

**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMENGARUHI
MINAT MENGGUNAKAN APLIKASI LINKAJA**



SKRIPSI

Oleh:

Nama: Destianna Rahmadhani

No. Mahasiswa: 17312056

**PROGRAM STUDI AKUNTANSI
FAKULTAS BISNIS DAN EKONOMIKA
UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA
YOGYAKARTA**

2021

**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMENGARUHI MINAT
MENGUNAKAN APLIKASI LINKAJA**

SKRIPSI

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

Oleh:

Nama: Destianna Rahmadhani

No. Mahasiswa: 17312056

**PROGRAM STUDI AKUNTANSI
FAKULTAS BISNIS DAN EKONOMIKA
UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA
YOGYAKARTA**

2021

PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME

"Saya yang bertanda tangan dibawah ini menyatakan bahwasanya dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk mendapatkan gelar kesarjanaan di sebuah perguruan tinggi, dan sepengetahuan saya tidak terdapat karya orang lain selain yang tertulis pada naskah ini dan disebutkan dalam referensi. Apabila dikemudian hari terbukti bahwa pernyataan saya tidak benar, maka saya siap menerima hukuman/ sanksi apapun sesuai peraturan yang berlaku."

Yogyakarta, 23 April 2021

Penulis,



(Destianna Rahmadhani)

**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMENGARUHI MINAT
MENGUNAKAN APLIKASI LINKAJA**

SKRIPSI

Diajukan Oleh:

Nama: Destianna Rahmadhani

No Mahasiswa: 17312056

Telah disetujui oleh Dosen Pembimbing

Pada Tanggal 20 April 2021

Dosen Pembimbing,



(Dra. Isti Rahayu, M.Si., Ak., CA., ACPA)

BERITA ACARA UJIAN TUGAS AKHIR/SKRIPSI

SKRIPSI BERJUDUL

Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Menggunakan Aplikasi LinkAja

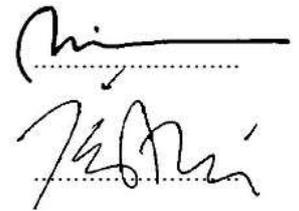
Disusun oleh : DESTIANNA RAHMADHANI

Nomor Mahasiswa : 17312056

Telah dipertahankan didepan Tim Penguji dan dinyatakan Lulus
pada hari, tanggal: Senin, 07 Juni 2021

Penguji/Pembimbing Skripsi : Isti Rahayu, Dra., M.Si., Ak., CA.

Penguji : Yuni Nustini, MAFIS., Ak., CA., Ph.D.



Mengetahui

Dekan Fakultas Bisnis dan Ekonomika
Universitas Islam Indonesia

Prof. Jaka Sriyana, Dr., M.Si

MOTTO

“Allah tidak membebani seseorang melainkan sesuai dengan kesanggupannya”

(QS. Al-Baqarah: 286)



“Gapailah ambisi setinggi langit! Bermimpilah setinggi langit! Ketika kamu jatuh, kamu akan jatuh di antara bintang-bintang”

-Soekarno-

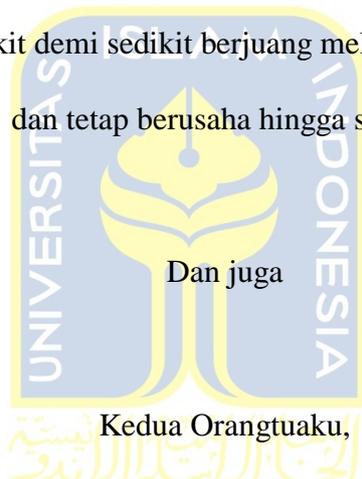
HALAMAN PERSEMBAHAN

Ku persembahkan sebuah karya ini untuk:

Diriku sendiri,

Destianna Rahmadhani

yang sedikit demi sedikit berjuang melawan rasa malas
dan tetap berusaha hingga saat ini



Dan juga

Kedua Orangtuaku,

Budi Handani dan Rita Isnaini

yang telah mendukung, mendoakan dan selalu berjuang

sekuat tenaga hingga saat ini

KATA PENGANTAR

Assalamualaikum Wr. Wb.

Alhamdulillah, puji dan syukur kehadiran Allah SWT yang telah mencurahkan rahmat dan hidayahnya, serta memberikan penulis nikmat Islam dan sehat sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “**Analisis Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Minat Menggunakan Aplikasi LinkAja**” guna memenuhi syarat untuk mencapai derajat Sarjana Strata-1 Program Studi Akuntansi pada Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Islam Indonesia. Tak lupa sholawat dan salam selalu tercurah kepada Nabi Muhammad SAW sebagai suri tauladan yang baik bagi umat manusia, semoga kita termasuk dalam golongan umatnya dan mendapatkan syafaatnya di hari akhir.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi masih jauh dari kata sempurna dan tentunya terdapat banyak kesalahan yang murni karena keterbatasan penulis. Namun, penulis telah mengusahakan yang terbaik hingga skripsi ini dapat terselesaikan dan tersusun dengan baik. Penyusunan skripsi ini tidak terlepas dari bimbingan, bantuan, dukungan, dan doa dari berbagai pihak yang tiada henti diajukan kepada penulis. Oleh karena itu, penulis mengucapkan terimakasih dengan ketulusan hati yang terdalam kepada:

1. **Allah SWT** yang telah memberikan kekuatan, kesehatan, dan kemudahan sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.

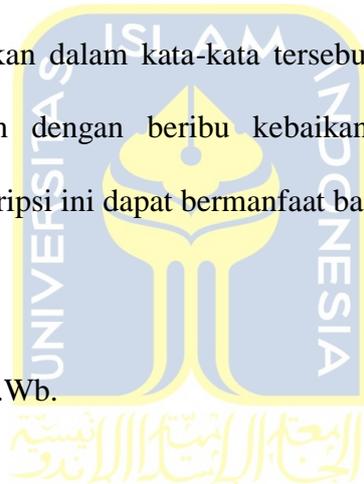
2. **Nabi Muhammad SAW** yang telah membawa umat manusia dari zaman kegelapan yang penuh dengan kebodohan menuju zaman yang terang benderang ini.
3. **Bapak Dr. Mahmudi, S.E., M.Si., Ak** selaku Ketua Program Studi Akuntansi Fakultas Bisnis dan Ekonomika UII beserta segenap jajaran Program Studi Akuntansi yang telah memberikan dukungan beserta ilmu semasa perkuliahan kepada penulis.
4. **Ibu Dra. Isti Rahayu, M.Si., Ak., CA., ACPA** selaku dosen pembimbing skripsi penulis yang selalu sabar membimbing penulis dalam menyelesaikan skripsi ini. Terimakasih Ibu Isti, atas segala ilmu dan masukan yang telah diberikan.
5. **Bapak Budi Handani dan Ibu Rita Isnaini** selaku orang tua penulis yang memberikan segala doa, kasih sayang, dan juga dukungan yang tiada henti sehingga penulis tetap semangat dan mampu menyelesaikan skripsi dengan sebaik-baiknya. Semoga selalu diberikan kesehatan, umur yang panjang, dan selalu dalam lindungan Allah SWT.
6. **Annandhita Kharisma Putri**, adik penulis yang selalu bertanya kapan selesai dan lulus, alhamdulillah akhirnya dapat menyelesaikan skripsi ini.
7. **Rizal Ichsanul Huda**, terimakasih selalu mengingatkan, memberi semangat, dan menemani hingga penulis dapat menyusul menyelesaikan skripsi ini. Semoga Allah senantiasa memudahkan jalanmu, sukses dan selalu diberikan kelancaran. Mari berjuang, perjalanan masih sangat panjang 😊

8. **Shila Lutfia, Erlin Dara Pravitasari, dan Shofi Melani Mardiyah,** sahabat-sahabat penulis yang telah mendengarkan segala keluh kesah penulis dari masa SMA sampai akhir perkuliahan ini. Terimakasih selalu ada dikala susah maupun senang bersama penulis serta memberikan semangat yang tiada henti. Semoga kita semua dapat menjadi orang sukses, membahagiakan orang sekitar, dan berguna bagi nusa dan bangsa.
9. **Anindya Nariswari Salsabila, Ruchi Millah Chafifah, Fajria Muthia, Zahara Fisa Aulya, Rafika Tsary Atmakusuma, dan Atika Dewi Listyaningrum** yang dipertemukan di perkuliahan dan menemani melewati masa perkuliahan dari semester awal hingga saat ini bersama penulis. Canda tawa suka dan duka telah kita lalui bersama. Terimakasih sudah berjuang bersama, semoga kita semua bisa membanggakan orang tua dan semoga bisa selalu bersama walau terbentang jarak ☹️ Masuk bareng keluar bareng ya!
10. **Hafidya Purnama Adityas dan Farida Rismawati,** yang telah memberikan semangat dan teman seperjuangan penulis dalam skripsi ini. Terimakasih sudah berproses dan mengeluh bersama. Semoga dilancarkan segala urusan kita setelah lulus dari FBE UII.
11. **Almira Luthfia Rahma, Ambar Nurrina, dan Yulieta Anindya Putri,** teman seperbimbingan yang sama-sama berjuang dalam menyelesaikan skripsi ini. Terimakasih Al, Amber, dan Ulit sudah mau sama-sama berbagi informasi dan berjuang bersama dalam menyelesaikan skripsi ini. Sukses selalu ya teman seperjuangan!

12. **KOPMA FBE UII**, yang telah menjadi tempat awal penulis mengikuti kegiatan kampus. Terimakasih atas semua pengalaman dan ilmu yang telah diberikan.
13. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu, terimakasih atas bantuan dan dukungan yang diberikan kepada penulis untuk menyelesaikan skripsi ini.

Penulis mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada pihak tersebut atas segala sesuatu yang telah diberikan kepada penulis, yang mungkin belum semua tertuangkan dalam kata-kata tersebut. Semoga Allah memberikan balasan kepada kalian dengan beribu kebaikan. Mohon maaf atas segala kekurangan, semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi pihak yang membutuhkan.

Wassalamualaikum Wr.Wb.



Penulis,

Destiana Rahmadhani

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL.....	i
HALAMAN JUDUL.....	ii
HALAMAN BEBAS PLAGIARISME.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
BERITA ACARA	v
MOTTO.....	vi
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR TABEL.....	xv
DAFTAR GAMBAR	xvi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvii
ABSTRAK	xviii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 LATAR BELAKANG.....	1
1.2 RUMUSAN MASALAH.....	8
1.3 TUJUAN PENELITIAN	9
1.4 MANFAAT PENELITIAN.....	11
1.5 SISTEMATIKA PENULISAN	11
BAB II KAJIAN PUSTAKA.....	13
2.1 LANDASAN TEORI	13
2.2 PENELITIAN TERDAHULU	16
2.3 HIPOTESIS PENELITIAN.....	26
2.3.1 Pengaruh Ekspektasi Kinerja (<i>Performance Expectancy</i>)	26
2.3.2 Pengaruh Ekspektasi Usaha (<i>Effort Expectancy</i>).....	27
2.3.3 Pengaruh Pengaruh Sosial (<i>Social Influence</i>)	27
2.3.4 Pengaruh Fasilitas Pendukung (<i>Facilitating Condition</i>).....	28
2.3.5 Pengaruh Motivasi Hedonis (<i>Hedonic Motivation</i>)	29
2.3.6 Pengaruh Nilai Harga (<i>Price Value</i>)	31

2.3.7	Pengaruh Kebiasaan (<i>Habit</i>)	32
2.3.8	Persepsi Keamanan Teknologi (<i>Perceived Security Technology</i>) ..	33
2.4	KERANGKA PENELITIAN	33
BAB III METODE PENELITIAN.....		35
3.1	POPULASI DAN SAMPEL.....	35
3.2	SUMBER DATA DAN TEKNIK PENGUMPULAN	35
3.3	DEFINISI VARIABEL DAN PENGUKURAN VARIABEL.....	36
3.3.1.1	Variabel Bebas	36
3.3.1.2	Variabel Terikat	38
3.3.1.3	Variabel Moderasi.....	38
3.4	FORMULASI HIPOTESIS	42
3.5	METODE ANALISIS DATA.....	45
3.5.1	<i>Outer Model</i> (Model Pengukuran).....	45
3.5.1.1	Uji Validitas	45
3.5.1.2	Uji Reliabilitas	46
3.5.2	<i>Inner Model</i> (Model Struktural).....	46
3.5.2.1	Uji Hipotesis.....	47
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN		48
4.1	HASIL PENGUMPULAN DATA.....	48
4.2	KARAKTERISTIK RESPONDEN.....	49
4.2.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	49
4.2.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Umur.....	49
4.2.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Universitas.....	50
4.2.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Pernah atau Tidaknya Menggunakan Aplikasi LinkAja	51
4.2.5	Karakteristik Responden Berdasarkan Penggunaan Selama Masa Pandemi Setiap Bulannya	52
4.2.6	Karakteristik Responden Berdasarkan Banyak Sedikitnya Penggunaan Selama Masa Pandemi Dibanding Sebelum Pandemi	52
4.3	ANALISIS DESKRIPTIF	53
4.4	ANALISIS KUANTITATIF	59
4.4.1	Hasil Uji Model Pengukuran (<i>Outer Models</i>).....	60
4.4.1.1	Uji Validitas.....	60

4.4.1.2 Uji Reliabilitas.....	62
4.4.2 Hasil Uji Model Struktural (<i>Inner Models</i>).....	63
4.4.2.1 <i>Goodness-fit Model</i>	64
4.4.2.2 Uji Hipotesis Dan Pembahasan	65
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	81
5.1 KESIMPULAN	81
5.2 KETERBATASAN PENELITIAN	82
5.3 SARAN.....	82
5.4 IMPLIKASI PENELITIAN.....	83
DAFTAR PUSTAKA	84
LAMPIRAN.....	89



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Transaksi Uang Elektronik dan Jumlah Peredaran di Indonesia.....	2
Tabel 4.1 Hasil Pengumpulan Data.....	48
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	49
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Umur.....	49
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Universitas	50
Tabel 4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Pernah atau Tidaknya Menggunakan Aplikasi LinkAja	51
Tabel 4.6 Karakteristik Responden Berdasarkan Penggunaan Selama Masa Pandemi Setiap Bulannya.....	52
Tabel 4.7 Karakteristik Responden Berdasarkan Lebih Banyaknya Penggunaan Selama Masa Pandemi dibanding Sebelum Pandemi.....	52
Tabel 4.8 Interval Penilaian	53
Tabel 4.9 Hasil Analisis Deskriptif Variabel Penelitian	54
Tabel 4.10 <i>Outer Loadings</i>	60
Tabel 4.11 Uji Reliabilitas	62
Tabel 4.12 <i>R-Square</i>	64
Tabel 4.13 <i>Path Coefficient</i>	65
Tabel 4.14 Hasil Ringkasan Uji Hipotesis	79

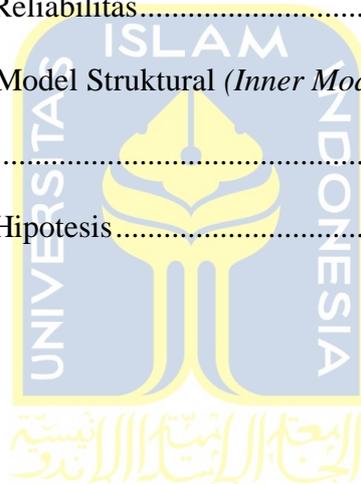
DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Daftar Dompot Digital Terbesar di Indonesia Kuartal IV Tahun 2017 - Kuartal II Tahun 2019.....	4
Gambar 1.2 Daftar Dompot Digital Berdasarkan Pengguna Aktif Setiap Bulannya	4
Gambar 2.1 Kerangka Model <i>Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT)</i>	14
Gambar 2.2 Kerangka Model <i>Unified Theory of Acceptance and Use of Technology 2 (UTAUT) 2</i>	16
Gambar 2.3 Kerangka Penelitian	34



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 : Kuesioner Penelitian.....	89
Lampiran 2 : Tabulasi Data.....	95
Lampiran 3 : Hasil Karakteristik Responden	114
Lampiran 4 : Hasil Pengujian Melalui PLS	117
Lampiran 5 : Hasil Uji Model Pengukuran (<i>Outers Models</i>)	118
Hasil Uji Validitas	118
Hasil Uji Reliabilitas.....	126
Lampiran 6 : Hasil Uji Model Struktural (<i>Inner Models</i>)	127
<i>R-Squares</i>	127
Hasil Uji Hipotesis.....	128



ABSTRACT

This study aims to prove the influence of performance expectancy, effort expectancy, social influences, facilitating conditions, facilitating conditions moderated by age, facilitating conditions moderated by gender, hedonic motivations, hedonic motivations moderated by age, hedonic motivations moderated by gender, price values, habits, habits moderated by age, habits moderated by gender, and perceived technology security factor on behavioral intention to use LinkAja application based on Unified Theory Of Acceptance And Use Of Technology 2 (UTAUT2). Respondents in this study were 144 university students in the province Special Region of Yogyakarta. Primary data is used by disseminating questionnaires online. The results showed that performance expectancy, effort expectancy, social influences, habits, price values, and perceived technology security had a positive impact on behavioral intention to use LinkAja application, meanwhile facilitating conditions moderated by age, facilitating conditions moderated by gender, hedonic motivations, hedonic motivations moderated by age, hedonic motivations moderated by gender, habits moderated by age, habits moderated by gender do not had a impact on behavioral intention to use LinkAja application.

Keywords: LinkAja, UTAUT2, behavioral intention

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk membuktikan pengaruh ekspektasi kinerja, ekspektasi usaha, pengaruh sosial, fasilitas pendukung, fasilitas pendukung yang di moderasi oleh umur, fasilitas pendukung yang di moderasi oleh jenis kelamin, motivasi hedonis, motivasi hedonis yang di moderasi oleh umur, motivasi hedonis yang di moderasi oleh jenis kelamin, nilai harga, kebiasaan, kebiasaan yang di moderasi oleh umur, kebiasaan yang di moderasi oleh jenis kelamin, dan persepsi keamanan teknologi terhadap minat menggunakan aplikasi LinkAja yang di dasari oleh teori *Unified Theory of Acceptance and Use of Technology 2 (UTAUT2)*. Responden dalam penelitian ini 144 mahasiswa universitas di provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta. Data primer yang digunakan dengan menyebarkan kuesioner secara *online*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa ekspektasi kinerja, ekspektasi usaha, pengaruh sosial, kebiasaan, nilai harga, dan persepsi keamanan teknologi berpengaruh positif signifikan terhadap minat menggunakan aplikasi LinkAja, sedangkan fasilitas pendukung, fasilitas pendukung yang di moderasi oleh umur, fasilitas pendukung yang di moderasi oleh jenis kelamin, motivasi hedonis, motivasi hedonis yang di moderasi oleh umur, motivasi hedonis yang di moderasi oleh jenis kelamin, kebiasaan yang di moderasi oleh umur, kebiasaan yang di moderasi oleh jenis kelamin tidak berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan aplikasi LinkAja.

Kata Kunci: LinkAja, UTAUT2, minat menggunakan

BAB I PENDAHULUAN

1.1 LATAR BELAKANG

Pada era digital saat ini teknologi semakin berkembang dengan pesat. Berkembangnya teknologi ini menuntut perusahaan untuk dapat bersaing dan semakin kompetitif, salah satunya perusahaan yang berhubungan dengan pembayaran non tunai. Pembayaran non tunai juga sudah mengalami peningkatan dikarenakan banyak toko yang menerapkan pembayaran *mobile payment* atau non tunai. Kegiatan transaksi *mobile payment (m-payment)* sendiri dilakukan tanpa membawa uang secara tunai namun melalui aplikasi yang ada dalam *smartphone*.

Mobile payment atau *m-payment* adalah suatu metode transaksi dengan cara mentransfer uang dari satu orang ke orang lain melalui *smartphone* tanpa perantara. Pembayaran seluler adalah metode pembayaran baru untuk transaksi barang maupun jasa, yang menggunakan semua jenis *smartphone* dan teknologi komunikasi nirkabel. Di berbagai negara yang ada di Asia dan Afrika, layanan pembayaran seluler tidak hanya memberikan keuntungan bagi penyedia layanan saja, tetapi juga meningkatkan kenyamanan kepada konsumen, memberikan akses ke layanan dasar dan berdampak positif untuk perekonomian secara nasional (Lerner, 2013).

Tabel 1.1
Transaksi Uang Elektronik dan Jumlah Peredaran
Uang Elektronik di Indonesia

Tahun	Transaksi Uang Elektronik	Jumlah Peredaran Uang Elektronik
2013	2,90 Triliun	36,2 Juta
2014	3,31 Triliun	35,7 Juta
2015	5,28 Triliun	34,3 Juta
2016	7,06 Triliun	51,2 Juta
2017	12,37 Triliun	90 Juta
2018	47,19 Triliun	167,2 Juta
2019	193 Triliun	292,2 Juta

Sumber: Bank Indonesia (www.bi.go.id)

Pada Tabel 1.1 dapat dilihat bahwa telah terjadi peningkatan transaksi uang elektronik dan jumlah peredaran uang elektronik dari tahun ke tahun. Hal ini mengindikasikan bahwa minat masyarakat Indonesia untuk menggunakan pembayaran *mobile payment* terus meningkat setiap tahunnya. Peningkatan transaksi uang elektronik didukung dengan banyaknya perusahaan yang bersaing menciptakan suatu aplikasi pembayaran digital dengan berbagai fitur dan inovasi dari masing – masing aplikasi tersebut. Salah satunya aplikasi LinkAja.

LinkAja merupakan suatu aplikasi yang rilis pada 23 Juni 2019 (www.cnnindonesia.com). Aplikasi ini tergolong baru dibandingkan OVO dan Go-Pay. Aplikasi digunakan untuk bertransaksi apapun, misalnya dalam pembelian pulsa/data, membayar merchant, membayar tagihan, mengirim donasi, mengirim uang hingga membayar asuransi dan mengajukan pinjaman. LinkAja

terus beroperasi seiring berkembangnya zaman untuk memberikan kemudahan di dalam bertransaksi, apalagi di masa sekarang dengan adanya pandemi yang ada di Indonesia dan LinkAja juga beroperasi untuk terus mendorong peningkatan transaksi UMKM secara digital. Per Mei 2020, top up ke LinkAja mencapai dua juta transaksi, atau Rp 600 miliar. Hingga saat ini total pengguna aktif LinkAja sudah mencapai 58 juta per Oktober 2020. Aplikasi ini baru ada sejak Juni 2019 dan telah mengalami kenaikan sebesar 23% dengan mayoritas pengguna adalah kelompok menengah dan merchant UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah).

Aplikasi LinkAja jika dibandingkan dengan OVO, Go-Pay, Dana memang memiliki porsi paling sedikit. Berdasarkan data Bank Indonesia, terdapat 38 dompet digital dengan lisensi resmi. Riset yang dilakukan oleh iPrice dan App Annie menyebutkan bahwa Go-Pay merupakan dompet digital yang paling aktif digunakan sejak kuartal IV tahun 2017. Setelah itu, diraih oleh OVO yang berhasil unggul selama empat kuartal berturut-turut. OVO juga sempat bersaing dengan LinkAja memperebutkan posisi kedua. Sebagaimana tampak pada gambar 1.1 diketahui bahwa pada kuartal II tahun 2019, posisi LinkAja digeser oleh pendatang baru, yaitu Dana yang berhasil naik ke peringkat ketiga. Hal itu menyebabkan LinkAja harus turun ke peringkat empat.

Gambar 1. 1
Daftar Dompot Digital Terbesar di Indonesia
Kuartal IV Tahun 2017 - Kuartal II Tahun 2019



Sumber: (databooks.katadata.co.id)

Pada gambar 1.2 juga tampak bahwa LinkAja masih menempati posisi keempat dibandingkan dompet digital Go-Pay pada aplikasi Gojek, OVO dan Dana berdasarkan pengguna aktif setiap bulannya.

Gambar 1. 2
Daftar Dompot Digital Berdasarkan Pengguna Aktif Setiap Bulannya



Sumber: (databooks.katadata.co.id)

Berdasarkan data di atas, LinkAja yang saat ini masih berada di peringkat empat mengisyaratkan bahwa LinkAja masih kurang terkenal dan diminati yang mengakibatkan masyarakat masih kurang mengetahui aplikasi LinkAja. Padahal Bank Indonesia selama bulan April hingga Mei 2020 mencatat adanya peningkatan transaksi menggunakan aplikasi LinkAja di ekosistem lokal sebesar 19,5%. Peningkatan terbesar terjadi pada pasar tradisional yang mengalami kenaikan transaksi sebesar 64%, kemudian diikuti dengan ritel modern sebesar 12,8%. Berdasarkan penjelasan tersebut, maka penulis ingin meneliti faktor apa saja yang memengaruhi minat masyarakat menggunakan aplikasi tersebut. Adapun faktor-faktor yang ingin diteliti penulis yang bisa mempengaruhi minat menggunakan aplikasi LinkAja adalah faktor *Performance Expectancy* (ekspektasi kinerja), *Effort Expectancy* (ekspektasi usaha), *Social Influence* (pengaruh sosial), *Facilitating Conditions* (fasilitas pendukung), *Hedonic Motivations* (motivasi hedonis), *Price Value* (nilai harga), *Habits* (kebiasaan), dan *Perceived Technology Security* (persepsi keamanan teknologi).

Penelitian terdahulu mengenai minat menggunakan telah banyak dilakukan terkait dengan minat penggunaan *mobile banking*, *mobile payment*, *e-payment*, aplikasi Ruang Guru, aplikasi SIORTU, OVO, *e-money* dan LinkAja. (Alalwan et al., 2017; Baabdullah et al., 2019; Fahmi dan Evanita, 2019; Haris et al., 2019; Khalilzadeh et al., 2017; Bashir, 2020; Prasetya dan Purnamawati, 2020; Oktafani dan Sisilia, 2020; Putri dan Suardikha, 2019; Andrianto, 2020). Penelitian sebelumnya menemukan bahwa Ekspektasi Kinerja (*Performance Expectancy*) mempunyai pengaruh positif terhadap minat menggunakan *mobile banking*

(Alalwan et al., 2017), mempunyai pengaruh positif terhadap minat menggunakan aplikasi Ruang Guru (Haris et al., 2019), mempunyai pengaruh positif terhadap minat menggunakan SIORTU (Bashir, 2020). *Effort Expectancy* ditemukan mempunyai pengaruh positif terhadap minat menggunakan *mobile banking* (Alalwan et al., 2017), mempunyai pengaruh positif terhadap minat menggunakan aplikasi Ruang Guru (Haris et al., 2019), dan juga mempunyai pengaruh positif terhadap minat menggunakan aplikasi SIORTU (Bashir, 2020). *Social Influence* juga ditemukan bahwa mempunyai pengaruh positif terhadap minat menggunakan *mobile payment* (Khalilzadeh et al., 2017), mempunyai pengaruh positif terhadap minat menggunakan aplikasi Ruang Guru (Haris et al., 2019), dan juga mempunyai pengaruh positif terhadap minat menggunakan aplikasi SIORTU (Bashir, 2020). *Facilitating Conditions* ditemukan mempunyai pengaruh positif terhadap minat menggunakan *mobile banking* (Pertiwi dan Ariyanto, 2017), mempunyai pengaruh positif terhadap minat menggunakan aplikasi Ruang Guru (Haris et al., 2019), mempunyai pengaruh positif terhadap minat menggunakan *e-money* (Putri dan Suardikha, 2019). *Price Value* ditemukan mempunyai pengaruh positif terhadap minat menggunakan dompet digital LinkAja (Andrianto, 2020), mempunyai pengaruh positif terhadap minat menggunakan OVO (Oktafani dan Sisilia, 2020; Prasetya dan Purnamawati, 2020), mempunyai pengaruh positif terhadap minat menggunakan *mobile banking* (Alalwan et al., 2017), mempunyai pengaruh positif terhadap minat menggunakan aplikasi Ruang Guru (Haris et al., 2019). *Hedonic Motivation* mempunyai pengaruh positif terhadap minat menggunakan dompet digital OVO (Oktafani dan Sisilia, 2020; Prasetya dan

Purnamawati, 2020), mempunyai pengaruh positif terhadap minat menggunakan *mobile banking* (Baabdullah et al., 2019). *Habit* mempunyai pengaruh positif terhadap minat menggunakan dompet digital OVO (Oktafani dan Sisilia, 2020), mempunyai pengaruh positif terhadap minat menggunakan aplikasi Ruang Guru (Haris et al., 2019), mempunyai pengaruh positif terhadap minat menggunakan aplikasi SIORTU (Bashir, 2020) dan *Perceived Technology Security* mempunyai pengaruh positif terhadap minat menggunakan *mobile payment* (Khalilzadeh et al., 2017), mempunyai pengaruh positif terhadap minat menggunakan *e-payment* di BUMN (Fahmi dan Evanita, 2019).

Selain itu, ada penelitian yang menemukan bahwa *Performance expectancy* tidak mempunyai pengaruh terhadap minat menggunakan *e-money* (Putri dan Suardikha, 2019); tidak mempunyai pengaruh terhadap minat menggunakan LinkAja (Andrianto, 2020). *Effort expectancy* ditemukan tidak memengaruhi minat menggunakan *mobile banking* (Pertiwi dan Ariyanto, 2017), tidak memengaruhi minat penggunaan *e-money* (Putri dan Suardikha, 2019), dan juga tidak memengaruhi minat penggunaan LinkAja (Andrianto, 2020). *Social influence* ditemukan tidak mempunyai pengaruh terhadap minat penggunaan *mobile banking* (Alalwan et al., 2017), tidak memiliki pengaruh terhadap minat menggunakan *e-money* (Putri dan Suardikha, 2019), dan tidak memiliki pengaruh terhadap minat menggunakan LinkAja (Andrianto, 2020). *Facilitating Conditions* ditemukan tidak memengaruhi minat menggunakan LinkAja (Andrianto, 2020). *Hedonic Motivation* juga ditemukan tidak berpengaruh terhadap minat menggunakan LinkAja (Andrianto, 2020). *Price Value* juga ditemukan tidak

memengaruhi minat dalam menggunakan *mobile banking* (Pertiwi dan Ariyanto, 2017).

Perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang sudah ada mengenai LinkAja selain lokasi penelitian, penelitian ini menggunakan teori UTAUT2 (*Unified Theory of Acceptance and Use of Technology 2*) dengan menggunakan 7 konstruk yang sudah ada dan menambahkan 1 konstruk yaitu (*Perceived Technology Security*) atau persepsi keamanan teknologi.

1.2 RUMUSAN MASALAH

Rumusan masalah dari penelitian yang dilakukan adalah sebagai berikut:

1. Apakah ekspektasi kinerja (*performance expectancy*) berpengaruh terhadap minat menggunakan aplikasi LinkAja?
2. Apakah ekspektasi usaha (*effort expectancy*) berpengaruh terhadap minat menggunakan aplikasi LinkAja?
3. Apakah pengaruh social (*social influence*) berpengaruh terhadap minat menggunakan aplikasi LinkAja?
4. Apakah fasilitas pendukung (*facilitating condition*) berpengaruh terhadap minat menggunakan aplikasi LinkAja?
5. Apakah fasilitas pendukung yang di moderasi oleh umur (*facilitating condition moderate by age*) berpengaruh terhadap minat menggunakan aplikasi LinkAja?
6. Apakah fasilitas pendukung yang di moderasi oleh jenis kelamin (*facilitating condition moderate by gender*) berpengaruh terhadap minat menggunakan aplikasi LinkAja?

7. Apakah motivasi hedonis (*hedonic motivation*) berpengaruh terhadap minat menggunakan aplikasi LinkAja?
8. Apakah motivasi hedonis yang di moderasi oleh umur (*hedonic motivation moderate by age*) berpengaruh terhadap minat menggunakan aplikasi LinkAja?
9. Apakah motivasi hedonis yang di moderasi oleh jenis kelamin (*hedonic motivation moderate by gender*) berpengaruh terhadap minat menggunakan aplikasi LinkAja?
10. Apakah nilai harga (*price value*) berpengaruh terhadap minat menggunakan aplikasi LinkAja?
11. Apakah kebiasaan (*habit*) berpengaruh terhadap minat menggunakan aplikasi LinkAja?
12. Apakah kebiasaan yang di moderasi oleh umur (*habit moderate by age*) berpengaruh terhadap minat menggunakan aplikasi LinkAja?
13. Apakah kebiasaan yang di moderasi oleh jenis kelamin (*habit moderate by gender*) berpengaruh terhadap minat menggunakan aplikasi LinkAja?
14. Apakah persepsi keamanan (*perceived technology security*) terhadap minat menggunakan aplikasi LinkAja?

1.3 TUJUAN PENELITIAN

Tujuan dari penelitian yang dilakukan adalah sebagai berikut:

1. Membuktikan pengaruh ekspektasi kinerja (*performance expectancy*) terhadap minat menggunakan aplikasi LinkAja

2. Membuktikan pengaruh ekspektasi usaha (*effort expectancy*) terhadap minat menggunakan aplikasi LinkAja
3. Membuktikan pengaruh pengaruh social (*social influence*) terhadap minat menggunakan aplikasi LinkAja
4. Membuktikan pengaruh fasilitas pendukung (*facilitating condition*) terhadap minat menggunakan aplikasi LinkAja
5. Membuktikan pengaruh fasilitas pendukung yang di moderasi oleh umur (*facilitating condition moderate by age*) terhadap minat menggunakan aplikasi LinkAja
6. Membuktikan pengaruh fasilitas pendukung yang di moderasi oleh jenis kelamin (*facilitating condition moderate by gender*) terhadap minat menggunakan aplikasi LinkAja
7. Membuktikan pengaruh motivasi hedonis (*hedonic motivation*) terhadap minat menggunakan aplikasi LinkAja
8. Membuktikan pengaruh motivasi hedonis yang di moderasi oleh umur (*hedonic motivation moderate by age*) terhadap minat menggunakan aplikasi LinkAja
9. Membuktikan pengaruh motivasi hedonis yang di moderasi oleh jenis kelamin (*hedonic motivation moderate by gender*) terhadap minat menggunakan aplikasi LinkAja
10. Membuktikan pengaruh nilai harga (*price value*) terhadap minat menggunakan aplikasi LinkAja

11. Membuktikan pengaruh kebiasaan (*habit*) terhadap minat menggunakan aplikasi LinkAja
12. Membuktikan pengaruh kebiasaan yang di moderasi oleh umur (*habit moderate by age*) terhadap minat menggunakan aplikasi LinkAja
13. Membuktikan pengaruh kebiasaan yang di moderasi oleh jenis kelamin (*habit moderate by gender*) terhadap minat menggunakan aplikasi LinkAja
14. Membuktikan pengaruh persepsi keamanan (*perceived technology security*) terhadap minat menggunakan aplikasi LinkAja

1.4 MANFAAT PENELITIAN

Berdasarkan ulasan di atas, manfaat dari penelitian ini adalah:

1. Aspek Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memperkaya pengetahuan tentang faktor-faktor yang memengaruhi minat menggunakan aplikasi LinkAja. Selain itu, penelitian ini juga menjadi perbandingan dengan penelitian yang sejenis.

2. Aspek Praktis

Bagi perusahaan, penelitian ini diharapkan sebagai bahan referensi untuk menguasai perilaku konsumen dalam upaya meningkatkan minat menggunakan aplikasi LinkAja.

1.5 SISTEMATIKA PENULISAN

Sistematika yang digunakan penulis dalam skripsi ini terdiri pendahuluan, kajian pustaka, metode penelitian, hasil dan pembahasan, serta kesimpulan dan saran.

BAB I PENDAHULUAN

Bab I berisikan latar belakang dari penelitian, rumusan masalah yang ada pada penelitian, tujuan penelitian, manfaat dari penelitian, dan sistematika penelitian.

BAB II KAJIAN PUSTAKA

Bab II dijelaskan teori berdasarkan permasalahan yang akan diteliti, penelitian-penelitian terdahulu, hipotesis penelitian, dan gambaran kerangka penelitian.

BAB III METODE PENELITIAN

Bab III dijelaskan bagaimana metode penelitian dilakukan. Metode penelitian terdiri dari populasi penelitian, sampel penelitian, variabel yang digunakan, uji instrument dan metode analisis data yang digunakan.

BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

Bab IV dijelaskan dan diuraikannya semua hasil analisis data dan pembahasan dari metode penelitian yang telah dilakukan.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Bab V disajikan kesimpulan penelitian yang telah dilakukan, keterbatasan yang dialami dalam penelitian, implikasi dari penelitian, dan saran yang diberikan oleh peneliti untuk berbagai pihak.

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

2.1 LANDASAN TEORI

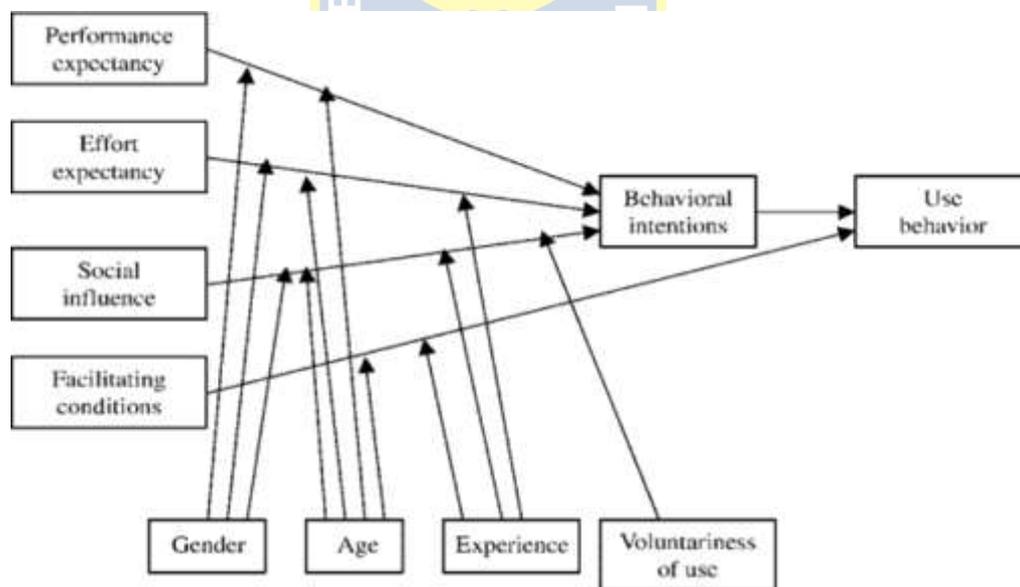
Bermacam-macam model penelitian telah dilakukan untuk menjelaskan faktor-faktor apa saja yang memengaruhi minat dan penggunaan suatu sistem teknologi. Salah satu yang terkini yakni model *Unified Theory of Acceptance and Use of Technology* (UTAUT). UTAUT merupakan model penerimaan serta pemakaian teknologi yang menyatukan fitur-fitur terbaik dari delapan teori penerimaan teknologi lainnya. UTAUT dikembangkan oleh Venkatesh et al., (2003). Model UTAUT dipengaruhi langsung oleh empat konstruk utama yaitu ekspektasi kinerja (*performace expectancy*), ekspektasi usaha (*effort expectancy*), pengaruh social (*social influence*) dan fasilitas pendukung (*facilitating conditions*) *Unified Theory of Acceptance and Use of Technology* (UTAUT).

Venkatesh et al., (2003) melakukan penelitian dengan mempelajari dan mengidentifikasi persamaan dan perbedaan dari 8 teori antara lain:

1. Technology Acceptance Model (TAM)
2. Theory of Planned Behavior (TPB)
3. Combined TAM and TPB (C-TAM-TPB)
4. Theory of Reasoned Action (TRA)
5. Social Cognitive Theory (SCT)
6. Model of Utilization (MPCU) 18
7. Motivation Model (MM)
8. Innovation Diffusion Theory (IDT)

Setelah mengetahui persamaan secara konseptual dan empiris dari dealapan teori penelitian tersebut, maka diformulasikanlah sebuah model baru *Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT)*. Atas dasar berbagai persamaan dan untuk mengetahui mengetahui reaksi pengguna, minat dan pengaruhnya terhadap penggunaan sistem informasi secara aktual, maka formulasi UTAUT terdiri dari 4 konstruk yaitu ekspektasi kinerja (*performance expectancy*), ekspektasi usaha (*effort expectancy*), pengaruh social (*social influence*) serta fasilitas pendukung (*facilitating conditions*)

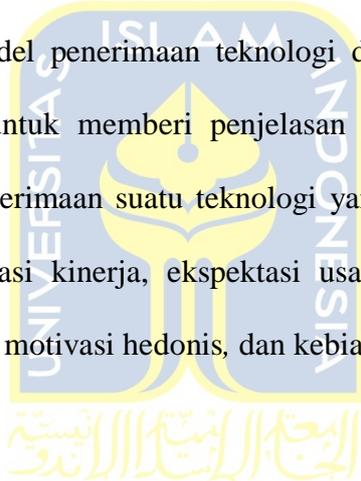
Gambar 2.1
Kerangka Model UTAUT
Unified Theory of Acceptance and Use of Technology



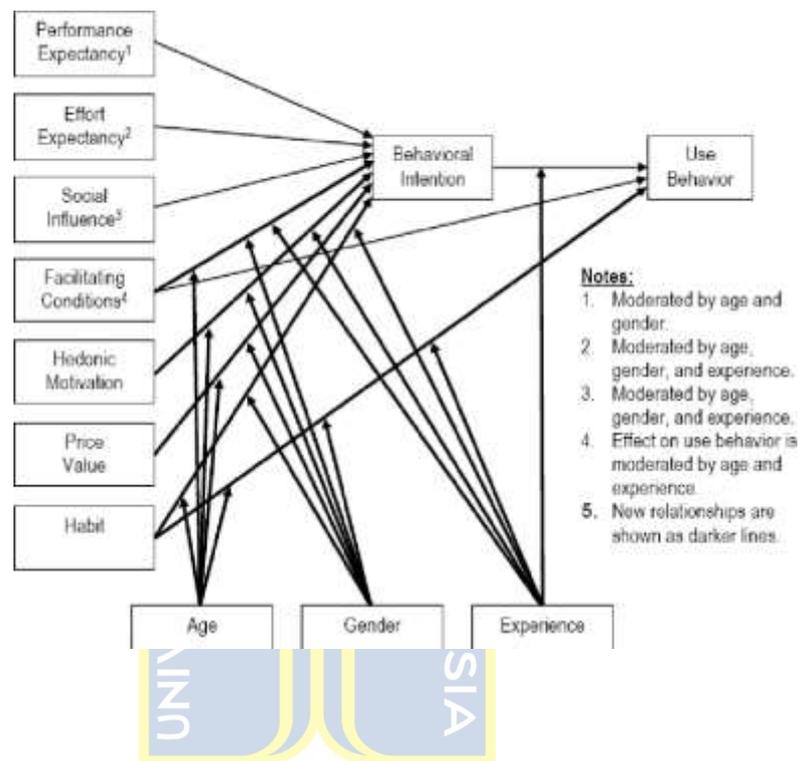
Di dalam penelitian ini menggunakan kerangka model UTAUT2 melihat perkembangan teknologi yang semakin pesat menjadikan salah satu alasan diperlukannya pengembangan baru dari model UTAUT. Hasil dari pengembangan

model UTAUT ini bisa disebut dengan model UTAUT2. Model *Unified Theory of Acceptance and Use of Technology 2* (UTAUT2) ini dengan menambahkan 3 variabel yaitu motivasi hedonis, nilai harga, dan kebiasaan. Tujuan dari model UTAUT2 adalah mengidentifikasi tiga konstruk penting dari penelitian penerimaan dan penggunaan teknologi baik untuk umum maupun konsumen, merubah beberapa hubungan yang sudah ada pada konsep model UTAUT, dan mengenalkan hubungan baru (Venkatesh et al., 2012)

Unified Theory of Acceptance and Use of Technology 2 (UTAUT 2) merupakan sebuah model penerimaan teknologi dari Venkatesh et al., (2012). UTAUT2 digunakan untuk memberi penjelasan bagaimana niat dan perilaku pengguna terhadap penerimaan suatu teknologi yang dipengaruhi oleh beberapa faktor, seperti ekspektasi kinerja, ekspektasi usaha, pengaruh sosial, fasilitas pendukung, nilai harga, motivasi hedonis, dan kebiasaan.



Gambar 2.2
Kerangka Model UTAUT 2
Unified Theory of Acceptance and Use of Technology



2.2 PENELITIAN TERDAHULU

Oliveira et al., (2016) melakukan penelitian yang berjudul *Mobile Payment: Understanding the Determinants of Customer Adoption and Intention to Recommend the Technology* dengan model UTAUT2 tentang minat penggunaan serta minat merekomendasikan sebuah aplikasi. Penelitian ini dilakukan di negara Portugal. Variabel yang digunakan adalah ekspektasi usaha, ekspektasi kinerja, nilai harga, motivasi hedonis, fasilitas pendukung, pengaruh social, serta menambahkan kecocokan, inovasi dan yang terakhir yaitu persepsi keamanan teknologi. Dari 9 variabel yang diujikan terhadap minat penggunaan, variabel

pengaruh sosial, kecocokan, inovasi, ekspektasi kinerja dan persepsi keamanan teknologi dinilai dapat memengaruhi minat penggunaan aplikasi tersebut. Disamping itu, nilai harga, motivasi hedonis, ekspektasi usaha, dan fasilitas pendukung tidak terbukti mempunyai pengaruh terhadap minat menggunakan aplikasi tersebut.

Alalwan et al., (2017) melakukan penelitian dengan judul *Factors Influencing Adoption of Mobile Banking by Jordanian Bank Customers: Extending UTAUT2 with Trust* yakni tentang penerimaan teknologi *mobile-banking* dengan mengambil responden dari pelanggan berbagai macam bank di negara Jordan. Penelitian ini menggunakan 7 konstruk yaitu ekspektasi kinerja, pengaruh social, ekspektasi usaha, fasilitas pendukung, nilai harga, dan motivasi hedonis, serta menambah konstruk kepercayaan pelanggan. Dari penelitian tersebut mendapatkan hasil bahwa fasilitas pendukung, ekspektasi kinerja, motivasi hedonis, ekspektasi usaha, nilai harga, dan kepercayaan pelanggan memiliki pengaruh terhadap minat penggunaan pada aplikasi tersebut. Sedangkan sebaliknya, pengaruh social tidak memiliki pengaruh terhadap minat penggunaan aplikasi tersebut.

Khalilzadeh et al., (2017) juga melakukan penelitian dengan judul *Security Related Factors in Extended UTAUT Model for NFC Based Mobile Payment in the Restaurant Industry* ini merupakan penelitian terhadap minat penggunaan aplikasi *mobile payment* pada individu yang memiliki *smartphone* dan makan di restoran secara rutin. Penelitian ini dilakukan di Amerika. Konstruk yang

digunakan pada penelitian tersebut adalah fasilitas pendukung, ekspektasi usaha, ekspektasi kinerja, pengaruh social, motivasi hedonis dan menambahkan efikasi diri, sikap, dan keamanan. Hasil dari penelitian ini menyebutkan bahwa pengaruh sosial, motivasi hedonis, ekspektasi kinerja, dan keamanan berpengaruh terhadap minat penggunaan aplikasi tersebut. Sedangkan dalam penelitian ini konstruk kepercayaan dan fasilitas pendukung dinilai tidak berpengaruh terhadap minat penggunaan.

Pertiwi dan Ariyanto (2017) dengan judul penelitian Penerapan Model UTAUT2 Untuk Menjelaskan Minat Dan Perilaku Penggunaan *Mobile Banking* Di Kota Denpasar melalui penerapan model *Unified Theory of Acceptance and Use of Technology 2* (UTAUT2). Penelitian dengan metode sampling di Denpasar. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah ekspektasi kinerja, ekspektasi usaha, pengaruh sosial, fasilitas pendukung, motivasi hedonis, nilai harga dan kebiasaan. Temuan kajian menjelaskan bahwa ekspektasi kinerja berpengaruh positif pada minat penggunaan *mobile banking*, kemudian kebiasaan dan minat penggunaan berpengaruh positif pada perilaku penggunaan *mobile banking*. Ekspektasi kinerja, faktor sosial budaya, motivasi hedonis, dan nilai harga tidak berpengaruh pada minat penggunaan *mobile banking*, serta kondisi yang memfasilitasi tidak berpengaruh pada perilaku penggunaan *mobile banking*.

Dzulhaida dan Giri (2017) melakukan penelitian dengan judul Analisis Minat Masyarakat Terhadap Penggunaan Layanan E-Money Di Indonesia Dengan Menggunakan Model Modifikasi *Unified Theory of Acceptance and Use*

Technology 2 (UTAUT 2). Tujuan penelitian ini untuk mengetahui faktor yang memengaruhi minat masyarakat dalam menggunakan layanan *e-money* di Indonesia dengan modifikasi *Unified Theory of Acceptance and Use of Technology 2 (UTAUT 2)*. Variabel yang digunakan *performance expectancy*, *effort expectancy*, *social influence*, *behavioral intention*, *perceived risk*, *perceived trust*. Responden dalam penelitian ini sebanyak 277 yang berasal dari Bandung, Surabaya, Jakarta, Medan, dan Makassar. Hasil penelitian membuktikan bahwa variabel *Perceived Trust* (kepercayaan) yang dirasakan merupakan faktor utama yang dapat memengaruhi minat masyarakat menggunakan layanan *e-money*.

Rahmatanto dan Ramantoko (2018) melakukan penelitian dengan judul Faktor Demografi Yang Memengaruhi Minat Nasabah PT. Bank Rakyat Indonesia Menggunakan Layanan BRI Mobile yang dilakukan untuk mengetahui faktor utama yang memengaruhi nasabah BRI menggunakan mobile banking (BRI mobile). Penelitian yang dilakukan di DKI Jakarta dengan menyebarkan kuesioner, dan menggunakan model *Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT)* yang diolah menggunakan teknik analisis *Structural Equation Modelling (SEM)* aplikasi AMOS. Dari penelitian ini mendapatkan hasil bahwa penelitian ini mengungkapkan *performance expectancy*, *effort expectancy* dan *social influence* berpengaruh positif terhadap *behavior intention* dan *facilitating conditions* berpengaruh positif terhadap *use behavior*.

Penelitian dilakukan oleh Baabdullah et al., (2019) dengan judul *Consumer use of mobile banking (M-Banking) in Saudi Arabia: Towards an*

integrated model yakni penelitian yang bertujuan untuk menguji faktor-faktor utama yang dapat memprediksi penggunaan mobile banking serta bagaimana menggunakan system itu dapat berkontribusi pada kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan di mana model dari penelitian ini menggunakan dua model SAM dan UTAUT2. Penelitian ini dilakukan di Saudi Arabia pada tahun 2019. Metode penelitian yang dilakukan yakni dengan survey kuesioner untuk mengumpulkan data yakni dilakukan oleh nasabah Bank Saudi. Dan hasil dari penelitian ini melihat dari banyak faktor dan ditemukan dampak signifikan pada perilaku penggunaan actual.

Fahmi dan Evanita (2019) melakukan penelitian yang berjudul Pengaruh Iklan dan *Perceived Security* terhadap Minat Transaksi Pembayaran Berbasis *e-Payment* dengan Sikap sebagai Variabel Intervening pada Masyarakat di Kota Padang dengan tujuan untuk menentukan pengaruh iklan dan keamanan yang dirasakan terhadap sistem *e-payment* dengan sikap sebagai variabel intervensi pada masyarakat di Padang. Sampel dalam penelitian ini adalah 120 responden yang sudah bekerja andlives di Padang dan berusia antara 18 hingga 50 tahun. Hasil dari ini penelitian adalah: (1) Iklan dan Keamanan yang dirasakan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Sikap menggunakan sistem *e-payment* pada BUMN di Kota Padang. (2) Periklanan dan Keamanan yang dirasakan belum menimbulkan dan berpengaruh signifikan terhadap niat untuk menggunakan *e-payment* sistem pada Kota So di Kota Padang. (3) Sikap berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat menggunakan sistem *e-payment* pada masyarakat di Kota Padang.

Haris et al., (2019) melakukan penelitian dengan judul Penerapan model UTAUT2 Untuk Mengevaluasi Aplikasi Ruang Guru. Penelitian ini bertujuan mengevaluasi Aplikasi Ruang Guru menggunakan model *Unified Theory of Acceptance and Use of Technology 2* (UTAUT2). Data yang didapatkan dengan menyebarkan kuesioner kepada 100 siswa dan siswi SMP maupun SMA di Kota Samarinda. Berdasarkan hasil penelitian diperoleh variabel yang memengaruhi yaitu ekspektasi kinerja, ekspektasi usaha, faktor sosial, fasilitas pendukung, motivasi hedonis, nilai harga, kebiasaan, dan fasilitas pendukung dimoderasi oleh umur.

Putri dan Suardikha (2019) melakukan penelitian dengan judul Penerapan Model UTAUT 2 Untuk Menjelaskan Niat Dan Perilaku Penggunaan *E-Money* di Kota Denpasar yang bertujuan untuk mengetahui faktor yang memengaruhi niat dan perilaku penggunaan *e-money*. Penelitian ini dilakukan di Denpasar dengan melakukan penyebaran kuesioner secara online, variabel yang digunakan yakni ekspektasi kinerja, ekspektasi usaha, pengaruh sosial, fasilitas pendukung, motivasi hedonis, nilai harga dan kebiasaan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa niat penggunaan *e-money* dipengaruhi oleh kebiasaan, fasilitas pendukung, motivasi hedonis, dan nilai harga, sedangkan ekspektasi kinerja, ekspektasi usaha, dan faktor sosial budaya, tidak berpengaruh.

Andrianto (2020) melakukan penelitian dengan judul Faktor Yang Memengaruhi *Behavior Intention* Untuk Penggunaan Aplikasi Dompet Digital Menggunakan Model UTAUT2. Penelitian ini bertujuan menganalisis faktor-

faktor yang memengaruhi niat penggunaan aplikasi LinkAja dengan menggunakan model UTAUT 2. Responden penelitian ini pengguna LinkAja yang berdomisili di Jakarta. Variabel independen yang diteliti adalah *Performance Expectancy*, *Social Influence*, *Effort Expectancy*, *Hedonic Motivation*, *Price Value*, dan *Habit* terhadap *Behavior Intention* dengan analisis PLS-SEM. Penelitian ini menunjukkan bahwa hanya variabel *Price Value* yang berpengaruh positif terhadap *Behavior Intention* sedangkan untuk variabel yang lain tidak berpengaruh terhadap *Behavior Intention*.

Bashir (2020) melakukan penelitian yang berjudul Penerapan Model UTAUT 2 Untuk Mengetahui Faktor-Faktor yang Memengaruhi Penggunaan SIORTU yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh faktor-faktor penggunaan SIORTU terhadap minat penggunaan SIORTU serta untuk mengetahui bagaimana hubungan hasil penelitian dengan hasil penelitian yang dikembangkan. Penelitian ini menggunakan variabel *performance expectancy*, *effort expectancy*, *social influence*, *facilitating conditions*, dan *habit*. Hasil penelitian yang dilakukan membuktikan bahwa semua variabel independen berpengaruh positif terhadap *behavioral intention* dan *usage behavioral* melalui minat penggunaannya.

Prasetya dan Purnamawati (2020) melakukan penelitian dengan judul penelitian Pengaruh Nilai Harga, Motivasi Hedonis, Kebiasaan dan Daya Tarik Promo terhadap Minat Menggunakan *Mobile Payment* OVO yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh antara variabel daya tarik promo, motivasi hedonis, kebiasaan, dan nilai harga terhadap minat mahasiswa dalam penggunaan aplikasi

Mobile payment OVO. Responden penelitian ini seluruh mahasiswa akuntansi secara yang sedang menempuh semester 7 dengan metode *purposive sampling* dan diperoleh 134 responden. Dan hasil yang diperoleh dalam penelitian menunjukkan bahwa nilai harga memiliki pengaruh positif signifikan terhadap minat mahasiswa menggunakan aplikasi *mobile payment* OVO, motivasi hedonis memiliki pengaruh positif signifikan terhadap minat mahasiswa dalam menggunakan aplikasi *mobile payment* OVO, kebiasaan memiliki pengaruh positif signifikan terhadap minat mahasiswa menggunakan aplikasi *mobile payment* OVO, dan daya tarik promo memiliki pengaruh positif signifikan terhadap minat menggunakan aplikasi *mobile payment* OVO.

Oktafani dan Sisilia (2020) melakukan penelitian yang berjudul Analisis Penerapan Model *Unified Theory of Acceptance and Use of Technology*² (UTAUT²) Pada Adopsi Penggunaan Dompot Digital OVO Dayeuh Kolot Bandung yang bertujuan untuk mengetahui faktor yang memengaruhi penerimaan dan minat menggunakan OVO dengan menggunakan model UTAUT². Objek penelitian *generasi Z* dengan 100 sampel. Variabel penelitian *performance expectancy*, *social influence*, *hedonic motivation*, *effort expectancy*, *habit*, *facilitating conditions*, dan *price value*. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *facilitating condition*, *social influence*, *price value* dan *hedonic motivation* memiliki pengaruh signifikan terhadap *behavior intention*. Sedangkan *performance expectancy*, *effort expectancy* dan *habit* tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap *behavior intention*. Sementara itu *facilitating condition*,

habit dan *behavior intention* terbukti secara langsung berpengaruh positif dan signifikan terhadap *use behavior*.

Shafly (2020) melakukan penelitian yang berjudul Penerapan Model Utaut2 Untuk Menjelaskan *Behavioral Intention* Dan *Use Behavior* Penggunaan *Mobile Banking* Di Kota Malang yang bertujuan untuk mengetahui penerimaan dan penggunaan *mobile banking* di Malang menggunakan model UTAUT2. Penelitian dilakukan dengan menyebarkan kuesioner dan mendapatkan 150 responden, variabel yang digunakan *performance expectancy*, *effort expectancy*, *social influence*, *facilitating conditions*, *hedonic motivation* dan *habit*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *effort expectancy*, *hedonic motivation*, *performance expectancy*, *social influence*, dan *price value* memiliki pengaruh signifikan terhadap *behavioral intention*, sedangkan *habit*, *facilitating condition* dan *behavioral intention* memiliki pengaruh signifikan terhadap *use behavior*.

Tresnawan et al. (2020) melakukan penelitian yang berjudul Analisa Penerimaan Dan Penggunaan Sistem Informasi Desa (SID) Dengan Model Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT). Penelitian dilakukan dengan menyebarkan kuesioner secara online pengguna SID dan mendapatkan sampel sebanyak 56 orang. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Ekspektasi kinerja sebesar 59% berpengaruh positif terhadap minat pemanfaatan, ekspektasi usaha sebesar 49,5% berpengaruh positif terhadap minat pemanfaatan dan pengaruh sosial tidak berpengaruh positif terhadap minat pemanfaatan. Fasilitas pendukung sebesar 29,2% memiliki pengaruh positif terhadap perilaku

penggunaan dan minat pemanfaatan memiliki pengaruh positif terhadap perilaku penggunaan sebesar 32,3%. Variabel moderasi umur dan jenis kelamin tidak memperkuat ekspektasi kinerja terhadap minat pemanfaatan. Variabel moderasi umur, jenis kelamin dan pengalaman tidak memperkuat ekspektasi usaha terhadap minat pemanfaatan. Variabel moderasi umur, jenis kelamin, pengalaman dan kesukarelaan pengguna tidak memperkuat antara pengaruh sosial terhadap minat pemanfaatan. Variabel moderasi umur dan pengalaman tidak memperkuat fasilitas pendukung dengan perilaku penggunaan.

Sutanto et al. (2018) melakukan penelitian yang berjudul Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Penerimaan Dan Penggunaan Sistem Informasi Pengelolaan Keuangan Daerah (SIPKD) Dalam Perspektif *Unified Theory of Acceptance and Use of Technology 2 (Utaut 2)* Di Kabupaten Semarang. Tujuan penelitian yakni memperoleh dan menganalisis bukti empiris dari faktor yang memengaruhi penerimaan pengguna akhir SIPKD di Semarang. Sampel yang digunakan sebanyak 207 responden. Penelitian membuktikan bahwa kebiasaan dan motivasi hedonis memengaruhi niat berperilaku menggunakan SIPKD. Fasilitas pendukung, kebiasaan, dan niat perilaku berpengaruh pada perilaku penggunaan, dan niat menggunakan. Hasil uji variabel moderasi jenis kelamin, umur, dan pengalaman tidak ada pengaruh yang moderat terhadap niat dan penggunaan perilaku.

Aljabbaru & Sari, (2020) melakukan penelitian dengan tujuan untuk mengetahui faktor-faktor yang memengaruhi penggunaan mobile payment

LinkAja dengan menggunakan model *Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT)* dengan variabel *effort expectancy*, *facilitating condition*, *social influence*, *performance expectancy* terhadap *behavioral intention* dan *use behavior*. Dan menambahkan variabel *perceived cost*. Dengan menggunakan 100 sampel didapatkan bahwa *social influence*, *perceived cost*, *performance expectancy* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *behavioral intention*, *behavioral intention* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *use behavior*, *Effort expectancy* berpengaruh negatif dan signifikan terhadap *behavioral intention*, sedangkan *facilitating condition* berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap *use behavior* pada penggunaan *mobile payment*.

2.3 HIPOTESIS PENELITIAN

2.3.1 Pengaruh Ekspektasi Kinerja (*Performance Expectancy*)

Dalam melakukan pekerjaan, manusia pasti ingin dapat menyelesaikan pekerjaannya dengan baik, maka manusia membutuhkan alat yang bisa membantu dan dapat mempermudah mereka menyelesaikan pekerjaannya. *Performance expectancy* merupakan tingkat keyakinan seseorang kepada sebuah sistem bahwa sistem tersebut dapat memberikan manfaat dalam pekerjaannya (Venkatesh et al., 2003). Semakin tinggi ekspektasi manfaat dompet LinkAja maka minat untuk menggunakan akan semakin tinggi. Rahmatanto dan Ramantoko (2018) juga menemukan penelitian bahwa ekspektasi kinerja (*performace expectancy*) berpengaruh terhadap minat menggunakan BRI *mobile*. Jadi dapat diajukan hipotesis sebagai berikut:

H1: Ekspektasi Kinerja (*Performance Expectancy*) berpengaruh positif terhadap Minat Menggunakan aplikasi LinkAja

2.3.2 Pengaruh Ekspektasi Usaha (*Effort Expectancy*)

Venkatesh et al., (2003) mengatakan bahwa tingkat kemudahan penggunaan suatu sistem mendukung suatu pekerjaan berpengaruh besar terhadap minat penggunaan sebuah sistem. Dengan LinkAja yang mudah untuk digunakan maka pengguna tidak akan kesulitan sehingga dapat meningkatkan minat untuk menggunakan sistem tersebut. Pada penelitian yang dilakukan di Jordan, *effort expectancy* memiliki pengaruh yang secara signifikan dapat memengaruhi minat dalam menggunakan sebuah teknologi (Alalwan et al., 2017). Selain itu, Pertiwi dan Ariyanto (2017) membuktikan bahwa ekspektasi usaha juga memengaruhi minat menggunakan *mobile banking*. Jadi dapat diajukan hipotesis sebagai berikut:

H2: Ekspektasi Usaha (*Effort Expectancy*) berpengaruh positif terhadap Minat Menggunakan aplikasi LinkAja

2.3.3 Pengaruh Pengaruh Sosial (*Social Influence*)

Venkatesh et al., (2003) mengatakan bahwa dalam penerimaan sistem informasi dapat menemukan bahwa *social influence* berpengaruh terhadap *behavioral use*. Menggunakan suatu sistem bisa berawal dari teman bahkan keluarga terdekat yang menggunakan terlebih dahulu sehingga orang lain dapat terpengaruh lalu dapat mendorong minat seseorang dalam menggunakan aplikasi LinkAja. Rahmatanto dan Ramantoko (2018) juga menemukan penelitian bahwa

pengaruh sosial (*social influence*) berpengaruh terhadap minat menggunakan sistem. Haris et al., (2019) dalam penelitiannya juga menunjukkan bahwa Pengaruh Sosial (*Social Influence*) berpengaruh terhadap minat menggunakan aplikasi Ruang Guru. Jadi dapat diajukan hipotesis sebagai berikut:

H3: Faktor Sosial (*Social Influence*) berpengaruh positif terhadap Minat Menggunakan Aplikasi LinkAja

2.3.4 Pengaruh Fasilitas Pendukung (*Facilitating Condition*)

Pengguna harus memastikan bahwa perusahaan penyedia layanan teknologi yang akan digunakan dapat memfasilitasi berbagai hal dalam penggunaan teknologi tersebut. *Facilitating Conditions* termasuk keyakinan seseorang terhadap fasilitas yang ada di lingkungannya misalnya *handphone* dan jaringan yang memadai. Dengan adanya aplikasi LinkAja tentu seseorang sudah mempunyai fasilitas yang mendukungnya, jadi bisa meningkatkan minat seseorang dalam menggunakan sistem atau aplikasi ini. Sehingga, ketika timbul masalah saat penggunaan teknologi, penyedia layanan dapat mengatasi masalah tersebut dengan baik. Faktor *facilitating conditions* menjadi hal yang dinilai cukup penting dalam memengaruhi minat penggunaan suatu teknologi fasilitas pendukung tersebut dimoderasi oleh usia dan jenis kelamin. Seseorang yang memiliki usia lebih tua kemungkinan menghadapi lebih banyak kesulitan dalam memproses informasi baru. Kesulitan ini dapat dikarenakan dengan kemampuan yang berhubungan dengan proses penuaan. Oleh karena itu, konsumen yang usianya lebih tua cenderung lebih mementingkan ketersediaan fasilitas pendukung

yang memadai dibandingkan dengan yang usianya lebih muda. Dan seseorang dari remaja ke dewasa seiring bertambah usianya, maka peran jenis kelamin akan lebih signifikan. Wanita yang usianya lebih tua juga akan lebih bergantung kepada fasilitas pendukung sedangkan laki-laki lebih mampu dalam mengatasi kendala dan kesulitan dalam sistem tersebut secara mandiri. Menurut penelitian Alalwan et al., (2017) membuktikan bahwa *facilitating condition* berpengaruh terhadap minat menggunakan suatu teknologi yakni *mobile banking*. Jadi dapat diajukan hipotesis sebagai berikut:

H4: Fasilitas Pendukung (*Facilitating Conditions*) berpengaruh positif terhadap Minat Menggunakan aplikasi LinkAja

H4 (a): Fasilitas Pendukung yang di moderasi oleh umur (*Facilitating Conditions moderated by age*) mempunyai pengaruh positif terhadap Minat Menggunakan aplikasi LinkAja

H4 (b): Fasilitas Pendukung yang di moderasi oleh jenis kelamin (*Facilitating Conditions moderated by gender*) mempunyai pengaruh positif terhadap Minat Menggunakan aplikasi LinkAja

2.3.5 Pengaruh Motivasi Hedonis (*Hedonic Motivation*)

Dalam menggunakan sebuah teknologi yang penting bagi pengguna adalah keunggulan dari sebuah fitur yang ada pada suatu teknologi yang akan memunculkan rasa kepuasan dalam diri pengguna. Kepuasan dan kebahagiaan yang muncul ketika menggunakan teknologi tersebut tentu meningkatkan preferensi pelanggan untuk terus menerus menggunakan sistem. Semakin tinggi

motivasi hedonis yang dimiliki seseorang maka semakin tinggi pula minat menggunakan aplikasi LinkAja. Seseorang tidak hanya peduli terhadap kinerja tetapi juga peduli terhadap perasaan yang bisa didapat dari penggunaan suatu sistem (Venkatesh et al., 2012) dan motivasi hedonis ditemukan bahwa inilah faktor terkuat kedua yang dapat memengaruhi niat perilaku terhadap sistem. Dengan aplikasi LinkAja seseorang dapat merasa puas ketika menggunakan aplikasi tersebut sehingga dapat mendorong minat untuk menggunakannya. Pengaruh motivasi hedonis terhadap niat perilaku dimoderasi oleh jenis kelamin (*gender*) dan usia (*age*). Moderasi ini dilakukan karena adanya perbedaan seseorang dalam berinovasi, pencarian hal-hal baru, dan persepsi hal yang baru ketika menggunakan suatu sistem. Saat awal menggunakan teknologi seorang laki-laki yang berusia muda akan menunjukkan kecenderungan yang lebih besar untuk mencari hal yang baru. Penelitian yang dilakukan oleh Khalilzadeh et al., (2017) membuktikan bahwa *hedonic motivations* berpengaruh terhadap minat penggunaan suatu teknologi. Selain itu, Haris et al. (2019) juga telah membuktikan bahwa *hedonic motivations* juga berpengaruh positif terhadap minat menggunakan aplikasi Ruang Guru. Jadi dapat diajukan hipotesis sebagai berikut:

H5: Motivasi Hedonis (*Hedonic Motivations*) berpengaruh positif terhadap Minat Menggunakan Aplikasi LinkAja

H5 (a): Motivasi Hedonis yang di moderasi oleh umur (*Hedonic Motivations moderated by age*) berpengaruh positif terhadap Minat Menggunakan Aplikasi LinkAja

H5 (b): Motivasi Hedonis yang di moderasi oleh jenis kelamin (*Hedonic Motivations moderated by gender*) berpengaruh positif terhadap Minat Menggunakan Aplikasi LinkAja

2.3.6 Pengaruh Nilai Harga (*Price Value*)

Ketika ingin mendapatkan sesuatu, tentu terdapat pengorbanan yang harus dilakukan. Selain *value* dari teknologi tersebut, *value* dari pengorbanan atau biaya yang dikeluarkan juga harus dipertimbangkan. Seseorang harus dapat menilai apakah teknologi yang digunakan dapat memberikan suatu manfaat yang lebih besar atas biaya yang digunakan untuk menggunakannya. Ketika seseorang sudah memiliki nilai harga (*price value*) tersendiri pada suatu teknologi ataupun sistem, maka seseorang tidak akan ragu lagi untuk menggunakannya. Dengan menggunakan aplikasi LinkAja pengguna antara lain dapat membeli pulsa/data maupun token listrik mendapatkan harga yang lebih murah dibandingkan pembelian yang dilakukan secara langsung ini tentu akan lebih mendorong minat seseorang dalam menggunakan aplikasi tersebut. Penelitian yang dilakukan oleh Haris et al., (2019) menyatakan bahwa *price value* (nilai harga) dimoderasi oleh umur berpengaruh positif terhadap minat menggunakan. Selain itu, penelitian yang dilakukan oleh Prasetya dan Purnamawati (2020) juga menyatakan bahwa *price value* berpengaruh positif terhadap minat menggunakan OVO. Jadi dapat diajukan hipotesis sebagai berikut:

H6: Nilai Harga (*Price Value*) berpengaruh positif terhadap Minat menggunakan aplikasi LinkAja

2.3.7 Pengaruh Kebiasaan (*Habit*)

Kebiasaan bisa diartikan melakukan sesuatu dengan terus-menerus. Ini merupakan gambaran bagaimana seseorang menggunakan suatu sistem dalam kesehariannya. Semakin sering seseorang bertransaksi melalui aplikasi LinkAja maka semakin mendorong minat menggunakan aplikasi LinkAja. Umur dan jenis kelamin juga mengindikasikan adanya perbedaan ketika mengolah suatu informasi yang dapat memengaruhi kebiasaan seseorang dalam berperilaku. Seseorang yang memiliki usia lebih muda cenderung ingin mengolah informasi secara mandiri sehingga mereka akan terbiasa. Selain itu, jenis kelamin juga memoderasi efek kebiasaan. Penelitian telah membuktikan bahwa perempuan cenderung lebih mencermati hal yang detail daripada yang berjenis kelamin laki-laki. Venkatesh dkk. (2012) mengemukakan bahwa kebiasaan memiliki efek yang kuat pada laki-laki yang usianya lebih tua. Penelitian Pertiwi dan Ariyanto (2017) menjelaskan minat dan perilaku penggunaan *mobile banking* yang menjelaskan bahwa kebiasaan berpengaruh positif pada perilaku penggunaan *mobile banking*. Sehingga dapat diajukan hipotesis sebagai berikut:

H7: Kebiasaan (*Habit*) berpengaruh positif terhadap Minat Menggunakan Aplikasi LinkAja

H7 (a): Kebiasaan yang di moderasi oleh umur (*Habit moderated by age*) berpengaruh positif terhadap Minat Menggunakan Aplikasi LinkAja

H7 (b): Kebiasaan yang di moderasi oleh jenis kelamin (*Habit moderated by gender*) berpengaruh positif terhadap Minat Menggunakan Aplikasi LinkAja

2.3.8 Persepsi Keamanan Teknologi (*Perceived Security Technology*)

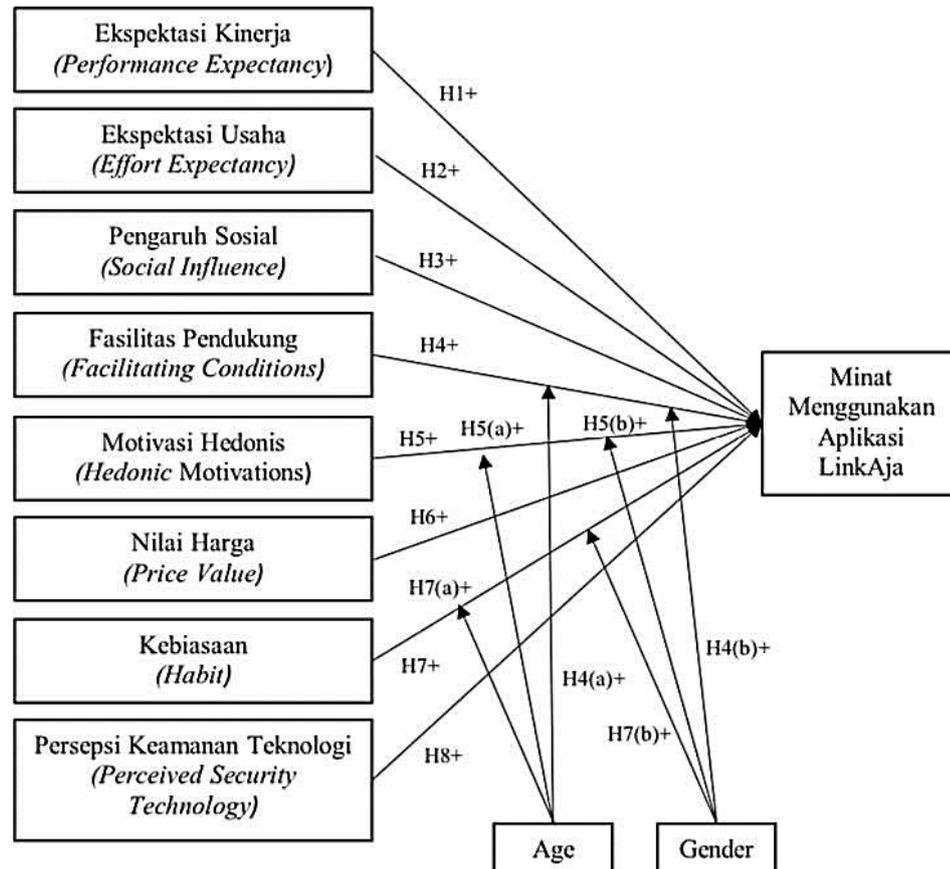
Ketika melakukan transaksi secara online, tentu pengguna ingin mendapatkan rasa aman dari penyedia layanan tersebut, keamanan dari teknologi dinilai sangat penting sebagai predictor untuk menentukan minat penggunaan. Ketika sudah muncul rasa aman tersebut tumbuh dalam diri pengguna aplikasi LinkAja, maka timbul kepercayaan sebagai alasan menggunakan sistem tersebut sehingga mendorong minat menggunakan. Penelitian Oliveira et al., (2016) telah membuktikan bahwa *perceived technology security* memengaruhi minat penggunaan secara signifikan. Selain itu, Fahmi dan Evanita (2019) juga membuktikan bahwa Keamanan yang dirasakan memiliki pengaruh positif dalam menggunakan suatu sistem e-payment. Jadi dapat diajukan hipotesis sebagai berikut:

H8: Persepsi Keamanan (*Perceived Security Technology*) berpengaruh positif terhadap Minat Menggunakan Aplikasi LinkAja

2.4 KERANGKA PENELITIAN

Berdasarkan semua hipotesis yang telah dibuat, peneliti memodifikasi kerangka penelitian dari Venkatesh et al., (2012) serta menambahkan satu variabel Persepsi Keamanan Teknologi (*Perceived Technology Security*) karena dirasa faktor ini sangat penting dalam menggunakan sebuah sistem. Sehingga peneliti membuat kerangka dalam penelitian sebagai berikut:

Gambar 2.3
Kerangka Penelitian



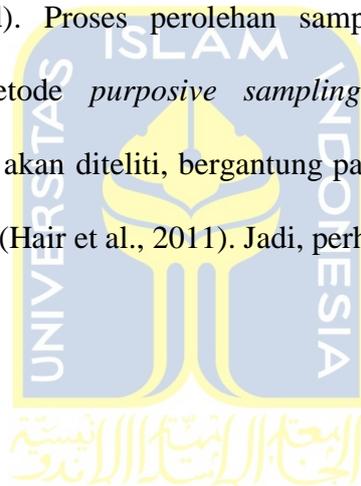
BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 POPULASI DAN SAMPEL

Populasi penelitian skripsi ini penulis melakukan penelitian di Daerah Istimewa Yogyakarta, karena Pemerintah Kota Yogyakarta sendiri telah berkolaborasi bersama LinkAja untuk mendorong masyarakat menggunakan aplikasi LinkAja agar terciptanya ekosistem *cashless* di masyarakat (www.economiczone.id). Proses perolehan sampel untuk mewakili populasi dilakukan dengan metode *purposive sampling*. Dalam menentukan batas minimum sampel yang akan diteliti, bergantung pada banyaknya indikator dalam penelitian dikalikan 10 (Hair et al., 2011). Jadi, perhitungannya sebagai berikut:

$$\begin{aligned}
 N &= \text{indikator} \times 10 \\
 &= 8 \times 10 \\
 &= 80 \text{ sampel}
 \end{aligned}$$



Berdasarkan perhitungan yang telah dilakukan maka jumlah minimum sampel yang digunakan sebanyak 80 sampel. Namun, peneliti menggunakan minimum sampel sebanyak 100 sampel untuk menstabilkan dalam proses pengolahan data.

3.2 SUMBER DATA DAN TEKNIK PENGUMPULAN

Sumber data yang digunakan dalam penelitian adalah data primer. Pengumpulan data primer tersebut langsung dari sampel penelitian dengan menggunakan teknik survey dengan menyebarkan kuesioner secara *online*. Dalam

kuesioner *online* tersebut menggunakan skema penilaian skala likert. Ada 6 pilihan skala dengan format:

Keterangan	Poin	Interval
Sangat Tidak Setuju	1	1,00 – 1,82
Tidak Setuju	2	1,83 – 2,65
Agak Tidak Setuju	3	2,66 – 3,48
Agak Setuju	4	3,49 – 4,31
Setuju	5	4,32 – 5,14
Sangat Setuju	6	5,15 - 6,00

Interval Penilaian:

$$\text{Interval} = \frac{\text{Nilai tertinggi} - \text{Nilai terendah}}{\text{Nilai tertinggi}}$$

$$= \frac{6-1}{6}$$

$$= 0,83$$

3.3 DEFINISI VARIABEL DAN PENGUKURAN VARIABEL

3.3.1.1 Variabel Bebas

Dalam penelitian ini terdapat 8 variabel bebas. 8 variabel tersebut di antaranya:

1. Ekspektasi Kinerja (*Performance Expectancy*)

Performance Expectancy merupakan tingkat kepercayaan seseorang bahwa dengan menggunakan suatu sistem dapat membantu seseorang dalam mencapai kinerja pekerjaannya (Venkatesh et al., 2003).

2. Ekspektasi Usaha (*effort expectancy*)

Effort expectancy merupakan tingkatan upaya setiap individu dalam penggunaan sebuah sistem untuk mendukung melakukan pekerjaannya (Venkatesh et al., 2003)

3. Pengaruh Social (*Social Influence*)

Social Influence merupakan tingkat di mana seseorang menganggap penting untuk orang lain meyakinkan dirinya dalam menggunakan sistem baru (Venkatesh et al., 2003).

4. Pengaruh Fasilitas Pendukung (*Facilitating Condition*)

Facilitating Condition merupakan tingkat keyakinan seseorang bahwa infrastruktur perusahaan dan teknis tersedia untuk mendukung penggunaan sistem (Venkatesh et al., 2003).

5. Motivasi Hedonis (*Hedonic Motivations*)

Hedonic Motivation merupakan sejauh mana seseorang mendapat kesenangan yang didapatkan ketika menggunakan teknologi tersebut (Brown & Venkatesh, 2005)

6. Nilai Harga (*Price Value*)

Price Value merupakan persepsi seseorang terhadap biaya yang dikeluarkan dalam menggunakan teknologi dan manfaat yang dirasakan (Dodds et al., 1991). Nilai harga juga termasuk sebagai seberapa berharganya teknologi yang digunakan dibandingkan dengan biaya yang dikeluarkan.

7. Kebiasaan (*Habit*)

Habit dapat didefinisikan sebagai sejauh mana seseorang melakukan perilaku secara otomatis karena pembelajaran. (Limayem et al., 2007)

8. Persepsi Keamanan Teknologi (*Perceived Technology Security*)

Perceived Technology Security dapat menganalisis adanya rasa ketidakpastian seseorang dalam menggunakan suatu teknologi. (Cheng et al., 2006)

3.3.1.2 Variabel Terikat

Variabel Terikat dalam penelitian ini ialah minat menggunakan aplikasi LinkAja. Minat berarti keinginan untuk menggunakan suatu objek tertentu. Minat merupakan salah satu aspek psikis manusia yang cenderung untuk memberikan perhatian atau merasa senang yang lebih besar kepada objek tersebut yang nantinya dapat mendorong untuk mencapai tujuan.

3.3.1.3 Variabel Moderasi

Variabel Moderasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah umur dan jenis kelamin. Variabel moderasi ini berguna untuk memperkuat variabel independen dan variabel dependen.

Pertanyaan/Kuesioner

1. Ekspektasi Kinerja (*Performance Expectancy*)

Kode	Pernyataan	Sumber
PE1	Saya merasa aplikasi LinkAja memberikan manfaat untuk bertransaksi dalam kehidupan sehari-hari	Andrianto (2020)
PE2	Saya merasa aplikasi LinkAja dapat membantu dalam bertransaksi yang lebih cepat	Andrianto (2020)
PE3	Menggunakan aplikasi LinkAja dapat meningkatkan kinerja saya	Andrianto (2020)
PE4	Menggunakan aplikasi LinkAja dapat meningkatkan produktivitas saya	Andrianto (2020)

2. Ekspektasi Usaha (*Effort Expectancy*)

Kode	Pernyataan	Sumber
EE1	Saya merasa aplikasi LinkAja mudah untuk digunakan	Andrianto (2020)
EE2	Saya merasa aplikasi LinkAja mudah untuk dipelajari penggunaannya	Bashir (2020)
EE3	Saya merasa aplikasi LinkAja memudahkan saya dalam bertransaksi	Bashir (2020)
EE4	Menggunakan aplikasi LinkAja dalam bertransaksi memudahkan saya lebih efisien dalam segi tenaga dan waktu	Bashir (2020)

3. Pengaruh Sosial (*Social influence*)

Kode	Pernyataan	Sumber
IS1	Orang-orang terdekat memengaruhi saya untuk menggunakan aplikasi LinkAja	Andrianto (2020)
IS2	Orang-orang yang dapat memengaruhi	Andrianto (2020)

	perilaku saya mendukung saya untuk menggunakan aplikasi LinkAja	
IS3	Orang-orang yang pendapatnya bisa saya pertimbangkan menganjurkan untuk menggunakan aplikasi LinkAja	Andrianto (2020)

4. Fasilitas Pendukung (*Facilitating Conditions*)

Kode	Pernyataan	Sumber
FC1	Saya memiliki jaringan dan smartphone yang mendukung untuk menggunakan aplikasi LinkAja	Andrianto (2020)
FC2	Saya cukup memiliki pengetahuan untuk menggunakan aplikasi LinkAja	Andrianto (2020)
FC3	Saya bisa mendapatkan bantuan dengan mudah apabila kesulitan dalam menggunakan aplikasi LinkAja	Andrianto (2020)

5. Motivasi Hedonis (*Hedonic Motivation*)

Kode	Pernyataan	Sumber
HM1	Menggunakan aplikasi LinkAja membuat saya merasa senang	Andrianto (2020)
HM2	Saya merasa menikmati ketika menggunakan aplikasi LinkAja	Andrianto (2020)
HM3	Saya merasa aplikasi LinkAja menarik untuk digunakan	Andrianto (2020)

6. Nilai Harga (*Price Value*)

Kode	Pernyataan	Sumber
PV1	Saya merasa harga layanan yang ada pada aplikasi LinkAja sudah sesuai dengan yang diberikan	Andrianto (2020)
PV2	Saya sanggup membayar sesuai dengan	Andrianto (2020)

	harga yang sudah ditetapkan pada aplikasi LinkAja	
PV3	Saya merasa harga untuk mendapatkan aplikasi LinkAja masuk akal	Andrianto (2020)

7. Kebiasaan (*Habit*)

Kode	Pernyataan	Sumber
H1	Saya sudah pernah menggunakan aplikasi LinkAja sebelumnya	Bashir (2020)
H2	Saya sudah terbiasa dalam menggunakan aplikasi LinkAja	Andrianto (2020)
H3	Saya merasa harus terus-menerus menggunakan aplikasi LinkAja	Andrianto (2020)
H4	Saya sering menggunakan aplikasi LinkAja untuk bertransaksi	Andrianto (2020)

8. Persepsi Keamanan Teknologi (*Perceived Technology Security*)

Kode	Pernyataan	Sumber
PTS1	Saya merasa aman ketika memberikan data diri pribadi ketika menggunakan aplikasi LinkAja	Santioso et al., (2018)
PTS2	Saya tidak merasa khawatir dengan masalah keamanan yang ada pada aplikasi LinkAja	Santioso et al., (2018)
PTS3	Menggunakan aplikasi LinkAja dapat menjaga kerahasiaan data yang sudah saya berikan	Santioso et al., (2018)

9. Minat menggunakan (*Behavioral Intentions*)

Kode	Pernyataan	Sumber
BI1	Saya berminat menggunakan aplikasi LinkAja sesuai dengan keperluan	Bashir (2020)
BI2	Saya akan selalu bertransaksi menggunakan aplikasi LinkAja	Bashir (2020)

BI3	Saya berminat akan terus menggunakan aplikasi LinkAja	Andrianto (2020)
BI4	Kedepannya aplikasi LinkAja akan saya gunakan dalam bertransaksi	Andrianto (2020)

3.4 FORMULASI HIPOTESIS

Dalam penelitian ini, formulasi hipotesis yang digunakan penulis sebagai berikut:

$H_{01} \leq 0$ Ekspektasi Kinerja (*Performance Expectancy*) Tidak Berpengaruh Positif Terhadap Minat Menggunakan Aplikasi LinkAja

$H_{a1} > 0$ Ekspektasi Kinerja (*Performance Expectancy*) Berpengaruh Positif Terhadap Minat Menggunakan Aplikasi LinkAja

$H_{02} \leq 0$ Ekspektasi Usaha (*Effort Expectancy*) Tidak Berpengaruh Positif Terhadap Minat Menggunakan Aplikasi LinkAja

$H_{a2} > 0$ Ekspektasi Usaha (*Effort Expectancy*) Berpengaruh Positif Terhadap Minat Menggunakan Aplikasi LinkAja

$H_{03} \leq 0$ Sosial (*Social influence*) Tidak Berpengaruh Positif Terhadap Minat Menggunakan Aplikasi LinkAja

$H_{a3} > 0$ Sosial (*Social influence*) Berpengaruh Positif Terhadap Minat Menggunakan Aplikasi LinkAja

$H_{04} \leq 0$ Fasilitas Pendukung (*Facilitating Conditions*) Tidak Berpengaruh Positif Terhadap Minat Menggunakan Aplikasi LinkAja

$H_{a4} > 0$ Fasilitas Pendukung (*Facilitating Conditions*) Berpengaruh Positif Terhadap Minat Penggunaan Menggunakan Aplikasi LinkAja

$H_{04(a)} \leq 0$ Fasilitas Pendukung yang di moderasi oleh umur (*Facilitating Conditions moderate by age*) Tidak Berpengaruh Positif Terhadap Minat Menggunakan Aplikasi LinkAja

$H_{a4(a)} > 0$ Fasilitas Pendukung yang di moderasi oleh umur (*Facilitating Conditions moderate by age*) Berpengaruh Positif Terhadap Minat Penggunaan Menggunakan Aplikasi LinkAja

$H_{04(b)} \leq 0$ Fasilitas Pendukung yang di moderasi oleh jenis kelamin (*Facilitating Conditions moderate by gender*) Tidak Berpengaruh Positif Terhadap Minat Menggunakan Aplikasi LinkAja

$H_{a4(b)} > 0$ Fasilitas Pendukung yang di moderasi oleh jenis kelamin (*Facilitating Conditions moderate by gender*) Berpengaruh Positif Terhadap Minat Penggunaan Menggunakan Aplikasi LinkAja

$H_{05} \leq 0$ Motivasi Hedonis (*Hedonic Motivation*) Tidak Berpengaruh Positif Terhadap Minat Menggunakan Aplikasi LinkAja

$H_{a5} > 0$ Motivasi Hedonis (*Hedonic Motivation*) Berpengaruh Positif Terhadap Minat Menggunakan Aplikasi LinkAja

$H_{05(a)} \leq 0$ Motivasi Hedonis yang di moderasi oleh umur (*Hedonic Motivation moderated by age*) Tidak Berpengaruh Positif Terhadap Minat Menggunakan Aplikasi LinkAja

$H_{a5(a)} > 0$ Motivasi Hedonis yang di moderasi oleh umur (*Hedonic Motivation moderated by age*) Berpengaruh Positif Terhadap Minat Menggunakan Aplikasi LinkAja

$H_{05(b)} \leq 0$ Motivasi Hedonis yang di moderasi oleh jenis kelamin (*Hedonic Motivation moderated by gender*) Tidak Berpengaruh Positif Terhadap Minat Menggunakan Aplikasi LinkAja

$H_{a5(b)} > 0$ Motivasi Hedonis yang di moderasi oleh jenis kelamin (*Hedonic Motivation moderated by gender*) Berpengaruh Positif Terhadap Minat Menggunakan Aplikasi LinkAja

$H_{06} \leq 0$ Nilai Harga (*Price Value*) Tidak Berpengaruh Positif Terhadap Minat Menggunakan Aplikasi LinkAja

$H_{a6} > 0$ Nilai Harga (*Price Value*) Berpengaruh Positif Terhadap Minat Menggunakan Aplikasi LinkAja

$H_{07} \leq 0$ Kebiasaan (*Habit*) Tidak Berpengaruh Positif Terhadap Minat Menggunakan Aplikasi LinkAja

$H_{a7} > 0$ Kebiasaan (*Habit*) Berpengaruh Positif Terhadap Minat Menggunakan Aplikasi LinkAja

$H_{07(a)} \leq 0$ Kebiasaan yang di moderasi oleh umur (*Habit moderate by age*) Tidak Berpengaruh Positif Terhadap Minat Menggunakan Aplikasi LinkAja

$H_{a7(a)} > 0$ Kebiasaan yang di moderasi oleh umur (*Habit moderate by age*) Berpengaruh Positif Terhadap Minat Menggunakan Aplikasi LinkAja

$H_{07(b)} \leq 0$ Kebiasaan yang di moderasi oleh jenis kelamin (*Habit moderate by gender*) Tidak Berpengaruh Positif Terhadap Minat Menggunakan Aplikasi LinkAja

$H_{a7(b)} > 0$ Kebiasaan yang di moderasi oleh jenis kelamin (*Habit moderate by gender*) Berpengaruh Positif Terhadap Minat Menggunakan Aplikasi LinkAja

$H_{08} \leq 0$ Persepsi Keamanan (*Perceived Technology Security*) Tidak Berpengaruh Positif Terhadap Minat Menggunakan Aplikasi LinkAja

$H_{a8} > 0$ Persepsi Keamanan (*Perceived Technology Security*) Berpengaruh Positif Terhadap Minat Menggunakan Aplikasi LinkAja

3.5 METODE ANALISIS DATA

Metode yang digunakan untuk menganalisis data penelitian dengan pendekatan *Partial Least Square* (PLS) yang merupakan salah satu teknik SEM (*Structural Equation Model*). PLS-SEM memiliki keunggulan di mana memungkinkan pengujian sebuah rangkaian hubungan yang relatif kompleks dan dapat menggunakan ukuran sampel yang kecil, serta dapat menilai hubungan antar konstruk. PLS-SEM hanya membutuhkan lebih sedikit asumsi jika dibandingkan dengan model *Covariance-Based Structural Equation Modelling* (CB-SEM). Metode analisis dari PLS terdiri dari dua tahapan yaitu *Outer Model* (model pengukuran) dan *Inner Model* (model struktural).

3.5.1 *Outer Model* (Model Pengukuran)

3.5.1.1 Uji Validitas

Uji validitas ini dilakukan untuk menentukan ketepatan dari setiap indikator dalam mengukur variabel penelitian serta mengetahui korelasi antara

indikator dengan konstruknya (*loading factor*). Uji Validitas dapat dilakukan dengan dua cara, yakni uji validitas diskriminan dan uji validitas konvergen. Uji validitas konvergen dapat dinilai dengan melihat nilai dari *loading factor* masing-masing konstruk. Ghozali & Latan (2015) mengatakan bahwa nilai yang disyaratkan untuk lolos uji validitas konvergen adalah dengan memiliki *loading factor* di atas 0.5.

3.5.1.2 Uji Reliabilitas

Uji Reliabilitas dilakukan untuk mengetahui konsistensi maupun akurasi pada variabel yang terdapat dalam penelitian ini. Yang digunakan untuk mengukur reliabilitas adalah *cronbach's alpha* dan *composite reliability*. Menurut Ghozali & Latan (2015), nilai uji reliabilitas yang disyaratkan adalah 0.70 untuk *cronbach's alpha* dan juga *composite reliability*. Apabila nilai *cronbach's alpha* dan juga *composite reliability* di atas 0.70 maka konstruk dikatakan reliabel dan memenuhi uji reliabilitas.

3.5.2 Inner Model (Model Struktural)

Model Struktural ini dilakukan setelah lolos uji validitas dan reliabilitas. Evaluasi *inner model* dilakukan untuk mengetahui kekuatan hubungan antara variabel dependen dengan variabel independen. Evaluasi *inner model* dengan cara mengukur *coefficient determination (R-squares)* dan *path coefficient*. *Coefficient determination* digunakan untuk mengetahui kekuatan pada model penelitian dengan *R-Squares*. *R Square* diperoleh dengan menggunakan *goodness-fit model*. Hair et al., (2011) mengatakan bahwa nilai *R-Squares* 0,75 yang berarti model

penelitian tersebut kuat, 0,50 yang berarti model penelitian tersebut sedang, dan 0,25 yang berarti model dari penelitian tersebut lemah. Sedangkan *path coefficient* diukur untuk mengetahui signifikansi sebagai cara untuk menilai pengaruh antar konstruk. Nugroho et al. (2020)

3.5.2.1 Uji Hipotesis

Uji Hipotesis digunakan untuk membuktikan apakah semua hipotesis yang ada ditolak/diterima. Uji Hipotesis dilakukan berdasarkan *Inner Model* (model struktural). Untuk melihat apakah suatu hipotesis itu dapat diterima atau ditolak di antaranya dengan memperhatikan nilai signifikansi antar konstruk, t-statistik, dan *p-values*. Pengujian hipotesis penelitian ini dilakukan dengan bantuan software SmartPLS (*Partial Least Square*) 3.0. Uji hipotesis pada penelitian ini dilihat dengan menggunakan nilai *p-value* sebesar 5%. Jika *p-value* < 0,05 dapat diartikan signifikan maka Hipotesis diterima dan jika *p-value* > 0,05 dikatakan tidak signifikan maka hipotesis tidak diterima.

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 HASIL PENGUMPULAN DATA

Responden yang digunakan dalam penelitian ini adalah mahasiswa S1 yang pernah menggunakan aplikasi LinkAja dan sedang menempuh studi di perguruan tinggi Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta. Penulis dalam mengumpulkan data dengan menyebarkan kuesioner secara *online*. Hasil pengumpulan data melalui kuesioner *online* sebagai berikut:

Tabel 4.1
Hasil Pengumpulan Data

Keterangan	Jumlah	Presentase
Kuesioner yang diterima	158	100,0
Kuesioner yang memenuhi kriteria	144	91,14
Kuesioner yang tidak memenuhi kriteria	14	8,86

Sumber: Hasil Pengolahan Data Penelitian, 2021

Berdasarkan Tabel 4.1 hasil pengumpulan data melalui kuesioner *online* yang diterima oleh penulis sebanyak 158 buah (100%). Namun, 14 buah (8,86%) tidak memenuhi syarat dikarenakan responden tersebut belum pernah menggunakan aplikasi LinkAja. Maka, data yang akan digunakan penulis dalam penelitian ini adalah data dari 144 responden (91,14%) dan 144 data tersebut memenuhi syarat inilah yang akan diolah.

4.2 KARAKTERISTIK RESPONDEN

4.2.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Tabel 4.2

Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Frekuensi	Presentase
Laki-laki	44	30,6
Perempuan	100	69,4
Jumlah	144	100,0

Sumber: Hasil Pengolahan Data Penelitian, 2021

Hasil penelitian pada tabel 4.2 menunjukkan bahwa mayoritas responden dalam penelitian ini berjenis kelamin perempuan dibandingkan laki-laki. Responden berjenis kelamin perempuan yang berjumlah 100 orang (69,4%) sedangkan responden berjenis kelamin laki-laki hanya berjumlah 44 (30,6%). Ini berarti, perempuan lebih banyak menggunakan aplikasi LinkAja dibandingkan dengan yang berjenis kelamin laki-laki.

4.2.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Umur

Tabel 4.3

Karakteristik Responden Berdasarkan Umur

Usia	Frekuensi	Presentase
18 – 20 tahun	27	18,7
21 – 25 tahun	117	81,3
>25 tahun	0	00,0
Jumlah	144	100,0

Sumber: Hasil Pengolahan Data Penelitian, 2021

Hasil penelitian menunjukkan bahwa responden mayoritas berumur 21 – 25 tahun daripada responden yang berumur 18 – 20 tahun. Berdasarkan tabel 4.3 jumlah responden yang berumur 21 – 25 tahun sebanyak 117 (81,3%) sedangkan responden yang berumur 18 – 20 tahun hanya berjumlah 27 orang (18,7%). Maka, hasil penelitian ini menyatakan bahwa pengguna aplikasi LinkAja di dominasi oleh mahasiswa yang berumur 21 – 25 tahun.

4.2.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Universitas

Tabel 4.4

Karakteristik Responden Berdasarkan Universitas

Universitas	Frekuensi	Presentasse
UII	42	29,2
UPN	26	18,1
UGM	24	16,7
UNY	8	5,6
UAD	7	4,9
UAJY	5	3,5
UMY	4	2,8
Lain-lain	28	19,4
Jumlah	144	100,0

Sumber: Hasil Pengolahan Data Penelitian, 2021

Berdasarkan hasil penelitian yang ditunjukkan pada tabel 4.4, responden terbanyak berasal dari mahasiswa UII yakni 42 orang (29,2%), disusul oleh Perguruan Tinggi Lain yang ada di Yogyakarta sebanyak 28 orang (19,4%), UPN

sebanyak 26 orang (18,1%), UGM sebanyak 24 orang (16,7%), UNY sebanyak 8 orang (5,6%), UAD sebanyak 7 orang (4,9%), UAJY sebanyak 5 orang (3,5%), UMY sebanyak 4 orang (2,8%).

4.2.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pernah atau Tidaknya Menggunakan Aplikasi LinkAja

Tabel 4.5

Karakteristik Responden Berdasarkan Pernah atau Tidaknya Menggunakan Aplikasi LinkAja

Pernah atau Tidaknya Menggunakan Aplikasi LinkAja	Frekuensi	Presentase
Ya	144	100,0
Tidak	0	0,0
Jumlah	144	100,0

Sumber: Hasil Pengolahan Data Penelitian, 2021

Dari hasil penelitian responden berdasarkan pernah atau tidaknya menggunakan aplikasi LinkAja ditunjukkan pada tabel 4.5 yakni sebanyak 144 responden (100%). 144 responden ini yang digunakan dalam penelitian karena telah memenuhi syarat.

4.2.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Penggunaan Selama Masa Pandemi Setiap Bulannya

Tabel 4.6
Karakteristik Responden Berdasarkan Penggunaan
Selama Masa Pandemi Setiap Bulannya

Jumlah Penggunaan	Frekuensi	Presentase
1 – 3 kali	108	75,0
4 – 6 kali	27	18,8
>10 kali	9	6,2
Jumlah	144	100,0

Sumber: Hasil Pengolahan Data Penelitian, 2021

Dari hasil penelitian responden berdasarkan penggunaan selama masa pandemi setiap bulannya ditunjukkan pada tabel 4.6 yakni yang menggunakan 1-3 kali sebanyak 108 responden (75%), 4-6 kali sebanyak 27 responden (18,8%), dan lebih dari 10 kali sebanyak 9 responden (6,2%).

4.2.6 Karakteristik Responden Berdasarkan Lebih Banyaknya Penggunaan Selama Masa Pandemi Dibanding Sebelum Pandemi

Tabel 4.7
Karakteristik Responden Berdasarkan Lebih Banyaknya
Penggunaan Selama Masa Pandemi dibanding Sebelum Pandemi

Penggunaan Lebih Banyak	Frekuensi	Presentase
Ya	85	59,0
Tidak	59	41,0

Jumlah	144	100,0
--------	-----	-------

Sumber: Hasil Pengolahan Data Penelitian, 2021

Dari hasil penelitian responden berdasarkan lebih banyaknya penggunaan selama pandemic disbanding sebelum pandemi ditunjukkan pada tabel 4.7 yakni sebesar 85 responden (59%) dan sisanya 59 responden (41%) menggunakan seperti sebelum pandemi.

4.3 ANALISIS DESKRIPTIF

Analisis deskriptif menerangkan tanggapan yang diberikan oleh responden dari variabel yang digunakan dengan skala 1 sampai 6 yang terdiri dari sangat tidak setuju, tidak setuju, agak tidak setuju, agak setuju, setuju dan sangat setuju. Item-item variabel penelitian yang sudah diperoleh dapat di deskripsikan dengan perhitungan interval sebagai berikut:

Interval Penilaian:

$$\begin{aligned} \text{Interval} &= \frac{\text{Nilai tertinggi} - \text{Nilai terendah}}{\text{Nilai tertinggi}} \\ &= \frac{6-1}{6} \\ &= 0,83 \end{aligned}$$

Tabel 4.8
Interval Penilaian

Keterangan	Poin	Interval
Sangat Tidak Setuju	1	1,00 – 1,82
Tidak Setuju	2	1,83 – 2,65

Agak Tidak Setuju	3	2,66 – 3,48
Agak Setuju	4	3,49 – 4,31
Setuju	5	4,32 – 5,14
Sangat Setuju	6	5,15 - 6,00

Tabel 4.9

Hasil Analisis Deskriptif Variabel Penelitian

Variabel	N	Min	Max	Mean	Std. Dev
Ekspektasi Kinerja	144	4,00	24,00	4,74	0,97
Ekspektasi Usaha	144	4,00	24,00	4,99	1,00
Pengaruh Sosial	144	3,00	18,00	3,80	1,34
Fasilitas Pendukung	144	6,00	18,00	5,04	0,80
Motivasi Hedonis	144	3,00	18,00	4,63	0,95
Nilai Harga	144	6,00	18,00	4,78	0,86
Kebiasaan	144	4,00	24,00	4,56	0,93
Persepsi Keamanan Teknologi	144	4,00	24,00	4,55	0,97
Minat menggunakan aplikasi LinkAja	144	4,00	24,00	4,37	1,08

Berdasarkan tabel 4.7 hasil analisis deskriptif dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Ekspektasi Kinerja (*Performance Expectancy*)

Ekspektasi Kinerja (*Performance Expectancy*) memiliki nilai minimum sebesar 4,00 dan nilai maksimum sebesar 24,00 yang terdiri dari 4

indikator, ini berarti bahwa dari seluruh responden memberikan jawaban mengenai minat menggunakan aplikasi LinkAja dengan penilaian terendah sebesar 1,00 sedangkan penilaian tertinggi sebesar 6,00 pada masing-masing indikatornya. Variabel ekspektasi kinerja (*Performance Expectancy*) menghasilkan nilai rata-rata (*mean*) sebesar 4,74 artinya bahwa rata-rata dari seluruh responden setuju terhadap variabel ekspektasi kinerja. Sementara, nilai dari standar deviasi menunjukkan angka sebesar 0,97 dapat diartikan bahwa ukuran penyebaran data dari variabel minat menggunakan aplikasi LinkAja sebesar 0,97 dari 144 responden.

2. Ekspektasi Usaha (*Effort Expectancy*)

Ekspektasi Usaha (*Effort Expectancy*) memiliki nilai minimum sebesar 4,00 dan nilai maksimum sebesar 24,00 yang terdiri dari 4 indikator, ini berarti bahwa dari seluruh responden memberikan jawaban mengenai minat menggunakan aplikasi LinkAja dengan penilaian terendah sebesar 1,00 sedangkan penilaian tertinggi sebesar 6,00 pada masing-masing indikatornya. Variabel ekspektasi usaha (*effort expectancy*) menghasilkan nilai rata-rata (*mean*) sebesar 4,99 artinya bahwa rata-rata dari seluruh responden setuju terhadap variabel ekspektasi usaha. Sementara, nilai dari standar deviasi menunjukkan angka sebesar 1,00 dapat diartikan bahwa ukuran penyebaran data dari variabel minat menggunakan aplikasi LinkAja sebesar 1,00 dari 144 responden.

3. Pengaruh Sosial (*Social Influence*)

Pengaruh Sosial (*Social Influence*) memiliki nilai minimum sebesar 3,00 dan nilai maksimum sebesar 18,00 yang terdiri dari 3 indikator, ini berarti bahwa dari seluruh responden memberikan jawaban mengenai minat menggunakan aplikasi LinkAja sebesar 1,00 sedangkan penilaian tertinggi sebesar 6,00. Variabel pengaruh sosial (*social influence*) menghasilkan nilai rata-rata (*mean*) sebesar 3,80 artinya bahwa rata-rata dari seluruh responden agak setuju terhadap variabel pengaruh sosial. Sementara, nilai dari standar deviasi menunjukkan angka sebesar 1,34 dapat diartikan bahwa ukuran penyebaran data dari variabel minat menggunakan aplikasi LinkAja sebesar 1,34 dari 144 responden.

4. Fasilitas Pendukung (*Facilitating Conditions*)

Fasilitas Pendukung (*Facilitating Conditions*) memiliki nilai minimum sebesar 6,00 dan nilai maksimum sebesar 18,00 yang terdiri dari 3 indikator, ini berarti bahwa dari seluruh responden memberikan jawaban mengenai minat menggunakan aplikasi LinkAja dengan penilaian terendah sebesar 2,00 sedangkan penilaian tertinggi sebesar 6,00 pada masing-masing indikatornya. Variabel fasilitas pendukung (*facilitating conditions*) menghasilkan nilai rata-rata (*mean*) sebesar 5,04 artinya bahwa rata-rata dari seluruh responden setuju terhadap variabel fasilitas pendukung. Sementara, nilai dari standar deviasi menunjukkan angka sebesar 0,80 dapat diartikan bahwa ukuran penyebaran data dari variabel minat menggunakan aplikasi LinkAja sebesar 0,80 dari 144 responden.

5. Motivasi Hedonis (*Hedonic Motivations*)

Motivasi Hedonis (*Hedonic Motivation*) memiliki nilai minimum sebesar 3,00 dan nilai maksimum sebesar 18,00 yang terdiri dari 3 indikator, ini berarti bahwa dari seluruh responden memberikan jawaban mengenai minat menggunakan aplikasi LinkAja dengan penilaian terendah sebesar 1,00 sedangkan penilaian tertinggi sebesar 6,00 pada masing-masing indikatornya. Variabel Motivasi Hedonis (*Hedonic Motivation*) menghasilkan nilai rata-rata (*mean*) sebesar 4,63 artinya bahwa rata-rata dari seluruh responden setuju terhadap variabel motivasi hedonis. Sementara, nilai dari standar deviasi menunjukkan angka sebesar 0,95 dapat diartikan bahwa ukuran penyebaran data dari variabel minat menggunakan aplikasi LinkAja sebesar 0,95 dari 144 responden.

6. Nilai Harga (*Price Value*)

Nilai Harga (*Price Value*) memiliki nilai minimum sebesar 6,00 dan nilai maksimum sebesar 18,00 yang terdiri dari 3 indikator, ini berarti bahwa dari seluruh responden memberikan jawaban mengenai minat menggunakan aplikasi LinkAja dengan penilaian terendah sebesar 2,00 sedangkan penilaian tertinggi sebesar 6,00 pada masing-masing indikatornya. Variabel Nilai Harga (*Price Value*) menghasilkan nilai rata-rata (*mean*) sebesar 4,78 artinya bahwa rata-rata dari seluruh responden setuju terhadap variabel nilai harga. Sementara, nilai dari standar deviasi menunjukkan angka sebesar 0,86 dapat diartikan bahwa ukuran penyebaran data dari variabel minat menggunakan aplikasi LinkAja sebesar 0,86 dari 144 responden.

7. Kebiasaan (*Habit*)

Kebiasaan (*Habit*) memiliki nilai minimum sebesar 4,00 dan nilai maksimum sebesar 24,00 yang terdiri dari 4 indikator, ini berarti bahwa dari seluruh responden memberikan jawaban mengenai minat menggunakan aplikasi LinkAja dengan penilaian terendah sebesar 1,00 sedangkan penilaian tertinggi sebesar 6,00 pada masing-masing indikatornya. Variabel Kebiasaan (*Habit*) menghasilkan nilai rata-rata (*mean*) sebesar 4,56 artinya bahwa rata-rata dari seluruh responden setuju terhadap variabel kebiasaan. Sementara, nilai dari standar deviasi menunjukkan angka sebesar 0,93 dapat diartikan bahwa ukuran penyebaran data dari variabel minat menggunakan aplikasi LinkAja sebesar 0,93 dari 144 responden.

8. Persepsi Keamanan Teknologi (*Perceived Technology Security*)

Persepsi Keamanan Teknologi (*Perceived Technology Security*) memiliki nilai minimum sebesar 4,00 dan nilai maksimum sebesar 24,00 yang terdiri dari 4 indikator, ini berarti bahwa dari seluruh responden memberikan jawaban mengenai minat menggunakan aplikasi LinkAja dengan penilaian terendah sebesar 1,00 sedangkan penilaian tertinggi sebesar 6,00 pada masing-masing indikatornya. Variabel Persepsi Keamanan Teknologi (*Perceived Technology Security*) menghasilkan nilai rata-rata (*mean*) sebesar 4,55 artinya bahwa rata-rata dari seluruh responden setuju terhadap variabel persepsi keamanan teknologi. Sementara, nilai dari standar deviasi menunjukkan angka sebesar 0,97

dapat diartikan bahwa ukuran penyebaran data dari variabel minat menggunakan aplikasi LinkAja sebesar 0,97 dari 144 responden.

9. Minat menggunakan (*Behavioral Intention*)

Minat menggunakan (*Behavioral Intention*) memiliki nilai minimum sebesar 4,00 dan nilai maksimum sebesar 24,00 yang terdiri dari 4 indikator, ini berarti bahwa dari seluruh responden memberikan jawaban mengenai minat menggunakan aplikasi LinkAja dengan penilaian terendah sebesar 1,00 sedangkan penilaian tertinggi sebesar 6,00 pada masing-masing indikatornya. Variabel Minat menggunakan (*Behavioral Intention*) menghasilkan nilai rata-rata (*mean*) sebesar 4,37 artinya bahwa rata-rata dari seluruh responden setuju terhadap variabel minat menggunakan. Sementara, nilai dari standar deviasi menunjukkan angka sebesar 1,08 dapat diartikan bahwa ukuran penyebaran dari variabel minat menggunakan aplikasi LinkAja sebesar 1,08 dari 144 responden.

4.4 ANALISIS KUANTITATIF

Dalam menguji hipotesis penelitian ini dengan menggunakan aplikasi Smart PLS (*Partial Least Square*). Smart PLS digunakan untuk metode alternatif analisis dengan SEM (*Structural Equation Modelling*). PLS dapat diestimasi menggunakan jumlah sampel yang relatif kecil dan tidak memerlukan banyak asumsi. Dalam menggunakan aplikasi Smart PLS ini ada beberapa tahap pengujian yang meliputi:

4.4.1 Hasil Uji Model Pengukuran (*Outer Models*)

Model pengukuran (*outer models*) digunakan untuk mengukur tingkat validitas serta reliabilitas dari konstruk yang ada pada penelitian. *Outer Models* terdiri dari dua tahap pengujian yakni uji validitas dan uji reliabilitas.

4.4.1.1 Uji Validitas

Uji Validitas dilakukan untuk mengkonfirmasi bahwa item-item dari pertanyaan yang diberikan kepada responden dapat dipahami dengan baik. Korelasi atau hubungan antar indikator dengan konstruksya (*loading factor*). Nilai dari *loading factor* dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 4.10
Outer Loadings

Variabel	Kode	Loading Factor
Ekspektasi Kinerja	PE1	0,928331
	PE2	0,908664
	PE3	0,933157
	PE4	0,898877
Ekspektasi Usaha	EE1	0,937535
	EE2	0,946913
	EE3	0,935426
	EE4	0,921677
Pengaruh Sosial	SI1	0,952524
	SI2	0,966205
	SI3	0,953312
Fasilitas Pendukung	FC1	0,810382

	FC2	0,908326
	FC3	0,884431
Fasilitas Pendukung moderasi Umur	FC(A)	1,105478
Fasilitas Pendukung moderasi Jenis Kelamin	FC(G)	1,093887
Motivasi Hedonis	HM1	0,932731
	HM2	0,932861
	HM3	0,925532
Motivasi Hedonis moderasi Umur	HM(A)	0,955093
Motivasi Hedonis moderasi Jenis Kelamin	HM(G)	0,992164
Nilai Harga	PV1	0,929358
	PV2	0,921370
	PV3	0,952422
Kebiasaan	H1	0,707866
	H2	0,823310
	H3	0,890355
	H4	0,881383
Kebiasaan moderasi Umur	H(A)	0,823437
Kebiasaan moderasi Jenis Kelamin	H(G)	1,020705
Persepsi Keamanan Teknologi	PTS1	0,954208
	PTS2	0,928450
	PTS3	0,962460
Umur	A	1,000000
Jenis Kelamin	G	1,000000

Minat Menggunakan	BI1	0,896920
	BI2	0,929798
	BI3	0,956541
	BI4	0,946576

Sumber: Hasil Pengolahan Data Penelitian, 2021

Hasil uji validitas ditunjukkan dengan nilai *loading factor* pada tabel 4.8, nilai *loading factor* pada semua item pertanyaan dari seluruh variabel dikatakan valid apabila memenuhi nilai yang disarankan yaitu sebesar 0,5. Berdasarkan hasil pengolahan data, penelitian ini telah memenuhi *convergent validity* atau seluruh variabel dalam penelitian ini valid.

4.4.1.2 Uji Reliabilitas

Uji Reliabilitas dilakukan untuk mengukur akurasi dan konsistensi pada konstruk, sejauh mana konstruk tersebut dikatakan konsisten. Uji Reliabilitas dapat diketahui dari nilai *composite reliability* dan *cronbach's alpha* yang ada pada tabel dibawah ini:

Tabel 4.11
Uji Reliabilitas

Konstruk	<i>Composite Reliability</i>	<i>Cronbach's Alpha</i>
Ekspektasi Kinerja	0,955038	0,937181
Ekspektasi Usaha	0,965524	0,952364
Pengaruh Sosial	0,970545	0,954581
Fasilitas Pendukung	0,902027	0,842515

Fasilitas Pendukung moderasi Umur	1,000000	1,000000
Fasilitas Pendukung moderasi Jenis Kelamin	1,000000	1,000000
Motivasi Hedonis	0,950794	0,922463
Motivasi Hedonis moderasi Umur	1,000000	1,000000
Motivasi Hedonis moderasi Jenis Kelamin	1,000000	1,000000
Nilai Harga	0,953840	0,927313
Kebiasaan	0,897085	0,851499
Kebiasaan moderasi Umur	1,000000	1,000000
Kebiasaan moderasi Jenis Kelamin	1,000000	1,000000
Persepsi Keamanan Teknologi	0,964132	0,944134
Minat Menggunakan	0,963966	0,949965

Sumber: Hasil Pengolahan Data Penelitian, 2021

Hasil uji reliabilitas ditunjukkan pada tabel 4.9, apabila nilai *composite reliability* menunjukkan nilai lebih dari 0,7 maka konstruk tersebut memuaskan. Berdasarkan hasil pengolahan data, nilai *composite reliability* dan *cronbach's alpha* sudah memenuhi atau seluruh variabel dalam penelitian ini reliabel.

4.4.2 Hasil Uji Model Struktural (*Inner Models*)

Uji model struktural (*Inner Models*) dilakukan dengan mendapatkan nilai R-Square (*goodness-fit model*). Selanjutnya untuk dapat mengetahui signifikansi

pengaruh antar konstruk penelitian kita dapat melihat nilai yang ada pada *path coefficient*.

4.4.2.1 Goodness-fit Model

Tabel 4.12
R-Square

Konstruk	<i>R-Square</i>
Minat menggunakan aplikasi LinkAja	0,766114

Sumber: Hasil Pengolahan Data Penelitian, 2021

Nilai *R-Square* yang ada pada minat menggunakan aplikasi LinkAja ditunjukkan pada tabel 4.12 yakni sebesar 0,766114 atau 76,61%. Nilai *R-Square* tersebut digunakan untuk mengukur tingkat perubahan variabel independen terhadap variabel dependen, semakin tinggi nilai dari *R-Square* berarti semakin baik model prediksi dari model penelitian. Ini berarti bahwa variabel ekspektasi kinerja, ekspektasi usaha, pengaruh sosial, fasilitas pendukung, fasilitas pendukung yang di moderasi oleh umur, fasilitas pendukung yang dimoderasi oleh jenis kelamin, motivasi hedonis, motivasi hedonis yang dimoderasi oleh umur, motivasi hedonis yang dimoderasi oleh jenis kelamin, nilai harga, kebiasaan, kebiasaan yang dimoderasi oleh umur, kebiasaan yang di moderasi oleh jenis kelamin, dan persepsi keamanan teknologi mampu menjelaskan pengaruhnya terhadap variabel minat menggunakan aplikasi LinkAja sebesar 76,61% kemudian sisanya 23,39% dipengaruhi oleh faktor yang lain diluar variabel penelitian ini.

4.4.2.2 Uji Hipotesis Dan Pembahasan

Uji Hipotesis dilakukan untuk menguji pengaruh dari variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian. Untuk mengetahui hasil pengolahan data dengan melihat signifikansi yang ada pada *path coefficients* pada tabel berikut:

Tabel 4.13
Path Coefficient

Hipotesis	Original Sample (O)	P Values	Keterangan
Ekspektasi Kinerja -> Minat menggunakan Aplikasi LinkAja	0,218656	0,034575	Diterima
Ekspektasi Usaha -> Minat menggunakan Aplikasi LinkAja	0,224689	0,024588	Diterima
Pengaruh Sosial -> Minat menggunakan Aplikasi LinkAja	0,118236	0,033993	Diterima
Fasilitas Pendukung -> Minat menggunakan Aplikasi LinkAja	-0,107385	0,114074	Tidak Diterima
Umur*FC -> Minat menggunakan Aplikasi LinkAja	0,057925	0,694245	Tidak Diterima
JK*FC -> Minat menggunakan Aplikasi LinkAja	-0,109961	0,509356	Tidak Diterima
Motivasi Hedonis -> Minat menggunakan Aplikasi LinkAja	-0,042749	0,577424	Tidak Diterima
Umur*HM -> Minat menggunakan Aplikasi LinkAja	0,108025	0,483635	Tidak Diterima
JK*HM -> Minat menggunakan Aplikasi LinkAja	-0,179916	0,283594	Tidak Diterima
Nilai Harga -> Minat menggunakan Aplikasi LinkAja	0,163721	0,025855	Diterima
Kebiasaan -> Minat menggunakan Aplikasi	0,296442	0,000084	Diterima

LinkAja			
Umur*H -> Minat menggunakan Aplikasi LinkAja	-0,227478	0,072683	Tidak Diterima
JK*H -> Minat menggunakan Aplikasi LinkAja	0,246443	0,057764	Tidak Diterima
Persepsi Keamanan Teknologi -> Minat menggunakan Aplikasi LinkAja	0,229999	0,003575	Diterima

Sumber: Hasil Pengolahan Data Penelitian, 2021

Berdasarkan hasil pengolahan data yang ada pada tabel 4.11, dapat disimpulkan bahwa:

1. **H1: Ekspektasi Kinerja (*Performance Expectancy*) Berpengaruh Positif Terhadap Minat Menggunakan Aplikasi LinkAja**

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, dapat diketahui bahwa skor *Original Sample* yang didapatkan sebesar 0,218656 dan nilai P-Value sebesar 0,034547. Hal ini dapat disimpulkan bahwa variabel ekspektasi kinerja (*performance expectancy*) berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan aplikasi LinkAja karena p-value < 0,05 sehingga hipotesis 1 yang menyatakan bahwa Ekspektasi Kinerja (*Performance Expectancy*) berpengaruh positif terhadap minat menggunakan aplikasi LinkAja diterima (**Hipotesis 1 didukung**).

Seseorang terutama mahasiswa dalam melakukan transaksi salah satunya dalam pembelian data/pulsa membutuhkan suatu aplikasi agar dapat bertransaksi dengan mudah. Kemudahan yang ada pada aplikasi

LinkAja inilah dapat menjadi alasan mahasiswa memilih menggunakan aplikasi LinkAja. Ketika ekspektasi manfaat yang tinggi tentu minat mahasiswa juga akan semakin tinggi. Penelitian ini sejalan dengan Rahmatanto & Ramantoko (2018) yang membuktikan bahwa *performance expectancy* (ekspektasi kinerja) berpengaruh positif terhadap minat menggunakan sistem.

2. H2: Ekspektasi Usaha (*Effort Expectancy*) Berpengaruh Positif Terhadap

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, dapat diketahui bahwa skor *Original Sample* yang didapatkan sebesar 0,224689 dan nilai P-Value sebesar 0,024588. Hal ini dapat disimpulkan bahwa variabel ekspektasi usaha (*effort expectancy*) berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan aplikasi LinkAja karena p-value < 0,05 sehingga hipotesis 2 yang menyatakan bahwa Ekspektasi Usaha (*Effort Expectancy*) berpengaruh positif terhadap minat menggunakan aplikasi LinkAja diterima (**Hipotesis 2 didukung**).

Mahasiswa dalam menggunakan aplikasi LinkAja merasa benar adanya kemudahan. Responden dalam penelitian ini mayoritas mahasiswa yang berumur 21 – 25 tahun, mahasiswa tentunya sudah terbiasa menggunakan suatu teknologi yang mudah dan cepat sehingga responden mahasiswa dalam penelitian ini memang merasakan adanya kemudahan dan kecepatan ketika bertransaksi menggunakan aplikasi LinkAja. Kemudahan tersebut dapat meningkatkan minat menggunakan

suatu sistem. Maka bisa disimpulkan ekspektasi usaha dapat menjadikan pertimbangan mahasiswa memang dalam menggunakan suatu aplikasi. Penelitian ini sejalan dengan Pertiwi & Ariyanto, (2017) yang membuktikan bahwa Ekspektasi Usaha (*Effort Expectancy*) berpengaruh positif dalam menggunakan sistem.

3. H3: Pengaruh Sosial (*Social Influence*) Berpengaruh Positif Terhadap Minat Menggunakan Aplikasi LinkAja

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, dapat diketahui bahwa skor *Original Sample* yang didapatkan 0,118236 dan nilai P-Value sebesar 0,033993. Hal ini dapat disimpulkan bahwa variabel pengaruh sosial (*social influence*) berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan aplikasi LinkAja karena p-value < 0,05 sehingga hipotesis 3 yang menyatakan bahwa Pengaruh Sosial (*Social Influence*) berpengaruh positif terhadap minat menggunakan aplikasi LinkAja diterima (**Hipotesis 3 didukung**).

Setiap orang dalam mendapatkan suatu informasi tentu berasal dari dorongan yang diberikan oleh orang-orang terdekatnya, orang-orang terdekat seperti keluarga, teman memiliki peran yang sangat besar untuk memengaruhi minat seseorang dalam menggunakan aplikasi. Terutama mahasiswa, semakin besar dorongan dari teman terdekat maka akan semakin memunculkan suatu keinginan. Ketika keinginan tersebut muncul dan sudah ada dalam dirinya, maka mahasiswa akan terpicu untuk menggunakan aplikasi tersebut. Penelitian ini sejalan dengan

penelitian yang dilakukan Aljabbaru & Sari (2020) bahwa *social influence* berpengaruh positif terhadap minat menggunakan sebuah sistem.

4. H4: Fasilitas Pendukung (*Facilitating Conditions*) Berpengaruh Positif Terhadap Minat Menggunakan Aplikasi LinkAja

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, dapat diketahui bahwa skor *Original Sample* yang didapatkan -0,107385 dan nilai P-Value sebesar 0,114074. Hal ini dapat disimpulkan bahwa variabel fasilitas pendukung (*facilitating conditions*) memiliki pengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap minat menggunakan aplikasi LinkAja karena p-value > 0,05 sehingga hipotesis 4 yang menyatakan bahwa Fasilitas Pendukung (*Facilitating Conditions*) berpengaruh positif terhadap minat menggunakan aplikasi LinkAja tidak diterima (**Hipotesis 4 tidak didukung**).

Aplikasi LinkAja merupakan suatu aplikasi yang tergolong masih baru. Berbagai pembaruan tentunya masih dilakukan oleh pihak LinkAja untuk menyempurnakan aplikasinya. Menyediakan fasilitas seperti aplikasi LinkAja yang ada pada *smartphone* belum memengaruhi minat seseorang dalam menggunakannya. Ini disebabkan karena fitur yang ada pada aplikasi LinkAja juga dapat diakses pada aplikasi lain bahkan tidak semuanya dapat menggunakan aplikasi LinkAja. Mahasiswa tentu mempunyai rasa ingin tahu yang tinggi, nilai harga dan kepuasan dapat memengaruhi minat mahasiswa menggunakan aplikasi. Hal ini cukup

membuktikan bahwa *facilitating conditions* (fasilitas pendukung) tidak memengaruhi minat seseorang dalam menggunakannya. Penelitian ini sejalan dengan penelitian (Andrianto, 2020) yang membuktikan bahwa fasilitas pendukung tidak memengaruhi minat menggunakan sebuah sistem terutama aplikasi LinkAja.

5. **H4 (a): Fasilitas Pendukung yang di moderasi oleh Umur (*Facilitating Conditions moderated by age*) Mempunyai Pengaruh Positif Terhadap Minat Menggunakan Aplikasi LinkAja**

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, dapat diketahui bahwa skor *Original Sample* yang didapatkan 0,057925 dan nilai P-Value sebesar 0,694245. Hal ini dapat disimpulkan bahwa variabel fasilitas pendukung yang di moderasi oleh umur (*facilitating conditions moderated by age*) memiliki pengaruh positif dan tidak signifikan terhadap minat menggunakan aplikasi LinkAja karena p-value > 0,05 sehingga hipotesis 4(a) yang menyatakan bahwa fasilitas pendukung yang di moderasi oleh umur (*facilitating conditions moderated by age*) berpengaruh positif terhadap minat menggunakan aplikasi LinkAja tidak diterima (**Hipotesis 4(a) tidak didukung**).

Ketika menggunakan fasilitas salah satunya *smartphone* umur tidak memengaruhi perilaku penggunanya. Umur yang masuk dalam kategori muda atau tuanya seseorang menggunakan aplikasi juga tidak banyak adanya kesulitan dalam menggunakan aplikasi terutama responden dalam penelitian ini yang berusia 18 – 25, mereka tidak

merasa menemukan kesulitan dalam memproses informasi yang baru. Umur tidak menjadi hambatan dalam menggunakan suatu sistem. Penelitian ini sejalan dengan Tresnawan et al., (2020) yang melakukan penelitian bahwa fasilitas pendukung yang dimoderasi umur tidak memiliki pengaruh positif.

6. H4 (b): Fasilitas Pendukung yang di moderasi oleh Jenis Kelamin (*Facilitating Conditions moderated by gender*) Mempunyai Pengaruh Positif Terhadap Minat Menggunakan Aplikasi LinkAja

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, dapat diketahui bahwa skor *Original Sample* yang didapatkan -0,109961 dan nilai P-Value sebesar 0,509356. Hal ini dapat disimpulkan bahwa variabel fasilitas pendukung yang di moderasi oleh jenis kelamin (*facilitating conditions moderated by gender*) berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap minat menggunakan aplikasi LinkAja karena p-value > 0,05 sehingga hipotesis 4(b) yang menyatakan bahwa fasilitas pendukung yang di moderasi oleh jenis kelamin (*facilitating conditions moderated by gender*) berpengaruh positif terhadap minat menggunakan aplikasi LinkAja tidak diterima **(Hipotesis 4(b) tidak didukung)**.

Responden dalam penelitian ini mahasiswa, saat ini perempuan dan laki-laki dalam menggunakan fasilitas terutama *smartphone* cenderung tidak memandang jenis kelamin. Perempuan maupun laki-laki tidak merasakan kesulitan dalam menggunakan suatu sistem. Dan perempuan tidak lagi bergantung kepada laki-laki jika adanya kesulitan. Penelitian

ini tidak sejalan dengan penelitian yang dilakukan Venkatesh et al., (2012) yang membuktikan bahwa jenis kelamin mampu memoderasi fasilitas pendukung. Tetapi penelitian ini sejalan dengan penelitian Sutanto et al., (2018) yang membuktikan bahwa fasilitas pendukung yang di moderasi jenis kelamin tidak memiliki pengaruh yang positif.

7. H5: Motivasi Hedonis (*Hedonic Motivations*) Berpengaruh Positif Terhadap Minat Menggunakan Aplikasi LinkAja

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, dapat diketahui bahwa skor *Original Sample* yang didapatkan $-0,042749$ dan nilai P-Value sebesar $0,577424$. Hal ini dapat disimpulkan bahwa variabel motivasi hedonis (*hedonic motivations*) berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap minat menggunakan aplikasi LinkAja karena $p\text{-value} > 0,05$ sehingga hipotesis 5 yang menyatakan Motivasi Hedonis (*Hedonic Motivations*) berpengaruh positif terhadap minat menggunakan aplikasi LinkAja tidak diterima (**Hipotesis 5 tidak didukung**).

Ketika menggunakan suatu aplikasi ada hal penting yang dirasakan oleh pengguna misalnya kebahagiaan dan kepuasan. Saat penggunaannya terutama mahasiswa tidak menemukan kebahagiaan dan kepuasan dalam menggunakan aplikasi yang muncul pada dirinya berarti mahasiswa tidak dapat meningkatkan preferensi pelanggan untuk dapat terus menggunakan aplikasi LinkAja. Dengan ini dapat dibuktikan bahwa motivasi hedonis tidak memengaruhi minat menggunakan aplikasi LinkAja. Penelitian ini sejalan dengan penelitian Prasetya &

Purnamawati (2020) yang membuktikan bahwa motivasi hedonis tidak memengaruhi minat seseorang menggunakan suatu teknologi.

8. H5 (a): Motivasi Hedonis yang di moderasi oleh Umur (*Hedonic Motivations moderated by age*) Mempunyai Pengaruh Positif Terhadap Minat Menggunakan Aplikasi LinkAja

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, dapat diketahui bahwa skor *Original Sample* yang didapatkan 0,108025 dan nilai P-Value sebesar 0,483635. Hal ini dapat disimpulkan bahwa variabel motivasi hedonis yang di moderasi oleh umur (*hedonic motivations moderated by age*) memiliki pengaruh positif dan tidak signifikan terhadap minat menggunakan aplikasi LinkAja karena p-value > 0,05 sehingga hipotesis 5 yang menyatakan motivasi hedonis oleh umur (*hedonic motivations moderated by age*) berpengaruh positif terhadap minat menggunakan aplikasi LinkAja tidak diterima (**Hipotesis 5(a) tidak didukung**).

Setiap orang terutama mahasiswa tidak mendapatkan kepuasan dan kebahagiaan ketika menggunakan aplikasi LinkAja, kepuasan dan kebahagiaan itu juga tidak memandang umur mahasiswa. Penelitian ini sejalan dengan penelitian Haris et al., (2019) yang menemukan bahwa motivasi hedonis yang di moderasi oleh umur tidak berpengaruh terhadap minat menggunakan suatu sistem.

9. H5 (b): Motivasi Hedonis yang di moderasi oleh jenis kelamin (*Hedonic Motivations moderated by gender*) mempunyai pengaruh positif Terhadap Minat Menggunakan Aplikasi LinkAja

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, dapat diketahui bahwa skor *Original Sample* yang didapatkan -0,179916 dan nilai P-Value sebesar 0,283594. Hal ini dapat disimpulkan bahwa variabel motivasi hedonis yang di moderasi oleh jenis kelamin (*hedonic motivations moderated by gender*) berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap minat menggunakan aplikasi LinkAja karena p-value > 0,05 sehingga hipotesis 5(b) menyatakan motivasi hedonis oleh jenis kelamin (*hedonic motivations moderated by gender*) berpengaruh positif terhadap minat menggunakan aplikasi LinkAja tidak diterima (**Hipotesis 5(b) tidak didukung**).

Setiap orang yang merasakan adanya kebahagiaan dan kepuasan tidak dirasakan karena perbedaan jenis kelamin (laki-laki dan perempuan) dalam menggunakan aplikasi LinkAja. Maka dapat disimpulkan bahwa motivasi hedonis yang di moderasi oleh jenis kelamin tidak memengaruhi minat seseorang ketika menggunakan teknologi. Penelitian ini sejalan dengan penelitian Haris et al., (2019) yang membuktikan bahwa motivasi hedonis yang di moderasi oleh jenis kelamin tidak memiliki pengaruh yang positif.

10. H6: Nilai Harga (*Price Value*) Berpengaruh Positif Terhadap Minat Menggunakan Aplikasi LinkAja

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, dapat diketahui bahwa skor *Original Sample* yang didapatkan sebesar 0,163721 dan nilai P-Value sebesar 0,025855. Hal ini dapat disimpulkan bahwa variabel nilai harga

(*price value*) berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan aplikasi LinkAja karena $p\text{-value} < 0,05$ sehingga hipotesis 6 yang menyatakan bahwa Nilai Harga (*Price Value*) berpengaruh positif terhadap minat menggunakan aplikasi LinkAja diterima (**Hipotesis 6 didukung**).

Seseorang khususnya mahasiswa dalam responden penelitian ini merasakan bahwa aplikasi LinkAja yang digunakan ini mendapatkan manfaat yang besar atas biaya yang dikeluarkan dan dapat memberi keuntungan ketika menggunakan, misalnya dalam pembelian data/pulsa yang dapat dikategorikan lebih murah dibandingkan dengan membeli secara langsung. Ketika mahasiswa dalam menggunakan sudah memiliki nilai harga tersendiri pada suatu aplikasi maka seseorang tidak akan ragu lagi untuk menggunakannya. Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Oktafani & Sisilia (2020) yang membuktikan bahwa nilai harga berpengaruh positif terhadap minat menggunakan suatu aplikasi.

11. H7: Kebiasaan (*Habit*) Berpengaruh Positif Terhadap Minat Menggunakan aplikasi LinkAja

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, dapat diketahui bahwa skor *Original Sample* yang didapatkan sebesar 0,296442 dan nilai P-Value sebesar 0,000084. Hal ini dapat disimpulkan bahwa variabel kebiasaan (*habit*) berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan aplikasi LinkAja karena $p\text{-value} < 0,05$ sehingga hipotesis 7 yang

menyatakan bahwa nilai kebiasaan (*habit*) berpengaruh positif terhadap minat menggunakan aplikasi LinkAja diterima (**Hipotesis 7 didukung**).

Seseorang terutama mahasiswa secara terus-menerus menggunakan suatu sistem dalam melakukan kegiatan sehari-harinya. Semakin sering mahasiswa melakukan transaksi menggunakan suatu sistem maka semakin tinggi pula minat mahasiswa dalam menggunakan aplikasi tersebut. Penelitian ini sejalan penelitian yang dilakukan dengan Bashir (2020) yang membuktikan juga bahwa kebiasaan memiliki pengaruh yang positif terhadap minat menggunakan suatu sistem/teknologi.

12. **H7 (a): Kebiasaan yang di moderasi oleh Umur (*Habit moderated by age*) Mempunyai Pengaruh Positif Terhadap Minat Menggunakan Aplikasi LinkAja**

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, dapat diketahui bahwa skor *Original Sample* yang didapatkan sebesar -0,227478 dan nilai P-Value sebesar 0,072683. Hal ini dapat disimpulkan bahwa variabel kebiasaan yang di moderasi oleh umur (*habit moderated by age*) berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap minat menggunakan aplikasi LinkAja karena p-value > 0,05 sehingga hipotesis 7(a) yang menyatakan bahwa nilai kebiasaan yang di moderasi oleh umur (*habit moderated by age*) berpengaruh positif terhadap minat menggunakan aplikasi LinkAja tidak diterima (**Hipotesis 7(a) tidak didukung**).

Ketika melakukan transaksi dalam kesehariannya menggunakan aplikasi LinkAja, seseorang tidak lagi memandang umur. Tua maupun

mudanya seseorang tidak dapat memengaruhi minat seseorang menggunakan suatu sistem. Penelitian ini tidak sejalan dengan Venkatesh et al., (2012) yang menyatakan bahwa usia, jenis kelamin dapat memoderasi efek kebiasaan.

13. H7 (b): Kebiasaan yang di moderasi oleh Jenis Kelamin (*Habit moderated by gender*) Mempunyai Pengaruh Positif terhadap Minat Menggunakan Aplikasi LinkAja

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, dapat diketahui bahwa skor *Original Sample* yang didapatkan sebesar 0,246443 dan nilai P-Value sebesar 0,057764. Hal ini dapat disimpulkan bahwa variabel kebiasaan yang di moderasi oleh jenis kelamin (*habit moderated by gender*) memiliki pengaruh positif dan tidak signifikan terhadap minat menggunakan aplikasi LinkAja karena p-value > 0,05 sehingga hipotesis 7(b) yang menyatakan bahwa nilai kebiasaan yang di moderasi oleh jenis kelamin (*habit moderated by gender*) berpengaruh positif terhadap minat menggunakan aplikasi LinkAja tidak diterima (**Hipotesis 7(a) tidak didukung**).

Setiap orang ketika melakukan transaksi dalam kesehariannya menggunakan aplikasi LinkAja tidak memandang jenis kelamin. Tidak ada perbedaan antara laki-laki dan perempuan. Jadi dapat disimpulkan kebiasaan yang dimoderasi oleh jenis kelamin tidak memengaruhi minat menggunakan suatu sistem. Penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian

Venkatesh et al., (2012) yang menyatakan bahwa usia, jenis kelamin dapat memoderasi efek kebiasaan.

14. H8: Persepsi Keamanan Teknologi (*Perceived Security Technology*) Berpengaruh Positif Terhadap Minat Menggunakan Aplikasi LinkAja

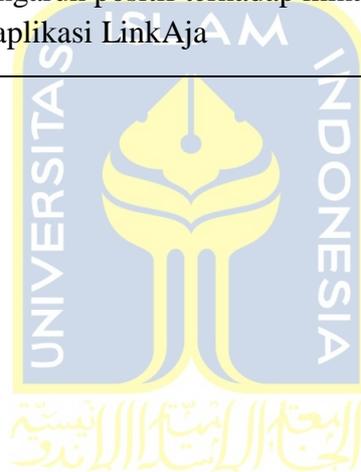
Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, dapat diketahui bahwa skor *Original Sample* yang didapatkan sebesar 0,229999 dan nilai P-Value sebesar 0,003575. Hal ini dapat disimpulkan bahwa variabel persepsi keamanan teknologi (*perceived security technology*) memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan aplikasi LinkAja karena $p\text{-value} < 0,05$ sehingga hipotesis 8 menyatakan bahwa persepsi keamanan teknologi (*perceived security technology*) berpengaruh positif terhadap minat menggunakan aplikasi LinkAja diterima (**Hipotesis 8 didukung**).

Ketika seseorang terutama mahasiswa dalam menjalani transaksi khususnya transaksi yang dilakukan secara *online*, tentunya seseorang ingin mendapatkan rasa aman dari penyedia layanan tersebut, rasa aman itulah yang sangat penting sebagai predictor untuk menentukan minat seseorang dalam menggunakan sebuah sistem. Penelitian ini sejalan dengan Fahmi & Evanita (2019) dan peneliti yang dilakukannya Oliveira et al. (2016) membuktikan bahwa persepsi keamanan teknologi berpengaruh terhadap minat menggunakan teknologi.

Tabel 4.14
Hasil Ringkasan Uji Hipotesis

No	Hipotesis	Keputusan
1	Ekspektasi Kinerja (<i>Performance Expectancy</i>) berpengaruh positif terhadap minat menggunakan aplikasi LinkAja	H ₁ diterima
2	Ekspektasi Usaha (<i>Effort Expectancy</i>) berpengaruh positif terhadap minat menggunakan aplikasi LinkAja	H ₂ diterima
3	Pengaruh Sosial (<i>Social Influence</i>) berpengaruh positif terhadap minat menggunakan aplikasi LinkAja	H ₃ diterima
4	Fasilitas Pendukung (<i>Facilitating Conditions</i>) berpengaruh positif terhadap minat menggunakan aplikasi LinkAja	H ₄ ditolak
5	Fasilitas Pendukung yang di moderasi oleh umur (<i>facilitating conditions moderated by age</i>) berpengaruh positif terhadap minat menggunakan aplikasi LinkAja	H _{4(a)} ditolak
6	Fasilitas Pendukung yang di moderasi oleh jenis kelamin (<i>facilitating conditions moderated by gender</i>) berpengaruh positif terhadap minat menggunakan aplikasi LinkAja	H _{4(b)} ditolak
7	Motivasi Hedonis (<i>hedonic motivations</i>) berpengaruh positif terhadap minat menggunakan aplikasi LinkAja	H ₅ ditolak
8	Motivasi Hedonis yang di moderasi oleh umur (<i>hedonic motivations moderated by age</i>) berpengaruh positif terhadap minat menggunakan aplikasi LinkAja	H _{5(a)} ditolak
9	Motivasi Hedonis yang di moderasi oleh jenis kelamin (<i>hedonic motivations moderated by gender</i>) berpengaruh positif terhadap minat menggunakan aplikasi LinkAja	H _{5(b)} ditolak

10	Nilai Harga (<i>price value</i>) berpengaruh positif terhadap minat menggunakan aplikasi LinkAja	H ₆ diterima
11	Kebiasaan (<i>habit</i>) berpengaruh positif terhadap minat menggunakan aplikasi LinkAja	H ₇ diterima
12	Kebiasaan yang di moderasi oleh umur (<i>habit moderated by age</i>) berpengaruh positif terhadap minat menggunakan aplikasi LinkAja	H _{7(a)} ditolak
13	Kebiasaan yang di moderasi oleh jenis kelamin (<i>habit moderated by gender</i>) berpengaruh positif terhadap minat menggunakan aplikasi LinkAja	H _{7(b)} ditolak
14	Persepsi Keamanan Teknologi (<i>perceived technology security</i>) berpengaruh positif terhadap minat menggunakan aplikasi LinkAja	H ₈ diterima



BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 KESIMPULAN

Penelitian ini dilakukan untuk membuktikan faktor apa saja yang memengaruhi minat menggunakan aplikasi LinkAja. Jenis data yang digunakan adalah data primer yang dilakukan dengan menyebarkan kuesioner secara *online* dengan responden mahasiswa yang menempuh studi di Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta. Berdasarkan hasil pembahasan pada bab 4, maka kesimpulan dari penelitian ini adalah:

1. Pengujian hipotesis membuktikan bahwa faktor ekspektasi kinerja (*performance expectancy*), ekspektasi usaha (*effort expectancy*), pengaruh sosial (*social influence*), nilai harga (*price value*), kebiasaan (*habit*), dan persepsi keamanan teknologi (*perceived technology security*) berpengaruh positif signifikan terhadap minat menggunakan aplikasi LinkAja.
2. Pengujian hipotesis pada penelitian ini membuktikan bahwa faktor fasilitas pendukung (*facilitating conditions*), fasilitas pendukung yang di moderasi oleh umur (*facilitating conditions moderated by age*), fasilitas pendukung yang di moderasi oleh jenis kelamin (*facilitating conditions moderated by gender*), motivasi hedonis (*hedonic motivations*), motivasi hedonis yang di moderasi oleh umur (*hedonic motivations moderated by age*), motivasi hedonis yang di moderasi oleh jenis kelamin (*hedonic motivations moderated by gender*), kebiasaan yang di moderasi oleh umur (*habit*

moderated by age), dan kebiasaan yang di moderasi oleh jenis kelamin (*habit moderated by gender*) tidak berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan aplikasi LinkAja.

5.2 KETERBATASAN PENELITIAN

Pada penelitian ini, terdapat beberapa keterbatasan dan kesulitan yang ditemukan oleh penulis yang mungkin dapat memengaruhi hasil penelitian dan masih memerlukan perbaikan untuk penelitian selanjutnya. Berikut adalah keterbatasan yang dilakukan oleh penulis:

1. Dalam proses pengumpulan data yang dilakukan oleh responden melalui kuesioner *online*. Sikap responden yang tidak jujur dalam pengisian kuesioner dapat menimbulkan bias sehingga tidak menggambarkan keadaan yang sebenarnya terjadi.
2. Keterbatasan kemampuan peneliti dalam segi waktu, tenaga maupun keadaan di masa pandemi dengan sampel yang cukup banyak maka peneliti tidak dapat melakukan pengumpulan data secara langsung.
3. Responden dalam penelitian ini berada pada range umur yang sama, sehingga memiliki persepsi yang kemungkinan menyebabkan moderasi umur menjadi tidak terbukti berpengaruh.

5.3 SARAN

Berdasarkan hasil pembahasan, kesimpulan dan keterbatasan yang ada dalam penelitian ini, peneliti memberikan saran untuk penelitian di masa yang akan datang sebagai berikut:

1. Untuk penelitian di masa yang akan datang agar dapat melakukan pengambilan data selain dengan menyebarkan kuesioner secara *online* supaya hasil yang didapatkan dapat memberikan gambaran keadaan yang sebenarnya terjadi pada responden. Pengambilan data dapat dilakukan dengan wawancara secara langsung ataupun menyebarkan kuesioner secara terbuka.
2. Untuk penelitian di masa yang akan datang diharapkan memiliki kesempatan yang lebih banyak sehingga dalam melakukan proses penelitian yang dilakukan secara langsung tanpa melalui media.
3. Untuk penelitian di masa yang akan datang diharapkan agar range umur lebih bervariasi dengan memasukkan generasi non milenial sebagai responden dalam penelitian.

5.4 IMPLIKASI PENELITIAN

Faktor-faktor ekspektasi kinerja (*performance expectancy*), ekspektasi usaha (*effort expectancy*), pengaruh sosial (*social influence*), nilai harga (*price value*), kebiasaan (*habit*), dan persepsi keamanan teknologi (*perceived technology security*) yang berpengaruh positif terhadap minat menggunakan aplikasi LinkAja haruslah dipertahankan dan kedepannya dapat ditingkatkan karena faktor inilah yang akan menjadi kekuatan dalam menguasai pangsa pasar dan dapat mengembangkan ekosistem baru untuk dapat bekerjasama dengan para patner LinkAja.

DAFTAR PUSTAKA

- Alalwan, A. A., Dwivedi, Y. K., & Rana, N. P. (2017). Factors influencing adoption of mobile banking by Jordanian bank customers: Extending UTAUT2 with trust. *International Journal of Information Management*, 37(3), 99–110. <https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2017.01.002>
- Aljabbaru, I. H., & Sari, D. (2020). Analisis Penggunaan Mobile Payment Linkaja Dengan Menggunakan Model Unified Of Acceptance And Use Of Technology (Utaut). *E-Proceeding of Management*, 7(1), 1151–1163.
- Andrianto, A. (2020). Faktor Yang Mempengaruhi Behavior Intention Untuk Penggunaan Aplikasi Dompot Digital Menggunakan Model Utaut2. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Bisnis*, 25(2), 111–122. <https://doi.org/10.35760/eb.2020.v25i2.2412>
- Baabdullah, A. M., Alalwan, A. A., Rana, N. P., Kizgin, H., & Patil, P. (2019). Consumer use of mobile banking (M-Banking) in Saudi Arabia: Towards an integrated model. *International Journal of Information Management*, 44, 38–52. <https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2018.09.002>
- Bashir, Nu. A. A. (2020). Penerapan Model UTAUT 2 Untuk Mengetahui Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Penggunaan SIORTU. 5(1), 42–51. <https://doi.org/10.21831/elinvo.v5i1.30636>
- Brown, S. A., & Venkatesh, V. (2005). Model of adoption of technology in households: A baseline model test and extension incorporating household life cycle. *MIS Quarterly: Management Information Systems*, 29(3), 399–426. <https://doi.org/10.2307/25148690>
- Cheng, T. C. E., Lam, D. Y. C., & Yeung, A. C. L. (2006). Adoption of internet banking: An empirical study in Hong Kong. *Decision Support Systems*, 42(3), 1558–1572. <https://doi.org/10.1016/j.dss.2006.01.002>
- Dodds, W. B., Monroe, K. B., & Grewal, D. (1991). *Effects of Price, Brand, and Store Information on Buyers' Product Evaluations*. XXVIII(August), 307–319.
- Dzulhaida, R., & Giri, R. R. W. (2017). Analisis Minat Masyarakat Terhadap Penggunaan Layanan E-Money Di Indonesia Dengan Menggunakan Model Modifikasi Unified Theory of Acceptance and Use Technology 2 (Utaut 2). *Majalah Ilmiah UNIKOM*, 15(2), 155–166. <https://doi.org/10.34010/miu.v15i2.555>
- Fahmi, Z., & Evanita, S. (2019). Pengaruh Iklan dan Perceived Security terhadap

Minat Transaksi Pembayaran Berbasis e-Payment dengan Sikap sebagai Variabel Intervening pada Masyarakat di Kota Padang. *Jurnal Kajian Manajemen Dan Wirausaha*, 01(02), 83–96.

Ghozali, I., & Latan, H. (2015). *PARTIAL LEAST SQUARES KONSEP, TEKNIK DAN APLIKASI Menggunakan Program SmartPLS 3.0*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro Semarang.

Hair, J. F., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2011). PLS-SEM: Indeed a silver bullet. *Journal of Marketing Theory and Practice*, 19(2), 139–152. <https://doi.org/10.2753/MTP1069-6679190202>

Haris, C. A., WA, B. S., & Nasiri, A. (2019). Penerapan Model Utaut2 Untuk Mengevaluasi Aplikasi Ruang Guru. *Jurnal Teknologi Informasi*, 3(2), 192–199. <https://doi.org/10.36294/jurti.v3i2.1085>

Indonesia, B. (n.d.). *Jumlah Uang Elektronik Beredar*. Bank Indonesia. Retrieved January 17, 2021, from <https://www.bi.go.id/id/statistik/ekonomi-keuangan/ssp/uang-elektronik-jumlah.aspx>

Jayani, D. H. (2019). *Inilah Daftar Dompok Digital Terbesar di Indonesia*. Kata Books. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2019/08/23/inilah-daftar-dompok-digital-terbesar-di-indonesia>

Khalilzadeh, J., Ozturk, A. B., & Bilgihan, A. (2017). Security-related factors in extended UTAUT model for NFC based mobile payment in the restaurant industry. *Computers in Human Behavior*, 70, 460–474. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2017.01.001>

Lerner, T. (2013). *Mobile Payment*. Springer Fachmedien Wiesbaden, Mainz, Germany.

Limayem, M., Hirt, S. G., & Cheung, C. M. K. (2007). How habit limits the predictive power of intention: The case of information systems continuance. *MIS Quarterly: Management Information Systems*, 31(4), 705–737. <https://doi.org/10.2307/25148817>

LinkAja-Pemda Jogja Hadirkan Kemudahan dan Keamanan Transaksi Digital di Enam Sektor. (2020). Economic Zone. <https://www.economiczone.id/read/1373/linkaja-pemda-jogja-hadirkan-kemudahan-dan-keamanan-transaksi-digital-di-enam-sektor>

Nugroho, T., Winarno, W. W., & Haryono, K. (2020). Analisis Pengaruh Dimensi Budaya Terhadap Penggunaan Aplikasi Transportasi Online Menggunakan UTAUT2 dan Budaya Hofstede. *Jurnal Media Informatika Budidarma*, 4(2), 377. <https://doi.org/10.30865/mib.v4i2.2062>

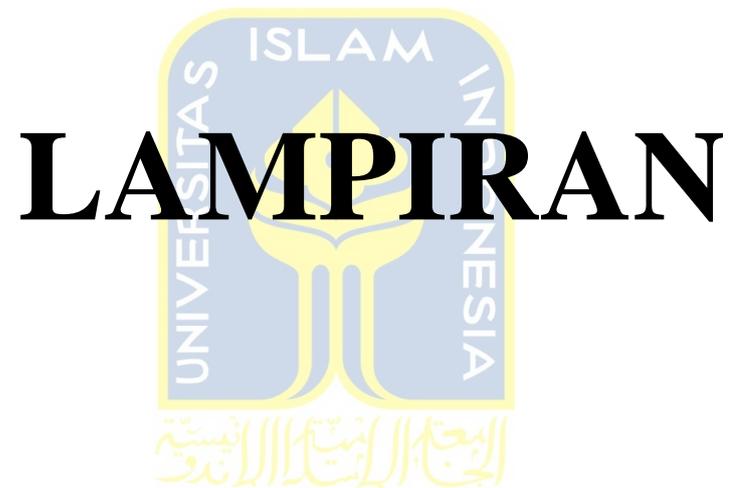
Oktafani, D., & Sisilia, K. (2020). Analisis Penerapan Model Unified Theory Of

Acceptance And Use Of Technology2 (Utaut2) Pada Adopsi Penggunaan Dompot Digital Ovo Dayeuh Kolot Bandung (Studi kasus pada Generasi Z sebagai pengguna OVO). *Jurnal Menara Ekonomi*, VI(1), 24–36.

- Oliveira, T., Thomas, M., Baptista, G., & Campos, F. (2016). Mobile payment: Understanding the determinants of customer adoption and intention to recommend the technology. *Computers in Human Behavior*, 61(2016), 404–414. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2016.03.030>
- Pertiwi, N. W. D. M. Y., & Ariyanto, D. (2017). Penerapan Model Utaut2 Untuk Menjelaskan Minat Dan Perilaku Penggunaan Mobile Banking Di Kota Denpasar. *E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana*, 18(2), 1369–1397.
- Prasetya, I. G. I., & Purnamawati, I. G. A. (2020). Pengaruh Nilai Harga, Motivasi Hedonis , Kebiasaan dan Daya Tarik Promo terhadap Minat Menggunakan Mobile Payment OVO. *Jurnal Akuntansi Profesi*, 11(1), 148–158.
- Putri, N. K. R. D., & Suardikha, I. M. S. (2019). Penerapan Model UTAUT 2 Untuk Menjelaskan Niat Dan Perilaku Penggunaan E-Money di Kota Denpasar. *E-Jurnal Akuntansi*, 30(2), 540–555.
- Rahmatanto, O., & Ramantoko, G. (2018). Faktor Demografi Yang Mempengaruhi Minat Nasabah PT. Bank Rakyat Indonesia Menggunakan Layanan BRI Mobile. *E-Proceeding of Management*, 5(1), 398–405.
- Santioso, L., Daryatno, A. B., & Aristha, A. J. (2018). Analisis Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan, Kesiapan Teknologi Informasi, Keamanan dan Kerahasiaan Terhadap Minat Perilaku Penggunaan E-Filing. *Jurnal Akuntansi*, 18(2), 247–268.
- Shafly, N. A. (2020). Penerapan Model UTAUT2 Untuk Menjelaskan Behavioral Intention dan Use Behavior Penggunaan Mobile Banking Di Kota Malang. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB*, 8(2), 1–22.
- Sutanto, S., Ghozali, I., & Handayani, R. S. (2018). Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Penerimaan Dan Penggunaan Sistem Informasi Pengelolaan Keuangan Daerah (Sipkd) Dalam Perspektif the Unified Theory of Acceptance and Use of Technology 2 (Utaut 2) Di Kabupaten Semarang. *Jurnal Akuntansi Dan Auditing*, 15(1), 37. <https://doi.org/10.14710/jaa.15.1.37-68>
- Tresnawan, I. G. P. Y., Pradnyana, I. M. A., & Wirawan, I. M. A. (2020). Analisa Penerimaan Dan Penggunaan Sistem Informasi Desa (SID) Dengan Model Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT). *INSERT : Information System and Emerging Technology Journal*, 1(1), 51. <https://doi.org/10.23887/insert.v1i1.25876>

- Venkatesh, V., Morris, M. G., Davis, G. B., & Davis, F. D. (2003). User Acceptance of Information Technology: Toward a Unified View. *MIS Quartely*, 27(3), 425–478. <https://doi.org/10.1016/j.inoche.2016.03.015>
- Venkatesh, V., Thong, J. Y. L., & Xu, X. (2012). Consumer Acceptance and Use of Information Technology: Extending the Unified Theory of Acceptance and Use of Technology. *MIS Quartely*, 36(1), 157–178. <https://doi.org/10.1109/MWSYM.2015.7167037>





LAMPIRAN
LAMPIRAN 1
KUESIONER PENELITIAN
KUESIONER PENELITIAN TUGAS AKHIR
ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMENGARUHI MINAT
MENGGUNAKAN APLIKASI LINKAJA

Assalamualaikum Wr Wb.

Perkenalkan saya mahasiswi Program Studi Akuntansi, Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Islam Indonesia yang sedang melakukan penelitian guna menyelesaikan Tugas Akhir (Skripsi). Saya memohon kesediaan Saudara/i untuk menjadi responden dalam penelitian saya dengan mengisi kuesioner di bawah ini. Responden yang dibutuhkan yaitu mahasiswa/i S1 universitas yang berada di Daerah Istimewa Yogyakarta yang pernah menggunakan aplikasi LinkAja. Seluruh jawaban beserta identitas yang Saudara/i berikan akan dijamin kerahasiaannya.

Bantuan dari Saudara/i untuk mengisi kuesioner ini akan sangat berarti bagi penelitian ini. Atas bantuan dan ketersediaan saudara/i dalam mengisi kuesioner ini, saya ucapkan terima kasih. Semoga setiap langkah saudara/i senantiasa diberi kemudahan oleh Allah SWT Tuhan Yang Maha Esa

Wassalamualaikum Wr Wb

Peneliti,

(Destiana Rahmadhani)

Petunjuk Pengisian Identitas:

Saudara/i cukup mengisi atau memberi tanda (√) pada kolom yang tersedia.

➤ IDENTITAS RESPONDEN

1. Nama Responden (boleh inisial)

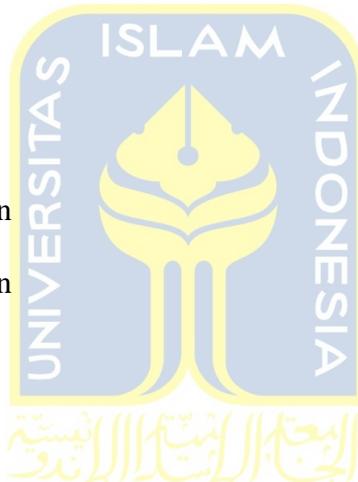
.....

2. Jenis Kelamin :

- Laki-laki
- Perempuan

3. Usia :

- 18 – 20 tahun
- 21 – 25 tahun
- > 25 tahun



4. Asal Universitas :

- UII
- UPN
- UGM
- UNY
- UAD
- UAJY
- UMY
- Lain-lain,
sebutkan:...

5. Pernah menggunakan aplikasi LinkAja?
- Ya
 - Tidak
6. Berapa kali menggunakan setiap bulan selama masa pandemi?
- 1 – 3 kali
 - 4 – 6 kali
 - > 10 kali
7. Apakah di masa pandemic Saudara/i lebih banyak menggunakan aplikasi LinkAja dibandingkan sebelum pandemi?
- Ya
 - Tidak



Petunjuk Pengisian Identitas:

Dalam setiap item pernyataan, saudara/i cukup memberi tanda centang (√) pada kolom yang saudara/i pilih.

- | | |
|-------------------------------|------------------------|
| (1) STS = Sangat Tidak Setuju | (4) AS = Agak Setuju |
| (2) TS = Tidak Setuju | (5) S = Setuju |
| (3) ATS = Agak Tidak Setuju | (6) SS = Sangat Setuju |

1. Ekspektasi Kinerja (*Performance Expectancy*)

Kode	Pernyataan	1	2	3	4	5	6
PE1	Saya merasa aplikasi LinkAja memberikan manfaat untuk bertransaksi dalam kehidupan sehari-hari						
PE2	Saya merasa aplikasi LinkAja dapat membantu dalam bertransaksi yang lebih cepat						

PE3	Menggunakan aplikasi LinkAja dapat meningkatkan kinerja saya						
PE4	Menggunakan aplikasi LinkAja dapat meningkatkan produktivitas saya						

2. Ekspektasi Usaha (*Effort Expectancy*)

Kode	Pernyataan	1	2	3	4	5	6
EE1	Saya merasa aplikasi LinkAja mudah untuk digunakan						
EE2	Saya merasa aplikasi LinkAja mudah untuk dipelajari penggunaannya						
EE3	Saya merasa aplikasi LinkAja memudahkan saya dalam bertransaksi						
EE4	Menggunakan aplikasi LinkAja dalam bertransaksi memudahkan saya lebih efisien dalam segi tenaga dan waktu						

3. Pengaruh Sosial (*Social Influence*)

Kode	Pernyataan	1	2	3	4	5	6
SI1	Orang-orang terdekat memengaruhi saya untuk menggunakan aplikasi LinkAja						
SI2	Orang-orang yang memengaruhi perilaku saya mendukung saya untuk menggunakan aplikasi LinkAja						
SI3	Orang-orang yang pendapatnya bisa saya pertimbangkan menganjurkan untuk menggunakan aplikasi LinkAja						

4. Fasilitas Pendukung (*Facilitating Conditions*)

Kode	Pernyataan	1	2	3	5	6	7
FC1	Saya memiliki jaringan dan smartphone yang mendukung untuk menggunakan aplikasi LinkAja						
FC2	Saya cukup memiliki pengetahuan untuk menggunakan aplikasi LinkAja						

FC3	Saya bisa mendapatkan bantuan dengan mudah apabila kesulitan dalam menggunakan aplikasi LinkAja						
-----	---	--	--	--	--	--	--

5. Motivasi Hedonis (*Hedonic Motivation*)

Kode	Pernyataan	1	2	3	4	5	6
HM1	Menggunakan aplikasi LinkAja membuat saya merasa senang						
HM2	Saya merasa menikmati ketika menggunakan aplikasi LinkAja						
HM3	Saya merasa aplikasi LinkAja menarik untuk digunakan						

6. Nilai Harga (*Price Value*)

Kode	Pernyataan	1	2	3	4	5	6
PV1	Saya merasa harga layanan yang ada pada aplikasi LinkAja sudah sesuai dengan yang diberikan						
PV2	Saya sanggup membayar sesuai dengan harga yang sudah ditetapkan pada aplikasi LinkAja						
PV3	Saya merasa harga untuk mendapatkan aplikasi LinkAja masuk akal						

7. Kebiasaan (*Habit*)

Kode	Pernyataan	1	2	3	4	5	6
H1	Saya sudah pernah menggunakan aplikasi LinkAja sebelumnya						
H2	Saya sudah terbiasa dalam menggunakan aplikasi LinkAja						
H3	Saya merasa harus terus-menerus menggunakan aplikasi LinkAja						
H4	Saya sering menggunakan aplikasi LinkAja untuk bertransaksi						

8. Persepsi Keamanan Teknologi (*Perceived Technology Security*)

Kode	Pernyataan	1	2	3	4	5	6
PTS1	Saya merasa aman ketika memberikan data diri pribadi ketika menggunakan aplikasi LinkAja						
PTS2	Saya tidak merasa khawatir dengan masalah keamanan yang ada pada aplikasi LinkAja						
PTS3	Menggunakan aplikasi LinkAja dapat menjaga kerahasiaan data yang sudah saya berikan						

9. Minat menggunakan (*Behavioral Intentions*)

Kode	Pernyataan	1	2	3	4	5	6
BI1	Saya berminat menggunakan aplikasi LinkAja sesuai dengan keperluan						
BI2	Saya akan selalu bertransaksi menggunakan aplikasi LinkAja						
BI3	Saya berminat akan terus menggunakan aplikasi LinkAja						
BI4	Kedepannya aplikasi LinkAja akan saya gunakan dalam bertransaksi						

LAMPIRAN 2
TABULASI DATA

No	Ekspektasi Kinerja					Ekspektasi Usaha				
	PE1	PE2	PE3	PE4	Mean	EE1	EE2	EE3	EE4	Mean
1	5	5	5	5	5	4	5	5	5	4,75
2	6	6	4	5	5,25	6	4	4	5	4,75
3	4	4	3	3	3,5	5	5	4	4	4,5
4	5	5	5	6	5,25	4	4	5	6	4,75
5	5	5	5	5	5	6	6	6	5	5,75
6	5	5	5	5	5	6	6	6	6	6
7	5	5	3	3	4	5	5	5	5	5
8	3	4	3	3	3,25	5	4	4	4	4,25
9	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
10	6	6	5	5	5,5	6	6	6	5	5,75
11	2	2	2	2	2	4	4	3	3	3,5
12	2	3	2	3	2,5	2	3	2	3	2,5
13	5	5	5	5	5	6	6	5	5	5,5
14	5	5	5	5	5	5	5	5	6	5,25
15	5	5	5	5	5	6	6	6	6	6
16	5	5	4	4	4,5	6	6	5	5	5,5
17	4	4	2	2	3	5	5	5	4	4,75
18	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4,25
19	6	5	4	5	5	6	6	6	6	6
20	4	4	3	3	3,5	5	5	6	6	5,5
21	4	6	5	5	5	6	6	6	6	6
22	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6
23	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
24	6	6	3	3	4,5	6	6	6	6	6
25	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6
26	4	4	4	4	4	5	4	5	5	4,75
27	6	6	5	5	5,5	6	6	6	6	6
28	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
29	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6
30	3	2	2	3	2,5	2	2	3	2	2,25
31	5	6	4	4	4,75	5	5	5	6	5,25
32	6	6	5	5	5,5	6	5	6	6	5,75
33	5	4	4	4	4,25	5	5	4	5	4,75
34	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6
35	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6
36	4	3	3	3	3,25	3	3	3	3	3
37	5	5	5	5	5	6	6	6	6	6

38	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
39	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6
40	5	5	5	5	5	5	5	6	5	5,25
41	5	5	5	5	5	4	4	5	5	4,5
42	6	6	4	4	5	6	6	6	5	5,75
43	2	2	2	2	2	2	1	2	1	1,5
44	6	6	5	6	5,75	5	5	5	5	5
45	4	5	4	5	4,5	3	4	4	5	4
46	5	5	5	5	5	5	5	5	6	5,25
47	6	6	6	5	5,75	6	6	6	6	6
48	6	6	5	5	5,5	6	6	6	6	6
49	5	5	4	3	4,25	6	6	6	5	5,75
50	6	6	6	5	5,75	6	6	5	5	5,5
51	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
52	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6
53	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
54	4	5	4	4	4,25	5	5	5	4	4,75
55	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3,75
56	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
57	4	4	4	3	3,75	5	6	4	5	5
58	5	5	4	4	4,5	5	5	5	5	5
59	5	6	6	6	5,75	6	6	6	6	6
60	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
61	5	6	4	4	4,75	6	6	6	5	5,75
62	5	6	5	5	5,25	5	5	6	4	5
63	5	5	4	4	4,5	4	4	5	5	4,5
64	5	5	4	4	4,5	5	5	5	5	5
65	5	5	5	4	4,75	5	5	4	5	4,75
66	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
67	2	2	2	2	2	3	2	2	3	2,5
68	5	4	4	4	4,25	5	5	5	4	4,75
69	5	5	4	4	4,5	4	4	4	4	4
70	5	5	5	5	5	5	5	6	6	5,5
71	4	5	3	3	3,75	2	3	2	2	2,25
72	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6
73	5	5	4	4	4,5	6	6	5	5	5,5
74	5	5	5	5	5	4	5	5	5	4,75
75	2	1	1	1	1,25	2	2	2	2	2
76	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5
77	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6
78	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
79	5	6	4	3	4,5	5	5	6	5	5,25
80	5	6	5	4	5	6	5	6	6	5,75

81	5	6	5	5	5,25	6	6	6	5	5,75
82	4	5	4	3	4	4	4	5	4	4,25
83	6	6	5	6	5,75	6	6	6	6	6
84	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
85	6	6	6	6	6	5	5	6	6	5,5
86	5	6	6	6	5,75	6	6	6	6	6
87	5	5	4	5	4,75	4	5	5	4	4,5
88	4	5	4	3	4	4	4	5	4	4,25
89	5	5	5	4	4,75	5	4	4	5	4,5
90	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6
91	5	5	5	5	5	6	6	6	6	6
92	5	5	5	5	5	2	2	2	3	2,25
93	4	5	4	3	4	4	4	5	4	4,25
94	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
95	5	5	5	4	4,75	5	5	5	5	5
96	5	5	4	6	5,5	4	5	4	5	4,5
97	6	6	5	5	5,5	5	5	5	6	5,25
98	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6
99	6	6	6	5	5,75	6	6	6	6	6
100	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6
101	4	4	3	3	3,5	3	4	4	3	3,5
102	4	4	4	4	4	4	3	5	4	4
103	6	6	6	6	6	6	5	6	6	5,75
104	5	5	5	4	4,75	6	6	5	6	5,75
105	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6
106	4	4	3	4	3,75	3	4	4	3	3,5
107	4	4	2	2	3	5	5	4	5	4,75
108	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
109	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
110	6	6	6	5	5,75	6	5	6	5	5,5
111	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6
112	3	2	2	3	2,5	2	2	3	2	2,25
113	6	6	6	4	5,5	6	6	6	6	6
114	5	5	3	4	4,25	5	5	6	6	5,5
115	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6
116	5	5	5	5	5	4	4	6	6	5
117	3	4	4	4	3,75	2	2	2	2	2
118	5	5	5	5	5	5	6	5	6	5,5
119	5	5	4	4	4,5	4	4	4	5	4,25
120	5	6	5	6	5,5	5	6	6	6	5,75
121	5	6	4	4	4,75	6	6	6	6	6
122	6	6	6	5	5,75	6	6	6	6	6
123	5	5	6	6	5,5	6	6	6	6	6

15	5	5	5	5	6	6	4	5,33
16	3	4	3	3,33	6	6	5	5,67
17	4	4	4	4	4	4	4	4
18	4	4	3	3,67	4	5	3	4
19	3	3	3	3	6	5	5	5,33
20	4	4	4	4	5	5	4	4,67
21	4	4	4	4	6	4	4	4,67
22	6	6	6	6	6	6	6	6
23	5	6	5	5,33	5	4	4	4,33
24	4	4	4	4	6	6	6	6
25	6	6	6	6	6	6	6	6
26	4	4	4	4	5	5	5	5
27	4	3	4	3,67	6	6	6	6
28	5	5	5	5	6	5	5	5,33
29	6	6	6	6	6	6	6	6
30	1	1	1	1	5	5	5	5
31	1	1	1	1	6	5	3	4,67
32	5	5	5	5	6	6	5	5,67
33	4	3	3	3,33	6	6	5	5,67
34	6	6	6	6	6	6	6	6
35	4	4	4	4	5	5	5	5
36	4	3	3	3,33	5	5	5	5
37	4	4	4	4	6	6	6	6
38	4	4	4	4	4	4	4	4
39	6	6	6	6	6	6	6	6
40	3	4	4	3,67	5	5	5	5
41	4	4	4	4	5	4	4	4,33
42	3	3	4	3,33	3	3	3	3
43	3	4	3	3,33	5	5	5	5
44	4	4	4	4	6	6	6	6
45	6	6	5	5,67	5	5	5	5
46	3	3	4	3,33	5	5	5	5
47	2	5	4	3,67	6	6	6	6
48	3	4	4	3,67	6	5	5	5,33
49	4	5	5	4,67	6	3	4	4,33
50	6	6	6	6	6	6	5	5,67
51	4	4	4	4	5	5	5	5
52	6	6	6	6	6	6	6	6
53	5	5	5	5	5	5	5	5
54	2	2	2	2	5	4	4	4,33
55	4	4	4	4	4	4	4	4

56	3	3	3	3	5	4	4	4,33
57	2	3	2	2,33	5	5	5	5
58	4	4	4	4	5	5	5	5
59	5	5	5	5	5	5	5	5
60	4	4	5	4,33	5	5	5	5
61	4	4	4	4	6	6	6	6
62	3	3	3	3	6	5	5	5,33
63	3	2	3	2,67	6	6	6	6
64	5	5	4	4,67	4	4	4	4
65	4	5	5	4,67	5	4	4	4,33
66	3	3	4	3,33	5	5	5	5
67	1	2	1	1,33	6	6	4	5,33
68	4	5	4	4,33	6	5	5	5,33
69	3	3	3	3	5	5	5	5
70	4	5	4	4,33	6	6	6	6
71	1	1	1	1	5	5	4	4,67
72	3	1	3	2,33	6	6	6	6
73	6	6	5	5,67	5	4	5	4,67
74	3	3	3	3	5	4	4	4,33
75	1	1	1	1	6	6	5	5,67
76	4	4	4	4	5	5	5	5
77	6	6	6	6	6	6	6	6
78	5	5	5	5	5	5	5	5
79	1	4	5	3,33	6	6	4	5,33
80	2	2	2	2	5	5	4	4,67
81	5	5	4	4,67	5	5	5	5
82	3	3	3	3	4	4	4	4
83	5	5	5	5	6	6	6	6
84	4	4	3	3,67	4	3	3	3,33
85	5	5	4	4,67	6	5	5	5,33
86	1	1	1	1	6	6	4	5,33
87	5	5	4	4,67	5	4	4	4,33
88	3	3	3	3	4	4	4	4
89	5	5	5	5	5	5	4	4,67
90	6	5	5	5,33	5	5	5	5
91	5	5	5	5	6	6	6	6
92	5	5	4	4,67	6	6	4	5,33
93	3	3	3	3	4	4	4	4
94	1	1	1	1	6	5	5	5,33
95	3	3	4	3,33	6	6	5	5,67
96	4	3	5	4	4	6	6	5,33

97	3	4	4	3,67	5	5	5	5
98	6	6	6	6	6	6	6	6
99	4	4	4	4	6	6	6	6
100	1	1	1	1	6	6	5	5,67
101	2	2	2	2	5	4	3	4
102	6	4	2	4	6	5	3	4,67
103	4	4	3	3,67	6	6	6	6
104	2	2	2	2	6	6	6	6
105	6	6	6	6	6	6	6	6
106	2	2	3	2,33	5	3	3	3,67
107	2	2	4	2,67	6	5	3	4,67
108	3	3	4	3,33	5	6	5	5,33
109	3	2	4	3	5	5	5	5
110	4	4	5	4,33	6	6	5	5,67
111	6	6	6	6	6	6	6	6
112	2	2	2	2	6	5	3	4,67
113	1	1	1	1	6	6	6	6
114	3	4	4	3,67	6	5	4	5
115	4	4	4	4	6	6	6	6
116	4	4	5	4,33	3	3	4	3,33
117	2	2	1	1,67	3	4	3	3,33
118	2	2	2	2	6	6	6	6
119	3	4	4	3,67	4	3	3	3,33
120	5	5	5	5	6	6	6	6
121	4	4	5	4,33	6	6	6	6
122	4	4	4	4	6	6	6	6
123	5	5	5	5	6	5	6	5,67
124	3	4	4	3,67	2	2	2	2
125	3	4	5	4	5	5	4	4,67
126	5	5	5	5	6	5	3	4,67
127	3	2	3	2,67	6	6	5	5,67
128	3	3	3	3	5	5	5	5
129	4	4	4	4	6	6	4	5,33
130	5	5	6	5,33	6	6	6	6
131	2	2	2	2	5	5	5	5
132	4	4	4	4	6	5	6	5,67
133	3	3	3	3	4	4	4	4
134	3	3	4	3,33	5	5	5	5
135	2	2	1	1,67	6	5	5	5,33
136	5	5	5	5	6	4	4	4,67
137	5	5	5	5	5	5	5	5

138	3	4	4	3,67	5	5	4	4,67	
139	2	2	2	2	6	6	5	5,67	
140	4	4	5	4,33	6	5	5	5,33	
141	2	2	3	2,33	6	5	3	4,67	
142	4	5	4	4,33	4	3	4	3,67	
143	2	4	3	3	5	5	5	5	
144	2	2	2	2	5	5	5	5	
Mean				3,8	Mean				5,04
Min				1	Min				2
Max				6	Max				6
Standar Deviasi				1,34	Standar Deviasi				0,8

No	Motivasi Hedonis				Nilai Harga			
	HM1	HM2	HM3	Mean	PV1	PV2	PV3	Mean
1	4	4	4	4	4	4	4	4
2	5	5	6	5,33	5	4	5	4,67
3	4	4	5	4,33	4	5	5	4,67
4	4	4	5	4,33	5	5	5	5
5	5	5	6	5,33	5	4	5	4,67
6	4	4	4	4	5	5	5	5
7	2	3	4	3	4	4	4	4
8	2	4	4	3,33	6	6	6	6
9	4	4	4	4	4	4	4	4
10	5	5	6	5,33	6	5	5	5,33
11	3	3	3	3	3	3	3	3
12	2	2	3	2,33	2	3	2	2,33
13	5	5	5	5	5	6	6	5,67
14	5	5	5	5	6	6	6	6
15	5	5	5	5	5	5	5	5
16	4	4	5	4,33	6	6	6	6
17	2	4	2	2,67	4	4	4	4
18	3	4	4	3,67	4	4	4	4
19	6	6	6	6	5	5	5	5
20	4	4	5	4,33	4	4	4	4
21	5	5	5	5	6	6	6	6
22	6	6	6	6	6	6	6	6
23	3	4	4	3,67	4	4	4	4
24	6	6	6	6	5	6	6	5,67
25	6	6	6	6	5	5	6	5,33
26	4	4	4	4	4	5	5	4,67

27	4	5	5	4,67	4	5	5	4,67
28	4	4	4	4	5	5	5	5
29	6	6	6	6	6	5	5	5,33
30	4	4	4	4	5	4	5	4,67
31	5	5	4	4,67	5	6	5	5,33
32	5	6	5	5,33	6	6	5	5,67
33	5	5	5	5	5	5	5	5
34	6	6	6	6	6	6	6	6
35	5	5	5	5	5	5	5	5
36	3	2	3	2,67	3	3	4	3,33
37	6	6	6	6	5	5	5	5
38	4	4	4	4	4	4	4	4
39	6	6	6	6	6	6	6	6
40	3	4	4	3,67	5	5	5	5
41	4	5	5	4,67	5	5	5	5
42	5	6	6	5,67	4	4	5	4,33
43	4	4	5	4,33	2	2	2	2
44	4	4	5	4,33	5	5	5	5
45	6	5	6	5,67	6	5	6	5,67
46	4	5	5	4,67	5	5	5	5
47	6	6	6	6	6	6	6	6
48	4	4	4	4	4	5	4	4,33
49	3	3	3	3	4	4	4	4
50	5	5	5	5	5	6	6	5,67
51	5	5	5	5	4	5	5	4,67
52	6	6	6	6	6	6	6	6
53	5	5	5	5	5	5	5	5
54	4	4	4	4	4	5	4	4,33
55	4	4	4	4	3	3	3	3
56	3	3	5	3,67	5	5	5	5
57	2	6	4	4	5	5	5	5
58	4	5	5	4,67	5	5	5	5
59	6	6	6	6	5	5	5	5
60	4	5	5	4,67	5	5	5	5
61	5	5	6	5,33	5	5	5	5
62	5	4	5	4,67	4	6	4	4,67
63	4	5	5	4,67	5	5	5	5
64	4	4	4	4	3	3	3	3
65	5	5	5	5	5	3	4	4
66	5	5	5	5	5	5	4	4,67
67	5	5	5	5	4	4	4	4

68	5	5	5	5	4	4	4	4
69	4	4	4	4	4	4	4	4
70	4	5	5	4,67	5	5	5	5
71	5	5	5	5	4	4	4	4
72	2	3	3	2,67	6	6	6	6
73	4	4	5	4,33	5	5	5	5
74	5	5	5	5	5	5	5	5
75	1	1	2	1,33	6	6	6	6
76	4	5	5	4,67	4	4	4	4
77	6	6	6	6	6	6	6	6
78	5	6	6	5,67	5	5	5	5
79	4	5	5	4,67	5	5	5	5
80	5	5	4	4,67	4	5	5	4,67
81	5	6	5	5,33	5	5	5	5
82	4	4	4	4	3	3	3	3
83	6	6	6	6	6	6	6	6
84	3	5	4	4	5	5	4	4,67
85	5	5	5	5	5	5	5	5
86	4	5	6	5	4	2	3	3
87	5	4	5	4,67	5	4	5	4,67
88	4	4	4	4	4	4	4	4
89	4	5	4	4,33	5	5	5	5
90	5	6	5	5,33	5	5	5	5
91	5	5	5	5	6	5	5	5,33
92	5	5	5	5	5	5	6	5,33
93	4	4	4	4	4	4	4	4
94	5	3	5	4,33	5	5	5	5
95	5	5	4	4,67	5	5	5	5
96	5	4	5	4,67	4	5	3	4
97	6	6	6	6	5	6	6	5,67
98	6	6	6	6	6	6	6	6
99	6	6	6	6	3	5	5	4,33
100	6	6	6	6	6	5	5	5,33
101	3	3	3	3	3	4	3	3,33
102	4	4	4	4	3	4	4	3,67
103	5	5	5	5	5	5	5	5
104	5	5	6	5,33	5	6	5	5,33
105	6	6	6	6	6	6	6	6
106	4	4	5	4,33	5	4	4	4,33
107	4	4	4	4	5	4	5	4,67
108	5	5	5	5	5	5	5	5

109	4	4	4	4	4	4	4	4	
110	5	5	6	5,33	5	5	5	5	
111	6	6	6	6	6	6	6	6	
112	4	5	4	4,33	2	2	2	2	
113	6	6	6	6	6	6	5	5,67	
114	4	4	5	4,33	5	5	5	5	
115	6	6	6	6	6	6	6	6	
116	4	4	3	3,67	4	4	5	4,33	
117	3	3	3	3	4	4	4	4	
118	5	5	6	5,33	6	6	6	6	
119	4	3	4	3,67	4	4	4	4	
120	6	6	6	6	6	6	6	6	
121	5	5	5	5	5	5	5	5	
122	4	4	4	4	4	5	4	4,33	
123	5	6	6	5,67	6	5	5	5,33	
124	5	5	5	5	5	6	5	5,33	
125	5	5	5	5	5	5	5	5	
126	4	5	4	4,33	6	5	5	5,33	
127	1	2	4	2,33	3	2	3	2,67	
128	3	3	4	3,33	4	5	4	4,33	
129	1	3	4	2,67	4	6	4	4,67	
130	6	6	6	6	6	6	6	6	
131	5	5	5	5	4	4	4	4	
132	4	5	5	4,67	5	5	5	5	
133	3	4	4	3,67	4	4	4	4	
134	5	5	5	5	4	5	5	4,67	
135	4	4	5	4,33	5	6	5	5,33	
136	3	3	4	3,33	4	6	5	5	
137	4	5	5	4,67	5	5	5	5	
138	4	4	4	4	4	4	4	4	
139	4	4	4	4	5	5	5	5	
140	5	5	5	5	5	5	6	5,33	
141	4	4	5	4,33	5	5	5	5	
142	4	4	5	4,33	4	5	5	4,67	
143	5	5	5	5	5	5	5	5	
144	4	5	5	4,67	5	5	5	5	
Mean				4,63	Mean				4,78
Min				1	Min				2
Max				6	Max				6
Standar Deviasi				0,95	Standar Deviasi				0,86

No	Kebiasaan					Persepsi Keamanan Teknologi			
	H1	H2	H3	H4	Mean	PTS1	PTS2	PTS3	Mean
1	5	5	4	4	4,5	4	3	3	3,33
2	6	6	5	4	5,25	4	4	4	4
3	4	4	3	2	3,25	4	4	4	4
4	6	4	4	4	4,5	6	6	6	6
5	6	6	5	4	5,25	5	5	5	5
6	4	5	4	5	4,5	5	5	4	4,67
7	5	2	1	2	2,5	4	4	4	4
8	5	6	1	1	3,25	5	5	5	5
9	4	4	4	4	4	4	4	4	4
10	5	5	4	4	4,5	6	6	6	6
11	5	5	3	3	4	3	3	2	2,67
12	2	3	2	2	2,5	2	3	2	2,33
13	6	6	5	5	5,5	5	5	5	5
14	4	4	4	4	4	4	5	5	4,67
15	6	6	5	5	5,5	5	5	5	5
16	6	6	5	5	5,5	5	5	5	5
17	4	4	4	4	4	3	3	3	3
18	4	3	3	3	3,25	4	4	4	4
19	3	4	6	6	4,75	6	5	5	5,33
20	6	5	5	5	5,25	4	4	4	4
21	4	5	4	4	4,25	3	1	1	1,67
22	6	6	6	6	6	6	6	6	6
23	4	4	4	4	4	4	5	5	4,67
24	6	6	1	1	3,5	4	5	5	4,67
25	6	6	6	6	6	6	5	5	5,33
26	5	4	5	5	4,75	5	5	5	5
27	6	6	5	5	5,5	5	4	4	4,33
28	6	6	6	6	6	6	6	6	6
29	5	5	5	5	5	5	5	5	5
30	6	6	3	3	4,5	3	3	3	3
31	6	6	5	4	5,25	5	5	4	4,67
32	6	6	6	6	6	5	5	5	5
33	5	5	4	4	4,5	5	5	5	5
34	6	6	6	6	6	6	6	6	6
35	5	5	5	5	5	5	5	5	5
36	5	5	4	4	4,5	4	4	4	4
37	5	5	5	5	5	6	6	6	6
38	3	4	3	3	3,25	5	5	5	5

39	6	5	6	6	5,75	6	6	6	6
40	5	5	4	5	4,75	4	3	4	3,67
41	5	5	4	4	4,5	4	4	4	4
42	6	3	3	1	3,25	4	4	4	4
43	5	5	4	4	4,5	4	4	5	4,33
44	6	6	6	6	6	5	5	5	5
45	3	4	4	2	3,25	4	4	4	4
46	6	6	5	5	5,5	5	5	5	5
47	6	6	6	6	6	6	6	6	6
48	5	4	4	4	4,25	5	5	5	5
49	4	3	4	4	3,75	3	3	3	3
50	4	3	4	4	3,75	5	5	4	4,67
51	6	6	5	5	5,5	4	4	4	4
52	6	5	6	6	5,75	6	6	6	6
53	6	6	5	6	5,75	5	5	5	5
54	3	3	3	3	3	4	4	4	4
55	3	3	3	3	3	3	3	3	3
56	4	4	4	4	4	5	5	5	5
57	1	3	1	3	2	4	4	4	4
58	5	5	5	4	4,75	4	4	4	4
59	6	5	5	5	5,25	5	5	5	5
60	4	4	4	4	4	4	4	4	4
61	6	5	3	5	4,75	5	5	5	5
62	5	5	3	4	4,25	5	5	6	5,33
63	6	4	4	3	4,25	5	1	5	3,67
64	5	4	4	3	4	4	4	4	4
65	4	5	4	4	4,25	4	4	4	4
66	4	4	3	4	3,75	4	4	4	4
67	6	5	4	5	5	3	3	3	3
68	4	4	4	3	3,75	4	5	4	4,33
69	4	4	4	4	4	4	4	4	4
70	4	4	4	5	4,25	5	5	5	5
71	5	5	4	3	4,25	3	3	3	3
72	6	6	3	6	5,25	6	6	6	6
73	5	5	4	3	4,25	5	5	5	5
74	5	3	4	4	4	4	4	3	3,67
75	6	4	4	3	4,25	2	2	1	1,67
76	5	5	4	4	4,5	4	4	4	4
77	6	6	6	6	6	6	6	6	6
78	5	5	5	5	5	5	5	5	5
79	6	5	4	4	4,75	4	4	4	4

80	4	5	4	5	4,5	5	3	5	4,33
81	5	5	6	4	5	5	5	5	5
82	4	4	4	4	4	4	4	4	4
83	6	6	6	6	6	6	6	6	6
84	4	3	3	4	3,5	4	4	5	4,33
85	5	5	5	5	5	5	5	5	5
86	4	6	4	6	5	6	6	6	6
87	5	4	5	5	4,75	5	4	4	4,33
88	4	4	4	4	4	4	4	4	4
89	5	5	5	5	5	4	4	4	4
90	5	5	6	6	5,5	5	5	5	5
91	5	5	5	5	5	6	6	6	6
92	5	2	3	4	3,5	4	4	4	4
93	4	4	4	4	4	4	4	4	4
94	5	5	5	3	4,5	2	3	3	2,67
95	2	3	4	4	3,25	4	5	5	4,67
96	4	5	4	3	4	5	4	5	4,67
97	6	5	4	4	4,75	5	5	5	5
98	6	6	6	6	6	6	6	6	6
99	5	6	5	6	5,5	6	6	6	6
100	6	6	6	6	6	5	5	5	5
101	2	3	2	3	2,5	3	3	4	3,33
102	2	2	2	3	2,25	5	5	5	5
103	6	6	4	5	5,25	4	4	4	4
104	6	6	4	5	5,25	4	3	3	3,33
105	6	6	6	6	6	6	6	6	6
106	5	3	3	2	3,25	4	4	4	4
107	5	4	4	4	4,25	5	5	5	5
108	5	5	5	5	5	5	4	5	4,67
109	5	4	3	4	4	3	3	3	3
110	5	6	5	6	5,5	5	5	5	5
111	6	5	5	6	5,5	6	6	6	6
112	4	5	4	5	4,5	5	4	5	4,67
113	6	6	5	6	5,75	6	5	6	5,67
114	5	5	5	4	4,75	4	3	4	3,67
115	6	6	6	6	6	6	6	6	6
116	2	3	3	3	2,75	4	4	4	4
117	2	3	2	2	2,25	3	3	3	3
118	6	6	5	6	5,75	6	6	6	6
119	3	4	4	3	3,5	4	4	4	4
120	6	6	6	6	6	5	6	6	5,67

121	6	6	5	5	5,5	5	5	5	5		
122	4	5	5	5	4,75	5	5	5	5		
123	4	4	5	5	4,5	5	5	5	5		
124	5	5	5	5	5	5	5	5	5		
125	4	5	4	4	4,25	4	4	4	4		
126	4	5	4	5	4,5	5	4	5	4,67		
127	5	3	4	4	4	5	4	5	4,67		
128	5	5	3	3	4	5	5	5	5		
129	6	6	6	6	6	6	6	6	6		
130	6	6	6	5	5,75	5	5	5	5		
131	4	5	5	4	4,5	4	4	5	4,33		
132	5	6	4	5	5	5	3	4	4		
133	4	4	4	4	4	4	5	4	4,33		
134	5	4	5	3	4,25	4	5	5	4,67		
135	6	5	3	4	4,5	4	4	4	4		
136	6	4	3	3	4	2	2	2	2		
137	6	4	4	4	4,5	5	5	5	5		
138	4	4	4	3	3,75	4	1	4	3		
139	4	4	4	3	3,75	5	5	5	5		
140	5	5	6	5	5,25	6	6	6	6		
141	6	5	6	4	5,25	5	5	5	5		
142	4	4	4	5	4,25	4	4	4	4		
143	5	5	4	5	4,75	5	5	5	5		
144	5	5	5	5	5	5	5	5	5		
Mean					4,56	Mean					4,55
Min					1	Min					1
Max					6	Max					6
Standar Deviasi					0,93	Standar Deviasi					0,97

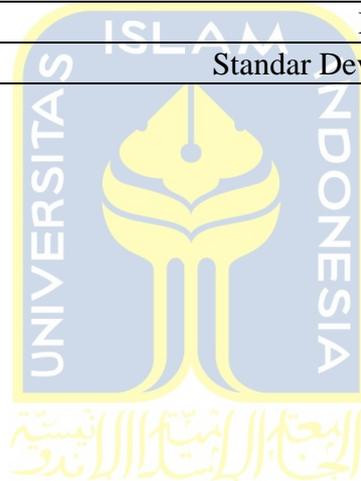
No	Minat Menggunakan				Mean
	BI1	BI2	BI3	BI4	
1	5	5	4	3	4,25
2	6	5	5	4	5
3	4	4	4	4	4
4	5	4	4	5	4,5
5	5	4	4	4	4,25
6	5	4	5	5	4,75
7	3	3	3	3	3
8	3	3	3	3	3
9	4	4	4	4	4

10	5	4	4	4	4,25
11	2	2	3	2	2,25
12	2	3	2	3	2,5
13	6	5	5	5	5,25
14	5	4	5	5	4,75
15	6	4	5	5	5
16	5	5	5	5	5
17	4	4	4	4	4
18	4	3	3	3	3,25
19	6	4	6	6	5,5
20	4	3	3	4	3,5
21	4	4	4	4	4
22	6	6	6	6	6
23	5	5	5	5	5
24	5	3	3	4	3,75
25	5	4	5	4	4,5
26	5	5	5	5	5
27	5	4	5	6	5
28	5	6	6	6	5,75
29	5	5	5	5	5
30	2	3	3	3	2,75
31	6	4	5	5	5
32	6	6	6	6	6
33	5	4	3	4	4
34	6	6	6	6	6
35	5	5	5	5	5
36	4	4	4	4	4
37	6	4	4	4	4,5
38	4	3	3	3	3,25
39	6	6	6	6	6
40	5	4	4	5	4,5
41	5	4	5	5	4,75
42	5	5	3	3	4
43	2	2	2	2	2
44	5	5	5	6	5,25
45	4	5	4	4	4,25
46	5	4	5	4	4,5
47	6	6	6	6	6
48	3	3	3	3	3
49	5	4	4	4	4,25
50	6	4	5	5	5

51	5	3	4	4	4
52	6	6	6	6	6
53	5	5	5	5	5
54	4	3	4	4	3,75
55	3	3	4	4	3,5
56	5	5	5	5	5
57	3	2	4	3	3
58	5	4	5	4	4,5
59	6	5	5	5	5,25
60	5	4	4	4	4,25
61	5	4	4	4	4,25
62	4	3	3	4	3,5
63	4	3	4	4	3,75
64	3	3	3	3	3
65	4	4	4	4	4
66	3	3	3	3	3
67	2	1	1	2	1,5
68	4	4	4	5	4,25
69	4	4	4	4	4
70	5	5	5	5	5
71	2	2	3	3	2,5
72	6	6	6	6	6
73	4	4	3	4	3,75
74	4	3	3	4	3,5
75	2	1	1	1	1,25
76	5	4	4	4	4,25
77	6	6	6	6	6
78	5	5	5	5	5
79	5	3	4	4	4
80	5	3	4	3	3,75
81	4	4	5	5	4,5
82	3	3	3	4	3,25
83	5	6	6	6	5,75
84	5	3	3	4	3,75
85	5	5	5	6	5,25
86	6	4	4	5	4,75
87	5	5	5	4	4,75
88	5	3	3	4	3,75
89	5	5	5	5	5
90	5	5	5	6	5,25
91	6	6	6	6	6

92	2	2	2	2	2
93	5	3	3	4	3,75
94	2	2	2	2	2
95	5	5	5	5	5
96	6	3	5	4	4,5
97	5	4	4	4	4,25
98	6	6	6	6	6
99	6	6	5	6	5,75
100	6	6	6	6	6
101	4	3	3	3	3,25
102	4	4	4	4	4
103	5	4	4	4	4,25
104	5	5	5	5	5
105	6	6	6	6	6
106	4	3	4	3	3,5
107	5	3	4	3	3,75
108	5	5	5	5	5
109	4	3	3	3	3,25
110	5	4	5	5	4,75
111	6	6	6	6	6
112	2	2	2	2	2
113	5	6	5	6	5,5
114	5	4	4	5	4,5
115	6	6	6	6	6
116	4	4	4	3	3,75
117	3	3	2	2	2,5
118	6	6	6	6	6
119	3	4	4	4	3,75
120	6	5	6	6	5,75
121	5	5	5	6	5,25
122	5	5	5	5	5
123	5	5	5	6	5,25
124	5	4	5	5	4,75
125	6	4	4	4	4,5
126	5	5	5	5	5
127	2	3	2	2	2,25
128	5	3	4	4	4
129	6	6	6	6	6
130	6	5	6	6	5,75
131	5	4	4	4	4,25
132	5	5	4	4	4,5

133	4	4	4	4	4
134	5	4	4	5	4,5
135	5	3	3	4	3,75
136	4	4	4	4	4
137	5	4	4	4	4,25
138	4	3	3	4	3,5
139	3	3	3	4	3,25
140	6	5	6	6	5,75
141	5	4	4	4	4,25
142	4	4	5	5	4,5
143	6	5	5	6	5,5
144	5	5	5	5	5
Mean					4,37
Min					1
Max					6
Standar Deviasi					1,08



LAMPIRAN 3

HASIL KARAKTERISTIK RESPONDEN

Karakteristik Responden

Frequencies

		Statistics				
		Jenis Kelamin	Usia	Asal Universitas	Pernah Tidaknya	Penggunaan selama masa pandemi
N	Valid	144	144	144	144	144
	Missing	0	0	0	0	0

Frequency Table

Jenis Kelamin

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Laki-laki	44	30.6	30.6	30.6
	Perempuan	100	69.4	69.4	100.0
	Total	144	100.0	100.0	

Umur

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	18 - 20 tahun	27	18.7	18.7	18.7
	21 - 25 tahun	117	81.3	81.3	100.0
	Total	144	100.0	100.0	

Asal Universitas

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	UII	42	29.2	29.2	29.2
	UPN	26	18.1	18.1	47.2
	UGM	24	16.7	16.7	63.9
	UNY	8	5.6	5.6	69.4
	UAD	7	4.9	4.9	74.3
	UAJY	5	3.5	3.5	77.8
	UMY	4	2.8	2.8	80.6
	Lainnya	28	19.4	19.4	100.0
	Total	144	100.0	100.0	

Pernah Tidaknya menggunakan aplikasi

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Ya	144	100.0	100.0	100.0

Penggunaan selama masa pandemi setiap bulannya

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1 - 3 kali	108	75.0	75.0	75.0
	4 - 6 kali	27	18.8	18.8	93.8
	> 10 kali	9	6.3	6.3	100.0
	Total	144	100.0	100.0	

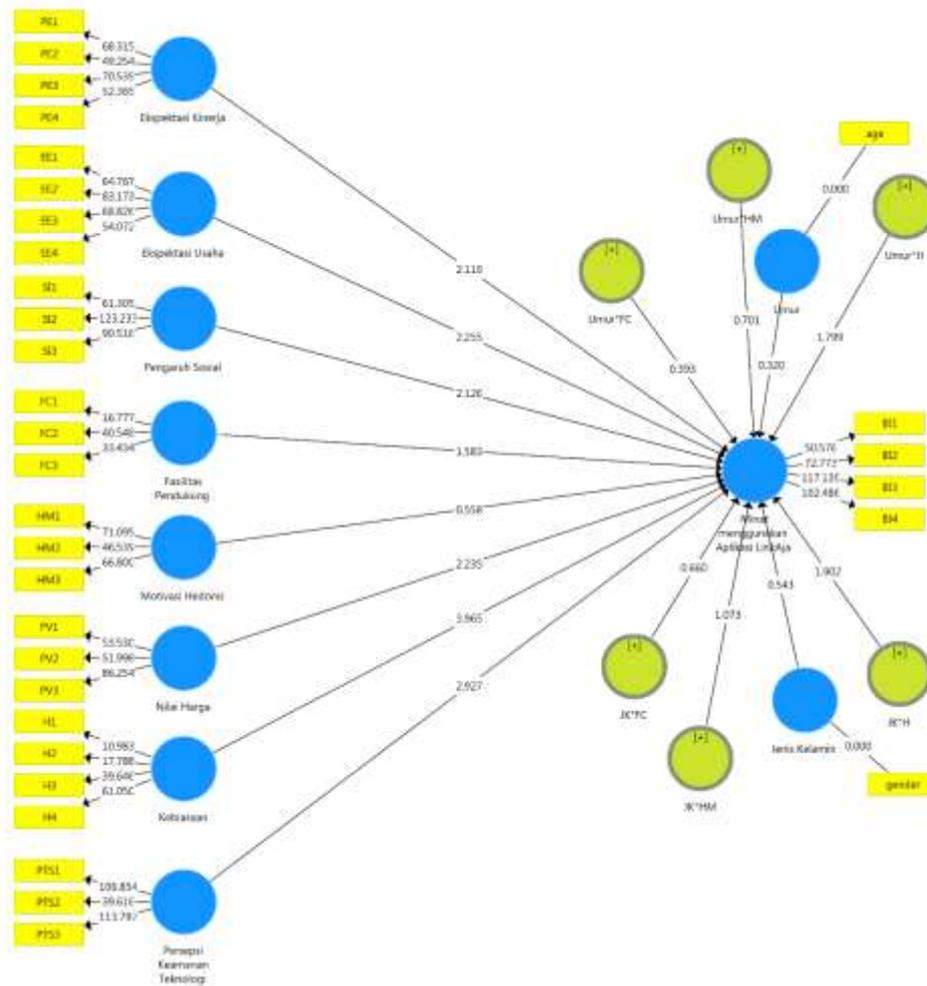
**Lebih banyak penggunaan selama masa pandemi dibanding
sebelum pandemi**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Ya	85	59.0	59.0	59.0
	Tidak	59	41.0	41.0	100.0
	Total	144	100.0	100.0	



LAMPIRAN 4 HASIL PENGUJIAN MELALUI PLS

Full Model Penelitian

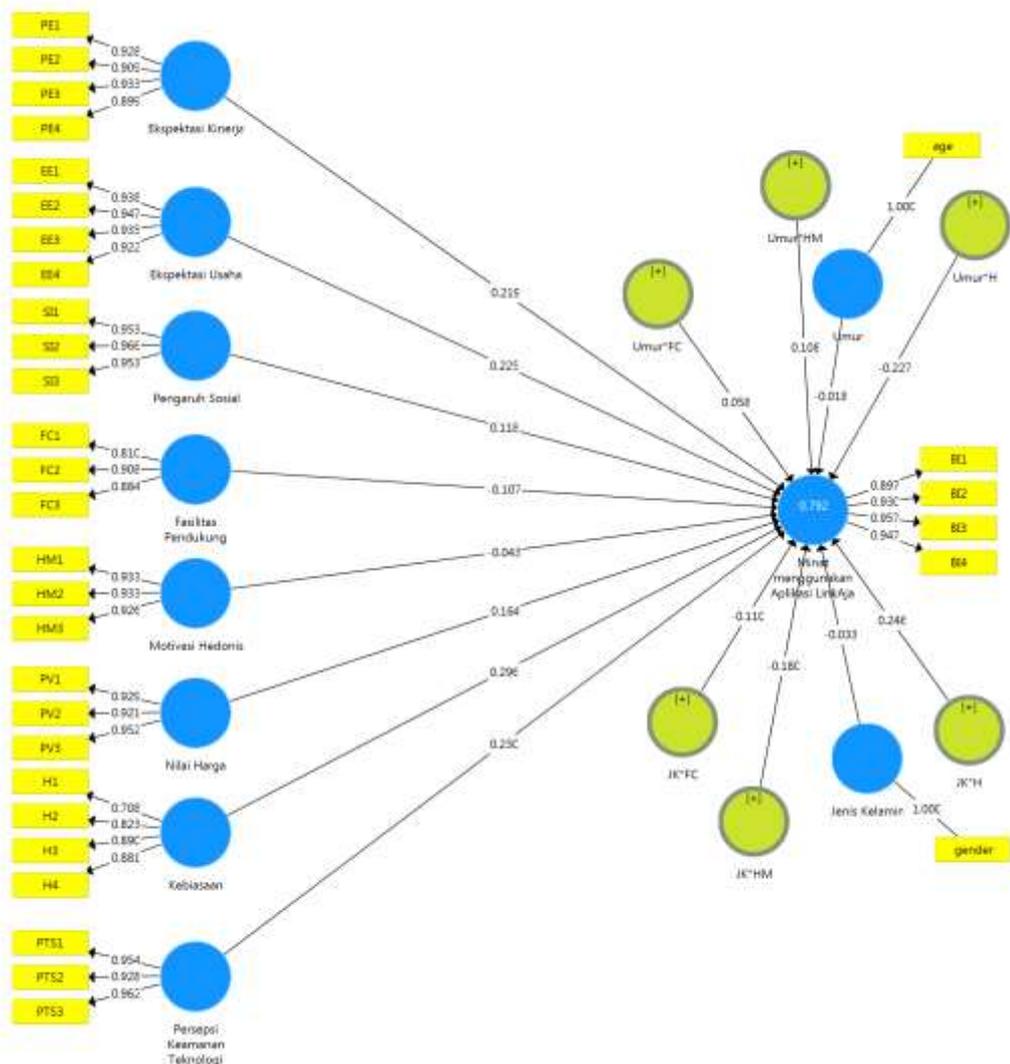


LAMPIRAN 5

HASIL UJI MODEL PENGUKURAN (OUTER MODELS)

HASIL UJI VALIDITAS

OUTER LOADINGS



	Ekspektasi Kinerja	Ekspektasi Usaha	Fasilitas Pendukung	JK*FC	Umur*FC
BI1					
BI2					
BI3					

BI4					
EE1		0,937535			
EE2		0,946913			
EE3		0,935426			
EE4		0,921677			
FC1			0,810382		
FC2			0,908326		
FC3			0,884431		
FC * JK				1,093887	
FC * Umur					1,105478
H1					
H2					
H3					
H4					
HM1					
HM2					
HM3					
H * JK					
H * Umur					
HM * JK					
HM * Umur					
PE1	0,928331				
PE2	0,908664				
PE3	0,933157				
PE4	0,898877				
PTS1					
PTS2					
PTS3					
PV1					
PV2					
PV3					
SI1					
SI2					
SI3					
age					
gender					

	Pengaruh Sosial	Kebiasaan	JK*H	Umur*H	Minat menggunakan
BI1					0,896920

BI2					0,929798
BI3					0,956541
BI4					0,946576
EE1					
EE2					
EE3					
EE4					
FC1					
FC2					
FC3					
FC * JK					
FC * Umur					
H1		0,707866			
H2		0,823310			
H3		0,890355			
H4		0,881383			
HM1					
HM2					
HM3					
H * JK			1,020705		
H * Umur				0,823437	
HM * JK					
HM * Umur					
PE1					
PE2					
PE3					
PE4					
PTS1					
PTS2					
PTS3					
PV1					
PV2					
PV3					
SI1	0,952524				
SI2	0,966205				
SI3	0,953312				
age					
gender					

CROSS LOADINGS

	Ekspektasi Kinerja	Ekspektasi Usaha	Fasilitas Pendukung	JK*FC	Umur*FC
BI1	0,723704	0,743495	0,391743	-0,046001	0,058819
BI2	0,691653	0,644717	0,416063	-0,072430	0,066778
BI3	0,709576	0,683470	0,433760	-0,005711	0,129195
BI4	0,708609	0,702226	0,465809	-0,083906	0,104599
EE1	0,705211	0,937535	0,458249	-0,081858	0,148057
EE2	0,721653	0,946913	0,458121	-0,125297	0,049080
EE3	0,742763	0,935426	0,429665	-0,060719	0,063420
EE4	0,769289	0,921677	0,440015	-0,065730	0,116300
FC1	0,239170	0,366382	0,810382	-0,138078	-0,114021
FC2	0,313771	0,334567	0,908326	-0,169361	-0,102910
FC3	0,520051	0,504416	0,884431	-0,228751	-0,111834
FC * JK	-0,018406	-0,089227	-0,214134	1,000000	0,678503
FC * Umur	0,132944	0,100745	-0,125788	0,678503	1,000000
H1	0,303256	0,337886	0,493339	-0,155845	0,067052
H2	0,394882	0,431285	0,539994	-0,104858	0,100010
H3	0,538954	0,492324	0,423119	-0,068331	0,096733
H4	0,568453	0,509250	0,505455	-0,086048	0,110025
HM1	0,601071	0,472583	0,412913	-0,011391	0,123143
HM2	0,607518	0,551501	0,427007	-0,072211	0,068650
HM3	0,617289	0,534541	0,502858	-0,091351	0,103684
H * JK	-0,016598	-0,094311	-0,122013	0,611486	0,147875
H * Umur	0,135974	0,135971	0,154356	0,187277	0,412145
HM * JK	0,043047	-0,008609	-0,070510	0,495921	0,126690
HM * Umur	0,122134	0,128470	0,121185	0,131737	0,278433
PE1	0,928331	0,784705	0,466012	-0,010512	0,146053
PE2	0,908664	0,776577	0,342080	-0,031948	0,112569
PE3	0,933157	0,703880	0,414336	-0,034727	0,134473
PE4	0,898877	0,612053	0,385775	0,009730	0,092717
PTS1	0,616637	0,608941	0,533641	0,011002	0,087300
PTS2	0,540622	0,536019	0,417578	0,008350	0,059215
PTS3	0,571654	0,530112	0,481456	0,032464	0,069349
PV1	0,523379	0,530260	0,510309	-0,014763	0,104780
PV2	0,513827	0,538208	0,493925	0,030689	0,188902
PV3	0,516915	0,522400	0,514364	0,038826	0,137677
SI1	0,415393	0,339806	0,215211	-0,026046	0,026728
SI2	0,407240	0,351206	0,161193	0,015536	0,107283

SI3	0,468900	0,451461	0,224457	0,033350	0,092373
Age	-0,040501	-0,082284	0,024171	-0,018334	-0,035011
gender	-0,020454	-0,018427	0,034103	-0,026320	-0,018142

	Pengaruh Sosial	Kebiasaan	JK*H	Umur*H	Minat menggunakan
BI1	0,419363	0,611264	-0,020552	0,056445	0,896920
BI2	0,489710	0,643625	-0,019203	0,098154	0,929798
BI3	0,477233	0,674389	-0,043458	0,063440	0,956541
BI4	0,431426	0,683711	-0,083780	0,099834	0,946576
EE1	0,367953	0,539976	-0,112232	0,146018	0,686308
EE2	0,354982	0,473935	-0,154822	0,073028	0,699470
EE3	0,382205	0,501131	-0,028464	0,121238	0,684065
EE4	0,395826	0,522171	-0,057015	0,167922	0,711853
FC1	0,101714	0,458718	-0,044592	0,127545	0,302663
FC2	0,103170	0,519921	-0,098315	0,124837	0,347802
FC3	0,290317	0,519081	-0,149920	0,145819	0,494726
FC * JK	0,009106	-0,113851	0,611486	0,187277	-0,055566
FC * Umur	0,079471	0,114975	0,147875	0,412145	0,096695
H1	0,172073	0,707866	-0,108900	0,204406	0,349129
H2	0,160017	0,823310	-0,087507	0,187892	0,516693
H3	0,343969	0,890355	0,001517	0,218915	0,669651
H4	0,270475	0,881383	-0,013464	0,199655	0,692294
HM1	0,331224	0,517649	-0,005291	0,173030	0,491377
HM2	0,375828	0,503446	-0,107080	0,084684	0,553363
HM3	0,330281	0,553085	-0,138372	0,125291	0,521359
H * JK	0,014303	-0,048719	1,000000	0,476046	-0,045018
H * Umur	0,112575	0,241234	0,476046	1,000000	0,085134
HM * JK	0,047032	-0,094608	0,635604	0,243676	-0,057148
HM * Umur	0,080082	0,116688	0,201171	0,496448	0,065146
PE1	0,409586	0,544287	-0,050437	0,132705	0,733986
PE2	0,378120	0,481369	-0,096257	0,013910	0,691033
PE3	0,408557	0,526016	0,020822	0,195642	0,685368
PE4	0,462817	0,525947	0,069474	0,157645	0,674464
PTS1	0,380284	0,620977	-0,023171	0,111412	0,702950
PTS2	0,385041	0,506868	-0,053818	0,006795	0,644741
PTS3	0,341974	0,522485	-0,029348	0,053944	0,636696
PV1	0,343560	0,491475	-0,118180	0,074804	0,575390
PV2	0,294041	0,434560	-0,140368	0,021638	0,567433
PV3	0,399525	0,458693	-0,078451	0,070349	0,561089

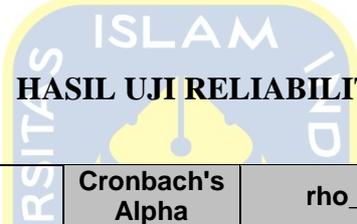
SI1	0,952524	0,257882	0,053240	0,095929	0,445846
SI2	0,966205	0,266992	0,007094	0,118164	0,439509
SI3	0,953312	0,325626	-0,015348	0,109113	0,507418
Age	0,068824	-0,062217	0,086249	0,120990	-0,104726
gender	0,155640	-0,011995	0,009921	0,106911	-0,070967

	Motivasi Hedonis	JK*HM	Umur*HM	Nilai Harga	Persepsi Keamanan Teknologi
BI1	0,551423	-0,015095	0,029002	0,568142	0,640217
BI2	0,490775	-0,021023	0,118278	0,543366	0,644074
BI3	0,520334	-0,066264	0,053093	0,589809	0,653308
BI4	0,535091	-0,109284	0,043824	0,566028	0,668849
EE1	0,510523	-0,010863	0,157340	0,506456	0,585894
EE2	0,529564	-0,048511	0,079089	0,541171	0,541551
EE3	0,504406	0,012974	0,109601	0,478564	0,550493
EE4	0,549800	0,014208	0,134819	0,594668	0,531741
FC1	0,306815	0,000387	0,145831	0,443035	0,371656
FC2	0,406839	-0,007618	0,152594	0,455206	0,468259
FC3	0,498014	-0,137224	0,048154	0,502691	0,463345
FC * JK	-0,063953	0,495921	0,131737	0,019287	0,017951
FC * Umur	0,104700	0,126690	0,278433	0,153728	0,076348
H1	0,387748	-0,107177	0,135562	0,466967	0,332551
H2	0,464273	-0,110525	0,069701	0,432676	0,433689
H3	0,537404	-0,028079	0,119402	0,413293	0,515986
H4	0,467962	-0,093072	0,080816	0,383095	0,589897
HM1	0,932731	-0,002332	-0,012875	0,473853	0,442611
HM2	0,932861	-0,004360	0,008537	0,514709	0,510797
HM3	0,925532	0,045317	0,150620	0,506775	0,542992
H * JK	-0,091962	0,635604	0,201171	-0,120397	-0,037017
H * Umur	0,135344	0,243676	0,496448	0,059544	0,062186
HM * JK	0,013773	1,000000	0,685297	-0,122122	0,054200
HM * Umur	0,052794	0,685297	1,000000	-0,012736	0,159196
PE1	0,603088	0,071144	0,181307	0,534651	0,587566
PE2	0,603680	0,037105	0,090622	0,523152	0,513540
PE3	0,590328	0,016876	0,123016	0,496590	0,568509
PE4	0,604034	0,030491	0,047526	0,478209	0,563350

PTS1	0,540040	0,065230	0,201218	0,450358	0,954208
PTS2	0,475909	0,014144	0,092609	0,406869	0,928450
PTS3	0,510901	0,073883	0,154671	0,365677	0,962460
PV1	0,538725	-0,150574	-0,045508	0,929358	0,427404
PV2	0,433983	-0,094626	0,038173	0,921370	0,381832
PV3	0,531146	-0,096383	-0,028072	0,952422	0,399189
SI1	0,328893	0,061192	0,087984	0,325725	0,382737
SI2	0,370830	0,042279	0,077179	0,342634	0,353006
SI3	0,368721	0,033173	0,066231	0,388532	0,381500
Age	0,083991	-0,096713	-0,140817	-0,038541	-0,063709
gender	0,063836	-0,054318	-0,100467	0,002093	-0,038948

	Umur	Jenis Kelamin
BI1	-0,084455	-0,056952
BI2	-0,084114	-0,081193
BI3	-0,082001	-0,058491
BI4	-0,139645	-0,068437
EE1	-0,102026	-0,021848
EE2	-0,080203	0,011128
EE3	-0,052212	-0,035714
EE4	-0,073395	-0,022901
FC1	-0,007729	-0,033958
FC2	0,048413	0,023701
FC3	0,019488	0,072959
FC * JK	-0,018334	-0,026320
FC * Umur	-0,035011	-0,018142
H1	-0,019057	0,051748
H2	-0,033174	0,010075
H3	-0,107981	-0,024545
H4	-0,030044	-0,042429
HM1	0,117978	0,062350
HM2	0,099175	0,085486
HM3	0,018277	0,028908
H * JK	0,086249	0,009921
H * Umur	0,120990	0,106911
HM * JK	-0,096713	-0,054318
HM * Umur	-0,140817	-0,100467
PE1	-0,030355	-0,020224

PE2	-0,059346	-0,015847
PE3	-0,050773	-0,038616
PE4	-0,008001	0,000000
PTS1	-0,053704	-0,043087
PTS2	-0,034184	0,015214
PTS3	-0,094425	-0,082972
PV1	-0,002416	0,022751
PV2	-0,089636	-0,042758
PV3	-0,016224	0,025849
SI1	0,111275	0,174111
SI2	0,070428	0,180834
SI3	0,022036	0,099274
age	1,000000	0,724207
gender	0,724207	1,000000



HASIL UJI RELIABILITAS

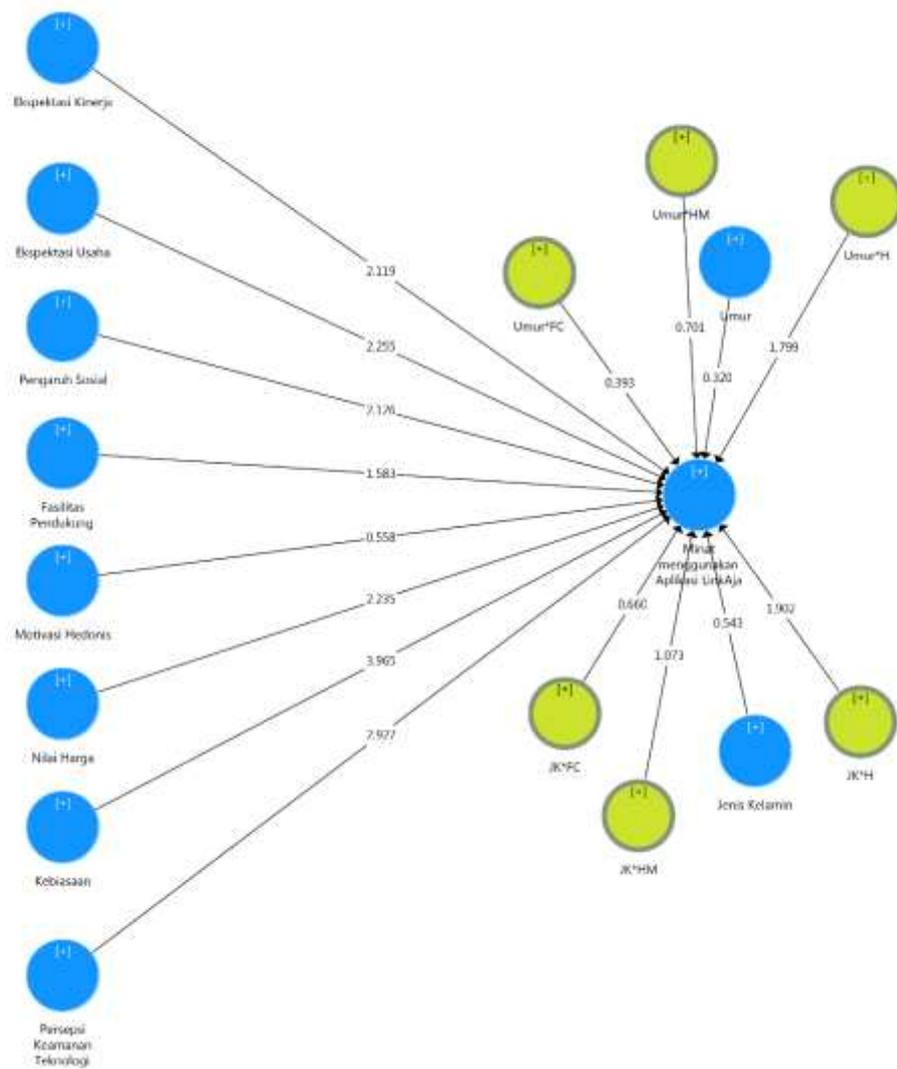
	Cronbach's Alpha	rho_A	Reliabilitas Komposit	AVE
Ekspektasi Kinerja	0,937181	0,938302	0,955038	0,841558
Ekspektasi Usaha	0,952364	0,952532	0,965524	0,875032
Fasilitas Pendukung	0,842515	0,897318	0,902027	0,754665
JK*FC	1,000000	1,000000	1,000000	1,000000
Umur*FC	1,000000	1,000000	1,000000	1,000000
Pengaruh Sosial	0,954581	0,960497	0,970545	0,916553
Kebiasaan	0,851499	0,893558	0,897085	0,687120
JK*H	1,000000	1,000000	1,000000	1,000000
Umur*H	1,000000	1,000000	1,000000	1,000000
Minat menggunakan	0,949965	0,950267	0,963966	0,869992
Motivasi Hedonis	0,922463	0,925353	0,950794	0,865609
JK*HM	1,000000	1,000000	1,000000	1,000000
Umur*HM	1,000000	1,000000	1,000000	1,000000
Nilai Harga	0,927313	0,927335	0,953840	0,873245
Persepsi Keamanan Teknologi	0,944134	0,946977	0,964132	0,899621
Umur	1,000000	1,000000	1,000000	1,000000
Jenis Kelamin	1,000000	1,000000	1,000000	1,000000

LAMPIRAN 6
HASIL UJI MODEL STRUKTURAL (INNER MODEL)

R-Square

	R Square
Minat menggunakan Aplikasi LinkAja	0,766114

Hasil Uji Hipotesis (Path Coefficient)



Hasil Uji Hipotesis

	Original Sample (O)	Sample Mean (M)	Standard Deviation (STDEV)	T Statistic	P Values
Ekspektasi Kinerja -> Minat menggunakan Aplikasi LinkAja	0,218656	0,212802	0,103184	2,119093	0,034575
Ekspektasi Usaha -> Minat menggunakan Aplikasi LinkAja	0,224689	0,211840	0,099656	2,254645	0,024588
Fasilitas Pendukung -> Minat menggunakan Aplikasi LinkAja	-0,107385	-0,101242	0,067840	1,582910	0,114074
JK*FC -> Minat menggunakan Aplikasi LinkAja	-0,109961	-0,107849	0,166528	0,660314	0,509356
Umur*FC -> Minat menggunakan Aplikasi LinkAja	0,057925	0,073167	0,147270	0,393328	0,694245
Pengaruh Sosial -> Minat menggunakan Aplikasi LinkAja	0,118236	0,117713	0,055614	2,125997	0,033993
Kebiasaan -> Minat menggunakan Aplikasi LinkAja	0,296442	0,296209	0,074766	3,964908	0,000084
JK*H -> Minat menggunakan Aplikasi LinkAja	0,246443	0,250313	0,129580	1,901858	0,057764
Umur*H -> Minat menggunakan Aplikasi LinkAja	-0,227478	-0,230061	0,126474	1,798615	0,072683
Motivasi Hedonis -> Minat menggunakan Aplikasi LinkAja	-0,042749	-0,034735	0,076678	0,557517	0,577424
JK*HM -> Minat menggunakan Aplikasi LinkAja	-0,179916	-0,186091	0,167608	1,073435	0,283594
Umur*HM -> Minat menggunakan Aplikasi LinkAja	0,108025	0,104215	0,154104	0,700991	0,483635
Nilai Harga -> Minat menggunakan Aplikasi LinkAja	0,163721	0,168808	0,073252	2,235050	0,025855
Persepsi Keamanan Teknologi -> Minat menggunakan Aplikasi LinkAja	0,229999	0,229367	0,078570	2,927319	0,003575
Umur -> Minat menggunakan Aplikasi LinkAja	-0,017548	-0,021127	0,054835	0,320014	0,749091
Jenis Kelamin -> Minat menggunakan Aplikasi LinkAja	-0,033291	-0,034955	0,061358	0,542569	0,587668