria dan syarat dari Hair et al (2017) yakni *Outer Loading* minimal 0,50.

Langkah selanjutnya peneliti menguji hasil dari *Average Variance Extracted* (AVE). Dari hasil AVE juga didapati hasil bahwa semua nilai variabel

dalam penelitian ini dikatakan valid. Variabel yang telah diuji mendapatkan nilai diatas lebih dari 0,50. Adapun hasil *Average Variance Extracted* (AVE) dapat dilihat pada Tabel 4.8.

Tabel 4. 8 Hasil Average Variance Extracted (AVE)

|                               | <b>Average Variance Extracted (AVE)</b> |
|-------------------------------|---|
| Niat Menggunakan              | <b>0.958</b>                            |
| Norma Subjektif               | <b>0.530</b>                            |
| Persepsi Kemudahan Penggunaan | <b>0.610</b>                            |
| Persepsi Manfaat              | <b>0.561</b>                            |

Sumber: Data diolah (2022)

Setelah mengetahui hasil AVE maka berikutnya yakni menganalisis hasil validitas diskriminan. Validitas diskriminan dikatakan valid apabila semua variabel membentuk diagonal dan nilai variabel yang diatas harus lebih besar daripada nilai variabel yang di bawahnya. Berikut adalah hasil dari validitas diskriminan yang terdapat pada Tabel 4.9.

Tabel 4. 9 Hasil Validitas Diskriminan

|                  | <b>Niat Menggunakan</b> | <b>Norma Subjektif</b> | <b>Persepsi Kemudahan Penggunaan</b> | <b>Persepsi Manfaat</b> |
|------------------|-------------------------|------------------------|--------------------------------------|-------------------------|
| Niat Menggunakan | <b>0.979</b>            |                        |                                      |                         |
| Norma Subjektif  | <b>0.398</b>            | <b>0.728</b>           |                                      |                         |

|                                     |              |              |              |              |
|-------------------------------------|--------------|--------------|--------------|--------------|
| Persepsi<br>Kemudahan<br>Penggunaan | <b>0.263</b> | <b>0.301</b> | <b>0.781</b> |              |
| Persepsi<br>Manfaat                 | <b>0.552</b> | <b>0.438</b> | <b>0.532</b> | <b>0.749</b> |

Sumber: Data diolah (2022)

Pada Tabel 4.9 tersebut didapatkan hasil uji validitas diskriminan menunjukkan bahwa nilai akar kuadrat AVE dari semua variabel sudah membentuk diagonal dengan nilai variabel atas lebih besar daripada nilai variabel yang di bawahnya. Misalnya variabel niat menggunakan memiliki nilai (0.979) yang lebih besar daripada norma subjektif yakni (0.398). Kemudian norma subjektif memiliki nilai (0.728) lebih tinggi dibandingkan dengan persepsi kemudahan penggunaan (0.301). Persepsi kemudahan penggunaan mendapati hasil nilai (0.781) lebih besar daripada persepsi manfaat yakni (0.532) dan variabel persepsi manfaat mendapati nilai (0.749). Sehingga hasil dari uji validitas diskriminan dapat dikatakan valid.

#### 4.1.3.2 Uji Reliabilitas

Dalam pengujian terkait uji reliabilitas ini dapat diukur dengan menggunakan *cronbach's alpha* (CA) dan *composite reliability* (CR). Variabel bisa dikatakan reliabel ketika *cronbach's alpha* dan *composite reliability* memiliki nilai lebih dari 0.70. Adapun hasil uji reliabilitas dirangkum pada Tabel 4.10.

Tabel 4. 10 Hasil Uji Reliabilitas

|                  | <b>Cronbach's Alpha</b> | <b>Composite Reliability</b> |
|------------------|-------------------------|------------------------------|
| Niat Menggunakan | <b>0.978</b>            | <b>0.986</b>                 |
| Norma Subjektif  | <b>0.705</b>            | <b>0.818</b>                 |

|                               | <b>Cronbach's Alpha</b> | <b>Composite Reliability</b> |
|-------------------------------|-------------------------|------------------------------|
| Persepsi Kemudahan Penggunaan | <b>0.840</b>            | <b>0.886</b>                 |
| Persepsi Manfaat              | <b>0.803</b>            | <b>0.864</b>                 |

Sumber: Data diolah (2022)

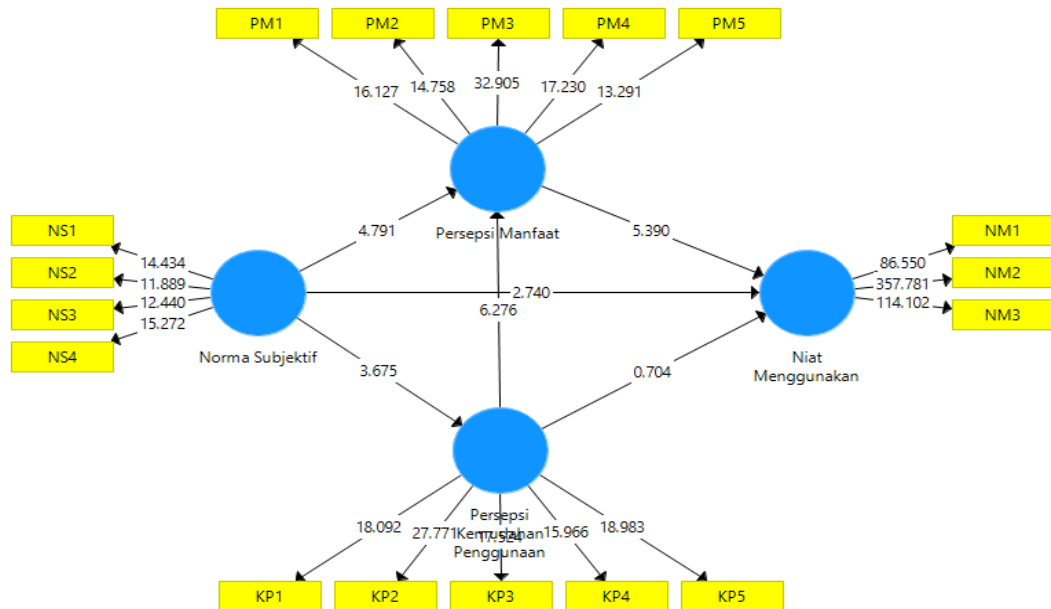
Tabel 4.10 menunjukkan hasil dari nilai dari variabel pada *cronbach's alpha* dan *composite reliability* sudah memenuhi standar nilai yang ditentukan yakni lebih dari 0.70. Sehingga dapat dikatakan variabel niat menggunakan, norma subjektif, persepsi kemudahan penggunaan, dan persepsi manfaat sudah reliabel. Misalnya pada *cronbach's alpha* variabel niat menggunakan mendapatkan nilai tertinggi sebesar (0.978) dan nilai terendah terdapat variabel norma subjektif sebesar (0.705). Begitupun untuk *composite reliability* nilai tertinggi juga diperoleh pada variabel niat menggunakan (0.986) dan nilai terendah pada variabel norma subjektif (0.818). Sehingga dapat disimpulkan pada uji reliabilitas semua variabel dapat dikatakan reliabel.

#### **4.1.4 Pengujian Model Struktural (Inner Model)**

Pada penelitian ini juga terdapat pengujian berupa model struktural atau bisa juga disebut inner model. Pengujian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan antar variabel laten independen dan dependen. Untuk mengetahui hubungan tersebut maka dapat dilakukan dengan menganalisis nilai dari kolinearitas, R-square (R<sup>2</sup>) pada variabel dependen. Adapun variabel independen dilakukan dengan menggunakan analisis koefisien jalur (*path coefficient*). Kemudian nilai t-statistic

dari setiap jalur bisa dimanfaatkan guna mencari signifikansinya antar variabel.

Berikut adalah model struktural penelitian yang terdapat pada Gambar 4.6.



Gambar 4. 6 Hasil Inner Model

#### 4.1.4.1 Uji Kolinearitas

Dalam pengujian kolinearitas ini bertujuan untuk mengukur hubungan antar yakni variabel bebas dan variabel terikat. Nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) yang menimbulkan gejala pada masalah kolinearitas jika nilai tiap variabel menghasilkan nilai toleransi 0,20 atau lebih rendah dan nilai VIF 5 lebih tinggi (Hair et al, 2011). Jika masalah kolinearitas terjadi maka perlu untuk menghilangkan salah satu indikator atau memasukan nilai rata-rata. Hasil pengujian uji kolinearitas pada penelitian ini didapatkan hasil bahwa hubungan norma subjektif terhadap niat menggunakan ShopeePay memiliki nilai (1.247). Selanjutnya untuk hubungan norma subjektif dengan persepsi kemudahan penggunaan didapati nilai (1.000) yang artinya hubungan variabel keduanya dikatakan ideal. Norma subjektif terhadap persepsi manfaat mendapatkan nilai

(1.100). Adapaun hasil dari variabel persepsi kemudahan penggunaan terhadap niat menggunakan mempunyai nilai (1.405) dan persepsi kemudahan penggunaan dengan persepsi manfaat bernilai (1.100). Yang terakhir hubungan persepsi manfaat dan niat menggunakan ditemukan nilai (1.581). Dengan demikian, dapat disimpulkan dari uji kolinearitas hubungan antar variabel penelitian adalah sudah ideal dan baik. Untuk lebih lanjut terkait hasil uji kolinearitas disajikan pada Tabel 4.11.

Tabel 4. 11 Hasil Uji Kolinearitas

|                               | <b>Niat Menggunakan</b> | <b>Norma Subjektif</b> | <b>Persepsi Kemudahan Penggunaan</b> | <b>Persepsi Manfaat</b> |
|-------------------------------|-------------------------|------------------------|--------------------------------------|-------------------------|
| Niat Menggunakan              |                         |                        |                                      |                         |
| Norma Subjektif               | <b>1.247</b>            |                        | <b>1.000</b>                         | <b>1.100</b>            |
| Persepsi Kemudahan Penggunaan | <b>1.405</b>            |                        |                                      | <b>1.100</b>            |
| Persepsi Manfaat              | <b>1.581</b>            |                        |                                      |                         |

Sumber: Data diolah (2022)

#### 4.1.4.2 Koefisien Jalur

Dalam penelitian koefisien jalur dimaksudkan guna menguji hubungan antar variabel melalui hipotesis. Dimana hasil dari koefisien jalur mengetahui apakah hipotesis variabel yang dihasilkan signifikan atau tidak signifikan. Dengan

menggunakan SEM-PLS pengujian hipotesis menggunakan uji t (T-Statistik). Hipotesis dikatakan didukung atau variabel dikatakan signifikan apabila T-Statistik lebih dari 1.96. Kemudian untuk didapatkan hasil yang signifikan positif apabila nilai P-Values kurang dari 0.05.

Dari hasil pengujian koefisien jalur melalui enam hipotesis penelitian didapatkan hasil bahwa ada satu hipotesis yang hasilnya tidak didukung yakni H5. Hipotesis H5 dalam hal ini hubungan antara persepsi kemudahan penggunaan terhadap niat menggunakan memiliki nilai T-Statistik hanya (0.704) dan nilai P-Value (0.482). Hal ini disebabkan H5 menunjukkan bahwa nilai T-Statistik dibawah 1.96 dan P-Value lebih dari 0.05. Adapun untuk semua hasil hipotesis kecuali H5, dinyatakan didukung dan signifikan positif. Misalnya pada H1 hubungan norma subjektif dengan persepsi manfaat memiliki nilai T-Statistik (4.791) dan P-Value senilai (0.000). Untuk H2 terkait pengaruh norma subjektif terhadap persepsi kemudahan penggunaan mendapatkan nilai T-Statistik (3.675) dan P-Value (0.000). Selanjutnya pada H3 hubungan norma subjektif dengan niat menggunakan juga didapatkan hasil yang didukung dan signifikan dimana nilai T-Statistik (2.740) dan P-Value mempunyai nilai (0.000). Hubungan persepsi kemudahan penggunaan dan persepsi manfaat yakni pada H4 ditemukan nilai T-Statistik (6.276) dan nilai P-Value (0.000) sehingga juga dikatakan hubungan hipotesis didukung dan signifikan. Adapun untuk H6 antara persepsi manfaat terhadap niat menggunakan hipotesis tersebut juga didukung dan signifikan dengan nilai T-Statistik (5.390) dan P-Value (0.000). Berikut adalah rangkuman hasil dari uji koefisien jalur yang tercantum pada Tabel 4.12.



Tabel 4. 12 Hasil Koefisien Jalur

|   | <b>Original Sample (O)</b> | <b>T Statistic (O/STDV)</b> | <b>P Values</b> | <b>Kesimpulan</b>        |
|---|----------------------------|-----------------------------|-----------------|--------------------------|
| Norma Subjektif -> Persepsi Manfaat               | <b>0.305</b>               | <b>4.791</b>                | <b>0.000</b>    | <b>H1 didukung</b>       |
| Norma Subjektif -> Persepsi Kemudahan Penggunaan  | <b>0.301</b>               | <b>3.675</b>                | <b>0.000</b>    | <b>H2 didukung</b>       |
| Norma Subjektif -> Niat Menggunakan               | <b>0.198</b>               | <b>2.740</b>                | <b>0.000</b>    | <b>H3 didukung</b>       |
| Persepsi Kemudahan Penggunaan -> Persepsi Manfaat | <b>0.440</b>               | <b>6.276</b>                | <b>0.000</b>    | <b>H4 didukung</b>       |
| Persepsi Kemudahan Penggunaan -> Niat Menggunakan | <b>-0.061</b>              | <b>0.704</b>                | <b>0.482</b>    | <b>H5 tidak didukung</b> |
| Persepsi Manfaat -> Niat Menggunakan              | <b>0.489</b>               | <b>5.390</b>                | <b>0.000</b>    | <b>H6 didukung</b>       |

Sumber: Data diolah (2022)

#### 4.1.4.3 Koefisien Determinasi (R-Square)

Pengujian R-square yakni sebagai koefisien determinasi untuk mengetahui hubungan pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Koefisien yang dimaksud berupa prediksi dari sebuah model untuk dihitung sebagai korelasi kuadrat berupa konstruk endogen spesifik aktual dan nilai prediksi. Nilai koefisien dinyatakan baik jika memperoleh nilai 0 sampai 1. Artinya semakin nilai tinggi

yang diperoleh maka akan semakin memprediksi tingkat akurasi yang lebih tinggi. Dalam kata lain variabel independen semakin mampu menjelaskan dan memprediksi hubungan variabel dependen.

Hasil dari koefisien determinasi pada penelitian ini menunjukkan bahwa variabel niat menggunakan ShopeePay mendapatkan nilai R-Square (0.337) jika dipersenkan menjadi 33,7%. Sehingga dari hasil tersebut dapat dikatakan variabel niat menggunakan ShopeePay masih bisa dijelaskan oleh variabel persepsi manfaat, persepsi kemudahan penggunaan, dan variabel yang tidak diteliti pada penelitian ini sekitar 66,3%. Untuk hasil persepsi kemudahan penggunaan memperoleh nilai nilai R-Square sebanyak (0.091) atau 9,1%. Artinya persepsi kemudahan penggunaan mampu dijelaskan sebesar 90,9% oleh variabel diluar penelitian ini dan variabel penelitian ini semisal niat menggunakan, persepsi manfaat, dan norma subjektif. Kemudian hasil dari variabel persepsi manfaat mendapatkan nilai R-Square (0.367) jika diubah ke persen menjadi 36,7%. Nilai tersebut menjelaskan bahwa masih ada 63,3% variabel lain seperti niat menggunakan, norma subjektif, persepsi kemudahan penggunaan dan variabel diluar penelitian ini. Hasil dari uji koefisien determinasi atau nilai R-Square dapat dilihat pada Tabel 4.13.

Tabel 4. 13 Hasil R-Square

|                               | <b>R Square</b> | <b>R Square Adjusted</b> |
|-------------------------------|-----------------|--------------------------|
| Niat Menggunakan              | <b>0.337</b>    | <b>0.326</b>             |
| Persepsi Kemudahan Penggunaan | <b>0.091</b>    | <b>0.086</b>             |
| Persepsi Manfaat              | <b>0.367</b>    | <b>0.360</b>             |

Sumber: Data diolah (2022)

#### 4.1.4.4 Predictive Relevance (Q Square)

Q-Square adalah suatu pengukuran indikator untuk mengidentifikasi dan memprediksi variabel yang memiliki relevansi prediktif. Hal ini dikarenakan refleksi dari variabel laten endogen dapat menunjukkan prediksi model jalur relevansi pada suatu konstruk dependen (Hair et al., 2017). Pada model ini dikatakan memiliki relevansi prediktif jika nilai  $Q^2$  lebih besar dari nol. Adapun jika  $Q^2$  memiliki nilai kurang dari nol maka relevansi prediktif dianggap kurang.

Untuk hasil nilai Q-Square yang terdapat pada variabel niat menggunakan didapati nilai (0.309). Artinya nilai variabel niat menggunakan sudah diatas lebih dari nol sehingga model relevansi prediktif dikatakan baik. Sama halnya untuk variabel persepsi kemudahan penggunaan yang model dihasilkan sudah baik dimana mendapatkan nilai (0.052). Selanjutnya untuk variabel persepsi manfaat memiliki nilai (0.195). Maka dari hasil nilai Q-Square dari semua variabel penelitian ini sudah memiliki relevansi prediktif yang baik. Untuk rangkuman hasil Q-Square disajikan pada Tabel 4.14.

Tabel 4. 14 Hasil Q-Square

|                               | <b>SSO</b>     | <b>SSE</b>     | <b><math>Q^2 (=1-SSE/SSO)</math></b> |
|-------------------------------|----------------|----------------|--------------------------------------|
| Niat Menggunakan              | <b>540.000</b> | <b>373.389</b> | <b>0.309</b>                         |
| Norma Subjektif               | <b>720.000</b> | <b>720.000</b> |                                      |
| Persepsi Kemudahan Penggunaan | <b>900.000</b> | <b>852.998</b> | <b>0.052</b>                         |
| Persepsi Manfaat              | <b>900.000</b> | <b>724.407</b> | <b>0.195</b>                         |

Sumber: Data diolah (2022)

## **4.2 PEMBAHASAN**

### **4.2.1 Pengaruh Norma Subjektif Terhadap Persepsi Manfaat *E-Wallet* ShopeePay**

Pada pengujian hipotesis yang telah dilakukan pada tabel 4.12 yakni hasil koefisien jalur. Ditemukan hasil bahwa hubungan variabel norma subjektif terhadap persepsi manfaat atau H1 adalah didukung. Dalam konteks penelitian ini terkait niat menggunakan ShopeePay dikalangan generasi Z variabel keduanya didapati signifikan positif. Hasil hipotesis ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yang pernah dilakukan oleh Daragmeh & Sagi (2021).

Hasil penelitian yang dilakukan oleh Daragmeh et al. (2021) menyatakan bahwa hubungan norma subjektif terhadap persepsi manfaat dalam konteks niat menggunakan pembayaran FinTech dikalangan generasi X pada masa Covid-19. Dimana dengan adanya masa pandemi maka faktor sosial akan kepatuhan terhadap jarak sosial juga meningkat. Ini terlihat dari bentuk komunikasi dan tukar informasi di lingkungan generasi X seperti teman, keluarga, dan rekan kerja dengan melalui media sosial. Dalam konteks ini pengaruh norma subjektif di generasi X untuk menggunakan pembayaran Fintech dirasa lebih bermanfaat agar dapat mengurangi kontak langsung dan mencegah bahaya virus Covid-19. Sehingga hasil penelitian tersebut hubungan antara norma subjektif dan persepsi manfaat juga didukung. Adapun penelitian dari Aji et al. (2020) juga mendapati hasil yang sama dalam konteks niat menggunakan *e-money* bahwa hubungan norma subjektif terhadap persepsi manfaat hasilnya didukung dengan signifikan positif.

Dari hasil pertanyaan deskriptif ditemukan bahwa profil responden terkait asal daerah yang paling dominan yakni pulau Jawa dengan 125 responden (69,4%). Jika dikaitkan dengan penelitian ini, banyak merchant di Pulau Jawa yang sudah menyediakan pembayaran ShopeePay mulai dari pedagang kaki lima, coffee shop, rumah makan atau bahkan restaurant juga menerima transaksi pembayaran melalui ShopeePay. Hal tersebut didukung dengan pernyataan dari Merdeka.com, dalam situsnya menyatakan bahwa ShopeePay mendapatkan penghargaan atas komitmennya dalam mendorong adopsi sistem QRIS di berbagai skala usaha. Kemudian dari hasil pertanyaan deskriptif terkait pendidikan terakhir responden rata-rata SMA atau sederajat (58,9%) dan S1 atau sederajat (36,1%) dengan total keduanya sekitar 171 responden. Dilihat dari analisis responden tersebut maka banyak generasi Z di Pulau Jawa yang menggunakan ShopeePay sebagai sarana transaksi pembayaran mereka. Terlebih bagi pelajar ataupun mahasiswa di Jawa yang memanfaatkan ShopeePay dalam aktivitas pembayaran sehari-hari.

Sehingga semakin banyak yang menggunakan ShopeePay maka akan memberikan pengaruh penerimaan norma subjektif bagi generasi Z. Misalnya teman, rekan, dan keluarga dikalangan generasi Z yang menggunakan ShopeePay. Dengan menimbulkan kesan manfaat seperti melakukan transaksi pembayaran yang cepat dan mudah hanya dengan melalui smartphone. Kemudian ShopeePay sendiri memberikan banyak penawaran yang menarik seperti diskon, cashback, dan promo potongan gratis ongkir. Dari segi kualitas transaksi pembayaran juga sangat membantu generasi Z dimana ShopeePay bisa dilakukan untuk kebutuhan pembayaran mereka seperti membayar pulsa, token listrik, pesan makanan online,

atau kebutuhan lainnya. Untuk transfer antar bank juga ShopeePay juga tidak dikenakan biaya. Dengan demikian, adanya persepsi manfaat yang ditimbulkan dari pengaruh sosial maka generasi Z semakin percaya bahwa dengan menggunakan ShopeePay dapat memberi manfaat dan keuntungan dalam melakukan transaksi pembayaran.

#### **4.2.2 Pengaruh Norma Subjektif Terhadap Persepsi Kemudahan Penggunaan *E-Wallet* ShopeePay**

Hipotesis yang kedua yakni hubungan variabel norma subjektif dengan persepsi kemudahan penggunaan ShopeePay. Dimana hasil yang telah diuji ditemukan hubungan pada H2 adalah didukung dan signifikan positif. Hasil tersebut sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Aji et al. (2020), dalam konteks niat menggunakan *e-money*. Ditemukan hasil bahwa norma subjektif dapat mempengaruhi langsung kepada penerimaan pengguna dengan memainkan peran dalam membentuk persepsi individu. Selain itu penelitian yang dilakukan oleh Teo (2009) juga menjelaskan hubungan yang signifikan antara kedua variabel tersebut dalam konteks penerimaan teknologi pada pendidikan.

Dilihat dari hasil hipotesis tersebut maka membuktikan bahwa norma subjektif memberikan peran penting kepada seseorang khususnya akan kemudahan penggunaan yang dirasakan. Jika mengacu pada kriteria responden pada penelitian ini yakni generasi Z dengan tahun kelahiran responden 1995 sampai 2010 yang dapat dikatakan sebagai generasi anak-anak muda di Indonesia. Dimana saat ini banyak anak muda generasi Z yang mengekspresikan dirinya dengan hangout bersama teman-temannya mulai dari nongkrong, liburan, atau hanya sekedar pergi

berbelanja dimall. Dalam aktivitas itu baik secara langsung maupun tidak langsung generasi Z akan menerima pembelajaran kolektif. Misalnya terkait kemudahan penggunaan ShopeePay dalam melakukan transaksi pembayaran yang cepat dan mudah hanya dengan menggunakan smartphone. Disisi lain generasi Z sendiri juga mempunyai karakteristik yang cepat dalam menerima sebuah teknologi, sehingga hal ini semakin mendukung kecenderungan kemudahan penggunaan ShopeePay bagi generasi Z.

#### **4.2.3 Pengaruh Norma Subjektif Terhadap Niat Menggunakan *E-Wallet* ShopeePay**

Selanjutnya berdasarkan hasil pada uji koefisien jalur pada tabel 4.12 terkait H3 yakni hubungan norma subjektif juga berpengaruh positif terhadap dengan niat menggunakan ShopeePay. Dalam kata lain norma subjektif memberikan dampak bagi generasi Z dalam meningkatkan penggunaan ShopeePay. Hasil penelitian ini juga didukung dengan hasil yang sama dari penelitian Aditya & Dwiana Putra (2021) menyatakan norma subjektif berpengaruh positif terhadap niat menggunakan *e-commerce*. Adapun hasil penelitian dari Aji et al. (2020) juga mendapatkan hasil yang sama yakni hipotesis norma subjektif terhadap niat menggunakan *e-money* didukung. Hasil berbeda ditemukan pada penelitian dari Mahendra (2013) menyatakan norma subjektif tidak berpengaruh terhadap niat nasabah dalam menggunakan *mobile banking*. Dimana dalam kasus ini disebutkan bahwa nasabah pencarian informasi mengenai keamanan dan privasi terhadap layanan *mobile banking* yang disediakan oleh bank hanya melalui orang disekitar. Sehingga mereka menganggap informasi yang didapatkan dalam mengetahui mana

yang dapat dipercaya dan yang tidak dapat dipercaya kurang maksimal mengingat hal tersebut adalah hal yang sensitif terkait ke keamanan dan privasi.

Adapun dalam hasil penelitian ini norma subjektif terhadap niat menggunakan ShopeePay dinyatakan signifikan positif. Peneliti mengungkapkan pendapatnya berdasarkan hasil rata-rata deskriptif variabel norma subjektif. Generasi Z menyatakan sangat setuju terkait mayoritas orang di lingkungan generasi Z yang menggunakan ShopeePay, dengan mendapat pengukuran deskriptif variabel norma subjektif sebesar (4.639). Adapun orang-orang penting seperti teman dan keluarga mereka juga menggunakan ShopeePay (4.228). Terkait pernyataan bahwa orang disekitar generasi Z juga akan setuju ketika mereka menggunakan ShopeePay dengan nilai deskriptif (4.544). Kemudian mayoritas orang yang dikenal juga mengharuskan untuk menggunakan ShopeePay dengan mendapat nilai (4.094) yang berarti setuju dengan pernyataan tersebut. Kemudian dilihat dari hasil penyebaran kuesioner penelitian semua responden sebelumnya sudah pernah menggunakan ShopeePay. Hal ini juga selaras dengan jawaban responden yang sangat setuju pada pernyataan kuesioner yang menyatakan bahwa orang disekitar atau orang terdekat generasi Z pada menggunakan ShopeePay dan mengharuskan generasi Z untuk menggunakan ShopeePay. Dengan demikian, mendeskripsikan bahwa semakin besar pengaruh norma subjektif yang diterima pada generasi Z maka semakin besar juga mereka akan mempunyai niat menggunakan ulang ShopeePay.



#### **4.2.4 Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan Terhadap Persepsi Manfaat *E-Wallet* ShopeePay**

Hipotesis keempat yakni hubungan antara variabel persepsi kemudahan penggunaan terhadap persepsi manfaat pada penelitian ini ditemukan bahwa hasil H4 didukung dengan signifikan positif. Adanya persepsi kemudahan penggunaan dirasa jika pengguna dalam menerima sebuah teknologi merasa bahwa teknologi tersebut dapat dipelajari, dapat dikontrol, dapat dipahami, fleksibel, mudah untuk menjadi terampil, dan mudah digunakan (Davis, 1989). Dengan persepsi kemudahan penggunaan yang baik terhadap suatu teknologi maka juga akan meningkatkan persepsi manfaat yang positif bagi penggunanya. Hal ini selaras dengan hasil temuan penelitian dari Nuur & Mustiko (2022) ditemukan hasil yang signifikan positif terkait pengaruh persepsi kemudahan penggunaan terhadap persepsi manfaat dalam konteks aplikasi TikTok. Selain itu pada konteks *internet pharmacy* dari penelitian Ma (2021) juga mendapatkan hasil yang sama yakni pengaruh signifikan terhadap persepsi kemudahan penggunaan dan persepsi manfaat.

Hasil H4 pada penelitian ini didukung mengingat responden secara keseluruhan adalah generasi Z. Dimana generasi Z sangat mudah dalam menerima perkembangan dan perubahan teknologi informasi. Hal ini dibuktikan dengan mereka yang selalu memanfaatkan teknologi dalam kehidupan sehari-hari seperti penggunaan internet dan gadget. Dengan begitu mereka merasa lebih terbiasa dalam penggunaan teknologi dan menganggap itu adalah sesuatu yang mudah. Tidak terkecuali pada konteks penelitian ini yakni ShopeePay. Generasi Z menganggap

bahwa ShopeePay memiliki kemudahan bagi penggunanya. Contohnya pada tahap awal penggunaan ShopeePay hanya perlu melakukan pengunduhan pada aplikasi Shopee. Dimana hal itu dirasa sangat mudah bagi generasi Z yang dianggap sudah terbiasa. Dari segi mengaplikasikan ShopeePay juga dapat dilakukan kapan dan dimana saja. Untuk menjadi terampil dan mudah dipahami bagi penggunanya, ShopeePay juga menawarkan kemudahan penggunaan dari fitur-fitur yang dimiliki mulai dari transaksi pembayaran melalui merchant, QRIS, dan transfer sesama ShopeePay ataupun antar Bank. Kemudian untuk mencari informasi terkait ShopeePay juga mudah ditemukan. Ini terlihat dari adanya fitur pusat bantuan yang disediakan bagi penggunanya. Fitur ini dimaksudkan untuk mendapatkan informasi tata cara penggunaan ShopeePay ataupun membantu pengguna jika mengalami masalah terkait penggunaan ShopeePay.

Dengan demikian, ShopeePay yang mudah dioperasikan bisa meningkatkan rasa kepercayaan dan memberi kesan manfaat yang didapatkan bagi penggunanya. Hal ini didukung dari tanggapan responden yang hampir secara keseluruhan merupakan anak muda sebagai pelajar atau mahasiswa yang termasuk generasi Z dengan menyatakan bahwa ShopeePay mudah untuk dipahami dan digunakan. Sehingga dapat disimpulkan bahwa persepsi kemudahan penggunaan ShopeePay akan memunculkan persepsi manfaat yang positif bagi penggunanya.

#### **4.2.5 Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan Terhadap Niat Menggunakan *E-Wallet* ShopeePay**

Hubungan antara variabel persepsi kemudahan penggunaan terhadap niat menggunakan ShopeePay mendapatkan hasil yang tidak didukung. Ini terlihat dari

hasil koefisien jalur pada tabel 4.12 dengan nilai t-statistik (0.704), dimana dinyatakan signifikan jika nilai t-statistik diatas 1.96. Sehingga H5 yakni hubungan antara variabel persepsi kemudahan penggunaan dan niat menggunakan dinyatakan tidak didukung, atau dapat diartikan persepsi kemudahan penggunaan tidak mempengaruhi niat generasi Z dalam menggunakan ShopeePay.

Hasil yang sama juga ditemukan dari penelitian Aji et al. (2020) terkait persepsi kemudahan penggunaan tidak berpengaruh terhadap niat menggunakan *e-money*. Hal ini dikarenakan kemudahan penggunaan *e-money* dirasa tidak memberikan nilai yang signifikan bagi penggunaanya. Dilihat dari fakta nya di Indonesia terdapat beberapa penyedia *e-money* yang memberikan fitur atau interface yang relatif sama sehingga mudah digunakan. Kemudian penelitian yang dilakukan oleh Nuur & Mustiko (2022) didapati hubungan persepsi kemudahan penggunaan dengan niat menggunakan TikTok juga tidak berpengaruh signifikan. Mereka menyatakan bahwa responden muslim generasi Z pada penelitian tersebut hampir semuanya sudah menggunakan aplikasi Instagram. Sehingga pengguna muslim generasi Z masih nyaman untuk menggunakan aplikasi Instagram dan belum berniat untuk mengadopsi aplikasi Tiktok. Sementara, menurut Nidhi et al. (2020) menyatakan hubungan antara persepsi kemudahan penggunaan dengan niat menggunakan memberikan pengaruh yang kecil terhadap niat untuk menggunakan e-wallet.

Pada penelitian ini didapati hasil yang tidak didukung yakni hanya pada H5, terkait hubungan persepsi kemudahan penggunaan dengan niat menggunakan ShopeePay. Walaupun ShopeePay telah memberikan dengan berbagai macam fitur

yang memudahkan bagi penggunanya namun generasi Z pada penelitian ini menyatakan bahwa persepsi kemudahan penggunaan tidak berpengaruh signifikan terhadap niat menggunakan ShopeePay. Hal ini mungkin dikarenakan ShopeePay tidak bisa digunakan untuk transaksi pembayaran lintas platform yakni hanya bisa digunakan diplatform *e-commerce* Shopee saja. Jika dilihat dari gender responden pada penelitian ini yang paling dominan yakni laki-laki sebanyak 108 responden laki-laki (60%). Menurut survei yang dilakukan oleh Snapcart (2020) menyatakan bahwa 77% konsumen perempuan konsumen dari 1.000 responden seluruh Indonesia memilih berbelanja di Shopee, dibanding hanya laki-laki 52%. Hasil sebaliknya ditemukan di platform *e-commerce* lain seperti Tokopedia yang lebih disukai konsumen laki-laki 22% dan perempuan 9%. Artinya hal tersebut mendukung bahwa gender sangat berpengaruh terhadap keputusan pembelian diplatform *e-commerce*. Demikian juga akan berpengaruh terhadap penggunaan transaksi pembayaran yang dilakukan oleh konsumen. Dalam konteks ini *e-commerce* Shopee sebagai penyedia layanan ShopeePay. Selain itu, ShopeePay juga tidak menyediakan layanan tarik tunai, hal ini sangat disayangkan terlebih ShopeePay yang sudah menawarkan kemudahan dalam fitur pengisian saldo. Misalnya ketika generasi Z yang sudah terlanjur mengisi saldo yang berlebih namun tidak bisa ditarik secara langsung melalui gerai Indomaret ataupun Alfamart. Sehingga atas dasar tersebut walaupun generasi Z sudah merasakan kemudahan fitur ShopeePay akan tetapi generasi Z pada penelitian ini merasa hal tersebut tidak berpengaruh terhadap niat menggunakan ShopeePay.

#### **4.2.6 Pengaruh Persepsi Manfaat Terhadap Niat Menggunakan *E-Wallet* ShopeePay**

Kemudian yang terakhir terkait dengan pengaruh persepsi manfaat terhadap niat menggunakan ShopeePay. Dalam hal ini H6 dinyatakan hasil didukung dengan signifikan positif. Sehingga dapat diartikan bahwa persepsi manfaat memberikan dampak bagi generasi Z dalam niat menggunakan ShopeePay. Penelitian ini sejalan dengan penelitian sebelumnya dari Daragmeh et al. (2021) mendapati hasil bahwa persepsi manfaat memiliki efek pengaruh signifikan terhadap niat generasi X dalam mengadopsi pembayaran seluler dimasa pandemi Covid-19. Dengan adanya jarak sosial pada masa pandemi membuat banyak konsumen menjadikan pembayaran seluler sebagai alternatif pembayaran.

Hal ini dianggap generasi X sebagai hal yang menguntungkan mengingat dapat mengurangi waktu, biaya, dan upaya transaksional secara langsung yang dapat menimbulkan penyebaran virus dimana pandemi. Adapun penelitian terkait niat adopsi apotek internet yang dilakukan oleh Ma (2021) juga ditemukan pengaruh yang signifikan antara persepsi manfaat dan niat menggunakan. Hal ini dirasa karena apotek internet dapat memberikan kemudahan dan keuntungan sehingga dapat menimbulkan persepsi manfaat yang selanjutnya juga meningkatkan niat mereka untuk menggunakan apotek Internet.

Dalam konteks penelitian ini yakni ShopeePay merupakan layanan dompet digital milik Shopee. Shopee sendiri merupakan salah satu *e-commerce* terbesar di Indonesia. Hampir semua orang mengetahui *e-commerce* Shopee termasuk pada generasi Z. Banyak manfaat yang dirasakan ketika menggunakan ShopeePay

misalnya pengguna akan mendapatkan voucher yang bisa digunakan untuk membeli kebutuhan barang di Shopee atau bahkan mendapatkan voucher gratis ongkos kirim. Kemudian ketika sudah melakukan transaksi pembayaran menggunakan ShopeePay juga bisa mendapatkan cashback berupa penambahan saldo. Selanjutnya, cashback juga bisa digunakan untuk membeli kebutuhan pribadi seperti token listrik, pulsa, dan sebagainya. Terkait pengisian saldo juga sangat mudah dilakukan dan proses pembayaran yang dilakukan juga cepat.

Jika dikaitkan dari hasil data penelitian yakni pertanyaan deskriptif dimana hampir seluruh responden generasi Z sebagai seorang pelajar / mahasiswa. Dilihat dari banyaknya manfaat dan keuntungan ShopeePay seperti transaksi menjadi lebih mudah dan cepat, dapat digunakan secara fleksibel dimana dan kapan saja, ataupun mendapatkan keuntungan melalui promosi yang ditawarkan. Maka tidak heran banyak pelajar / mahasiswa berniat untuk menggunakan ShopeePay sebagai sarana transaksi pembayaran mereka. Terlebih juga responden pada penelitian ini paling banyak dari pulau Jawa. Dengan banyaknya merchant di pulau Jawa yang sudah menyediakan pembayaran melalui ShopeePay maka akan semakin mendukung generasi Z menggunakan layanan pembayaran ShopeePay.

Berdasarkan penerimaan manfaat ShopeePay pada generasi Z yang membantu mempercepat pekerjaan, meningkatkan kinerja, meningkatkan produktivitas, meningkatkan efektivitas, dan memudahkan pekerjaan. Tentunya akan dapat mempengaruhi niat menggunakan ShopeePay dikalangan Z dalam melakukan transaksi pembayaran.

## BAB V

### KESIMPULAN

#### 5.1 KESIMPULAN

Penelitian ini bertujuan untuk menginvestigasi faktor-faktor niat menggunakan ShopeePay pada generasi Z di Indonesia. Kemudian berdasarkan rumusan masalah penelitian, hasil analisis dan pembahasan yang telah dipaparkan. Penulis dapat mengambil kesimpulan bahwa terdapat lima hipotesis yang didukung atau diterima dan satu hipotesis yang tidak didukung atau tidak diterima. Adapun untuk hasil kesimpulan pada penelitian ini dengan lebih jelas sebagai berikut :

- 1) Hasil pengujian H1 yakni pengaruh norma subjektif terhadap persepsi manfaat mendapati nilai koefisien jalur sebesar 0,000 pada *p-values* dan t-statistik sebesar 4,791. Dilihat dari hasil uji koefisien jalur tersebut maka rumusan masalah yang pertama dapat disimpulkan bahwa hubungan norma subjektif berpengaruh positif dan signifikan terhadap persepsi manfaat ShopeePay pada generasi Z di Indonesia.
- 2) Hasil pengujian H2 yakni pengaruh norma subjektif terhadap persepsi kemudahan penggunaan mendapati hasil koefisien jalur sebesar 0,000 pada *p-values* dan t-statistik sebesar 3,675. Dapat disimpulkan berdasarkan hasil uji koefisien jalur tersebut maka rumusan masalah yang kedua yaitu hubungan norma subjektif terhadap persepsi kemudahan penggunaan ShopeePay pada generasi Z di Indonesia dinyatakan berpengaruh positif dan signifikan.

- 3) Hasil pengujian H3 yakni pengaruh norma subjektif terhadap niat menggunakan mendapatkan hasil koefisien jalur sebesar 0,000 pada *p-values* dan t-statistik sebesar 2,740. Dengan demikian rumusan masalah yang ketiga dapat disimpulkan bahwa hubungan norma subjektif berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat menggunakan ShopeePay pada generasi Z di Indonesia.
- 4) Hasil pengujian H4 yakni pengaruh persepsi kemudahan penggunaan terhadap persepsi manfaat mendapatkan hasil koefisien jalur sebesar 0,000 pada *p-values* dan t-statistik sebesar 6,276. Dilihat dari hasil koefisien jalur tersebut maka dapat disimpulkan bahwa rumusan masalah yang keempat pada hubungan persepsi kemudahan penggunaan terhadap persepsi manfaat ShopeePay pada generasi Z di Indonesia dinyatakan berpengaruh positif dan signifikan.
- 5) Hasil pengujian H5 yakni pengaruh persepsi kemudahan penggunaan terhadap niat menggunakan mendapatkan hasil koefisien jalur sebesar 0,482 pada *p-values* dan t-statistik sebesar 0,704. Hal ini menunjukkan bahwa rumusan masalah yang kelima dinyatakan hasil tidak didukung. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa hubungan persepsi kemudahan penggunaan tidak secara signifikan mempengaruhi niat menggunakan ShopeePay pada generasi Z di Indonesia.
- 6) Hasil pengujian H6 yakni pengaruh persepsi manfaat terhadap niat menggunakan mendapatkan hasil koefisien jalur sebesar 0,000 pada *p-values* dan t-statistik sebesar 5,390. Dengan demikian rumusan masalah



yang keenam dapat disimpulkan bahwa hubungan persepsi manfaat terhadap niat menggunakan ShopeePay pada generasi Z di Indonesia dinyatakan berpengaruh positif dan signifikan.

## **5.2 MANFAAT DAN IMPLIKASI PENELITIAN**

Hasil dari penelitian ini bermanfaat untuk dijadikan sebagai referensi dan pengembangan terkait model anteseden dan konsekuensi pada niat menggunakan *e-wallet* ShopeePay yang masih sedikit ditinjau. Mengingat ShopeePay merupakan *e-wallet* baru yang diluncurkan pada akhir tahun 2018 dan sangat berkembang pesat selama pandemi 2020 hingga saat ini. Selain itu hasil dari penelitian ini juga memberikan manfaat implikatif bagi pihak perusahaan Shopee yang menaungi layanan ShopeePay.

Berdasarkan hasil penelitian ini norma subjektif memberikan pengaruh signifikan positif terhadap persepsi manfaat, persepsi kemudahan penggunaan, dan niat menggunakan ShopeePay. Untuk itu sebagai implikasi diharapkan perusahaan tetap konsisten dalam mempertahankan keunggulan ShopeePay seperti perusahaan tetap mempertahankan tagline promosi diskon, cashback, dan potongan gratis ongkir yang telah dilakukan. Mengingat ShopeePay dikenal melalui banyaknya promosi yang ditawarkan. Dengan begitu akan mempertahankan atau bahkan meningkatkan pengguna ShopeePay di Indonesia. Sehingga juga akan semakin tinggi pengaruh sosial dalam penerimaan norma subjektif terhadap penggunaan ShopeePay.

Penelitian ini juga mendapatkan hasil bahwa persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh signifikan positif terhadap persepsi manfaat. Adapun

hubungan antara persepsi manfaat dengan niat menggunakan ShopeePay juga dinyatakan positif signifikan. Maka, sebagai implikasi dari hasil tersebut perusahaan dapat meningkatkan tampilan interface selalu dibikin menarik dan disesuaikan dengan tema yang baru trend misalnya peringatan tahun baru, hari kemerdekaan Indonesia 17 Agustus, dan hari besar lainnya. Bisa juga perusahaan dapat menambah fitur baru yakni fitur khusus menabung di ShopeePay. Sehingga hal ini dapat memberi kesan bahwa ShopeePay tidak hanya digunakan untuk transaksi pembayaran saja. Ataupun bisa juga menambah fitur khusus untuk menyimpan keuangan yang digunakan untuk mencapai tujuan yang diinginkan. Tentunya jika dengan penambahan fitur-fitur tersebut juga harus diikuti dengan pemberian petunjuk dan cara penggunaan.

Hasil berbeda ditemukan terkait persepsi kemudahan penggunaan yang tidak berpengaruh signifikan terhadap niat menggunakan ShopeePay. Melihat hasil penelitian tersebut maka implikasi yang diberikan yakni perusahaan dapat membuat campaign ataupun slogan terkait kemudahan bertransaksi menggunakan ShopeePay. Seperti melalui promosi digital marketing, periklanan dimedia sosial ataupun media cetak. Namun disisi lain tetap tidak menghilangkan ciri khas ShopeePay yakni tagline promosi diskon, cashback, dan potongan gratis ongkir. Perusahaan juga bisa menjalin kerjasama dengan pihak ketiga seperti Indomaret dan Alfamart terkait tarik tunai, dimana perusahaan belum menerapkan hal tersebut. Mengingat *e-commerce* Shopee lebih banyak digunakan oleh konsumen perempuan maka perusahaan bisa juga melakukan kerjasama dengan platform *e-commerce* lain dalam penggunaan transaksi pembayaran melalui ShopeePay. Sehingga dapat

menarik konsumen laki-laki dalam penggunaan ShopeePay sebagai metode pembayaran. Dilihat dari implikasi tersebut diharapkan akan meningkatkan ketertarikan bagi penggunanya untuk menggunakan ShopeePay.

### **5.3 KETERBATASAN PENELITIAN**

Berdasarkan pengalaman peneliti dalam melakukan proses penelitian ini didapatkan beberapa keterbatasan. Misalnya dari hasil kuesioner yang diperoleh penyebaran proporsi responden kurang merata yang mengakibatkan asal daerah responden yang berasal dari pulau Jawa lebih dominan yakni 125 responden (69,4%). Adapun dalam proses penyebaran kuesioner, mungkin informasi yang didapatkan dari responden terkadang tidak memberikan keadaan yang sesungguhnya. Hal ini bisa jadi karena adanya perbedaan pemikiran dan pandangan responden atau bahkan faktor lain diluar batas peneliti.

Kemudian keterbatasan lain pada penelitian ini terdapat pada hasil R-square bahwa variable niat menggunakan ShopeePay sebesar (0.337) atau 33,7%. Hal ini menunjukkan bahwa variabel niat menggunakan masih belum cukup untuk menjelaskan variabel antesedennya. Adapun variabel kemudahan penggunaan hanya memperoleh nilai R-Square (0.091) atau 9,1%. Artinya persepsi kemudahan penggunaan masih bisa dijelaskan sebesar 90,9% oleh variabel persepsi manfaat, dan norma subjektif atau variabel diluar penelitian.

### **5.4 SARAN**

Berdasarkan keterbatasan pada penelitian ini maka peneliti dapat memberikan saran yang dapat digunakan dan memperbaiki untuk penelitian selanjutnya. Dari hasil penelitian ini, peneliti merasa penyebaran kuesioner masih

kurang merata dengan responden didominasi asal daerah dari pulau Jawa. Untuk itu disarankan bagi peneliti selanjutnya agar dapat meratakan penyebaran kuesioner agar dapat memberikan hasil yang lebih maksimal. Mengingat penelitian ini berfokus pada generasi Z, maka akan lebih menarik jika peneliti selanjutnya dapat menambahkan atau membandingkan niat dikalangan diluar generasi Z seperti generasi millennial atau generasi X.

Dilihat dari hasil R-Square pada model penelitian ini masih terbilang kurang memuaskan. Hal ini diterbukti dari hubungan antar variabel yang tergolong rendah dan masih banyak yang bisa dijelaskan oleh variabel penelitian lain. Untuk itu akan lebih menarik jika penelitian selanjutnya menggunakan variabel dimoderasi oleh gender. Mengingat dari hasil survei Snapcart (2020) menyatakan bahwa gender berpengaruh terhadap keputusan pembelian diplatform *e-commerce* dalam hal ini Shopee penyedia layanan ShopeePay. Sehingga atas hal tersebut juga akan berpengaruh terhadap transaksi pembayaran yang akan digunakan. Kemudian peneliti selanjutnya bisa juga dengan menggunakan metode penelitian yang berbeda, sehingga diharapkan medapatkan hasil nilai yang lebih maksimal dan memuaskan.

## DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad, & Pambudi, B. S. (2013). *Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Keamanan Dan Ketersediaan Fitur Terhadapminat Ulang Nasabah Bank Dalam Menggunakan Internet Banking (Studi Pada Program Layanan Internet Banking Bri)*. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689–1699.
- Aji, H. M., Berakon, I., & Riza, A. F. (2020). *The effects of subjective norm and knowledge about riba on intention to use e-money in Indonesia*. *Journal of Islamic Marketing*, 12(6), 1180–1196. <https://doi.org/10.1108/JIMA-10-2019-0203>
- Anggelina, J., & Japariato, E. (2014). *Analisis Pengaruh Sikap, Subjective Norm dan Perceived Behavioral Control Terhadap Purchase Intention Pelanggan SOGO Department Store di Tunjungan Plaza Surabaya*. *Jurnal Strategi Pemasaran*, Vol. 2, No. 1, 1-7.
- Anwar. (2008). *Reliabilitas dan Validitas*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Arikunto. (2006). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta: PT. Rineka Cipta.
- Cheng, Y.-M. (2014). *Exploring the intention to use mobile learning: The moderating role of personal innovativeness*. *Journal of Systems and Information Technology*, 16(1), 40–61.
- Daragmeh, A., Lentner, C., & Sági, J. (2021). *FinTech payments in the era of COVID-19: Factors influencing behavioral intentions of “Generation X” in Hungary to use mobile payment*. *Journal of Behavioral and Experimental Finance*, 32, 100574. <https://doi.org/10.1016/j.jbef.2021.100574>
- Davis, Fred D. (1989). *Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, dan User Acceptance of Information Technology*. *SALAH Triwulanan*13 (3): 319–340.
- Fadhilah, J., Layyinna, C. A. A., Khatami, R., & Fitroh, F. (2021). *Pemanfaatan Teknologi Digital Wallet Sebagai Solusi Alternatif Pembayaran Modern: Literature Review*. *Journal of Computer Science and Engineering (JCSE)*, 2(2), 89–97. <https://doi.org/10.36596/jcse.v2i2.219>
- Firmansyah. (2021). *Meneropong Masa Depan Ekonomi Nasional Melalui Pemanfaatan Transaksi Digital*’. Diakses pada 7 Juli 2022. <https://bangfirman.com/2021/01/meneropong-masa-depan-ekonomi-nasional-melalui-pemanfaatan-transaksi-digital/>
- Fornell, C. &. (1981). *In Evaluating Structural Equation Models with Unobservable and Measurement Error* (pp. 39-50). *Journal of Marketing Research*.
- Gazali, H. (2019). *Islam Untuk Gen Z*. Wahid Foundation.

- Ghozali. (2006). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS (Edisi Keempat)*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali., Imam., & Hengky Latan (2015). *Partial Least Squares Konsep Teknik dan Aplikasi dengan Program Smart PLS 3.0*. Semarang: Universitas Diponegoro Semarang.
- Hair, Joseph F. Jr. et al. (2010). *Multivariate Data Analysis 7th Edition*. Pearson Education Limited. Harlow. England
- Hair et. al., (2011). *Multivariate Data Analysis (7th ed.)*. New Jersey: Pearson Prentice Hall.
- Hair, J. F. (2013). *In artial least squares structural equation modeling: Rigorous applications, better results and higher acceptance*. (pp. 46, 1-12). Long Range Planning.
- Hair, J. B. (2014). *Multivariate Data Analysis. 7th Edition*.
- Hair, J. F. (2017). *A primer on partial least squares structural equation modeling (PLS-SEM)*. California: SAGE Publications, Inc.
- Hartono, J. (2007). *Metodologi Penelitian Bisnis: Salah Kaprah dan Pengalaman-Pengalaman*. Edisi 2007. BPFE. Yogyakarta.
- Hartono. (2008). *SPSS 16.0 Analisis Data Statistika dan Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Hartono. (2011). *Konsep dan Aplikasi Struktural Equattion Modelling Berbasis Varian Dalam Penelitian Bisnis*. Yogyakarta: UPP STIM YKPN.
- Ho, J. C., Wu, C. G., Lee, C. S., & Pham, T. T. T. (2020). *Factors affecting the behavioral intention to adopt mobile banking: An international comparison*. *Technology in Society*, 63, 101360, <https://doi.org/10.1016/j.techsoc.2020.101360>
- Indonesia. *Undang-Undang Nomor 18/40/PBI/2016, pasal 1 (7) tentang Penyelenggara Pemrosesan Transaksi Pembayaran*. Bank Indonesia. Jakarta.
- Joan, L., & Sitinjak, T. (2019). *Pengaruh Persepsi Kebermanfaatan Dan Persepsi Kemudahan Penggunaan Terhadap Minat Penggunaan Layanan Pembayaran Digital Go-Pay*. *Jurnal Manajemen*, 8(021), 27–39. <https://doi.org/2477-4774>
- Jogiyanto. (2007). *Sistem Informasi Keperilakuan*. Yogyakarta: ANDI. ISBN 978-979-29-0029-3
- Khatimah, H., & Halim, F. (2014). *Consumers' Intention to Use e-Money in Indonesia Based on Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT)*. *American-Eurasian Journal of Sustainable Agriculture*, 8(12), 34–40.

- Kompas.com. (2022). *Hasil Riset Ipsos: Shopee jadi E-Commerce yang Paling Banyak Digunakan pada 2021*. Diakses pada 7 Juli 2022. <https://money.kompas.com/read/2022/01/31/204500426/hasil-riset-ipsos-shopee-jadi-e-commerce-yang-paling-banyak-digunakan-pada?page=all>
- Kontan.co.id. (2022). *Riset Snapcart: Shopee paling diminati dan jadi pilihan konsumen belanja*. Diakses pada 7 Juli 2022. <https://industri.kontan.co.id/news/riset-snapcart-shopee-paling-diminati-dan-jadi-pilihan-konsumen-berlanja>
- Kumparan.com. (2021). *Polarisasi E-Commerce Berdasarkan Gender di Indonesia*. Diakses pada 16 Oktober 2022. <https://kumparan.com/tokyorio/polarisasi-e-commerce-berdasarkan-gender-di-indonesia-1vTwsqRjILd/2>
- Kurniawan, A. S., Widowati, R., & Handayani, S. D. (2022). *Integration of the Theory of Reasoned Action (TRA) on Hotel Room Repurchase Intention using Online Hotel Room Booking Applications*. *Jurnal Manajemen Teori Dan Terapan*, 15(1), 77–90. <https://doi.org/10.20473/jmtt.v15i1.34935>
- Latief, F., Idris, M., & Nobel Indonesia, S. (2021). *Determinan Minat Penggunaan E-Wallet Shopeepay*. *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, Dan Akuntansi)*, 5(3), 2021. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2020/09/09>
- Lau, A., Yen, Y. dan Chau, PYK (2001). *Adopsi perdagangan on-line di pasar keuangan Hong Kong pasar*. *Jurnal Penelitian Perdagangan Elektronik*, jil. 27 No.3, hlm. 197-210.
- Lavindri, E. (2011). *Analisis Faktor – Faktor Yang Memengaruhi Adopsi Twitter Advertising Pada Segmen Muda Usia 15 – 24 Tahun Wilayah Jabodetabek (Jakarta , Bogor , Depok , Tangerang , Bekasi)*. 1–14.
- Linan, F., & Chen, Y. W. (2009). *Development and Cross-Cultural Application of a Specific Instrument to Measure Entrepreneurial Intentions*. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 33(3): 593-617.
- M. Fishbein, I. Ajzen, Belief, Attitude (1975), *Intention and Behavior: an Introduction to Theory and Research*, Addison-Wesley, MA.
- Malhotra, Y. dan Galletta, DF. (1999). *Memperluas model penerimaan teknologi untuk memperhitungkan" pengaruh sosial: landasan teori dan validasi empiris*. Prosiding Konferensi Internasional HI ke-32 tentang Ilmu Sistem.
- Ma, L. (2021). *Understanding non-adopters' intention to use internet pharmacy: Revisiting the roles of trustworthiness, perceived risk and consumer traits*. *Journal of Engineering and Technology Management - JET-M*, 59 (January). <https://doi.org/10.1016/j.jengtecman.2021.101613>
- Mahendra, T. (2013). *Pengaruh Minat Individu Terhadap Penggunaan Mobile Banking: Model Kombinasi Technology Acceptance Model (TAM) Dan*

- Theory Of Planned Behavior (TPB)*. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB*, 1–18.
- Margono. (2004). *Metodologi Penelitian Pendidikan*, Jakarta: Rineka Cipta.
- Mathieson & Kieran. (1991). *Memprediksi Niat Pengguna: Membandingkan Model Penerimaan Teknologi dengan Theory of Planned Perilaku*. *Riset Sistem Informasi* 2 (3): 173–191
- Ma, Q. & Liu, L. (2004), *Model penerimaan teknologi: meta-analisis temuan empiris*. *Jurnal Organisasi dan Komputasi Pengguna Akhir*, Jil. 16 No. 1, hlm. 59-72.
- Mawardani, F., & Dwijayanti, R. (2021). *Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan Dan Promosi Cashback Terhadap Minat Mahasiswa Dalam Menggunakan Dompot Digital Shopeepay Pada Aplikasi Shopee*. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 9(3), 1455–1463.
- Merdeka.com. (2021). *ShopeePay Terpilih Sebagai Penyedia Jasa Pembayaran QRIS Non-Bank Terbaik 2021*. Diakses pada 20 Oktober 2022. <https://www.merdeka.com/uang/shopeepay-terpilih-sebagai-penyedia-jasa-pembayaran-qris-non-bank-terbaik-2021.html>
- Miao, R., Wu, Q., Wang, Z., Zhang, X., Song, Y., Zhang, H., Jiang, Z. (2017). *Factors that influence users' adoption intention of mobile health: a structural equation modeling approach*. *International Journal of Production Research*, 55(19), 5801–5815. <https://doi.org/10.1080/00207543.2017.1336681>
- Monica, N., & Tama, A. I. (2017). *Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Persepsi Kenyamanan, Norma Subjektif Dan Kepercayaan Terhadap Minat Menggunakan Electronic Commerce*. *JRAK*, 8(1), 27-41.
- Mutia, Cindy Annur. (2020). *Gen Z Paling Sering Gunakan Shopee Pay & E-money untuk Bertransaksi*. Diakses pada 17 Juni 2022. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2020/11/03/gen-z-paling-sering-gunakan-shopee-pay-e-money-untuk-bertransaksi>
- Nagy, A. & Koltsey, A. (2017). *Generation alpha: marketing or science?*. *Acta Technologica Dubnicae*, Vol. 7 No. 1, pp. 107-115.
- Nunnally. (1994). *The assessment of reliability*. Psychometric theory.
- Nuur, D., & Mustiko, H. (2022). *Anteseden dari Niat Menggunakan TikTok : Studi Kasus Pada Muslim Gen Z di Indonesia Antecedent of the Intention to Use TikTok : A Case Study of Indonesian Gen Z Muslims*. 45(1), 1–15.
- Nursiah. (2017). *Pengaruh perceived ease of use dan perceived usefulness terhadap behavior intention to use*. Vol.3 No.2 Juli-Desember 2017.
- Pahlevi R. (2022). *Penggunaan Dompot Digital di E-Commerce Indonesia Tertinggi di Antara Negara ASEAN*. Diakses pada 7 Juli 2022. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/03/21/penggunaan-dompot-digital-di-e-commerce-indonesia-tertinggi-di-antara-negara-asean>



- Perugini, M., & Bagozzi, R. (2001). *The Role of Desires and Anticipated Emotions in Goal-Directed Behaviours: Broadening and Deepening the Theory of Planned Behaviour*. *British Journal of Social Psychology*, 40, 79-98. <http://dx.doi.org/10.1348/014466601164704>
- Posnick-Goodwin, S. (2010). *Meet generation Z*. *California Educator*, Vol. 14, pp. 8-18.
- Prasetyo & Whisnu Bagus. (2020). *Ini Daftar Dompot Digital dengan Pertumbuhan Pesat saat Pandemi*. Diakses pada 8 Juli 2022. <https://www.beritasatu.com/news/668567/ini-daftar-dompot-digital-dengan-pertumbuhan-pesat-saat-pandemi>
- Priyono, A. (2017). *Analisis pengaruh trust dan risk dalam penerimaan teknologi dompet elektronik Go-Pay*. *Jurnal Siasat Bisnis*, 21(1), 88–106. <https://doi.org/10.20885/jsb.vol21.iss1.art6>.
- Rayana, Uday. (2022). *Jejaring Bisnis Shopee, Berjaya di Indonesia Boncos di India*. Diakses pada 17 Juni 2022. <https://selular.id/2022/04/jejaring-bisnis-shopee-berjaya-di-indonesia-boncos-di-india/>
- Riemenschneider, CK, Harrison, DA dan Mykytn, PP Jr, (2003). *Memahami adopsi TI keputusan dalam bisnis kecil: mengintegrasikan teori saat ini*. *Informasi dan Manajemen*, Jil. 40 No. 4, hlm. 269-285.
- Roberts, P. dan Henderson, R. (2000). *Penerimaan teknologi informasi dalam sampel pemerintah" karyawan: uji model penerimaan teknologi*. *Berinteraksi dengan Komputer*, Jil. 12 No. 5, hlm. 427-443.
- Roscoe, J. T. (1975). *Fundamental research statistics for the behavioral sciences*.
- Schepers, J. dan Wetzels, M. (2007). *Sebuah meta-analisis dari model penerimaan teknologi: menyelidiki norma subjektif dan efek moderasi*. *Informasi dan Manajemen*, Jil. 44 No.1, hal.90-103.
- Sekaran, U. (2006). *Research Methods for Business*. New Jersey: John Wiley & Sons.
- Shukla & Satishprakash. (2020). *Concept of Population and Sample*.
- Singh, N., & Sinha, N. (2020). *How perceived trust mediates merchant's intention to use a mobile wallet technology*. *Journal of Retailing and Consumer Services*. <https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2019.101894>.
- Singh, Nidhi, Sinha, N., & Liébana-Cabanillas, F. J. (2020). *Determining factors in the adoption and recommendation of mobile wallet services in India: Analysis of the effect of innovativeness, stress to use and social influence*. *International Journal of Information Management*, 50 (May 2019), 191–205. <https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2019.05.022>
- Sugiyono. (2009). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Teo, T. (2009). *Dampak norma subjektif dan kondisi memfasilitasi pada guru pra-jabatan ' sikap terhadap penggunaan komputer: pemodelan persamaan struktural dari model penerimaan teknologi yang diperluas*. *Jurnal Penelitian Komputasi Pendidikan*, Jil. 40 No.1, hal.89-109.
- Turner. (2015). *Generation Z: Technology and Social Interest*. *J. Individ. Psychol.*, vol. 71, no.2, pp. 103–113, 2015, doi: 10.1353/jip.2015.0021.
- Venkatesh, V. dan Davis, F.D. (1996). *A Model of the Antecedents of Perceived Ease of Use: Development and Test*. *Decision Sciences*, 27, 3; pp.451-470
- Venkatesh, V. dan Davis, F.D. (2000). *A Theoretical Extension of the Technology Acceptance Model: Four Longitudinal Field Studies*. *Management Science*, 46 (2), pp. 186–204
- Wang, M., & Shen, R. (2012). *Message Design for Mobile Learning: Learning Theories, Human Cognition and Design Principles*. *British Journal of Educational Technology*, 43, 561-575. <http://dx.doi.org/10.1111/j.1467-8535.2011.01214>
- Wardana, A. K. (2019). *Analisis Faktor Berpengaruh terhadap Minat Wajib Pajak Pengguna E-Filing pada Kantor Pelayanan Pajak Pratama Makassar Selatan*. *Jurnal Aplikasi Manajemen, Ekonomi Dan Bisnis*, 3(2), 13–21. <https://jameb.stimlasharanjaya.ac.id/JAMEB/article/view/75>
- Watjatrakul, B. (2013). *Intention to use a free voluntary service*. *Journal of Systems and Information and Technology*, XV(2), 202-220. doi:10.1108/13287261311328903
- Whitley, B. E. (2002). *Principals of Research and Behavioural Science*. Boston: Boston, McGraw-Hill.
- Wibowo, M. S. (2008). *Sistem Informasi Akuntansi*. Bandung: Salemba Empat.

## LAMPIRAN

Lampiran 1

### 1. TEMPLATE KUESIONER

#### **Kuesioner Penelitian Skripsi**

**“Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Niat Menggunakan *E-Wallet***

**ShopeePay: Studi Generasi Z di Indonesia”**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN**

**FAKULTAS BISNIS DAN EKONOMIKA**

**UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA**

**2022**

## SURAT PENGANTAR KUESIONER

Assalamu'alaikum Warrohmatullohi Wabarokatuh

Kepada Yth. Responden

Di tempat

Saya, Hayyi Farhan Taqiyudin (19311106), mahasiswa program studi manajemen, Fakultas Bisnis dan Ekonomia, Universitas Islam Indonesia (UII) sedang melakukan penelitian skripsi dengan judul:

**“Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Niat Menggunakan *E-Wallet* ShopeePay: Studi Generasi Z di Indonesia”**

Kami mohon kesediaannya untuk mengisi kuesioner ini sesuai dengan persepsi pribadi. Perlu untuk kami sampaikan bahwa data responden dijamin kerahasiannya dan hanya akan digunakan untuk kepentingan penelitian akademik saja.

Atas perhatian dan bantuannya kami ucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya.

Wassalamu'alaikum Warrohmatullohi Wabarokatuh

**Hayyi Farhan Taqiyuddin**

**19311106**

**Email UII: [19311106@students.uii.ac.id](mailto:19311106@students.uii.ac.id)**

**BAGIAN I. PERTANYAAN DESKRIPTIF****Petunjuk pengisian:**

Mohon untuk melingkari salah satu pilihan yang tersedia (jika pertanyaannya pilihan ganda) sesuai dengan keadaan bapak/ibu/saudara/I

**1. Jenis Kelamin**

- a. Pria
- b. Wanita

**2. Tahun Kelahiran**

- a. 1965 - 1980
- b. 1981 - 1994
- c. 1995 - 2010

**3. Pendidikan Terakhir**

- a. Tidak Sekolah
- b. SD atau sederajat
- c. SMP atau sederajat
- d. SMA atau sederajat
- e. S1 atau sederajat
- f. S2 atau sederajat
- g. S3 atau sederajat

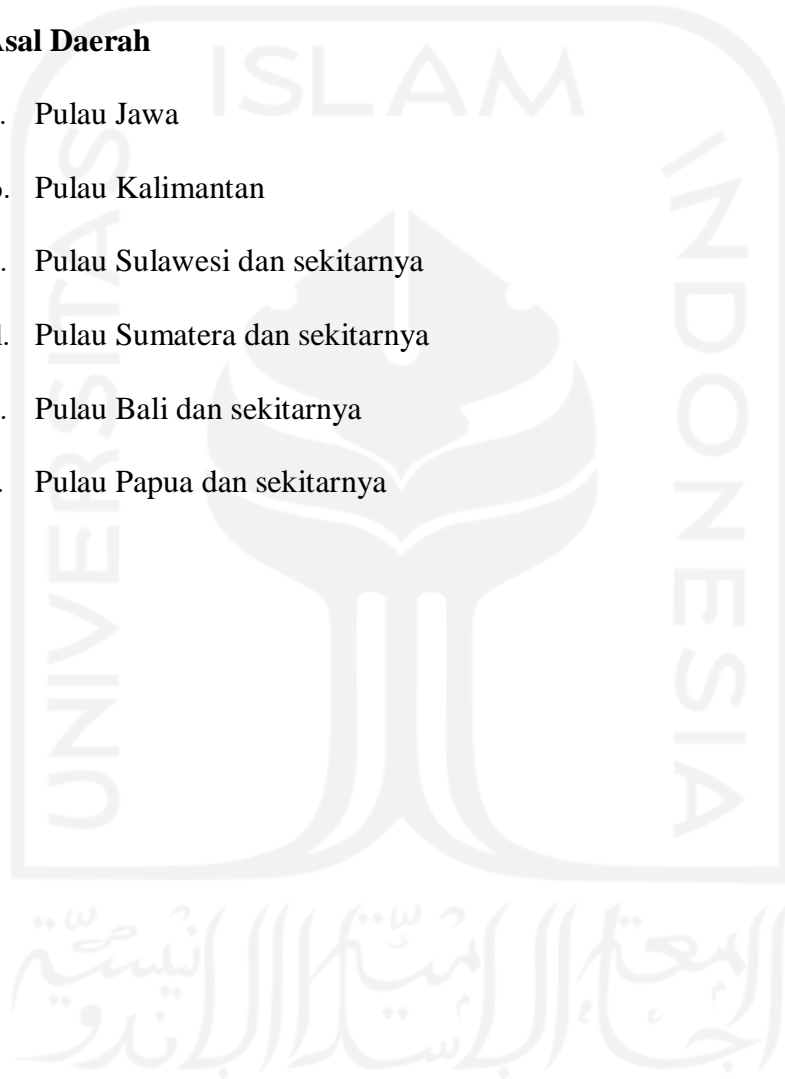
**4. Pekerjaan**

- a. Mahasiswa / Pelajar
- b. Pegawai / Karyawan

- c. PNS / BUMN
- d. Pegawai Swasta
- e. Wiraswasta
- f. Lain-lain

**5. Asal Daerah**

- a. Pulau Jawa
- b. Pulau Kalimantan
- c. Pulau Sulawesi dan sekitarnya
- d. Pulau Sumatera dan sekitarnya
- e. Pulau Bali dan sekitarnya
- f. Pulau Papua dan sekitarnya



## BAGIAN II. PERTANYAAN VARIABEL

### Petunjuk pengisian:

Mohon untuk melingkari salah satu pilihan yang tersedia sesuai dengan keadaan bapak/ibu/saudara/I.

1 = Sangat Tidak Setuju

2 = Tidak Setuju

3 = Netral

4 = Setuju

5 = Sangat Setuju

### Keterangan:

Tidak ada jawaban yang benar atau salah dalam angket kuesioner ini. Kami juga tidak bertanya identitas. Mohon untuk mengisi pilihan jawaban yang sesuai dengan diri sendiri.

| <b>Norma Subjektif</b>               |  |   |   |   |   |   |
|--------------------------------------|--|---|---|---|---|---|
| <b>1</b>                             | Mayoritas orang yang saya kenal menggunakan ShopeePay  | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| <b>2</b>                             | Orang-orang yang penting dalam hidup saya (misalnya, keluarga teman dan rekan) menggunakan ShopeePay | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| <b>3</b>                             | Mayoritas orang yang saya kenal akan setuju jika saya menggunakan ShopeePay                          | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| <b>4</b>                             | Mayoritas orang yang saya kenal berpikir bahwa saya harus menggunakan ShopeePay                      | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| <b>Persepsi Manfaat</b>              |  |   |   |   |   |   |
| <b>1</b>                             | ShopeePay membantu transaksi pembayaran lebih cepat  | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| <b>2</b>                             | ShopeePay membantu meningkatkan kualitas dalam transaksi pembayaran                                  | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| <b>3</b>                             | ShopeePay membantu meningkatkan produktivitas dalam transaksi pembayaran                             | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| <b>4.</b>                            | ShopeePay membantu meningkatkan efektivitas dalam transaksi pembayaran                               | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| <b>5.</b>                            | ShopeePay sangat bermanfaat dalam kehidupan sehari-hari  | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| <b>Persepsi Kemudahan Penggunaan</b> |  |   |   |   |   |   |
| <b>1</b>                             | Belajar menggunakan ShopeePay itu mudah  | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| <b>2</b>                             | Terampil menggunakan ShopeePay itu mudah   | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| <b>3</b>                             | Mencari informasi tentang keuntungan ShopeePay itu mudah   | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| <b>4</b>                             | Menggunakan ShopeePay itu mudah  | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| <b>5</b>                             | Penggunaan ShopeePay jelas dan dapat dimengerti  | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |



| Niat Menggunakan |  |   |   |   |   |   |
|------------------|--|---|---|---|---|---|
| 1                | ShopeePay mendorong saya untuk bertransaksi secara non tunai         | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 2                | Saya sangat mungkin menggunakan ShopeePay untuk transaksi pembayaran | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 3                | Saya berniat untuk rutin menggunakan ShopeePay                       | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |

**Terimakasih Atas Partisipasinya**





| NS 1 | NS 2 | NS 3 | NS 4 | PM 1 | PM 2 | PM 3 | PM 4 | PM 5 | KP 1 | KP 2 | KP 3 | KP 4 | KP 5 | NM 1 | NM 2 | NM 3 |
|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|
| 5    | 3    | 5    | 5    | 5    | 5    | 5    | 5    | 5    | 5    | 5    | 5    | 5    | 5    | 5    | 5    | 5    |
| 5    | 3    | 5    | 5    | 5    | 5    | 5    | 5    | 5    | 5    | 5    | 5    | 5    | 5    | 5    | 5    | 5    |
| 5    | 5    | 5    | 3    | 5    | 5    | 5    | 5    | 5    | 5    | 5    | 5    | 5    | 5    | 5    | 5    | 4    |
| 5    | 4    | 5    | 3    | 5    | 5    | 5    | 5    | 5    | 5    | 5    | 5    | 5    | 5    | 5    | 5    | 5    |
| 4    | 3    | 5    | 5    | 5    | 5    | 5    | 5    | 5    | 5    | 5    | 5    | 5    | 5    | 5    | 5    | 5    |
| 4    | 5    | 5    | 5    | 5    | 5    | 5    | 5    | 5    | 5    | 5    | 5    | 5    | 5    | 5    | 5    | 4    |
| 5    | 5    | 4    | 4    | 5    | 5    | 5    | 5    | 5    | 5    | 5    | 5    | 5    | 5    | 5    | 4    | 5    |
| 5    | 5    | 5    | 4    | 5    | 5    | 5    | 5    | 5    | 5    | 5    | 5    | 5    | 5    | 4    | 5    | 4    |
| 5    | 4    | 5    | 3    | 5    | 5    | 5    | 5    | 5    | 5    | 5    | 5    | 5    | 5    | 5    | 5    | 5    |
| 5    | 5    | 5    | 4    | 5    | 5    | 5    | 5    | 5    | 5    | 5    | 4    | 5    | 5    | 5    | 4    | 5    |
| 5    | 5    | 5    | 4    | 5    | 5    | 5    | 5    | 5    | 5    | 5    | 5    | 5    | 5    | 5    | 4    | 4    |
| 5    | 5    | 5    | 4    | 5    | 5    | 5    | 5    | 5    | 5    | 4    | 4    | 5    | 5    | 5    | 5    | 5    |
| 5    | 5    | 5    | 5    | 5    | 5    | 4    | 5    | 5    | 5    | 4    | 5    | 5    | 4    | 5    | 5    | 5    |
| 5    | 5    | 5    | 5    | 5    | 5    | 5    | 5    | 5    | 5    | 5    | 4    | 5    | 5    | 5    | 5    | 4    |
| 5    | 5    | 5    | 5    | 5    | 5    | 5    | 5    | 5    | 5    | 5    | 4    | 5    | 5    | 4    | 5    | 4    |
| 5    | 4    | 5    | 5    | 5    | 5    | 5    | 5    | 5    | 5    | 5    | 5    | 5    | 5    | 5    | 5    | 3    |
| 5    | 3    | 5    | 5    | 5    | 5    | 5    | 5    | 5    | 5    | 5    | 5    | 5    | 5    | 5    | 5    | 3    |
| 5    | 5    | 5    | 5    | 5    | 5    | 5    | 5    | 5    | 4    | 4    | 5    | 4    | 4    | 5    | 5    | 5    |
| 5    | 4    | 4    | 4    | 5    | 5    | 5    | 5    | 5    | 5    | 5    | 5    | 5    | 5    | 5    | 5    | 4    |
| 5    | 4    | 5    | 4    | 5    | 5    | 5    | 5    | 5    | 5    | 5    | 5    | 5    | 5    | 5    | 5    | 3    |
| 5    | 5    | 4    | 4    | 5    | 5    | 5    | 5    | 4    | 5    | 5    | 5    | 5    | 5    | 5    | 5    | 5    |
| 4    | 4    | 4    | 4    | 5    | 5    | 5    | 5    | 5    | 5    | 5    | 5    | 5    | 5    | 5    | 5    | 5    |
| 5    | 5    | 5    | 4    | 5    | 5    | 4    | 5    | 4    | 5    | 5    | 5    | 5    | 5    | 5    | 4    | 5    |
| 5    | 4    | 5    | 5    | 5    | 4    | 5    | 5    | 5    | 5    | 5    | 4    | 5    | 5    | 5    | 4    | 5    |
| 5    | 4    | 5    | 5    | 5    | 5    | 5    | 5    | 4    | 5    | 5    | 5    | 5    | 5    | 5    | 4    | 4    |
| 5    | 4    | 5    | 4    | 5    | 5    | 5    | 5    | 5    | 5    | 5    | 4    | 5    | 5    | 4    | 5    | 5    |
| 5    | 5    | 5    | 5    | 5    | 5    | 4    | 5    | 5    | 4    | 4    | 4    | 5    | 5    | 5    | 4    | 5    |
| 5    | 5    | 5    | 4    | 5    | 5    | 5    | 5    | 4    | 5    | 5    | 5    | 5    | 5    | 4    | 5    | 3    |
| 5    | 5    | 5    | 4    | 5    | 4    | 5    | 5    | 4    | 5    | 5    | 4    | 5    | 5    | 5    | 5    | 5    |
| 5    | 4    | 5    | 4    | 4    | 4    | 5    | 5    | 5    | 5    | 5    | 5    | 5    | 5    | 5    | 5    | 4    |
| 5    | 5    | 3    | 5    | 5    | 5    | 5    | 5    | 5    | 5    | 5    | 5    | 5    | 5    | 5    | 4    | 3    |
| 4    | 4    | 4    | 5    | 5    | 5    | 5    | 5    | 5    | 5    | 5    | 5    | 5    | 5    | 5    | 4    | 4    |
| 5    | 4    | 4    | 4    | 5    | 5    | 5    | 5    | 3    | 5    | 5    | 5    | 5    | 5    | 5    | 5    | 5    |
| 4    | 2    | 5    | 4    | 5    | 5    | 5    | 5    | 5    | 5    | 5    | 5    | 5    | 5    | 5    | 5    | 5    |
| 4    | 4    | 4    | 4    | 5    | 5    | 5    | 5    | 5    | 5    | 5    | 5    | 5    | 5    | 5    | 5    | 4    |
| 5    | 5    | 5    | 4    | 5    | 5    | 5    | 5    | 5    | 4    | 4    | 4    | 5    | 4    | 5    | 5    | 5    |
| 5    | 4    | 5    | 5    | 5    | 5    | 5    | 5    | 5    | 3    | 4    | 4    | 5    | 5    | 5    | 5    | 5    |
| 5    | 5    | 4    | 5    | 5    | 4    | 5    | 5    | 5    | 5    | 5    | 4    | 5    | 4    | 4    | 5    | 4    |
| 4    | 5    | 4    | 3    | 5    | 5    | 5    | 5    | 5    | 5    | 5    | 5    | 5    | 5    | 5    | 5    | 3    |
| 4    | 4    | 5    | 5    | 5    | 5    | 4    | 5    | 5    | 5    | 4    | 4    | 5    | 5    | 4    | 5    | 5    |

| NS 1 | NS 2 | NS 3 | NS 4 | PM 1 | PM 2 | PM 3 | PM 4 | PM 5 | KP 1 | KP 2 | KP 3 | KP 4 | KP 5 | NM 1 | NM 2 | NM 3 |
|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|
| 5    | 4    | 5    | 5    | 5    | 5    | 4    | 4    | 5    | 5    | 5    | 5    | 5    | 5    | 5    | 4    | 4    |
| 4    | 3    | 3    | 3    | 4    | 3    | 3    | 5    | 4    | 5    | 4    | 3    | 4    | 4    | 4    | 4    | 4    |
| 5    | 5    | 4    | 4    | 5    | 5    | 5    | 5    | 4    | 5    | 4    | 4    | 5    | 5    | 4    | 5    | 5    |
| 5    | 4    | 4    | 3    | 5    | 5    | 4    | 4    | 5    | 5    | 5    | 5    | 5    | 5    | 5    | 5    | 5    |
| 3    | 3    | 5    | 3    | 5    | 5    | 5    | 5    | 5    | 5    | 5    | 5    | 5    | 5    | 5    | 5    | 5    |
| 5    | 5    | 5    | 5    | 5    | 5    | 5    | 5    | 5    | 4    | 5    | 5    | 5    | 5    | 3    | 5    | 2    |
| 5    | 3    | 5    | 4    | 5    | 5    | 5    | 5    | 5    | 5    | 5    | 5    | 5    | 5    | 3    | 5    | 4    |
| 5    | 5    | 4    | 4    | 4    | 5    | 5    | 5    | 5    | 4    | 5    | 5    | 5    | 4    | 5    | 4    | 5    |
| 5    | 5    | 5    | 4    | 5    | 4    | 4    | 4    | 5    | 5    | 5    | 5    | 5    | 5    | 5    | 5    | 3    |
| 5    | 3    | 5    | 3    | 5    | 5    | 5    | 5    | 5    | 5    | 5    | 3    | 5    | 5    | 5    | 5    | 5    |
| 4    | 2    | 5    | 4    | 5    | 5    | 5    | 5    | 5    | 5    | 5    | 5    | 5    | 5    | 4    | 5    | 4    |
| 5    | 5    | 5    | 4    | 5    | 4    | 4    | 5    | 5    | 5    | 5    | 4    | 5    | 4    | 5    | 4    | 4    |
| 5    | 5    | 3    | 3    | 5    | 5    | 5    | 5    | 5    | 5    | 5    | 5    | 5    | 5    | 5    | 4    | 3    |
| 5    | 5    | 4    | 4    | 5    | 4    | 5    | 5    | 5    | 5    | 4    | 4    | 5    | 5    | 5    | 5    | 3    |
| 5    | 5    | 5    | 4    | 5    | 5    | 5    | 5    | 5    | 5    | 5    | 3    | 5    | 5    | 4    | 5    | 3    |
| 5    | 4    | 5    | 4    | 5    | 4    | 5    | 5    | 5    | 5    | 5    | 4    | 4    | 5    | 4    | 4    | 5    |
| 5    | 4    | 5    | 5    | 5    | 5    | 5    | 5    | 5    | 4    | 4    | 4    | 4    | 4    | 5    | 5    | 4    |
| 4    | 5    | 5    | 4    | 5    | 5    | 5    | 4    | 5    | 4    | 4    | 5    | 4    | 5    | 5    | 5    | 5    |
| 4    | 4    | 4    | 5    | 5    | 4    | 5    | 4    | 5    | 4    | 5    | 5    | 4    | 5    | 4    | 5    | 5    |
| 4    | 4    | 4    | 4    | 5    | 5    | 5    | 5    | 5    | 5    | 4    | 5    | 5    | 5    | 5    | 4    | 4    |
| 5    | 5    | 5    | 3    | 5    | 5    | 5    | 5    | 5    | 5    | 5    | 3    | 5    | 5    | 5    | 5    | 2    |
| 5    | 4    | 5    | 5    | 5    | 5    | 5    | 4    | 4    | 4    | 4    | 5    | 4    | 4    | 5    | 5    | 4    |
| 4    | 5    | 4    | 4    | 5    | 4    | 5    | 5    | 5    | 5    | 5    | 4    | 5    | 4    | 4    | 5    | 4    |
| 4    | 5    | 4    | 4    | 5    | 4    | 5    | 5    | 5    | 5    | 4    | 4    | 5    | 5    | 4    | 5    | 4    |
| 4    | 4    | 4    | 4    | 5    | 5    | 5    | 5    | 5    | 5    | 5    | 5    | 5    | 5    | 4    | 4    | 4    |
| 5    | 4    | 5    | 3    | 5    | 5    | 5    | 5    | 4    | 5    | 5    | 4    | 5    | 5    | 4    | 5    | 3    |
| 5    | 5    | 5    | 4    | 4    | 5    | 5    | 4    | 4    | 4    | 5    | 4    | 4    | 5    | 5    | 4    | 4    |
| 5    | 4    | 4    | 3    | 5    | 5    | 5    | 5    | 5    | 4    | 4    | 3    | 5    | 4    | 5    | 5    | 5    |
| 5    | 5    | 5    | 4    | 5    | 5    | 5    | 5    | 5    | 5    | 5    | 5    | 5    | 5    | 3    | 4    | 2    |
| 5    | 5    | 5    | 4    | 5    | 5    | 4    | 4    | 4    | 5    | 5    | 5    | 5    | 5    | 4    | 4    | 3    |
| 5    | 5    | 5    | 4    | 5    | 4    | 4    | 4    | 5    | 4    | 5    | 4    | 4    | 4    | 5    | 4    | 5    |
| 5    | 4    | 5    | 4    | 5    | 4    | 4    | 5    | 5    | 4    | 5    | 4    | 5    | 4    | 4    | 5    | 5    |
| 4    | 4    | 4    | 3    | 5    | 4    | 5    | 5    | 5    | 5    | 3    | 3    | 5    | 5    | 5    | 5    | 5    |
| 5    | 4    | 3    | 5    | 5    | 5    | 4    | 4    | 4    | 4    | 5    | 5    | 5    | 5    | 4    | 3    | 5    |
| 5    | 5    | 5    | 4    | 5    | 4    | 5    | 5    | 4    | 5    | 5    | 3    | 5    | 3    | 4    | 5    | 3    |
| 5    | 5    | 5    | 5    | 5    | 5    | 4    | 5    | 5    | 4    | 4    | 4    | 4    | 4    | 4    | 4    | 4    |
| 4    | 5    | 4    | 2    | 5    | 5    | 5    | 5    | 5    | 4    | 4    | 4    | 4    | 4    | 5    | 5    | 5    |
| 5    | 5    | 5    | 3    | 5    | 4    | 5    | 5    | 4    | 5    | 5    | 4    | 5    | 5    | 4    | 4    | 4    |
| 5    | 3    | 5    | 3    | 5    | 3    | 4    | 5    | 5    | 4    | 4    | 4    | 5    | 4    | 5    | 5    | 5    |
| 4    | 5    | 5    | 5    | 4    | 3    | 4    | 4    | 4    | 5    | 4    | 4    | 5    | 5    | 5    | 4    | 4    |

| NS 1 | NS 2 | NS 3 | NS 4 | PM 1 | PM 2 | PM 3 | PM 4 | PM 5 | KP 1 | KP 2 | KP 3 | KP 4 | KP 5 | NM 1 | NM 2 | NM 3 |
|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|
| 5    | 3    | 5    | 4    | 5    | 3    | 3    | 4    | 4    | 5    | 5    | 5    | 5    | 5    | 5    | 5    | 3    |
| 5    | 5    | 4    | 5    | 5    | 4    | 4    | 4    | 5    | 4    | 4    | 3    | 5    | 5    | 4    | 5    | 3    |
| 3    | 3    | 3    | 3    | 5    | 5    | 5    | 5    | 5    | 5    | 5    | 5    | 5    | 5    | 3    | 4    | 5    |
| 5    | 5    | 5    | 5    | 4    | 4    | 4    | 4    | 4    | 4    | 4    | 4    | 5    | 4    | 5    | 4    | 4    |
| 5    | 4    | 4    | 4    | 5    | 5    | 4    | 5    | 5    | 4    | 3    | 4    | 4    | 4    | 5    | 4    | 4    |
| 4    | 5    | 4    | 5    | 4    | 4    | 4    | 4    | 4    | 4    | 5    | 4    | 5    | 4    | 4    | 5    | 5    |
| 4    | 3    | 5    | 2    | 4    | 5    | 4    | 4    | 4    | 5    | 5    | 5    | 5    | 5    | 3    | 5    | 5    |
| 4    | 3    | 4    | 3    | 5    | 4    | 5    | 5    | 4    | 5    | 5    | 5    | 5    | 5    | 4    | 4    | 4    |
| 5    | 5    | 5    | 3    | 5    | 5    | 4    | 4    | 4    | 4    | 3    | 4    | 5    | 4    | 5    | 5    | 4    |
| 5    | 4    | 5    | 5    | 5    | 5    | 5    | 3    | 4    | 4    | 5    | 3    | 3    | 4    | 5    | 5    | 3    |
| 4    | 4    | 3    | 5    | 5    | 4    | 4    | 5    | 4    | 5    | 4    | 4    | 5    | 4    | 5    | 4    | 4    |
| 4    | 3    | 4    | 4    | 5    | 4    | 3    | 4    | 5    | 5    | 5    | 4    | 5    | 5    | 4    | 5    | 4    |
| 5    | 4    | 4    | 4    | 5    | 4    | 4    | 4    | 4    | 5    | 4    | 4    | 5    | 4    | 5    | 4    | 4    |
| 4    | 3    | 4    | 4    | 5    | 5    | 5    | 4    | 4    | 5    | 5    | 5    | 5    | 4    | 4    | 4    | 3    |
| 4    | 5    | 4    | 4    | 5    | 5    | 4    | 4    | 4    | 4    | 4    | 5    | 4    | 4    | 5    | 4    | 4    |
| 5    | 4    | 5    | 3    | 5    | 5    | 5    | 5    | 5    | 4    | 4    | 3    | 5    | 5    | 5    | 5    | 2    |
| 3    | 3    | 4    | 4    | 5    | 5    | 5    | 5    | 5    | 4    | 4    | 4    | 4    | 4    | 5    | 5    | 4    |
| 4    | 5    | 4    | 5    | 4    | 5    | 5    | 4    | 4    | 5    | 4    | 4    | 4    | 4    | 4    | 4    | 4    |
| 3    | 3    | 4    | 3    | 5    | 5    | 5    | 5    | 4    | 5    | 5    | 5    | 5    | 5    | 5    | 4    | 3    |
| 3    | 3    | 5    | 4    | 5    | 4    | 4    | 3    | 4    | 5    | 4    | 3    | 5    | 5    | 3    | 3    | 2    |
| 5    | 4    | 4    | 3    | 4    | 4    | 3    | 5    | 4    | 5    | 5    | 4    | 5    | 5    | 5    | 4    | 4    |
| 3    | 3    | 5    | 3    | 5    | 5    | 4    | 5    | 4    | 5    | 5    | 4    | 5    | 5    | 5    | 3    | 4    |
| 5    | 4    | 4    | 3    | 4    | 4    | 4    | 4    | 5    | 4    | 4    | 4    | 5    | 4    | 5    | 5    | 3    |
| 5    | 3    | 5    | 4    | 5    | 5    | 3    | 4    | 4    | 5    | 5    | 3    | 5    | 5    | 4    | 4    | 3    |
| 4    | 4    | 4    | 3    | 4    | 4    | 4    | 4    | 5    | 5    | 4    | 4    | 5    | 5    | 4    | 4    | 4    |
| 4    | 3    | 4    | 3    | 5    | 5    | 5    | 5    | 4    | 4    | 4    | 3    | 4    | 4    | 5    | 5    | 5    |
| 4    | 4    | 5    | 3    | 5    | 4    | 5    | 5    | 4    | 4    | 3    | 4    | 5    | 5    | 4    | 4    | 3    |
| 5    | 4    | 4    | 4    | 5    | 4    | 4    | 3    | 4    | 3    | 4    | 4    | 5    | 4    | 5    | 5    | 4    |
| 4    | 4    | 3    | 2    | 5    | 5    | 4    | 4    | 5    | 5    | 5    | 4    | 5    | 4    | 5    | 4    | 4    |
| 4    | 4    | 3    | 3    | 5    | 4    | 4    | 5    | 4    | 5    | 5    | 5    | 5    | 5    | 5    | 4    | 3    |
| 5    | 3    | 3    | 3    | 4    | 4    | 4    | 4    | 5    | 5    | 5    | 5    | 5    | 5    | 4    | 4    | 3    |
| 4    | 4    | 4    | 3    | 4    | 4    | 4    | 5    | 5    | 3    | 3    | 5    | 5    | 5    | 5    | 4    | 3    |
| 4    | 4    | 4    | 3    | 5    | 5    | 5    | 4    | 4    | 4    | 4    | 4    | 5    | 4    | 4    | 5    | 3    |
| 4    | 5    | 4    | 5    | 4    | 4    | 4    | 5    | 4    | 4    | 5    | 4    | 4    | 4    | 3    | 5    | 4    |
| 5    | 3    | 4    | 4    | 5    | 5    | 4    | 5    | 5    | 4    | 4    | 4    | 4    | 4    | 5    | 4    | 3    |
| 4    | 3    | 4    | 3    | 4    | 4    | 4    | 4    | 4    | 4    | 4    | 4    | 4    | 4    | 3    | 4    | 3    |
| 4    | 4    | 4    | 3    | 4    | 4    | 5    | 5    | 4    | 4    | 4    | 4    | 4    | 5    | 4    | 4    | 4    |
| 5    | 4    | 4    | 3    | 3    | 4    | 4    | 4    | 4    | 5    | 5    | 5    | 5    | 5    | 5    | 3    | 3    |
| 4    | 3    | 5    | 5    | 4    | 5    | 5    | 4    | 5    | 4    | 4    | 3    | 4    | 4    | 4    | 4    | 3    |
| 5    | 5    | 4    | 4    | 3    | 5    | 4    | 4    | 3    | 4    | 5    | 3    | 5    | 4    | 5    | 3    | 3    |

| NS<br>1 | NS<br>2 | NS<br>3 | NS<br>4 | PM<br>1 | PM<br>2 | PM<br>3 | PM<br>4 | PM<br>5 | KP<br>1 | KP<br>2 | KP<br>3 | KP<br>4 | KP<br>5 | NM<br>1 | NM<br>2 | NM<br>3 |
|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|
| 5       | 3       | 4       | 3       | 5       | 5       | 5       | 5       | 4       | 2       | 5       | 5       | 5       | 4       | 5       | 3       | 2       |
| 4       | 2       | 4       | 2       | 4       | 4       | 4       | 4       | 4       | 5       | 5       | 4       | 5       | 5       | 4       | 5       | 4       |
| 5       | 4       | 5       | 3       | 5       | 3       | 4       | 4       | 4       | 5       | 5       | 5       | 4       | 5       | 5       | 2       | 2       |
| 4       | 4       | 4       | 4       | 4       | 4       | 4       | 4       | 4       | 4       | 4       | 4       | 4       | 4       | 4       | 4       | 4       |
| 4       | 4       | 4       | 4       | 4       | 4       | 4       | 4       | 4       | 4       | 4       | 4       | 4       | 4       | 4       | 4       | 4       |
| 4       | 4       | 5       | 4       | 3       | 4       | 3       | 4       | 4       | 5       | 4       | 4       | 4       | 4       | 4       | 4       | 4       |
| 5       | 3       | 3       | 3       | 5       | 5       | 5       | 5       | 4       | 3       | 3       | 3       | 3       | 3       | 5       | 5       | 4       |
| 4       | 4       | 4       | 4       | 4       | 4       | 4       | 4       | 4       | 4       | 4       | 4       | 4       | 4       | 4       | 4       | 4       |
| 4       | 3       | 4       | 3       | 5       | 4       | 4       | 3       | 5       | 3       | 3       | 4       | 3       | 5       | 4       | 4       | 5       |
| 4       | 4       | 4       | 4       | 4       | 3       | 4       | 5       | 5       | 3       | 4       | 3       | 5       | 4       | 4       | 3       | 4       |
| 4       | 3       | 3       | 3       | 4       | 4       | 3       | 4       | 5       | 5       | 4       | 3       | 5       | 5       | 5       | 4       | 3       |
| 4       | 3       | 4       | 4       | 4       | 4       | 3       | 5       | 4       | 4       | 3       | 4       | 5       | 4       | 4       | 4       | 4       |
| 5       | 4       | 5       | 3       | 4       | 4       | 4       | 4       | 4       | 4       | 4       | 3       | 3       | 4       | 4       | 4       | 4       |
| 5       | 3       | 3       | 3       | 5       | 5       | 4       | 4       | 4       | 4       | 4       | 3       | 5       | 5       | 4       | 4       | 3       |
| 5       | 3       | 5       | 3       | 4       | 4       | 4       | 4       | 4       | 4       | 4       | 4       | 4       | 4       | 3       | 4       | 3       |
| 5       | 5       | 5       | 5       | 5       | 4       | 4       | 4       | 3       | 1       | 2       | 1       | 4       | 4       | 5       | 5       | 4       |
| 4       | 4       | 4       | 3       | 4       | 4       | 3       | 3       | 3       | 4       | 3       | 3       | 4       | 4       | 4       | 3       | 3       |
| 4       | 3       | 4       | 3       | 4       | 4       | 3       | 4       | 5       | 4       | 4       | 5       | 5       | 4       | 3       | 4       | 2       |
| 4       | 3       | 5       | 3       | 4       | 4       | 4       | 4       | 3       | 4       | 4       | 3       | 5       | 4       | 5       | 4       | 3       |
| 5       | 4       | 4       | 4       | 5       | 4       | 4       | 4       | 4       | 4       | 3       | 3       | 4       | 4       | 4       | 4       | 3       |
| 5       | 4       | 5       | 4       | 4       | 5       | 4       | 3       | 4       | 4       | 4       | 3       | 4       | 3       | 3       | 4       | 3       |
| 3       | 3       | 5       | 4       | 5       | 4       | 4       | 3       | 4       | 5       | 4       | 3       | 5       | 5       | 3       | 3       | 2       |
| 4       | 4       | 3       | 5       | 5       | 4       | 4       | 5       | 4       | 3       | 3       | 4       | 4       | 4       | 3       | 4       | 3       |



| Jenis Kelamin | Tahun Kelahiran | Pendidikan Terakhir | Pekerjaan | Asal Daerah | Apakah Anda Lebih Mengetahui E-wallet ShopeePay? |
|---------------|-----------------|---------------------|-----------|-------------|--|
| 1             | 3               | 4                   | 1         | 1           | 1  |
| 2             | 3               | 5                   | 6         | 1           | 1  |
| 1             | 3               | 4                   | 1         | 1           | 1  |
| 2             | 3               | 4                   | 1         | 1           | 1  |
| 2             | 3               | 4                   | 1         | 1           | 1  |
| 2             | 3               | 5                   | 1         | 1           | 1  |
| 2             | 3               | 4                   | 1         | 1           | 1  |
| 2             | 3               | 5                   | 1         | 1           | 1  |
| 1             | 3               | 4                   | 1         | 2           | 1  |
| 1             | 3               | 5                   | 1         | 1           | 1  |
| 1             | 3               | 4                   | 5         | 1           | 1  |
| 2             | 3               | 4                   | 1         | 1           | 1  |
| 1             | 3               | 4                   | 1         | 1           | 1  |
| 2             | 3               | 5                   | 1         | 1           | 1  |
| 1             | 3               | 5                   | 1         | 1           | 1  |
| 1             | 3               | 4                   | 1         | 1           | 1  |
| 2             | 3               | 4                   | 1         | 1           | 1  |
| 1             | 3               | 4                   | 1         | 1           | 1  |
| 1             | 3               | 4                   | 1         | 1           | 1  |
| 1             | 3               | 4                   | 1         | 4           | 1  |
| 1             | 3               | 5                   | 1         | 4           | 1  |
| 1             | 3               | 5                   | 3         | 1           | 1  |
| 1             | 3               | 4                   | 6         | 2           | 1  |
| 1             | 3               | 4                   | 1         | 1           | 1  |
| 2             | 3               | 4                   | 1         | 2           | 1  |
| 2             | 3               | 5                   | 2         | 4           | 1  |
| 2             | 3               | 4                   | 1         | 1           | 1  |
| 2             | 3               | 4                   | 1         | 2           | 1  |
| 2             | 3               | 4                   | 1         | 1           | 1  |
| 1             | 3               | 5                   | 1         | 2           | 1  |
| 1             | 3               | 5                   | 1         | 4           | 1  |
| 2             | 3               | 4                   | 1         | 1           | 1  |
| 1             | 3               | 5                   | 4         | 1           | 1  |
| 1             | 3               | 4                   | 1         | 1           | 1  |
| 2             | 3               | 4                   | 1         | 1           | 1  |
| 1             | 3               | 4                   | 1         | 1           | 1  |
| 1             | 3               | 4                   | 1         | 4           | 1  |
| 2             | 3               | 4                   | 1         | 3           | 1  |
| 1             | 3               | 4                   | 1         | 3           | 1  |

| Jenis Kelamin | Tahun Kelahiran | Pendidikan Terakhir | Pekerjaan | Asal Daerah | Apakah Anda Lebih Mengetahui E-wallet ShopeePay? |
|---------------|-----------------|---------------------|-----------|-------------|--|
| 2             | 3               | 5                   | 6         | 1           | 1  |
| 2             | 3               | 5                   | 1         | 1           | 1  |
| 2             | 3               | 4                   | 1         | 2           | 1  |
| 2             | 3               | 4                   | 1         | 4           | 1  |
| 1             | 3               | 5                   | 2         | 1           | 1  |
| 2             | 3               | 4                   | 1         | 4           | 1  |
| 1             | 3               | 4                   | 1         | 1           | 1  |
| 1             | 3               | 5                   | 5         | 1           | 1  |
| 2             | 3               | 5                   | 1         | 1           | 1  |
| 2             | 3               | 5                   | 6         | 1           | 1  |
| 2             | 3               | 4                   | 1         | 1           | 1  |
| 1             | 3               | 4                   | 1         | 1           | 1  |
| 1             | 3               | 4                   | 1         | 1           | 1  |
| 1             | 3               | 4                   | 1         | 1           | 1  |
| 1             | 3               | 5                   | 5         | 4           | 1  |
| 2             | 3               | 5                   | 4         | 4           | 1  |
| 1             | 3               | 4                   | 1         | 4           | 1  |
| 2             | 3               | 4                   | 1         | 2           | 1  |
| 1             | 3               | 4                   | 1         | 1           | 1  |
| 2             | 3               | 4                   | 1         | 4           | 1  |
| 1             | 3               | 5                   | 1         | 1           | 1  |
| 1             | 3               | 5                   | 1         | 1           | 1  |
| 2             | 3               | 4                   | 1         | 1           | 1  |
| 2             | 3               | 4                   | 1         | 1           | 1  |
| 1             | 3               | 4                   | 1         | 1           | 1  |
| 2             | 3               | 4                   | 1         | 2           | 1  |
| 1             | 3               | 5                   | 1         | 1           | 1  |
| 2             | 3               | 5                   | 1         | 1           | 1  |
| 1             | 3               | 4                   | 1         | 1           | 1  |
| 1             | 3               | 4                   | 1         | 1           | 1  |
| 1             | 3               | 4                   | 1         | 1           | 1  |
| 2             | 3               | 4                   | 1         | 5           | 1  |
| 2             | 3               | 4                   | 1         | 6           | 1  |
| 1             | 3               | 4                   | 1         | 1           | 1  |
| 2             | 3               | 4                   | 1         | 1           | 1  |
| 1             | 3               | 4                   | 1         | 1           | 1  |
| 1             | 3               | 4                   | 1         | 4           | 1  |
| 1             | 3               | 4                   | 1         | 1           | 1  |
| 2             | 3               | 5                   | 1         | 3           | 1  |



| Jenis Kelamin | Tahun Kelahiran | Pendidikan Terakhir | Pekerjaan | Asal Daerah | Apakah Anda Lebih Mengetahui E-wallet ShopeePay? |
|---------------|-----------------|---------------------|-----------|-------------|--|
| 2             | 3               | 5                   | 1         | 4           | 1  |
| 2             | 3               | 5                   | 1         | 4           | 1  |
| 2             | 3               | 4                   | 1         | 4           | 1  |
| 1             | 3               | 4                   | 1         | 4           | 1  |
| 1             | 3               | 4                   | 1         | 1           | 1  |
| 1             | 3               | 4                   | 1         | 2           | 1  |
| 1             | 3               | 4                   | 1         | 1           | 1  |
| 2             | 3               | 5                   | 4         | 1           | 1  |
| 1             | 3               | 4                   | 5         | 1           | 1  |
| 2             | 3               | 4                   | 1         | 4           | 1  |
| 1             | 3               | 5                   | 1         | 1           | 1  |
| 1             | 3               | 4                   | 1         | 1           | 1  |
| 2             | 3               | 6                   | 4         | 1           | 1  |
| 2             | 3               | 4                   | 1         | 2           | 1  |
| 1             | 3               | 4                   | 1         | 1           | 1  |
| 2             | 3               | 4                   | 1         | 2           | 1  |
| 1             | 3               | 4                   | 1         | 1           | 1  |
| 1             | 3               | 4                   | 1         | 1           | 1  |
| 1             | 3               | 5                   | 5         | 1           | 1  |
| 2             | 3               | 5                   | 1         | 1           | 1  |
| 1             | 3               | 4                   | 1         | 1           | 1  |
| 2             | 3               | 6                   | 2         | 1           | 1  |
| 1             | 3               | 3                   | 1         | 1           | 1  |
| 2             | 3               | 5                   | 1         | 1           | 1  |
| 1             | 3               | 4                   | 1         | 1           | 1  |
| 1             | 3               | 5                   | 1         | 1           | 1  |
| 1             | 3               | 5                   | 6         | 1           | 1  |
| 1             | 3               | 5                   | 5         | 1           | 1  |
| 2             | 3               | 5                   | 1         | 1           | 1  |
| 1             | 3               | 4                   | 1         | 1           | 1  |
| 1             | 3               | 5                   | 1         | 2           | 1  |
| 2             | 3               | 5                   | 6         | 4           | 1  |
| 1             | 3               | 5                   | 1         | 1           | 1  |
| 1             | 3               | 6                   | 4         | 2           | 1  |
| 1             | 3               | 5                   | 1         | 1           | 1  |
| 1             | 3               | 4                   | 1         | 4           | 1  |
| 2             | 3               | 5                   | 1         | 6           | 1  |
| 1             | 3               | 4                   | 1         | 1           | 1  |
| 2             | 3               | 6                   | 4         | 1           | 1  |

| Jenis Kelamin | Tahun Kelahiran | Pendidikan Terakhir | Pekerjaan | Asal Daerah | Apakah Anda Lebih Mengetahui E-wallet ShopeePay? |
|---------------|-----------------|---------------------|-----------|-------------|--|
| 1             | 3               | 4                   | 1         | 1           | 1  |
| 1             | 3               | 4                   | 1         | 1           | 1  |
| 1             | 3               | 4                   | 1         | 1           | 1  |
| 1             | 3               | 4                   | 1         | 1           | 1  |
| 1             | 3               | 5                   | 6         | 3           | 1  |
| 1             | 3               | 4                   | 1         | 1           | 1  |
| 1             | 3               | 4                   | 1         | 1           | 1  |
| 1             | 3               | 4                   | 1         | 1           | 1  |
| 1             | 3               | 4                   | 1         | 1           | 1  |
| 2             | 3               | 5                   | 2         | 1           | 1  |
| 1             | 3               | 4                   | 1         | 1           | 1  |
| 1             | 3               | 4                   | 1         | 4           | 1  |
| 2             | 3               | 3                   | 1         | 1           | 1  |
| 2             | 3               | 4                   | 1         | 1           | 1  |
| 2             | 3               | 4                   | 1         | 4           | 1  |
| 1             | 3               | 5                   | 1         | 1           | 1  |
| 1             | 3               | 4                   | 1         | 1           | 1  |
| 2             | 3               | 4                   | 1         | 6           | 1  |
| 1             | 3               | 3                   | 1         | 1           | 1  |
| 1             | 3               | 4                   | 1         | 1           | 1  |
| 1             | 3               | 5                   | 1         | 1           | 1  |
| 2             | 3               | 4                   | 1         | 2           | 1  |
| 1             | 3               | 4                   | 3         | 1           | 1  |
| 1             | 3               | 5                   | 6         | 3           | 1  |
| 1             | 3               | 4                   | 1         | 4           | 1  |
| 1             | 3               | 5                   | 6         | 1           | 1  |
| 2             | 3               | 5                   | 2         | 1           | 1  |
| 2             | 3               | 4                   | 1         | 1           | 1  |
| 1             | 3               | 4                   | 1         | 1           | 1  |
| 2             | 3               | 5                   | 5         | 1           | 1  |
| 1             | 3               | 5                   | 1         | 1           | 1  |
| 2             | 3               | 4                   | 1         | 1           | 1  |
| 2             | 3               | 4                   | 1         | 1           | 1  |
| 2             | 3               | 5                   | 6         | 1           | 1  |
| 1             | 3               | 5                   | 1         | 1           | 1  |
| 1             | 3               | 4                   | 1         | 2           | 1  |
| 1             | 3               | 5                   | 1         | 2           | 1  |
| 1             | 3               | 4                   | 1         | 1           | 1  |
| 1             | 3               | 4                   | 1         | 1           | 1  |
| 2             | 3               | 3                   | 1         | 1           | 1  |

| Jenis Kelamin | Tahun Kelahiran | Pendidikan Terakhir | Pekerjaan | Asal Daerah | Apakah Anda Lebih Mengetahui E-wallet ShopeePay? |
|---------------|-----------------|---------------------|-----------|-------------|--|
| 1             | 3               | 4                   | 1         | 4           | 1  |
| 2             | 3               | 4                   | 1         | 6           | 1  |
| 2             | 3               | 4                   | 1         | 4           | 1  |
| 2             | 3               | 4                   | 1         | 2           | 1  |
| 2             | 3               | 4                   | 1         | 1           | 1  |
| 1             | 3               | 5                   | 5         | 1           | 1  |
| 2             | 3               | 5                   | 1         | 1           | 1  |
| 1             | 3               | 5                   | 2         | 1           | 1  |
| 1             | 3               | 5                   | 4         | 1           | 1  |
| 1             | 3               | 4                   | 1         | 1           | 1  |
| 1             | 3               | 5                   | 1         | 1           | 1  |
| 1             | 3               | 4                   | 1         | 1           | 1  |
| 1             | 3               | 5                   | 5         | 1           | 1  |
| 1             | 3               | 5                   | 1         | 1           | 1  |
| 1             | 3               | 4                   | 1         | 1           | 1  |
| 1             | 3               | 4                   | 1         | 4           | 1  |
| 1             | 3               | 5                   | 1         | 1           | 1  |
| 1             | 3               | 5                   | 6         | 1           | 1  |
| 2             | 3               | 3                   | 1         | 1           | 1  |
| 2             | 3               | 4                   | 1         | 5           | 1  |
| 2             | 3               | 5                   | 1         | 4           | 1  |
| 1             | 3               | 4                   | 1         | 4           | 1  |
| 1             | 3               | 5                   | 1         | 1           | 1  |
| 1             | 3               | 5                   | 1         | 1           | 1  |

## Lampiran 3

## 3. LUARAN SMARTPLS

## Rata-rata Variabel

|                   | No. | Missing | Mean   | Median | Min    | Max     | Standard Devia... | Excess Kurtosis | Skewness |
|-------------------|-----|---------|--------|--------|--------|---------|-------------------|-----------------|----------|
| No                | 1   | 0       | 89.106 | 89.000 | 1.000  | 209.000 | 53.119            | -1.111          | 0.098    |
| Jenis Kelamin     | 2   | 0       | -1.000 | -1.000 | -1.000 | -1.000  | -1.000            | -1.000          | -1.000   |
| Tahun Kelahiran   | 3   | 0       | -1.000 | -1.000 | -1.000 | -1.000  | -1.000            | -1.000          | -1.000   |
| Pendidikan Ter... | 4   | 0       | -1.000 | -1.000 | -1.000 | -1.000  | -1.000            | -1.000          | -1.000   |
| Pekerjaan         | 5   | 0       | -1.000 | -1.000 | -1.000 | -1.000  | -1.000            | -1.000          | -1.000   |
| Asal Daerah       | 6   | 0       | -1.000 | -1.000 | -1.000 | -1.000  | -1.000            | -1.000          | -1.000   |
| Pernahkah And...  | 7   | 0       | -1.000 | -1.000 | -1.000 | -1.000  | -1.000            | -1.000          | -1.000   |
| NS1               | 8   | 0       | 4.639  | 5.000  | 3.000  | 5.000   | 0.555             | 0.615           | -1.255   |
| NS2               | 9   | 0       | 4.228  | 4.000  | 2.000  | 5.000   | 0.815             | -0.689          | -0.629   |
| NS3               | 10  | 0       | 4.544  | 5.000  | 3.000  | 5.000   | 0.626             | 0.052           | -1.058   |
| NS4               | 11  | 0       | 4.094  | 4.000  | 2.000  | 5.000   | 0.841             | -0.924          | -0.407   |
| PM1               | 12  | 0       | 4.794  | 5.000  | 3.000  | 5.000   | 0.443             | 3.408           | -2.031   |
| PM2               | 13  | 0       | 4.639  | 5.000  | 3.000  | 5.000   | 0.545             | 0.449           | -1.193   |
| PM3               | 14  | 0       | 4.589  | 5.000  | 3.000  | 5.000   | 0.594             | 0.317           | -1.150   |
| PM4               | 15  | 0       | 4.667  | 5.000  | 3.000  | 5.000   | 0.548             | 1.054           | -1.409   |
| PM5               | 16  | 0       | 4.628  | 5.000  | 3.000  | 5.000   | 0.538             | 0.106           | -1.065   |
| KP1               | 17  | 0       | 4.617  | 5.000  | 1.000  | 5.000   | 0.644             | 6.121           | -2.084   |
| KP2               | 18  | 0       | 4.578  | 5.000  | 2.000  | 5.000   | 0.632             | 1.306           | -1.361   |
| KP3               | 19  | 0       | 4.367  | 5.000  | 1.000  | 5.000   | 0.759             | 0.933           | -1.037   |
| KP4               | 20  | 0       | 4.778  | 5.000  | 3.000  | 5.000   | 0.466             | 3.243           | -1.989   |
| KP5               | 21  | 0       | 4.678  | 5.000  | 3.000  | 5.000   | 0.502             | 0.203           | -1.161   |
| NM1               | 22  | 0       | 4.533  | 5.000  | 2.000  | 5.000   | 0.618             | 0.903           | -1.123   |
| NM2               | 23  | 0       | 4.544  | 5.000  | 2.000  | 5.000   | 0.618             | 1.002           | -1.170   |
| NM3               | 24  | 0       | 4.517  | 5.000  | 2.000  | 5.000   | 0.619             | 0.769           | -1.056   |

## Outer Loading

|     | Niat Menggun... | Norma Subjektif | Persepsi Kemu... | Persepsi Manf... |
|-----|-----------------|-----------------|------------------|------------------|
| KP1 |                 |                 | <b>0.803</b>     |                  |
| KP2 |                 |                 | <b>0.835</b>     |                  |
| KP3 |                 |                 | <b>0.765</b>     |                  |
| KP4 |                 |                 | <b>0.713</b>     |                  |
| KP5 |                 |                 | <b>0.783</b>     |                  |
| NM1 | <b>0.969</b>    |                 |                  |                  |
| NM2 | <b>0.990</b>    |                 |                  |                  |
| NM3 | <b>0.977</b>    |                 |                  |                  |
| NS1 |                 | <b>0.729</b>    |                  |                  |
| NS2 |                 | <b>0.724</b>    |                  |                  |
| NS3 |                 | <b>0.716</b>    |                  |                  |
| NS4 |                 | <b>0.742</b>    |                  |                  |
| PM1 |                 |                 |                  | <b>0.715</b>     |
| PM2 |                 |                 |                  | <b>0.716</b>     |
| PM3 |                 |                 |                  | <b>0.834</b>     |
| PM4 |                 |                 |                  | <b>0.759</b>     |
| PM5 |                 |                 |                  | <b>0.715</b>     |

### Hasil Uji Validitas dan Realiabilitas

|                  | Cronbach's Al... | rho_A        | Composite Rel... | Average Varian... |
|------------------|------------------|--------------|------------------|-------------------|
| Niat Menggun...  | <b>0.978</b>     | <b>0.980</b> | <b>0.986</b>     | <b>0.958</b>      |
| Norma Subjektif  | <b>0.705</b>     | <b>0.705</b> | <b>0.818</b>     | <b>0.530</b>      |
| Persepsi Kemu... | <b>0.840</b>     | <b>0.847</b> | <b>0.886</b>     | <b>0.610</b>      |
| Persepsi Manfaat | <b>0.803</b>     | <b>0.808</b> | <b>0.864</b>     | <b>0.561</b>      |

### Hasil Uji Diskriminan Validitas

|                  | Niat Menggun... | Norma Subjektif | Persepsi Kemu... | Persepsi Manf... |
|------------------|-----------------|-----------------|------------------|------------------|
| Niat Menggun...  | 0.979           |                 |                  |                  |
| Norma Subjektif  | 0.398           | 0.728           |                  |                  |
| Persepsi Kemu... | 0.263           | 0.301           | 0.781            |                  |
| Persepsi Manfaat | 0.552           | 0.438           | 0.532            | 0.749            |

### Hasil Uji Kolinearitas

|                  | Niat Menggun... | Norma Subjektif | Persepsi Kemu... | Persepsi Manf... |
|------------------|-----------------|-----------------|------------------|------------------|
| Niat Menggun...  |                 |                 |                  |                  |
| Norma Subjektif  | <b>1.247</b>    |                 | <b>1.000</b>     | <b>1.100</b>     |
| Persepsi Kemu... | <b>1.405</b>    |                 |                  | <b>1.100</b>     |
| Persepsi Manfaat | <b>1.581</b>    |                 |                  |                  |

### Hasil R-Square

|                  | R Square | R Square Adjus... |
|------------------|----------|-------------------|
| Niat Menggun...  | 0.337    | 0.326             |
| Persepsi Kemu... | 0.091    | 0.086             |
| Persepsi Manfaat | 0.367    | 0.360             |

### Hasil Q-Square

|                  | SSO     | SSE     | Q <sup>2</sup> (=1-SSE/SSO) |
|------------------|---------|---------|-----------------------------|
| Niat Menggun...  | 540.000 | 373.389 | 0.309                       |
| Norma Subjektif  | 720.000 | 720.000 |                             |
| Persepsi Kemu... | 900.000 | 852.998 | 0.052                       |
| Persepsi Manfaat | 900.000 | 724.407 | 0.195                       |

### Jalur Koefisien

|   | Original Sampl... | Sample Mean (...) | Standard Devia... | T Statistics ( O/... | P Values |
|---|-------------------|-------------------|-------------------|----------------------|----------|
| Norma Subjektif -> Niat Menggunakan               | 0.198             | 0.201             | 0.072             | 2.740                | 0.006    |
| Norma Subjektif -> Persepsi Kemudahan Penggunaan  | 0.301             | 0.317             | 0.082             | 3.675                | 0.000    |
| Norma Subjektif -> Persepsi Manfaat               | 0.305             | 0.310             | 0.064             | 4.791                | 0.000    |
| Persepsi Kemudahan Penggunaan -> Niat Menggunakan | -0.061            | -0.054            | 0.087             | 0.704                | 0.482    |
| Persepsi Kemudahan Penggunaan -> Persepsi Manfaat | 0.440             | 0.435             | 0.070             | 6.276                | 0.000    |
| Persepsi Manfaat -> Niat Menggunakan              | 0.498             | 0.498             | 0.092             | 5.390                | 0.000    |

